

管理经济学

何国华 胡志强
肖卫国 编著

MBA

武汉大学
研究生系列教材
武汉大学
MBA 系列教材
武汉大学
出版社
WUHAN
DAXUE
CHUBANSHE

武汉大学研究生系列教材
武汉大学MBA系列教材

管 理 经 济 学

何国华 胡志强 肖卫国 编著

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学/何国华,胡志强,肖卫国编著. —武汉:武汉大学出版社, 1998. 6

ISBN 7-307-02587-6

- I 管…
- II ①何… ②胡… ③肖…
- III 管理经济学
- IV F272 C93-05

武汉大学出版社出版

(430072 武昌 珞珈山)

湖北省武汉第二印刷厂印刷

(430100 武汉市蔡甸区正街 176 号)

新华书店湖北发行所发行

1998 年 6 月第 1 版 1998 年 6 月第 1 次印刷

开本:850×1168 1/32 印张:13.375

字数:343 千字 印数:1—2000

ISBN 7-307-02587-6/F·564 定价:15.00 元

本书如有印装质量问题,请寄承印厂调换

武汉大学 MBA 教材编委会

主 任：甘碧群

副 主 任：谭力文 赵锡斌 刘传铁

秘 书 长：熊玉莲

副秘书长：张天亮

委 员（按姓氏笔画为序）

马 黎 甘碧群 刘传铁 关培兰 何国华

张兆国 赵锡斌 胡志强 徐绪松 符国群

谢获宝 景奉杰 黄 宪 谭力文

总 序

武汉大学是国家教委 1984 年批准的全国首批建立研究生院的院校之一。自 1978 年以来，研究生的招生规模逐步扩大。如何切实保证研究生的培养质量，提高他们的政治素质、专业水平和实践能力，以适应建设有中国特色的社会主义的需要，是我们面临的亟待解决的问题。这些年来的实践经验使我们深深感到，保证研究生的培养质量是一项复杂的系统工程，需要创设许多条件，需要做许多方面的工作，而且这些工作还必须有机地结合为一个整体。在这许多工作中，教材建设是一项不可忽视的基础性的工作。这是因为，只有逐步建立起一套高水平的教材，才能使学位课程走向规范化，使研究生系统地掌握本专业所必备的知识。当然，不应该用教材来束缚学生的创造性，研究生也不应该把自己的视野局限在教材的范围之内，以掌握教材为满足；但是，掌握教材所提供的基本知识，毕竟是保证研究生符合国家要求的统一标准的必要条件。基于这种认识，我们决定组织出版研究生的系列教材。

参加编写这套教材的教师，都是多年来亲自指导研究生的教授或副教授，有丰富的科学研究经验和教学经验。我们要求教材的编写既注意本学科的基本内涵和自身规律，保持系统性和相对的稳定性，又力求反映本学科的新成果和前沿动态，具有一定的深刻性和先进性。我们还要求经过几年的试用和修改，经过严格的调查论证，然后定稿出版。尽管如此，这套教材的缺点和不足仍然是难免的。随着形势的发展和科学的进步，这些缺点和不足

将会日益显露。我们诚恳地希望海内外的专家和广大读者批评指正，以便使这套教材逐步完善起来。

陶海麟

一九九三年五月

出版前言

MBA 教育，从 1910 年美国哈佛大学开始授予学生 MBA 学位算起，至今已有近 90 年的历史。我国的 MBA 教育则起步较晚，1991 年才开始在部分院校试点，至今只不过几年的时间。但由于 MBA 教育主要以培养工商企业管理人员和经理人员为目标，注重应用性和综合性，适应了我国建立社会主义市场经济体制及同国际经济接轨的需要，因而受到了社会的普遍欢迎。短短几年，我国的 MBA 教育得到了迅速发展。为了适应这一发展的需要，我们组织编写了 MBA 系列教材。

本系列教材的编写，立足于我国的社会经济环境，注重理论与实际相结合，借鉴与吸收国外 MBA 教育的成功经验和有关的研究成果，力求具有应用性、综合性、理论性、针对性。目的是通过本系列教材的出版，为建设一套具有中国特色的 MBA 教材体系和教学内容体系、提高 MBA 教育质量、促进我国 MBA 教育事业的发展，作出我们的一份贡献。

