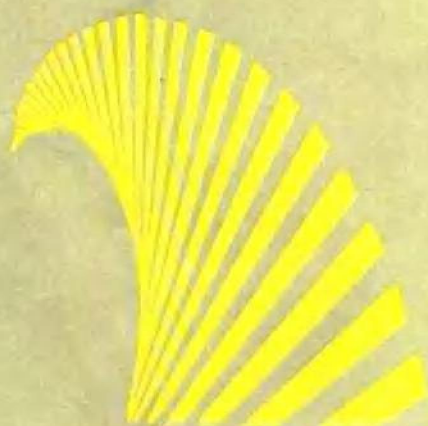


管理经济学

汪希恩 李新国 刘晓生 编



北京航空航天大学出版社

(京) 新登字166号

内 容 简 介

本书从微观经济理论出发,系统地阐述了管理经济学的基本概念与原理。主要包括:需求理论、需求估计与预测、生产理论、成本理论、生产函数与成本函数的估计、市场模型及市场分析、定价理论及长期投资决策等内容。系统地运用定性与定量相结合的方法,探讨了在市场经济中企业所面临的各种决策问题。

本书可作为高等院校经济管理、管理工程、工业外贸等管理专业本科生和研究生教材,也可用作经济及外贸、外企管理大专班、培训班的参考教材以及有关经济管理人员学习参考用书。

管 理 经 济 学

GUANLI JINGJIXUE

任若思

刘新国 编

刘晓生

责任编辑 曾昭奇

北京航空航天大学出版社出版

新华书店总店科技发行所发行 各地新华书店经销

北京密云华都印刷厂印装

*

850×1168 1/32 印张:9.5 字数:255千字

1992年10月第一版 1992年10月第一次印刷 印数:4000册

ISBN 7-81012-322-X/F·015 定价:2.95元

前 言

管理经济学作为一门独立的学科是50年代首先在美国兴起，至今仅40年左右的时间。1952年美国经济学家乔尔·丁(Joel Dean)发表了第一本《管理经济学》(《Managerial Economics》)论著，宣告了这门学科的诞生，为管理经济学的发展做出了开创性的工作。而后从事这方面研究的人逐渐增多，书籍和文章逐年增加，发展迅速，成为西方管理思想流派之一，也是现代经济学体系中的一个重要的新的分支。

改革开放，管理经济学被引入我国。开始还仅在个别院校、培训中心邀请外国教授、学者讲授，而后一些院校开设了这门课，并结合国内实际进行了研究，推动了这门学科在我国的发展，日益受到了有关部门领导的重视，国家经委最先把它作为培训管理干部的一门主要课程，国家教委也要求普通高校有关经济管理专业把它列为专业课。它和行为科学、管理会计、组织理论、计算机科学以及其他管理课程一样，成为管理人员所必备的专业知识。

管理经济学在我国日益受到重视与经济管理的进一步发展密切相关，随着经济体制改革的深化，改革步伐的不断加快，市场作用的进一步加强，我们的企业面临着许多与西方企业在经营上带有一致性的问题。例如：都要以市场为导向，满足用户的需求；以市场供求规律作为企业生产经营决策的依据；都要投入适量的生产要素，合理组织生产，使投入的要素得以最佳配置，产生最大效率；都要把产品及时销售出去，取得盈利。在这样一个循环往复的生产经营过程中，企业要随时掌握信息，坚持以需定产的原则，生产适销对路的产品，降低成本，减少消耗，增加盈利。面对千变万化的市场，越来越激烈的竞争和越来越挑剔的消

费者，企业怎样了解用户和消费者，把握其需求的变化趋势？如何分析其购买行为？如何分析市场结构，参与竞争？在有限的投入资源条件下，如何进行生产、成本、价格决策？如何能使企业获得最佳的经济效益？这些是摆在每个企业经营者面前的共同课题。

