



21st CENTURY
实用规划教材

21 世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材

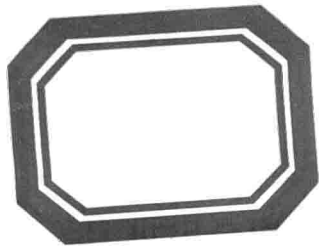
管理经济学

(第2版)

主 编 / 姜保雨



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



等院校财经管理系列实用规划教材

管理经济学(第2版)

主 编 姜保雨

副主编 赵明铎 翟 璇



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书在对国内外管理经济学理论与思想体系进行充分、全面研究的基础上,结合编者多年来从事管理经济学教学的实践经验,精心选编大量实际案例,对管理经济学的基本理论与方法从定性到定量进行了较为全面、完整的阐述。全书以微观经济理论为基础,侧重于企业行为,借助于决策科学的方法和工具,指导企业高效率地配置稀缺资源,帮助经理人员制定出能使企业目标得以实现的经营决策。本书主要内容包括市场运行分析、消费者行为理论、企业生产决策分析、企业成本与利润分析、完全竞争市场的价格与产量决定、完全垄断市场的价格与产量决定等。本书的重点在于对微观经济学和企业决策的基本概念的掌握,对培养学员的经济学思维很有帮助,是其他经济管理类课程的基础和入门课程。

本书可以作为高等院校管理类、经济类专业本科生的教材,也可以作为各类企事业单位管理人员培训以及社会自学者的必读参考书。

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学/姜保雨主编. —2版. —北京:北京大学出版社, 2014. 9

(21世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材)

ISBN 978-7-301-24786-0

I. ①管… II. ①姜… III. ①管理经济学—高等学校—教材 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 207352 号

书 名: 管理经济学(第2版)

著作责任者: 姜保雨 主编

策 划 编 辑: 李 虎 王显超

责 任 编 辑: 翟 源

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-24786-0/C · 1044

出 版 发 行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博: @北京大学出版社

电 子 信 箱: pup_6@163.com

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 21.75 印张 500 千字

2008 年 8 月第 1 版

2014 年 9 月第 2 版 2014 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 42.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

21 世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材

专家编审委员会

主任委员 刘诗白

副主任委员 (按拼音排序)

韩传模

李全喜

王宗萍

颜爱民

曾 旗

朱廷珺

顾问 (按拼音排序)

高俊山

郭复初

胡运权

万后芬

张 强

委员 (按拼音排序)

程春梅

邓德胜

范 徵

冯根尧

冯雷鸣

黄解宇

李柏生

李定珍

李相合

李小红

刘志超

沈爱华

王富华

吴宝华

张淑敏

赵邦宏

赵 宏

赵秀玲

法律顾问 杨士富

丛 书 序

我国越来越多的高等院校设置了经济管理类学科专业，这是一个包括理论经济学、应用经济学、管理科学与工程、工商管理、公共管理、农林经济管理、图书馆、情报与档案管理 7 个一级学科门类和 31 个专业的庞大学科体系。2006 年教育部的数据表明，在全国普通高校中，经济类专业布点 1518 个，管理类专业布点 4328 个。其中除少量院校设置的经济管理专业偏重理论教学外，绝大部分属于应用型专业。经济管理类应用型专业主要着眼于培养社会主义国民经济发展所需要的德智体全面发展的高素质专门人才，要求既具有比较扎实的理论功底和良好的发展后劲，又具有较强的职业技能，并且又要求具有较好的创新精神和实践能力。

在当前开拓新型工业化道路，推进全面小康社会建设的新时期，进一步加强经济管理人才的培养，注重经济理论的系统化学习，特别是现代财经管理理论的学习，提高学生的专业理论素质和应用实践能力，培养出一大批高水平、高素质的经济管理人才，越来越成为提升我国经济竞争力、保证国民经济持续健康发展的重要前提。这就要求高等财经教育要更加注重依据国内外社会经济条件的变化，适时变革和调整教育目标和教学内容；要求经济管理学科专业更加注重应用、注重实践、注重规范、注重国际交流；要求经济管理学科专业与其他学科专业相互交融与协调发展；要求高等财经教育培养的人才具有更加丰富的社会知识和较强的人文素质及创新精神。要完成上述任务，各所高等院校需要进行深入的教学改革和创新，特别是要搞好有较高质量的教材的编写和创新工作。

出版社的领导和编辑通过对国内大学经济管理学科教材实际情况的调研，在与众多专家学者讨论的基础上，决定编写和出版一套面向经济管理学科专业的应用型系列教材，这是一项有利于促进高校教学改革发展的重要措施。

本系列教材是按照高等学校经济类和管理类学科本科专业规范、培养方案，以及课程教学大纲的要求，合理定位，由长期在教学第一线从事教学工作的教师编写，立足于 21 世纪经济管理类学科发展的需要，深入分析经济管理类专业本科学生现状及存在的问题，探索经济管理类专业本科学生综合素质培养的途径，以科学性、先进性、系统性和实用性为目标，其编写的特色主要体现在以下几个方面：

