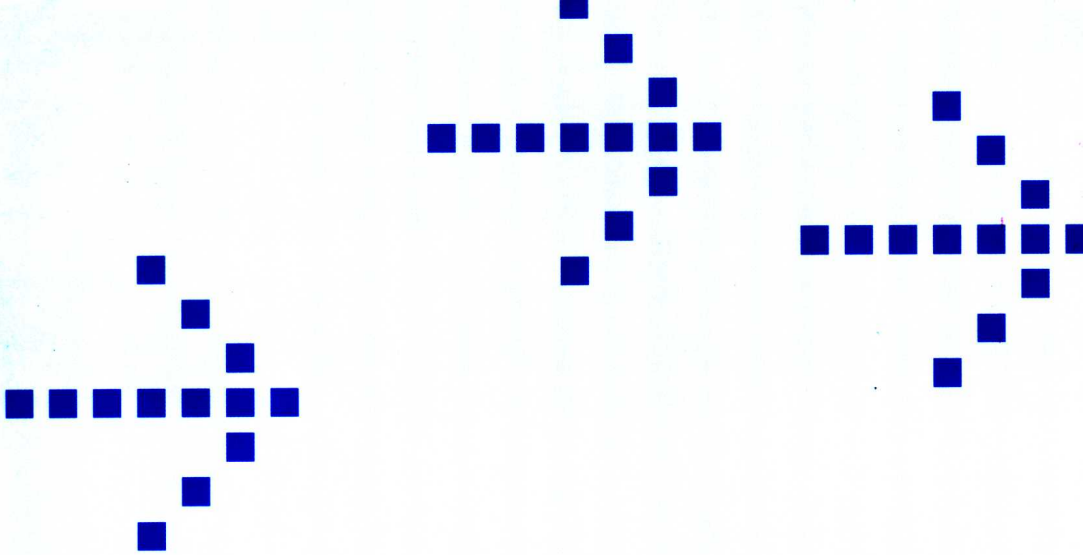




管理经济学

MANAGERIAL
ECONOMICS

(简明版)



干春晖 主编



立信会计出版社
LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

F270
G143

管理经济学

MANAGERIAL ECONOMICS

(简明版)

干春晖 主编

立信会计出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

管理经济学:简明本/干春晖主编. —上海:立信会计出版社,2004.1

ISBN 7-5429-1209-7

I. 管... II. 干... III. 管理经济学 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 121963 号

出版发行	立信会计出版社
经 销	各地新华书店
电 话	(021)64695050 × 215 (021)64391885(传真) (021)64388409
地 址	上海市中山西路 2230 号
邮 编	200235
E-mail	lxaph@sh163c.sta.net.cn
E-mail	lxzbs@sh163c.net(总编室)

印 刷	上海申松立信印刷厂
开 本	890×1240 毫米 1/32
印 张	11.875
插 页	2
字 数	309 千字
版 次	2004 年 1 月第 1 版
印 次	2004 年 1 月第 1 次
印 数	3 000
书 号	ISBN 7-5429-1209-7/F·1109
定 价	21.00 元

如有印订差错 请与本社联系

简 明 版 序

管理经济学是工商管理、企业管理专业及相关专业的一门重要的专业理论课。它主要以微观经济学的基本理论为基础,借助于决策科学的各种方法和工具,指导企业决策者高效率地配置稀缺资源,制定和实施能使企业目标得以实现的经营决策。管理经济学自 20 世纪 50 年代产生以来,被国内外越来越多的商学院和管理学院作为必修课程,在培养和造就高级经济管理人才过程中具有不可替代的重要作用。现代管理经济学已经发生了很大的变化,所涉及的学科范围和内容已被大大扩展。一方面,传统的内容在不断地延伸和深化,旨在为企业经营中出现的各种新问题提供答案;另一方面,向其他学科领域交叉渗透,力求使相关学科的最新研究成果为企业的经营决策服务。管理经济学作为对市场经济客观规律的探索和企业经营实践的总结,对于正在向社会主义市场经济转变过程中的我国各级经济管理部门和各类企业的管理人员来说,无疑是一门一定要很好掌握的必修课程。通过本课程的学习,读者应该对市场经济的运行机制有全面系统的了解,能用现代经济学的基本观点分析和解决问题,掌握企业经营目标优化的方法和工具,熟悉企业经营决策的一般规律和过程,能根据基本经济原理和具体经营环境,作出科学的企业经营决策。