在现代商品经济生产条件下，任何管理问题与决策问题都必须在一定形态的经济运行环境中加以解决。企业的管理者必须了解经济运行的规律，同时也必须了解市场、了解消费者及其购买行为的规律，作出正确的决策，才能在激烈的市场竞争中取得成功。管理经济学就是适应这样一种需要而产生的一门科学。它以现代经济学（特别是微观经济学）作为其理论基础，并吸收了决策学、运筹学等有关学科内容，侧重研究需求及其影响因素、生产、成本、价格、市场结构以及投资决策等，并广泛应用数学方法分析经济变量关系以及应用一系列最优化技术。为研究现代商品经济条件下，企业如何适应市场，进行决策提供重要依据和制定指导企业行为的规范和准则。

本书是为高等院校管理专业学生编写的管理经济学教材。在编写中我们力求在较小篇幅内向学生介绍比较系统，比较实用的管理经济学的基本原理与方法。在编写体系上，除对所涉及的基本概念与基本原理力求做出比较准确的阐述外，还利用数学及数理统计方法进行定量分析，同时尽可能结合例题加以表述，以便读者加深理解，每一章后附有一定量思考题和习题供练习，有助于检查对有关内容的理解和掌握。

本书由任若恩副教授提出总体结构和章节安排并任主编。参加编写的有：北京航空航天大学任若恩，编写第一章、第十一章、第十二章；北京航空航天大学刘新国，编写前言、第三章、第四章、第五章、第六章、第七章；山西省社会科学院经济所刘晓生，编写第二章、第八章、第九章、第十章。北京科技大学管理系邱绪瑶教授和徐昌敏副教授对本书作了最后评审，提出了宝贵

意见，我们在此表示感谢；同时向参阅有关文献资料的所有作者一并表示感谢。

由于作者水平有限，加之时间紧，不妥及疏漏之处恳请读者批评指正。

编 者

1991年9月

目 录

第一章 导 论

第一节 管理经济学的范围.....	(1)
一、管理经济学与其他学科的关系.....	(2)
二、企业的活动环境与功能.....	(5)
三、建立模型与寻求优化的途径.....	(9)
四、管理经济学的实用价值.....	(10)
第二节 管理经济学的基本概念与原理.....	(11)
一、边际分析原理.....	(11)
二、关于时间的概念.....	(12)
三、现值分析原理.....	(13)
四、机会成本的概念.....	(14)
五、边际相等原理.....	(15)
六、边际产出递减原理.....	(16)
七、供需均衡原理.....	(16)
八、需求弹性原理.....	(17)

第二章 经济分析的基本方法

第一节 最优化技术.....	(18)
一、总量关系、平均关系和边际关系.....	(19)
二、最优化方法.....	(21)
三、约束条件下的最优化.....	(29)
第二节 风险分析.....	(31)
第三节 估计方法.....	(37)

一、一元回归分析	(37)
二、多元回归分析	(43)

第三章 需求理论

第一节 商品的需求	(46)
一、商品的市场需求	(46)
二、需求的影响因素	(48)
三、商品市场需求函数	(50)
第二节 消费者行为分析	(51)
一、总效用与边际效用	(51)
二、无差异曲线	(53)
三、消费者的最佳购买	(56)
四、消费者剩余	(60)
第三节 需求价格弹性	(63)
一、需求价格弹性定义及计算	(63)
二、价格弹性与需求曲线斜率的关系	(65)
三、价格弹性与边际收益、总收益	(67)
四、价格弹性的决定因素	(70)
五、需求价格弹性在企业经营中的应用	(72)
第四节 其他需求弹性	(74)
一、需求收入弹性	(74)
二、需求价格交叉弹性	(82)

第四章 需求的估计与预测

第一节 数据来源	(87)
一、专家意见	(87)
二、市场调查	(89)
三、市场试销	(91)
第二节 需求的估计与预测程序	(92)

一、建立理论模型.....	(93)
二、选择函数形式.....	(96)
三、收集数据.....	(97)
四、模型的参数估计.....	(98)
五、结果的预测与说明.....	(98)
第三节 需求函数的参数估计.....	(99)

