

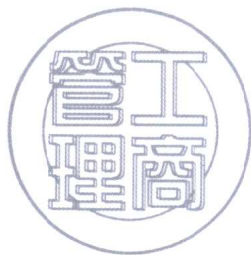
BUSINESS ADMINISTRATION SERIES

工商管理系列教材

管理经济学教程

MANAGERIAL ECONOMICS

孙斌艺 编著



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

工商管理系列教材

管理经济学教程

孙斌艺 编著

立信会计出版社

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学教程/孙斌艺编著. —上海:立信会计出版社, 2003. 5

(工商管理系列教材)

ISBN 7-5429-1114-7

I. 管… II. 孙… III. 管理经济学-高等学校-教材
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 033512 号

出版发行	立信会计出版社
经 销	各地新华书店
电 话	(021)64695050×215 (021)64391885(传真) (021)64388409
地 址	上海市中山西路 2230 号
邮 编	200235
E-mail	<i>lxaph@sh163c.sta.net.cn</i>

印 刷	立信会计常熟市印刷联营厂
开 本	850×1168 毫米 1/32
印 张	14.375
插 页	2
字 数	347 千字
版 次	2003 年 5 月第 1 版
印 次	2003 年 5 月第 1 次
印 数	3 000
书 号	ISBN 7-5429-1114-7/F·1021
定 价	25.00 元

如有印订差错 请与本社联系

工商管理系列

主 编 金润圭 叶守礼

副主编 夏嘉华 王 焱

总 序

有组织就必须有管理,就像乐队需要指挥一样。在现代商品社会中,随着经济全球化和竞争的发展,企业和企业管理一直是一个经久不衰的热门话题,有关的研究论文和教科书也应运而生,这些论文和教科书反映和总结了当时的经济活动和管理活动。但是时代在变化,新的问题在不断产生,企业及其管理活动也在不断地变化和创新。

20世纪70、80年代,由于日本经济和企业发展,日本式的经营与管理令世人刮目相看,有关日本企业与管理的研究如汗牛充栋;90年代以后,美国出现了新经济,而日本经济在走下坡路。美国企业擎起了卓越管理的大旗,一时间,所谓扁平结构、流程再造、学习组织、组织修炼等新名词层出不穷。21世纪特别是“9·11”事件以来,美国一批像安然、世通这样的大公司丑闻迭起,令世界震惊。企业长期积累的一些问题在经济景气时可以隐蔽下来,但在经济衰退时却不可避免地暴露出来了。于是,人们又不得不怀疑的目光去重新审视美国的企业和企业管理。

改革开放以后,中国企业及其管理经历了一个翻天覆地的变化。企业从以生产为中心转向以经营为中心,从产品经营转向产品经营与资产经营并重,从国内经营转向国际经营,从纯粹的国内企业转向国际企业。中国企业的这个漫长的转型过程,与社会主义市场经济的发展以及中国经济融入世界经济的过程同步。在此期间,中国本土的管理理论和经验在新的条件下在不断创新和再创新。从总体上看,我国企业的管理水平有了较大提高,但由于先

天不足,企业所存在的制度缺陷与管理缺陷十分明显。

企业管理在变化和发展,反映这种变化和发展的理论研究和教科书也应该与时俱进。华东师范大学商学院工商管理专业的教授们很早就投身于对上述管理变化和发展的跟踪研究,我们有一个愿望,通过一套企业管理的丛书,系统地总结 20 世纪以及 21 世纪初国际国内的有关企业管理的实践及其理论,为 21 世纪的莘莘学子和企业管理人员提供一个学习的平台,开拓思路,研究管理的过去,思考管理的现在和将来。我们的这一个愿望得到了立信会计出版社的支持和帮助。

这套企业管理丛书有以下几个主要的特点:

其一,系统性。整个丛书包括管理经济学、管理学、战略管理、人力资源管理、运行管理、市场营销、企业财务、企业会计、国际经营等,几乎涵盖企业管理的各个方面,形成了一个企业管理学的完整的学科体系。

其二,时代性。如前所说,企业及其管理在发展变化,有关企业管理的理论众说纷纭,形成管理理论的丛林。但是,在每一个时代,总有一些管理理论较好地反映了这个时代的管理实践及其特征,从而形成一个时代的主流学派。同时,包括中国企业在内的企业管理创新又在不断地补充和完善原有的各种理论。丛书站在 21 世纪的高度,力求反映最新的管理实践和理论,使每一本教材充满着我们这个时代的气息。