(1) 关注经济管理学科发展的大背景，拓宽理论基础和专业知识，着眼于增强教学内容与实际的联系和应用性，突出创造能力和创新意识。

(2) 体系完整、严密。系列涵盖经济类、管理类相关专业以及与经管相关的部分法律类课程，并把握相关课程之间的关系，整个系列丛书形成一套完整、严密的知识结构体系。

(3) 内容新颖。借鉴国外最新的教材，融会当前有关经济管理学科的最新理论和实践经验，用最新知识充实教材内容。

(4) 合作交流的成果。本系列教材是由全国上百所高校教师共同编写而成，在相互进行学术交流、经验借鉴、取长补短、集思广益的基础上，形成编写大纲。最终融合了各地

特点,具有较强的适应性。

(5) 案例教学。教材融入了大量案例研究分析内容,让学生在学习过程中理论联系实际,特别列举了我国经济管理工作中的大量实际案例,这可大大增强学生的实际操作能力。

(6) 注重能力的培养。力求做到不断强化自我学习能力、思维能力、创造性解决问题的能力以及不断自我更新知识的能力,促进学生向着富有鲜明个性的方向发展。

作为高要求,经济管理类教材应在基本理论上做到以马克思主义为指导,结合我国财经工作的新实践,充分汲取中华民族优秀文化和西方科学管理思想,形成具有中国特色的创新教材。这一目标不可能一蹴而就,需要作者通过长期艰苦的学术劳动和不断地进行教材内容的更新才能达成。我希望这一系列教材的编写,将是我国拥有较高质量的高校财经管理学科应用型教材建设工程的新尝试和新起点。

我要感谢参加本系列教材编写和审稿的各位老师所付出的大量卓有成效的辛勤劳动。由于编写时间紧、相互协调难度大等原因,本系列教材肯定还存在一些不足和错漏。我相信,在各位老师的关心和帮助下,本系列教材一定能不断地改进和完善,并在我国大学经济管理类学科专业的教学改革和课程体系建设中起到应有的促进作用。

刘诗白

2007年8月

刘诗白 现任西南财经大学名誉校长、教授,博士生导师,四川省社会科学联合会主席,《经济学家》杂志主编,全国高等财经院校《资本论》研究会会长,学术团体“新知研究院”院长。

前 言

管理经济学是为企业经营管理者提供理论基础的一门应用经济学,其将微观经济学理论与经济分析方法应用于企业经营管理,以实现企业资源的最佳配置,从而在经济理论研究与企业决策实践之间架设一座桥梁。但目前许多管理经济学教材,相对于应用型人才的培养定位与学习群体的学习基础而言,其内容还是偏难,尤其是许多较深数学知识的运用,使得不少学生因畏难而退却,影响了学习的效能。因此,本书在编撰过程中力图体现以下特色。

(1) 内容选取的应用性与实践性。在简明阐述微观经济学基本原理的基础上,着重探讨经济学基本原理在管理决策中的应用。特别是精心选编大量现实生活的案例,注重理论联系实际,突出管理经济学的应用性质,用实例说明如何在管理决策实践中运用经济学原理,提高读者分析实际问题 and 从事管理决策的能力,同时,也在一定程度上起到提供资料信息和拓宽视野的作用。

(2) 内容表述的通俗性与严谨性。对于基本概念和基本原理的文字表述力求严谨规范,而具体展开叙述则力求通俗易懂,用文字、图表和数学的合理组合来对课程的基本内容进行深入浅出的解说,增强了教材的可读性,并体现了基础性。

(3) 内容编排的适教性与自学性。采用“教辅合一型”,即把主教材、学习指导和学习参考融为一体。每章章首有“教学目标”、“教学要求”,章末附有本章小结,用最简明的语言概括基本概念的要义和每章内容的重点,并设计了相关的习题,帮助读者系统复习和巩固所学内容。

另外,本书第2版与第1版相比做了部分改动:第1章“管理经济学概述”改为“导论”,并增加了“管理经济学原理”的内容,便于在学习过程中全面把握和系统了解管理经济学;第2章“需求与供给分析”改为“市场运行分析”,并对部分内容进行了调整,同时,为了保证内容的完整性也增加了“供给弹性”的内容;为了使前后逻辑关系更为合理,把第1版的第9章与第10章的顺序进行了调换;最后,为了保持内容的时效性,对所有章节的例题和案例均进行了更新,特别是案例的选取,都是近几年发生在我们身边的实际案例,有助于做到理论联系实际,并在每章开始都加入了导入案例以便将问题形象化,从而可以直接引出该章的教学内容。

本书编写分工如下:姜保雨负责编写第1、2、6、8、11、12章;赵明铎负责编写第3、5、10章;翟璇负责编写第4、7、9章。

本书由姜保雨负责拟定提纲、总纂全书和最后定稿。

在本书的编写过程中,参阅和借鉴了大量文献资料,并得到了有关部门和专家的大力支持,在此一并表示感谢!