第五章 生产理论

第一节 生产函数.....	(111)
一、企业系统.....	(111)
二、生产函数概念.....	(111)
三、生产函数的表达方式.....	(113)
第二节 短期生产函数.....	(116)
一、短期与长期.....	(116)
二、总产量、平均产量与边际产量.....	(117)
三、边际收益递减规律.....	(118)
四、生产阶段.....	(119)
第三节 长期生产函数.....	(121)
一、等量生产.....	(122)
二、边际技术替代率递减规律.....	(124)
三、供给弹性与生产弹性.....	(126)
四、等成本生产.....	(131)
第四节 投入要素的最佳运用.....	(134)
一、单一投入要素的最佳量的确定.....	(134)
二、两种投入要素最佳量的确定.....	(137)
三、投入要素的最佳组合范围.....	(143)
四、投入价格变动与最佳投入组合.....	(146)

第六章 成本理论

第一节 成本的基本概念.....	(152)
一、相关成本与无关成本.....	(152)
二、会计成本与机会成本.....	(153)
三、显性成本与隐性成本.....	(155)
四、增量成本与沉没成本.....	(156)
第二节 短期成本函数.....	(157)
一、几种短期成本函数概念.....	(157)
二、短期成本曲线及相互关系.....	(158)
三、主要成本函数与生产函数关系.....	(163)
第三节 长期成本函数.....	(164)
一、长期总成本.....	(165)
二、长期平均总成本.....	(166)
三、生产规模与经济性.....	(169)
第四节 成本利润分析.....	(170)
一、利润贡献分析.....	(170)
二、盈亏平衡分析.....	(171)
三、经营杠杆率.....	(174)

第七章 生产函数与成本函数的估计

第一节 生产函数的估计.....	(180)
一、数据条件和度量标准.....	(181)
二、生产函数种类.....	(181)
三、生产函数的估计.....	(185)
第二节 成本函数的估计.....	(187)
一、数据的条件和度量.....	(188)
二、成本函数与规模收益.....	(189)
三、短期成本函数的估计.....	(191)

四、长期成本函数的估计.....	(195)
五、成本函数与生产函数的对应.....	(198)

第八章 完全竞争市场条件下的企业与产业

第一节 完全竞争市场的特征.....	(203)
第二节 完全竞争市场条件下企业所面临的需求曲线.....	(205)
第三节 短期利润最大化的实现.....	(208)
第四节 长期利润最大化的实现.....	(210)

第九章 垄断市场条件下的企业与产业

第一节 垄断市场的特征.....	(216)
第二节 进入产业部门的壁垒.....	(217)
一、规模经济.....	(217)
二、进入壁垒的形成.....	(219)
第三节 短期利润最大化的价格与产量.....	(220)
第四节 长期条件下达到利润最大化的价格与产量.....	(222)

第十章 垄断竞争与寡头市场条件下的企业与产业

第一节 垄断竞争市场的特征.....	(225)
第二节 垄断竞争市场中达到利润最大化的产量与价格.....	(226)
第三节 寡头市场的特征.....	(229)
第四节 寡头市场模型.....	(231)
第五节 寡头市场条件下的企业行为.....	(235)
一、共 谋.....	(236)
二、价格领导制.....	(238)
三、长期定价战略.....	(240)
第六节 测量市场结构.....	(244)
一、集中度.....	(244)

二、Herfindahl 指数	(245)
-----------------------	-------

第十一章 实际定价方法

第一节 理论价格模型与实际定价过程	(249)
第二节 定价的基本方法	(251)
一、全部成本法	(251)
二、增量成本法	(254)
第三节 系列产品定价	(257)
一、替代产品与互补产品的定价	(257)
二、联合生产的产品的定价	(259)
三、具有共同成本的产品定价	(262)
四、中间产品的定价	(264)
第四节 差别定价	(267)
一、差别定价的基本原则	(268)
二、实行差别定价的条件	(270)
三、差别定价的不同形式	(271)

