

21世纪高职高专规划教材·工商管理系列

管理经济学：理论、案例与实务

主编 陈建萍 杨 勇

GUANLI JINGJIXUE LILUN ANLI YU SHIWU

 中国人民大学出版社

21 世纪高职高专规划教材·工商管理系列

管理经济学：理论、案例与实务

主 编 陈建萍 杨 勇
副主编 薛继东 马永春

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

管理经济学：理论、案例与实务/陈建萍等主编. —北京：中国人民大学出版社，2011.9
21 世纪高职高专规划教材. 工商管理系列
ISBN 978-7-300-14417-7

I. ①管… II. ①陈… III. ①管理经济学-高等教育-教材 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 188914 号

21 世纪高职高专规划教材·工商管理系列

管理经济学：理论、案例与实务

主 编 陈建萍 杨 勇

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 山东高唐印刷有限责任公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

版 次 2011 年 12 月第 1 版

印 张 20.5

印 次 2011 年 12 月第 1 次印刷

字 数 488 000

定 价 35.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

前 言

管理经济学其主旨是将经济学理论应用于实际的经营管理决策之中。在当今时代市场竞争日趋激烈,经济全球化、竞争国际化已成为一种现实。面临这样一种经济环境,仅仅经历三十余年市场经济改革的中国企业及其管理者身陷巨大的竞争压力之中,每一次决策都如履薄冰,即使微小的决策失误都可能导致企业万劫不复。为了在竞争中获胜,企业管理者不仅需要掌握管理学知识,而且需要掌握经济学的理论和方法,并将经济学理论和方法与管理实践相结合,只有这样才能更好地了解市场经济的本质,才能在复杂的竞争环境中进行理性的思考、创新与决策。这正是管理经济学的目的所在。

本教材以介绍管理经济学的理论知识为主要内容,力求理论的系统性,并强调其实用性。相比国内现有的管理经济学教材,本教材在内容及编写体例上具有以下特点:

第一,在结构的安排上更强调各章之间的理论及内容的联系性和完整性,并从经济管理的实际需要出发突出重点。如依据企业投入产出决策的需要,安排了第5章生产要素投入的决策分析,还安排了第7章生产产出的决策分析。为了突出经济管理的实际需要,将需求与供给弹性分析从供求分析中独立出来单独为一章。

第二,通过独特的编写体例,使之在内容的阐述上更注重用管理经济理论来分析企业经营管理实践。每一章的开篇设计了相关经济管理案例,提出相应的经济管理问题,由此引出本章的基本内容,并在最后根据本章所介绍的管理经济学理论对开篇的经济管理问题进行简单的分析。为了使学习者更好理解相关管理经济学理论与方法在企业经营管理决策中的应用,使管理经济学理论与企业管理实践有效结合,在每一章中还设计了“经济管理实务”、“案例评析”、“资料链接”等栏目。其中,“经济管理实务”根据实际经济管理内容提出相应的可操作性的管理实务分析,力求使学生掌握管理经济学的分析工具,并应用管理经济学分析工具解决企业实际管理问题;“案例评析”提供现实的中国企业生产运营的资料,并据此做出分析,由此强调管理经济学理论及分析方法在现实生产经营管理决策中的应用;“资料链接”则强调管理经济学知识的扩展。每一章之后还安排有“案例研究”栏目,精心选取与本章内容相关的经济管理案例,并设计了一些分析题,引导学生更深入地思考、探索所学的管理经济学基本理论与方法。

第三,通过不同类型的练习题给予学习者在管理经济学知识的学习、复习及考试方面更多的帮助。在每一章的复习与思考中,分别汇集了与本章知识点相关的各类习题,这些习题分为名词解释、选择题、简答题和计算题,通过这些不同类型的习题练习,可以使读者更好地理解 and 掌握本章的知识要点,同时也使授课教师的复习辅导工作量相应减轻。

由衷地期望本教材能对使用教师提供帮助,同时也期望本教材能唤起学生学习管理经济学知识的兴趣。

本教材适用于普通高等院校、高等职业院校、成人高等院校相关专业经济学课程的教学,也可作为企业工商管理培训及自学者学习用书。

本教材由陈建萍、杨勇担任主编,薛继东、马永春担任副主编。参加编写的人员及其分工为:第1、2、3章由薛继东编写,第4、6章由马轶民编写,第8章由马永春编写,第9、10章由杨勇编写,第12章由曹彤春编写,第5、7、11章由陈建萍编写。同时,胡

