

CSGL

21世纪工商管理课程
系列教材

管理经济学

● 胡继灵 王家琪 / 主编

武汉理工大学出版社

21 世纪工商管理课程系列教材

管 理 经 济 学

胡继灵 王家琪 主 编

武汉理工大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学/胡继灵,王家琪主编.—武汉:武汉理工大学出版社,
2003.8

21世纪工商管理课程系列教材

ISBN 7-5629-2001-X

I.管… II.①胡… ②王… III.管理经济学 IV.F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 035028 号

出版发行:武汉理工大学出版社

地 址:武汉市武昌珞狮路 122 号 邮编:430070

电 话:发行部 027-87394412 87397097(兼传真)

编辑部 027-87395053

印 刷 厂:武汉理工大印刷厂

开 本:880×1230 1/32

印 张:10

字 数:290 千

版 次:2003 年 8 月第 1 版

印 次:2003 年 8 月第 1 次印刷

印 数:1—3500 册

定 价:17.50 元

凡购书,如有缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请向出版社发行部调换。

21 世纪工商管理课程系列教材

编 审 委 员 会

顾 问 邓明然 谢科范 雷绍锋

主 任 程国平 刁兆峰

副主任 洪元义 白 玉 胡继灵 王 虎

委 员 (以姓氏笔画为序)

刁兆峰 王 虎 王基建 白 玉

孙泽厚 李赤林 吴亚非 罗 帆

林根祥 洪元义 胡继灵 秦远建

聂规划 崔庆喜 程国平 熊昌顺

总责任编辑 崔庆喜

出版说明

管理学是一门实践性很强且在不断发展和完善中的科学。当今世界,各种新技术和新产品层出不穷,各种经济和管理的新思想、新方法和新学派风起云涌,市场竞争瞬息万变,组织环境日新月异。面对这个不断变化的世界,管理者必须能以变应变,为此要不断学习,既掌握基本的管理科学理论和方法,又熟悉最新的管理前沿知识,不断更新自己的观念,勇于进行组织变革和管理创新。为了适应这种要求,作为管理教育中心任务的管理学科教材建设也必须顺应时代潮流,及时进行教材内容的更新。

管理不仅是一门科学,更是一门艺术。仅有管理学的知识是远远不够的,管理者还必须具有优秀的逻辑思维能力、分析能力、判断能力、预测和决策能力、组织能力、指挥能力、处理人际关系的能力、表达能力等。而传统的管理教育一直存在重理论轻实务、重科学知识传授轻能力培养的不足,管理教育界人士经常呼吁进行教学方法的改革。美国在管理者能力培养方面的成功经验是应用案例教学法。教学用的案例试图模拟一种实际的管理情景,让学生担任各种不同的具体角色,身临其境地进行分析与决策,通过案例分析报告的撰写和案例讨论,提高学生分析和解决问题的能力以及表达能力、组织能力和沟通技巧。案例教学对教师也是一次挑战,教师不仅仅要“传道授业”,还要像导演一样演导整个案例的教学过程,并与学生一起互动互学互相提高能力。要使用案例教学方法,管理教材也必须进行相应变化和创新。

正是基于上述管理知识更新和管理能力培养的要求,我们组织编写了这套工商管理系列教材。

本套教材有下列特点:

第一,全面系统地分析和阐述了管理原理及生产运作管理、企业战

略管理、人力资源管理、管理信息系统、质量管理、组织行为、管理沟通、形象策划、技术经济、管理经济等课程的理论、方法和发展趋势,既有基本原理和基本知识,也有许多探索性、创新性的观点和方法。

第二,本套教材从框架设计到内容分析,既吸取了国内外的研究成果,又立足于创新。每章均配有小结和讨论思考题,一方面供教师组织教学讨论用,另一方面便于学生复习和巩固所学知识。

第三,各章均配有相应的中英文对照关键词。学生在学完各课程后,能掌握至少一百个本课程的专业外语词汇,以适应我国加入 WTO 后对管理人才外语知识的要求。

第四,各教材在每章或每篇后均配有教学案例,供教师组织案例教学使用。

本套教材主要适用于工商管理类各专业本科生和 MBA 学生,也可供企事业单位对管理人员进行培训用。希望大家对这套教材多提宝贵意见,以利我们不断改进和完善。

本套教材的出版也得益于武汉理工大学管理学院的大力支持,谨致感谢!

