

MBA

工商管理硕士课程系列教材

管理经济学

陈章武 编著

清华大学出版社

工商管理硕士课程系列教材



中财 B0053604

管理经济学

陈章武

CD133/18

中央财经大学图书馆藏书章

总号

藏书



443074

F270/209

清华大学出版社

(京)新登字 158 号

内 容 提 要

管理经济学是应用经济学的一个分支,旨在论述企业经营决策中所依据的经济学原理。内容主要包括:需求函数,需求的弹性分析,生产函数和成本函数分析,生产者优化决策,产品市场的企业经营决策,定价实践,要素市场与企业决策,非盈利机构的经营决策,以及市场缺陷和政府对市场的管理。全书系统运用边际和弹性的概念,注重定性和定量分析相结合的方法。

本书为工商管理硕士(MBA)学位课程“管理经济学”所编写,也可作为经济管理类本科生和研究生的教材,同时也适合用作经管类大专班、培训班的参考教材和经济管理人员自学参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学/陈章武编著. —北京:清华大学出版社,1996

(MBA)工商管理硕士课程系列教材

ISBN 7-302-02060-4

I. 管… I. 陈… II. 管理经济学-研究生-教材 IV. ①
F272 ②C93-05

中国版本图书馆CIP数据核字(95)第23615号

出版者:清华大学出版社(北京清华大学校内,邮编100084)

印刷者:北京人民文学印刷厂

发行者:新华书店总店北京科技发行所

开 本:850×1168 1/32 印张:10.75 字数:278千字

版 次:1996年2月第1版 1996年2月第1次印刷

书 号:ISBN 7-302-02060-4/F·120

印 数:0001—5000

定 价:10.00元

MBA 课程系列教材编委会名单

主任委员	赵纯均		
副主任委员	李子奈	仝允桓	
委 员	(以姓氏笔划为序)		
	王承继	仝允桓	孙礼照
	李子奈	陈小悦	赵 平
	赵纯均	赵家和	徐国华
	蓝伯雄		

前 言

随着中国改革开放的不断深入和经济的迅速发展,亟需大批拥有广博的知识基础、懂得市场经济的一般规律、熟悉其运行规则、掌握必要的管理技能、了解中国企业实情、具有决策能力、创新意识和开拓精神的管理人才,培养足够数量的这类人才,是我国管理教育界面临的紧迫任务。

工商管理硕士(Master of Business Administration,简称MBA)教育是发达国家普遍采用的培养高层次管理人才的重要方式,是大学管理教育的主流,美国每年MBA学位授予人数约占全部硕士学位授予人数的四分之一。从1991年开始,我国国务院学位委员会授权清华大学等九所高等院校开展培养工商管理硕士(MBA)的试点工作,我国的MBA教育正式起步。1994年起招收MBA研究生的试点院校扩大到26所。并成立了全国工商管理教育指导委员会。

我国工商管理硕士(MBA)教育的目标是培养德智体全面发展,适应我国工商企业和经济管理部门需要的高层次务实型综合管理人才。根据这一目标,清华大学经济管理学院在MBA培养试点工作中总结改革开放后十几年来培养高层次管理人才的经验,借鉴国外优秀管理院校的成功做法,学习国内兄弟院校的长处,对MBA的培养方案、课程体系、教学内容和教学方法进行了系统研究并不断加以改进和完善,同时陆续编写了一批用于MBA教学的教材、讲义和案例集。

随着MBA培养规模的逐步扩大和对MBA教育规律认识的不断深化,国内原有的以编译为主的教材已不能适应MBA教育

发展的要求,需要编写一套体系完整配套、内容实用新颖、具有国际可比性,同时符合中国国情的MBA课程系列教材。基于这一认识,我们组织力量对教材的选题、体系的组织和内容的取舍进行了认真的研究,在清华大学出版社的支持下,向读者奉献了这套教材。