小昆参与了本教材的习题解答工作，安冉、张楠、吴建华、苏昆、陈燕参加了本教材的资料收集工作，张满银、张文瑞参与了本书的审稿工作。在此对他们表示衷心的感谢！

在本教材的编写过程中，参考了大量的相关文献，谨在此向这些作者、译者表示由衷的感谢。本书最终能顺利出版，得到了中国人民大学出版社编辑的大力支持和帮助，在此也表示深深的谢意。

编 者

2011年10月于北京

教师信息反馈表

为了更好地为您服务，提高教学质量，中国人民大学出版社愿意为您提供全面的教学支持，期望与您建立更广泛的合作关系。请您填好下表后以电子邮件或信件的形式反馈给我们。

您使用过或正在使用的我社教材名称			版次	
您希望获得哪些相关教学资料				
您对本书的建议（可附页）				
您的姓名				
您所在的学校、院系				
您所讲授课程的名称				
学生人数				
您的联系地址				
邮政编码		联系电话		
电子邮件（必填）				
您是否为人大社教研网会员	☐ 是，会员卡号：_____ ☐ 不是，现在申请			
您在相关专业是否有主编或参编教材意向	☐ 是 ☐ 否 ☐ 不一定			
您所希望参编或主编的教材的基本情况（包括内容、框架结构、特色等，可附页）				

我们的联系方式：北京市海淀区中关村大街 31 号
 中国人民大学出版社教育分社
 邮政编码：100080
 电话：010-62515910
 网址：<http://www.crup.com.cn/jiaoyu/>
 E-mail: jyfs_2007@126.com

目 录

第 1 章 导论	1
1.1 管理经济学的研究对象	1
资料链接 彼得·德鲁克——管理学的发明大师	2
资料链接 经济学鼻祖——亚当·斯密	4
案例评析 2003 年“非典”期间口罩供需分析	6
1.2 管理经济学的基本分析方法	7
1.3 市场经济条件下的企业	10
资料链接 科斯——诺贝尔经济学奖得主	11
经济管理实务 该不该承接这项合同?	13
第 2 章 供求分析	18
2.1 需求分析	19
经济管理实务 减少吸烟数量的办法	23
2.2 供给分析	31
经济管理实务 旱灾对供给的冲击	34
2.3 市场均衡分析	35
经济管理实务 咖啡价格的需求和供给变化	38
资料链接 美国的农产品价格支持政策	40
案例评析 最低工资制能保护劳动者的利益吗?	41
第 3 章 消费者效用分析	47
3.1 效用理论概述	47
资料链接 “幸福方程式”与“阿 Q 精神”	48
资料链接 效用理论的产生	50
3.2 基数效用论与边际效用分析	51
经济管理实务 吃三个面包的感觉	53
案例评析 钻石和水的价值悖论	57
3.3 序数效用论与无差异曲线分析	59
案例评析 节约能源计划	66
第 4 章 需求与供给弹性分析	72
4.1 需求弹性	72
案例评析 中国医疗改革的困境	74
经济管理实务 沃尔玛如何做到“天天低价、薄利多销”	77
案例评析 中国境外旅游人数大幅增加	79
资料链接 生活发展阶段的判定标准	80
4.2 供给弹性	81
4.3 蛛网理论	84

第 5 章 生产要素投入的决策分析	90
5.1 生产要素与生产函数	90
5.2 短期生产函数分析	94
资料链接 马尔萨斯与边际收益递减规律	98
案例评析 从“大跃进”到“杂交水稻”	100
5.3 长期生产函数分析	103
经济管理实务 小鸡生产的等产量曲线	107
案例评析 较高的能源价格引起投入要素的替代	112
5.4 规模经济	113
经济管理实务 国内外烟草企业的兼并浪潮	117
第 6 章 成本分析	126
6.1 成本与利润	126
案例评析 房屋是否出租？	128
6.2 短期成本与长期成本分析	130
经济管理实务 更大并不总是更好	139
案例评析 家电企业扎堆合肥 上演本土厂商“集结号”	140
资料链接 轿车生产的规模经济	142
6.3 成本函数估计	143
第 7 章 生产产出的决策分析	155
7.1 边际分析	155
经济管理实务 载客决策中的边际分析	160
7.2 盈亏平衡分析	160
7.3 生产可能性曲线及产品产量最佳组合的确定	164
案例评析 战争的结果？	169
案例评析 退耕还林政策能得以实施吗？	173
第 8 章 完全竞争市场	180
8.1 完全竞争市场的条件及其企业收益规律	180
8.2 完全竞争市场中的企业决策	183
经济管理实务 餐馆是否要 24 小时营业	188
案例评析 企业为追求利润而进入一个行业的结果	192
案例评析 为什么企业获得零利润还在经营？	193
案例评析 新政策的作用	195
8.3 完全竞争市场经济绩效的评价	196
第 9 章 完全垄断市场	202
9.1 完全垄断市场的条件及其企业收益规律	202
经济管理实务 德比尔公司与钻石垄断	204
案例评析 海尔的知识产权观——矛与盾	206
9.2 完全垄断市场中的企业决策	209
案例评析 中国电信行业完全垄断的终结	215
9.3 垄断管制	218

