

巍巍交大 百年书香
www.jiaodapress.com.cn
bookinfo@sjtu.edu.cn



策划编辑 关振兴
责任编辑 胡思佳
封面设计 张瑞阳

管理经济学

GUANLI JINGJIXUE

高等职业教育立体化精品教材

高等职业教育立体化精品教材

管理经济学

GUANLI JINGJIXUE

主编 蔺子雨

管理经济学

主编 蔺子雨



上海交通大学出版社

免费提供

*** 精品教学资料包

服务热线: 400-615-1233
www.huatengzy.com



扫描二维码
关注上海交通大学出版社
官方微信

ISBN 978-7-313-24063-7



9 787313 240637 >

定价: 45.00元



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

高等职业教育立体化精品教材

管理经济学

GUANLI JINGJIXUE

主 编 蔺子雨

副主编 段 俊 高宏艳



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书共分十个项目,内容包括管理经济学导论、市场供求分析、弹性分析、生产决策分析、成本决策分析、市场结构分析、企业产品定价分析、企业投资决策、企业决策风险分析、市场失灵与政府政策分析。

本书既可作为高职高专财经管理类相关专业的教学用书,也可作为企业管理人员培训的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学/蔺子雨主编. — 上海:上海交通大学出版社, 2020(2024 重印)

ISBN 978-7-313-24063-7

I. ①管… II. ①蔺… III. ①管理经济学—高等职业教育—教材 IV. ①C93-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2020)第 220068 号

管理经济学

GUANLI JINGJIXUE

主 编:蔺子雨

出版发行:上海交通大学出版社

邮政编码:200030

印 制:三河市骏杰印刷有限公司

开 本:787 mm×1 092 mm 1/16

字 数:323 千字

版 次:2021 年 9 月第 1 版

书 号:ISBN 978-7-313-24063-7

定 价:45.00 元

地 址:上海市番禺路 951 号

电 话:021-64071208

经 销:全国新华书店

印 张:14.5 插页 1

印 次:2024 年 3 月第 2 次印刷

版权所有 侵权必究

告读者:如您发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话:0316-3662258

管理经济学是高等职业院校工商管理专业的基础课程。它以微观经济学理论为主,将经济学方法应用于企业管理领域,指导企业进行最佳资源配置。在实践中,管理经济学在企业的生产管理中具有重要作用。通过运用管理经济学中的需求弹性分析、生产决策分析、成本决策分析等理论,企业可以在竞争中把握方向,保持良好的经营态势。

本书是为满足社会对高职院校工商管理专业人才培养的需要而编写的,以培养学生的能力为本位,以促进学生的就业为指导思想,重点巩固学生的理论知识和提高学生的实践能力。全书内容共分十个项目,项目一和项目二介绍管理经济学的学科基础和相关理论;项目三、项目四、项目五和项目七分别介绍了需求弹性、生产、成本、定价等基本理论,着重阐述微观经济学理论在管理经济学中的应用;项目六和项目十从市场的角度来总结市场结构的基本类型,并阐述了市场失灵与政府经济政策等相关理论;项目八和项目九主要介绍投资决策与风险,阐述企业投资决策的基本理论与方法以及投资风险的相关理论。

本书内容具有以下特点:

(1) **通俗易懂**。经济学理论较为复杂和高深,本书考虑到高职院校学生的实际情况,引用了大量与实际生活和企业管理活动密切相关的案例,内容力求深入浅出,通俗易懂。

(2) **紧跟时代**。本书密切关注本领域的发展与动态,力争在理论和资料上做到相对新颖,紧跟时代步伐。

(3) **体例完整**。本书在编写体例上突出了“讲授、阅读、研究、练习”四位一体的编写风格,内容丰富,形式新颖。每个项目的开头都设有知识目标、技能目标及引导案例,在正文中又穿插了补充资料和案例欣赏,并在文末设有复习思考,尽可能保证教师授课、学生练习与实践的需求。

(4) **融入思政教育知识**。为贯彻落实《国家职业教育改革实施方案》,本书融入了思政教育的相关知识,不仅介绍了管理经济学的理论与经济分析方法,还能让学生更深入地理解国家经济政策的经济学依据,引导学生今后从事经济活动时遵循经济规律、遵守国家经济政策法规,从而为我国经济建设做出应有的贡献。

本书的学时建议如下:

内 容	理论学时	实践学时
项目一 管理经济学导论	4	0
项目二 市场供求分析	3	1
项目三 弹性分析	3	1
项目四 生产决策分析	6	2

续表

内 容	理论学时	实践学时
项目五 成本决策分析	6	2
项目六 市场结构分析	8	2
项目七 企业产品定价分析	6	2
项目八 企业投资决策	6	2
项目九 企业决策风险分析	4	2
项目十 市场失灵与政府政策分析	3	1
总学时(64)	49	15

本书由蔺子雨(河北工业职业技术大学)担任主编,段俊(重庆城市职业学院)、高宏艳(吉林省经济管理干部学院)担任副主编。具体编写分工如下:项目一至项目五由蔺子雨编写,项目六和项目七由段俊编写,项目八、项目九和项目十由高宏艳编写。全书由蔺子雨设计编写思路并统稿。

本书在编写过程中借鉴了相关著作中的理论,引用了部分媒体报道和专家观点,在此对相关人士表示衷心的感谢。

由于编者水平有限,书中存在的疏漏之处,敬请广大读者批评指正。

编 者



项目一	管理经济学导论	1
模块一	管理经济学概述	4
模块二	管理经济学的基本分析方法	10
项目二	市场供求分析	19
模块一	需求	20
模块二	供给	27
模块三	供求法则	33
模块四	市场机制与资源优化配置	36
项目三	弹性分析	42
模块一	需求的价格弹性	43
模块二	需求的收入弹性	49
模块三	需求的交叉弹性	53
模块四	供给弹性	55
项目四	生产决策分析	61
模块一	生产与生产函数	63
模块二	一种可变要素的最优投入	66
模块三	两种可变要素的最优投入	72
模块四	技术进步与生产理论	78
项目五	成本决策分析	87
模块一	成本与成本函数	88
模块二	短期成本分析与估计	93
模块三	长期成本分析与估计	98
模块四	成本理论在企业决策中的应用	102