由于编者水平有限,书中不妥之处敬请广大读者批评指正。

编 者
2014年6月

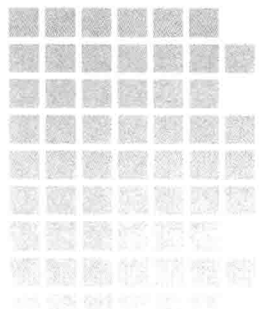
目 录

第 1 章 导论	1	2.1.2 影响需求的因素	25
1.1 管理经济学的研究对象和性质	3	2.1.3 需求函数与需求曲线	27
1.1.1 管理经济学的含义	3	2.1.4 需求的变动与需求量的 变动	29
1.1.2 管理经济学的研究对象	4	2.2 供给分析	30
1.1.3 管理经济学与微观经济学的 关系	5	2.2.1 供给与供给量	30
1.1.4 学习管理经济学的目的和 意义	6	2.2.2 影响供给的因素	30
1.2 管理经济学的研究方法	6	2.2.3 供给函数与供给曲线	31
1.2.1 边际分析法	6	2.2.4 供给的变动与供应量的 变动	32
1.2.2 均衡分析法	11	2.2.5 供求法则	33
1.2.3 数量经济模型	14	2.3 市场均衡分析	33
1.2.4 抽象分析法	15	2.3.1 均衡价格与均衡数量的 决定	34
1.3 管理经济学原理	15	2.3.2 需求与供给变动对均衡的 影响	35
1.3.1 原理一：人们面临权衡 取舍	16	2.4 弹性及其应用	37
1.3.2 原理二：某种东西的成本是 为了得到它所放弃的东西	17	2.4.1 需求价格弹性	37
1.3.3 原理三：理性人考虑 边际量	17	2.4.2 影响需求价格弹性的因素	40
1.3.4 原理四：人们会对激励做出 反应	18	2.4.3 需求价格弹性的应用	40
1.3.5 原理五：贸易能使每个人 状况更好	18	2.4.4 需求收入弹性	42
1.3.6 原理六：市场通常是组织 经济活动的一种好方法	19	2.4.5 需求交叉弹性	45
1.3.7 原理七：政府有时可以改善 市场结果	19	2.4.6 供给弹性	46
本章小结	21	2.5 需求估计与需求预测	48
习题	21	2.5.1 需求估计与方法	48
第 2 章 市场运行分析	23	2.5.2 需求预测与方法	50
2.1 需求分析	24	本章小结	56
2.1.1 需求与需求量	24	习题	56
2.1.2 影响需求的因素	25	第 3 章 消费者行为理论	60
2.1.3 需求函数与需求曲线	27	3.1 边际效用分析	61
2.1.4 需求的变动与需求量的 变动	29	3.1.1 效用、总效用与边际效用	61
2.2 供给分析	30	3.1.2 边际效用递减规律	64
2.2.1 供给与供给量	30	3.1.3 消费者均衡	65
2.2.2 影响供给的因素	30	3.1.4 消费者剩余	66
2.2.3 供给函数与供给曲线	31		
2.2.4 供给的变动与供应量的 变动	32		
2.2.5 供求法则	33		
2.3 市场均衡分析	33		
2.3.1 均衡价格与均衡数量的 决定	34		
2.3.2 需求与供给变动对均衡的 影响	35		
2.4 弹性及其应用	37		
2.4.1 需求价格弹性	37		
2.4.2 影响需求价格弹性的因素	40		
2.4.3 需求价格弹性的应用	40		
2.4.4 需求收入弹性	42		
2.4.5 需求交叉弹性	45		
2.4.6 供给弹性	46		
2.5 需求估计与需求预测	48		
2.5.1 需求估计与方法	48		
2.5.2 需求预测与方法	50		
本章小结	56		
习题	56		