第十二章 长期投资决策

第一节 资金预算的一般概念	(275)
第二节 资金预算的实际决策过程	(276)
一、提出投资建议	(276)
二、行政管理的具体情况	(277)
第三节 资金预算的计算方法	(278)
第四节 资金成本的估算	(280)
一、借债融资的成本估算	(281)
二、发行股票融资的成本	(281)
三、资金的综合成本	(284)
第五节 资金预算编制程序	(286)
参考文献	(289)

第一章 导 论

现代经济学的基本理论大致可以划分为两个领域。一个领域是宏观经济学，在这个领域里主要研究经济系统作为一个总体运动的规律。这些内容包括：总产出、价格总水平、经济波动、总供给与总需求平衡等问题的理论分析和实证研究。另外一个领域是微观经济学，在这个领域内主要研究个别企业的产出与投入的关系，个别消费者的消费与储蓄行为规律，在一个局部市场上特定商品的相对价格。所谓管理经济学就是微观经济学的应用。在管理经济学的研究领域内，主要讨论如何将那些与企业管理密切相关的理论与方法应用于管理者的管理实践。由于管理问题的复杂性，在管理经济学中除了主要应用微观经济学的理论成果外，也应用了许多其它学科的概念与分析方法。管理经济学所具有的很强的应用性，特别体现在管理经济学中，强调使用案例研究方法。

在这一章我们要讨论管理经济学的一些基本概念与基本问题。

第一节 管理经济学的范围

管理经济学研究在商品经济条件下，企业如何适应市场环境的要求进行决策的行为规律。管理经济学提出了一整套原理和方法。这些方法能够帮助企业的管理者在科学的基础上进行经营管理与经营决策，从而为企业追求尽可能高的经济效益。

管理经济学在经营管理与经营决策中的作用通常有两方面。一方面，在已经存在的经济环境中，管理经济学的原理为企业的

管理者提供了一个分析问题的框架。管理者可以利用这一框架来分析企业内部的资源是否已经达到了充分有效的配置。例如，当管理者需要决定将从事推销活动的人员调往生产线是否能够提高利润时，就可以使用管理经济学的分析方法来分析该问题的决策结果。另一方面，当市场环境发生变化时，管理经济学的原理可以帮助企业的管理者做出正确的反应。例如，当生产过程的投入品价格提高时，企业是否应该通过投资或技术改造来重新配置各种投入，就可以通过管理经济学的分析方法来寻求答案。

在管理经济学的研究中，强调数量化的概念与数量化的分析方法。因此，管理经济学借鉴了许多现代管理科学的数量分析方法，是这些分析方法在管理领域中的综合运用。

一、管理经济学与其他学科的关系

管理经济学是抽象的经济理论在工商管理中的实际应用。因此，管理经济学与经济理论的关系就象物理学与工程科学的关系，或者生物学与医学的关系那样。从思想渊源上看，管理经济学与微观经济学、宏观经济学、统计学、决策理论、运筹学等，都有十分密切的关系。同时在实际知识的运用方面还与会计学、生产管理、市场学、财政金融理论、商业管理等学科相互交融。

微观经济学是关于厂商、市场、价格等经济现象的抽象理论。因此，微观经济理论是管理经济学的主要基础学科。在管理经济学体系中，广泛地使用着许多微观经济理论的概念与分析方法。例如，需求弹性、边际成本、短期与长期、市场结构等概念，都是微观经济学中最基本的概念。其它微观经济学中的理论模型，如垄断价格模型、价格歧视模型也是管理经济学中常用的理论模型。

由于管理经济学强调实际应用的特点，因此管理经济学一般不使用微观经济理论中那些比较抽象的概念与分析方法。例如，一般均衡理论、福利经济学中的巴列特最优等概念在管理经济学

中就很少使用。

虽然管理经济学主要是研究企业的经济活动，但是也要考虑企业的外部经济环境，特别是宏观经济活动与运行状态，直接影响着企业的外部条件。在企业进行决策，特别是长期投资与发展规划时，必须考虑到国家宏观经济政策的基本倾向、国家的利率政策、货币金融政策等。这些政策的长期效应与短期效应，对企业的投资决策起着重要的影响作用。

