

工商管理经典译丛

MANAGERIAL ECONOMICS

管理经济学

(第4版修订版)

[美] H·克雷格·彼得森 (H.Craig Petersen) W·克里斯·刘易斯 (W.Cris Lewis) 著
吴德庆 译校

BUSINESS ADMINISTRATION CLASSICS

PEARSON



中国人民大学出版社

BUSINESS ADMINISTRATION CLASSICS 工商管理经典译丛



工商管理
经典译丛

MANAGERIAL ECONOMICS

管理经济学

(第4版修订版)

[美] H·克雷格·彼得森 (H. Craig Petersen)
W·克里斯·刘易斯 (W. Cris Lewis)

著

吴德庆 译校

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

管理经济学/ (美) 彼得森, (美) 刘易斯著; 吴德庆译校. 4 版 (修订本).
北京: 中国人民大学出版社, 2009
(工商管理经典译丛)
ISBN 978-7-300-11367-8

- I. 管...
- II. ①彼...②刘...③吴...
- 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 (2009) 第 194213 号

工商管理经典译丛
管理经济学 (第 4 版修订版)

[美] H·克雷格·彼得森 著
W·克里斯·刘易斯
吴德庆 译校
Guanli Jingjixue

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)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com(人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	涿州星河印刷有限公司		
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次	2009 年 12 月第 1 版
印 张	35.25 插页 2	印 次	2009 年 12 月第 1 次印刷
字 数	900 000	定 价	68.00 元

出版说明

随着中国改革开放的深入发展,中国经济高速增长,为中国企业带来了勃勃生机,也为中国管理人才提供了成长和一显身手的广阔天地。时代呼唤能够在国际市场上搏击的中国企业家,时代呼唤谙熟国际市场规则的职业经理人。中国的工商管理教育事业也迎来了快速发展的良机。中国人民大学出版社正是为了适应这样一种时代的需要,从1997年开始就组织策划《工商管理经典译丛》,这是国内第一套与国际管理教育全面接轨的引进版工商管理类丛书,该套丛书凝聚着100多位管理学专家学者的心血,一经推出,立即受到了国内管理学界和企业界读者们的一致好评和普遍欢迎,并持续畅销数年。全国人大常委会副委员长、国家自然科学基金会管理科学部主任成思危先生,以及全国MBA教育指导委员会的专家们,都对这套丛书给予了很高的评价,认为这套译丛为中国工商管理教育事业做了开创性的工作,为国内管理专业教学首次系统地引进了优秀的范本,并为广大管理专业教师提高教材甄选和编写水平发挥了很大的作用。据统计,本丛书现已成为目前国内管理院校和企业培训中采用率最高、影响最大的引进版教材。其中加里·德斯勒的《人力资源管理》获第十二届“中国图书奖”;斯蒂芬·罗宾斯的《管理学》获全国优秀畅销书奖。

进入21世纪后,随着经济全球化和信息化的发展,国际MBA教育在课程体系上进行了重大的改革,从20世纪80年代以行为科学为基础,注重营销管理、运营管理、财务管理到战略管理等方面的研究,到开始重视沟通、创业、公共关系和商业伦理等人文类内容;并且增加了基于网络的电子商务、技术管理、业务流程重组和统计学等技术类内容。另外,管理教育的国际化趋势也越来越明显,主要表现在师资的国际化、生源的国际化和教材的国际化方面。近年来,随着我国MBA和工商管理教育事业的快速发展,国内管理类引进版教材的品种越来越多,出版和更新的周期也在明显加快。为此,我们这套《工商管理经典译丛》也适时更新版本,增加新的内容,同时还将陆续推出新的系列和配套的案例教材、教学参考书,以顺应国际管理教育发展的大趋势。

本译丛入选图书,都是世界著名的出版机构,如培生教育出版集团、美国麦格劳-希尔教育出版公司、圣智学习出版公司、约翰威立出版公司等畅销全球的工商管理教材,被世界各国(地区)的著名大学商学院和管理学院所普遍选用,是国际工商管理教育界最具影响力的教科书。本丛书的作者,皆为欧美管理学界享有盛誉的著名教授,他们的这些教材,经过了美国 and 世界各地数千所大学和管理学院教学实践的检验,被证明是论述精辟、视野开阔、资料丰富、通俗易懂,又具有生动性、启发性和可操作性的经典之作。本译丛的译者,大多是各大学的优秀中青年学术骨干,他们大都曾留学欧美,在长期的教学研究和实践中积累了丰富的经验,具有较高的翻译水平。



