

工商管理硕士
(MBA)教材新系

管理 经济学

Management
Economics

MBA

汤伟钢 编著



东北财经大学出版社

Dongbei University of Finance & Economics Press

工商管理硕士
(MBA) 教材新系

管		理
经	济	学

汤伟钢
编著

东北财经大学出版社

大 连

© 汤伟钢 2003

图书在版编目 (CIP) 数据

管理经济学 / 汤伟钢编著 .— 大连 : 东北财经大学出版社, 2003.4

(工商管理硕士 (MBA) 教材新系)

ISBN 7-81084-183-1

I. 管… II. 汤… III. 管理经济学-研究生-教材
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 061069 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 4710523

营销部: (0411) 4710711

网址: <http://www.dufep.com.cn>

读者信箱: dufep@mail.dlptt.ln.cn

东北财经大学印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 165mm×230mm 字数: 462 千字 印张: 25 1/2

印数: 1—5 000 册

2003 年 5 月第 1 版

2003 年 5 月第 1 次印刷

责任编辑: 于印辉

责任校对: 刘铁兰

封面设计: 张智波

版式设计: 刘瑞东

定价: 36.00 元

“工商管理硕士（MBA）教材新系” 编写指导委员会

主任

吴世农 厦门大学管理学院院长，教授

副主任

席酉民 西安交通大学副校长，教授

徐二明 中国人民大学管理学院院长，教授

秘书长

于立 东北财经大学 MBA 学院院长，教授

委员

（以姓氏笔画为序）

王方华 上海交通大学管理学院常务副院长，教授

李维安 南开大学国际商学院院长，教授

李一军 哈尔滨工业大学管理学院院长，教授

陈荣秋 华中理工大学管理学院院长，教授

陈收 湖南大学国际商学院院长，教授

杨德礼 大连理工大学系统工程研究所所长，教授

赵曙明 南京大学商学院院长，教授

赵锡斌 武汉大学管理学院副院长，教授

赵景华 山东大学管理学院院长，教授

高闯 辽宁大学工商管理学院院长，教授

蓝海林 华南理工大学工商管理学院院长，教授

魏明海 中山大学管理学院院长，教授

总序

我国 1991 年开始试办 MBA 教育并正式设立工商管理硕士 (MBA) 学位。自全国首批招生不足百人到 2000 年招生逾万人, MBA 已经成为当今社会上频繁出现的名词, 其地位和重要性也逐渐得到社会的承认和重视。

为巩固 MBA 教育的良好基础和发展形势, 2000 年国务院学位委员会委托“中国研究生教育发展中心”, 组织专家对授予试办资格的前两批共 26 所院校进行 MBA 教育教学合格评估, 2001 年又对第三批 28 所院校进行了教学合格评估。从评估的效果和结果看, 我国的 MBA 教育已经取得了丰富的经验和长足的发展, 并成为我国培养高层次管理人才的重要渠道。

尽管如此, 中国现有的 MBA 规模与整个国家的人口规模和经济发展的要求还很不相称。特别是在经济日益全球化的今天, 中国的 MBA 和 MBA 教育如何在与世界接轨的过程中, 充分地体现出自己的优势和特色, 无疑是一个新的挑战 and 机遇。现在, 中国已经加入了世界贸易组织 (WTO), 如何迅速培养出适合我国需要又符合国际标准的 MBA 对我国今后的经济发展至关重要。

在 MBA 的培养过程中, 教材建设 (包括案例建设) 是个重要环节。全国 MBA 教育指导委员会和具有 MBA 学位授予资格的院校对此给予了高度的重视。东北财经大学出版社曾经在引进国际权威 MBA 教材方面做出了卓有成效的工作, 在我国 MBA 教育界产生了重大影响。现在, 该社又聘请国内著名专家组成编写指导委员会, 并遴选国内著名院校具有丰富 MBA 教学经验 (并且有博士学位) 的骨干教师, 编写出版了这套“工商管理硕士 (MBA) 教材新系”。

丛书的编写过程, 充分体现了 MBA 教育的特点, 并在以下的几个方面进行了有益的尝试:

1. 力求兼顾各方面需要。既考虑 MBA 教学的特点, 又考虑授课教师的需要, 同时也尽量适用于企业管理者自学。因此, 教材强调理论体系的清晰完整, 同时也突出其实践性和实用性, 争取做到二者完美的结合, 最大限度地增加教材中的案例、专栏和实验, 使教材具有相当的深度和广度。
2. 尽量按现代 MBA 教学模式进行编写。这套教材首先保证贯彻科学合理

的思考方法，然后是传授知识，尽可能地提供各种教学支持和其他便利，并与先进的教学方法相适应。

3. 力求既要符合国际惯例，又要适合我国国情，在整体上适应更高层次的需要。中国加入世界贸易组织（WTO）之后，不仅国内的 MBA 学生需要更多地了解国际惯例，而且会有越来越多的外国人攻读中国的 MBA 学位或参加有关培训。因此，我们自己编写的教材应该在管理文化与法律环境等方面充分体现中国特色，在“国际化”的同时，坚持“本土化”，保证其良好衔接与融合。

总之，基于这套教材的上述特点，加之参编院校及各位作者在 MBA 教育教学方面的雄厚基础，以及东北财经大学出版社引进出版国际权威 MBA 教材的成功运作经验，我们相信它的出版必将对我国 MBA 教育产生积极的推动作用。当然，书中不可避免会存在一些疏漏甚至谬误，诚恳地欢迎有关专家和读者提出批评建议。

《工商管理硕士（MBA）教材新系》编委会
2001 年 12 月

前言

工商管理硕士(MBA)的培养在中国是一项非常年轻且带有开拓性的事业,而工商管理硕士教材的建设在中国更是一种大胆的尝试。这种尝试一方面努力把欧美基于成熟市场经济之上的成功管理经验和经济学先进研究手段本土化;另一方面是要努力创新,把中国市场经济的特有环境,中国企业特有的管理经验上升到经济学和管理学理论的高度,融合到自己编写的 MBA 教材中;这样才能使我们培养的 MBA 有较高的实际判断和决策能力。

本书正是根据上述两方面的目的,结合国家教育部工商管理硕士学位组关于管理经济学教学大纲的要求,为工商管理硕士学位课程管理经济学编写的教材。本教材以企业经营管理活动为对象,阐明了企业经营决策所依据的经济学原理,并研究了如何在特定经济环境约束下,最有效地利用有限的资源实现企业目标,其突出特点是注重实证研究。

本教材内容包括市场机制、需求理论、生产理论、成本理论、企业行为、市场结构、定价原理、政府职能等八个部分,以提高经理人在市场经济条件下的管理决策理性思维能力为主线,把业务知识、方法集成、哲理升华、企业行为结合起来。同时,本书参考了 20 世纪 90 年代以来中外相关教材和论著,并为适应 MBA 案例教学的需要而渗透了大量最新国内案例分析和讨论,加入了笔者多年思考和创新的思想,并在每章开头引入目标,结尾引入提要、关键词、思考题和综合案例。

由于管理经济学是工商管理硕士学位的基础理论性课程。教材的重点在于塑造市场经济条件下经理人决策中的理性思考,故建议在教学方法上注意培养学习者理论联系实际的能力,具体地说就是数学分析能力、案例分析能力、整合分析能力。

全书虽然完全由我设计提纲、准备材料、写作、统稿,但是,在写作过程中,得到笔者所在单位——天津大学管理学院领导的关心和支持,以及大连理工大学 MBA 系列教材编委会的指导和帮助。陈通教授、尹贻林教授、赵黎明教授、赵国杰教授等同事对大纲、内容、文字等都提出大量宝贵意见。在教学过程中,历届的 MBA 学生也提出许多中肯的改进意见。天津理工大学严玲老