项目六	市场结构分析	108
模块一	市场与市场结构·····	110
模块二	完全竞争市场中企业的经营决策·····	113
模块三	完全垄断市场中企业的经营决策·····	120
模块四	垄断竞争市场中企业的经营决策·····	125
模块五	寡头垄断市场中企业的经营决策·····	129
项目七	企业产品定价分析	137
模块一	企业定价概述·····	138
模块二	企业的定价方法·····	144
模块三	企业的定价策略·····	150
项目八	企业投资决策	161
模块一	投资与投资决策概述·····	162
模块二	投资的现金流量与资金成本估算·····	166
模块三	投资收益分析·····	172
模块四	投资决策原理的应用·····	175
项目九	企业决策风险分析	183
模块一	风险概述·····	185
模块二	企业决策风险的识别与测定·····	189
模块三	企业决策风险管理·····	198
项目十	市场失灵与政府政策分析	206
模块一	市场效率与市场失灵·····	208
模块二	政府微观经济政策·····	214
参考文献		227

项目一

管理经济学导论



知识目标

- 了解管理经济学的含义和学科地位；
- 理解管理经济学的研究内容与理论基础；
- 掌握管理经济学常用的研究方法。



技能目标

- 能够运用机会成本原理对企业管理决策进行优化；
- 能够利用边际分析法解释现实生活中的经济现象。



引导案例

凭借供应链极致的管理 苹果公司打破规模经济的魔咒^①

对于苹果公司来说,2019年充满了挑战。首先是iPhone X系列由于定价过高,导致销量下滑,苹果公司甚至出现了少有的通过以旧换新等方式对iPhone X/XR等机型变相降价。其次是苹果公司的老对手微软公司,面向云服务的转型成效显著,在软件和服务方面营收保持高速增长。

与此同时,微软Surface系列笔记本电脑也开始挑战苹果公司传统的硬件领域。虽然在短期内微软的硬件业务尚不足以对苹果构成挑战,但凭借云服务的强势营收,资本市场对微软的未来表现出了乐观的预期。自2019年以来,微软市值多次超过苹果公司。苹果公司也在不断尝试新的利润增长点。

手机等硬件业务增长放缓

从收入结构来看,iPhone手机依然是苹果公司最大的营收来源。由于苹果公司销售收入对手机业务的高度依赖,一旦手机销售不佳,苹果公司市值便会出现较大幅度的波动。

^① 资料来源:凭借供应链极致的管理 苹果公司打破规模经济的魔咒[EB/OL]. (2019-12-02)[2020-05-18]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1651798758381453373&wfr=spider&for=pc>. (有删改)

从手机销售情况来看, iPhone 手机存在较为明显的周期性, 这与苹果公司手机技术升级存在较为密切的正比例关系。2017 年苹果公司推出 iPhone 手机 10 周年特别版 iPhone X, 独特的全面屏设计、Face ID 人脸解锁等全新功能的加入, 让自 iPhone 6 之后一直没有重大技术升级的 iPhone 再次以全新的面貌出现在消费者面前。2017 年第 4 季度苹果手机销售收入创造历史最高。2018 年第 1~3 季度, 受苹果公司每年 9 月新品发布的影响, 新用户开始对新手机持观望态度, 手机销量有所下滑。但是, 2018 年发布的 iPhone XS/XR 系列仅仅是小幅技术升级。此外, 过高的产品定价也降低了消费者的购买欲望, 销售收入的直接表现是新品发布后的 2018 年第 4 季度, 同比 2017 年第 4 季度减少了 91 亿美元。尽管 iPhone XR 随后以各种形式变相降价, 但其收入并没有明显起色。

2019 年 9 月, 新款 iPhone 11 系列手机推出, 从价格来看, 此次新款手机不再坚持高端定价, iPhone 11 的基础型号定价较为亲民, 苹果公司依靠手机驱动公司快速增长的时代即将结束。

订阅服务尚无实质性增长

为应对竞争形势的变化, 苹果公司也在逐步加强网络服务内容的建设。2019 年 3 月, 苹果公司在产品发布会上罕见地没有发布硬件产品, 而是发布了三项全新的内容服务, 分别是新闻杂志服务 Apple News+、游戏订阅服务 Apple Arcade 和流媒体视频服务 Apple TV+。用户每月花费 9.99 美元订阅 Apple News+ 即可无限制地访问《时代》《国家地理》等 300 多种报刊杂志。据公开资料报道, Apple News+ 上线最初的 48 小时内有 20 万用户进行了订阅; 但三个月之后, 该服务并没有“实质性”的增长。

游戏订阅服务 Apple Arcade 同样是按月付费, 买家可以“畅玩”加入 Apple Arcade 游戏计划中的游戏。目前, Apple Arcade 的定价是每月 4.99 美元, 加入 Apple Arcade 的游戏数量大约是 100 个。但是, 游戏一直是苹果生态的“软肋”, 与拥有海量游戏的索尼、任天堂、微软、Steam 等平台相比, 苹果公司的游戏平台并不占优势。

Apple TV+ 服务是苹果公司主推的原创内容平台, 类似奈飞的自制剧, 用户每月支付 4.99 美元, 就可以观看库中所有的视频节目。

从订阅服务的内容来看, 三项服务并没有太多的新意, 且三项服务所在的领域均有较为强劲的竞争对手。提供服务与销售硬件对企业的核心能力有着极为不同的要求, 以目前苹果公司在服务领域的业绩表现, 短期来看, 苹果公司要在服务领域有所起色较为困难。此外, 付费订阅服务更符合欧美人群的消费习惯, 在亚太地区能否获得消费者的认可, 还有待观察。目前, 亚太地区占苹果公司的收入已超过 30%, 如果不能很好地把握亚太地区市场, 对苹果公司而言是不小的业绩压力。

盈利水平打败平台的硬件企业

虽然苹果公司在 2019 年收入增长放缓, 但其依然是世界上最庞大的科技公司之一, 公司在 2019 财年(2018 年 9 月 30 日至 2019 年 9 月 28 日)的主营业务收入达到 2 601 亿美元。息税前利润(earnings before interest and tax, EBIT)在最近几年中保持在 30% 左右, 这在硬件类企业中几乎是不可能达到的水平。因为按照近年来国内流行的观点, 硬件企业生产实物产品, 随着产能的扩大, 规模经济会逐渐被增加的边际成本(marginal

cost, MC)所抵销,企业的成本将难以控制,从而导致利润增长将会陷入停滞。相反,提供软件或互联网服务的企业,由于其产品或服务以虚拟的信息化形式提供,其边际成本近乎为零,企业可以扩张到极大的规模。另外,平台型企业所具备的网络效应使得企业随着平台链接资源的增加价值呈几何级数的增长,平台型企业将获得远超普通企业的成长速度。

如果看国内科技企业,传统的BAT(百度、阿里巴巴、腾讯)三巨头以及新近崛起的美团、拼多多均属于平台企业。在美国,科技业也有五巨头之称,分别为苹果、谷歌、亚马逊、Facebook和微软。除苹果之外,其他四家企业也是以平台或互联网(软件)服务为主要产品。

为什么苹果公司作为一家以硬件产品为主的公司可以不断突破规模经济的极限,在与平台型企业的竞争中依然保持优势呢?

