

第一章

导 论

学习目标

1. 了解管理经济学的概念；
2. 了解管理经济学和微观经济学的区别；
3. 掌握管理经济学的主要理论；
4. 掌握管理经济学的基本分析方法。

技能要求

1. 理解企业经营管理的目标；
2. 通过决策知识的学习,提高企业管理决策水平；
3. 树立时间、风险、全过程的企业经营理念。

引言

作为一个市场经济条件下的经济个体,在企业的日常管理中,企业管理者要进行一系列如企业常规营销策略选择、未来发展战略规划、新产品开发等方面的自主经营和管理决策。企业管理者的经营管理决策是否科学合理,不仅取决于管理者的实践经验,更需要自觉运用经营管理理论,提高自己的工作水平。

管理经济学解决的问题主要就是如何将经济理论和经济分析方法应用于企业的各项决策过程之中,从而更科学、有效地解决企业所面临的各种问题,提高企业管理者的决策水平。

因此,本章的主要内容是管理经济学的含义和主要研究内容、管理经济学和微观经济学的关系、管理经济学的主要分析方法。同时,在简要介绍企业含义和主要组织形式的基础上阐明了企业的经营目标和决策过程。

第一节 管理经济学的内涵

一、管理经济学的概念

管理经济学是应用经济学的一个分支,管理经济学为经营决策提供了一种系统而又有逻辑的分析方法,是微观经济学在管理实践中的应用,是沟通经济学理论与企业管理决

策的桥梁,其理论主要是围绕需求、生产、成本、市场等几个因素提出的。

因此,可以说管理经济学是微观经济学与管理实践相结合的一门学科,服务于管理者的三个基本任务的解决:一是生产经营什么;二是生产经营多少;三是怎样生产经营。

在理解管理经济学的含义时应把握以下几点。

第一,管理经济学是一门应用经济学,它运用经济学所揭示的原理和方法,研究解决企业的经营决策问题,但是它并不提供解决现实问题的具体方案,而仅提供在决策制定过程中的经济思维,这是由社会科学的属性决定的。

第二,管理经济学是一门实证经济学,它致力于研究经营决策中的各种规律和数量关系。

第三,管理经济学通过对经济学与管理决策学的融合,加强企业管理决策者在管理中的理性思考与理性创新,有利于实现企业目标。

二、管理经济学和微观经济学的关系

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。同时,在管理经济学中,经济学的理论和分析方法被借用,其中,以企业 and 市场为分析对象的微观经济理论尤为重要,可以说,微观经济学为管理经济学提供了最重要的分析基础和工具。微观经济学是管理经济学的基础,而管理经济学是微观经济理论在企业中的具体运用,管理经济学在管理决策制定方面为经济理论和管理实践之间架起了一座桥梁。

(一) 微观经济学概述

1. 微观经济学的内涵

微观经济学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,依据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希望,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效用最大化,单个生产者如何进行最优的市场决策以获得利润最大化;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共同作用的结果而出现的;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。

微观经济学的最重要目的之一就是帮助人们理解价格体系的运行和作用。微观经济学的中心理论就是价格理论。价格是市场经济体制中经济主体配置经济资源的依据,它就像一只“看不见的手”,调节着整个经济活动,通过价格的作用,社会经济资源得到了优化配置。

经济学家把价格调节经济的思想称为“经济学皇冠上的宝石”。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有效配置资源而展开,因此有人干脆把微观经济学称为“价格理论”。

2. 微观经济学的基本假设

微观经济理论的构建是以一系列假设条件为前提的。在微观经济分析中,经济学家根据所研究问题和所建立模型的不同需要,采用不同的假设条件。在诸多假设条件中,微观经济学有三个最基本的假设条件。

第一个是经济人或者叫理性人假设。这是微观经济学最基本的前提假设。经济人指的是市场中各经济主体(企业、个人)都是完全理智的,它们都以利己为目的,力图以最小的代价去追逐和获取自身最大的经济利益。

第二个是完全信息假设。指的是假定各经济主体在市场上都能迅速而免费地获取各种信息,并根据这些信息及时调整自己的行为,以便实现利益的最大化目标。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。价格机制是传递供求信息的经济机制,完全信息假设具体体现在自由波动的价格上。

第三个是市场出清假设。指的是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,资源得到了最充分的利用。

微观经济学从以上三个基本假设出发,通过数学演绎推理,得出经济学结论。也就是说,只要上述三个基本假设条件成立,市场经济就会成为最美好的经济制度。然而我们知道,微观经济学中的这三个基本假设条件过于苛刻,现实的经济社会要比这些假设复杂得多,因此,三个基本假设条件在现实中是不可靠的,这也向传统经济学理论提出了挑战。

