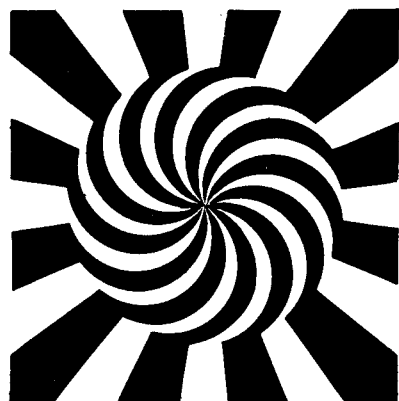


管 理 经 济 学 原 理 与 方 法



● 六院校协作编写组
● 辽宁大学出版社

责任编辑 春 光

封面设计 桂 湘

版式设计 春 光

责任校对 田 章

管 理 经 济 学 原 理 与 方 法

六院校协作编写组

* *

辽宁大学出版社出版

辽宁省新华书店发行 各地新华书店经售

丹东印刷厂印刷

* *

850×1168毫米 32开本 10.25印张 250千字

1987年2月第1版 1987年2月第1次印刷

印数：1—15,000册

统一书号：4429·039

ISBN 7-5610-0006-5

F·2 定价：2.10元

编写说明

本书是由成都大学、辽宁大学、山东经济学院、贵州财经学院、抚顺石油学院、辽宁商业专科学校的部分教师集体编写的。参加编写的人员和分工如下：

辽宁商业专科学校单凤儒编写引言和第一章，李福学编写第三章，吉福林编写第四章；辽宁大学张春光编写第二章；抚顺石油学院郑策编写第五章和第六章；成都大学邹川编写第七章和第八章；贵州财经学院石光复编写第九章；山东经济学院侯振华编写第十章，龙增瑞编写第十一章。

本书由单凤儒担任主编、张春光担任副主编。各章初稿写出以后，在集体讨论和作者修改的基础上，由主编和副主编对全书进行了修改和总纂。

经济学家、日本关西大学名誉博士、辽宁大学校长冯玉忠教授担任本书主审。辽宁大学经济管理学院王征、李英林、彭好荣副教授对本书的编写给予了指导和大力支持，石大明讲师参与了本书初稿的部分修改和审阅工作。山东经济学院周其诚同志曾给予帮助。本书在编写过程中参阅了一些书籍（书目附后）。在此，一并致谢。

编者

1986年7月于沈阳

引 言

作为一名现代企业家，首先应是战略家。他必须立足于本企业，纵目宏观经济，放眼未来趋势，不断研究新问题、分析新形势，使决策建立在科学可靠的基础之上。在当前经济体制改革的新形势下，企业的外部环境发生了哪些重大的变化？其发展趋势如何？相应地，企业的地位及其决策行为有了哪些根本性的转变？在这样的条件下，企业怎样决策才能立于不败之地？这些是摆在我国企业管理者面前的紧迫课题。

企业决策系统的行为，受制于宏观经济运行机制及由其所决定的企业微观经济行为的特点。要探讨在新形势下应如何决策，必须首先认清宏观经济运行与管理的特点。

在我国原有国民经济管理体制下，企业受制于一种以计划主宰一切和限制商品经济的理论为指导思想的模式。国家各级行政机构直接经营和管理企业，“统制”一切生产、交换、分配和消费；企业成为其上级行政机构的附属物，一切经济权力（人财物及生产计划之权）都集中在上级机关，一切经济活动（产供销）都听从上级主管机构的安排与指挥，生产什么产品、数量多少、价格高低都由上级计划决定。企业只是国民经济这个大工厂中的一个生产车间，只有听命执行，自主决策权很少。