事实上，国外 MBA 的教学内容和教学方法，各院校也有所区别，各有侧重。在教材的编写和选用上也各不相同，有些问题仍在探索之中。我国 MBA 教育才刚刚起步，经验还不多，如何根据我国国情编好 MBA 教材，搞好 MBA 教育工作，则更需要实践中不断探索、不断完善。本系列教材的出版，尚属尝试。诚望各界同仁不吝赐教。

武汉大学 MBA 教材编委会

1997 年 1 月 28 日

目 录

导 论	1
第一章 需求函数分析	7
第一节 市场供求的一般原理	8
第二节 消费者行为	19
第三节 需求弹性分析	34
第四节 需求函数的估计方法	49
第二章 生产函数分析	61
第一节 企业生产与生产函数	61
第二节 短期生产函数	68
第三节 长期生产函数	74
第四节 生产要素的最佳组合	83
第五节 生产函数的基本类型	93
第三章 成本函数分析	102
第一节 成本的基本概念与成本函数	102
第二节 短期成本函数	107
第三节 长期成本函数	117
第四节 企业收益与利润最大化原则	126
第四章 市场结构与企业决策	138
第一节 市场结构	138

第二节	完全竞争市场的企业决策·····	144
第三节	完全垄断市场的企业决策·····	154
第四节	垄断竞争市场的企业决策·····	163
第五节	寡头垄断市场的企业决策·····	170
第五章	要素配置与企业决策·····	184
第一节	要素市场一般·····	184
第二节	劳动市场与企业决策·····	198
第三节	资金市场与企业决策·····	209
第四节	土地市场和企业决策·····	219
第六章	企业定价理论与决策·····	225
第一节	成本加成定价法·····	225
第二节	增量分析定价法·····	228
第三节	差别定价法·····	230
第四节	多产品定价法·····	238
第五节	新产品定价法·····	241
第六节	内部调拨定价与其他定价法·····	244
第七章	不确定性与风险决策·····	249
第一节	不确定性与风险概论·····	249
第二节	风险与收益·····	257
第三节	组合投资理论·····	261
第四节	资本资产定价模型·····	276
第八章	长期投资决策·····	294
第一节	投资及其决策过程·····	294
第二节	货币的时间价值·····	298
第三节	现金流量的估计·····	302

第四节	资金成本估计·····	309
第五节	投资方案的评价方法·····	313
第六节	投资决策原理与方法的应用·····	323
第七节	风险条件下的投资决策·····	333
第九章	政府干预与企业决策·····	342
第一节	市场失灵·····	342
第二节	政府干预·····	355
第三节	宏观经济政策与企业决策·····	372
附 录	案例与分析·····	380
后 记	·····	415

导 论

一、什么是管理经济学

管理经济学是第二次世界大战以后发展起来的一门新兴学科,它主要研究在市场经济条件下,企业如何根据市场环境变化的要求进行决策的行为规律。正确认识这些行为规律,能够帮助企业的管理者在科学的基础上进行经营管理与经营决策,从而为企业谋求尽可能高的经济效益。

作为一门经济学科,管理经济学是从传统的西方理论经济学演化而来的。这里所说的西方理论经济学包括两大构成部分:一是以单个经济主体即消费者个人(或家庭)和企业(或厂商)的经济行为作为考察对象的微观经济学;二是以国民经济总体运行作为考察对象,着重研究总产出、价格总水平、经济波动等问题的宏观经济学。一般认为,微观经济学和宏观经济学共同构成了管理经济学的理论基础,但由于管理经济学侧重研究企业范围内的经营管理和决策,所以,它与微观经济学,尤其是与其中的厂商理论有着更为密切的理论渊源关系。

管理经济学的产生也得益于第二次世界大战后一系列新兴学科的兴起和发展。例如,在内容上,管理经济学包括理论和应用两个部分。如果说微观经济学为其提供了主要的理论基础,那么现代决策科学就为其提供了必备的分析方法和手段。事实上,管理经济学的基本方法——边际分析法与决策学的最优化技术是彼此相通的。此外,管理经济学也吸收融合了统计学、运筹学、市场学、