案例 1-1

假设、理论与现实——分析假设的作用

在美国经济学界流传着这样一个故事。茫茫沙漠中,烈日当头。几个饥渴交迫的学者由于没有工具,面对一堆罐头食品与饮料一筹莫展。于是,他们讲述如何开启罐头。物理学家说:“给我一个聚光镜,我可以用阳光把罐头打开。”化学家说:“给我几种化学药剂,我可以利用它们的综合反应来开启罐头。”经济学家则说:“假如我有一把开罐刀……”

在人们听来,这个故事显然是讽刺经济学家的,因为经济学家在分析问题时总是从假设如何开始,但这种假设有时在现实中并不存在。但在经济学家看来,这个故事说明了假设在形成理论中的作用,以及假设、理论和现实之间的关系。其实,任何一门科学的研究都是从假设开始的。科学思考的艺术——无论在物理学中、生物学中,还是在经济学中,都是决定作什么假设。

假设的目的首先在于抓住所研究问题的中心,从而能得出有意义的结论。一个经济活动总要涉及很多因素,但某种经济理论只能研究几种最主要因素之间的关系。在进行这种研究时就要假定其他因素不变。否则在一大堆复杂的变量中很难把握本质。

例如,人类行为的动机是多种多样的,但在经济学中假设人是“经济人”,他们在从事经济活动时目的是为了个人利益最大化。这个假设排除了个人还可能有的其他目标,使事情简单化。从这个假设出发,经济学家分析消费者和生产者的行为,得出了许多有意义的结论,可用于认识世界和指导我们的行为。

那么,假设是否都不现实呢?实际上假设与现实在总体上是一致的。以“经济人”的假设来说,我们并不否认人在行为上也有仁慈、同情等目标。我们也为各个不同历史时期中那些毫不利己、专门利人的英雄所折服。但对于绝大多数人的绝大多数情况而言,为自己的利益从事各种活动是正常情况。

司马迁《史记·货殖列传》中所说的“天下熙熙,皆为利来;天下攘攘,皆为利往”可谓对人这一本性的高度概括。同样,经济学家对打开罐头的讨论从有一把开罐刀的假设开始,对绝大多数情况是正确的,人在沙漠中毕竟是特例。

假设是一种使现实简单化的方法,它抓住本质特征,而忽略了其他关系不大的细节,这是认识世界的正确方法。

一定的假设是理论存在的前提条件,因此在运用某种理论时要考虑这一理论所依据的假设条件是否具备。不能把任何一种理论作为放之四海而皆准的绝对真理。离开具体假设条件的真理是没有的,任何真理都是有条件的。在运用某种理论时一定要考虑它所依据的假设条件是否存在,绝不能教条主义地照搬。

在不具备任何工具的沙漠中,经济学家说“假如我有一把开罐刀”,的确有点儿迂腐。但作为一种开启罐头的理论,从这个假设开始是正确的,无非不适用于没有开罐刀的沙漠而已。这个故事的真实含义应该是说,从假设条件开始是经济学家的职业习惯。我们学习经济学,像经济学家一样思考问题,也要习惯这种方法。

资料来源:梁小民. 读懂世界的第一本经济学书[M]. 北京:北京联合出版公司,2014.

(二) 管理经济学和微观经济学的区别

1. 研究目的不同

管理经济学是为企业管理者服务的,其目的是为了解决企业的决策问题而提供经济分析手段。微观经济学是为了理解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。

2. 研究重点不同

管理经济学的着重点在于企业理论;微观经济学的着重点在于最后引申出整个经济的一般均衡框架,得出资源的帕累托最优配置等福利经济学的结论。因此,管理经济学是企业服务的;微观经济学是为宏观经济学提供理论基础的,既可以为企业服务,也可以为其他经济行为人服务,同时,也可以为政府服务。

3. 研究范围不同

微观经济学研究的是抽象的企业,而管理经济学解决企业遇到的具体问题。

4. 假设条件不同

微观经济理论建立的三个基本假设条件“经济人”“完全信息”“市场出清”在现实中很难存在。经济人追求的是经济利益最大化。企业决策的目标不是最优解和最大化的解,而是满意解。完全信息是指市场上每一个从事经济活动的个体对有关的经济情况具有完全的信息。

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、信息很不确定的状态下

经营的。这就要求管理经济学在研究企业决策问题时,还要运用微观经济学以外的其他理论与分析方法,如运筹学、市场学、统计学、会计学等,以便收集分析必要的信息,并在信息不确定的条件下,选择最优方案。