本丛书的引进和运作过程,从市场调研与选题策划、每本书的推荐与论证、对译者翻译水平的考察与甄选、翻译规程与交稿要求的制定、对译稿质量的严格把关和控制,到版式、封面和插图的设计等各方面,都坚持高水平和高标准的原则,力图奉献给读者一套译文准确、文字流畅、从内容到形式都保持原著风格的工商管理精品图书。

本丛书参考了国际上通行的MBA和工商管理专业核心课程的设置,并充分兼顾了我国管理各专业现行通开课与专业课程设置,以及企业管理培训的要求,故适应面较广,既可用于管理各专业不同层次的教学,又可供各类管理人员培训和个人自学使用。

为了本丛书的出版,我们成立了由中国人民大学、北京大学、中国社会科学院等单位专家学者组成的编辑委员会,德高望重的袁宝华同志、黄达教授和中国人民大学校长纪宝成教授,都给了我们强有力的支持,使本丛书得以在管理学界和企业界产生较大的影响。许多我国留美学者和国内管理学界著名专家教授,参与了原著的推荐、论证和翻译工作,原我社编辑闻洁女士在这套书的总体策划中付出了很多心血。在此,谨向他们致以崇高的敬意并表示衷心的感谢。

愿这套丛书为我国MBA和工商管理教育事业的发展,为中国企业管理水平的不断提升继续做出应有的贡献。

中国人民大学出版社

2003年6月

译者前言

这本由美国著名经济学家、犹他州立大学经济学教授 H·克雷格·彼得森和 W·克里斯·刘易斯合著的《管理经济学》，是一本很好的教材，在美国，深受各高等院校经济管理专业广大师生的欢迎。它的最大优点有四个方面：

一、经济学理论能与企业管理决策的实践紧密结合

正如作者在序言中讲到的，许多管理经济学教科书仅限于对经济学原理本身的探讨，几乎没有（或很少有）用实例来说明经济学原理是怎样应用于管理决策实践的，其结果是学生在学完这门课程之后，仍然未能充分认识到经济学原理作为决策工具的真正价值。

这本教材在向学生系统和准确介绍经济学基本原理的基础上，着重探讨了经济学原理在企业决策中的应用。在书中，企业管理决策问题始终是研究的中心，而经济理论的讨论是从决策需要出发又为管理决策服务的。书中每章都有精心设计的典型案例和例题来帮助学生学会用经济理论来指导管理决策。全书的结构也是以管理决策为中心安排的，例如，对于企业决策中的几个较重要问题（如企业的技术变革、布点、税收对决策的影响等）特辟专章进行理论剖析，这是其他管理经济学教材所少见的。

二、紧跟时代

本书不仅在经济理论用于管理决策方面见长，而且还很注意用它来解释美国社会中的一些最新的经济和商业现象，从而赋予这本教材以很强的时代气息，这也是其他一些同类教材所不及的。美国是市场经济和科学技术均高度发达的国家，学会用经济理论对其进行观察，对我们建设社会主义市场经济体系和实现经济现代化颇具助益。另外，本书还注意吸收经济学的最新成就，如针对博弈论在各个领域的应用，作者就辟有专章来研究寡头垄断企业的策略行为。

三、深入浅出

本书的两位作者在序言中讲道，他们在写这本书时，遵循的是爱因斯坦曾经说过的一个原则：事情总是做得越简单越好。作者是这样讲的，也是这样做的。本书涉及的都是经济学中的一些最基本的原理，没有把一些难懂的、边缘性的问题包括进去。即使为了管理决策的需要，探讨一些较为深奥、复杂的问题，也尽量做到深入浅出，使读者易学易懂。



四、便于教学

本书各章列有许多关键概念,并用最简明的语言对它们进行定义;小结有助于学生更好地掌握基本概念的要义和课程内容的重点;案例和例题可以帮助读者提高运用经济学原理分析实际问题和从事管理决策的能力;讨论题和练习题可以帮助学生复习和巩固所学的内容。第4版修订版增加了部分章后练习题的简明答案,以供读者学习时参考。

希望本书能有助于大家更方便地掌握管理经济学的相关知识。

尽管译者做了一定的努力,但由于水平有限,译文中不妥之处在所难免;同时,由于本书英文原版教辅中未提供书后习题解答,根据使用本书前几版的读者的要求,第4版修订版增加了部分习题解答。对于解答中的不妥之处,恳请广大读者予以指正,不胜感激。回复请致:010—62515743, 62515732 或 rdcbsjg@crup.com.cn。