2 管理经济学

师为全书的文字、图表、计算机录入、修改等做出了大量的工作。在此一并表示由衷的谢意，没有他们的大力帮助，本教材不可能如此顺利地和大家见面。

如前所述，MBA教材建设在中国还处于尝试阶段，加之笔者的水平有限，书中一定还存在着许多缺陷和差错。我也期待着广大读者和前辈能及时给予批评指正。

编 者
2002年8月

目录

第1章 管理经济学绪论	1
□ 本章目标	1
1.1 管理经济学的性质与范围	1
1.2 市场供求与市场体制	13
□ 案例分析	40
□ 本章小结	40
□ 关键概念	42
□ 思考题	42
□ 补充阅读材料	43
第2章 需求分析	44
□ 本章目标	44
2.1 需求理论	44
2.2 需求弹性	67
2.3 需求的估计与预测	85
□ 案例分析	94
□ 本章小结	94
□ 关键概念	96
□ 思考题	96
□ 补充阅读材料	98
第3章 生产分析	100
□ 本章目标	100
3.1 生产函数	101
3.2 具有一种变动投入要素的生产过程	107
3.3 两种可变要素的投入	113
□ 本章小结	135
□ 关键概念	136

☐ 思考题	137
☐ 补充阅读材料	137
第4章 成本分析	139
☐ 本章目标	139
4.1 企业成本与利润	140
4.2 短期成本	148
4.3 长期成本	161
4.4 现代成本理论	173
☐ 本章小结	176
☐ 关键概念	178
☐ 思考题	178
☐ 补充阅读材料	179
第5章 企业行为	182
☐ 本章目标	182
5.1 企业的性质、目标	182
5.2 产权制度	194
5.3 委托代理理论	203
☐ 本章小结	210
☐ 关键概念	212
☐ 思考题	212
☐ 补充阅读材料	212
第6章 市场结构	215
☐ 本章目标	215
6.1 市场结构概述	215
6.2 完全竞争市场	217
6.3 完全垄断市场	234
6.4 垄断竞争	247
6.5 寡头垄断	260
☐ 本章小结	277
☐ 关键概念	279
☐ 思考题	280
☐ 补充阅读材料	282

第7章 定价分析	285
□ 本章目标	285
7.1 定价概论	285
7.2 常用定价法	296
7.3 要素价格的决定	324
7.4 公共品的定价	350
□ 本章小结	355
□ 关键概念	356
□ 思考题	356
□ 补充阅读材料	359
第8章 企业与政府	362
□ 本章目标	362
8.1 市场失灵	363
8.2 市场经济中的政府管制	373
□ 本章小结	388
□ 关键概念	389
□ 思考题	389
□ 补充阅读材料	390
参考文献	392

第 1 章

管理经济学绪论

【本章目标】

了解经济学的产生、含义、研究对象；掌握管理经济学的含义及其与经济学的区别，管理经济学的分析工具和分析方法，管理经济学的核心——市场的含义、规则，市场供求的基本特点及它们共同作用下的市场机制和市场均衡，这一理论对管制价格的应用。

管理经济学致力于运用经济学理论和计量经济学的方法解决企业决策问题，那么什么是经济学？什么是管理经济学？怎样用经济学理论和工具分析企业问题？企业及其所面对的经济环境是如何运行的？让我们首先从这里研究开来。

1.1 管理经济学的性质与范围

要想弄清楚管理经济学是什么，先得从了解经济学开始。

1.1.1 经济学 (economics)

1) 经济学的含义

任何一门学科的产生都有其客观必然性，对人类社会基本经济问题的认识

产生了经济学。

(1) 人类社会的基本经济问题

所谓人类社会面临的基本经济问题是人类需要的无限性和用来满足需要的各种资源的稀缺性 (scarcity) 之间的矛盾。

其中,人类需要是无限的,但有轻重之分。人类需要是指人们想要得到任何一种东西的欲望 (wants),是由许许多多基本需要组成的。美国心理学家马斯洛将人们的需要归纳为生理需要、安全需要、社会需要(也叫爱的需要)、尊重的需要和自我实现的需要等五个层次,在这一切需要中,生理需要处于最优先,最重要的地位,其余由低到高,依次产生。通常,当前一个层次的需要满足后就会产生更高一级的需要,这一过程是永远没有止境的,所以多多益善的偏好支配着人们日常消费行为。人们的需要具有随资源的丰富而不断发展的趋势,从这个意义上说,人类的需要是无限的。但是由于人类需要的满足依赖于一定的物质资源,需求层次越高,所耗费的资源就越多。因此当人们某一层次的需要没有足够的物质加以满足时,其需要也就停留在这个层次上,对这个层次的欲望也最为强烈,这就是说需要对不同的人、对同一个人的不同阶段有轻重之分。