案例评析 航线资源稀缺导致权力寻租	219
经济管理实务 格兰仕的光波技术	220
案例评析 地铁系统的补贴	223
案例评析 垄断企业的成本状况	224
资料链接 世界各国反垄断立法概况	225
经济管理实务 拆分美国铝业公司	227
第 10 章 垄断竞争市场	232
10.1 垄断竞争市场的条件及其企业收益规律	232
案例评析 哈根达斯失去了什么?	234
10.2 垄断竞争市场中的企业决策	235
经济管理实务 禁止做广告所带来的结果	238
经济管理实务 施乐与复印机市场	240
10.3 垄断竞争市场的评价	241
案例评析 灿坤的无奈退出	243
第 11 章 寡头垄断市场	253
11.1 寡头垄断市场的条件、形成原因及分类	253
案例评析 石油行业的改革	256
11.2 寡头垄断市场的企业决策	259
资料链接 保罗·M·斯威齐的信仰及贡献	263
案例评析 宝洁与联合利华的非价格竞争	265
资料链接 纳什均衡	266
经济管理实务 “封杀”国航	270
资料链接 石油输出国组织(OPEC)	273
经济管理实务 最低建议价格	274
第 12 章 企业产品定价实践	283
12.1 定价目标	283
12.2 成本加成定价法	285
经济管理实务 加成定价的技巧	289
12.3 价格歧视	290
案例评析 蟹岛客房爱国价内外有别	297
案例评析 经济适用房政策的出路何在?	298
12.4 多种产品定价法	299
12.5 转移定价	304
12.6 其他定价方法	310
经济管理实务 磁石效应	313
主要参考文献	317

第1章 导论



经济管理问题

丰田汽车公司在中国的经营活动中，曾面临着供不应求的局面。为了满足对其产品不断增长的需求，丰田提出两种可能的战略：战略 S_1 为生产能力的内部扩展；战略 S_2 为并购其他汽车公司以提高生产能力。丰田公司管理者的目标就是通过生产能力的扩大，使预期未来收益（利润）的今天的价值（现值）最大。为此，企业需要进行方案比较，如果采用战略 S_1 带来的利润大于战略 S_2 带来的利润，则选择战略 S_1 ；否则就选择战略 S_2 。那么，企业运用何种手段和方法进行战略方案的比较和取舍呢？

同时，当一家企业决定要生产某种新产品之前，一般会面临如下的基本决策：生产出来的产品有没有市场需求？需求取决于哪些因素？如何生产？生产多少？价格定多少？

以上这些问题需要科学决策，而最有用的工具之一就是管理经济学的方法。

管理经济学解决的问题主要是：如何将经济理论和经济分析方法应用于商务活动中的决策过程，从而最有效地解决企业所面临的种种问题。因此，在本章中，将涉及以下内容：如何定义管理经济学？管理经济学有哪些主要内容？管理经济学有哪些研究方法？企业是一个怎样的组织系统？企业活动的目标是什么？等等。

1.1 管理经济学的研究对象

1.1.1 管理经济学的定义

管理经济学是运用经济学理论和决策科学的分析工具，使一个企业组织能够在一定的经济环境中，在面临的各种约束之下，最有效地达到自己既定目标的科学（见图 1—1）。这一定义包括以下两个要点：

第一，管理经济学的研究对象是与资源配置有关的管理决策问题。

现代社会面临资源的稀缺性，因此就必须面对资源配置问题。一个企业组织同样面临各种资源的约束，需要在利用既定资源生产经济物品中做出选择，这种选择就是企业的资源配置决策。决策是管理的重要职能，决策正确与否关系企业命运。其目的是实现管理决策转型，即由经验决策向科学决策转变。