英文版序言

管理经济学是企业管理课程中一门颇具吸引力的基础学科，但对有些学生来说，学这门课可能很困难。掌握这门课程要求在对稀缺资源进行决策分析时，对经济学的基本概念是如何与数学工具和统计学相结合有一个很好的了解。但在学习管理经济学的过程中，学生们很容易陷入数据、图表、方程和定义的细节，结果是他们往往未能充分认识到经济学原理作为决策工具的真正价值。

讲授管理经济学的部分困难来自现有教科书的局限性。有些教科书把大量时间用于数据的演算、方程的推导和对统计学的一些难点的解释，以致学生们对经济学的基本原理不能很好地掌握。还有一些教科书对这些原理进行详尽的讨论，但却不能使学生懂得如何应用书中的概念。在本书中，我们所用的方法是尽量直截了当地重点讨论概念和应用。

目标

编写本书的目的主要有两个。一是试图向学生们全面而精确地介绍微观经济学的基本原理。爱因斯坦曾说，事情应当做得越简单越好。在这本教材里，我们力求遵循这一忠告。为了集中讨论基本的经济学原理，我们尽量避免涉及深奥的和枝节性的问题。但是，难懂的概念，如果认为对于决策很重要，也就包括在内。在解释这些概念时，我们特别注意做到清楚和深入浅出。

二是要说明经济理论是怎样用来改进决策的。这一目标是通过在全书使用概念/例题的形式来实现的。方法是首先介绍管理经济学的基本概念，然后用这些原理来分析经理们面临的决策。另外，每一章都有许多案例和例题用来解释重要原理和引起人们对有关题目的兴趣。概念/例题形式的使用，使学生能更好地懂得在决策中如何应用经济学原理，这就提高了这本教材的可读性，更便于学生学习。

特点

在不同的大学，讲授管理经济学的内容可能很不相同。尽管要想提供一本能符合所有教师要求的教材几乎是不可能的，但本书仍然力图写得能适合多种用途。对本科生来说，前面13章能使他们学到基本的经济学原理及其应用。对MBA学生或知识面更广的本科生来说，如果时间允许，可再从其余6章中选学一些题目。

在写作本书的过程中，最大的困难是如何确定教材中所用的数学水平。有些讲课教师使



用微分;而另一些则愿意使用图解和代数,我们选择了折中方案。有些题目用微分更好懂,因此就在这些章中用初等微分来讨论有关的概念。对那些没有学过微分的学生,第2章的附录为他们提供了这方面的必需知识。另外,大多数章都有明确标明需用微分求解的补充习题。

感谢

许多人非常认真地对本书所有版本的手稿进行了审阅,投入了大量时间,提出了评定意见。他们的反馈大大地改善了这本书。感谢安德鲁·巴克、托马斯·凯特、唐纳德·查菲、约翰·科南特、罗伯特·克劳福特、克利福德·多比兹、托马斯·爱德华兹、帕特丽夏·尤曾特、维杰·贡海莱卡、罗伯特·格里埃、乔纳森·汉密尔顿、乔治·霍弗、威廉·H·霍伊特、理查德·詹纳、肯尼思·莱昂、米歇尔·麦古拉、J·彼得·马蒂拉、约翰·麦克金、路易斯·诺伊特、约翰·彼得森、吉恩·桑德弗、爱德华·萨特纳、约翰·斯尼德、摩因·唐和米歇尔·沃恩。感谢查尔斯·卡拉汉(纽约州立大学);加里·基青(布赖汉·杨大学);哈里尤蒂·拉姆查兰(阿克隆大学);西伯德拉曼·罗巴纳(阿尔弗烈德大学);卡尔扬·查克拉鲍蒂(犹他州立大学)。感谢他们所做的贡献,同时也感谢来自读者们的宝贵建议。

H·克雷格·彼得森

W·克里斯·刘易斯

目 录

第 I 篇 导言	(1)
第 1 章 绪论	(3)
经济活动的循环流动	(4)
企业的性质	(5)
经济利润的概念	(11)
市场体系中的利润	(13)
经济学与决策	(15)
附录 现值分析	(18)
第 2 章 基本训练	(23)
函数关系:总函数、平均函数和边际函数	(23)
经济模型	(28)
概率和概率分布	(30)
附录 微分学与管理经济学	(38)
综合案例	(47)
第 II 篇 需求	(49)
第 3 章 需求理论与分析	(51)
个人需求	(51)
市场需求	(52)
总收入和边际收入	(55)
价格弹性	(57)
收入弹性	(65)
交叉弹性	(67)
附录 在需求曲线背后:消费者选择理论	(73)
第 4 章 回归技术与需求估计	(80)
回归技术	(80)
需求估计	(90)
回归分析中的问题	(95)