武汉理工大学出版社

.21 世纪工商管理课程系列教材编审委员会

2002 年 7 月

前 言

在经济全球化、竞争白热化的今天,企业管理者再仅凭经验、靠感觉来经营,已很难使企业在瞬息万变的市场上生存与发展。优秀的企业管理者除必须具有良好的经济直觉外,还必须对市场及其运行规律有较清楚的认识、善于优化配置企业资源、科学地进行决策并了解政府的相关经济政策。管理经济学正可以在这些方面为企业管理者提供帮助。作为架在经济理论与企业管理实践之间的桥梁,管理经济学能为管理者提供有关决策制定的经济思维的概念框架,帮助管理者进行理性思考和理性创新,提高管理者的决策水平。

本书的撰写力求理论与实际相结合,既注重阐述经济理论,又注重联系企业实际分析问题。本书的撰写还力求定性定量相结合,读者只要具备初步的微积分和概率论知识就能读懂。读者即使跳过某些数学公式的推导和分析,也不会影响对本书基本内容的把握。本书每章末尾还附有小结、关键词、思考题及案例,以帮助读者消化、理解相关内容,并学以致用。

本书可以作为管理类本专科生、研究生的教材和参考书,也适合于广大企业经营管理者阅读参考,还可作为管理培训用书。

本书的编写分工为:胡继灵(第一章、第二章),林根祥(第三章),陈晓慧(第四章、第五章),王家琪(第六章、第七章),阎铭(第八章、第九章)。全书由胡继灵确定框架结构并进行了总纂,王家琪负责了部分审校工作。

本书的编写与出版,得到了武汉理工大学出版社的大力支持与帮助。在此,表示衷心感谢。

由于作者水平有限,书中一定还存在许多疏误和不足,敬请读者批评指正。

编者
2003年5月



目 录

21世纪工商管理课程
系列教材

第一章 管理经济学导论	(1)
第一节 管理经济学的学科性质	(1)
一、经济学与管理经济学	(1)
二、管理经济学与微观经济学	(2)
第二节 管理经济学的基本分析方法	(3)
一、边际分析法	(3)
二、最优化分析法	(5)
三、实证分析法	(7)
四、均衡分析法	(8)
第三节 市场经济条件下的企业	(9)
一、企业的性质	(9)
二、企业的责任	(10)
三、企业的目标	(11)
四、企业的利润	(13)
五、企业的重要决策问题	(16)
第二章 供求分析	(22)
第一节 需求分析	(22)
一、需求与需求量	(22)
二、影响需求量的因素	(23)
三、需求函数	(24)

四、需求表与需求曲线	(25)
五、商品的收入效应和替代效应	(26)
六、需求的变动和需求量的变动	(28)
第二节 供给分析	(29)
一、供给与供给量	(29)
二、影响供给量的因素	(30)
三、供给函数	(31)
四、供给表与供给曲线	(31)
五、供给量的变动和供给的变动	(33)
第三节 市场均衡分析	(34)
一、市场均衡与供求法则	(34)
二、市场均衡的变动	(35)
第四节 价格管制对市场均衡的影响	(38)
一、限制价格	(38)
二、支持价格	(39)
第五节 消费者选择	(41)
一、效用	(41)
二、基数效用论和边际效用分析法	(42)
三、序数效用论和无差异曲线分析法	(45)
第三章 需求弹性分析	(60)
第一节 需求的价格弹性	(60)
一、需求弹性定义	(60)
二、需求价格弹性的计算	(61)
三、需求价格弹性的分类	(67)
四、需求价格弹性与总收入、边际收入和平均收入的关系	(71)
五、需求价格弹性的应用	(75)
第二节 需求的收入弹性	(77)
一、需求收入弹性的定义	(77)
二、需求收入弹性的分类	(79)

三、需求收入弹性的经验估计	(80)
四、需求收入弹性与恩格尔系数	(81)
五、需求收入弹性的应用	(82)
第三节 需求的交叉弹性	(83)
一、需求交叉弹性的定义及计算	(83)
二、需求交叉弹性的分类	(84)
三、需求交叉弹性的应用	(85)
四、其他需求弹性	(86)
五、需求弹性的综合效应	(87)
 第四章 生产决策分析	(92)
第一节 生产函数	(92)
一、生产函数的基本概念	(92)
二、生产函数的分类	(93)
第二节 短期生产函数分析	(94)
一、可变投入递增收益	(94)
二、可变投入常数收益	(95)
三、可变投入递减收益	(96)
四、收益递减律	(98)
五、生产阶段	(101)
第三节 长期生产函数分析	(102)
一、等产量曲线的性质和类型	(103)
二、等成本曲线及其性质	(107)
三、最优投入要素组合的确定	(108)
四、价格变动对投入要素最优组合的影响	(113)
五、生产扩展线	(114)
第四节 规模收益	(115)
一、规模收益及其确定方法	(115)
二、规模收益不同性质的原因	(117)
第五节 常用生产函数及其应用	(120)

