

实用工商管理专业规划教材

聂永有 主编

管理经济学

GUANLI JINGJIXUE



上海大学出版社

实用工商管理专业规划教材

管理经济学

主 编 聂永有
副主编 韩太祥
乌力吉图
刘康兵

上海大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

管理经济学 / 聂永有主编. —上海: 上海大学出版社, 2013.12

ISBN 978-7-5671-1110-3

I. ①管… II. ①聂… III. ①管理经济学—高等学校—教材 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 254121 号

责任编辑 石伟丽

彭 俊

封面设计 施羲雯

技术编辑 金 鑫

章 斐

管理经济学

聂永有 主编

上海大学出版社出版发行

(上海市上大路 99 号 邮政编码 200444)

([http:// www.shangdapress.com](http://www.shangdapress.com) 发行热线 021-66135112)

出版人: 郭纯生

*

上海华业装潢印刷厂印刷 各地新华书店经销

开本 787×960 1/16 印张 17.25 字数 280千字

2014年1月第1版 2014年1月第1次印刷

ISBN 978-7-5671-1110-3/F·122 定价: 32.00元

实用工商管理专业规划教材

编委会

主任 唐 豪

编委 徐勇谋 林财兴 杨谊青

严惠根 李怀勇 聂永有

秘书 彭 俊

序

高校的根本任务就是培养适应社会需要的各类人才，培养应用型人才是高等教育由精英教育向大众化教育转变的产物，是社会经济发展的要求。在发达国家，实施应用型教育的本科院校和就读的学生同样占有很大的比重。在一定意义上，成教学生也是应用型人才的重要组成部分。

2001年以后，我国高等教育事业迅速发展。全日制本科院校不断增多，应用型院校本、专科（高职）学生的规模明显扩大，民办高校如雨后春笋。随着经济社会的持续发展和城市综合环境的改变，招生与就业政策的调整，高校专业设置有了大幅度的调整，与全日制教育密切关联的成人教育也发生了一系列显著的变化，主要表现在以下几个方面：

第一，以就业为导向的入学专业的变化。在上海应用型高校招生中，外语、外贸、计算机等原先的热门专业趋于饱和，不再受青睐，会计、金融类专业则受制于师资能力而逐步萎缩，宽口径的工商管理成为诸多应用型院校招收经济管理类本、专科（高职）生主要的专业选择。

第二，应用型院校的生源结构发生巨大变化。由于高校的扩招，生源入学的门槛有所下降，学生的理论基础与以往的学生相比不够扎实，对专业研究的潜力和兴趣不大；但是这批90后的学生又不乏思想活跃、知识面宽、兴趣广泛和信息搜索能力强等特点。传统的高等院校的教育培养模式已不再适合这样一批特点鲜明的学生了。

第三，招生培养方案和教学计划的改革。目前就读于经济管理类尤其是工商管理专业的成教学生，大多数就职于中小企业，在最基层的岗位工作；他

们工作压力大，加班加点多；非本地户籍的外来务工青年的比例逐步上升，而他们大都在远离市中心的郊区上班，在学习中的工学矛盾比较大。在这种情况下，按以往的招生培养方案和教学计划实施教育管理，难以保证学生顺利地完

成学业，更不能保证教学质量。

这是摆在诸多应用型院校和高校成人教育组织机构面前的现实问题。为此，应用型院校的教育（包括成人教育）必须进行改革和调整。在实践中我们认识到，现有工商管理专业采用的教材大多数是针对传统院校本科编写的，篇章较多，内容深奥，不利于学生的全面理解，反而会影响学生阅读和学习的兴趣。

为了配合高校专业调整和成人教育管理的改革，我们萌发了重新编写一套适应应用型院校与成教学生特点的专业教材的想法。编写的要求可概括为三点：一是压缩教材内容，强调各课程最基本和最实用的章节；二是强调知其然，有关知其所以然的内容，通过参考书刊导读的方式让有兴趣的同学知晓；三是保留必要的案例内容，通过网络导航和其他书刊的介绍帮助同学获取更多的案例信息。