《中共中央关于经济体制改革的决定》明确指出，“社会主义计划经济必须自觉依据和运用价值规律，是在公有制基础上的有计划的商品经济”。这为建立新的管理模式提供了理论

依据。这种有计划的商品经济的运行机制是计划调节与市场调节相结合的机制。价值规律必然通过它的现实形式——市场机制发挥作用。这如同一只“看不见的手”，以其神奇般的威力，不可抗拒地影响或支配着商品经济世界中的生产者和消费者的经济行为。计划机制与市场机制相互渗透、交织作用、相辅相成，逐步形成一个有机的调节系统。这种经济运行机制决定，必须相应调整国家同企业的关系。企业的所有权同经营权适当分离，企业应成为相对独立的经济实体，成为商品生产者和经营者。而国家作为所有者的代表和社会调节中心，必须使其管理经济的体制作相应的转变：在管理方式上，由微观上的直接控制，转变为宏观上的间接控制；在调节的手段上，由倚重指标调节和行政调节，转变为以经济杠杆调节为主的系统调节。这样既加强和改善了宏观经济的控制，又为增强企业活力创造了良好的外部环境。

在这种经济管理模式下，企业的微观经济行为必然发生相应的转变。主要表现在以下几方面：

1. 作为相对独立的经济实体，企业自负盈亏。这就决定企业必须讲究经济核算，重视经济分析，强调节约和效率，寻求利润最大化。

2. 作为商品生产者和经营者，企业必然要参与市场竞争。要在优胜劣汰的竞争中生存和发展，企业就必须研究竞争规律，自觉利用市场机制，敢于并善于参与市场竞争。

3. 作为充满活力的经济法人，企业自主经营，独立地制定生产经营决策。它不再是单纯地执行上级计划，而是在国家计划的指导下，根据市场的需求，独立地对产品品种、产量、价格等作出决策。企业由执行型变为决策型。

讲究效益、参与竞争、自主决策这些企业行为的新特点，要求企业决策系统应作根本性的改变。以前那种单纯执行型的生产指挥中心已远远不能适应了，取而代之的是面向市场，适

应竞争，自主决定价格、产量的新的决策系统。

要建立这样一个强有力的决策系统，必须有相应的科学理论和方法体系。管理经济学就是研究在商品经济条件下，企业如何适应市场机制要求进行决策。它通过对有关经济行为的分析，找出节约、高效地实现企业目标的途径。它的突出特点是进行数理分析，借助数量关系研究经济规律，从而强化决策的量化分析。它提出的一整套原理和方法，为企业管理者进行生产经营决策提供科学依据和实用有效的方法、工具。研究并掌握好管理经济学，就能使企业追求经济效益成为一个更加自觉的行动。

管理经济学是从西方经济发达国家引进的，在我国还是一门相当年轻、相当不成熟的学科。西方管理经济学，是以现代资产阶级经济学，特别是微观经济学为基础的。它是把西方微观经济学的理论和方法应用于企业生产经营决策系统而产生的，其整个理论体系是完全适应资本主义市场条件的。引进西方管理经济学并力图创立符合中国实际的管理经济学，是一个异常艰巨的任务。既要借鉴、引用西方管理经济学体系中有科学性的分析理论和方法，又要剔除并批判其体系中庸俗腐朽的观点，这就必须科学地处理批判与借鉴的关系。由于我们同西方国家相比，自然条件、生产力水平及管理水平上存在差异，生产资料所有制上存在根本区别，各种经营方式、企业类型、市场结构上也存在巨大差别，我们的经济改革会遇到一系列在资本主义商品经济条件下从未出现过的新问题。在我国有计划的商品经济条件下，企业经营如何实现最佳的经济效益，必然有其特殊的规律性。这些是西方管理经济学所不能回答的。因此，我们面临的任务不仅仅是改造，而且还有创新，要建立符合中国实际、有中国特色的管理经济学。

但建立有中国特色的管理经济学，不可能是一蹴而就的。它既需要有体现中国特色的科学的理论经济学作指导，又有待

于管理实践的深入。西方管理经济学，作为研究商品经济的学问，它揭示了许多商品经济的共性规律。这些，作为商品经济运动的共性，也基本上适应我国的商品生产和交换活动。所以，要搞好管理经济学这门学科的建设，首先应是对西方管理经济学大胆引进，在批判其糟粕的同时，要充分应用那些有科学价值、适应我国企业生产经营需要的理论和方法，实行“拿来主义”，为我所用。并在实际应用中，坚持以马克思主义为指导，认真研究我国管理中的新问题，总结新经验，逐步建立并完善我国的管理经济学体系。按照这一指导思想，本书介绍了西方管理经济学的一些反映商品经济共性规律的、科学实用的理论和方法，并力求联系我国经济实际，联系企业生产经营决策实际。