另一方面,资源有限但每种又有多种用途。能用来满足人类需要的资源可以分为两类,自由取用物品 (free goods) 和经济物品 (economics goods)。前者如阳光、空气等,具有无限性,后者则是有限的,具有稀缺性。这类资源相对于人类需要的无限性而言显得稀缺,再多的经济物品总是不足的,经济学研究的是这一类稀缺性资源。每一种稀缺性资源都有多种用途,例如,玉米可以作为粗粮食用,也可以作为饲料养猪。当一种稀缺性资源被耗费用于一种用途时,它就丧失了用于其他用途的机会。

资源的稀缺性以及它的多种用途要求人们做出适当的选择,以便使资源得到充分有效的利用,使人类满足自己当前最大的需要。这样经济学就产生了。

(2) 经济学的定义

简言之,经济学就是研究如何实现稀缺资源最佳配置以使人类需要得到最大满足的科学。或者说,经济学就是研究如何节约资源和选择资源用途的科学。

在这里资源最优配置有两个含义:其一是如何最大限度的节约资源,即节约问题;其二是如何在众多的资源用途中,给每种资源选择一个最好的用途,即选择问题。

如图 1—1 所示,资源有成为资本品或消费品两种用途,资源全部用于资本品的生产可以生产出 Y_0 个产量,全部用于消费品生产,可以生产出 X_0 个产品,在这之间的组合见之于生产可能性曲线,它是利用全部资源所能生产的最

大生产可能曲线,是所有生产可能的边界。对于人的需求而言,不同的消费组合会产生不同的等欲望曲线,等欲望曲线上的每一点反映了一种消费组合,同一曲线上的各点满足欲望的程度相同,显然离原点越远的等欲望线,欲望满足程度越高。这样,在有限的生产可能的边界上,满足人的最大欲望的组合点,只能发生在生产可能曲线与等欲望曲线的切点上。这个切点就是资源配置的最佳组合点,它正是经济学要解决的问题。

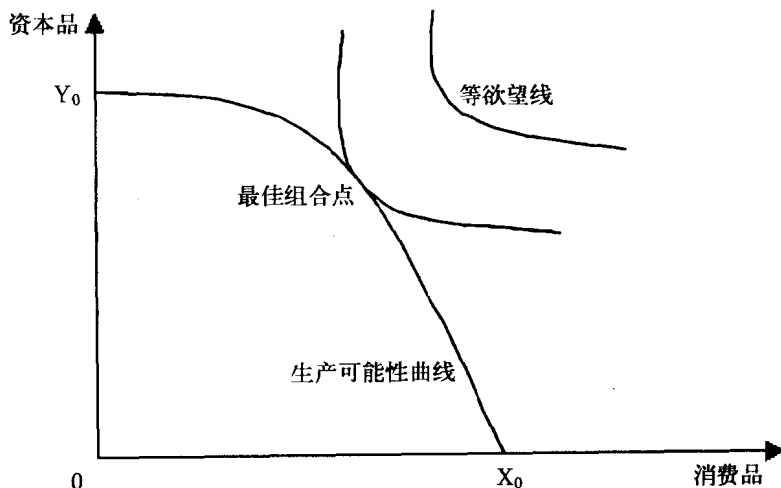


图 1—1 最佳的资源配置点

2) 经济学的研究对象

经济学的研究对象是人类社会所面临的基本经济问题,它又可以具体表述为微观经济学和宏观经济学的研究对象。

(1) 微观经济学的研究对象

首先,是生产什么的问题(what)。由于人类需要无限,而用来满足需要的资源有限,因此,如果社会生产某种商品越多就意味着其他商品生产的越少,每个社会必须准确地选择生产哪种物品,以及各种物品的产出量,以便最大限度地满足人们的需要。就企业而言涉及其经营中的研发和营销两个方面。

其次,是怎样生产的问题(how)。一种物品由不同生产资源和不同生产技术的组合来生产,如劳动和资本的不同组合能生产出同等数量的商品,因劳动和资本的价格而会产生不同的成本组合,究竟选择何种组合取决于资源的相对价格和生产的效率。所以在社会所需物品数量和构成既定条件下,需要研究成本最低而效率最高的组合进行生产。就企业而言涉及它的内部生产管理问题。