在教材内容调整后，我们要求任课教师突出重点，改善与完善教学方法，鼓励教师积极探索，及时总结，相互交流，进而提高课程的教学质量。

限于编委会的水平以及各位作者对此问题的认识，本套教材肯定存在种种不足，欢迎大家批评指正。作为一种尝试，我们更期待来自应用型高校学生以及成教学生的积极反馈。

编委会 唐豪

2013年12月

■ 前言

管理经济学是一门应用经济学科，以微观经济学作为主要的理论基础，综合运用制度经济学、信息经济学等理论，来解决企业的管理决策问题。

在我国高校的经济学、管理学的课程体系中，管理经济学都是一门核心课程。为了更好地帮助高校学生，尤其是成人高校的学生掌握管理经济学的相关理论和应用，我们编写了这本教材。

本书摒弃了一些复杂的理论分析，按照管理经济学的核心内容，用通俗易懂的语言进行阐述，并辅以相关案例帮助读者理解。本书适合作为高等职业技术学校及成人继续教育学校的教材，也适合具有一定实践经验的读者自学。建议在教学中依本教材章节顺序循序渐进，以便学生更好地理解和掌握其中的内容。

本书由上海大学经济学院的聂永有教授担任主编并负责全书的内容设计、组织协调和统稿，韩太祥、乌力吉图、刘康兵担任副主编。具体分工如下：第一章、第二章、第三章由聂永有、徐淑乔、黄燕共同编写；第四章、第五章、第六章由刘康兵编写；第七章、第八章、第九章由韩太祥编写；第十章由乌力吉图编写。

本书在编写过程中，参考了很多成熟的资料，在此表示感谢。欢迎同行及读者对本书的缺点和错误提出批评指导。

编者

2013年12月

目录

第一章 导论

第一节 企业与环境 / 1

第二节 管理经济学的内涵 / 5

第三节 管理经济学的分析方法 / 9

第二章 均衡价格理论

第一节 需求理论 / 17

第二节 供给理论 / 29

第三节 均衡价格的形成与变动 / 38

第三章 弹性理论与价格政策

第一节 弹性理论 / 51

第二节 弹性理论的应用 / 65

第三节 价格政策 / 72

第四章 消费者行为理论

第一节 边际效用分析 / 80

第二节 无差异曲线分析 / 88

第五章 厂商理论

第一节 企业组织形式与生产函数 / 105

第二节 单变量生产函数 / 108

第三节 多变量生产函数 / 113

第四节 规模经济与范围经济 / 121

第六章 成本与收益分析

- 第一节 成本的含义及其测度 / 128
- 第二节 短期成本 / 134
- 第三节 长期成本 / 141
- 第四节 收益、利润及相关理论的应用 / 144

第七章 完全竞争市场中厂商的决策

- 第一节 完全竞争市场中的短期供给 / 156
- 第二节 完全竞争市场中的长期供给 / 165

第八章 完全垄断厂商的决策

- 第一节 垄断厂商的决策 / 173
- 第二节 价格歧视与定价策略 / 181
- 第三节 垄断的社会成本与管制 / 191

第九章 垄断竞争和寡头垄断

- 第一节 垄断竞争 / 207
- 第二节 寡头垄断 / 216

第十章 政府与市场

- 第一节 公共物品与外部性 / 230
- 第二节 市场失灵 / 246
- 第三节 政府失灵 / 257

第一章 导论

本章学习目标

1. 了解：企业的作用，企业的目标，管理经济学的分析步骤。
2. 熟悉：企业的内外环境，市场结构与企业环境。
3. 掌握：企业的性质，企业的作用，管理经济学的定义，管理经济学的分析方法。

本章核心概念

企业 市场结构 管理经济学

管理经济学是将经济学的理论与方法运用于企业管理决策的一门应用经济学科。管理经济学以微观经济学为主要的理论基础，综合运用制度经济学、信息经济学等理论，来解决企业的管理决策问题。

因此，我们对管理经济学的分析，首先从企业开始。

第一节 企业与环境

一、企业的性质

企业是指以营利为目的，运用各种生产要素（土地、劳动力、资本、技术和

企业家才能等), 向市场提供商品或服务, 实行自主经营、自负盈亏、独立核算的具有法人资格的社会经济组织。依照中国法律规定, 公司的主要形式包括有限责任公司和股份有限公司, 两者具有企业的所有属性。

现代经济学理论认为, 企业本质上是“一种资源配置的机制”, 其能够实现整个社会经济资源的优化配置, 降低整个社会的“交易成本”。

1937年, 美国经济学家科斯(R. H. Coase)发表的《企业的本质》一文, 运用交易费用理论对企业的性质进行了阐释。按照其解释, 企业作为生产的一种组织形式, 同时也是一种契约性组织, 即企业是按照契约形成的, 企业内部会构成内部交易费用, 而企业在市场的交易会构成外部交易费用, 当内部交易费用小于外部交易费用时, 一些生产和交换活动便在企业内部完成, 于是在一定程度上形成了对市场的一种替代。

