

MANAGERIAL ECONOMICS (THIRD EDITION)

管理经济学 (第三版)

MANAGERIAL ECONOMICS (THIRD EDITION)

吴德庆 马月才 编著

 中国人民大学出版社

管理经济学

(第三版)

吴德庆 马月才 编著

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

管理经济学/吴德庆, 马月才编著-3版.
北京: 中国人民大学出版社, 2003

ISBN 7-300-02279-0/F·679

- I. 管…
- II. ①吴… ②马…
- III. 管理经济学
- IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 006307 号

管理经济学

(第三版)

吴德庆 马月才 编著

出版发行 中国人民大学出版社
社 址 北京中关村大街 31 号 邮政编码 100080
电 话 010-62511242 (总编室) 010-62511239 (出版部)
010-62515351 (邮购部) 010-62514148 (门市部)
网 址 <http://www.crup.com.cn>
<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)
经 销 新华书店
印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司
开 本 787×965 毫米 1/16 版 次 1987 年 10 月第 1 版
2003 年 3 月第 3 版
印 张 25.25 印 次 2004 年 8 月第 4 次印刷
字 数 464 000 定 价 23.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

前 言

这本《管理经济学》教材早在 1987 年就已经出版，十多年来，深受广大师生和读者的欢迎。为求教材内容的不断完善，1996 年根据教学实践和学科的新发展，对它做过一次重大修订。现在这个版本，则是它的第二次修订本。

我们编写这本教材的目的有两个：一是向读者介绍微观经济学的基本理论和方法；二是探讨怎样运用这些理论和方法于企业管理决策的实践。这两个目的是互相联系、相辅相成的。但管理经济学是一门应用经济学，我们更着重于突出它的应用性。

在本书中，经济学理论的探讨力求从实际需要出发，少而精，重点放在市场机制运行的基本原理和在市场竞争条件下企业行为的一些基本规律上。运用经济学的理论，结合企业内外的具体环境探讨如何进行管理决策，是本书的中心。决策的基本方法是边际分析法，增量分析法则它是它的变型。考虑到边际分析法多偏重理论，增量分析法更接近实际，在这本书里，我们尽量做到两种方法并举。我们对这两种方法都作了较深入的探讨，它们作为科学的决策思想和决策方法，贯穿本书的始终。

本书在文字上力求深入浅出，清晰易懂。在数学上最高不超过初步微分，许多地方用的是简单的算术。在如何决策上，尽量做到理论上的探讨与实用的方法相结合。

本版与第二版相比，增加了许多新的内容，重要的有：在绪论，增加了企业

目标与经理行为；在第一章，增加了消费者选择理论作为附录；在第四章，增加了对利润最大化投入要素组合的探讨；在第五章，新增了规模经济性和范围经济性一节；在第六章，增加了市场结构的分类、市场进入障碍、非价格竞争和阻吓进入的策略等课题；在第八章，增加了净现值法和内部回报率法的比较和资本资产定价模型；考虑到在企业经营中风险分析的重要性，新增了第九章：企业决策中的风险分析。这一次修订还对书中的一些问题进行了改写，对许多章的复习思考题和作业题作了增补。

本次修订中，每章都增加了数量不等的案例，以帮助读者更具体地了解管理经济学的一些重要原理在现实生活中是怎样表现和运用的。这些案例大多是根据一些报章书刊上的有关资料整理、改写或节录的。在这里，谨向上述资料的作者表示深深的谢意。

本书的绪论、第一至第二章、第四至第十章由吴德庆编写，第三章由马月才撰写初稿，吴德庆定稿。案例由吴德庆和马月才编写。

尽管我们做了很大的努力，但由于水平有限，书中的错误和不当之处在所难免，衷心欢迎读者批评指正。

吴德庆

2002年9月

目 录

绪 论

第一节 管理经济学的对象和任务	1
第二节 管理经济学与企业管理决策	3
第三节 管理经济学的基本方法	5
案例 0—1 学习时间应当怎样分配?	11
第四节 社会主义市场经济体制下的企业	13
案例 0—2 阶段性战略目标, 指引海尔发展壮大	18
第五节 社会主义市场经济条件下的企业利润	19
案例 0—3 看电视的经济学	24
小结	25

