



高职经管类精品教材

经济管理基础

JINGJI GUANLI JICHU

主编◎王世法 张怡跃



中国科学技术大学出版社



高职经管类精品教材

经济管理基础

JINGJI GUANLI JICHU

主 编 王世法 张怡跃

编写人员 (以姓氏笔画为序)

王世法 李 隽 张怡跃

钟得胜 高 红 钱 军



• 中国科学技术大学出版社 •

内 容 简 介

本书共 13 章。第一章叙述市场基本机制,即需求与供给如何决定价格以及价格影响资源配置的理论;第二章至第七章分别具体分析经济学的基本问题,即生产什么和生产多少、怎样生产、为谁生产、谁来决策;第八章讲解宏观经济学综述;第九章阐述基本的经济原理、管理思想,以及经济管理原则和基本方法;第十章至第十三章系统地介绍管理的基本职能(计划、组织、领导、激励、控制)及其相应的理论、实务与方法,论述经济管理目标和目标管理的基本理论与知识。

本书在注重教学内容先进性、实用性和可操作性的同时力求体现管理知识的完整性和系统性,教材内容表达形式尽可能程序化,理论联系实际,并通过案例和练习来强化和提高学生的技能。

本书可作为高等职业院校、高等专科院校、成人高等院校、本科院校高职教育二级职业技术学院、继续教育学院和民办高校非经管类专业学生学习用书,也可供五年制高职各专业学生、中等职业学校各专业学生及其他有关人员使用。本书还可作为经管类专业学生和从事经济管理工作人员的参考读物。

图书在版编目(CIP)数据

经济管理基础/王世法,张怡跃主编. —合肥:中国科学技术大学出版社,2012.2
ISBN 978-7-312-02969-1

I. 经… II. ①王… ②张… III. 经济管理—高等学校—教材 IV. F2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 260239 号

出版 中国科学技术大学出版社
安徽省合肥市金寨路 96 号,邮编:230026
<http://press.ustc.edu.cn>
印刷 安徽省瑞隆印务有限公司
发行 中国科学技术大学出版社
经销 全国新华书店
开本 710 mm×960 mm 1/16
印张 23.5
字数 445 千
版次 2012 年 2 月第 1 版
印次 2012 年 2 月第 1 次印刷
定价 35.00 元

前 言

如果说在产品供不应求的经济环境下,企业管理者感觉不到外部市场的压力,依靠经验、关系或朦胧的经济学观念进行决策,尚可获得可观的收益,那么,在当今产品供过于求的市场上,竞争者来自世界各地,没有经济管理学的理性思考和分析显然难以在市场上立足。近十几年来,经济管理学课程日益盛行也就毫不奇怪了。

本书旨在为企业经营管理者进行理性思考、制定管理决策提供基本的工具和方法。书中提到的基本原理可能在每个人的日常生活中,尤其在企业管理者的日常工作中都有所体现,不过,经过经济管理学的系统学习,可以更快地掌握这些原理,而不需要从失败中学习,大大节约学习成本及避免决策失误对企业造成的损失。

面对经济环境、市场状况以及管理者和教学要求的变化,本书力图贯彻以读者为中心、以市场为导向的原则,用语追求准确、简明和易懂。综合而言,本书主要有以下几个特点:

一、前沿性。本书内容融入作者多年来教学和实践工作经验。从教学中得到的反馈来看,现代学生的个性化特征越来越明显,不少学生已经不再满足于初级的经济管理学知识,希望能够接触一些更为深入的课题。从企业管理咨询的实践来看,企业管理者的知识层次有了很大的提高,对经济管理学的知识深度也相应地提出了更高的要求,希望通过经济管理学学到思考管理问题的新视角和新思路。因而本书介绍了一部分属于中高级经济管理学的内容,在行文上力求深入浅出。这样安排的另一个好处是使授课教师有更大的选择余地,可以根据学生学习的进度调整授课内容。