市场出清是指整个市场的资源得到了最充分利用,而管理经济学中企业需要关注的是自身资源的合理使用问题。

5. 研究方法不同

微观经济学主要是描述性的案件,试图描述经济是如何运行的,而不涉及怎样运行的问题;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,从而实现企业特定的目标。例如,关于某产品的定价问题,微观经济学关注企业给该产品定价的方式,而管理经济学则考虑企业如何给该产品定价。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。

三、管理经济学的主要内容

从对管理经济学定义的描述以及与微观经济学的对比分析中,我们可以看出,管理经济学研究的主要是经营决策,即根据微观经济学的理论进行企业经营管理中的经营问题决策,以寻求实现企业预定目标的最佳方案。管理经济学的主要内容如下。

(一) 需求理论

需求理论主要分析不同价格水平下产品的需求量,以及在价格、收入和相关商品的价格发生变化时的需求改变率。它的作用是支持企业的价格决策和市场预测,帮助企业确定需求量和价格之间的关系。

(二) 生产理论

生产理论主要涉及的内容是生产组织形式的选择和生产要素的组合。

(三) 成本理论

成本理论主要涉及的内容是各个不同成本的性质、成本函数,包括规模经济的选择和最佳产量的选择。

(四) 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达到自己预期的目标。

(五) 风险理论

风险理论主要研究企业生产经营活动中可能发生的各种风险,以及这些风险对企业管理决策的影响;通过制订风险管理计划,尽量将风险降到最低限度;寻求评价风险的各种方法。

此外,管理经济学还研究资本投资和决策、市场竞争机制理论以及政府管制方面的内容。

第二节 管理经济学的分析方法

一、均衡分析法

均衡是指获得最大利益的资源组合和行为选择。企业的行为必然要受多种因素的约束,而这些因素往往是相互制约的。均衡分析方法就是在考虑这些制约的条件下,确定各因素的比例关系,使其最有利于企业的发展。

具体来说,均衡分析法是指在研究涉及诸多经济变量的问题时,先将自变量假设为已知和固定不变,然后考察当因变量达到均衡状态时会出现的情况和为此所具备的条件,即所谓的均衡条件。

均衡分析方法在管理经济学中的主要应用方向如下。

(一) 制定价格

价格的高低直接影响销售收入,价格太高,必然会降低销售量,销售收入不一定就高;同样,为了达成更多的销售量,企业必然要以较低的价位来刺激购买力,如果价位过低,也不能达到较高的销售总额。所以,企业在定价的时候,总是要面对这样一个矛盾:提高价格可能会减少销售量,扩大销售量就必然要降低价格。

如何既保持一定的市场占有率,同时又能使企业获利?这就涉及“均衡”问题。肯定有一个价格水平,能够使销售总收入达到最大。在这个价格之上或之下,都会使企业的收益减少。管理经济学就为企业提供了均衡分析的方法,帮助企业制定合适的价格。

(二) 产量(规模)决策

企业规模的大小会影响其生产、销售及各种成本,进而影响投入和产出的关系。小规模生产的企业,可能致力于产品的质量,以较高的价格获得盈利。而大规模生产的企业则以较低的成本和较低的价格取胜。如何选择一个适合自身发展的规模,就要用到均衡分析方法。

(三) 要素组合决策

企业在生产经营中,需要投入各种要素。其中有些要素可以相互替代。由于各种要素的价格不一样,组合起来的要素成本是有差异的。选择哪一个方案,也需要利用均衡分析法。

二、边际分析法

19世纪70年代经济学家提出的边际概念和边际分析法被认为是经济学界的一场革

命。运用边际概念,借助于经济现象之间的函数关系,研究某一因变量随着自变量的变化而变化的程度,就是边际分析法。

在经济学上,边际是指每单位投入所引起的产出的变化。边际分析方法在管理经济学中有较多的应用,它主要分析企业在一定产量水平时,每增加一个单位的产品对总利润产生的影响。

假设某经济函数为

$$y=f(x)$$

那么其边际值就可以表示为

$$\text{边际值}=\Delta f(x)/\Delta x$$

式中, x 代表投入; $f(x)$ 代表产出; $f(x)$ 表现为 x 的函数; Δ 表示改变量。假设基数 x 处在变化中,那么,每增加一个单位的投入,这个单位所引起的产出的增量是变化的。