一、常用的经验生产函数	(120)
二、柯布-道格拉斯生产函数的应用	(122)
第五章 成本分析	(132)
第一节 企业成本	(132)
一、有关成本的概念	(132)
二、成本函数	(134)
第二节 短期成本分析	(137)
一、总固定成本、总变动成本与总成本	(137)
二、平均成本和边际成本	(138)
三、边际成本递增规律	(139)
第三节 长期成本分析	(140)
一、长期成本函数	(140)
二、成本性态与规模经济性	(142)
第四节 成本函数估计	(146)
一、短期成本函数的估计	(146)
二、长期成本函数估计	(152)
第六章 完全竞争市场和完全垄断市场	(158)
第一节 完全竞争市场:含义及特征	(158)
一、市场的定义	(158)
二、市场结构的划分	(159)
三、完全竞争市场的特征	(160)
四、完全竞争市场的需求曲线和收益曲线	(162)
第二节 完全竞争市场:短期均衡和长期均衡	(164)
一、完全竞争企业的短期决策	(164)
二、完全竞争企业的长期决策	(168)
三、对完全竞争市场的评价	(172)
第三节 完全垄断市场:含义及特征	(173)
一、完全垄断市场的含义及特征	(173)

二、垄断企业面临的需求曲线和收益曲线	(175)
第四节 完全垄断市场:短期均衡和长期均衡	(177)
一、完全垄断企业的短期决策	(177)
二、完全垄断企业的长期决策	(179)
三、垄断和可竞争市场	(180)
四、对垄断的管制	(181)
 第七章 垄断竞争市场和寡头垄断市场	(196)
第一节 垄断竞争市场的特征	(196)
一、垄断竞争市场的特征	(196)
二、产品差别化	(197)
三、垄断竞争企业的需求曲线	(197)
第二节 垄断竞争市场:短期均衡和长期均衡	(199)
一、垄断竞争企业的短期决策	(199)
二、垄断竞争企业的长期决策	(200)
三、垄断竞争条件下的价格竞争和非价格竞争	(201)
第三节 寡头垄断市场:含义及特征	(204)
第四节 寡头垄断市场模型	(207)
一、拐折的需求曲线模型	(207)
二、古诺模型	(208)
三、卡特尔模型	(211)
四、价格领导模型	(213)
第五节 大型企业竞争策略选择	(215)
一、加强市场份额和竞争地位的策略	(215)
二、一体化策略	(217)
 第八章 企业定价实践	(227)
第一节 成本加成定价法	(227)
一、成本加成定价法	(227)
二、最优加成率的确定	(228)

第二节 增量分析定价法	(229)
一、新增业务量不带来新增固定成本	(229)
二、新增业务量带来新增固定成本	(231)
第三节 差别定价法	(231)
一、差别定价法的基本思想	(231)
二、差别价格的确定	(233)
第四节 多产品定价法	(236)
一、产品之间在需求上相互关联	(237)
二、产品之间在生产上相互关联	(239)
第五节 转移定价	(243)
一、无外部市场条件下转移价格的确定	(244)
二、有外部市场条件下转移价格的确定	(246)
第六节 其他定价方法	(249)
一、撇油定价法和渗透定价法	(249)
二、声望定价	(251)
三、价格划线	(252)
 第九章 政府与企业	(261)
第一节 市场的效率	(261)
一、市场效率的评价标准	(262)
二、对完全竞争市场效率的评价	(262)
第二节 市场失灵	(264)
一、不完全竞争	(265)
二、经济的外部性	(266)
三、公共品的存在	(271)
四、信息的不对称性	(275)
第三节 政府对垄断与寡头企业的干预	(276)
一、管制和反托拉斯法	(276)
二、管制与放松管制	(277)
三、管制的经济分析	(279)

四、反托拉斯法	(282)
第四节 政府失灵	(286)
参考文献	(297)



第一章 21世纪工商管理课程 系列教材

管理经济学导论

在经济全球化的今天,企业所处的环境越来越复杂、面临的竞争越来越激烈,这就必然对企业管理者提出了越来越高的要求。管理者不仅应该具有丰富的实践经验,而且应该掌握系统的经济理论和方法,还要善于运用这些理论与方法对观察到的现象和遇到的问题进行分析与预测,以提高管理决策的科学性与合理性。本章阐述管理经济学的学科性质和基本分析方法,并从经济学的角度简要说明企业的性质、责任、目标和利润,为后续章节的学习打下基础。