我们对企业决策系统展开分析必须首先给定若干前提，从这些既定前提出发，才能准确有效地进行分析并得出可信的结论。本书进行经济分析的主要前提是：

我们所分析的企业环境，是由以市场为轴心的经济机制支配的。企业面临的外部环境，是计划调节与市场调节机制共同作用的有计划的商品经济。市场机制是价值规律的现实形式，反映了商品经济内在的、一般的、本质的属性，是一种客观、自动性质的作用方式；计划机制是为了促使经济按既定轨道运行，由人们采取的自觉干预的行为，是一种主观、能动性质的作用方式。两者的属性决定了它们之间的联系方式。直接通过指标调节来干预企业行为不是计划机制作用的唯一形式。因此，在有计划的商品经济的条件下，计划机制的主要形式应是通过对市场等经济范畴进行参数调节，进而通过市场机制来间接调节企业行为，计划机制渗入市场机制。因此，本书从商品经济的一般性出发，以市场机制为前提，对企业的外部系统行为进行实证分析，把计划仅作为企业决策的外部约束或拍板决策的一种指导规范。本书主要研究市场供求、竞争、价格、利

润等与市场机制有关的变量行为。

我们所研究的企业，是具有商品经济一般特征的企业。例如，企业以经济效益为中心，并突出表现为追求利润最大化；企业间存在着正常竞争；企业是独立经营、自主决策的法人。当然，在现阶段，我国很多企业尚不完全具备这些特征，但我们相信，随着改革的深入，社会主义企业一定能具备这些特征，并以充满活力的社会主义商品生产者和经营者的身份出现在市场上。即使在目前，本书所论及的管理经济学的原理与方法，对企业管理者制定经营决策仍是大有益处的。

本书是站在企业管理者角度，只研究与企业生产经营决策直接相关的那些实用性质的问题。例如，本书不研究“价值的决定”这样政治经济学所研究的一般理论问题。本书所研究的价格，仅指市场价格而言，研究市场价格的影响因素、在市场上的形成过程及其变动规律；研究边际理论，只是把它作为一种有科学价值的方法和工具；研究效用理论，也只是从消费者需求心理角度进行的。

建立有中国特色的管理经济学，还要走很长的路，但愿本书能成为这条路上的一块铺路石。

目 录

引 言

第一章 管理经济学的研究对象与基本原理

第一节 管理经济学的研究对象与性质	1
一、管理经济学的研究对象	1
二、管理经济学的学科性质及地位	3
第二节 管理经济学的基本原理	5
一、企业生产经营运行与决策系统	6
二、管理经济学的若干原理	9
三、企业决策系统的理论模式	14

第二章 经济分析的原理与方法

第一节 经济数量关系与经济行为模拟	18
一、经济数量关系	18
二、经济行为模拟	20
第二节 边际分析原理	23
一、边际与边际分析	23
二、边际的数学含义与不同斜率曲线的经济含义	26
三、总值、平均值与边际值的关系	30
第三节 最优化方法	35
一、微分极值法	35

二、约束最佳化	41
---------------	----

第三章 市场供求及其运行机制

第一节 供给与需求	51
一、需求	51
二、供给	59
三、供求理论的应用	63
第二节 市场均衡	65
一、稳定均衡机制	65
二、均衡变动机制	68
三、市场运行机制	72

第四章 消费者需求的分析与测定

第一节 消费者行为分析	75
一、总效用与边际效用	75
二、消费者满足极大化的条件	78
三、购买商品的最佳组合	80
第二节 需求价格弹性	86
一、弹性及其计算公式	86
二、需求的价格弹性	87
三、决定价格弹性的因素	93
四、价格弹性与边际收入、总收入	93
五、价格弹性与企业价格策略	96
第三节 其它弹性及蛛网理论	97
一、需求的收入弹性	97
二、需求的交叉弹性	99
三、供给弹性	102
四、蛛网理论	104