边际分析方法常用的两个重要概念是边际成本和边际收益。边际成本是指每增加一个单位的产品所引起的成本增量;边际收益是指每增加一个单位的产品所带来的收益增量。企业在判断一项经济活动对企业的利弊时,不是依据它的全部成本,而是依据它所引起的边际收益与边际成本的比较。若前者大于后者,这项活动就对企业有利;反之则不利。

边际分析方法在管理经济学中的主要应用方向如下。

(一) 确定规模

通常情况下,规模的大小直接影响到企业的生产效益。当一个企业要扩大规模时,它就要分析每增大一个单位的规模,所可能带来的产出增量,这就是边际分析。科学的边际分析方法可以使企业的规模确定在一个最合理的范围内。

例如, $\pi=MR-MC$,式中, π 代表边际利润; MR 代表边际收益; MC 代表边际成本。

当 $\pi>0$ 时,增加一个单位的产品,获得的收益增量比引起的成本增量大,说明企业还没有达到能够获得最大收益的产量规模,此时,企业应该扩大产量。

当 $\pi<0$ 时,增加一个单位的产品,所引起的成本增量比所能获得的收益增量要大,说明企业应该减小产量。

当 $\pi=0$ 时,企业达到最优的产量规模。

(二) 价格决策

每提高(或降低)一个单位的价格,对总收益会产生什么样的影响,这实际上也要用到边际分析方法,它可以帮助企业制定具有竞争力的价格战略。

(三) 确定合理的要素投入

在确定生产中需要投入的各个要素的量时,我们需要分析每增加一个单位的某种要素时,对总的收益会产生什么影响,这也是边际分析。

(四) 产品结构分析

多数企业都不只生产一个产品,各个产品生产的比例就是产品结构。确定各个产品

生产多少的比例关系就可以运用边际分析方法——对各个产品的边际效益进行分析。所谓边际收益,就是对一个产品的生产增加一个单位的资金投入所引起的收益的变化量。

如果把资金增量投入各个产品,所能产生的边际收益是相等的,那么这个企业的产品结构就是合理的;否则,其中必定有某种产品值得扩大规模,以带来更多的收益。针对产品结构进行边际分析,可以明确哪些产品需要增加投入,哪些产品需要缩小生产规模。



案例 1-2

民航公司能以低于成本的价格出售学生票吗

一家民航公司的航班从 A 地飞向 B 地,假设每一个乘客的全部成本是 300 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?一般情况下人们认为不行,理由是每个乘客分摊的成本是 300 元,如果低于这个价格出售机票,就会导致公司亏本。

但根据边际分析方法,在决策时不应当使用全部成本(在这里,它不仅包括飞行中的费用,还包括飞机维修费、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方法中叫作边际成本。因为学生乘坐飞机而额外引起的边际成本很小(如 30 元),它可能只包括飞机飞行中的学生的就餐费和飞机因增加负荷而增加的燃料费。因学生乘坐飞机而额外增加的收入叫作边际收入,在这里,学生的票价是 150 元。

那么通过降价让一个学生乘坐飞机,民航公司获得的边际利润就是 $\pi = MR - MC = 150 - 30 = 120$ (元)。因此,在这种情况下,民航公司完全能以低于成本的价格出售学生票。

由此可见,企业在进行决策时,判断某项业务对企业是否有利,不是根据其全部成本的大小,而应当对由这项活动引起的边际收入和边际成本进行比较,如果边际利润大于零,对企业来说就是有利的。

三、数学模型分析法

在经济学和管理学的发展中,越来越多地应用到计量分析的方法。数学模型就是一种计量分析工具,在管理经济学中大量应用。数学模型本质上是对复杂现实的抽象,使问题简单化和直观化,以便准确把握事物之间的联系,认识事物的本质,从而有效地解决问题。

在实践中,数学模型在用于管理决策和经济分析时是一个极为有效的方法。此外,值得注意的是,数学是一个非常有限的量的关系,现实经济中有很多复杂的问题,是单纯的数学模型不能表现的,还需借助于定性的分析方法。

数学模型分析法在管理经济学中的主要应用方向如下。

(一) 需求预测

企业在确定某种产品的生产规模之前,需要对市场的发展潜力进行预测,可以创建相关的数学模型来表现影响市场发展的各种因素在量上的变化,进而分析这些变化对需求所产生影响的大小。

（二）生产分析

生产要素的投入、生产组织形式的选择以及产品结构的确定,都可以通过创建数学模型进行分析和决策。

（三）成本决策

成本是直接影响利润的因素,是企业发展最为关注的一个焦点。当企业改变生产经营方向或者扩大规模时,在其追求利润最大化的目标下,应该确定一个什么样的成本水平,可以应用数学模型进行科学分析。