第二，管理经济学以经济理论和决策工具为分析工具。

为使管理决策科学化、最优化，企业管理者首先必须了解企业所面临的经济环境。对经济环境的科学分析来自于经济学理论，包括宏观经济学和微观经济学。企业所面临的经济环境中，对企业决策有重大影响的主要是企业微观经济环境，因此管理经济学的主要内容更多的是侧重于经济学中的微观经济学部分。

管理经济学是站在企业管理者的角度，为企业的最优决策提供经济分析工具，因此管理经济学论述是紧紧围绕企业的决策问题而展开的。所以，管理经济学的另一个理论基础是决策科学。所谓决策科学就是研究决策目标的确定，如何在可供决策者选择的步骤和方

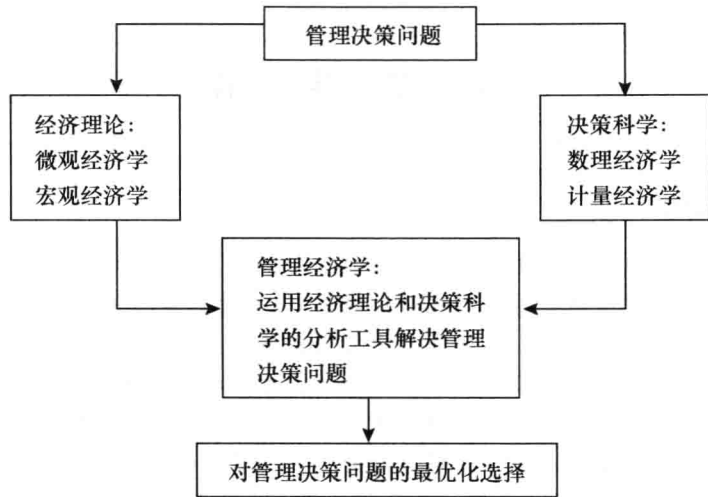


图 1—1 管理经济学的定义

法中优选出最佳的方案，以达到既定目标的科学。决策科学一般应用数理经济学和计量经济学等分析工具，对各种决策的成本与效果进行数量分析，把最优决策方案的论证建立在数量分析的基础上。

1.1.2 决策的基本过程

管理经济学解决的是与资源合理配置有关的管理决策问题，主要是产量决策和价格决策。

企业决策制定过程一般包括以下五个基本步骤：（1）明确企业面临的问题；（2）确定企业目标；（3）列举解决企业问题的可能解决办法；（4）从列出的解决办法中选择最优方案；（5）执行最优方案。

正确决策的条件包括：（1）明确的决策目标；（2）较高的决策者素质；（3）较充足的决策信息资料；（4）科学的理论和方法。

正确决策的准则为：采取该项决策之后的情况比采取该项决策之前有所改善。

上述关于决策过程的大部分内容是彼得·德鲁克（Peter Drucker）提出的，随着经济的快速全球化以及计算机和信息技术的广泛应用，决策过程也正在实施相应的变革。



资料链接

彼得·德鲁克——管理学的发明大师

本书和其他管理学书籍涉及的很多被人们奉为传统思想和真理的管理学原理和观点，都是由“现代管理之父”——彼得·德鲁克提出的，他是 20 世纪最伟大的管理学大师（于 2005 年 11 月逝世，享年 95 岁），他影响了很多国内外的商业领袖（如微软的比尔·盖茨、英特尔的安德鲁·格鲁夫、通用电气的杰克·韦尔奇）和政治领导人（如美国总统乔治·布什、美国众议院议长纽特·金里奇）。

德鲁克在 1945 年发表的关于通用汽车的里程碑著作——《公司的概念》中提出了分权

企业组织形式的主要原则，到20世纪80年代，这一理论已经被3/4的美国公司接受。在1954年发表的《管理实践》中，德鲁克提出了几个看似简单却是基础性的问题：“我们做什么业务”、“谁是我们的顾客”、“顾客更看重什么”。在该书中德鲁克还强调了公司管理和设定清晰的公司长期目标的重要性，并提出应将长期目标转换为更直接的可实现的目标。在《卓有成效的管理者》一书中，德鲁克指出管理者应该集中精力于重要的事情，而无需在无关紧要的事情上花费时间，要重视实质而不是形式、重视制度规范而不是个人魅力和个人崇拜。

杰克·韦尔奇在成为通用电气首席执行官后不久，德鲁克就问了他一个问题：“对于你公司尚未涉足的领域，你会考虑进入吗？如果答案是否定的，你将会怎么做？”这一问题使得韦尔奇决定，通用电气如果做不到行业第一、第二，就不如退出。在接下来担任通用电气首席执行官的15年中，韦尔奇一直秉持这一信念，并且开创了通用电气的绩效神话。