二、适用性。经济管理学与企业管理实践是息息相关的,本书在内容的选择

上,既考虑了学科本身的系统性和完整性,也考虑了其适用性。书中有许多内容涉及管理实践中常用的概念和方法,并结合企业实际进行了深入的分析。

三、思考性。本书除了注重为学生提供已被管理实践证明有用的知识以外,还增加了一些有一定理论深度的问题,一方面可使学有余力的学生拓宽思路,深入思考一些问题;另一方面也表达出经济管理学教学的基本原则,即向学生传授一种思考的方法,以此来驾驭纷繁复杂的经济现实。

本书共 13 章。第一章叙述市场基本机制,即需求与供给如何决定价格以及价格影响资源配置的理论;第二章至第七章分别具体分析经济学的基本问题,即生产什么和生产多少、怎样生产、为谁生产、谁来决策;第八章讲解宏观经济学综述;第九章阐述基本的经济原理、管理思想,以及经济管理原则和基本方法;第十章至第十三章系统地介绍管理的基本职能(计划、组织、领导、激励、控制)及其相应的理论、实务与方法,论述经济管理目标和目标管理的基本理论与知识。

本书主要由连云港职业技术学院商学院王世法副教授、张怡跃副教授编写,参加编写工作的还有连云港职业技术学院商学院的高红副教授、李隽老师、钱军老师、钟得胜老师。

本书可作为高等职业院校、高等专科院校、成人高等院校、本科院校高职教育二级职业技术学院和继续教育学院非经管类专业学生学习用书,也可供五年制高职各专业学生、中等职业学校各专业学生及其他有关人员使用。此外,本书还可作为经管类专业学生和从事经济管理工作人员的参考读物。

从某种意义上说,编写教科书相当于以笔代口讲课,由口头授课到落笔以文字表达出来,其中之甘苦自不待言。限于作者水平且时间较为仓促,错漏之处在所难免,恳请读者批评指正,我们将不胜感激。

编者

2011 年 11 月

目 录

前言	(i)
第一章 需求/供给与均衡价格理论	(1)
第一节 需求与供给	(1)
第二节 市场均衡与均衡价格	(10)
第三节 需求和供给变化对均衡的影响	(14)
本章小结	(17)
练习题	(18)
第二章 弹性理论	(19)
第一节 弹性的概念和意义	(19)
第二节 需求弹性	(21)
第三节 供给弹性	(34)
本章小结	(37)
练习题	(38)
第三章 消费者行为理论	(40)
第一节 消费者偏好——效用理论	(40)
第二节 无差异曲线分析法	(48)
第三节 需求曲线的推导	(62)
本章小结	(64)
练习题	(65)
第四章 厂商理论一:生产理论	(66)
第一节 生产函数	(67)
第二节 短期生产函数	(71)
第三节 长期生产函数	(77)
第四节 规模报酬	(86)
本章小结	(88)

练习题	(90)
第五章 厂商理论二:成本理论	(91)
第一节 机会成本	(91)
第二节 短期成本理论	(94)
第三节 长期成本函数	(100)
本章小结	(107)
练习题	(108)
第六章 市场理论一:完全市场竞争理论	(109)
第一节 完全竞争情况下的市场需求	(109)
第二节 完全竞争情况下厂商的短期均衡	(112)
第三节 完全竞争情况下厂商的长期均衡	(120)
本章小结	(123)
练习题	(124)
第七章 市场理论二:完全垄断市场理论	(125)
第一节 完全垄断的特点	(125)
第二节 完全垄断情况下厂商的短期均衡	(130)
第三节 完全垄断情况下厂商的长期均衡	(134)
第四节 完全垄断的价格差别	(135)
本章小结	(139)
练习题	(140)
第八章 宏观经济学综述	(142)
第一节 国民收入核算理论	(143)
第二节 乘数原理	(148)
第三节 财政政策和货币政策	(154)
本章小结	(164)
练习题	(164)
第九章 管理概况及西方管理思想发展	(168)
第一节 管理概况	(168)
第二节 西方管理思想发展	(178)
第三节 管理的基本原理与管理的基本方法	(202)
本章小结	(223)
练习题	(223)