管理学等学科的研究成果和方法,从这个意义上说,它也是一门交叉性学科。

二、管理经济学的研究范围和研究方法

管理经济学的主要研究对象是市场经济中的企业管理活动。所谓管理就是决策,这是因为,决策不仅贯穿于企业管理过程的一切环节和不同管理层次,而且决策正确与否还从根本上决定了企业的兴衰成败。从这个角度看,管理经济学也就是研究如何对可供选择的方案进行比较分析,从中找出最优方案的一门学科。企业管理中要决策的问题很多,如人事决策(包括人员配备、人才选拔和培训干部等)、组织决策(包括组织设计等)、财务决策(包括如何筹集资金等),以及销售决策(包括如何确定销售战略、建立销售渠道等)。管理经济学当然不可能涉及企业管理中所有的决策问题,它所涉及的只是经济决策事项,属于这方面的决策主要有:价格和产量决策、生产技术决策、长期投资决策等,以及为了进行上述决策而必须进行的对一些经济函数的分析与估计,如需求分析和对需求函数的估计、生产分析和对生产函数的估计、成本利润分析和对成本函数的估计等等。

管理经济学进行经济决策的基本方法是边际分析法。与边际分析法有关的是边际值,它是指当自变量额外发生一个单位的变化,会使因变量发生多大变化。例如,设 TR 为总收入, Q 为销售量,企业总收入的大小取决于企业销售量的大小,用公式表示即 $TR = f(Q)$ 。总收入的边际值就是总收入的变化率,即销售量 Q 的变化会怎样影响因变量 TR 的变化,用公式表示为: TR 的边际值 $= \Delta TR / \Delta Q$ 。如果边际值为正,说明因变量随着自变量的增加而增加,如果边际值是负值,说明因变量随着自变量的增加而减少。边际值为零时,说明因变量为极大或极小。

决策就是对上述这种函数关系寻求最优解,即在分析边际值的基础上寻求当因变量的值最大限度满足目标时自变量的值。边

际分析法则是寻求边际值最优解的一种分析方法。例如,企业在进行决策时,判断某项经济活动对企业有利还是有弊,不是根据它的全部成本,而是根据这项活动引起的边际收益(即每增加一单位的产品所引起的收入)和它的边际成本(即每增加一单位产品所引起的成本)相比较,若前者大于后者,就对企业有利;否则就对企业不利。这种分析方法就是边际分析法。

管理经济学在进行经济决策分析时,还注重于弹性分析方法的应用。这里所谓弹性是指当经济变量之间存在函数关系时,一变量对另一变量变化的反应程度,通常用这两个变量变化的百分比之比来表示。弹性分析把定性分析和定量分析有机地结合起来。

最后,管理经济学在研究过程中,特别注意理论与实际相结合,注意企业经营管理决策的实践,并把这些实践与经济学的理论联系起来,如对企业定价实践、投资实践等问题的分析。

三、管理经济学与其他学科的关系

前已指出,管理经济学与微观经济学、宏观经济学、统计学、决策理论、运筹学等都有着十分密切的关系。同时,在实际知识的运用方面还与会计学、生产管理、市场学、财政金融理论、商业管理等学科相互交融。

在管理经济学体系中,广泛地使用着许多微观经济理论的概念与分析方法。如需求弹性、边际成本、短期与长期、市场结构等概念,都是管理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、价格歧视模型等也是管理经济学中常用的理论模型。但是,管理经济学不是简单地借用微观经济学中一些现成的原理和结论,而主要是应用在推导这些原理和结论时所使用的经济分析方法。这是因为:

第一,微观经济学研究的是抽象的企业,它所涉及的决策大多属于价格和产量决策。而在现实管理中,要决策的问题多种多样,

如企业的生产技术、生产规模、产品组合、广告和投资等等。显然,仅依靠微观经济学得出的用来研究抽象企业的现成原理和结论来解决如此众多的现实问题是很不够的。管理经济学在进行经济决策研究时,更重视应用微观经济学的基本方法,这就是边际分析方法。

第二,微观经济学对企业行为的研究,是以企业的唯一目标是追求最大化利润为前提的。而现实的企业不同,它的目标是多样化的,除了利润之外,还把扩大市场份额、发展新产品和承担社会责任等等作为一定时期的目标,因为企业的经营活动不能离开股东、顾客、职工、政府和公众,如果企业不能适当满足这些人的要求,企业本身就会很难发展。所以,管理经济学在应用微观经济学的经济分析方法研究管理决策时,尽管首先也要以利润的多少作为决策的准则,但是,管理者在最后决策时,还必须兼顾其他目标和条件,这样作出的决策就可能是满意的利润,而不是最大化的利润。