这套系列教材在体系上充分考虑了对MBA知识结构的要求,覆盖了MBA培养方案中内容相对稳定的主要课程。既保证了各门课程知识的系统性,又照顾到课程之间的联系与协调。在教材内容上突出了“宽、新、实”的特点,即:知识面要宽,兼收并蓄中外管理科学的优秀理论与方法;内容要新而实,反映各学科的最新进展,理论联系实际,符合中国国情,具有可操作性。

本系列教材包括15门MBA主要课程中使用的16本教材。教材的编写者都是从事该课程教学多年的经验丰富的教师。教材的内容与体系经过了多轮教学实践的检验。

这套教材主要适于工商管理硕士课程教学,也可供管理科学与管理工程专业研究生和高年级本科生使用。还可作为企业和各级经济管理部门实际管理工作者的自学参考书。

管理学科是一个迅速发展的学科,由于我们的水平所限,这套教材中难免有疏漏和不足之处,希望广大读者提出宝贵意见,使这套教材在再版时能更加完善。

清华大学经济管理学院工商管理硕士
(MBA)课程系列教材编写委员会

1995年1月

序

本书是根据国家教委试办工商管理硕士学位协作小组关于“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”编写的试用教材,本教材旨在阐明企业经营决策所依据的经济学原理。它以企业经营管理活动为对象,研究如何在特定经济环境约束下,利用有限的资源有效地实现企业目标。它是应用经济学的一个分支,注重于实证研究,突出实践性、实用性。

国内现有的“管理经济学”教材大体有两类:一类是西方《管理经济学》或外国专家在中国讲学的译本;一类是初步结合我国情况对西方《管理经济学》的改编。本教材结合笔者四年来的教学实践和经验,力求以马克思主义经济理论为指导,从我国实际情况出发,借鉴西方《微观经济学》和《管理经济学》的分析方法,阐明企业经营决策的经济学原理。

考虑到 MBA 学生不一定都系统地学习过“微观经济学”,本教材注意将其有关内容贯穿到各章中间,但又有别于“微观经济学”。后者侧重一般微观经济学现象的理论研究,本课程侧重经济学原理在企业经营决策上的应用分析。

本课程采用定性分析和定量分析相结合的研究方法。突出各种边际分析和弹性分析在经营决策中的应用。

为便于学生掌握主要内容,在每一章结束时都作简要小结,并附有一定数量的习题和若干企业经营活动的案例,帮助学生学以致用。

本教程适用于一学期每周 3 学时课程的教学要求,根据不同研究方向的要求和授课时间的多少,可增删有关内容。

在本书的写作过程中,笔者得到所在单位领导的关心,得到了清华大学经济管理学院 MBA 系列教材编委会的指导。经济系黎诣远教授、李子奈教授和经济学教学小组孙礼照教授、华如兴副教授等同事对大纲、内容、文字等都提出大量的宝贵意见。在教学过程中,历届的 MBA 学生也提出过许多中肯的改进意见。孙秀琴老师为全书的文字、图表、计算机录入、修改等做了大量的工作。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。

清华大学黎诣远教授,中国人民大学李宝山教授对全书作了审阅,提出了宝贵意见,在此表示衷心的感谢。

由于笔者的水平有限,书中一定还存在着许多缺陷和差错。也期待着广大读者能及时地给予批评指正。

陈章武

1995 年 4 月于清华园

目 录

前言	■
序	V
第一章 绪论	1
第一节 管理经济学研究对象和方法	1
一、管理经济学的涵义	1
二、管理经济学与微观经济学的关系	1
三、管理经济学的研究方法	3
第二节 企业	4
一、企业性质	5
二、企业组织	5
三、企业责任	8
四、企业经营目标	9
第三节 社会主义市场经济体制	12
一、市场机制	12
二、市场需求	13
三、市场供给	13
四、市场均衡	14
小结	16
概念与术语	17
习题	18
案例	19
第二章 需求函数分析	23
第一节 需求函数	23