第十章 决策与计划	(229)
第一节 环境研究	(229)
第二节 决策	(242)
第三节 计划	(254)
本章小结	(262)
练习题	(263)
第十一章 组织与人事	(269)
第一节 组织概述	(269)
第二节 横向与纵向组织设计	(278)
第三节 组织力量的整合	(287)
第四节 组织文化	(295)
第五节 人事管理	(302)
本章小结	(317)
练习题	(317)
第十二章 领导与激励	(322)
第一节 领导概述	(322)
第二节 领导理论	(326)
第三节 领导艺术	(329)
第四节 激励理论与方法	(334)
本章小结	(342)
练习题	(343)
第十三章 沟通与控制	(348)
第一节 沟通	(348)
第二节 控制	(355)
本章小结	(362)
练习题	(363)
参考文献	(366)

第一章 需求/供给与均衡价格理论

【学习目标】

1. 掌握需求的概念和规律。
2. 掌握影响需求的主要因素。
3. 构造适用于经济分析的需求函数。
4. 理解需求量的变动和需求量的变动。
5. 掌握供给的概念和供给规律。
6. 掌握影响供给的主要因素。
7. 理解供给量的变动和供给的变动。
8. 理解经济分析中的均衡、均衡价格和市场价格的含义。
9. 理解均衡价格的形成。
10. 掌握当供求发生变动时均衡价格和均衡产销量变动的基本规律。

根据马歇尔的均衡价格理论,均衡价格是供给和需求相互作用的结果,本章先分别介绍需求和供给,然后再讨论均衡价格。

第一节 需求与供给

一、需求

(一) 需求表

需求表就是根据购买者在一定时期内和一定市场中按某种商品不同价格所愿意并能够购买的量所列成的表,例如表 1.1。

表 1.1 需求表

P_X (X 商品价格, 单位: \$)	1	2	3	4	5	6	7
Q_X (X 商品需求量, 单位: 磅/月)	70	60	50	40	30	20	10

需求表用图形表示, 则成为需求曲线。以横坐标代表商品数量, 纵坐标代表商品价格, 根据表 1.1 作出的需求曲线如图 1.1 所示。

在图 1.1 中应当注意到: 把需求表转化为需求曲线时, 人们假定商品的价格和数量都是无限可分的。虽然这种假定并不符合实际, 但为了便于分析问题, 这样做还是必要的。