通过对苹果财务报表的分析,我们认为,苹果公司的成功与其近乎极致的供应链管理密切相关。

与大多数通过多品类尽可能多地覆盖用户群体的硬件厂商不同,苹果公司产品品类极为精简,只有计算机、手机、平板电脑、可穿戴设备(手表)、音乐、TV六大品类。

较少的产品品类大大减少了苹果公司产品的零部件需求,这使得苹果公司能够管理较少的供应商。同时苹果公司的每款产品都保持极高的销量,这使得苹果公司可以通过大规模采购从供应链管理中获得规模经济。

极致的供应链管理,突破规模经济的天花板

硬件企业不敌平台企业的一个被广泛认可的理论基础是,生产制造型的硬件企业很快会达到规模经济的拐点;而平台企业则可以依靠网络效应快速扩张。

但在现实中果真如此吗?

我们采用OLS(最小二乘法)回归分析计算苹果公司EBIT与营业总支出的关系。营业支出每增加1美元,苹果公司可获得1.82美元的息税前利润。

因此,我们可以判断苹果公司依然处于十分强劲的规模经济状态,远未到达规模经济的拐点。

苹果公司能够持续保持规模经济的原因在于公司对产业链强大的控制力,使公司能够始终保持高效的运营状态,对成本能够实现极其严格的控制。

苹果公司的生产环节大部分由外包企业完成,苹果公司自身的厂房则专注于产品整合、研发及高端产品的加工。苹果公司厂房设备占固定资产的比重长时间保持在10%以内,这对于苹果公司而言,意味着仍然有很大的产能提升空间。只要市场有需求,苹果公司就可以继续大量供应产品,并保持较低的运营成本。

产品品类的精简可以减少零配件的复杂程度,可以使得苹果公司更为高效地组织生产和销售工作。与普遍将销售、物流外包的做法相反,苹果公司坚持自建零售店,以减少对渠道的依赖。苹果公司对渠道的严格控制使得公司库存周转率仅为6天左右,库存占主营业务收入的比例小于2%。极低的库存大大降低了公司的运营成本,提高了规模经济的上限。

管理经济学是一门研究如何把西方传统的微观经济学理论与方法应用于企业管理实践的基础理论性课程。企业经营管理者通过对市场经济基本规律和有关经济概念进行学习,可以提高自身在制定决策过程中理性思考和理性创新的能力与水平。要使企业在复杂多变、日益激烈的市场竞争中生存和发展,管理者就必须对市场经济规律有深刻的认识和理解,不仅要能够把握企业外部环境的变化趋势,更要能够把握企业作为一个独立经济组织的运行规律。因此,如何将经济学原理与决策实践有机结合起来是企业经营管理者面临的一个重要课题。

模块一 管理经济学概述

一、管理经济学的含义及解读

管理经济学(managerial economics)是第二次世界大战以后在西方国家发展起来的一门新兴学科。它的创始人是美国经济学家乔尔·迪安(Joel Dean),他于1951年出版了人类历史上第一本管理经济学著作 *Managerial Economics*。这本书的问世开创了经济学(主要是经济学中的微观部分)在工商管理中实际应用的新领域,在经济学和工商企业管理决策活动之间架起了一座桥梁。

在查阅相关资料后,本书对管理经济学定义为:管理经济学是把微观经济学的理论与方法应用于企业经济决策的一门应用经济学科。具体来说,管理经济学是以经济学的理论与方法为基础,结合应用计量经济学和决策科学的方法与工具,为企业解决经营决策问题提供理论和工具,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。由此可以看出,管理经济学具有较强的实践性和针对性,是一门应用经济学。

从管理经济学的定义,可以解读出以下内容:

(1) 管理经济学是研究如何配置资源以最有效率地实现预期管理目标的学科。它介绍了在管理决策过程中需要考虑的经济学原理,阐述了如何运用经济学的理论和方法来分析和解决管理决策问题。同经济学一样,管理经济学的研究对象仍然是经济数量关系和经济规律,只不过它是从管理者,主要是企业经营者的角度来进行研究和分析的。因此,它又常常被人们称为企业经济学(business economics)。

(2) 管理经济学不同于理论经济学,它并不研究经济运行的一般规律。管理经济学属于应用经济学的范畴,无论是以营利为目的的工商企业的管理者,还是政府管理部门和其他非营利部门的管理者,都可以运用管理经济学的理论与方法,处理管理决策中的一系列问题。

(3) 管理经济学是一门有助于实现企业目标的经济学科,通过运用微观经济学的基本理论、方法和决策理论与技术,研究企业应该生产什么、生产多少以及如何生产的问题。例如,企业为了对生产何种产品或提供何种服务以及生产多少做出决策,就必须研究市场需要什么产品或服务,以及这些产品或服务的需求受价格、消费者偏好、消费者的收入和相关商品的价格等各种因素的影响程度。又如,企业为了最有效率地组织生产,获得最大的利润,就必须选择成本最低的生产要素组合方式,确定最佳的生产规模和产量水平。

(4) 管理经济学属于实证经济学的范围,它致力于研究企业经营决策过程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,影响到什么程度;产量与投入劳动和资本的数量关系是怎样的;企业在各种市场结构中的价格和产量决策的可行域是什么;在不同条件下,企业与企业之间的互动模式是什么,均衡状态是什么;利润最大化的条件是什么;等等。通常,管理经济学在揭示了企业经营决策中各变量之间的关系之后,能够提出企业可行的决策范围,并能提出利润最大化条件下的决策方案及其结果。

归根结底,管理经济学就是一门帮助企业经营管理者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做出最佳决策的学科。

二、管理经济学的研究内容

管理经济学的研究对象是企业的经营决策问题,涉及价格决策、产量决策、生产技术选择和竞争策略选择等问题,而这些决策的主要依据就是其是否有利于企业利润最大化目标的实现。总体来说,企业的经营决策主要包括以下五点内容。