为满足广大本科和大中专学生管理经济学的学习,以及企业经营管理培训 and 自学的教材需求,我近年来以管理经济学教学中编写的材料为基础,吸收了西方微观经济学和产业组织学的相关研究成果,特别是吸收了博弈论、信息经济学和产业组织学等内容编写了一本教程,教程于 1998 年首次出版,后在多次印刷和重版中进行了大量的修

改和补充,形成了一个较为全面、具有一定深度的管理经济学版本,被中国社会科学院研究生院和众多著名大学的管理学院或商学院采用。本次出版的简明版是在此基础上进行了精简,保留了原书的精华和特色,减少了篇幅,降低了部分内容的难度,使之更便于大中专及本科学生学习。为便于教学之用,在每一章之后都附有“本章小结”和“思考与练习”。

本书第一章至第五章,第十一章、第十二章和第十四章由干春晖撰写,第六章由周爱萍撰写,第七章由季敏波博士撰写,第八章、第九章、第十章由朱舟博士撰写,第十三章由王琴博士撰写。

在本书的撰写过程中参考了大量国内外的经济学文献,在此向它们的编写者表示感谢。本教程的编写还得到了国际工商管理学院的博士生导师杨公朴教授的关心和帮助,在此表示衷心的感谢!我还要感谢立信会计出版社的总编孙时平先生以及责任编辑徐小霞女士,正是他们的支持和认真负责的工作才使简明版得以出版。此外,我要感谢上海发展汽车工业教育基金会把本书的完全版评为1999年度的优秀成果。最后,我要感谢研修我这门课的所有学生 and 企业家,以及众多通过电子邮件与我联系的读者,虽然我甚至并不完全知道他们的姓名、身份和所在的地区,但他们中的许多人热心地指出了完全版中前4次印刷中的某些印刷错误,并对本书给予了很高的评价,对我予以了极大的鼓励。当然,书中难免仍有错误和不足,欢迎读者批评指正。我的通讯地址为:上海市国定路777号上海财经大学国际工商管理学院,邮政编码:200433,电话:021-65904918, E-mail: chhg@sina.com。

干春晖

2003年11月

作者简介

干春晖，经济学博士，教授，博士生导师，现为上海财经大学国际工商管理学院副院长，中国工业经济研究与开发促进会副理事长，上海管理教学协会理事，财政部产业经济学跨世纪学科带头人。美国雷鸟国际工商管理研究生院访问学者，上海市“曙光学者”。主要研究领域为产业经济学、企业并购与资产重组、企业经济学、管理经济学等。主讲高级产业组织学、产业经济学、企业并购、管理经济学、高级微观经济学、企业经济学等课程。主要著作有《公司兼并与收购》(1995)、《资源配置与企业兼并》(1997)、《资产经营与重组》(1998)、《管理经济学》(1998)、《企业并购理论与实务》(1999)、《生产经济学》(2000)《企业并购：理论、实务、案例》(2002)等10多部；在《中国工业经济》、《经济学动态》等刊物发表论文80余篇；主持国家社会科学基金课题等研究项目20多项。

目 录

1 绪论	1
1.1 管理经济学的内涵	1
1.1-1 管理经济学的涵义	1
1.1-2 管理经济学的地位	3
1.2 管理经济学的基本分析方法	4
1.2-1 边际分析法	5
1.2-2 最优化分析法	6
1.2-3 博弈分析法	8
本章小结	9
思考与练习	10
2 风险与信息	11
2.1 风险的衡量	11
2.1-1 概率	12
2.1-2 期望值	13
2.1-3 方差	13
2.2 风险偏好与风险降低措施	16
2.2-1 风险偏好	16
2.2-2 降低风险	19
2.3 风险决策与不确定型决策	24
2.3-1 风险型决策	24
2.3-2 不确定型决策	31