企业为了在市场竞争中得到生存并发展，在进行决策之前必须对自己产品的市场前景进行预测，而这种预测又在很大程度上与商情波动的预测密切相联。所以，这种预测不仅是微观性质的一般市场预测，也包含某种宏观性质的商情波动预测。正是在这些研究领域内，管理经济学应用了宏观经济学的理论研究成果。

在许多方面，统计理论与统计分析方法，是管理经济学的方法论基础。所谓方法论基础，首先是指在许多管理经济学研究时，要借助统计调查的方法来搜集有用的数据资料，并根据这些资料来对所建立的理论模型进行检验。在管理经济学的体系中，理论模型的建立主要利用演绎推理的思维方法，但是这些演绎的理论模型最终要利用实际的数据进行验证，这就要借助统计学的方法。其次，在企业进行决策时，必须要透彻地了解与决策有关的那些因素之间的因果关系，而且希望对这一类因果关系给出比较精确的数量表示。透彻了解这样的因果关系是进行正确决策的前提和基础。而统计分析方法恰恰是进行这类研究的基本方法。例如，可以应用统计学方法来实际估计需求函数、成本函数和生产函数，计算商品需求的价格弹性与收入弹性，根据实际估算的模型进行生产预测、成本预测、市场需求预测以及投入量的优化组合与产品的结构优化。

因为企业的经营活动中很重要的内容是决策，所以，在研究管理经济学时需要借鉴决策论的理论与方法。

在微观经济理论和宏观经济理论的体系中，通常需要给出下

述两个假设，如果这两个假设成立将使得理论模型的演绎过程十分简洁。一个假设是认为个人或企业都是单一目标的，在经济活动中企业追求最大利润，个人追求最大效用。另外一个假设是，认为无论是个人或企业都对周围的环境具有充分的知识，因此在这些条件下不需要考虑非确定性问题，这个假设在经济学文献中又称为完全信息假设。

但是，上述两个假设与现实的情况相距甚远，企业的管理者所面对的现实问题，实际上要比这一类假设所描绘的环境复杂得多。首先，是管理问题中的决策问题经常表现为多目标决策问题，管理者不能满足于追求单一目标的优化。必须在那些难以协调的、有时是相互冲突的目标之间加以权衡和比较。其次，在许多情况下，信息并非是完全的，不确定性的情况普遍存在。人们无论是对周围环境的现状还是对未来的发展前景，都不具有完备的知识。因此，几乎随时随地都要与非确定性因素打交道。

以上这些问题正是决策理论所需研究的问题。在决策理论中，对信息的搜集与处理、人们的多样化目标之间的协调和权衡、在决策过程中的心理学问题和社会学问题及其对人类行为的影响等等专门的问题，需要进行深入的分析与研究。在管理经济学的实际应用中，决策理论与经济理论的研究成果，可以相互补充，共同构成了企业管理者的实际操作活动的知识基础。通过管理经济学的学习，可使管理者在决策过程中熟练地运用各种经济分析的概念与方法。

运筹学与管理经济学之间的关系也是十分密切的。运筹学的许多方法都是寻求优化的方法，在运筹学的发展过程中，许多基本的概念方法与现代微观经济学的基本概念与理论是同步发展的。许多经济管理遇到的问题触发了运筹学中某一方面理论与模型方法的发展。如线性规划的理论与方法就是由于实际问题的提出而产生、发展起来的。这些实际问题包括配料问题、运输问题等。同时，运筹学中的一些概念与理论又影响了微观经济学中

许多问题的研究，如线性规划中的对偶问题与微观经济学中的影子价格问题。运筹学与现代微观经济理论与现代管理科学之间的联系与相互影响随处可见。所有这些联系与影响的根本原因，是这两种学科的基本性质与基本研究对象之间的相似之处。一方面运筹学的许多方法都提供了目标优化的手段与途径；另一方面行为优化原则又是经济理论中许多基本理论模型的出发点，而这也是管理经济学中应用这些模型的最终目的。在今后的讨论与叙述中，可以看到经济学中许多问题，都可以抽象为在一定约束条件下追求利润最大化或成本最小化的目标函数，而这些问题的解决都需要使用运筹学的方法。