第四节 市场需求的测定	108
一、常用测定方法	108
二、需求曲线的测定	111
三、恩格尔曲线的测定	116

第五章 生产分析与决策

第一节 生产函数	123
一、生产函数概念	123
二、边际收益递减原理与生产阶段划分	126
三、规模收益率	129
第二节 投入要素替代性分析	133
一、等产量线与投入要素的替代性	133
二、边际技术替代率	135
第三节 生产最优化原则	138
一、投入一种变动要素的最优化原则	139
二、投入多种要素的最优组合	140
三、产品最优组合原则	143
四、实现生产者与消费者均衡的产品最优组合	145
第四节 经验生产函数	148
一、幂函数的性质	148
二、道格拉斯——柯布生产函数	149
三、经验生产函数的建立及应用	150

第六章 成本分析与决策

第一节 成本函数	157
一、成本函数概念	157
二、短期成本函数	158
三、长期成本函数	164
四、经验成本函数	168

第二节 成本决策	170
一、与决策有关的成本概念	170
二、盈亏平衡分析及应用	173

第七章 纯理论市场结构模式的分析与决策

第一节 市场结构及其基本模式	183
一、市场结构及其划分标志	183
二、市场结构的基本模式	185

第二节 完全竞争市场条件下企业的 价格与产量决策	186
一、产品价格的决定	187
二、企业的短期决策	190
三、企业的长期决策	196
四、完全竞争市场的利弊	199

第三节 独占市场条件下企业的 价格与产量决策	200
一、产品价格的决定	200
二、企业的短期决策	201
三、企业的长期决策	202
四、独占企业利润与需求弹性	203
五、独占市场的利弊	207

第八章 现实市场结构模式的分析与决策

第一节 不完全竞争市场条件下企业的 价格与产量决策	210
一、产品价格的决定	210
二、企业的短期决策	211
三、企业的长期决策	214
四、企业的非价格决策	216

第二节 寡占市场条件下企业的	
价格与产量决策	218
一、产品价格的稳定性	219
二、产品价格的变动	222
三、企业的短期对策	225
四、企业的长期决策	226

第九章 实际定价系统的分析与决策

第一节 实际定价系统	229
一、理论价格模式与实际定价系统	229
二、定价的科学性与艺术性	233
第二节 定价的基本方法	235
一、全部成本法	235
二、增量成本法	236
第三节 定价策略	239
一、差别定价	239
二、系列产品定价	243
三、新老产品定价	245
四、产品生命周期定价	246

第十章 销售分析与决策

第一节 营销最佳化原则	248
一、需求是营销努力的函数	249
二、营销费用最佳化原则	253
三、最佳营销组合	255
四、目标市场的营销调配	260
第二节 广告决策优化	261
一、销售一反应及衰变模型	261
二、广告媒体的选择与组合	264

三、广告支出的时际决策	268
第三节 商品实体分配决策优化	271
一、运输最佳化	272
二、存货最佳化	277

第十一章 投资分析与决策

第一节 投资决策概述	285
一、投资与投资决策	285
二、影响投资效益的因素	286
三、投资项目的可行性研究	288
第二节 投资最佳化分析	288
一、投资最佳化原则	289
二、资金时间价值及其计算	291
三、投资效益的评价方法	293
第三节 投资决策中的风险分析	298
一、投资风险与风险决策	299
二、风险程度的测定	302
三、风险贴现法	305
四、灵敏度分析	309
五、马科维茨法	309

附 录

参考书目	312
------------	-----

第一章 管理经济学的研究 对象与基本原理

管理经济学，是运用数理分析的方法和技术，研究企业生产经营决策系统行为的规律性，以寻求经济效益最佳的一门科学。本章将从总体上研究管理经济学的一些最基本的问题。

任何学科都有其特定的研究对象，以有别于其他学科。本章首先在与有关学科的比较中探讨管理经济学的研究对象，揭示其研究的核心问题；并在此基础上指出了其学科性质及其在企业管理知识总体系中的地位。在本章的第二节中，将渗于全书的基本原理提炼出来，并置于企业生产经营运行与决策系统之中加以考察；最后，提出一个理论模式，为读者把握全书的理论结构和学习以下各章提供一个指南。