其三,本土性。管理总是本土化的,任何外国企业的管理实践和经验,都是和当地市场的环境相适应的。外国的理论可以“拿来”,但必须根据本国的情况加以再创造,简单地照搬照抄外国的管理经验是不行的。这套丛书力求坚持“以我为主,博采众长,融合提炼,自成一家”的原则,从中国企业的实际出发,洋为中用,同时通过大量剖析和应用本土企业的案例,以利于读者对管理中国企业的各种模式进行理论思考和实践应用。

其四,规范性。丛书中的每一本教材由于论述对象、角度和所用的分析工具有所不同,各自体例的安排也百花齐放。但是从总体上看,我们力求每一本教材在体系安排、理论阐述、概念说明、文字表达等方面都努力做到规范化,每本教材都有每章小结、案例、习题和注解,以便于读者学习。

在很多年以前,我在自己的著作中引用过一位法律教授对他的学生的讲话,这位教授说:“你们自己教会自己法律,我只能教会你们如何像一位律师那样去思考问题”。我至今仍十分赞同他的话。因为尽管我们这套丛书具有不少特色,一套丛书在手,管理胸有成竹;但是企业管理是一个实践性很强的工作,管理又是一门艺术,企业管理丛书只能教会读者思考问题的方法,不能代替读者的实践活动,成功的管理还要靠每一个人的实践。

再次感谢立信会计出版社总编孙时平、责任编辑周健临等同志,他们为这套丛书的设计和出版费尽心血,做了大量卓有成效的工作。没有他们的支持和帮助,这套企业管理丛书是不可能与大家见面的。如果丛书能够为提高中国的企业管理水平,增强中国企业的核心竞争力做出微薄的贡献,我们将感到欣慰。

华东师范大学商学院教授、博导

金润圭

2003年4月

前 言

如果说在产品供不应求的经济环境下,企业管理者感觉不到外部市场的压力,尚可依靠经验、关系或朦胧的经济学观念进行决策,也可以获得可观的收益,那么,今天在产品供过于求的市场上,经济全球化使竞争者来自世界各地,没有管理经济学的理性思考和分析显然难以在市场上立足。近十几年来,管理经济学课程日益盛行也就毫不奇怪了。

本书旨在为企业经营管理者进行理性思考,制定管理决策提供基本的工具和方法。书中提到的基本原理可能在每个人的日常生活中,尤其在企业管理者的日常工作中都有所体现,不过,经过管理经济学的系统学习,可以更快地掌握这些原理,而不需要再从失败中学习,大大节约学习成本及避免决策失误对企业造成的损失。

面对经济环境、市场状况以及管理者和普通学生的变化,本书力图贯彻以读者为中心、以市场为导向的原则,用语追求准确、简明和易懂。综合而言,本书主要有这样几个特点:

一是前沿性,可以说本书是作者近年来教学和实践工作相结合的产物。从教学中得到的反馈来看,现代学生的个性化特征越来越明显,不少本科学生已经不再满足于初级的管理经济学知识,希望能够接触一些更为深入的课题。从企业管理咨询的实践来看,企业管理者的层次有了很大的提高,对管理经济学知识的深度相应地也提出了更高的要求,希望通过管理经济学学到思考管理问题的新视角和新思路。因而本书介绍了一部分属于中高级管理

经济学的内容,在行文上力求深入浅出。这样安排的另一个好处是使授课教师有更大的选择余地,可以根据所教授学生的层次调整授课内容。

二是适用性,管理经济学与企业管理实践是息息相关的,本书在内容的选择上,既考虑了学科本身的系统性和完整性,也考虑了其适用性。书中有许多内容涉及管理实践中常用的概念和方法,并结合企业实际进行了深入的分析。

三是思考性,本书除了注重为学生提供已经管理实践确认和有用的知识以外,还增加了一些有一定理论深度的问题,一方面可以使学有余力的学生拓宽思路,深入思考一些问题;另一方面也突出地表达出管理经济学教学的基本原则,即向学生传授一种思考的方法,以此来驾驭纷繁复杂的经济现实。