3.2 无差异曲线分析	68	4.6.3 技术进步	112
3.2.1 序数效用论	68	4.6.4 范围经济	113
3.2.2 无差异曲线的含义和特点 ..	68	本章小结	114
3.2.3 边际替代率	72	习题	115
3.3 消费者最优选择分析	73	第5章 企业成本与利润分析	117
3.3.1 预算线	73	5.1 成本的含义与类型	118
3.3.2 消费者最优选择——效用 最大化	73	5.1.1 成本的含义	118
3.3.3 替代效应、收入效应与消费者 需求	74	5.1.2 成本的类型	119
本章小结	81	5.2 企业短期成本分析	121
习题	81	5.2.1 固定成本与可变成本	121
第4章 企业生产决策分析	84	5.2.2 总成本、平均成本与 边际成本	122
4.1 企业的性质与目标	85	5.2.3 各类短期成本的相互关系与 变动规律	123
4.1.1 企业的性质	85	5.2.4 成本函数与生产函数的 关系	125
4.1.2 企业在国民经济中的地位与 作用	87	5.3 企业长期成本分析	128
4.1.3 企业的目标	88	5.3.1 长期总成本	128
4.2 生产函数	91	5.3.2 长期平均成本	128
4.2.1 生产与生产要素	91	5.3.3 长期边际成本	130
4.2.2 生产函数及其分类	91	5.4 企业利润分析	130
4.3 短期生产分析	93	5.4.1 利润最大化原则	131
4.3.1 总产量、平均产量和边际 产量	93	5.4.2 贡献利润分析	132
4.3.2 边际收益递减规律	94	5.4.3 盈亏平衡分析	133
4.3.3 单一可变要素最优投入量的 确定	95	本章小结	140
4.4 长期生产分析	96	习题	140
4.4.1 等产量线	96	第6章 完全竞争市场的价格与产量 决定	143
4.4.2 等成本线	98	6.1 市场与市场结构	144
4.4.3 多种投入要素最优组合的 确定	99	6.1.1 市场结构的含义	144
4.5 企业生产要素最优组合分析	101	6.1.2 市场结构的决定因素	145
4.5.1 最优组合原理	101	6.1.3 市场结构的分类	145
4.5.2 最优组合方法	103	6.2 完全竞争市场企业的短期均衡	148
4.6 生产规模经济与范围经济	109	6.2.1 完全竞争市场上企业的需求 曲线	148
4.6.1 规模与收益的关系	109	6.2.2 完全竞争市场上企业的短期 决策	149
4.6.2 影响规模收益的因素	111		

6.3 完全竞争市场企业的长期决策	152	8.2 垄断竞争企业的价格和产量决定 ...	191
6.3.1 企业均衡的调整	152	8.2.1 垄断竞争企业的需求	
6.3.2 行业的长期供给曲线	153	曲线	191
6.4 完全竞争市场经济效率的评价	155	8.2.2 垄断竞争企业的短期	
本章小结	157	决策	193
习题	157	8.2.3 垄断竞争企业的长期	
第7章 完全垄断市场的价格与产量		决策	194
决定	160	8.3 垄断竞争与完全竞争和完全垄断的	
7.1 完全垄断市场的含义与特征	161	比较	196
7.1.1 完全垄断市场的含义	161	8.3.1 需求曲线和供给曲线	
7.1.2 完全垄断市场的特征	162	比较	196
7.1.3 完全垄断的根源及原因	162	8.3.2 经济效率比较	196
7.2 垄断企业均衡价格和产量的决定 ...	166	8.3.3 市场垄断程度比较	198
7.2.1 垄断企业的需求曲线	166	8.4 寡头垄断企业的价格和产量决定 ...	199
7.2.2 垄断企业的收益曲线	166	8.4.1 寡头垄断的含义与特征	199
7.2.3 垄断企业的短期均衡	168	8.4.2 寡头垄断市场的企业	
7.2.4 垄断企业的长期均衡	170	行为	201
7.2.5 垄断企业的供给曲线	171	8.5 博弈论与竞争策略	211
7.3 垄断企业的差别定价	172	8.5.1 博弈论	212
7.3.1 价格歧视的目的和条件	172	8.5.2 非价格竞争和博弈论	216
7.3.2 价格歧视的3种类型	173	8.5.3 卡特尔模型和重复博弈	217
7.3.3 价格歧视的影响和效率		本章小结	224
得失	177	习题	224
7.3.4 二重价	179	第9章 生产要素价格的决定	227
7.3.5 捆绑销售	180	9.1 生产要素与生产要素的需求	229
7.3.6 时间价格歧视和高峰价格		9.1.1 生产要素的需求与派生	
歧视	181	需求	229
7.4 垄断市场与完全竞争市场的比较 ...	181	9.1.2 完全竞争市场下企业对单个	
7.4.1 企业需求曲线比较	181	可变要素的需求	231
7.4.2 长期均衡比较	182	9.1.3 非完全竞争市场下企业对一种	
7.4.3 资源利用效率比较	182	可变要素的需求	232
7.4.4 垄断的效率损失	183	9.1.4 多种要素可以变动条件下	
7.4.5 垄断的社会效益	184	企业对要素的需求	233
本章小结	186	9.2 生产要素的供给与需求价格的	
习题	186	决定	234
第8章 垄断竞争与寡头垄断市场的		9.2.1 劳动供给曲线与工资的	
价格与产量决定	189	决定	235
8.1 垄断竞争市场的含义	190		