二、企业的作用

1. 企业是市场经济活动的主体

在现代市场经济中, 企业通过各种生产经营活动创造物质财富, 提供满足社会公众物质和文化生活需要的产品及服务, 是市场经济活动的主体。企业的生产和经营活动直接关系到整个市场经济的发展。

2. 企业是生产和流通活动的承担者

社会经济活动的主要过程即生产和流通, 是由企业来承担和完成的。离开了企业, 社会经济活动就会中断或停止。企业的生产状况和经济效益可直接影响国家经济实力的增长和人民物质生活水平的提高。

3. 企业是技术进步推动者

企业在运营过程中, 会面临各种竞争。在竞争中, 企业不仅创造和实现社会财富, 而且也是先进技术的积极采用者和先进生产工具的制造者, 这在客观上推动了整个社会经济技术的进步。

三、企业的目标

企业目标是一个企业在未来一段时间内所要达到的预期状态, 它由一系列的定性或定量指标来描述。企业目标具有以下特点:

1. 企业目标的层次性

在企业目标的制定过程中,企业要根据其实际情况,设定不同层次的目标。在企业目标层次体系中,企业总目标无疑是处于最高层的,处于低层的是各职能部门的目标、个人目标。一般而言,企业上层目标指导下层目标的实施,下层目标服从于上层目标的实现。企业目标越往上则越具有指导性,越往下则越具有可操作性。

在企业目标的层次体系中,不同层次的管理人员参与不同类型目标的建立。董事会和最高层管理人员主要参与确定企业的总目标,中层管理人员主要是建立关键领域的目标,基层管理人员则主要关心部门和单位目标的制订。

2. 企业目标的阶段性

由于企业在不同阶段会呈现不同的特征,因此,任何企业目标都有阶段性,在确定企业目标时必须明确其时间跨度。此外,由于企业内部资源与能力及外部环境和条件在不断地发生变化,目标制订者在认识能力上又存在有限性,目标与实际可能会出现不相匹配的情形,因此,管理者还必须对目标进行适时、动态、合理的调整。

3. 企业目标的多样性

由于企业面临的环境是多变的,企业的任务和目标也呈现多样化的特点。目标的多样性是企业适应内外部环境要求的必然结果。一位管理人员所追求的目标一般以2~5个为宜,原因在于,过多的目标会使管理人员应接不暇从而顾此失彼、分散精力,甚至可能会使管理人员过于注重小目标而妨碍主要目标的实现。

企业的各种目标之间很少表现为简单的线性关系,而通常是构成比较复杂的网络系统。也就是说,企业各种目标的实现,在逻辑上并不是简单的先后次序关系,这就要求构成目标网络中的各个组成部分之间必须保持协调,不仅在各种规划的执行过程、完成这些规划的时间安排上保持协调,而且在各部门制订自己目标时各部门之间也应保持协调。

四、企业环境

1. 企业的内外环境

企业环境是一个由相互依存、互相制约、不断变化的各种因素组成的系统,

是影响企业管理决策和生产经营活动的各现实因素的集合。

企业环境包括外部环境和内部环境两大系统。

企业外部环境由存在于组织外部、通常短期内不为企业高层管理人员所控制的因素所构成,包括政治环境、经济环境、社会文化环境、自然地理环境等。

企业的内部环境指企业内部与生产经营有关的物质、文化环境的总和,包括企业资源、企业能力、企业文化等因素。

2. 市场结构与企业环境

在市场经济的运行过程中,市场结构是影响企业决策的重要因素。对于不同的市场结构,企业的决策行为会表现出明显的差异。

市场结构是指一个行业中,买卖双方的数量及其分布、产品差别的程度和新企业进入该行业的难易程度的综合状态,亦即某一市场中各种要素之间的内在联系及其特征,其中包括市场供给者之间、需求者之间、供给和需求者之间以及市场上现有的供给者、需求者与正在进入该市场的供给者、需求者之间的关系。

市场结构直接表现为市场中的竞争和垄断状况。按照西方学者的划分方法,市场结构分为4种类型:

(1) 完全竞争市场,又称纯粹竞争市场。在这种市场中,有无数的生产者和消费者,每一个生产者的产量和每一个消费者的消费数量都很小,因此,无法成为价格的决定者,只能成为既定价格的接受者;产品之间没有差别,可以相互替代;厂商可以自由地进入或退出该行业;市场信息是及时的、准确的,市场参与者能充分了解各种情况。