第5章 商业与经济预测	(106)
数据的来源	(106)
时间序列分析法	(109)
气压表式预测法	(118)
投入/产出分析法	(122)
第Ⅲ篇 生产与成本	(133)
第6章 生产理论与分析	(135)
生产函数	(135)
用一个可变投入要素生产	(138)
用两个可变投入要素生产	(145)
规模经济性和范围经济性	(158)
生产函数的估计	(162)
第7章 成本理论与分析	(171)
成本的经济概念	(171)
生产与成本	(174)
短期成本函数	(176)
长期成本函数	(179)
成本理论中的几个专题	(183)
成本函数的估计	(188)
第8章 线性规划	(201)
线性规划的应用	(201)
线性假设	(202)
有约束条件下的利润最大化	(203)
有约束条件下的成本最低化	(210)
线性规划中的几个特殊问题	(216)
对偶问题	(219)
综合案例	(229)
第Ⅳ篇 市场结构	(231)
第9章 完全竞争和垄断	(233)
市场结构	(233)
完全竞争	(235)
垄断	(246)
为什么要讨论完全竞争和垄断	(252)

第 10 章 垄断性竞争、寡头垄断和进入障碍	(257)
垄断性竞争	(257)
寡头垄断	(260)
市场结构和进入障碍	(270)
广告	(273)
第 11 章 博弈论和策略行为	(279)
博弈论导论	(279)
博弈论和寡头垄断	(285)
阻止进入的策略行为	(289)
综合案例	(301)
第 V 篇 定价决策	(303)
第 12 章 物品和服务的定价	(305)
多产品定价法	(305)
差别定价法	(315)
成套产品定价法	(320)
高峰负荷定价法	(322)
成本加成定价法	(324)
第 13 章 投入要素的定价和使用	(331)
投入要素的价格和使用量的确定	(331)
产出和投入决策之间的对应关系	(337)
经济租金	(337)
工资和收入差别	(338)
工会	(341)
最低工资法	(344)
综合案例	(349)
第 VI 篇 风险和资本预算	(351)
第 14 章 风险与决策	(353)
风险的概念	(354)
风险与决策	(355)
风险管理	(362)
决策树分析	(372)
第 15 章 资本预算	(382)
股东价值最大化和资本预算	(382)



资本预算过程	(385)
资本成本	(392)
兼并与收购	(397)
综合案例	(410)
第Ⅵ篇 技术变革和布点理论	(413)
第16章 全球经济中的技术变革	(415)
技术变革的影响	(415)
技术变革和市场结构	(418)
产业创新	(421)
技术和环境预测	(427)
第17章 全球经济中的企业布点	(435)
布点的基本原理	(435)
市场范围的确定	(440)
布点门槛分析	(443)
工业企业的选点	(445)
全球经济中的企业布点	(449)
综合案例	(456)
第Ⅶ篇 企业决策与政府	(459)
第18章 税收和决策	(461)
消费税	(461)
对利润征税	(465)
对投入要素征税	(467)
财产税	(470)
纳税优惠	(472)
第19章 反托拉斯和管制	(481)
反托拉斯政策	(481)
对公共公用事业的管制	(491)
价格控制	(497)
综合案例	(503)
部分课后习题解答	(505)
附表	(545)

第 I 篇

导 言



- ▷▷▷ 绪 论
- ▷▷▷ 基本训练

第1章

绪论

在多数情况下，经济学可以分为两大类：微观经济学和宏观经济学。宏观经济学（macroeconomics）研究经济体系的总体。它是对总产量、总就业、消费者价格指数、失业率和进出口的变化进行分析的技术。它要回答的是：投资、政府开支、进口税收政策、产量、就业水平和价格水平的变化可能带来什么影响。它考虑的只是这些变量的总水平，但在这些总数据的背后，隐匿着千万家企业产量的变化、无数消费者消费决策的变化，以及每一种特定物品和服务价格的变化等。

尽管宏观经济学的问题和政策在报纸和电视上常受到人们的关注，但是微观的经济问题也是重要的。因为在经理们所面临的日常问题中，更多的是这类问题。微观经济学（microeconomics）研究经济中单个行为主体的行为：企业、个人及其在市場中的相互作用。

