

● 现代管理教育与培训系列教材 ②

● 航空工业出版社

● 任若恩 主编

管理经济学基础



YIANDAI

GUANLI

JIAOYU

YU

BEIZUN

管理经济学基础

任若思 主编

航空工业出版社

1989

内 容 提 要

管理经济学是研究商品经济条件下,企业如何适应市场的要求进行决策的行为规律,以求高的经济效益。其中包括:管理经济学的基本概念、原理、供给与需求的分析测定,生产理论,成本理论,市场环境与价格理论,定价方法以及长期投资决策等基本内容。本教材在编写时尽量避免复杂的数学工具,力图用通俗的语言和图形说明管理经济学的基本概念与基本方法,并参照许多实例说明如何在实际管理工作中应用这些理论方法。

该书可作为高等院校以及职大、电大、函大等相应管理专业的教材或参考书;也可供经济管理部门、公司、企业和事业单位的中层以上领导干部和基层各类专业管理人员,作为自学或试行大专《专业证书》教育与岗位职务培训的教材或参考书;对热心于学习现代管理知识的育工、部队战士等也都是较好的读物。

管理经济学基础

任若恩 主编

航空工业出版社出版发行
(北京市和平里小关东里14号)
一 邮政编码: 100013—
全国各地新华书店经售
香河印刷厂印刷

1989年10月第1版	1989年10月第1次印刷
开本: 787×1092毫米 1/32	印张: 5.625
印数: 1—5200	字数: 125 千字
ISBN 7-80046-190-4/C·006	
定价: 1.36元	

《现代管理教育与培训系列教材》编委会

顾问 姜燮生 关 敦 唐乾三 杨士玮

主 编 顾昌耀

副主编 朱云峰 尹家齐 李德英

委 员 (按姓氏笔划为序)

尹家齐 朱云峰 宁宣熙 孙同咏 陈良猷

杨绍增 李德英 杨保安 施燕西 顾昌耀

秘 书 张铁钧

《现代管理教育与培训系列教材》书目

- | | |
|--------------|------------------|
| 1. 管理学发展概要 | 14. 工业统计基础 |
| 2. 管理经济学基础 | 15. 外向型经济概论 |
| 3. 工业经济管理概论 | 16. 国际贸易实务 |
| 4. 企业战略管理* | 17. 国际金融概论 |
| 5. 现代企业经营管理 | 18. 税收基础 |
| 6. 现代企业生产管理 | 19. 经济调节原理 |
| 7. 质量保证与质量控制 | 20. 经济法概要 |
| 8. 企业科技管理 | 21. 管理心理学 |
| 9. 现代企业人事管理 | 22. 线性规划在管理中的应用 |
| 10. 现代企业劳动管理 | 23. 网络计划在管理中的应用 |
| 11. 现代企业物资管理 | 24. 管理决策分析实用方法 |
| 12. 现代设备综合管理 | 25. 常用管理数学方法应用程序 |
| 13. 现代企业环保管理 | 注:带•者为再版书 |

前 言

党的十一届三中全会揭开了我国改革与开放的序幕。随着经济体制改革的不断深化，各部门、各行业及其所属企业的经营与管理，在科学化、现代化的道路上迈出了新的步伐。但是，“技术落后，管理更落后”的被动局面仍很突出，按照十三大提出的“国家调节市场，市场引导企业”的新经济运行机制进行管理，向管理要效益，已成为促进改革深化和保证现代化建设事业顺利进行的关键性环节。对此，各级政府管理部门、各级领导、管理学者和专家以及广大在职管理人员，都意识到此时此刻自身所肩负的历史责任，并切身体验到：要从根本上全面提高我国的经营管理水平，以适应改革开放和发展商品经济的需要，尽快培养和造就一支水平高，素质好，胸怀大志，远见卓识，乐于献身，富有韬略，开拓进取，勇于创新，既懂商品经济又会经营的管理大军，是刻不容缓的当务之急。