本书共分为十五章,从内容上大致可以分为五个部分。第一部分即第一章和第二章。第一章主要介绍管理经济学的基本概念和方法,说明管理经济学基本性质和决策准则,此外在本章还介绍了管理决策中常用的优化方法。第二章主要介绍管理经济学中关于需求、供给和价格的基本概念,为后面章节的学习奠定基础。第二部分从第三章到第五章,着重介绍了在管理实践中常用的需求分析、需求弹性和需求函数估计。第三部分包括第六章到第八章三章内容,视角由消费者转向企业(生产者),介绍企业内部的投入产出关系、成本的性质及相互关系以及其在管理决策中的运用,本部分还介绍了生产函数和成本函数的经验估计问题。第四部分由第九章到第十二章构成,主要结合各种不同的市场结构类型对企业的管理决策进行了深入的分析。最后第十三章到十五章三章可以看作是本书的第五部分,主要介绍了企业的策略性行为 and 定价及其对管理决策的意义,企业在风险和不确定性的情况下如何进行决策,以及企业投资决策的基本概念和决策方法。

从某种意义上说,写教科书相当于以笔代口讲课,由口头授课

到落笔以文字表达出来,其中之甘苦自不待言。应该说,每每写作都是家人与我共同努力的结果,他们承担了繁重的家务,在此,我对他们付出的爱心表示深深的感谢。刚刚有些懂事的儿子有次问我,“你的书会有人买吗?”言语虽然直白而稚气,可对我却有深深的震撼,除了对自己写作期间未能与儿子多交流而感歉疚以外,还促使我写作中时时考虑读者的需要。此外,作者颇为担心的是写作前定下的目标太高,而最终成书未能如愿,因此若有词不达意或错漏之处,还要恳请读者批评指正。

本书写作期间得到华东师范大学工商管理系金润圭教授和叶守礼教授的悉心指导,尤其是金润圭教授,从写作提纲到内容以及整个书稿的文字等每个环节为我把关。在此谨对两位教授及所有关心和支持我的同事朋友表示感谢。

最后,对立信会计出版社的全力支持表示诚挚的谢意,同时对责任编辑周健临先生的出色工作表示由衷的钦佩,并对他的辛勤工作表示谢意。

孙斌艺

2003年4月

目 录

第一章 管理经济学的概念和方法	1
学习目标	1
第一节 管理经济学和管理决策	2
第二节 企业理论和经济利润	9
第三节 管理决策的最优化方法	15
本章小结	28
习题一	29
第二章 需求、供给、市场和价格概述	31
学习目标	31
第一节 需求及其变动	32
第二节 供给及其变动	42
第三节 均衡价格和市场价格	48
本章小结	59
习题二	60
第三章 需求和需求弹性	63
学习目标	63
第一节 需求弹性	64
第二节 需求价格弹性	65
第三节 需求收入弹性和交叉弹性	75
第四节 需求弹性估算与管理决策	78

本章小结	86
习题三	87
第四章 消费者行为理论	89
学习目标	89
第一节 无差异曲线	90
第二节 预算线	99
第三节 消费者均衡.....	104
第四节 需求曲线的推导.....	112
本章小结.....	115
习题四.....	116
第五章 市场调研和需求估计.....	118
学习目标.....	118
第一节 需求资料收集和市场调研.....	119
第二节 回归分析的基本技术.....	122
第三节 需求函数的经验估计.....	143
本章小结.....	151
习题五.....	152
第六章 生产理论.....	154
学习目标.....	154
第一节 生产函数和技术.....	155
第二节 短期生产函数.....	160
第三节 长期生产函数.....	167
第四节 规模报酬.....	179
本章小结.....	182
习题六.....	184

第七章 成本理论	186
学习目标.....	186
第一节 成本、机会成本和管理决策	187
第二节 短期成本函数.....	191
第三节 长期成本函数.....	200
本章小结.....	211
习题七.....	213
 第八章 生产函数和成本函数的经验估计	215
学习目标.....	215
第一节 生产函数的经验估计.....	216
第二节 成本函数的经验估计.....	224
本章小结.....	233
习题八.....	234
附 录.....	235
 第九章 完全竞争市场	239
学习目标.....	239
第一节 定义和特征.....	240
第二节 短期均衡.....	248
第三节 长期均衡.....	262
本章小结.....	271
习题九.....	273
 第十章 完全垄断市场	275
学习目标.....	275
第一节 定义和特征.....	276
第二节 短期均衡和长期均衡.....	285