管理经济学（managerial economics）可以被认为是一门应用微观经济学。也就是说，管理经济学是微观经济学中经理们最感兴趣和对他们来说最重要的部分的应用。属于这类专题的有：需求、生产、成本、定价、市场结构和政府管制等。精通和掌握这些原理（它们决定着企业和个人的经济行为）乃是一种重要的管理才能。正确运用这些原理就能提高管理决策的水平、增加利润和提升企业的价值。

一般来说，管理经济学对于目标—导向型的经理来说，可以用于两个方面：第一，如果现有经济环境给定，管理经济学原理能为评价资源在企业内部的有效配置提供分析框架。例如，经济学能帮助经理确定，把雇员从市场营销部门调到生产线上，能否为企业增加利润。第二，这些原理能帮助经理们对各种经济信号做出反应。例如，假如已知产品价格上涨，或发展了一种新的低成本的生产技术，在管理上的恰当反应就应是增加产量。又例如，假如一种投入要素，比如说，人工的价格上涨了，就可能是用其他投入要素，诸如资本，在生产过程中替代人工的信号。

在以后各章中，我们将通过对经理决策时所用的分析框架的详尽讨论，使经济学这一工具能够用来提高决策水平。因此，可以这样说，懂得管理经济学原理的应用，就能使企业和经理的价值都得到提高。

为了后面更好地展开对管理经济学技能的讨论，在本章中我们将首先概要

地介绍在市场经济中消费者、企业和资源所有者之间的相互关系;其次,探讨企业的性质和目标以及利润作为企业对消费者需求做出反应的一种激励因素的重大意义;接着,讨论所有者和经理人员之间存在不同目标的可能性(即委托人—代理人问题);最后,讨论经济学在决策中的作用。

经济活动的循环流动

个人和企业是市场经济的基本参与者。个人拥有或控制对企业有用的资源,因为后者是生产过程所必需的投入。这些资源一般可分为劳动力、资本和自然资源。当然,每种资源又可分为许多种类和等级。劳动力的类别可以多到从清道夫到脑外科医生。资本品的范围则可以从扫帚到电子计算机。大多数人都拥有可供出售的劳动力资源,许多人拥有资本或自然资源,企业通过租、借或购买,把它们作为投入用于生产过程。个人通过出售这些资源而得到的钱称为生产要素支付。对个人来说,这笔收入就可用来满足对物品和服务的消费需求。

个人和企业之间的相互作用发生在两个不同的领域:首先,有一个产品市场,产品和服务就在这里买卖。其次,有一个生产要素市场,劳动力、资本和自然资源就在这里进行交易。这些关系如图 1—1 所示,图中说明了市场经济中收入、产出、资源和生产要素支付的循环流动。

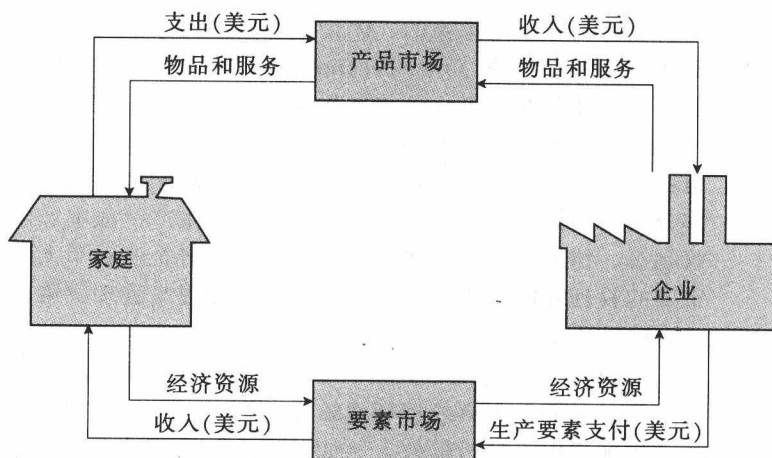


图 1—1 收入、产出、资源和生产要素支付的循环流动

在图 1—1 顶部的产品市场中,个人为了满足其消费需求而对物品和服务提出需求。^[1]他们通过在产品市场中为这些物品和服务出价,而让这些需求为人所知。企业为了追求利润,对这些需求做出反应,即向市场供应这些物品和服务。企业的生产技术和要素的价格决定供给的条件,而消费者的选择和收入(即支付能力)则决定需求条件。供给和需求的相互作用决定出售的价格和数量。在产品市场中,购买力(通常以货币形式表现)从消费者流向企业。同时,物品和服务按相反方向流动——从企业流向消费者。