最后,是为谁生产的问题(who)。主要研究全部产品怎样在社会成员之间进行分配,由于资源的稀缺性和商品的有限性,决定了社会生产不可能满足社

会成员的所有需要，而只能根据各社会成员需要的轻重缓急以及各社会成员占有的稀缺性资源状况来进行分配。这涉及的是企业对生产要素持有者的支付和生产要素持有者根据所得收入获得社会产品的过程，是一个收入分配问题。

(2) 宏观经济学的研究对象

首先，是充分就业问题。即如何保证和促进社会的全部资源得到充分利用，使国民收入实现均衡稳定的问题，主要研究总需求、总产量、物价水平、失业率和经济周期等。

其次，是经济增长问题。即如何确定和实现社会经济发展所需要的经济增长水平，主要研究增长率、经济结构和经济发展问题等。

(3) 宏观经济学研究的区别

由二者的研究对象可知，微观经济学研究单个经济主体的经济行为和相应经济变量的确定，具体地说是研究单个企业如何把有限的资源分配于各种商品的生产之上以取得最大利润，以及单个消费者如何把有限的收入分配于各种商品消费之上以取得最大效用，研究商品市场和要素市场上均衡价格与数量是如何决定的，所以微观经济学属于个量分析，其所研究的问题中，“生产什么”取决于消费者的货币投票，即商品的价格；“为谁生产”取决于生产要素的供求关系所确定的要素价格；“怎样生产”取决于企业之间的竞争程度、收益与成本的比较，涉及要素价格、商品价格。这些都与价格机制如何运作有关，因此，价格理论是微观经济研究的核心。

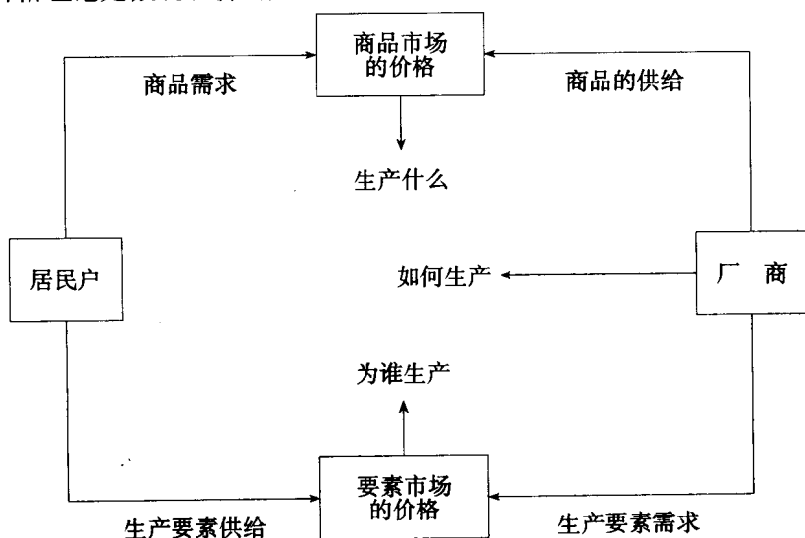


图 1-2 两部门经济模型

图 1—2 所示的两部门经济模型,概括了在市场经济中价格机制是如何解决基本经济问题的,据此微观经济学应包括:市场机制理论、消费者需求理论、生产者供给理论,市场结构理论,收入分配理论、一般均衡和政府微观经济职能理论六个理论。前五个理论是有关产品价格决定的理论分析,采用的是局部均衡分析,侧重资源配置的效率,最后一个理论采用一般均衡分析,并将公平与效率结合分析,同时针对市场失灵说明政府的一系列微观职能。

与微观经济学不同,宏观经济学以整个国民经济活动为研究对象,研究经济体系中各有关经济总量的决定及其变动。属于总量分析,其研究重点是充分就业和经济增长,以收入理论为其研究核心。