9.2.2 土地的供给曲线与地租的 决定	236	第 11 章 长期投资决策	278
9.2.3 资本的供给曲线与利息的 决定	238	11.1 投资决策概论	279
本章小结	247	11.1.1 投资的概念	279
习题	247	11.1.2 长期投资决策的基本 原则	280
第 10 章 定价实践	249	11.1.3 投资决策的一般过程	281
10.1 企业定价目标与定价程序	250	11.2 投资决策的基本方法	282
10.1.1 企业定价目标	250	11.2.1 货币的时间价值	282
10.1.2 企业定价程序	255	11.2.2 返本期法	285
10.2 成本加成定价法	256	11.2.3 内部收益率法	287
10.3 增量分析定价法	257	11.2.4 净现值法	290
10.4 差别定价法	258	11.3 投资决策中的风险分析	292
10.4.1 差别定价法的含义及 形式	258	11.3.1 企业风险的含义与特点	292
10.4.2 差别定价法的制定	259	11.3.2 企业风险分析的方法	294
10.5 多产品定价法	261	11.3.3 企业风险的防范	295
10.6 内部调拨定价法	264	本章小结	299
10.6.1 无外部市场的内部调拨 价格	264	习题	299
10.6.2 完全竞争的外部市场条件下的 内部调拨价格	266	第 12 章 市场失灵与政府规制	303
10.6.3 不完全竞争的外部市场条件下 的内部调拨价格	267	12.1 市场失灵及其原因	304
10.7 新产品定价法	268	12.1.1 市场失灵的含义	304
10.8 竞争中的价格策略	269	12.1.2 市场失灵的原因及种类	305
本章小结	275	12.2 对垄断的公共政策	324
习题	276	12.2.1 垄断形成的原因	324
		12.2.2 效率损失	325
		12.2.3 消费者剩余损失	325
		12.2.4 其他不利影响	325
		12.2.5 对垄断的公共政策	326
		本章小结	329
		习题	329
		参考文献	332



第1章



导论

教学目标

通过本章的学习,能正确理解管理经济学的内涵与研究内容,以及主要分析方法的含义,掌握管理经济学的主要分析方法所体现出的分析思维与框架,并能运用适宜的分析方法进行具体的经营决策。

教学要求

知识要点	能力要求	相关知识
管理经济学的研究对象和性质	(1) 会按照决策步骤进行简单的决策 (2) 能正确界定管理经济学与微观经济学的区别与联系	(1) 管理经济学的含义 (2) 管理经济学与微观经济学的关系 (3) 管理经济学的研究对象
管理经济学的研究方法	(1) 能掌握主要分析方法的分析思维与框架 (2) 会运用适宜的分析方法进行具体的经营决策	(1) 管理经济学主要分析方法的定义 (2) 主要分析方法的运用方向
管理经济学原理	(1) 能够概括管理经济学的主要内容 (2) 能够运用管理经济学原理解释现实社会现象	(1) 管理经济学的七个原理 (2) 七个原理的应用

导入案例

理性成就快乐:像经济学家那样思考

在日常生活中,每个人其实都在自觉不自觉地运用着经济学知识。比如在自由市场里买东西,我们喜欢与小商小贩讨价还价;到银行存钱,我们要想好是存定期还是活期。经济学对日常生活到底有

多大作用,有一则关于经济学家和数学家的故事可以参考。

故事说的是三个经济学家和三个数学家一起乘火车去旅行。数学家讥笑经济学家没有真才实学,弄出的学问还摆了一堆诸如“人都是理性的”之类的假设条件;而经济学家则笑话数学家们过于迂腐,脑子不会拐弯,缺乏理性选择。最后经济学家和数学家打赌看谁完成旅行花的钱最少。三个数学家于是每个人买了一张票上车,而三个经济学家却只买了一张火车票。列车员来查票时,三个经济学家就躲到了厕所里,列车员敲厕所门查票时,经济学家们从门缝里递出一张票说,买了票了,就这样蒙混过关了。三个数学家一看经济学家们这样就省了两张票钱,很不服气,于是在回程时也如法炮制,只买了一张票,可三个经济学家一张票也没有买就跟着上了车。数学家们心想,一张票也没买,看你们怎么混过去。等到列车员开始查票的时候,三个数学家也像经济学家们上次一样,躲到厕所里去了,而经济学家们却坐在座位上没动。过了一会儿,厕所门外响起了敲门声,并传来了查票的声音。数学家们乖乖地递出车票,却不见查票员把票递回来。原来是经济学家们冒充查票员,把数学家们的票骗走,躲到另外一个厕所去了。数学家们最后还是被列车员查到了,乖乖地补了三张票,而经济学家们却只掏了一张票的钱,就完成了这次往返旅行。这个故事经常被经济学教授们当作笑话讲给刚入门的大学生听,以此来激发学生们学习经济学的兴趣。但在包括经济学初学者在内的大多数人看来,经济学既枯燥又乏味,充满了统计数字和专业术语,远没有这则故事生动有趣;而且经济学总是与货币有割舍不断的联系,因此,人们普遍以为,经济学的主题内容是货币。其实,这是一种误解。经济学真正的主题内容是理性,其隐而不彰的深刻内涵就是人们理性地采取行动的事实。经济学关于理性的假设针对个人而不是团体。经济学是理解人们行为的方法,它源自这样的假设:每个人不仅有自己的目标,而且还会主动地选择正确的方式来实现这些目标。这样的假设虽然未必总是正确,但很实用。在这样的假设下发展出来的经济学,不仅有实用价值,能够指导我们的日常生活,而且这样的学问本身也由于充满了理性而足以娱人心智,令人乐而忘返。尽管我们在日常生活中时常有意无意地运用一些经济学知识,但如果对经济学知识缺乏基本的了解,就容易在处理日常事务时理性不足,给自己的生活平添许多不必要的烦扰。比如,刚刚买回车子,没过两天,这款车却降价了,大部分人遇到这种情况的时候都垂头丧气,心里郁闷得很;倘若前不久刚刚买了房子,该小区的房价最近却上涨了,兴高采烈是一般购房者的正常反应。这些反应虽然符合人之常情,但跌价带来的郁闷感觉却是错误的。