第一章

市场供求及其运行机制	29
------------------	----

第一节 需求	29
案例 1—1 千方百计满足消费者的需要, 海尔空调 产销量再创新高	31
第二节 供给	36
第三节 供求法则和需求—供给分析	40
案例 1—2 彩管涨价的原因	43
案例 1—3 倒卖专家号, 屡打不绝	47
案例 1—4 房地产市场的供求分析	48
第四节 市场机制与社会资源的配置	48
案例 1—5 珠江三角洲的产业积聚	50
小结	51
附录 在需求曲线的背后: 消费者选择理论	54

第二章

需求分析	64
第一节 需求的价格弹性	65
案例 2—1 根据“ ϵ_P ”把生意做大——一则美国西南航空公司的 发家故事	76
第二节 需求的收入弹性	77
案例 2—2 背投彩电的收入弹性	79
第三节 需求的交叉价格弹性	79
案例 2—3 汽油价格与小型汽车的需求	82
小结	82

第三章

需求估计和需求预测	88
第一节 需求估计	88
案例 3—1 什么样的人丢什么样的垃圾	92

	第二节 需求预测	103
	小结	112
第四章		
	生产决策分析	119
	第一节 单一可变投入要素的最优利用	120
	案例 4—1 人多真的好办事吗?	125
	案例 4—2 国企改革中的减员增效	128
	第二节 多种投入要素的最优组合	129
	案例 4—3 技术效率与经济效率	142
	第三节 规模与收益的关系	143
	案例 4—4 上规模、降成本	147
	第四节 科布-道格拉斯生产函数	148
	第五节 生产函数和技术进步	150
	案例 4—5 技术进步不断推动成本降低	151
	小结	155
第五章		
	成本利润分析	160
	第一节 管理决策中几个重要的成本概念	160
	第二节 成本函数	163
	案例 5—1 为什么有些企业的短期平均变动成本在一定 产量范围内是不变的	169
	案例 5—2 塑胶大王王永庆的成功之路	174
	第三节 规模经济性和范围经济性	177
	案例 5—3 怎样确定餐厅的经营规模	178
	第四节 贡献分析法及其应用	182

第五节 盈亏分界点分析法及其应用	192
第六节 成本函数的估计	202
小结	208

第六章

市场结构和企业行为	215
第一节 市场结构的分类	215
第二节 完全竞争条件下的企业行为模式	216
案例 6—1 股票市场和完全竞争	226
第三节 完全垄断条件下的企业行为模式	227
第四节 垄断性竞争条件下的企业行为模式	231
案例 6—2 缤纷的美食世界	237
第五节 寡头垄断条件下的企业行为模式	238
案例 6—3 政府的广告禁令, 反使烟草业得利	247
案例 6—4 彩电业的价格战	248
案例 6—5 沃尔玛是怎样成长起来的?	250
第六节 销售收入最大化的企业行为模式	251
小结	255

第七章

定价实践	262
第一节 成本加成定价法	263
第二节 增量分析定价法	265
案例 7—1 大批量销售折扣价, 给生产厂和销售商带来 双赢	267
第三节 最优报价的确定	268
第四节 差别定价法	270

案例 7—2 暑期机票对师生优惠	273
第五节 多产品定价法	274
案例 7—3 感恩节的火鸡价格	276
第六节 中间产品转移价格的确定	280
案例 7—4 市场链管理法	286
小结	287

第八章

长期投资决策	293
第一节 投资概念及其决策过程	293
第二节 货币的时间价值	295
第三节 现金流量的估计	301
第四节 资金成本的估计	307
第五节 投资方案的评价方法	311
案例 8—1 在人力资本上的投资	316
第六节 投资决策原理和方法的应用	317
案例 8—2 吃“休克鱼”的兼并策略	324
小结	327

第九章

企业决策中的风险分析	333
第一节 风险概念和风险衡量	334
第二节 经济学关于风险的理论	337
第三节 降低风险的途径	340
案例 9—1 华录的制胜之道	343
第四节 在决策中如何考虑风险	344
第五节 不确定条件下的企业决策	352

