

管理经济学

任若恩 刘新国 刘晓生 编著



北京航空航天大学出版社

管 理 经 济 学

任若恩 刘新国 刘晓生 编著

北京航空航天大学出版社

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。全书共十二章,主要内容包括:管理经济学的基本概念和分析方法,需求理论,需求的估计与预测分析,生产函数分析与生产决策,成本分析,生产函数与成本函数的估计,市场模型和市场结构分析,定价理论及长期投资决策等。系统地运用定性和定量相结合的方法,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、管理科学与工程等管理专业本科生和研究生教材,也可以用作各类经济管理大专班、培训班的参考教材以及有关经济管理的学习参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学/任若恩等编著. - 北京:北京航空航天大学出版社,1999.6

ISBN 7-81012-857-4

I. 管… II. 任… III. 管理经济学 IV. C93-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 1999 第 01748 号

管 理 经 济 学

任若恩 刘新国 刘晓生 编著

责任编辑 娄铁军

责任校对 张韵秋

北京航空航天大学出版社发行

北京市海淀区学院路 37 号(100083) 82328026(发行部电话)

各地书店经销

北京朝阳科普印刷厂印装

*

开本:850×1168 1/32 印张 10 25 字数 272 千字

1999 年 6 月第 1 版 1999 年 6 月第 1 次印刷 印数:3000 册

ISBN 7-81012-857-4/F·049 定价:12.30 元

前 言

20 世纪 50 年代,管理经济学作为一门独立的学科在美国首先兴起。1952 年美国经济学家乔尔·丁(Joel Dean)出版了第一本《管理经济学》,宣告了这门学科的诞生。尔后从事这方面研究的人逐渐增多,发展迅速,成为现代经济学体系中的一个与管理科学密切相关的分支。改革开放以来,管理经济学被引入我国,逐渐成为培训管理干部的一门主要课程,也成为高校经济管理专业的一门重要专业课。

本书是为高等院校经济管理专业学生编写的管理经济学教材,同时其内容也考虑到培训管理干部的需要。本书在 1992 年 10 月出版第一版以来,承蒙各界人士厚爱,很快售罄。本书曾获得中国航空工业总公司第四届航空高校优秀教材中青年奖。这次得到北京航空航天大学出版社资金的资助,得以出版第二版。

在这次修订再版的过程中,我们仍然遵循在写作第一版时所提出的原则,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,并在阐述中注意结合例题加以表述。每一章后附有一定量的思考题和习题,以便读者检查对有关内容的理解和掌握。

在出版本书第一版时,是由任若恩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研究所刘晓生,编写第二章、第八章、第九章、第十章。这次的修订再版仍然按照这样的分工进行。感谢余修斌为本书所做的工作。

本书承蒙北京科技大学徐昌敏教授审阅并提出宝贵意见,特

043 : 07

此感谢。

这次修订再版,我们虽然作了很大的努力,但不妥和疏漏的地方相信仍然存在,恳请读者批评指正。

编者

1998年9月

目 录

第一章 导 论	1
第一节 管理经济学的范围	1
第二节 管理经济学的基本概念与原理	11
第二章 经济分析的基本方法	18
第一节 最优化技术	18
第二节 风险分析	31
第三节 估计方法	36
第三章 需求分析	46
第一节 消费者的需求	46
第二节 消费者行为分析	52
第三节 需求价格弹性	65
第四节 其他需求弹性	76
第四章 需求的估计与预测分析	92
第一节 需求估计所需数据来源	92
第二节 需求估计与预测程序	97
第三节 需求函数的参数估计	103
第五章 生产函数分析与生产决策	115
第一节 生产函数	115
第二节 单一可变投入生产函数分析与决策	124
第三节 多种可变投入生产函数分析与决策	132
第四节 规模收益	147
第五节 经验生产函数	157
第六节 供给弹性及其他弹性分析	163