经济学认为,正确的反应应该是:无论是跌价,还是涨价,都应该感觉更好。经济学认为,对消费者而言,最重要的是你消费的是什么——房价、车价是多少以及其他商品的价格是多少。在价格变动以前,你所选择的商品组合(房子、车子加上用收入余款购买的其他商品)就是对你来说最好的东西。如果价格没有改变,你会继续这样的消费组合。在价格变化以后,你仍然可以选择消费同样的商品,因为房子、车子已经属于你了,所以,你不可能因为价格变化而感觉更糟糕。但是,由于房子、车子与其他商品的组合取决于房价、车价,所以,过去的商品组合仍然为最佳是不可能的。这就意味着现在还有一些更加吸引人的选择,因此,你的感觉应该更好。新的选择虽然存在,但你却更钟情于原来的最佳选择(原来的商品组合)。

在日常生活中,我们还常常烦扰于为什么别人挣得比自己多,总是觉得自己得到的比应得的少,而经济学却告诉我们这样的感觉是庸人自扰,也是错误的。经济学认为别人比自己挣得多是正常的,自己得到的就是应得的,如果自己不能理性地坦然面对,只会给自己的生活带来不必要的烦扰和忧愁。

我们之所以在日常生活中遇到这样那样的烦扰,主要还是因为对经济学有一些误解,这可能是经济学说起来比较简单的缘故。“供给与需求”、“价格”、“效率”、“竞争”等都是大家耳熟能详的经济学词汇,而且这些词汇的意思也是显而易见的,因此,很多时候,似乎人人都是经济学家。人们不敢

随便在一个物理学家或数学家面前班门弄斧,但在一个经济学家面前,谁都可以就车价跌了该高兴还是该郁闷等实际问题随意发表自己的见解。其实,经济学中有许多并非显而易见的内容,并不是每个人想象的那么简单。在经济学领域,要想从“我听说过”进入到“我懂得”的境界并不是件轻而易举的事情。

因此,掌握正确的经济学知识,将经济学思考问题的方法运用到日常生活中来,使我们能够更加理性地面对生活中的各种琐事,小到油盐酱醋,大到谈婚论嫁,从而也会减少生活中的诸多郁闷和不快,多一些开心,多一些欢笑。

1951年美国经济学家乔尔·帝恩(Joel Dean)的第一本管理经济学专著的出版,开创了运用经济学基本理论与方法指导企业经营管理决策的新篇章,同时也终结了传统经济学(主要是微观经济学)只停留在经验式的讨论上,缺乏有针对性地解决实际问题的历史。第二次世界大战之后,随着国内外市场竞争的加剧,企业界迫切要求提高企业经营决策水平,这门课的出现恰好适应了这种需要。因此,管理经济学很快被越来越多的国外商学院和管理学院确定为核心课程,并在培养和造就职业经理和商界领袖中起着不可替代的作用,同时也使管理经济学自身得到了迅猛的发展。

20世纪80年代初,管理经济学从国外传入我国。随着我国社会主义市场经济体制的建立和发展,从传统计划经济条件下的执行型管理到市场经济条件下的自主决策型管理的转变,加之面对的日益激烈的国际化竞争,企业要立于不败之地,不仅取决于资源数量的多少,更取决于资源配置的科学水平,这都迫切需要企业提高管理决策中理性思考和理性创新的水平,并对企业管理者提出了更高的要求。由此,管理经济学这门课程也从引入到普及,再到目前的创新与发展,得到了迅速的发展,并越来越显示出了它的重要性。

1.1 管理经济学的研究对象和性质

在学习管理经济学内容之前,首要任务就是要弄清这门课程的内涵,以及这门课程的研究对象和分析方法等一系列基本问题。

1.1.1 管理经济学的含义

管理经济学是把经济学的理论和经济分析方法应用于企业经营管理决策实践的一门应用经济学科。具体地说,管理经济学以经济学理论与方法为基础,并结合应用计量经济学和决策科学的方法与工具,为企业解决经营决策问题提供理论和工具,指导企业决策者高效率地配置稀缺资源,制定和实施能使企业目标得以实现的经营决策。由此可以看出,管理经济学具有较强的实践性和针对性,是一门应用经济学。