第六节 信息的搜集成本和价值	354
案例 9—2 “美味馅饼”背后的风险	356
小结	357

第十章

政府的经济作用	361
第一节 市场的效率	362
案例 10—1 为“图章革命”叫好	365
第二节 垄断的弊端和政府的反垄断政策 与对自然垄断企业的管制	366
案例 10—2 我国是怎样打破电信垄断的	370
第三节 外部经济效应和政府的对策	371
案例 10—3 关于实行排污权有偿转让制度	375
第四节 公共物品及其供给	377
第五节 信息的不完全性和政府的介入	381
小结	382

附录

部分作业题答案	386
---------------	-----

绪 论

管理经济学这门学科是国外在第二次世界大战后建立起来的。在这以前，西方的传统经济学（主要是微观经济学）基本上停留在经院式的讨论上，很少解决实际问题。管理经济学的问世，开创了经济学实际应用的新时期。第二次世界大战后，国内外市场竞争加剧，企业界迫切要求提高企业经营决策的水平，这门学科的出现恰好适应了这种需要。所以从那时以来，管理经济学得到了迅猛的发展。在我国，这门学科是在改革开放之后 20 世纪 80 年代初从国外传入的。随着我国社会主义市场经济体制的建立和发展，这门学科越来越显示出了它的重要性。

第一节 管理经济学的对象和任务

管理经济学是一门研究如何把传统经济学的理论和经济分析方法应用于企业管理决策实践的学科。传统经济学主要指西方的微观经济学，是一门资产阶级的经济学，但其中有许多具体理论和方法，则是属于市场经济和社会化大生产的一般规律，是人类共同财富，我们也可以利用它来为提高我国企业经营管理决策的科学水平服务。当前我国社会主义市场经济体制日趋完善，在成功加入 WTO

后,企业面对的国内外市场的竞争将更加激烈,这要求广大企业管理人员的决策思想和决策方法必须有大的转变。然而,我国有许多管理人员在这方面还远远落后于这个要求。他们往往习惯于传统的做法,在决策时,凭经验和感觉行事,结果常常导致决策失误而不自觉。所以,学习管理经济学,用体现市场经济和社会化大生产一般规律的经济学原理和科学的决策分析方法来武装广大经济管理人员,以提高他们在新形势下的决策能力,就显得格外迫切、格外重要了。

管理经济学要把微观经济学原理和分析方法应用于企业管理决策的实践,所以,它与微观经济学的关系十分密切。微观经济学是一门理论科学,而管理经济学则是一门应用科学。犹如在自然科学中,数学、物理学和化学都是理论科学,把它们应用于各个工程技术领域就有机械工程学、冶金工程学、化学工程学、电子工程学等。在社会科学中,把经济学理论应用于社会经济的各个领域,也就有各种各样的应用经济学,如农业经济学、工业经济学、贸易经济学、发展经济学、计量经济学、区域经济学、教育经济学、环境经济学和旅游经济学等,其中当然也包括把经济理论应用于企业管理决策的管理经济学。

管理经济学的经济原理与方法,主要来自微观经济学。但是管理经济学不是简单借用微观经济学中一些现成的原理和结论,更重要的是应用在推导这些原理和结论时所使用的经济分析方法。这是因为微观经济学研究的是抽象的企业,它所涉及的决策问题大多只属于价格决策、产量决策。而在现实管理中,要决策的问题多种多样,如企业的生产技术、生产规模、产品组合、广告和投资等。显然,要依靠微观经济学得出的用来研究抽象企业的现成原理和结论来解决这么多的现实问题是很不够的。所以,管理经济学在进行经济决策时,必须着重应用最基本的分析方法,这个方法就是微观经济学的边际分析法。