管理经济学

2.4 信息不对称与逆向选择问题.....	36
2.4-1 信息不对称与信息经济学.....	36
2.4-2 旧车市场与逆向选择.....	37
2.4-3 逆向选择的解决方法.....	39
2.5 委托代理问题与激励机制.....	41
2.5-1 委托代理问题与道德风险.....	41
2.5-2 激励问题及其解决方法.....	42
本章小结	45
思考与练习	45
 3 市场供求与市场均衡.....	49
3.1 需求与需求函数.....	49
3.1-1 欲望与需求.....	49
3.1-2 需求函数.....	50
3.1-3 需求规律.....	53
3.1-4 需求变化与需求量变化.....	56
3.2 供给与供给函数.....	58
3.2-1 供给与供给函数.....	58
3.2-2 供给规律.....	60
3.2-3 供给变化与供给量变化.....	61
3.3 市场均衡分析.....	62
3.3-1 市场均衡.....	62
3.3-2 市场均衡的比较静态分析.....	65
3.4 市场非均衡分析.....	69
3.4-1 最高限价分析.....	70
3.4-2 最低限价分析.....	72
本章小结	74
思考与练习	75

4 需求弹性分析	78
4.1 需求的价格弹性	78
4.1-1 需求弹性的概念	78
4.1-2 需求价格弹性的概念	79
4.1-3 需求价格弹性和收益的关系	86
4.1-4 影响需求价格弹性的因素	88
4.2 需求的收入弹性	90
4.2-1 需求收入弹性的概念	90
4.2-2 需求的收入弹性与企业经营	92
4.2-3 恩格尔定理	93
4.3 需求的交叉价格弹性	94
4.3-1 需求交叉价格弹性的概念	94
4.3-2 需求的交叉价格弹性与商品间的关系	95
4.3-3 交叉价格弹性与企业的产品差别化策略	96
本章小结	100
思考与练习	101
5 需求估计与需求预测	103
5.1 需求估计	103
5.1-1 市场调查法	103
5.1-2 市场试验法	105
5.1-3 统计分析法	106
5.2 需求预测	112
5.2-1 特尔斐法	113
5.2-2 系统分析法	114
本章小结	118
思考与练习	118

6 生产技术及其选择	120
6.1 单一可变投入要素的生产决策	120
6.1-1 生产和生产函数	120
6.1-2 总产量、平均产量和边际产量	121
6.1-3 边际报酬递减规律	125
6.1-4 生产的 3 阶段	126
6.1-5 一种生产要素可变时的生产决策	127
6.2 多种投入要素的最优组合	128
6.2-1 等产量曲线	129
6.2-2 等成本线	135
6.2-3 生产要素的最优组合	136
6.2-4 生产扩张线	140
6.3 规模报酬	141
6.3-1 规模报酬的涵义	141
6.3-2 影响规模报酬的原因	142
本章小结	143
思考与练习	144
7 成本与利润分析	145
7.1 成本的基本概念	145
7.1-1 相关成本与非相关成本	145
7.1-2 机会成本与会计成本	146
7.1-3 增量成本与沉没成本	147
7.1-4 变动成本与固定成本	147
7.1-5 外显成本与内含成本	148
7.1-6 边际成本	148
7.2 短期成本分析	148
7.2-1 短期成本的种类	149

7.2-2 短期成本及其相互关系	151
7.3 长期成本分析	154
7.3-1 长期成本的种类	154
7.3-2 长期成本与短期成本的关系	160
7.4 成本与利润分析方法	164
7.4-1 贡献分析法	164
7.4-2 盈亏平衡点分析法	166
本章小结.....	172
思考与练习.....	173
8 完全竞争市场中的厂商决策	176
8.1 市场与市场结构	176
8.1-1 市场的定义	176
8.1-2 市场结构的划分	177
8.1-3 完全竞争市场的特征	178
8.2 完全竞争市场的短期决策	179
8.2-1 利润最大化的基本原理	179
8.2-2 单个厂商的需求曲线与收益曲线	181
8.2-3 完全竞争厂商的短期供给决策	183
8.3 完全竞争市场的长期决策	188
8.3-1 行业长期均衡与厂商长期均衡	188
8.3-2 厂商的长期供给曲线	193
本章小结.....	200
思考与练习.....	201
9 完全垄断市场中的厂商决策	204
9.1 垄断的成因	204
9.1-1 专利权	204
9.1-2 排他的或独一无二的财产	205