在理解管理经济学含义时还应正确把握两个方面的问题:①虽然管理经济学是应用经济学,但它并不提供解决具体现实问题的具体方案,而仅是提供在决策制定过程中的经济思维,这是由社会科学的属性所决定的;②虽然管理经济学的基础是经济学的理论和分析方法,而且运用的是管理决策的工具,但是管理经济学并不是经济学与管理决策学的简单相加,而是通过融合而形成的提炼与升华,从而成为以强化企业决策者在管理中的理性思

考与理性创新为主要目标的应用经济学。具体理解可通过下面对管理经济学的研究对象以及管理经济学与微观经济学的关系的学习而得到深化。

1.1.2 管理经济学的研究对象

由管理经济学的定义可以看出,管理经济学主要研究如何将经济学的理论与方法应用于企业管理决策实践中,即管理经济学主要研究管理过程中的决策问题。然而,现实企业管理中的决策则是多种多样且分属于不同的环节与部门的。如企业人力资源的培训与岗位聘任等人事决策、销售网络与销售战略的销售决策、产量与产品组合的生产决策等。因此,管理经济学研究的并不是企业管理中所有的决策问题,而仅仅是那些与企业资源合理配置有关的经济决策,又主要是产量决策和价格决策。

决策即选择,就是在许多备选可行方案中选择出最优方案。为了保证决策的科学性和有效性,决策工作必须按照其自身规律有序地进行。目前较为经典的决策程序主要有西蒙的决策3步骤、IBM的决策5步骤和德鲁克的决策6步骤等。在借鉴这些已有成果的基础上,本书将决策的过程分为以下5个步骤。模型如图1.1所示。

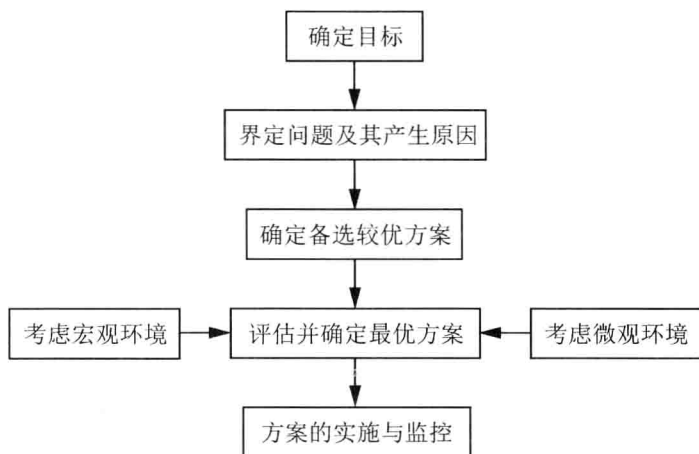


图 1.1 决策模型

(1) 确定目标。目标是决策的出发点,只有目标明确且具体才能保证决策方案的优化。在制定目标时,必须权衡该目标与其他多元目标之间的相互关系,明确主要目标与非主要目标的关系,并权衡目标执行的有利结果和不利结果,制定一个界限。由此,所确定的目标应具有可计量、可规定其期限和可以确定其责任者等基本特征。

(2) 界定问题及其产生原因。之所以要进行决策就是因为生产经营中存在与目标相悖的问题,决策就是为了解决问题。由此,在决策前必须清楚问题的所在,同时还要深层次地挖掘出哪些因素与此问题相关,这是影响拟定备选决策优劣的基础。

(3) 确定备选较优方案。备选方案是决策者用来达到目标的选择或手段。备选方案之间不一定是明显地相互排斥、相互取代或起着相同作用的,备选方案不一定是决策者从一开始就知道的选择,还包括那些后来才被发现的选项。然而,这也不是说要将所有可能的方案都一一罗列出来,而是要对那些可能解决问题的方案进行初选,只留下少数几个较优方

案以备进行精确评选最优方案即可,例如有些方案虽然也可以解决问题,但经粗略的计算就可以明显地看出其并不实用或在经济上不可行,则可以将其淘汰,不必列入备选方案了。

(4) 评估并确定最优方案。为了对留下的较优方案进行精确的评估,必须收集企业内外部的相关信息。如企业的生产、销售、资金、管理和客户服务,以及行业动态、国家宏观经济调控趋势等信息对选择最优方案都是至关重要的。与此同时,根据企业目标,运用定量、定性等分析方法对各种可能的方案进行分析和评价,并从中选出最优方案。