第一节 管理经济学的研究对象与性质

一、管理经济学的研究对象

人类通过生产活动将物质资料转换为有一定使用价值的产品，以满足人类的需要。随着生产力的发展和社会的进步，人们的需要会越来越高，从消费者需求欲望上看，需求是无限的。但在一定生产力水平的条件下，在一定的时间、空间范围内，可以用来进行生产的物质要素却是有限的，是不可能满足人们的无限需要的。这就产生了正如西方经济学家所讲的资源

的“稀缺性”问题。比如，劳动力、土地、资金、各种原材料等等，它们相对于生产需要来说都是有限的，而且是必须付出代价才能取得的，其中大多数要素都是人类劳动的凝结物。这些资源不象空气那样，数量多得可以满足人们的任何需要，而且一般不需要人们用劳动换取。生产资源的这种有限性与人类需求的无限性之间的矛盾，必然导致在生产资源分配上的选择——将有限的资源作优化分配，追求经济效益最佳。一个商品生产者和经营者的经营决策正是围绕上述问题展开的。他要确定生产什么产品，才能既保证适应消费者需要又能使企业利润最大化；要按照什么样的方式组织生产，能使成本最低；在市场竞争的条件下，应制定怎样的价格、产量决策，并以何种最适宜的销售方式将产品送到消费者手中，才能最终实现企业利润最大化的目标。通过这一系列环节的择优分配，实现整体最优化和利润最大化。这些正是管理经济学所要研究的问题。

管理经济学的研究对象是企业生产经营决策系统的经济行为以及有关变量之间的相互依存关系。

1. 从外延上看，管理经济学所研究的是企业生产经营决策系统这一特定范围内的问题

首先，它是以单个企业行为为研究对象的，研究的是微观经济问题。其次，它研究的是企业中的生产经营决策问题。它是站在企业管理者角度，将一般的经济数量关系置于企业特定的决策系统之中，研究与实际生产经营决策直接相关的变量。因此，它不同于微观经济学，而是借助微观经济学的理论和方法研究企业决策问题

2. 从内涵上看，管理经济学研究的是上述特定范围内的经济行为及其相应变量之间的相互依存关系

这里所要研究的经济行为主要指有关市场、生产、成本、价格、利润、投资的选择与对策等企业决策行为。这些经济行为受制于相应的经济变量及其关系。管理经济学研究有关上述

决策行为的基本变量的性质和变化幅度及其相互关系的性质、联系的具体形式，即基本经济数量关系，目的在于找出其运行的规律性，从而把握企业经营决策系统的运行机制，为决策提供经济和数理依据，而不是提供决策分析和选择的方法与技术，所以它也不同于决策学。

这里需要强调的是，管理经济学是借助变量间的函数关系，揭示经济现象间的因果或相关联系，从数量关系上描述经济规律。这使它与一般的经济与管理科学及生产、销售、人事劳动管理等学科相区别。当然，它能为后者提供经济数量关系模型或分析工具。但是，它不是象数学或统计学那样，将数量关系从自然的或社会的现象中抽象出来，研究一般的计算规律和技术，而是就企业生产经营决策这一特定系统的经济数量关系进行研究。同时，这种研究，旨在弄清此量与彼量之间的消长关系，而不在于确定这些变量的具体数值，所以管理经济学也不同于计量经济学。

顾名思义，管理经济学研究的是管理即决策这一系统运行的经济性。其核心问题是节约和效率，是谋求经济效益最佳；其根本任务是，在对有关经济数量关系的研究中，探寻企业在商品经济条件下生产经营活动的规律性，从而为企业制定正确的生产经营决策提供依据。

二、管理经济学的学科性质及地位

通过以上分析，可以将管理经济学的学科性质和特点归纳如下：

1. 它是一门应用经济学

它运用一般经济学的理论、方法和工具解决企业经营决策问题。它不同于研究一般规律的理论经济学。它带有很大的实用性。

2. 它是一门实证经济学