资料来源：[美] 多米尼克·萨尔瓦多：《管理经济学》，6~7页，北京，清华大学出版社，2009。

德鲁克还提出了以下几条管理原理：（1）要善于给员工授权，应该把工人当作公司的资源而不是利润生成的成本；（2）世界正从“商品经济”向“知识经济”发展，工人的知识和脑力劳动已经替代体力劳动产生价值；（3）公司是由相互信任、相互尊重的人组成的共同体，公司应满足员工得到持续性培训和学习的要求；（4）创新是机会而不是威胁；（5）决策存在风险，当管理者知道合理的决策时间，能够清晰地定义问题，直接解决问题时风险就达到最小，在找到方法执行决策之前改决策无效。

1.1.3 管理经济学与微观经济学的关系

企业所面临的经济环境中，对企业决策有重大影响的主要是企业微观经济环境，因此管理经济学的主要内容更多地侧重于经济科学中的微观经济学部分。

1. 微观经济学概述

微观经济学（microeconomics）通过研究单个经济单位（包括企业、家庭、消费者、市场等）的经济行为以及它们之间的相互影响，由此说明市场经济如何解决资源配置问题。

微观经济学对单个经济单位的研究，是通过三个层次进行的：第一个层次是分析单个消费者（或家庭）和单个生产者的经济行为。它分析单个消费者（或家庭）如何进行最优的消费决策以获得最大效用，单个生产者如何进行最优的生产决策以获得最大利润。第二个层次是分析单个市场均衡价格的决定。这种单个市场均衡价格的决定，是作为单个市场中所有消费者和生产者最优经济行为的结果而出现的。第三个层次是分析所有的单个市场均衡价格的同时决定。这种决定是作为所有单个市场相互作用的结果而出现的。

微观经济学的中心理论是价格理论。价格是市场经济制度中经济主体配置资源的依据，价格像一只看不见的手，调节着整个社会的经济活动，通过价格的作用，社会资源实现了优化配置。可以说，整个微观经济学以价格理论为中心，围绕价格如何被决定及如何影响资源配置而展开，因此有人干脆把微观经济学称作“价格理论”。微观经济学的中心

理论实际上是解释英国古典经济学家亚当·斯密（Adam Smith）的“看不见的手”这一原理。亚当·斯密认为，每个人都在追求自己的个人利益，但在这样做的时候，由于一只“看不见的手”的指引，结果是增进了社会利益。“看不见的手”就是价格。

微观经济学主要采取个量分析方法，通过对单个消费者（或家庭）、单个生产者、单个市场的考察，对微观经济活动进行研究。

微观经济理论的构建是以一系列的假设条件为前提的。在微观经济分析中，经济学家根据所研究问题和所建立的模型的不同需要，采用不同的假设条件。在诸多假设条件中，有三个最基本的假设条件，即完全理性、完全信息和市场出清。

完全理性即假定各经济主体（企业、个人）都是完全理智的，他们都以利己为目的，力图以最小的代价去追逐和获得自身最大的经济利益。正如亚当·斯密所说：“我们的晚餐并非来自屠宰商、酿酒师和面包师的恩惠，而是来自他们对自身利益的关切。”该假设也称为“经济人”假设。经济人是不懈地追求自身最大满足程度的理性人。显然，经济人是自利的，但自利不等于自私。例如，一个虔诚的基督教徒由于相信上帝，会充满行善的愿望，当他人得到幸福时，他会觉得自己更幸福——他是自利的，但并不自私。

完全信息即假定各经济主体都能迅速而免费地获得各种信息，并根据这些信息及时调整自己的行为，以便实现利益最大化目标。由于各主体信息完备，所以他们确切地知道自己行为的后果，从而处于无风险的境地。例如，每个消费者都能充分地了解每一种产品的性能和特点，准确地判断一定的产品组合给自己带来的消费满足程度，掌握产品价格在不同时期的变化等，从而能够决定最优的消费决策，以获得最大效用。

市场出清即假定市场价格自由而迅速地上下变动，足以对供求变化做出及时反应，从而使供需总是处于相等的状态。具体讲，商品价格自由而及时地波动使该商品供需平衡，利率（资本价格）自由而及时地上下波动使资本供需平衡。在这种均衡状态下，不存在资源的闲置和浪费，资源的充分利用问题已得到解决。