在管理经济学的研究与应用中，运筹学与管理经济学的思想融会贯通、紧密联系，共同构成了现代管理者分析、处理管理问题的工具库。

二、企业的活动环境与功能

1. 企业与市场

在商品经济条件下，企业的各种生产活动与经营活动都是以市场为背景的。企业是完成生产活动的实体，但这个生产过程必须使用各种资源作为生产的投入。所有的资源都可以划归到以下三类：第一类是劳动；第二类是资本；第三类是自然资源。在每类资源中又可以划分为许多不同的等级。在劳动中可以按照专业化程度的不同划分出许多等级，如从事复杂手术的外科大夫和一般的搬运工，他们之间的区别表现为技能培养所需要的时间与费用的不同，如果用经济学的语言来描写，可以说在他们之间存在着不同水平的人力资本积累。同样，资本也存在不同的等级，如高级的计算机与一把铁锹，它们之间存在着资本密集程度的区别。这样，在这些资源的所有者之间存在着各种形式的交易活动，这就构成了各种各样的经济活动。下面利用图 1-1 来说明这些经济活动的发生与相互关系。

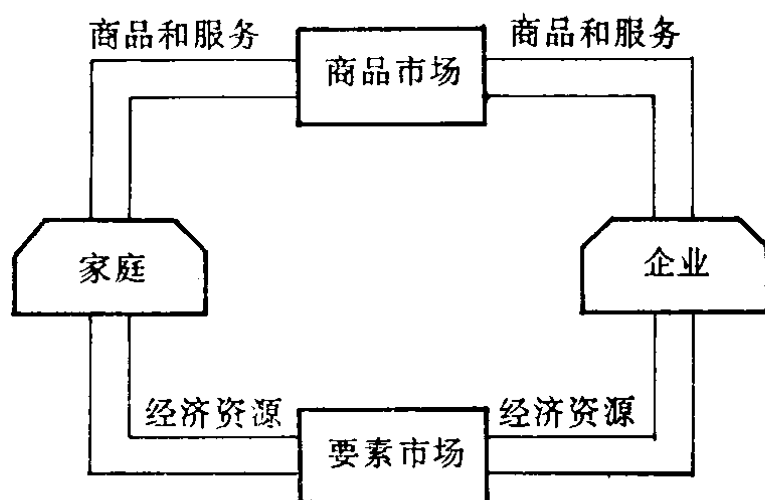


图1-1 经济活动及其相互关系

从图 1-1 中可以看出，个人与企业之间存在着两个方向的联系：首先是在商品市场上消费者购买企业生产、出售的商品；其次在要素市场上，两者之间进行劳动、资本、自然资源之间的交易。在商品市场上，消费者通过一定形式的购买活动，希望能够用尽可能低的价格获得尽可能满意的消费品和服务。而企业面对消费者的需求，通过商品和服务的供应而获取利润。企业的生产条件和要素投入成本决定供应的条件，而消费者的偏好和支付能力决定需求条件。供应与需求双方的力量均衡决定了商品的出售价格与出售数量。在商品市场上，货币由消费者流向企业，相反商品与服务由企业流向消费者。

生产要素市场处于图 1-1 的下半部分。在这个市场上，各种流动的方向与商品市场正好相反。企业在要素市场上购买各种生产要素，因此货币由企业流向要素的所有者，而要素从所有者流向企业。在这个市场上同样也是由供应与需求力量的相互作用达到均衡，从而决定出售的价格与数量。以上就是关于经济活动构成的一个简略的描述。很明显，在进行这一描述时省略了许多的细节，随着我们讨论的展开，这一图画细节将越来越清晰。

2. 企业的性质与功能

在管理经济学中，要讨论企业行为的各个方面的问题。无论