第三,微观经济学研究的企业是以它们所处环境的全部信息为已知的、确定的作为假设的,而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。这种情况,要求管理经济学在研究决策时,还要借用来自其他学科的各种分析工具和概念,以便收集必要的信息,并在不确定的条件下选择最优的方案。

管理经济学主要研究企业的经济活动,但是也要考虑企业的外部经济环境,特别是宏观经济活动与运行状态,直接影响着企业的外部条件。企业在进行决策时,特别是制定长期投资与发展规划时,必须考虑到国家宏观经济政策的基本倾向、国家的利率政策、货币金融政策等等,正是在这些领域,管理经济学应用了宏观经济学的理论研究成果。

在管理经济学的体系中,理论模型的建立主要是利用推理的思维方法,但是这些理论模型最终要利用实际的数据进行验证,这

就要借助统计学的方法。另外,企业在进行决策时,必须透彻地了解与决策有关的那些因素之间的因果关系,而且希望对这一类因果关系给出比较精确的数量表示,而统计方法恰恰是进行这类研究的基本方法。例如,可以应用统计学方法来实际估计需求函数、成本函数和生产函数,计算商品需求的价格弹性和收入弹性,根据实际估算的模型进行生产预测、成本预测、市场需求预测等等。

运筹学与管理经济学之间的关系也是十分密切的。运筹学的许多方法都是寻求优化的方法,在运筹学的发展过程中,许多基本的概念和方法是与管理经济学同步发展的。一方面,许多经济管理中遇到的问题触发了运筹学中某一方面理论与模型方法的发展,如线性规划的理论与方法就是出于现实中配料问题、运输问题的提出而产生、发展起来的。另一方面,运筹学中的一些概念与理论又影响了管理经济学中的许多问题的研究,如线性规划中的对偶问题与管理经济学中的影子价格问题。运筹学与管理经济学的思想紧密联系,共同构成了现代管理者分析、处理管理问题的工具库。

四、学习管理经济学的意义

党的“十四大”和“十五大”都明确地提出了经济体制改革的问题,而经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济体制,使市场在国家宏观调控下对资源配置起基础性作用。这给我们提出了一系列新问题:市场经济到底是怎样运行的?市场经济条件下的企业经营环境与先前相比有什么不同?怎样重新认识企业的性质、地位和作用?怎样重新认识企业的经营目标和行为方式?随着企业从单纯的行政附属物转变为独立的市场行为主体,它们将在市场上面临什么样的决策事项?在各种经济决策中应遵循什么样的原则,采用哪些决策方法和技术工具?这些都可以通过学习管理经济学的学习寻求出一些有益的启示,从而有利于我们加深对市场经济的认识,有利于提高企业管理者的素质和决策的科学化水平。

应当指出的是,我们虽然提出学习管理经济学是必要的、有益的,但这并不意味着可以将其全盘照搬照用。这不仅因为管理经济学作为西方经济学体系的组成部分之一,不可避免地继承了传统西方经济理论的庸俗性和片面性,更重要的是,管理经济学作为一门相对比较年轻的学科,其本身还不够成熟、不够完善,许多内容还需要更新和充实。但是,我们认为,通过对西方管理经济学的学习,一定会有助于建立我国自己的管理经济学。

第一章 需求函数分析

市场经济条件下，企业作为最重要的市场主体，^① 其全部经营活动必须面向市场。企业家或企业的经理者阶层作为企业的化身，其首要职责就是要通过对市场机制进行全面而深入的了解，做出使企业能够实现其既定经营目标的正确决策。

市场及其运行机制是由需求和供给两大经济力量综合作用而形成的。显然，企业的经营管理者应从供求两方面全面了解和深刻认识市场的特征、功能及其变化，以确保经营与管理决策的科学化。但在经济学分析中，需求是全部经济活动的出发点和归宿点，是决定市场结构及其发展趋势、生产者导向和生产规模的主导力量。在现实中，市场对一个企业的产品的需求状况，是决定企业盈利水平的主要因素，尤其是决定企业的经营成功与否的关键前提。

为此，本章从探讨市场供求的一般原理入手，着重分析市场运转的轴心和主导方面——需求方面。

① 市场主体是指市场上从事交易活动的组织和个人。它既包括自然人，也包括以一定组织形式出现的法人；既包括盈利机构，也包括非盈利机构。在通常情况下，市场主体包括企业、居民、政府和其他非盈利性机构。企业是最重要的市场主体，此外，市场主体还包括一些中介机构，如律师事务所、会计师事务所等。