这里我们向读者提供的这套《现代管理教育与培训系列教材》，其目的就是要为各类管理专业的学生、教师，提供紧密结合改革开放实践，具有较强时代气息的教材或参考书；同时，也是为全国各地、各部门、各行业以及企事业单位的成人教育机构正在开办的管理干部岗位职务培训和试行的管理干部大专《专业证书》教育提供专业对口，适用配套的实用教材，以求在普及管理现代化教育方面做一点切切实实的工作。

该套教材的编写要求是：联系实际，面向改革，按需施教，讲究实效，既强调理论的系统性和方法的科学性，更注

242856

重教材的针对性和实用性。为了拓宽适用范围，便于更多的专业人员选用，在总体设计上采取了一书一专题的办法，各用书单位和个人可按公共课、必修课和选修课，依据教学计划的要求，灵活选用，组合配套。

该套教材既可作为高等院校以及职大、电大、函大等相应管理专业的教材或参考书；也可供经济管理部门、公司、企业和事业单位的中层以上领导干部和基层各类专业管理人员，作为大专《专业证书》教育与岗位职务培训的教材或参考书；对热心于学习现代管理知识的青工、部队战士等也都是较好的读物。

该套教材是由航空工业管理教育协作组（包括北京航空航天大学管理学院，郑州航空工业管理学院，南京航空学院和西北工业大学的管理系等）和中国航空学会管理专业委员会，会同航空工业出版社共同组织编写出版的。自始至终得到了航空航天工业部领导、教育司、财会司、体改司等司局的大力支持和帮助。在该套教材出版之际，谨向所有支持过我们工作的部门、单位和个人表示诚挚的谢意。

本书是该套教材的第2本。本书内容由浅入深，具有一定的知识复盖面，是认识市场供求规律，提高经营决策水平，保证较高经济效益，适应商品经济发展的必读教材。由任若恩副教授主编，其中第一，五，六，七章由任若恩编写；第二章由刘新国编写；第三，四章由王晓华编写。

由于时间较紧，调查研究不够，虽然作了较大努力，但书中难免仍有不妥不当之处，敬希读者指正。

《现代管理教育与培训系列教材》

编委会

1989年元月

目 录

前言

第一章 导论..... (1)

第一节 管理经济学的研究对象与基本方法..... (1)

一、管理经济学与其他学科的关系..... (2)

二、利润的概念是管理经济学最重要的概念..... (5)

三、建立模型与寻求优化的途径..... (6)

四、管理经济学的实用价值..... (7)

第二节 管理经济学的基本概念与原理..... (9)

一、边际分析原理..... (9)

二、关于时间的概念..... (12)

三、现值分析原理..... (12)

四、机会成本的概念..... (14)

五、边际相等的原理..... (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)

九、最佳组合原理..... (18)

第二章 需求、供给及需求分析与测定..... (20)

第一节 需求、供给和均衡分析..... (20)

一、需求函数和需求曲线..... (20)

二、供给函数和供给曲线..... (25)

三、均衡分析..... (28)

第二节 效用分析..... (37)

一、边际效用..... (37)

二、效用最大化的条件..... (40)

三、消费者剩余·····	(42)
四、消费者剩余的应用·····	(44)
第三节 购买的最佳组合·····	(45)
一、无差异曲线·····	(45)
二、商品的边际替代率·····	(46)
三、等支出线·····	(50)
四、消费者购买的最佳组合·····	(51)
第四节 需求弹性分析·····	(53)
一、需求价格弹性·····	(53)
二、需求价格交叉弹性·····	(58)
三、需求收入弹性·····	(60)
四、需求弹性用于企业经营分析·····	(63)
第三章 生产理论·····	(67)
第一节 生产过程与生产函数·····	(67)
一、生产过程·····	(67)
二、生产函数·····	(68)
第二节 总产量、平均产量和边际产量·····	(71)
一、基本概念·····	(71)
二、相互关系·····	(72)
第三节 收益递减规律·····	(75)
一、收益递减规律·····	(75)
二、生产的三个阶段·····	(76)
第四节 等产量曲线·····	(78)
第五节 规模收益率·····	(81)
第六节 常用生产函数简介·····	(86)
一、投入产出生产函数·····	(87)
二、科柏-道格拉斯生产函数·····	(88)
第四章 成本理论·····	(90)