(2) 垄断竞争市场。在该市场结构中企业数量较多;行业外的企业进入或退出该行业较容易;不同企业的产品之间具有差异。

(3) 寡头垄断市场。在这种市场结构中,行业内只有少数几家厂商,各厂商生产的产品可以有差别,也可以没有差别。有差别的情况下叫做差别寡头,无差别的情况下叫做纯粹寡头。

(4) 完全垄断市场。在这种市场结构中,行业内只有一家企业,其他厂商无法进入该市场,个别厂商的供给就是全行业的供给。

第二节 管理经济学的内涵

如果说管理学像一门艺术,那么经济学无疑更像一门科学。科学的客观性是无法违背的,无论管理者要进行怎样的管理创新,都不能违背经济学基本原理。因此,管理者需要有管理经济学的知识储备,以提高综合管理素质,提高决策的科学性。

一、管理经济学的概念

1. 管理经济学的定义

管理经济学是一门以微观经济理论为基础,借助于决策科学的方法和工具来具体阐释和分析企业管理决策问题的应用型课程。

管理经济学是微观经济学与管理实践相结合的一门学科,研究如何对可供选择的方案进行分析比较,从中找出最有可能实现企业目标的方案,并提供相关的分析工具和分析方法。

2. 管理经济学的产生与发展

管理经济学是应用经济学的一个分支,同时又是管理学课程体系中的一门核心课程,是研究如何配置资源以最有效率地实现预期管理目标的科学。通过对经济学基本原理的学习,可以提高分析和判断的能力,学会用经济学的方法思考企业的经营决策,将资源进行合理有效地分配,提高企业运作的经济效率。

管理经济学是在第二次世界大战后产生并发展起来的。这其中有两个主要原因:一是由于企业本身的发展,起初的作坊式或微小企业扩大了规模,并导致劳动分工深化、过程复杂化;二是由于企业的外部经营环境更加复杂,竞争日益激烈。这两点原因导致了企业开始考虑聘请更加专业的经济学专家来帮助分析和解决企业的管理决策问题。经济分析日益盛行,这为管理经济学的形成和发展准备了条件。

1951年,美国经济学家乔尔·丁(Joel Dean)编写了第一本关于管理经济

学的著作。这本著作的问世引起了广大经济学家对管理经济学的思考。经过 60 多年的发展,目前管理经济学已形成比较成熟的体系。

3. 管理经济学中的“管理”与“经济”

谈到管理经济学,我们不得不对其中一个重要的名词“管理”进行剖析。管理是指管理者在不确定的客观环境中,通过配置人力、物力、信息等资源,来达到预定目标的各种活动的全部过程。管理是一种软实力,是生产力诸要素的组织者和协调者,是各种资源得以合理配置及充分利用的必要因素。只有通过管理,才能将劳动者、生产工具和劳动对象这三个要素合理地结合起来,推动生产力的发展;也只有通过管理,才能将科学技术真正地转化为生产力,实现科技与经济的结合。

从某种意义上说,管理的本质就是决策。其决策内容通常包括以下几方面:

- (1) 资源配置方向的决策,例如是进入房地产行业还是汽车业。
 - (2) 资源配置方案的决策,如产品的定价、宣传的策略。
 - (3) 组织设计、人才配备和激励机制。
- 管理者承担着合理使用资源、效率最优化的责任。因此,管理者必须掌握一定的理论和方法来调动、配置组织内的资源,以最有效率的方式实现组织目标。

另一个重点词语是“经济学”。汉语中“经济”的意思是节省;英语当中的“经济”(economy)来源于希腊语,意思是管理家庭的学问,即如何勤俭持家。

我们知道,资源具有稀缺性,无论是对于一个家庭或者一个企业都是如此,那么,如何利用这些有限的资源创造更大的价值,便需要管理者作出明智的决策。经济学是研究如何管理稀缺资源并作出最佳配置的学科。所以管理者需要学习经济学的基本原理,再辅之以管理学。因此,管理经济学成为管理者必须了解和把握的一门十分重要的课程。

同经济学一样,管理经济学也研究经济数量关系及经济规律,只不过其出发点是企业管理者,所以,管理经济学又称为企业经济学。

一般来说,管理经济学在两方面发挥作用:一是在特定的客观环境下,管理经济学可以为企业内部的资源配置、人员组织等提供依据及分析框架;二是在不了解的环境中,可以为扑朔迷离的现状提供各种经济信号。本书随后各章节中对