只要上述三个假设条件成立，市场经济就会成为最奇妙的经济制度。但是，只要稍微有些常识，我们就会看到三个假设的不可靠：人是不完全理性的，做出错误的决定时有发生，甚至我们都不能准确判断什么会给我们带来更多的利益；信息是不完全的，尤其是关于未来经济的变化，经济学家们也只能是一知半解，人们甚至无法搞清相邻两家商店主要商品的价格差距；市场出清是相对的，而商品的过剩或不足却是绝对的。这些疑问向传统的经济学提出了挑战。



资料链接

经济学鼻祖——亚当·斯密

亚当·斯密是经济学的主要创立者。他于1723年出生在苏格兰的寇克卡迪，青年时就读于牛津大学。1751—1764年担任格拉斯哥大学哲学教授，在此期间发表了他的第一部著作《道德情操论》，确立了他在学术界的威望。但是他的不朽名声主要来源于他在1776年发表的伟大著作——《国家财富的性质和原因的研究》（简称《国富论》）。斯密于1790年去世，一生未娶，没有子女。

斯密驳斥了重商学说片面强调国家贮备大量金币的错误。他反对重农主义者“土地是价值的主要来源”的观点,提出了劳动的重要性。斯密重点强调劳动分工会引起生产的大量增长,抨击了阻碍工业发展的一整套腐朽的、武断的政治限制。

斯密在《国富论》中提出,看起来似乎杂乱无章的自由市场实际上是个自行调整机制,自动倾向于生产社会最迫切需要的货品种类的数量。例如,如果某种产品供不应求,导致价格上升,生产商获得较高的利润,由于利润高,其他生产商就会进入这一市场。生产增加会缓和原来的供应短缺,而且随着各个生产商之间的竞争,供应增长会使商品的价格降到“自然价格”,即生产成本。谁都不是有目的地通过消除短缺来帮助社会,但是问题却解决了。用斯密的话来说,每个人“只想得到自己的利益”,但是又好像“被一只无形的手牵着去实现一种他根本无意要实现的目的……他们促进社会的利益,其效果往往比他们真正想要实现的还要好”。

但是如果自由竞争受到阻碍,那只“无形的手”就不会把工作做得恰到好处。因而斯密相信自由贸易,反对高关税,反对政府对商业和自由市场的干涉。他声言这样的干涉几乎总要降低经济效率,最终使公众付出较高的代价。斯密虽然没有发明“放任政策”这个术语,但是他为建立这个概念所做的工作比其他任何人都多。

李嘉图和卡尔·马克思都坚持认为人口负担会阻碍工资高出维持生计的水平,但是斯密指出在增加生产的情况下工资就会增长。事实已经十分清楚地表明斯密在这一点上是正确的。

除了观点的正确性及对后来理论家的影响之外,斯密对立法和政府政策也有很大影响。《国富论》一书技巧高超、文笔清晰,拥有广泛的读者。斯密的自由贸易观点在整个19世纪对政府政策都有决定性的影响。事实上直至今天,人们仍能感觉到他对这些政策的影响。

资料来源:陈恩:《西方经济学(微观部分)》,12~13页,北京,高等教育出版社,2004。

2. 管理经济学与微观经济学的区别

管理经济学虽然脱胎于微观经济学,但是不能简单地把管理经济学等同于微观经济学。管理经济学与微观经济学是有一定区别的。主要表现在:

(1) 目的不同。微观经济学是为了解决微观经济主体的行为,理解价格机制如何实现经济资源的优化配置;而管理经济学是为企业管理者服务的,其目的是解决企业的决策问题而提供经济分析手段。

(2) 研究方法不同。微观经济学主要是描述性的,试图描述经济是如何运行的,而不涉及该怎样运行的问题;而管理经济学主要是规范性研究,试图建立一系列规则和方法以实现特定的目标。例如,关于企业某产品的定价问题,微观经济学关注企业给该产品定价的方式,而管理经济学考虑的是企业如何为该产品定价。从这个意义上讲,管理经济学的基本原理和方法具有更强的实用性与可操作性。

(3) 假设条件不同。微观经济学一般假定经济主体(企业或消费者)具有一个特定的效用函数,然后在一定的约束条件下分析其最优选择;而管理经济学一般不事前假定其效用函数,而是根据观察到的经济主体的选择,在理性条件下,推断其效用函数或者利润函数,并进一步做出预测。