一、需要与需求	23
二、效用	25
三、消费者选择	31
四、消费者选择的变动及消费函数	33
五、市场需求函数	35
第二节 需求弹性分析	38
一、需求价格弹性	38
二、需求收入弹性	44
三、需求交叉价格弹性	47
四、弹性的计算	49
五、需求弹性在管理决策中的应用	52
第三节 需求函数的估计和预测	56
一、需求函数的鉴别	57
二、需求函数估计的回归分析	58
三、消费者访问和市场试验	61
四、需求预测	62
小结	64
概念与术语	66
习题	66
案例	69
第三章 生产函数分析	72
第一节 企业生产	72
一、企业生产类型	72
二、企业生产要素	73
三、生产函数	75
第二节 一种可变投入生产函数	76
一、实物产量	76
二、边际实物报酬递减法则	79

三、生产三阶段	81
第三节 两种可变投入生产函数	83
一、等产量线	83
二、边际技术替代	85
三、生产经济区	88
四、生产弹性	89
五、规模报酬原理	91
第四节 经验生产函数	94
一、线性生产函数	95
二、多项式生产函数	97
三、柯布-道格拉斯生产函数	98
四、其它类型生产函数	103
第五节 生产者选择	106
一、等成本线	106
二、生产者优化选择	107
三、生产者优化选择的变动	110
第六节 技术进步与生产函数	113
一、技术进步	113
二、技术进步与投入要素比例变动	114
二、技术进步的测定	116
小结	117
概念与术语	119
习题	120
案例	123
第四章 成本函数分析	126
第一节 企业成本	126
一、会计成本和机会成本	126
二、显性成本与隐性成本	127

三、增量成本与沉没成本	128
四、个体成本与社会成本	129
五、会计利润、正常利润和经济利润	130
第二节 短期成本函数	130
一、总成本	131
二、平均成本和边际成本	133
三、一种可变投入成本函数与生产函数	136
第三节 长期成本函数	138
一、扩张线与长期成本函数	138
二、长期成本函数与短期成本函数	140
三、企业成本短期与长期的调整	144
四、规模经济和长期成本函数	145
第四节 成本函数的估计	146
一、成本数据收集	146
二、短期成本函数的估计	148
三、长期成本函数估计	152
小结	157
概念与术语	158
习题	159
案例	163
第五章 产品市场与企业经营决策	166
第一节 市场结构与市场竞争	167
一、产品市场	167
二、市场结构	169
三、市场运行规则	170
四、社会主义市场竞争	170
五、社会主义市场垄断	172
第二节 完全竞争市场的企业经营决策	174

一、完全竞争市场的特征	174
二、企业收益和利润最大化	175
三、完全竞争市场的短期决策	178
四、完全竞争市场的长期决策	182
五、完全竞争市场上的盈亏分析	185
第三节 完全垄断市场的企业经营决策	189
一、垄断市场的条件和成因	189
二、完全垄断市场上企业的短期决策	192
三、完全垄断市场上企业的长期决策	196
四、垄断与竞争的比较	198
第四节 垄断竞争与寡头垄断	202
一、垄断竞争的特征和需求曲线	202
二、垄断竞争市场价格与产量的决策	204
三、品质竞争与广告竞争	207
四、寡头垄断的条件和特征	211
五、寡头垄断市场模型	213
六、集中度	221
第五节 定价实践	223
一、成本加成定价法	223
二、增量分析定价法	225
三、差别定价法	227
四、多产品定价法	229
五、新产品定价法	232
六、内部调拨定价	234
七、其它定价法	235
小结	237
概念与术语	239
习题	239