第六章 成本分析	173
第一节 基本成本概念	173
第二节 短期成本函数分析	179
第三节 长期成本函数	187
第四节 成本利润分析	195
第五节 成本与利润销售量弹性	205
第七章 生产函数与成本函数的估计	214
第一节 生产函数的估计	214
第二节 成本函数的估计	219
第八章 完全竞争市场条件下的企业与产业	232
第一节 完全竞争市场的特征	232
第二节 完全竞争市场条件下企业所面临的需求曲线	234
第三节 短期利润最大化的实现	237
第四节 长期利润最大化的实现	239
第九章 垄断市场条件下的企业和产业	245
第一节 垄断市场的特征	245
第二节 进入产业部门的壁垒	246
第三节 短期利润最大化的价格与产量	249
第四节 长期条件下达到利润最大化的价格与产量	251
第十章 垄断竞争与寡头市场条件下的企业与产业	254
第一节 垄断竞争市场的特征	254
第二节 垄断竞争市场中达到利润最大化的产量与价格	255
第三节 寡头市场的特征	258
第四节 寡头市场模型	260
第五节 寡头市场条件下的企业行为	264
第六节 测量市场结构	273

第十一章 实际定价方法	278
第一节 理论价格模型与实际定价过程	278
第二节 定价的基本方法	280
第三节 系列产品定价	286
第四节 差别定价	296
第十二章 长期投资决策	303
第一节 资金预算的一般概念	304
第二节 资金预算的实际决策过程	305
第三节 资金预算的计算方法	307
第四节 资金成本的估算	309
第五节 资金预算编制程序	314
参考文献	317

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，主要研究经济系统作为一个总体运动的规律，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，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，也应用了许多其他学科的概念与分析方法。管理经济学具有很强的应用性，特别体现在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像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。其他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，首先是指在进行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。许多经济管理中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

（一）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为三类：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。

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

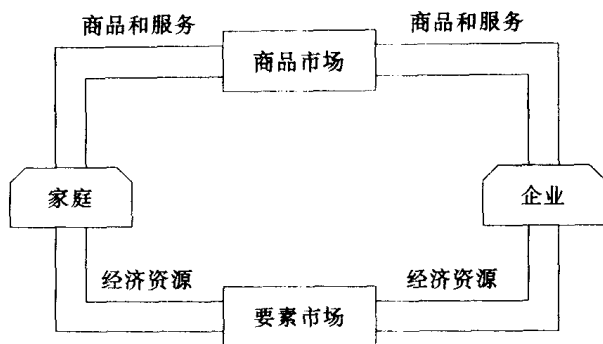


图1-1 经济活动及其相互关系

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。

(二) 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。无论在理论方面，还是应用方面，企业都处于管理经济学体系的中心位置。但是现在要讨论一个更加基本的问题，即为什么存在企业，企业存在的合理性，企业在经济系统中的特殊作用和目的。

1. 企业存在的合理性

在此将介绍关于企业存在原因的一种说法，这种说法成立的前提是，存在比较完善的市场机制。

在这种前提下，企业 and 市场是两种不同而又可相互取代的交易体制。市场上的交易是由价格机制来协调的，而企业的存在将许多原来属于市场的交易活动“内化”了。如在劳动力市场上，人们可以根据收入的高低来决定自己的就业选择，他们的行为受劳动力市场价格的协调。但一旦某人成为企业的雇员，他在企业中的行为就不再受价格机制的支配，而需要受行政权力的支配。企业与市场的特征区别之处就在于：企业中是以行政命令来引导交易活动；而在市场中则是由价格机制来引导消费者和企业之间分散形成的交易活动。

既然企业 and 市场之间存在可以相互代替的资源调配机制，那么为什么仅仅依靠市场不行？为什么企业会取代一部分市场的功能？决定这一替代的唯一因素是交易费用。由于组成企业将一部分交易活动包含在企业内部，从而可以降低交易的费用，因此，就这一交易来说，企业是比市场更有效率的交易管理机制。交易费用的节省，是企业产生、存在以及替代市场机制的唯一动力。

如果企业作为管理交易或资源分配的机制，就能够以节省交易费用而优于市场机制，那么企业就应当无限扩大，最终完全取代市场，使整个经济系统变成一个大的企业。但实际上这一扩大过程是有限度的，因为到达一定程度之后，企业的边界继续扩大不再能够降低交易费用，这一点就决定了企业 and 市场的界限。