9.1-3 地理位置优势	205
9.1-4 政策法规的约束	205
9.1-5 经济规模与自然垄断	206
9.2 完全垄断企业的短期决策	206
9.2-1 边际收益	206
9.2-2 完全垄断厂商的短期利润最大化决策	209
9.2-3 厂商的短期利润水平分析	211
9.2-4 垄断厂商的差别定价	212
9.3 完全垄断企业的长期决策	217
本章小结	219
思考与练习	220
10 垄断竞争市场中的厂商决策	222
10.1 垄断竞争市场的特点及产品差别化	222
10.1-1 垄断竞争市场的特点	222
10.1-2 产品差别化:价格竞争与非价格竞争	224
10.2 垄断竞争市场的短期均衡及厂商决策	225
10.2-1 垄断竞争厂商的产品需求曲线	225
10.2-2 垄断竞争厂商的短期均衡	226
10.2-3 垄断竞争厂商的长期均衡	228
10.2-4 产品“质量”和推销费用的调整与厂商均衡	232
本章小结	236
思考与练习	236
11 博弈论与寡头垄断市场中的厂商决策	237
11.1 寡头垄断的特点	237
11.2 寡头垄断市场的竞争模型	239
11.2-1 古诺模型	239
11.2-2 斯塔克尔伯格模型	243

11.2-3 伯特兰德模型	244
11.2-4 差别产品的价格竞争	246
11.2-5 卡特尔	248
11.2-6 价格领导	250
11.2-7 斯威齐模型	253
11.3 博弈论与寡头竞争策略	254
11.3-1 博弈与博弈论	255
11.3-2 纳什均衡	257
11.3-3 重复博弈	261
11.3-4 序列博弈与先动优势	264
11.3-5 威胁与可置信度	266
11.3-6 市场进入博弈	270
11.4 市场结构小结	273
本章小结	275
思考与练习	276
12 定价实践	278
12.1 常用定价方法	278
12.1-1 成本加成定价	278
12.1-2 增量分析定价	281
12.1-3 撇脂定价	284
12.1-4 渗透定价	284
12.2 有市场势力的产品定价	285
12.2-1 时间差别价格	287
12.2-2 两次收费	289
12.2-3 配售	292
12.3 多产品定价	295
12.3-1 需求关联产品的定价	295

12.3-2 生产关联产品的定价	297
12.4 区域定价	300
12.4-1 厂定价	300
12.4-2 统一到货定价	301
12.4-3 分区定价	301
12.4-4 基点定价	302
本章小结	304
思考与练习	305
13 资本预算与投资决策	306
13.1 资本预算与投资决策的关系	306
13.1-1 投资决策的特点和过程	306
13.1-2 资本预算的内容是投资决策的基础	307
13.1-3 可行性研究	308
13.2 投资决策中的资金问题	309
13.2-1 资金的时间价值	309
13.2-2 现金流量的估计	315
13.2-3 资金成本	318
13.3 无约束的资金预算	321
13.3-1 净现值法	321
13.3-2 内部收益率法	322
13.3-3 投资回收期法	323
13.3-4 盈利能力指数法	325
13.3-5 会计报酬率法	325
13.4 有约束的资金预算	326
13.4-1 投资的机会成本分析	326
13.4-2 资金约束条件下的决策方法	328
13.5 投资决策原理及应用	331