第三节 垄断和反垄断·····	294
本章小结·····	300
习题十·····	301
第十一章 垄断竞争市场·····	303
学习目标·····	303
第一节 定义和特征·····	304
第二节 短期均衡和长期均衡·····	308
第三节 垄断竞争市场的几个典型模型·····	312
本章小结·····	319
习题十一·····	320
第十二章 寡头垄断市场·····	322
学习目标·····	322
第一节 定义和特征·····	323
第二节 合作性寡头垄断·····	331
第三节 非合作性寡头垄断·····	340
本章小结·····	349
习题十二·····	351
第十三章 策略性行为 and 定价·····	352
学习目标·····	352
第一节 合作和非合作策略性行为·····	353
第二节 价格歧视·····	366
第三节 定价策略·····	373
本章小结·····	381
习题十三·····	383

第十四章 风险和不确定性分析	385
学习目标.....	385
第一节 风险和不确定性的含义和衡量.....	386
第二节 预期效用和对待风险的态度.....	395
第三节 风险和不确定性下的决策.....	403
本章小结.....	412
习题十四.....	413
第十五章 投资分析	416
学习目标.....	416
第一节 投资分析的基本概念.....	417
第二节 投资成本.....	426
第三节 投资决策方法.....	431
本章小结.....	439
习题十五.....	440
主要参考文献	442

第一章 管理经济学的概念和方法

学习目标

通过本章学习,你应当能够:

1. 了解管理经济学的性质,理解管理经济学与微观经济学和宏观经济学的关系;
2. 了解管理决策的基本过程;
3. 掌握企业价值的基本思想和影响因素;
4. 了解企业理论的基本内容;
5. 掌握经济利润和利润最大化的含义;
6. 了解管理中的委托—代理问题;
7. 熟悉经济问题的表达方法;
8. 熟悉总值、平均值和边际值的关系;
9. 熟悉无约束和有约束的最优化方法。

一个人在一生的多数场合,都在进行着各种各样的决策,小到早餐吃什么,一本书是否值得阅读,是否选修一门课程,大到婚姻、职业、股票投资、住宅投资等等。在这些决策中或多或少、或明或暗地与经济问题相关,或者说与所拥有的资源如何分配相关。在一个组织中,尤其是经济组织中,管理者时时刻刻也在进行着经济决策,常见的决策可能包括产品定价、要素投入、新产品开发、广告、建立新工厂等。不同的经济组织进行经济决策面对的环境可能是千差万别的,涉及的产品种类也各不相同,决策者的个性迥异,不过,经济组织的决策者自觉或不自觉地都在运用管理经济学的基本

本原则来判断某一方案的可接受性。管理经济学就是系统地研究如何运用经济学的基本分析方法来制定管理决策,而且,在现代工商企业中,管理经济学已成为辅助管理决策的基础性工具和方法。

本章主要介绍管理经济学的基本概念和方法。首先说明管理经济学的性质,阐述管理经济学与其他学科之间的相互关系,并介绍管理决策的准则——企业价值最大化问题。其次阐述现代经济理论中对企业的性质和边界、利润最大化以及委托—代理等问题的认识。最后介绍管理决策在无约束条件和约束条件下的最优化方法。

第一节 管理经济学和管理决策

简单地讲,管理经济学是一门运用经济学理论和决策学的分析方法解决工商企业经济决策问题的学科。经济学理论重点在于解释人们的经济行为,而管理经济学则侧重于为管理者提供一种分析工具。决策学关注解决管理决策问题的具体性细节,而管理经济学则是运用最优化技术帮助管理者决定最优行动方案。本节重点阐述管理经济学的性质、在企业管理决策过程中的地位以及管理决策的基本准则。

一、管理经济学的性质

在企业经营管理过程中,管理经济学的基本原理提供了运用经济理论解决各种决策问题的工具,其中大量的经济分析方法来源于经济学理论。对于经济学,从定义上说是指“研究我们社会中的个人、厂商、政府和其他组织如何进行选择,以及这些选择如何决定社会资源的使用方式”^①的一门学科。现代经济学主要包括

^① 引自[美]斯蒂格利茨著,梁小民、黄险峰译:《经济学》(第二版),中国人民大学出版社2000年9月第2版,第10页。