图 1.1 也可以用公式表示: $Q_d = 80 - 10P$ 。

实际上, 需求曲线不一定是一条直线, 往往是一条弯曲线。其原理和直线型需求曲线一样, 也可以作出图形并能用公式表示。

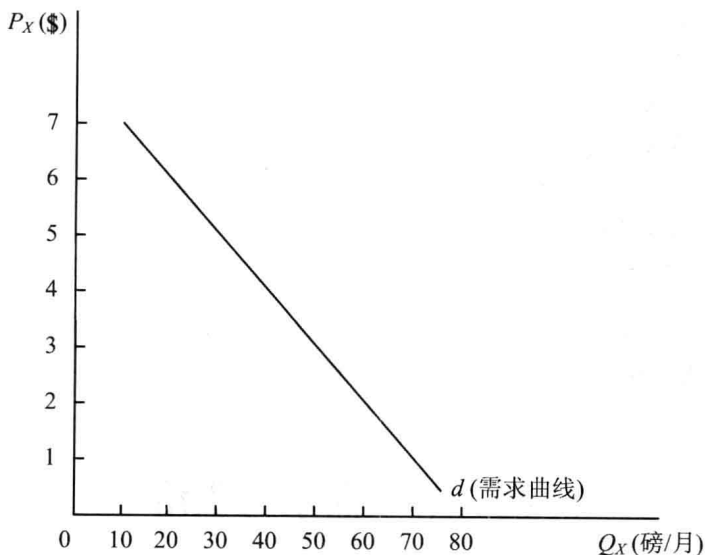


图 1.1 需求曲线

图 1.1 只是一条表示某个购买者的需求曲线。在某个商品市场中, 每个消费者的需求曲线是不一样的, 如果要求得某个市场的需求曲线, 则应把该市场中所有消费者的不同需求曲线相加起来。假设某商品市场只有两个消费者, 那么该市场需求曲线的求法如图 1.2 所示。

假设需求曲线 d_1 的函数式 $Q_{d_1} = 14 - 3P_1$, 需求曲线 d_2 的函数式为 $Q_{d_2} = 25 - 6P_2$, 把这两条需求曲线的公式相加, 则得到整个市场需求曲线的公式。

$$\begin{array}{rcl}
 Q_{d_1} & = & 14 - 3P_1 \\
 + \quad Q_{d_2} & = & 25 - 6P_2 \\
 \hline
 Q_{D(\text{市场})} & = & 39 - 9P_{\text{市场}}
 \end{array}$$

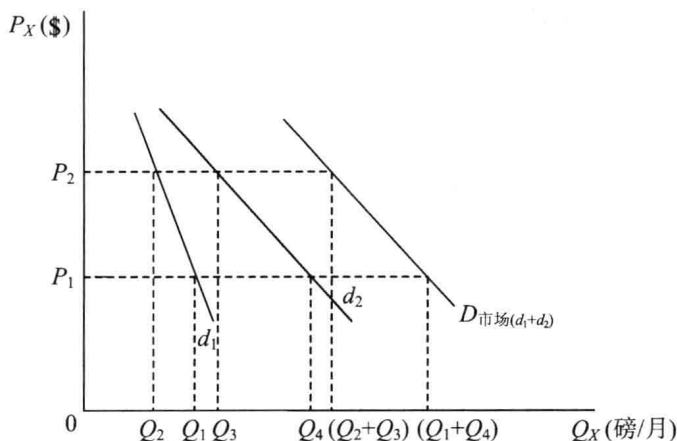


图 1.2 市场需求曲线

(二) 需求曲线的基本特征

需求曲线在一般情况下是一条负斜率的曲线,即从左上向右下倾斜,这是需求曲线的基本特征。其原因似乎很简单,商品价格越高,对它的需求量则越少,反之亦然。但是进一步分析,又可以发现有两个原因:①低价会吸引更多的购买者,从而使需求量增加;②低价会使同一个购买者对该商品的购买量增加,而减少对其他类似(可替代)商品的购买。例如,咖啡和茶叶是两种可替代的饮料,假如咖啡价格下降,那么消费者可以多购买咖啡而少购买茶叶。同样,当猪肉价格下降时,人们会减少对牛肉的消费而增加对猪肉的消费。

在后一个原因中,又包括两种因素的影响:第一种叫作收入效应的影响,即价格降低等于收入增加;第二种叫作替代效应的影响,即可替代性商品的替代作用。关于收入效应和替代效应,在第二章第二节中将进一步说明。

如果再从理论上更深一步考察需求曲线的负斜率原因,则涉及西方经济学说的边际效用价值论。西方经济学家认为,效用是价格的源泉。一种商品越稀缺,其边际效用越大,价格也就越大。当人们消费某种商品时,随着商品数量的不断增加,商品对人们的效用不断递减,其价值也因此不断下降,这样就形成了需求曲线负斜率的原因。关于效用理论,在第二章第一节中将详细介绍。