1. 投资与市场方向决策

投资决策就是对投资项目、投资方向、投资规模等进行选择。投资决策的好坏,将关系到企业未来很长一个时期内的效益,也关系到企业未来的发展方向和速度。一旦决策失误,损失将无法挽回。因此,正确、科学地进行投资决策就显得十分重要。市场方向决策就是企业决定选择什么产品去服务什么对象,是选择一个或几个市场,还是改变原有的市场。市场方向决策直接影响企业的产品、销售、财务和企业改造等多方面的决策。

2. 生产决策

企业的生产决策主要是研究决定企业生产哪些产品,哪些是主导产品,哪些是开发产品,哪些是需要改造的老产品等。同时,企业的生产决策也决定着企业经营活动的工作重点,如果生产决策以老产品扩大服务面为主,则其工作重点在销售;如果以调整产品结构为主,则其工作重点在品种开发方面;如果以新产品市场开辟和新用户开发为主,则销售和产品开发应当并重。

3. 成本决策

企业的成本决策主要研究企业资金筹措和资金最有效使用的问题。管理经济学里的成本首先讲的是机会成本,即企业使用一笔资金所付出的代价。企业经营者经常面临这样的选择:有限的资金在甲、乙产品中投向哪一种产品更好。企业将资金投向甲产品是牺牲了投

向乙产品可能得到的利润的机会而做出的选择。对于企业经营者来说,只有机会成本才是真正的成本。

企业在研究资金来源和筹措方案时,要考虑各种非货币投资的折价,计算实际的经济效益,以决定取舍;在研究资金投向时,要考虑获利的同时所付出的各种代价,权衡利弊,判断其经济合理性。

4. 销售决策

企业面向市场展开经营,要抢占和扩大市场,必须做出科学的销售决策。销售决策的内容主要包括销售网络的建立、价格的确定、销售方式和服务方式的选择、广告策划和销售人员的培训等。

5. 技术改造决策

技术改造是以整个企业或主要生产线为对象,以提高企业生产力为目的,对企业的技术装备进行改造和更新。技术改造决策解决的主要是企业总体改造和局部改造的目标、方针和规划问题。例如,企业为了扩大生产能力和更新产品,可以采取“内涵”的方式,也可以采取“外延”的方式;进行技术改造,可以运用自身积累的技术经验,也可以考虑引进关键技术,必要时还可以考虑引进成套技术。

正确的决策对企业的成功起着至关重要的作用。为了保证决策的合理性与正确性,决策行为必须按一定的规律有序进行。西蒙(Herbert A. Simon)提出,正确的决策主要受正确的目标与准则、信息的掌握、决策者的素质和科学的理论方法四个因素的影响。这对于帮助人们理解及做出正确的决策是非常有指导意义的。

三、管理经济学的理论基础

1. 边际分析原理

边际分析原理是管理经济学进行数理分析的基础,它通过研究经济现象中自变量的增量对因变量的边际影响(自变量变化一个单位引起的因变量的变化量),来分析并求解最优化决策问题。利用边际分析法判断一项决策的优劣,不是依据过去的事实(一般以平均值反映),而是依据由这一行动直接引起的经济效果的变化量(边际值)。

2. 边际产出递减原理

在经济领域,往往存在这样的规律:在一定的条件下,某经济系统随着投入要素的增加,产出的数量也增加,但产出与投入并不是等比例增加的,而是以某种递减的比率增加。也就是说,边际产出是递减的,这就是边际产出递减规律。例如,在技术设备既定的条件下,大量增加劳动力,并不会使总收益按劳动力的增加比例而增加。在劳动力增加到一定数量时,每新增一个劳动力所带来的收益的增加会不断降低。

正是基于对边际产出递减的这种认识,才更需要确定各种投入要素的合理配比,对资源进行优化配置。这一原理是需求研究和生产决策的依据,并为全面经济分析奠定了经济理论基础。

3. 供需均衡原理

供需均衡原理揭示了以价格为中心的市场机制。它主要研究影响市场供给与需求的相关变量及变量之间的关系。市场机制的作用过程就是供求影响价格、价格影响供求这样周而复始、不断运动的过程。这一原理所揭示的市场供求规律为确定消费者的购买、生产者的生产和销售两方面的均衡提供了理论依据。企业必须遵循这一原理所反映的客观要求,因势利导,灵活制定自己的生产经营策略。

4. 需求弹性原理

企业根据市场需求进行生产经营决策,而需求又是系列变量(影响因素)如市场价格、消费者收入和偏好心理等的函数。这些自变量对不同商品需求的影响是不同的,从而使需求对各个自变量变化的反应敏感程度不同。例如,同样是采取降价措施,有的商品会由于降价的刺激而销售量剧增,而有的商品降价后销售量却没有多大变化。需求弹性主要研究需求量对市场价格、消费者收入及相关商品价格变化的反应程度。运用需求弹性分析,可以把握市场上各种商品的需求,从而有助于企业正确地运用调价手段,准确地预测随消费者收入或相关商品价格变动而引起的需求变化的情况,及时制定相应的对策。

5. 最佳组合原理

最佳组合原理包括两方面的内容:一是要素的替代或配置比例问题,它主要是指单一变动要素的投入数量与不变要素的最佳组合条件;二是配置比例的固定问题,它研究的是各种要素总量的确定,即最优经济规模。最佳组合原理主要运用于生产领域的决策,解决资源优化配置和生产最优化的问题。

6. 机会成本原理

机会成本原理研究伴随经营决策而产生的机会损失以及这种无形损失对决策行为的影响。资源是有限的,当决定以某种用途使用某种资源时,就必须相应地放弃这种资源在其他用途上的使用,由此造成的最大损失或代价就是该决策的机会成本。机会成本原理揭示了决策的预期收益与包含机会成本在内的与决策相关的全部成本之间的关系,它要求管理者在做决策时,不仅要考虑直接发生的成本支出,还要考虑相应的机会成本。

7. 竞争原理

市场结构(竞争的程度)取决于交易者数量、商品特征及政府干预程度诸因素,而企业的市场行为又取决于市场结构,竞争原理揭示了这些因素的内在联系。运用竞争原理,可以正确分析决定市场竞争程度的变量,区分各种市场结构,进而揭示在不同市场结构下企业行为以及价格、产量的变动规律。它可以指导企业制定正确的价格和产量对策,保证在竞争的环境中实现利润最大化。这一原理为企业研究竞争规律、自觉参与竞争提供了理论依据。