微观经济学对企业行为的研究,是以企业的惟一目标是追求最大限度的利润为前提的。但现实的企业不同,它的目标只能是有条件地谋求尽可能多的利润。这是因为:首先,现实的企业经营活动要受到一定的限制,例如资源条件的限制、政府法令的限制等,企业不能为所欲为。其次,从短期看,现实企业的目标总是多样化的,除了利润之外,还可能把扩大市场份额、提高产品质量、发展新产品和承担社会责任等作为一定时期的目标。所以,管理经济学在应用微观经济学的经济分析方法从事管理决策时,尽管首先也要以利润的多少作为决策的准则,但是管理者在最后决定之前,还必须兼顾其他目标和条件,这样作出的决策得到的就可能是满意的利润,而不是最大的利润。从长期看,企业则应当以企业价值的最大化作为目标(详见绪论第四节)。

管理经济学与传统微观经济学的区别,还在于微观经济学研究的企业是以它

们所处环境的全部信息为已知的和确定的为假设的。但是管理经济学所研究的现实的企业则通常是在一个环境十分复杂、信息很不确定的情况下经营的。这种情况，要求管理经济学在研究决策时，还要借用来自其他学科的各种分析工具和概念，以便收集必要的信息，并在不确定的条件下选择最优方案。这些学科有数学、统计学、运筹学、会计学、市场学等。从这个意义上说，管理经济学又是一门跨多门学科的综合学科，它在制定经济决策的总框架下，综合运用了许多学科中的有关方法和概念。

管理经济学既然是一门应用科学，就不能局限于对经济理论本身的探讨，必然要研究企业管理经济决策的实践，并把这些实践与经济学的理论联系起来。例如怎样确定产品的最优价格，从经济理论上讲，应该使用边际分析法，即当边际成本等于边际收入时的价格才是最优的。但在实践中，人们常用成本加成法和其他方法。管理经济学应当对这种经济决策的实践，尽量作出理论上的解释，从而成为经济理论与管理实践之间的桥梁。

第二节 管理经济学与企业管理决策

管理经济学研究如何把微观经济学的理论与方法用于企业管理决策的实践。这也就指出了这门学科的研究范围是企业管理的决策。企业管理中要决策的问题是很的。例如，人事决策（包括配备、选拔和培训干部等）、组织决策（包括组织设计等）、财务决策（包括如何筹集资金等），以及销售决策（包括如何确定销售战略、建立销售渠道等）等。管理经济学当然不可能涉及企业管理中所有这些决策问题，它涉及的只是与企业资源合理配置有关的经济决策。

决策就是选择，就是在许多可行方案中选择最优的方案。从这个意义上说，管理经济学也就是研究如何对可供选择的方案进行比较分析，从中找出最能实现企业目标的方案，即最优方案的一门学科。

为了保证决策的科学性，决策工作必须按照自身的规律有序地进行，通常把管理决策过程分为七个步骤。无论是简单的决策，还是复杂的决策，以下七个步骤都是适用的。

一、确定目标

决策是从众多的方案中选择最佳方案，关键要看哪个方案最有利于实现企业的目标。所以，为了进行选择，首先应确立企业目标。目标的确定应尽可能具体，如果目标太一般化或含糊不清，则不利于作出真正最优的决策。

二、明确问题

之所以要进行决策，是因为在生产经营中存在问题，决策就是为了解决问题。所以，在决策前，首先要明确问题的所在。例如企业销售量下降了，利润未达到预定目标等。

三、找出导致问题产生的原因

问题明确之后，就要寻找产生问题的原因，即有哪些因素（变量）促使问题的产生。不仅要找出影响问题的因素（变量），还要估计这些因素影响问题的程度，这也就是经济学中所称的建立经济模型的过程。需要指出的是，利用经济模型来作管理决策，可以说是经济学对管理决策科学化所做的最大贡献。在管理经济学中，这种经济模型主要是各种经济函数以及反映这些函数关系的曲线。利用经济模型，有可能在处理一个复杂的决策问题时，舍弃次要因素，找出影响事物发展的关键变量以及变量之间的因果联系，从而使决策方法简化、科学化和定量化。有人认为，在所有管理科学中，管理经济学可以说是一门最巧妙，也是最普遍地应用经济模型来解决管理问题的学科。