(三) 需求的变化与需求量的变化

上述需求曲线的基本形态有一个前提条件,就是在其他条件不变情况下,商品

的需求量与价格之间存在着反向关系。如果其他条件发生变化,上述关系也将发生变化,整条需求曲线将会发生移动。因此,必须注意这种区别。当购买商品的数量因价格的变动而朝相反方向变动时,叫作需求量的变化,这种变化是沿着同一条需求曲线上上下下变动;当其他条件发生变化而使消费者对商品的购买数量发生变化时,叫作需求的变化,这时整条曲线发生变化,如图 1.3 所示。

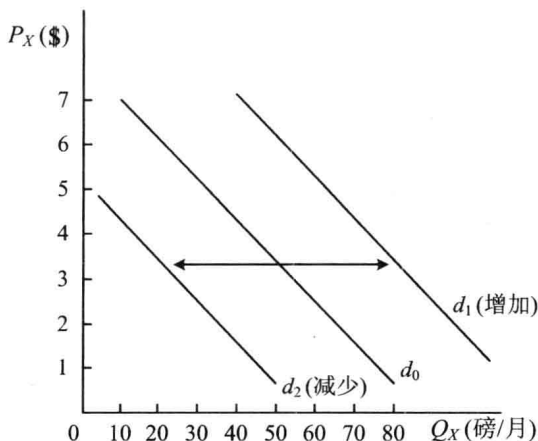


图 1.3

影响需求变化的其他条件主要有以下几种因素:

1. 消费者的收入

当消费者的收入增加时,消费者对某些商品在一定价格下的需求量也会增加,对另一些商品在一定价格下的需求量则可能减少。这取决于消费者收入增加以后是更想要还是更不想要这种商品。

2. 消费者的偏好

如果消费者对某种商品的兴趣比过去增加,即使该商品价格不变,需求数量也会增加。反之亦然。

3. 其他商品的价格

这里有两种情况:①两种商品为替代品,如黄油和人造奶油,咖啡和茶叶等。假如茶叶价格上涨,咖啡价格不变,在同一价格上人们将会增加对咖啡的需求数量,因为人们会因减少对茶叶的需求数量而增加对茶叶替代品咖啡的需求数量。②两种商品为互补品,如小汽车和轮胎。假如小汽车的价格上涨,人们将会减少对轮胎的需求数量。因为小汽车涨价后,人们对小汽车的需求数量减少,因而也会减少对轮胎的需求数量。

4. 消费者对商品价格和收入前景的预期

如果某种商品的行情看涨,需求数量将会增加;如果某种商品的行情看跌,需

求数量将会减少。如果消费者预期其收入即将增加,某商品价格即使不变,消费者也会增加需求数量。如果消费者预期某种商品很快会降价,则会在既定情况下减少对这种商品的需求数量。

尽管商品数量存在着需求量变化和需求变化两种不同情况,但西方经济学家认为商品价格是影响需求数量的非常重要的因素。因此,经济学中所要研究的,主要是一般的需求量与价格变化的关系,即在其他条件不变情况下,价格上升时,需求量下降;价格下降时,需求量上升。

(四) 需求曲线的特殊形状

需求曲线在通常情况下是一条负斜率的曲线,但可能遇到以下几种例外的情况:

1. 某些炫耀性产品

例如珠宝、项链之类装饰品,是代表一定的社会地位与身份的,如果价格下降,它们不再能代表这种社会地位与身份,人们对它们的需求量就只会减少。

2. 某些珍贵、稀罕性商品

例如古董、字画、珍邮之类收藏品,往往是价格越高越显示出它们的珍贵性,从而对它们的需求量就越大。

在以上两种情况下,需求曲线可能呈现从左下向右上倾斜的正斜率的情况,价格越高,需求量越大;价格越低,需求量越小,如图 1.4 所示。

3. 证券、黄金市场

某些商品小幅度升降价,需求按正常情况变动;大幅度升降价,人们就会采取观望的态度,需求将出现不规则的变化。

证券、黄金市场上就常有这种情况,这种情况下的需求曲线可能呈现如图 1.5 状态或其他不规则状态。

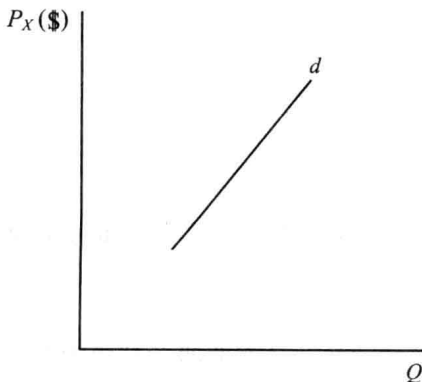


图 1.4

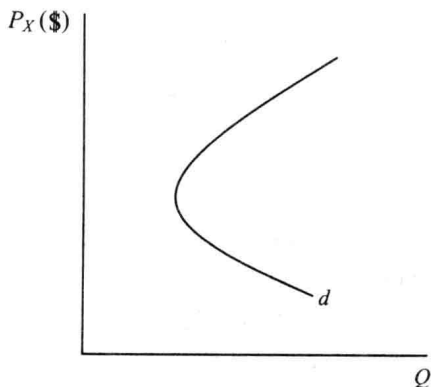


图 1.5

二、供给

(一) 供给表

供给表是根据生产者在一定时期内和一定市场中按某种商品不同价格所愿意并能够供给的量所列成的表,例如表 1.2。

表 1.2 供给表

P_X (X 商品价格,单位: \$)	1	2	3	4	5	6	7
Q_X (X 商品供给量,单位:磅/月)	0	10	20	30	40	50	60

供给表用图形表示,则成为供给曲线。以横坐标代表商品数量,纵坐标代表商品价格,根据表 1.2 作出的供给曲线如图 1.6 所示。

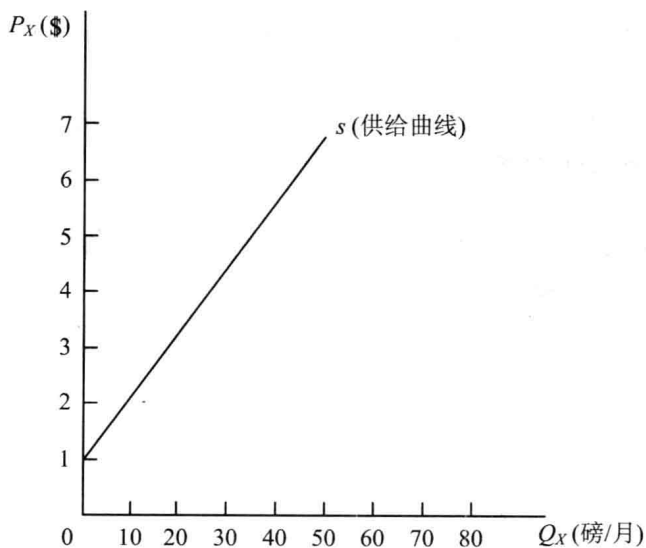


图 1.6 供给曲线

和需求曲线图 1.1 一样,把供给表转化成供给曲线时,仍然需假定商品的价格和数量都是无限可分的。

图 1.6 也可以用公式表示: $Q_s = -10 + 10P$ 。

实际上,供给曲线也不一定是一条直线,它往往是一条弯曲线。其原理和直线型供给曲线一样,也可以作出图形并能用公式表示。

图 1.6 只是一条表示某个生产者的供给曲线。在某个商品市场中,每个生产者的供给曲线是不一样的,如果要求得某个市场的供给曲线,则应把该市场中所有

生产者的不同供给曲线相加起来。

具体做法和图 1.2 求得市场需求曲线的方法相同。假设某商品市场只有两个生产厂家,该市场供给曲线的求法如图 1.7 所示。假设厂商 1 的供给函数为 $Q_{s_1} = 6 + 4P_1$, 厂商 2 的供给函数为 $Q_{s_2} = 18 + 2P_2$, 把这两条供给曲线的公式相加, 则得到市场供给曲线的公式。

$$\begin{array}{rcl}
 Q_{s_1} & = & 6 + 4P_1 \text{ (厂商 1)} \\
 + & & Q_{s_2} = 18 + 2P_2 \text{ (厂商 2)} \\
 \hline
 Q_{S(\text{市场})} & = & 24 + 6P_{\text{市场}}
 \end{array}$$