8. 资金时间价值原理

追求经济效益是一个动态的过程,这就使处于这一过程中的资金带有时间维。资金加上时间维之后,就必然带有风险因素和利息因素,导致同一数额的资金在不同时点上价

值不同。由于时间差而带来的价值差就是资金的时间价值。当进行长期投资决策和评估未来收益时,需要运用资金的时间价值原理。按照这一原理,必须依据未来收益的货币流量的贴现值考核未来的收益。这一原理主要适用于经济预测、效果评价,特别是长期投资决策。



补充资料

管理经济学和微观经济学的关系

作为主要理论支柱的微观经济学与管理经济学在许多方面具有共同点,如研究内容、分析方法和逻辑推理等。在某种意义上,可以将管理经济学视为应用微观经济学,或者说管理经济学吸收了微观经济学中对企业及管理者而言非常重要的应用部分。而管理经济学是一门应用科学,因此它们在内容范围、研究目标、研究方式、假设条件等方面也存在不同之处,具体如下。

1. 内容范围不同

微观经济学作为经济科学的一个主要分支部分,是站在整个社会的角度考察和分析微观经济主体的行为及其结果,如市场供求变动如何引起价格变动,从而优化配置经济资源;而管理经济学则是站在企业管理者的角度,为企业的满意决策提供经济分析工具,因此管理经济学论述的展开是紧紧围绕企业的决策问题而进行的。

2. 研究目标不同

微观经济学是为了揭示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;而管理经济学则是为企业管理者服务,其目的是为解决企业的决策问题提供经济分析手段。

3. 研究方式不同

微观经济学侧重于理论分析,其研究的角度更倾向于社会与规范,主要回答“应该是什么”的问题。而管理经济学侧重于应用分析,其研究的角度更倾向于企业与实证,主要回答“是什么”的问题。管理经济学是为管理者所用的经济学,是管理者的经济学,它研究微观经济学原理在企业经营中的应用,对问题的考察从企业经营的角度出发。因此,管理经济学又常常被人们称为企业经济学。

4. 假设条件不同

微观经济学理论的建立是以一定的假设条件为前提的,其中一个基本假设是“经济人”,即经济生活中一般人的抽象,都是以利己为动机,力图以最小的经济代价去追逐和获得最大的经济利益。而管理经济学所面对的是现实企业的经营目标,多是有条件地谋求尽可能多的利润。这是因为,首先,企业经营活动是在一系列的约束条件下进行的,企业不可能不顾一切地去追求利润;其次,从短期来看,现实中企业的目标总是多样化的,为了在各种目标之间取得平衡,企业通常只能追求满意的利润,而不是最大的利润。

微观经济学的另一个基本假设条件是“完全信息”，即市场上每一个从事经济活动的个体都对有关的经济情况具有完全的信息。但是，管理经济学所研究的现实企业通常是在一个环境十分复杂，信息很不确定、不完全的状态下经营的。因此，在应用管理经济学研究企业决策问题时，还要借用微观经济学以外的其他理论与分析方法，如宏观经济学、信息经济学、管理决策学和市场营销学等，以便收集、分析必要的信息，并在不确定的条件下进行方案的备选。

四、管理经济学的地位

管理经济学是一门把微观经济学的基本理论和分析方法应用于企业经营管理决策实践中的学科。管理经济学不注重对经济理论本身的探讨，而是侧重于对经济理论在经营管理决策实践中的应用的探讨。它着重通过企业模型的分析，让决策者更好地理解企业所处的市场环境和宏观经济环境，以增强企业决策的科学性。从这个意义上说，管理经济学是连接经济理论与管理决策实践的桥梁，它既是理论经济学向应用经济学的延伸，也是从事管理活动的理论基础。

从管理经济学的基本理论和研究对象可以发现，管理经济学是一门应用型的经济学科。把经济学的基本理论和方法应用于许多具体领域，就形成了许多不同的应用经济学科，如产业经济学、劳动经济学、国际经济学和发展经济学等，而把经济学（特别是微观经济学）的基本理论和方法应用于企业的经营管理决策就形成了管理经济学。管理经济学从企业的角度出发，考察各种需求影响因素对企业某些产品需求的影响，定性或定量地研究其相互关系；研究企业最佳的生产要素组合和产量水平；研究如何降低成本、如何确定企业的经济规模以及如何有效地制定价格策略和竞争策略。

管理经济学研究的主要问题是企业的经营决策问题，所以管理经济学与决策学有着紧密的联系。决策学提供了一系列方法，主要是建立决策模型，分析可供企业选择的各种行动方案及其结果。管理经济学还吸取了许多最优化技术，包括微积分和线性规划、统计方法及预测技术。

由于管理经济学研究的是企业的经营管理决策问题，因此，它无疑又是企业管理学的一个重要组成部分。有些学者把企业管理学分为四类：第一类是职能性课程，如会计学、财务管理、人力资源管理和生产管理等；第二类是工具性课程，如计算机管理和运筹学；第三类是特殊课程，如银行学、保险学、国际企业经营管理和不动产经营学；第四类是综合性课程，如管理学原理。虽然在管理经济学究竟是属于工具性课程还是综合性课程的问题上尚有争议，但对于管理经济学是一门重要的企业管理学科这一点，各方的看法却是一致的。

管理经济学旨在使管理人员在市场经济条件下建立经济学的思维框架来进行决策，从而提高运用经济理论管理经济运行的能力，而不是提供解决现实问题的一整套具体方法。其基本目的是通过理性思考进而实现管理创新。管理经济学所研究的经济对象是构成整个国民经济的细胞之一。因此，对企业生产经营活动进行经济分析，必须立足于对宏观经济实质，特别是对整个经济运行机制的深刻分析。同时，管理经济学所运用的经济分析方法和工具由数学、统计学等工具性学科提供。管理经济学与其他学科的关系如图 1-1 所示。