（四）市场分析

市场是经济学的一个基础概念,在实践中表现为多种多样的形态。创建数学模型,可以分析不同性质的市场条件下,企业所可能选择的规模、价格和竞争策略。

（五）风险分析

风险分析是对未来状态的预测。可以通过创建数学模型来表现在一项投资中,各种相关因素的量的大小以及量的变化所可能产生的对效益的影响。

第三节 企业目标与决策

一、企业的基本概念

（一）企业的概念和特征

1. 企业的概念

管理经济学研究的主要对象是企业,研究问题的出发点也是企业,用经济理论和方法对市场经济条件下的企业特征、形式以及目标进行分析,有利于进一步提高企业管理人员在市场经济环境中的管理决策水平。

通俗地讲,企业是商品经济发展、生产社会化的产物,是以营利为目的,把各种生产资源组织起来,经过生产转化为消费者和顾客所需要的产品和劳务的经济实体。

企业作为市场经济体系中的一个重要因素,是国民经济整体中的一个重要组成部分,必须从全局出发看待企业的地位和作用,因为企业资源配置效益是整体市场资源配置效益的基础,企业经济效益是国民经济整体效益的基础,企业的健康发展是整个国民经济发展的基础。

小贴士

2016 年世界 500 强榜单发布 110 家中国公司上榜

北京商报讯(记者 阿茹汗 2016 年 7 月 21 日) 最新的《财富》世界 500 强排行榜于昨晚发布。中国上榜公司数量继续增长,今年达到了 110 家,13 家中国内地公司首次上

榜,其中包括电子商务公司京东、家电巨头美的集团以及三大房地产公司:万科、大连万达、恒大。

据了解,《财富》世界 500 强排行榜以企业年度营业收入和利润作为主要评定指标,每年发布一次。根据上述三家房地产企业年报显示,万科在 2015 年实现营业收入 293.29 亿美元,实现净利润 28.83 亿美元;万达集团 2015 年实现营业收入 273.76 亿美元,实现净利润 24.31 亿美元;恒大于 2015 年实现营业收入 211.84 亿美元,实现净利润 24.71 亿美元。

《财富》世界 500 强排行榜也是判断企业实力、规模和国际竞争力的重要指标,被誉为“终极榜单”。2016 年上榜的 500 家公司的总营业收入为 27.6 万亿美元,净利润之和为 1.48 万亿美元,同比分别下降 11.5% 和 11.3%。入围门槛为 209.2 亿美元,比 2015 年的 237.2 亿美元下降 11.8%。2015 年榜单最后一名的营业收入在 2016 年可以排到第 449 位。

数据显示,500 强总收入年均增幅不足 1%,但是部分中国企业的表现相当抢眼。以恒大为例,该公司近些年的收入增幅在 30% 左右。此外,恒大 2016 年上半年实现了销售额 1418 亿元,同比增长 62.8%。

资料来源:中国经济网.世界 500 强榜单发布 110 家中国公司上榜 3 大房企榜上有名[EB/OL].
http://www.ce.cn/cysc/fdc/fc/201607/21/t20160721_14005757.shtml. (2016-07-21)

2. 企业的特征

在市场经济中,企业是最重要的市场经济活动主体,它必须具备以下几个特征。

企业必须自主经营。企业只有自主经营,才可能对市场信号灵敏地做出反应,并根据市场的变化迅速做出恰当的经营决策。

企业必须自负盈亏。只有自负盈亏的企业才能成为独立的利益主体,才能在物质利益的驱动下积极主动地按照市场的变化及时调整自己的生产和经营。

企业的产权必须清晰。只有这样,企业经济资源的有效利用才会真正受到产权所有者的关注,使自主经营和自负盈亏真正落到实处。

(二) 企业的组织形式

企业的组织形式是指企业财产及其生产的组织状态,它表明一个企业的财产构成、内部分工协作与外部社会经济联系的方式。

1. 个人独资企业

个人独资企业西方也称“单人业主制”,是一个自然人投资并兴办的企业,其业主享有全部的经营所得,同时对债务负有完全责任。这种企业的规模都较小,优点是经营者和所有者合一,经营方式灵活,建立和停业程序简单。这些优点使这种组织形式的企业在发达资本主义国家占有相当大的比重(主要是中小型企业)。

我国的个体户和私营企业很多属于此类企业。这类企业的缺点是自身财力所限,抵御风险的能力较弱。

2. 合伙企业

合伙企业是由两个以上的自然人订立合伙协议,共同出资、合伙经营、共享收益、共担