管理经济学框架的详尽分析,可以帮助读者在遇到管理问题时提高管理决策的水平。

二、管理经济学与经济学的联系

管理经济学是经济学在企业管理中的应用,因此,管理经济学中的许多原理、方法等都与经济学有着千丝万缕的联系。

第一,经济学是从第三者的角度来观察和研究市场主体的经济行为,包括企业、个人、政府及其他组织;而管理经济学则是从管理者的角度思考既定条件下如何更加合理地使用、配置资源。也就是说,管理经济学的研究对象范围比经济学要窄,即更有针对性。

第二,为了便于分析,经济学会提出很多假设及限制条件,但管理经济学为了适应现实情况,往往会将限制条件或前提放宽。譬如说,很多经济理论在论证时假设信息完全,但是在现实生活中,一方面,掌握完全信息是不可能办到的;另一方面,搜集信息的成本也使得企业没有必要去搜集所有信息。

第三,经济学中会抽象出简洁的具有代表性的经济模型来研究,而管理经济学却往往是将这些模型运用于现实的企业决策中。所以,两者对经济模型的分析目的是不相同的。

(一) 管理经济学与微观经济学的关系

微观经济学主要研究的是在特定的外部环境下,经济活动个体之间的相互影响。这里的个体指的是单个的消费者、单个的投资者、单个的劳动者、单个的企业等,这些个体之间产生经济关系,并且其中的行为人需要作出经济决策。在这个过程中,我们考虑的问题是:生产什么?怎么生产?为谁生产?微观经济学从一般的经济现象入手,采用描述性的语言,侧重于分析研究均衡理论。通常不涉及“应该这样生产”这个问题。

管理经济学和微观经济学的出发点不一样,虽然也要研究生产什么、怎样生产,并利用不同的市场结构研究为谁生产,但我们最应该考虑的还是“这样生产”这个问题。

管理经济学是企业实现目标提供决策方法和依据,侧重于实证研究。在研究消费者行为时,不去深入讨论消费者的效用函数,也不去深入探讨如何用无差

异曲线来帮助消费者作出决策，而是侧重于讨论影响市场需求的重要因素是什么、这些因素对需求的影响的敏感程度怎样，以及弹性如何帮助企业经营者作出准确的决策。需求的弹性分析是这部分研究的重点。在研究投入与产出的关系时，不把重点放在生产函数上，而是放在成本函数尤其是为决策而用的经济成本的一些重要概念的讨论上。此外，为实现企业经营目标，不去重点关注在不同市场结构下的一般定价方式，而是重点研究企业在不同市场结构条件下应当怎样为产品定价，以及在实践中常用的一些定价方法。

管理经济学还吸收了统计学的一些内容，运用统计学的方法来估计相关变量之间的关系，为决策的定量分析奠定基础。

（二）管理经济学与宏观经济学的关系

企业的生存离不开大环境，即宏观经济环境的影响。与微观经济学不同的是，宏观经济学是以一个国家或者一个大的经济体作为研究对象，主要研究总量经济指标。它要解决的三个问题分别为：一个国家（或地区）的资源是否得到充分利用？一个国家（或地区）的货币购买力是否稳定？一个国家（或地区）的社会总生产能力是否在增长？

衡量一个国家资源是否得以充分利用有两个重要的指标：一个是失业率，另一个是利率。前者是指失业人口占劳动力总人口的比率，用以表征有劳动能力及意愿的闲置劳动人口数量。后者指的是利息与本金的比率，它对企业决策有着重要的影响。

另外，衡量一个国家货币购买力是否稳定的重要指标是通货膨胀率。通货膨胀率表现的是物价水平上升的速度。一般而言，考量一个地方物价水平的指数主要是指消费品价格指数，也就是居民消费品价格指数（CPI），它主要反映了消费者所消费物品的平均价格水平的变动，对企业的生产等决策有着重要的影响。

衡量一个国家的社会总生产能力是否在增长可以用该国的国民生产总值（GDP）的增长来表示。考虑到物价变动的因素，我们引入GDP平减指数。某年GDP平减指数指该年的名义GDP和实际GDP之间的比值。即：

$$\text{GDP 平减指数 } P_i = \frac{\text{名义 GDP}}{\text{实际 GDP}}$$