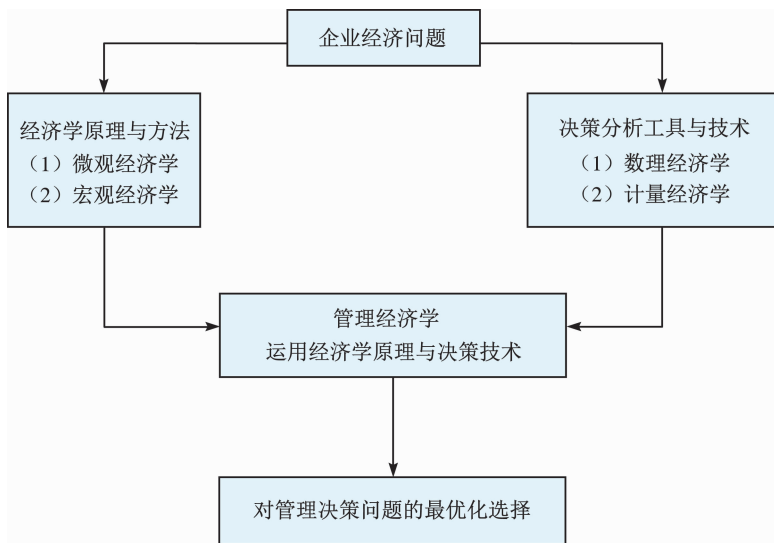


图 1-1 管理经济学与其他学科的关系

模块二 管理经济学的基本分析方法

管理经济学是对企业发展及管理决策的宏观指导。在经营和管理过程中,管理者可以依据管理经济学中的原理和知识对企业未来的发展做出符合企业利益的科学、合理的决策。所以,对于管理者来说,学习管理经济学的过程就是理解和掌握管理经济学的分析方法与分析工具的过程。

一、边际分析法

边际是指处在边缘上的“已经追加上的最后一个单位”,或“可能追加的下一个单位”。在管理经济学中,边际被用于揭示两个有因果关系或两个相关的经济变量之间的动态函数关系。在某种经济关系中,当自变量发生一个微小单位的数量变化时,因变量随之发生的相应数量的变化值被称为该变量的边际值。例如,在企业中,总成本是产量的函数,在一定产量水平上,再增加或减少一个单位的产量而使总成本增加或减少的数量就称为特定产量水平下的边际成本。在企业的经营决策中,除边际成本外,边际分析法还被广泛应用于产量、效用、收益等经济变量的分析中。

边际分析法是管理经济学中最常用的分析方法,这种方法贯穿于管理经济学的全部内容,并构成管理经济学的一大特色。边际分析法就是借助某一因变量依存于一个或几个自变量的函数关系,研究因变量随自变量的变化而变化的程度,并以此分析经济效果的一种方法。在决策时,边际分析法主要考虑的是由于决策而引起的投入量变化的边际效果,这种边际值更准确地反映了决策的直接后果。因此,边际分析法是以企业经营决策问题为主要研究对象的管理经济学的重要分析工具。

边际分析法的一种变形方法是增量分析法。边际分析法和增量分析法的相同之处是在

判断一个方案对决策是否有利时,都要看由此带来的收入是否大于由此引起的成本。也就是说,主要看能否为企业带来利润。两者的区别仅仅在于,边际分析法是自变量变化较小时对因变量的影响,而增量分析法中自变量的变化值可能不只是一个微小变量,有时甚至不只是一个数量方面的变量。

【例 1-1】 一家航空公司在从甲地到乙地的航班上,全部成本分摊到每个座位上是 250 元,那么,当飞机上有空位时,该航空公司能不能以较低的票价(如每张 150 元)卖给顾客?

【解析】 很多人可能会认为不行,因为票价低于成本会导致亏损。根据边际分析法,企业在经营决策时不应当使用全部成本(这里包括飞机维修费用及机场设施和地勤人员的费用),而应当考虑因乘客乘坐飞机而额外增加的平均成本,这种每增加一位乘客而额外增加的成本就是边际成本。事实上,每增加一位乘客所引起的边际成本是很小的,它可能只包括乘客的就餐费和飞机因增加负荷而增加的燃料费。因乘客乘坐而额外增加的收入叫边际收入,在这里,就是乘客票价 150 元。可以看出,因乘客乘坐而引起的边际收入大于边际成本,说明增加乘客可以为公司带来利润。

所以,企业在进行经营决策、判断某项业务活动对企业是有利还是无利时,不是根据它的全部成本,而是应当把由这项活动引起的边际收入和边际成本相比较,如果前者大于后者,就对企业有利,否则就不利。

案例欣赏

犯罪行为的边际分析

通常,人们都将罪犯看作心理不正常的人。然而,事实表明,至少从一定程度上讲,罪犯的行为是可以通过经济学的理论框架加以解释的。这种框架意味着,罪犯会考虑实施一项犯罪活动的边际成本和边际收益,一旦边际收益超过边际成本,他就会犯罪。从这一观点出发,提高破案的对效率和惩罚力度,将会使犯罪减少。在一项开创性的研究中,美国学者伊利奇研究了在各州之间重大犯罪的发案率是否随着期望惩罚的严重程度而变化。结果发现,惩罚的可能性每提高 1%,抢劫罪的发案率会相应地降低 1.3%。此外,发案率也会随着惩罚力度的加大而逐渐降低。于是,学者们就这个问题展开了全面的研究,研究结果表明,经济理论模型在预测犯罪活动方面是很有效的。

二、最优化分析法

管理经济学研究的是企业的经营决策,而决策就是在可行方案中选择一个最优方案。所以说,管理决策问题常常也是最优化问题。例如,企业的投入量为多大时才能实现利润最大化的目标,投入要素之间如何组合才能使成本最低等。最优化分析法可分为无约束条件的最优化和有约束条件的最优化。

1. 无约束条件下最优投入量(业务量)的确定

所谓无约束,是指企业在进行管理决策时生产要素投入量、产品产量、价格和广告费的支出等均不受限制。在这种情况下,最优化的规则是利润最大化。这是企业决策考虑的根本目标,其利润最大化在边际利润等于零时的点获得。利润(净收益)为收入与成本之差,边

际利润为边际收入与边际成本之差。

由此可以获得结论,只要边际收入大于边际成本,这种经济活动就是可取的;在无约束条件下,边际利润值为零(边际收入等于边际成本)时,资源的投入量最优(利润最大)。

【例 1-2】 某农场主在水稻地里施肥,每千克肥料的价格为 4 元,每千克水稻的价格为 2 元。所用的肥料量与预期收获量之间的关系如表 1-1 所示。请问农场主每亩地应该施肥多少千克才能获利最大?(1 亩=666.666 平方米)