第一节 重要成本概念	(90)
一、相关成本与非相关成本	(90)
二、机会成本	(91)
三、增量成本与沉没成本	(91)
四、边际成本与平均成本	(92)
五、可变成本与固定成本	(92)
六、短期成本与长期成本	(94)
第二节 成本函数与成本曲线	(94)
一、成本函数与成本曲线	(94)
二、短期成本曲线	(95)
三、长期成本曲线	(99)
第三节 成本利润分析方法简介	(101)
一、利润贡献分析法	(101)
二、损益平衡分析法	(103)
三、边际分析法	(105)
第五章 市场环境 与价格理论	(106)
第一节 市场结构的特征与完全竞争	(106)
一、决定市场结构特征的因素	(106)
二、完全竞争	(108)
三、完全竞争市场环境下的价格决策与产量决策	(109)
四、企业的价格决策与产量决策	(113)
第二节 非完全竞争条件下的价格决策	(119)
一、垄断市场与企业价格决策	(119)
二、垄断竞争市场与企业决策	(123)
三、寡头垄断	(127)
第六章 实际定价方法	(140)
第一节 理论价格模型与实际定价过程	(140)
第二节 定价的基本方法	(142)
一、全部成本法	(142)

二、增量成本法	(144)
第三节 差别定价	(147)
一、差别定价的基本原则	(148)
二、实行差别定价的条件	(151)
三、差别定价的不同形式	(152)
第四节 系列产品定价	(154)
一、替代产品的定价	(155)
二、互补产品的定价	(156)
第七章 长期投资决策	(158)
第一节 资金预算的一般概念	(159)
第二节 资金预算的实际决策过程	(161)
一、提出投资建议	(161)
二、行政管理的具体情况	(162)
第三节 资金预算的计算方法	(163)
第四节 资金预算编制程序	(165)

第一章 导论

在现代商品经济生产的条件下，任何管理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。作为企业的管理者必须了解经济运行的规律，才能在激烈的商品竞争中获得成功。管理经济学就是适应这样一种需要而产生的现代经济学的一个新的分支科学。

在管理经济学的研究领域里，现代经济学的概念与分析方法被用来分析与管理密切相关的一系列问题。但是由于管理问题的复杂性，在管理经济学中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，在某种意义上可以看作是现代经济理论，特别是现代微观经济理论在管理领域中的应用。这种应用性质特别体现在管理经济学中强调使用案例研究方法。

在这一章导论里我们将要讨论管理经济学的一些基本概念与基本问题。

第一节 管理经济学的研究 对象与基本方法

管理经济学研究在商品经济条件下，企业如何适应市场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，这些方法可以帮助管理人员在科学的基础上进行经营管理与经营决策，追求经济效益。

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很象物理学与工程科学的关系，或者生物学与医学的关系。从思想渊源上看，管理经济学与微观经济理论、宏观经济理论、统计学、决策理论、运筹学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、财政金融学、商业管理等学科相互交融。

我们知道，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。管理经济学中使用了许多微观经济学的概念与分析方法。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分析方法。

但是由于管理经济学强调实际应用的特点，所以管理经济学中一般不使用微观经济学中那些比较抽象的概念与分析方法，例如无差异曲线分析方法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，特别是经济系统的宏观经济情况对于企业的决策和发展规划起着十分关键的作用。企业为了在市场竞争中发展自己的事业必须对自己的市场前景进行预

测，而这种预测又在很大程度上决定于一般的商情波动预测，也就是宏观经济的预测。

正是在这些研究领域里，管理经济学利用了宏观经济学的理论研究成果。

统计学在许多方面成为管理经济学的方法论基础。

首先我们需要运用统计方法搜集资料，建立模型来检验各种理论假说。在管理经济学的研究中，主要利用演绎推理的思维方法，但是这些演绎的结果最终要利用实际的数字资料去验证，这就需要利用统计学的方法。