第一节 管理经济学的学科性质

一、经济学与管理经济学

经济学研究的是社会如何利用稀缺的资源以生产有价值的商品,并把它们分配给不同的个人。

这个定义的背后隐含了经济学的两大核心思想,即资源是稀缺的,社会必须有效地利用它们。这里所谓的稀缺不是指资源是不可再生的或可以消耗尽的,也不是指资源的绝对量少,而是指在给定的时间内,与人类需要相比,其供给量总是不足的。与此同时,人们的需要是有轻重缓急的,而资源又是有多种用途的。如何分配使用这有限的、有多种用途的资源来满足轻重缓急各不相同的无限需要,使人类获得最大满足,这是任何社会都要面临的共同的基本经济问题。经济学正是为研

究这一基本经济问题而产生的。

现代经济学一般分为微观经济学和宏观经济学两个分支。

微观经济学的研究对象是单个经济单位(单个消费者、单个生产者)的经济行为,以及单个行业、单个市场经济状况的变化。它采取的是个量分析方法。微观经济学强调通过市场价格机制自发地调节经济活动,价格理论是其核心内容。

宏观经济学的研究对象是社会总体的经济行为及其后果。它采取的是总量分析方法。宏观经济学的基本内容包括:国民收入决定理论、失业和通货膨胀理论、经济周期和经济增长理论、开放的宏观经济理论和经济政策等。其中,国民收入决定理论是宏观经济学的核心内容。

今天,经济学理论已被广泛应用于社会经济的各个领域,形成了各种各样的应用经济学,如工业经济学、农业经济学、教育经济学、环境经济学和旅游经济学等。管理经济学也是应用经济学的分支之一。

管理经济学(Managerial Economics)是一门研究如何把微观经济学的理论和分析方法应用于企业管理决策实践的学科。

管理经济学为企业管理者提供有关决策制定过程的经济思维的概念框架,培养管理者的经济直觉感,帮助他们进行经济分析和预测,提高其管理决策的能力和水平,从而更有效地配置组织资源。

二、管理经济学与微观经济学

如上所述,管理经济学的经济原理与方法主要来自微观经济学,所以,它与微观经济学有着十分密切的关系。但与此同时,管理经济学与微观经济学又有着显著的不同。

首先,微观经济学是一门理论科学,它研究的是抽象的企业,它所涉及的问题大多属于抽象价格、理想产量的确定,侧重于均衡的理论分析。而管理经济学是一门应用型学科,它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(如产品定价、产品组合、成本控制、广告和投资等方面的决策问题),侧重于决策所依据的经济学原理,是架在经济理论与管理实践之间的桥梁。

其次,微观经济学以企业的唯一目标即追求最大限度的利润为假

设来展开研究,但现实的企业目标只能是有条件地谋求尽可能多的利润。因为,现实的企业经营活动要受到资源条件、政府法令等各方面的限制,企业不能不顾一切地去追求利润;而且,为了生存与发展,企业还需把扩大市场份额、提高产品质量、开发新产品和承担社会责任等作为一定时期的目标。换言之,企业决策必须兼顾许多目标和条件,决策目标常常是满意利润,而非最大利润。

另外,微观经济学还假设企业对它们所处环境的全部信息已知,它们准确地知道产量与生产要素投入量之间的关系,掌握产品价格与生产要素价格的变化情况,了解产品价格与需求量之间的对应关系等,从而依据这些信息作出最优决策。但是管理经济学所研究的现实的企业则通常是在一个环境十分复杂、信息很不确定的情况下经营的。这就要求管理经济学在研究决策时,还要借助于统计学、运筹学、会计学、市场学等其他学科的分析工具,以便收集必要的信息,并在不确定的条件下选择较优方案。从这个意义上说,管理经济学是一门跨学科的综合学科。

第二节 管理经济学的基本分析方法

一、边际分析法

边际分析法(Marginal Analysis)是管理经济学的基本分析方法,它贯穿管理经济学决策分析的始终。

所谓边际,就是边缘、额外、附加的意思。边际值就是自变量变化一个单位时,引起因变量变化的值。

比如,边际收益(MR)是指当增加一个单位产品的生产与销售时,总收益(TR)增加的量。用公式可表示为:

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} \quad (1-1)$$