表 1-1 所用的肥料量与预期收获量之间的关系

每亩施肥量/千克	预期每亩收获量/千克	每亩边际收获量/千克	增施 1 千克化肥所增收收入/元	增施 1 千克化肥所增成本/元	增施 1 千克化肥所增利润/元
0	60			4	
1	70	10	20	4	16
2	76	6	12	4	8
3	80	4	8	4	4
4	82	2	4	4	0
5	83	1	2	4	-2
6	83	0	0	4	-4
7	82	-1	-2	4	-6

【解析】 根据最优化规则,当边际利润为零,即边际收入等于边际成本时,施肥量为最优,此时农场主获利最大。从表 1-1 中可以看出,当每亩施肥量为 4 千克时,边际收入等于边际成本,都为 4 元,边际利润为零,此时施肥量最优,利润最大。

2. 有约束条件下最优业务量分配的确定

所谓有约束,是指在管理决策时被分配的投入量是有限的。例如,一定量的某种资源,在各种用途之间如何分配才能使利润最大;一定量的生产任务,怎样在不同的下属单位之间分配才能使总成本最低;一定量的广告费,怎样用在不同的广告媒介上才能使广告效果最好;等等。在这种情况下,最优化的规则是:在有约束条件下,各方向上每增加单位资源所带来的边际效益都相等,且同时满足约束条件,资源分配的总效益最优。

当所考虑的资源是资金时,有约束的最优化法则即在满足约束条件的同时,各方向上每增加 1 元所带来的边际效益都相等。如果资金是用来购买资源,而各方向的资源价格分别都是常数,有约束的最优化法则即在满足约束条件的同时,各方向上的边际效益与价格的比值都等于一个常数。

【例 1-3】 某公司在唐山、长春两地各有分厂生产相同的产品,但因技术条件不同,其生产成本也不相同。它们在各种产量下的预计总成本和边际成本数据如表 1-2 和表 1-3 所示。现假定公司的生产任务为 6 000 件,则应如何在这两家分厂中分配生产任务才能使公司总成本最低?

表 1-2 唐山分厂数据

产量/千件	总成本/万元	边际成本/万元
0		
1	200	200
2	600	400
3	1 200	600
4	2 000	800
5	3 000	1 000

表 1-3 长春分厂数据

产量/千件	总成本/万元	边际成本/万元
0		
1	100	100
2	300	200
3	600	300
4	1 000	400
5	1 500	500

【解析】 第一个千件应该分配给长春分厂,因为长春分厂的边际成本最低,只有 100 万元。第二、第三个千件应该分别分配给唐山分厂和长春分厂,因为此时唐山分厂、长春分厂的边际成本为次低,分别为 200 万元。第四个千件应该分配给长春分厂,此时长春分厂的边际成本为 300 万元。第五、第六个千件分配给唐山分厂和长春分厂,此时,它们的边际成本分别为 400 万元。公司总任务为 6 000 件,应分配给唐山分厂 2 000 件,长春分厂 4 000 件。此时,两个分厂的边际成本均为 400 万元,总成本最小,为 1 600 万元。

三、博弈分析法

“博弈”一词的英文是 game,意为对策、游戏。顾名思义,博弈论是在游戏中产生的理论。在诸如下棋、打牌、划拳等游戏中,人们要解决的问题是在面对对手时如何才能获胜,这实际上是当事人面对一定的来自他方的信息时选择最佳行动计划和最优策略的问题。例如,在人们非常熟悉的“剪刀、石头、布”的游戏中,所面对的问题是对方将如何行动,而已方又将如何应对才最佳。这实际上涉及博弈论的核心问题。

博弈论作为一种理论,最早是由美籍数学家约翰·冯·诺伊曼(John von Neumann)在 1937 年提出的,冯·诺伊曼和德国-美国经济学家奥斯卡·摩根斯顿(Oskar Morgenstern)在 1944 年合著的《博弈论与经济行为》的出版,标志着博弈论的诞生。在我国,博弈的思想源远流长,虽然没有形成一套完整的理论体系,但博弈的思想和实践活动却可以追溯到 2 000 多年前。著名的《孙子兵法》和《三十六计》都可以称作军事博弈论的教科书。

博弈论主要研究当一家企业的决策受到其他企业决策的影响,反过来调整其企业决策时的决策问题和均衡问题。博弈论不仅研究单一企业在利润最大化目标下的市场行为,而

且更强调其行为是与环境、历史等因素密切相关的。博弈论具体地研究企业在各种不同环境和历史条件下的行为方式及其变化。

在企业的经营决策过程中,传统的经济理论主要讨论单个企业在资源约束条件下利润最大化的问题;而博弈论则强调在市场竞争中,当参与竞争的各方都不愿意单方面改变自己的均衡条件时,所形成的双方在博弈均衡状态下的利益均衡化。因此,博弈论所得出的“均衡解”需要同时考虑每个参与者在相互影响并选定各自策略的博弈过程中的策略组合,它往往要求解由多个企业的目标函数所构成的一组联立方程。这与传统经济学仅在考虑单个企业利润最大化的模型中寻求最优行动方案的方法是不同的。

博弈论的研究领域已基本包括传统经济学理论的各个方面,而且在传统经济学未能很好或难以解释的一些领域,诸如信息不完全、寡头垄断市场、企业信誉、市场进入、投标拍卖、委托-代理理论、激励机制设计等领域,用博弈分析的方法均能较为有效地得出解答,而这些领域正是现代企业经营决策中的重要组成部分。

【例 1-4】 猪圈里有一头大猪、一头小猪,猪圈旁边有个踏板,每踩一下踏板,远离踏板的猪圈投食口就会落下少量的食物。如果其中一头猪去踩踏板,另一头猪就有机会抢先吃到落下的食物。当小猪踩动踏板时,大猪会在小猪跑到食槽边时刚好吃光所有的食物;若是大猪踩动踏板,则它还有机会在小猪吃完落下的食物之前跑到食槽边争吃剩下的食物(剩下的食物为原来的一半)。那么,这两头猪将会采取什么策略呢?

【解析】 小猪将选择“搭便车”策略,也就是舒舒服服地待在食槽边;而大猪则为一点残羹不知疲倦地奔跑于踏板和食槽之间。由于小猪踩踏板将一无所获,不踩踏板反而能吃到食物,所以对它而言,不踩踏板是最好的选择。对于大猪而言,在明知小猪不会去踩动踏板的情况下,为了吃到食物也只好跑去踩踏板。

“小猪躺着大猪跑”的现象是由故事中的游戏规则造成的。如果改变一下核心指标,猪圈里还会出现同样的现象吗?