1.1.2 管理经济学

1) 管理经济学的含义

由经济学就可以衍生出来管理经济学,所谓管理经济学就是研究企业在一定宏观和微观经济环境下面临诸环境约束而如何将有限的资源最有效加以利用达到既定企业目标的科学。

因此,管理经济学是应用经济学的一个分支,它是以企业经济问题为出发点,应用经济学的基本原理和数学分析工具于商务和管理活动,在诸多可供选择的方案中选择最优的方案的学科,因此,它又是一门经济学和管理学的交叉学科。图 1—3 说明了管理经济学的研究过程。

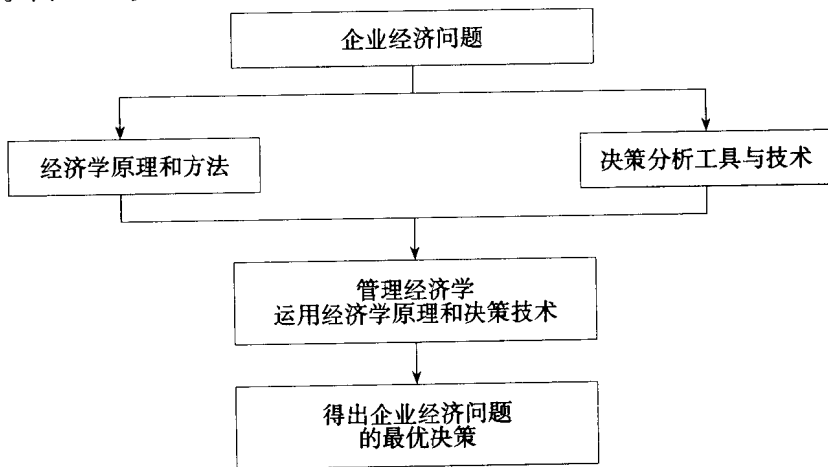


图 1—3 管理经济学的研究过程

2) 管理经济学的研究内容

(1) 经济环境研究

企业所面临的经济环境，包括微观经济环境和宏观经济环境。它们是管理经济学首先要考察的问题。宏、微观经济学也因此成为管理经济学的理论支柱。

企业面临的微观经济环境包括市场环境、供需力量和价格机制。市场环境包括生产要素市场（资源的可得性、技术水平）和产品市场环境等，供需力量包括对竞争者考察和营销管理，价格机制则是指企业控制价格的能力。

企业所面对的宏观经济环境是经济周期，经济增长，以及经济政策，如法规、调控政策和产业政策等。另外对于过渡时期的中国经济还多了一层对经济体制（计划或市场）的考察，也就是对制度环境研究。

[案例 1—1]

蓟县的绿色鸡繁殖

蓟县某村居民王民在土地承包到户的改革中，承包到一片荒山地。作为土地资源，王民实在不知道该如何开发，因此权作退耕还草、退耕还林之用。蓟县是天津市重点开发的旅游地区，有丰富的旅游资源，经常有游客到他家吃饭，而游客们主要目的是吃一些农家菜，因为这些东西没有农药和激素污染，是绿色食品。王民于是灵机一动，决定将荒山变成绿色鸡养殖场，他向农村信用社贷款 10 万元，搞起了荒山开发，种植了很多中草药和果树，然后将荒山围住，放养上大量的土鸡，用玉米为饲料，并建了很多鸡窝。游客可以进山寻找鸡蛋，然后按价购买。而荒山上的很多鸡蛋也招来了北京许多宾馆高价收购，2002 年王民决定承包更大的荒山养殖绿色鸡。

这则案例告诉我们，荒山资源只要要在一定的经济环境下，巧加利用，也可以创造出巨大的效益来。那么企业对于周围的经济环境如何加以利用以更好地开发自己的资源呢？

(2) 最优经济决策

决策科学是管理经济学的另一理论基础，因此，管理经济学十分注重用数理经济学和计量经济学的分析工具来论证在一定企业目标下如何进行最优决策。

3) 学习管理经济学的意义

管理经济学向管理者提供了有关决策制定过程经济思维的概念框架，培养管理者的经济直觉感，对观察和遇到的问题进行经济分析，激发想象，理性创新，提高管理者在市场经济条件下管理决策的能力与水平。

(1) 有利于管理者正确做出企业经营管理决策

在市场经济条件下，企业经理人一方面要有一定的实践经验，另一方面要自觉运用经济管理理论框架，提高自己的决策水平。例如，企业在发展中总会