其次在企业进行决策时必须能透彻地了解与决策有关的那些因素之间的函数关系，只有了解了这些函数关系才能进行正确的决策，而统计学的方法恰恰是进行这一类研究的有力工具。例如可以应用统计学的方法来实际估计需求函数和成本函数。

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

在一般经济理论的体系中，通常需要这样两个假设，这些假设如果成立将使得演绎的过程十分简洁。一个假设是认为个人或企业都是单一目标的，企业追求最大利润，个人追求最大效用。另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。

但实际管理人员所面对的现实情况要比这一类假设复杂的多。首先是大量的多目标决策的问题，管理者必须在那些难以协调的，相互冲突的目标之间加以权衡和比较。其次非确定性的情况十分普遍。人们对周围的环境和未来的发展并没有完备的知识，因此人们几乎随时都要与非确定性因素打

交道。

这些正是决策理论所要研究的问题。在决策理论中，信息的收集和处理，人们的多样化目标的协调，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都要进行深入的分析与研究。因此决策理论与经济理论分析可以相互补充，特别是在管理者们的实际操作活动中，这两门学科构成了管理人员共同的知识基础。通过管理经济学的学习，可以使得管理者们能够更加熟练地在决策过程中运用各种经济分析的概念与方法。

运筹学与管理经济学的关系是十分密切的。两者都要考虑构造模型的问题，在一般经济理论中强调理论模型的推演，而在管理经济学中既要应用各种理论模型，也要应用运筹学中的许多方法。

运筹学的许多方法都是为了寻求目标优化，而行为优化原则正是经济理论中许多理论模型的出发点，也是管理经济学中应用模型的最终目的。在经济学的分析中许多问题的目标函数是利润最大化或者成本最小化，这些问题的解决都需要运筹学的方法。

运筹学的方法都是数量分析方法，应用了大量数学与统计学的知识，而管理经济学中许多方法是非数量分析方法。运筹学的研究和应用与经济学的研究问题与研究方法紧密相关。许多基础思想与概念是共同的，例如边际分析的思想在现代经济学中占有十分重要的地位，而在运筹学的重要分支——库存理论中，也要用到边际分析的思想。在研究经济学中的厂商理论时，也大量应用了线性规划的方法。

在管理经济学的研究中，运筹学和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、利润的概念是管理经济学最重要的概念

在管理经济学的分析中，利润最大化是最主要的假设前提。对我们所要考察的厂商来说，追求利润最大化应该是它们的目标函数。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。但是企业在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，是与会计核算方面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。主要考虑如何具体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。

在考虑赢利问题时，我们必须引入时间因素，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，从而对赢利能力进行评价，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加以考虑实际存在着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重要因素加以分析，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；产品出口还要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，而且只有进行了这种近似之后，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。而判别是否能够代表现实特征的主要方法是实践，具体的说就是看是否能够帮助决策者正确地预测未来。

现实世界的复杂性在另外一个方面体现决策者目标的多元化，因此在决策过程中不能仅仅追求某一个目标的充分完美。明智的决策者都应该知道，对某一个目标的追求往往要以另外一个目标的部分牺牲作为代价。

即使管理者将自己的目标简化到仅有一个，他也不能得到真正的最优值。因为环境，条件都是如此复杂，以至于最复杂，最精细的模型也是一种现实世界的近似，模拟。这样通过模型求解出来的最优值也难以是真正的最优值。所以在管理经济学中可以将寻求最优理解为一种精神，一种追求的体现，而真正能够达到的往往是次优或者仅是满意的结果。

在解决管理经济学的问题时常常要预先提出一些简化的假设，例如单一目标函数：利润最大化，成本最小化。再例如经常假定管理者可以获得完全的信息，单一的决策者，等等。但这些假设与现实世界都具有相当的距离，因此所获得的推理结果也不可能是完全精确的。

四、管理经济学的实用价值

根据前面的分析，我们可以看出，管理者的决策要求在