方案一:减量方案。把食物减为原来的一半,结果小猪、大猪都不去踩踏板了。小猪去踩,大猪会把食物吃完;大猪去踩,小猪也会把食物吃完。谁去踩踏板,就意味着为对方贡献食物,所以谁也不会有踩踏板的动力了。

方案二:增量方案。投食量增加一倍,结果小猪、大猪都会去踩踏板。谁想吃,谁就会去踩踏板,反正在自己到达食槽前对方不会把食物吃完。

方案三:减量加移位方案。投食量减为原来的一半,同时将投食口移到踏板附近,结果小猪和大猪都会拼命地抢着踩踏板。因为等待者不得食,而多劳者多得。

“智猪博弈”的故事给了竞争中的弱者(小猪)以等待为最佳策略的启发,但是对于社会而言,如果弱势一方不参与竞争而导致出现“搭便车”的现象,那么,社会资源配置就达不到最佳状态。为使资源得到有效配置,规则的设计者是不愿意看见有人“搭便车”的,政府如此,企业也如此。而能否完全杜绝“搭便车”现象,就要看游戏规则的核心指标设置得是否合理。



补充资料

静态分析法、比较静态分析法和动态分析法

静态分析法就是分析经济现象的均衡状态及有关的经济变量达到均衡状态所具备的条件。它完全抽象化了时间因素和具体的变化过程,是一种静止地、孤立地考察某种经济事物的方法。例如,研究均衡价格时,舍掉时间、地点等因素,并假定影响均衡价格的其他因素,如消费者偏好、收入及相关商品的价格等静止不变,单纯分析该商品的供求达到均衡状态的产量和价格的决定。静态分析指标有总量指标、相对指标、平均指标等。

比较静态分析法是静态经济模型所使用的一种分析方法。这种方法研究外生变量变化对内生变量的影响方式,以及分析、比较不同数值的外生变量下内生变量的不同数值。从均衡状态的研究角度来看,比较静态分析考察当原有的条件发生变化时,原来的均衡状态会发生什么变化,并分析、比较新旧均衡状态。其分析是在已知条件发生变化以后经济现象的均衡状态的相应变化,及有关的经济变量在达到均衡状态时的相应变化,即对经济现象有关变量一次变动(而不是连续变动)的前后进行比较。比较静态分析不考虑经济变化过程中所包含的时间阻滞。例如,已知某商品的供求状况,可以考察其供求达到均衡时的价格和产量。由于消费者的收入增加而导致对该商品的需求增加,从而产生新的均衡,使价格和产量都较以前提高。这里只把新的均衡所达到的价格和产量与原均衡的价格和产量进行比较,这便是比较静态分析。

动态分析法是对经济变动的实际过程所进行的分析,其中包括分析有关变量在一定时间过程中的变动、这些经济变量在变动过程中的相互影响和彼此制约的关系,以及它们在每一个时点上变动的速率等。动态分析法的一个重要特点是考虑时间因素的影响,并把经济现象的变化当作一个连续的过程来看待。动态分析法因为要考虑各种经济变量随时间延伸而变化对整个经济体系的影响,因此难度较大。在微观经济学中,迄今占有重要地位的仍是静态分析法和比较静态分析法。在宏观经济学中,特别是在经济周期和经济增长研究中,动态分析法占有重要的地位。



复习思考

一、单项选择题

- 管理经济学研究的主要问题是()。
 - 企业的经营决策问题
 - 微观经济学的基本理论
 - 谋求尽可能多的利润
 - 实现经济资源的优化配置
- 企业的经营决策不包括()。
 - 投资与市场方向决策
 - 技术改造决策
 - 成本决策
 - 定价决策

产量就能实现利润最大化。这是对许多企业实践经验的理论总结,被实践证明是正确的。用这个原理去指导生产企业就可以少走弯路。经济学家分析增量的方法被称为边际分析法,现在已经得到了广泛运用。在追求最大化中采用这种分析来做出决策,会使决策更加理性和正确。从这个意义上来说,经济学是一门使人更理性、更聪明的学问。了解经济学能提高人们的分析与决策能力。

2. 如何学好管理经济学

管理经济学无时无刻不在人们身边。如果只是想了解管理经济学的道理,完全可以不需要数学工具。因为管理经济学的道理既可以用高深的数学工具进行表述,也可以用通俗、生动的语言来表述,所以完全不用把管理经济学神秘化。

许多人都想学点经济学,但一看到满篇的数学方程式和图形便读不下去,也读不懂。还有不少人认为,管理经济学运用了数学,没有数学功底就没法学管理经济学,其实这也是一种误解。

管理经济学的确运用了数学工具,有些还相当高深,但管理经济学绝不等于数学。管理经济学是对人类社会经济行为与经济规律的认识,它来自现实生活,每个人都在自觉或不自觉地运用经济学的道理。用一句话来说,经济学就在身边。经济学家用抽象的推理、图形和数学工具来论述经济学的道理是理论化本身的需要,也有助于人类对世界的认识更深入、更准确。

当然,管理经济学不仅要读、要学,还要用。对于大众来说,学的目的并不是从事这个行业,因此学的重点是要学会像经济学家一样去思考,即用管理经济学的知识和方法来分析自己所遇到的各种问题,并解决这些问题。

从根本上来说,学习经济学和学习其他科学一样,是为了提高自身的整体素质。也许在开始学习管理经济学时并不会觉得它有多少用处。但这个学习过程是一个逐渐提高自身整体素质的过程。有一天你会发现,自己分析问题的水平提高了,解决问题的能力也增强了。这时,你能更深刻地理解萧伯纳的所说的话:“经济学是一门使人生幸福的学问。”

讨论题:

1. 结合案例回答:管理经济学是什么? 如何学好管理经济学?
2. 为什么说经济学是一门使人生幸福的学问?

四、实训设计

管理经济学在企业决策中的应用调查

【实训目标】

- (1) 了解管理经济学在企业决策活动中的实际应用领域。
- (2) 掌握管理经济学在实现企业组织目标方面的作用和机理。

【实训内容与要求】

1. 实训内容

- (1) 参观一家知名企业。
- (2) 对该企业资源配置方面存在的问题进行分析,并提出解决方案。

2. 实训要求

- (1) 针对参观的企业收集相关资料。
- (2) 制订考察计划,讨论并设计调查数据表格。

【成果与检验】

调查结束后进行总结并写出实训报告。