原因很简单，企业是由行政命令来管理和指挥的，管理过程的本身产生管理费用。企业的规模越大，管理费用就越高，企业不断扩大，管理费用就不断增长，最终达到这样的一点：以扩大企业规模来内化一笔额外的交易所节省的费用，刚好被管理费用的增长所抵消。企业不能靠继续扩大规模而获得利润，这时候，企业的增长就停止了，企业的规模也就达到了一个均衡点。

另外，管理者的能力也限制了企业的无限制扩大。任何管理者的运筹能力都是有限的，超过这个限度，也会带来决策、管理上的失误，从而降低效率。

2. 企业的目标和利润概念

在管理经济学的分析中，利润最大化是最主要的假设前提。对厂商来说，追求利润最大化应该是他们的目标函数。企业的生存与发展决定于它在市场竞争中能否成功，而企业在商品经济、市场环境中获得成功的程度，要用利润的数量来表示。这也就是我们所反复强调的经济效益原则。

在企业的运行中，追求利润应该是其目标，这一般不会遭到异议，但作为唯一的目标就会引来一些不同的看法。企业毕竟还应该有其他一些目标。但是分析问题的逻辑性要求我们做出这样的限制性假定。企业的行为确实是复杂的、多层次的，其中有经济性的、社会性的，甚至还有企业领导人个人偏好的影响，这就造成了企业目标的多元化。但是在企业内最基本的行为是经济行为，因为企业首先是一个经济组织。另一方面，利润最大化的目标可以具体准确的表示出来，这一表示不会随时间、地点、对象的变化而改变，在展开分析时能够获得比较具体明确的结果。因此，在讨论经济问题时，首先做这样一个假定是比较方便的。在此基础上构造了企业的行为规律，再将其他目标因素加进来综合考虑，将会使问题的解答十分明晰。

在管理经济学中所考察的利润是经济利润，与会计核算中的利润概念不完全一样。会计利润的范围比经济利润的范围大。这些问题将会在有关成本分析的章节中详细加以讨论。

在经济学中，关于利润的本质有各种不同的理论。有的理论强调利润是企业承担风险的报酬，有的理论强调利润是垄断的结果，还有些理论认为利润是企业创新精神的报偿。

在管理经济学中，并不过多牵涉这一类利润理论的分歧，也并不过多研究利润问题的理论方面。在管理经济学中，一旦建立了

利润最大化的基本假定之后，分析的重点就在于成本、需求、收益、市场结构这样一些具体方面。主要考虑如何测定边际收益与边际成本，这些概念是构成边际利润的基础。

在考虑盈利问题时，必须引入时间因素。考虑资本和货币的时间价值，对现在估计的利润收入必须计算其未来的数值，比较收益的贴现率，从而对盈利能力进行评价。这些就是在管理经济学中经常采用的对利润问题的分析，一般不去深究利润产生的理论问题。

三、建立模型与寻求优化的途径

现实的经济环境是非常复杂的，企业在进行决策时，应该考虑实际存在的大量技术因素和社会因素。但是，在具体进行决策的过程中，只能对其中最主要因素加以分析。因此，在决策的过程中存在着抽象与近似的问题，对决策的因素分析也不可能是完全严格的。

建立模型的方法是非常有用的方法。管理者通过各种形式的模型对经济运行的机制加以解释，虽然忽略了许多细节，但是好的模型将能概括出最本质的东西。

例如，电视机的制造厂商希望能预测未来的销售量，根据他所建立的模型，影响销售量的主要因素是：价格、单位成本、人均收入、用于广告的费用。虽然上述因素是影响销售量的主要因素，但是仍然还有许多影响较小的因素没有包括在内。例如，其他有关产品的价格、销售费用、产品出口受到汇率变动的影响等。因此，制造厂商在预测销售量时，使用的模型是对现实关系的一种近似，而且只有进行了这样近似之后，模型才能真正具有可操作性。

模型作为一种对现实世界的抽象，有时可能会表示为比较复杂的数学方程形式。但是模型的真正价值不在于形式的复杂或优美，而在于模型能够代表现实对象系统的最重要的特征。而判别