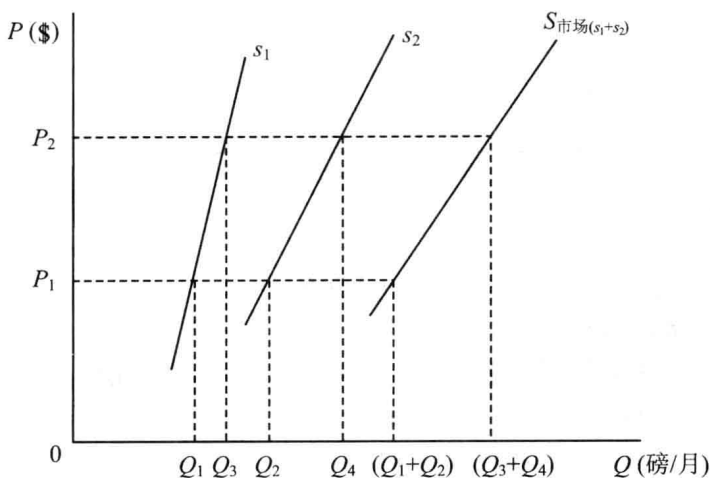


图 1.7 市场供给曲线图

(二) 供给曲线的基本特征

供给曲线在一般情况下是一条正斜率的曲线,即从左下向右上倾斜,这是供给曲线的基本特征。这表明:价格越高,生产者越愿意供给产品,因此,供给数量一般随价格升降而增减。从经济学理论上进行考察,供给曲线正斜率的原因产生于西方经济学的成本理论。西方经济学家认为,在某种情况下,生产量增加后,生产成本也会增加,因此要求更高的产品价格。这样,生产者为了获得更多的利润,才愿意增加成本以增加商品的供给量。关于成本理论问题,将在第五章作详细讨论。

(三) 供给的变化与供给量的变化

上述供给曲线的基本形态有一个前提条件,就是在其他条件不变情况下,商品的供给量与价格之间存在着正向关系。如果其他条件发生变化,上述关系也将发生变化,整条供给曲线将会发生移动。因此,同需求曲线的变化一样,也要

注意供给量的变化和供给的变化两者之间的区别。供给量的变化是指沿着同一条供给曲线上下变化;供给的变化是指整条供给曲线发生变化,如图 1.8 所示。

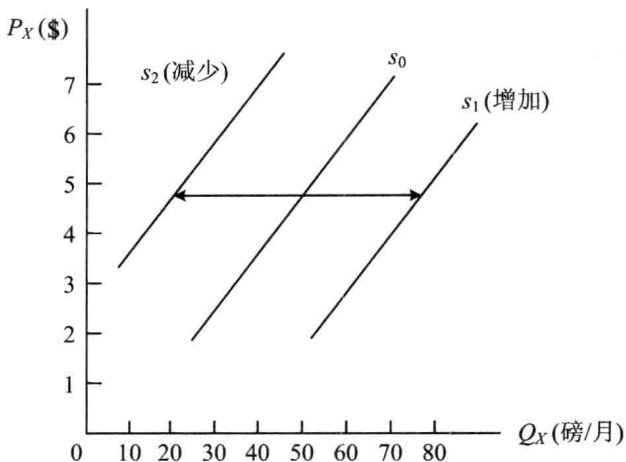


图 1.8

影响供给变化的其他条件主要有以下几种:

1. 生产要素的价格

生产要素价格变化,导致生产成本发生变化。生产要素价格上涨,表明生产成本增加,在同一价格水平上,供给数量减少;反之,生产要素价格下降,表明生产成本减少,在同一价格水平上,供给数量增加。

2. 生产技术

生产技术变化也影响生产成本。在一般情况下,生产技术随着经济活动的发展不断提高。因此生产技术的变化一般是单方向的,当生产技术提高时,在同一价格水平上使供给数量增加。

3. 商品市场生产厂商的数量

商品市场中生产厂商增多,该商品供给曲线右移;生产厂商减少,供给曲线左移。

4. 其他商品的价格

如果咖啡的价格上涨了,可可的价格不变,一些可可生产者会转向生产咖啡,可可的供给必然减少。

5. 政府的税收和扶持政策

这实际上也影响到生产成本的变化。政府如果增加税收,生产者的负担则加重,供给便会减少,反之则会增加。

6. 生产者对商品未来行情的预期

如果行情看涨,厂商就会减少现在的供给,反之亦然。

(四) 供给曲线的特殊形状

供给曲线在通常情况下是一条正斜率的曲线,但可能有以下几种特殊情况:

(1) 某种商品的价格维持在某一水平上不变,个别厂商便愿意并能够充分供给市场的需要。例如销售啤酒、汽水等。在这种情况下,供给曲线的斜率为 0,如图 1.9 所示。

(2) 某种无法多生产的商品或孤品,即使出价再高也无法增加供给数量。例如名画、古玩的拍卖。这种情况下,供给曲线的斜率为无穷大,如图 1.10 所示。

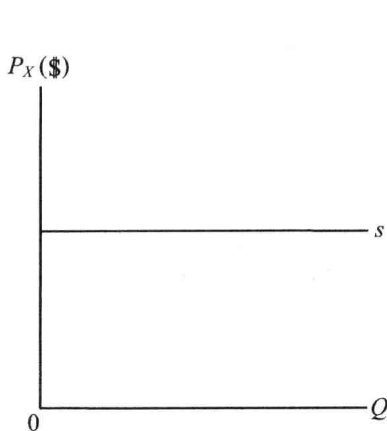


图 1.9

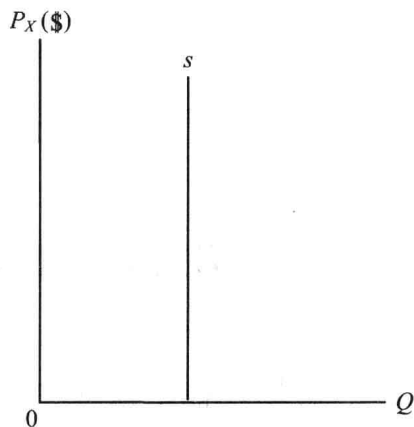


图 1.10

(3) 某些厂商在大规模生产时平均成本锐减,这时商品价格虽下降,生产者仍愿意供给更多的商品,如小汽车生产。这种情况下,供给曲线的斜率为负值,同需求曲线形状相同,如图 1.11 所示。

(4) 某些商品价格开始提高时,供给量按正常规律变化,即增加。但价格上升到一定限度后,或因人们意识到这是值钱的商品,或因人们对货币并不感到迫切需要,供给反而减少。如古董、字画、名贵邮票之类收藏品的供给。再如,劳动的供给,工资水平开始提高时,劳动的供给增加。但工资水平上升到一定程度后,劳动者感到对货币的需要并不迫切了,工资再上升,劳动的供给也不会增加,甚至还可能减少,因为劳动者可能认为休息或从事其他文化、教育、娱乐等活动更为迫切、更为重要。上述情况的供给曲线先是正态递增,然后垂直,最后向后弯曲或呈其他不规则状态,如图 1.12 所示。