案例	245
第六章 要素市场与企业经营决策	248
第一节 要素市场	248
一、产品市场与要素市场	248
二、边际生产力	249
三、要素市场的企业决策	252
第二节 劳动力市场与企业经营决策	257
一、劳动的需求	257
二、劳动的供给	259
三、劳动力市场的均衡和工资	260
四、智力投资和技术培训	262
第三节 资金市场与企业投资决策	264
一、资金的供求	264
二、投资决策方法	268
三、投资决策的不确定性分析	270
第四节 土地市场	272
一、土地的供求	272
二、我国的土地市场	275
小结	276
概念与术语	277
习题	277
案例	282
第七章 公共品与非盈利机构的定价实践	284
第一节 公共品	284
一、公共品的性质	284
二、公共品的需求	285
三、公共品的供给	286
第二节 费用效益分析	287

一、费用效益分析的概念和理论依据·····	287
二、费用效益分析的步骤·····	288
三、费用效益分析的有关问题·····	291
第三节 非盈利机构的定价实践·····	294
一、拉姆齐定价·····	294
二、外部效益与补贴判据·····	297
三、纯公共品的特殊定价·····	299
四、会员制和许可证·····	300
小结·····	300
概念与术语·····	301
习题·····	301
案例·····	304
第八章 政府与企业 ·····	307
第一节 市场缺陷·····	307
一、市场失灵的原因·····	307
二、市场竞争不完全·····	310
三、市场供求非均衡·····	311
四、市场信息不对称·····	314
五、公平与效率·····	316
第二节 政府干预·····	318
一、税收·····	318
二、反不正当竞争和限制垄断·····	322
三、政府管制·····	321
小结·····	326
概念与术语·····	327
习题·····	327
参考文献 ·····	328

第一章

绪论

第一节 管理经济学研究对象和方法

一、管理经济学的涵义

管理经济学是应用经济学的一个分支,它是经济学的基本原理和数学分析工具相结合,在企业经营决策中的实际应用。因此,它又是一门经济学和管理学的交叉学科。

管理经济学是以企业的微观经济活动为基础,也包括非盈利组织,如学校、医院、政府机构和一些公共基础设施等部门的经济活动。在特定的宏观经济环境中,企业或非盈利组织为实现一定的目标,在各种约束条件下,如何将有限的资源最有效的加以利用。这中间存在诸多可供选择的方案。管理经济学的任务就是要作出经济决策,在诸多可供选择的方案中选择最优的方案。尽管不同经济问题的限制条件可能都不相同,但它们的决策过程是大体相似的,这可以用图 1.1.1 来表示。管理经济学侧重研究其中的一般规则。

二、管理经济学与微观经济学的关系

管理经济学的研究对象是以企业微观经济活动为重点。企业作为一个基本的生产经营管理单位,如何随时以市场需求为依据,

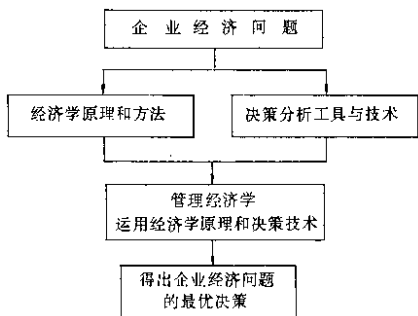


图 1.1.1 管理经济学涵义

以合适的方式投入各种可能得到的生产要素,合理地组织生产,最后把产品及时地销售出去。在这周而复始的运作过程中,既要满足人们日益增长的物质和文化生活的需要,又要为国家、集体积累发展基金。这过程中遇到的供给与需求的分析,生产与成本的分析,不同市场结构和价格决策的分析,正是微观经济学中的主要内容。由于目前《管理经济学》的读者中有许多人没有专门学习过微观经济学,本教材将注意兼顾阐述微观经济学中基本概念、原理和分析方法。

虽然管理经济学中运用的经济原理和主要分析方法来自微观经济学,但它并不等于微观经济学。微观经济学是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。管理经济学是以企业经营管理为出发点,关心企业日常运行面临的主要经济问题,侧重于决策所依据的经济学原理。

企业总是在特定的外部环境中经营管理,必然要受到宏观经