(5) 方案的实施与监控。将所决定的方案付诸实施是决策过程中至关重要的一步,因此在方案的实施过程中应做好以下4个方面的工作:①制定相应的具体措施,以保证方案的正确执行;②确保有关方案的各项内容被参与实施的人充分接受和彻底了解;③运用目标管理方法把决策目标层层分解,落实到每一个执行单位和个人;④建立重要工作的报告制度,以便随时了解方案的进展情况,及时调整行动,否则很可能产生严重的后果。因为虽然决策一开始是正确的,但是在实施过程中由于方案的前提条件和基础发生了改变,那么当初的最优方案就可能不再是最优方案,甚至变成不适宜方案,如果不随之调整决策,就必然导致失败。由此可见,方案在实施过程中必须建立有效的信息反馈与监督评价制度,以利于必要时对方案进行修复与调整,从而保证最优方案的正确性。

1.1.3 管理经济学与微观经济学的关系

管理经济学以微观经济学理论与方法为基础,并结合应用计量经济学和决策科学的方法与工具,为企业解决经营决策问题提供理论和工具,具有较强的实践性和针对性,是一门研究企业在市场经济中如何进行科学有效的经营决策的应用经济学。尽管如此,管理经济学与归属于理论经济学的微观经济学仍具有密切的联系,具体体现在两个方面:①管理经济学承袭了微观经济学的诸多假设、前提和分析方法;②它们都是以市场经济中的微观主体及其行为为主要研究对象。从某种程度上说,微观经济学是管理经济学的基础,而管理经济学是微观经济学向企业管理实践领域的应用性延伸。与此同时,管理经济学又有别于微观经济学,主要区别表现在6个方面,详见表1-1。

表 1-1 管理经济学与微观经济学的区别

	微观经济学	管理经济学
研究对象	抽象的企业的一般经济行为	现实的企业的经营决策
研究目的	揭示微观经济主体的行为,理解价格机制如何实现经济资源的优化配置	为企业管理者进行企业经营决策提供经济分析手段
研究内容	从微观经济活动主体的一般经济现象入手,研究经济的运行,侧重于均衡的理论分析	以企业经营管理为出发点,关注企业日常运行所面临的主要经济问题,侧重于决策所依据的经济学原理
研究视角	偏重于理论分析,其研究角度更倾向于社会分析	偏重于应用分析,其研究角度更倾向于企业与实证的分析
企业环境假设	假定企业环境、信息均为已知且不变	企业环境,尤其是外部环境信息不确定且不可控
企业目标假设	以“经济人”假设为基础的利润最大化	短期目标多样化,长期目标为企业价值最大化

对微观经济学与管理经济学的深入比较分析,更有助于学习者理解管理经济学的研究对象及其学科定位,即管理经济学是把微观经济学的基本原理和分析方法应用于企业管理决策实践的应用经济学科,同时也是一门经济学和管理学的交叉学科。

1.1.4 学习管理经济学的目的和意义

从对管理经济学含义的阐述和研究对象的界定,以及与微观经济学的对比分析,可以看出管理经济学为微观经济学某些部分的应用,其重点不是对经济理论的探讨,而是应用微观经济学的基本原理和分析方法解决管理决策实践中的问题,致力于提高企业经营管理人员的管理决策水平。因此,学习管理经济学的主要目的是为管理者提供经济分析方法与思维方式,以有助于管理者建立理性的决策思路,为管理者的管理决策提供分析框架,以利于提高管理决策理性设计水平,促使管理决策从主观经验到科学化、现代化的质的转变。

因此,学习管理经济学具有重要的意义,这不仅有助于培养和造就高素质的经营管理队伍,提高我国整体经营管理水平,加快我国现代企业制度的建立,而且也有助于加快实现我国经济增长方式的转变,同时还有助于提高我国企业在国际市场中的竞争力。

1.2 管理经济学的研究方法

管理经济学的研究方法主要有边际分析法、均衡分析法、数量经济模型和抽象分析法等。

1.2.1 边际分析法

“边际”一词的最原始含义是指事物在时间或空间上的边缘或界限,它是反映事物数量的一个概念。在经济学中,“边际”的最通俗的含义无非是指增加的、额外的或追加的。它既可以指某个变量在一定数量中已经加上去的最后一个单位,也可以指一定数量之外可能追加的下一个单位。例如一个人消费4块面包的边际效用,就是指4块面包的最后一块,即第4块面包提供的效用,而这第4块面包一定是他已经消费了3块面包后再追加消费的一块面包。如果用函数关系表述“边际”,则是指函数自变量发生变化而引起的因变量的增量,即函数的变化率,它研究两个变量的增量的比例关系。如在总收入(TR)函数中,总收入为因变量,产量(Q)为自变量, ΔTR 与 ΔQ 分别代表它们的增量,则边际收入(MR)的表达式为:

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$

边际收入表示当增加一个单位的产量时,总收入增加多少,即边际值表示自变量每变化一个单位,引起的因变量变化多少。

经济学中的边际分析法是基于各种经济现象之间存在的一定的函数关系,即某一因变量依存于一个或几个自变量的函数关系,并借助这种函数关系研究因变量随着自变量的变化而变化的程度,从而分析经济效果的一种分析方法。由于边际分析可以用微分求极值的