13.5-1 最优投资规模的确定	331
13.5-2 投资方案的相互关系	333
13.5-3 投资决策原理的应用	334
13.5-4 风险条件下的投资决策	337
本章小结	339
附录 13A: 资金等值计算公式汇总表	340
附录 13B: 资金预算公式汇总表	342
思考与练习	342
 14 企业、市场与政府	 344
14.1 企业与市场	344
14.1-1 企业与市场作为资源配置手段	344
14.1-2 科斯定理	347
14.2 市场与市场失效	349
14.2-1 市场的作用	349
14.2-2 市场失效	350
14.3 市场失效的矫正	353
14.3-1 垄断	354
14.3-2 外部效应	354
14.3-3 公共物品	356
14.3-4 信息不对称	357
14.4 政府失效及矫正	358
14.4-1 政府失效	358
14.4-2 政府失效的矫正	360
本章小结	363
思考与练习	364
 思考与练习参考答案	 366



绪 论

现代企业面临着日益复杂的市场环境和日益激烈的市场竞争,企业要在这样复杂的环境和激烈的竞争中得以生存和发展,必须借助于一定的理论和方法,了解市场环境的变化趋势,准确估计各种因素对企业经营绩效的影响,以作出最优的或满意的生产经营决策,实现企业的目标。而第二次世界大战以前西方传统的微观经济学仍停留在经院式的讨论上,很少致力于解决企业的实际问题。1951年,美国经济学家乔·丁(Joel Dean)出版了世界上第一部管理经济学著作,首次系统地把握微观经济学的理论和方法应用于企业运作过程的分析。经过近几十年的微观经济学和管理经济学本身的进一步发展,管理经济学已成为一门分析和解决企业经营决策问题的重要应用经济学科。随着我国社会主义市场经济体制的建立和逐步完善,管理经济学对我国企业的经营决策具有日益重要的意义。

1.1 管理经济学的内涵

1.1-1 管理经济学的涵义

虽然管理经济学的定义还没有一个统一的、权威的和精确的说法,但一般认为,管理经济学是把微观经济学的理论和方法应用于企业经

营决策的一门应用经济学科。

管理经济学的研究对象是企业的经营决策问题,它是通过运用微观经济学的基本理论和方法以及决策理论与技术,研究企业应该生产什么、生产多少以及如何生产等问题。例如,企业为了决策生产何种产品或提供何种服务以及生产多少时,必须研究市场需要什么产品或什么服务,必须研究这些产品的需求受价格、消费者偏好、消费者收入、相关商品的价格等各种因素的影响程度;又如,为了最有效率地组织生产,获得最大的利润,企业要选择成本最低的生产要素组合方式,决定最佳的生产规模和产量水平;再譬如,为了采用对企业最有利的竞争策略,获取最大的利益,企业要研究所在行业的市场结构。在不同的市场类型中,企业竞争策略的可行域是不同的,在有些情况下,企业无法支配商品的市场价格,而在另一些情况下,企业间的定价决策能相互影响。总之,管理经济学就是这样一门帮助企业从经济学的视角处理经营决策问题,并利用微观经济学的理论和方法作出最佳的决策的学科。

可以看到,管理经济学是一门应用经济学,它运用的是经济学所揭示的普遍原理和方法,而研究解决的是企业经营决策问题。管理经济学不同于研究经济运行规律本身的理论经济学,它并不研究经济运行的一般规律,因此,它是一门应用经济学。

管理经济学基本上是一门实证经济学。我们知道,经济研究可以分为实证研究和规范研究两大类型。实证研究的目的在于揭示研究对象之间的本质的稳定的联系,或研究有关变量之间的稳定的函数关系或因果关系,主要回答研究对象“是什么”、“状态如何”、“决策方案的可行域是什么”、“每个方案的结果是什么”等问题。这些阐述客观事物是怎样的命题称为实证命题。属于实证性的经济理论,称为实证经济学。而规范研究则涉及“应该怎样行动”的问题,凡是陈述应该如何的命题称为规范命题。在经济分析中属于规范性质的理论称为规范经济学。管理经济学基本上属于实证经济学的范围,它致力于研究企业经营决策中的各种规律和数量关系。例如,企业的需求受哪些因素的影响,其