四、提出可供选择的方案

产生问题的原因（因素）找到之后，就可以提出有可能采用的解决问题的方案。首先被提出来的可能是那些最明显的方案，此时，不能就认为方案已经足够，不必再提了。这时，往往还需要开拓思路，通过调查研究，集思广益，看看还有没有其他更新的方案可提。总之，务必不要遗漏先进的方案。

提出的方案可能很多（如可能有几十个）。如果对这些方案一一进行精确的评价，往往要花费管理人员很大的精力和时间。所以，首先要进行粗选，有些方

案经过粗略的计算就可以明显地看出其不实用、成本高等不足之处，则可以将其淘汰，最后只留下少数几个方案，准备进行精确的评估。

五、收集和估计数据

为了对方案进行精确的评估，首先要收集和估计与方案有关的各种数据。这些数据有些在企业内部即可以收集到，例如从企业内部的生产部门、销售部门、会计部门、人事部门、质量控制部门收集。但有些数据则要在企业外部收集，主要是从国家或某个信息机构发表的出版物上收集，或向有关信息公司购买有关的数据。还有一些数据可能需要企业通过直接调查来获得。

六、对各种可能的方案进行评估，从中选出最优方案

数据收集到以后，根据经济模型就可以对提出来的可供选择的方案进行分析和评价，从中选择最优方案。

在对各种可能的方案进行评价时，应当牢牢记住企业的目标。最优的方案应当是最有利于企业实现自己目标的方案。在评价过程中，既要有定量分析，也要考虑有些不能用数量表示的因素对决策的影响。

七、实施和监控

最优方案选出之后，在实施过程中，要对方案实施的情况进行监控，以便了解方案实施的结果是否符合预定的目标。原来在评价、选择方案时的疏忽，或者实施方案过程中企业的环境发生了变化，都可能使方案实施的结果偏离原来的目标，这就需要对选出的方案随时进行调整。

第三节 管理经济学的基本方法

管理经济学的基本方法是边际分析法，它贯穿管理经济学决策分析的始终。

一、边际分析法体现向前看的决策思想

任何人在决策时都会问这样一个问题：“它值得吗？”对这个问题的回答是：“只要境况在采取某项行动之后会比采取行动之前有所改善，采取这项行动就是值得的。”这个道理很好懂，然而它正是边际分析法的精髓，体现了向前看的决策思想，即只看决策后境况的变化，不管决策前的境况曾经如何。

需要指出的是，尽管这个道理浅显易懂，但在实际生活中还是常常有人背离（见例0—1）。

【例0—1】 一家民航公司在从甲地到乙地的航班上，每一乘客的全部成本为250元，那么，当飞机有空位时，它能不能以较低的票价（如每张150元）卖给学生呢？人们往往认为不行，理由是因为每个乘客支出的运费是250元，如果低于这个数目，就会导致亏本。但根据边际分析法，在决策时不应当使用全部成本（在这里，它包括飞机维修费用以及机场设施和地勤人员的费用等），而应当使用因学生乘坐飞机而额外增加的成本。这种额外增加的成本在边际分析法中叫做边际成本。在这里，因学生乘坐而引起的边际成本是很小的（如30元），它可能只包括学生的就餐费和飞机因增加载荷而增加的燃料支出。因学生乘坐而额外增加的收入叫边际收入，在这里，就是学生票价收入150元。在这个例子中，边际收入大于它的边际成本，说明学生乘坐飞机能为公司增加利润，所以按低价让学生乘坐飞机对公司仍是有利的。

从例0—1的分析中可以得出这样的结论：企业在进行决策时判断某项业务活动对企业有利还是无利，不是根据它的全部成本（这里包括过去已经支出的或本来也要支出的费用）的大小，而是应当把由这项活动引起的边际收入去和它的边际成本相比较，如果前者大于后者，就对企业有利，否则就不利。这种分析方法，就是边际分析法。边际分析法体现了一种向前看的思想，它适用于一切经济决策，因而应当贯穿于管理经济学的始终。

二、边际分析法和最优化原理

管理决策问题常常也是最优化的问题。例如：企业的产量多大，才能实现利润最大；投入要素之间如何组合，才能使成本最低等。为了回答这类问题，最常用、最方便的方法就是边际分析法。这里有两类规则。