案例评析

2003 年“非典”期间口罩供需分析

2003 年“非典”期间口罩非常紧缺，每人至少佩戴 1 个，使得口罩价格突飞猛涨。我们采用图 1—2 的供需模型进行分析。经济学一般将可以货币化的变量放在纵轴上，比如价格、成本、收益、利润等；将其他变量放在横轴上。图 1—2 中，横轴代表口罩的产量和销量；纵轴代表口罩的价格。“非典”出现前，口罩的供给曲线为 S ，需求曲线为 D_0 。供给曲线向右上方倾斜，因为随着口罩价格的上升，现有口罩厂商愿意扩大产量，而在原来价格水平上无法补偿成本的高成本厂商也愿意生产了。而需求曲线向右下方倾斜，因为随着价格的下降，支付意愿较低的潜在消费者也购买了。当供给曲线和需求曲线相交时对应的价格为 P_0 ，在此价格下，供给量和需求量相等，即 $Q_s = Q_d = Q_0$ ，也就是说市场出清。我们称使得供给量和需求量相等的价格 P_0 为均衡价格。

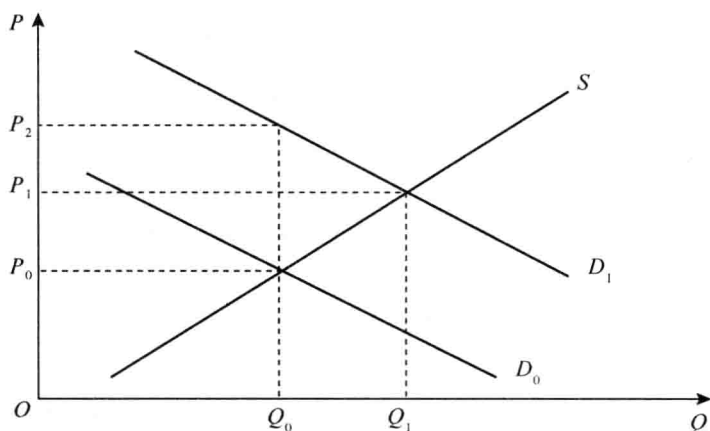


图 1—2 在产能约束下需求增加导致的价格上升

“非典”出现后，人们对口罩的需求增加，使得需求曲线向右平行移动至新的需求曲线 D_1 ，在任意相等的价格下，现在对口罩的需求均比以前增加了。那么，新的市场均衡价格是多少？

微观经济学认为新的市场均衡价格为 P_1 ；而管理经济学预测新的市场价格为 P_2 。显然， $P_2 > P_1 > P_0$ 。微观经济学的预测是基于口罩厂商可以即时增加产量至 $Q_s = Q_1 = Q_d$ 而得到的。事实上，由于口罩厂商无法事前预见口罩的需求将急剧上升，其产量是根据上一期的需求制定的。如果要增加产量，需要较长的调整时间，比如增加设备、招募工人等，这在短期内是难以完成的。管理经济学认为，尽管需求增加了，但是，供给在短期内将保持不变，即供给量仍为 $Q_s = Q_0$ 。供给的短缺将导致口罩价格飙升至 P_2 。

资料来源：骆品亮：《管理经济学》，7~8 页，上海，上海财经大学出版社，2006。

1.1.4 管理经济学的主要内容

管理经济学的主要内容包括以下四个理论。

1. 需求理论

需求理论分析在不同价格水平下的需求量以及在价格、收入以及其他因素变化时需求量的改变率。

2. 生产理论

生产理论分析生产要素组合，揭示投入与产出之间的技术关系，解决企业应该如何组织生产的问题。

3. 成本理论

成本理论分析各种不同成本的性质、成本函数，包括规模经济的选择和最佳批量的选择。

4. 市场理论

市场理论分析在不同性质的市场条件下，企业选择什么样的行为能够满足预期目标。

1.2 管理经济学的基本分析方法

最优化是管理经济学进行管理决策时分析的主要问题，也是基本的分析方法。最优化希望以最少的投入获得最大的产出。最优化问题可以分为无约束的最优化问题和有约束的最优化问题。分析最优化问题时可以利用数学工具（见图1—3）。无约束的最优化问题利用边际、最大值与最小值的数学工具；而有约束的最优化问题除了利用边际、最大值与最小值外，还采用拉格朗日函数。以下分别对边际、最大值与最小值、拉格朗日函数等数学工具及其在管理经济学中的应用进行具体介绍。

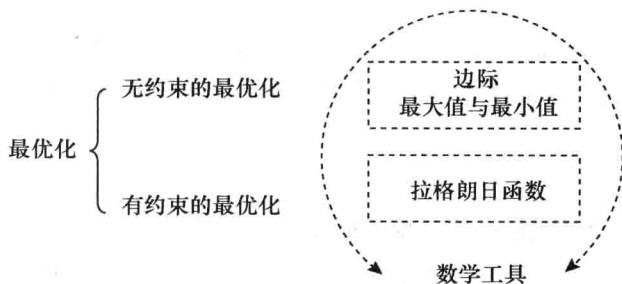


图 1—3 最优化与数学工具

1.2.1 无约束的最优化

为了使企业利润最大，企业应生产多少产品、投入多少资源、制定什么价格、支出多少广告费等，这是企业经营者管理者不免会遇到的问题。如果企业在产品产量、资源投入量、价格和广告费的支出等方面都不受限制的前提下，进行企业最优化决策，称为“无约束”（事实上这是一种理想状态）的最优化。一个企业所面临的决策问题，往往需要寻求某一函数的最大值或最小值，如利润的最大值、成本的最小值等。在这个最大值和最小值的求解过程中，边际分析具有重要意义。下面对边际与边际分析、最大值和最小值做简单介绍，并就其应用举例，由此说明无约束最优化问题的求解方法。

1. 边际与边际分析

简单而言，边际（marginal）的意思是“增量”（incremental），即“某些变量的变化”。边际分析法就是利用边际值作为决策参考依据的一种方法。任何人在决策时都会问

一个问题：“它值得吗？”大多数人的回答会是：“只要境况在采取某项行动之后会比采取行动之前有所改善，采取这项行动就是值得的。”而权衡行动前后效果的过程，就体现了边际分析法向前看的思想。

例如，一家民航公司在从甲地到乙地的航班上，每一乘客的全部成本为 250 元，那么，当飞机有空位时，它能不能以较低的票价（如每张 150 元）卖给学生呢？通常认为不行，理由是每个乘客分摊的成本是 250 元，如果低于这个数目，就会导致亏本。但根据边际分析法，在决策时不应当使用全部成本（在这里，它包括飞机维修费用以及机场设施和地勤人员的费用等），而应当使用因学生乘坐飞机而额外增加的成本。这种额外增加的成本在边际分析法中叫做边际成本。因学生乘坐而引起的边际成本是很小的（如 30 元），它可能只包括学生的就餐费和飞机因增加载荷而增加的燃料支出。因学生乘坐而额外增加的收入叫做边际收入，在这里，就是学生票价收入 150 元。由此可以看出：企业在进行决策时，判断某项业务活动对企业是有利还是无利，不是根据它的全部成本的大小，而应当把由这项活动引起的边际收入和它的边际成本相比较，如果前者大于后者，就对企业有利，否则就不利。

管理经济学中常用的边际值主要有：

- (1) 边际产量 = 总产量变化量 / 某投入要素变化量；
- (2) 边际收入 = 总收入变化量 / 产量变化量；
- (3) 边际成本 = 总成本变化量 / 产量变化量；
- (4) 边际利润 = 总利润变化量 / 产量变化量 = 边际收入 - 边际成本。

2. 最大值和最小值

有时候我们要计算收益函数的最大值或成本函数的最小值。我们可以在函数的斜率（即边际）等于 0 的地方确定可能的最大值或最小值。令一阶导数等于 0，即：

$$\frac{df(x)}{dx} = 0$$

这样就可以确定最大或最小值。要想确定到底是最大值还是最小值，需要知道函数在这一点前后的形态，即斜率的斜率是什么。我们利用二阶导数计算。如果二阶导数为负，则函数取得最小值；如果二阶导数为正，则函数取得最大值。

举例来说，一个企业的利润函数为： $\pi = -10\,000 + 400Q - 2Q^2$ 。利润（ π ）是产量（ Q ）的函数。通过代入算法，我们可以发现：如果该企业的产量等于零，它的损失就是 10 000 元（可以理解为固定成本的损失），当产量为 29 个单位时，盈亏平衡，亏损消失。当产量继续上升时，利润开始上升。当产量达到一定单位（100 个单位）时，利润达到最大（10 000 元）。如果产量再进一步增加，利润开始下降，当产量达到 171 个单位时，利润复归为零。

企业管理者一般都会关注企业生产多少产量时，企业可以获得最大利润。上述最大利润（当产量等于 100 单位时）可以直接通过数学求导的方式获得。首先我们求利润函数的一阶导数：

$$\frac{d\pi}{dQ} = 400 - 4Q$$

因为当利润处于最大值时，利润函数的一阶导数必须等于零，因此我们令上式等于零：