

管理经济学（MBA全景教程之二）（节选）

【所属体系】 MBA 全景教程系列

【主讲专家】 李平

内容提要

第一讲

1. 经济学的基本命题
2. 管理者的基本任务
3. 管理经济学的分析方法
4. 企业与市场概述(一)

第二讲

1. 企业与市场概述（二）
2. 机会成本概述
3. 市场需求曲线与需求函数
4. 市场供给曲线与供给函数

第三讲

1. 均衡价格概述
2. 需求的价格弹性
3. 需求的收入弹性
4. 需求的交叉弹性

第四讲

1. 生产函数
2. 投入要素的最佳组合（一）

第五讲

1. 投入要素的最佳组合（二）
2. 生产扩大线路
3. 规模报酬
4. 成本性质
5. 成本函数（一）

第六讲

1. 成本函数（二）
2. 盈亏平衡分析

第七讲

1. 市场构成概念
2. 影响市场结构的因素
3. 市场结构类型——完全竞争结构

第八讲

1. 市场结构类型——完全垄断结构
2. 市场结构类型——垄断竞争结构
3. 市场结构类型——少数垄断结构

第九讲

1. 企业之间博弈的基本知识
2. 企业博弈的类型——纳什均衡
3. 进入障碍和退出行为的选择

第十讲

1. 产品定价新方法和实施条件
2. 技术变革和创新的基础知识
3. 技术变革和市场结构的关系

第一讲 管理经济学概述与基础概念（一）

【本讲重点】

- 经济学的基本命题
- 管理者的基本任务
- 管理经济学的性质
- 管理经济学的主要理论
- 管理经济学常用的分析方法
- 市场与企业（一）

管理经济学概述

管理经济学是微观经济学在管理实践中的应用，它为企业决策和管理提供分析工具和方法，其理论主要是围绕需求、生产、成本、市场等几个因素提出的，常用的分析方法有三种：均衡分析方法、边际分析方法和数学模型分析方法。

经济学的基本命题

1. 经济学的基本命题：有效配置稀缺性的经济资源

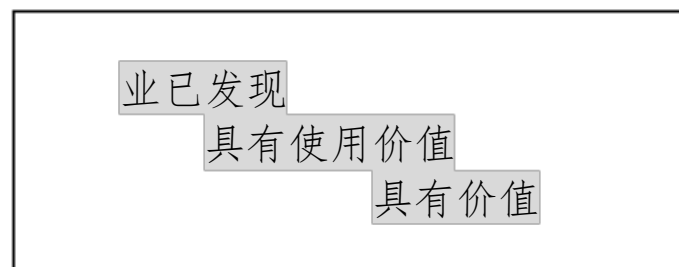
管理经济学是经济学的一个分支。在学习管理经济学之前，我们必须先了解经济学的产生机制。经济学的基本命题是现实经济中产生的一对矛盾：经济资源的稀缺性与人类需求的无限性之间的矛盾。

在这个世界上，所有的经济资源都是有限的，而人们的生产和生活的需求则是无限的。任

何社会或个人都无法得到所想要的一切东西。怎样使有限的经济资源最大限度地满足人们的生产和生活需求？这就是经济学这一门学科产生的前提。

也许有人会对“所有的经济资源都是有限的”这一说法提出质疑——空气、海水不就是大量存在的吗？回答这个问题，必须了解成为经济资源需要满足的三个条件：

2. 经济资源的三个条件



(1) 经济资源是人类已经发现的资源

现在，人类已经探明的地球上的石油、煤炭、铁矿等资源的储量都是有限的。而且，这些资源都属于非再生资源。也许经过一段时间，当我们耗尽了这些资源以后，人类的生产和生活需求就会遭遇到很大的难题。乐观的人认为，不必为这种问题担心，在今天的资源用完之前，人类完全有可能已经发现了新的替代资源。但是，经济工作必须立足于现实——人类将来的确可能发现新的资源来替代今天的石油、铁矿和煤炭，但这是未知的、不确定的。我们可以统计到经济资源目录里的是人类今天已经发现的资源，而那些没有被发现或将来可能被发现资源，都不能列入经济资源的目录。这是衡量是否属于经济资源的首要条件。

(2) 经济资源应具有使用价值，也就是“有用”

因为没有使用价值的物质，是没有经济性的，也就不能成为经济资源。

(3) 经济资源是有价值的

商品学告诉我们，物品的价值体现在其参与交换的过程中。而一种物品能够被交换的基本前提就是它的产权是明确的。空气、海水尽管是大量存在的，但是它们没有明确的归属，不能参与交换。也就是说，它们不具有价值，所以，不属于经济资源的范畴。

现在我们可以毫无疑问地说，凡是符合以上三个条件，能够被列入经济资源目录的所有的物质，都是有限的、稀缺的。这就证明了经济学的基本命题：经济资源的稀缺性与人类的需求的无限性之间的矛盾，是存在的。

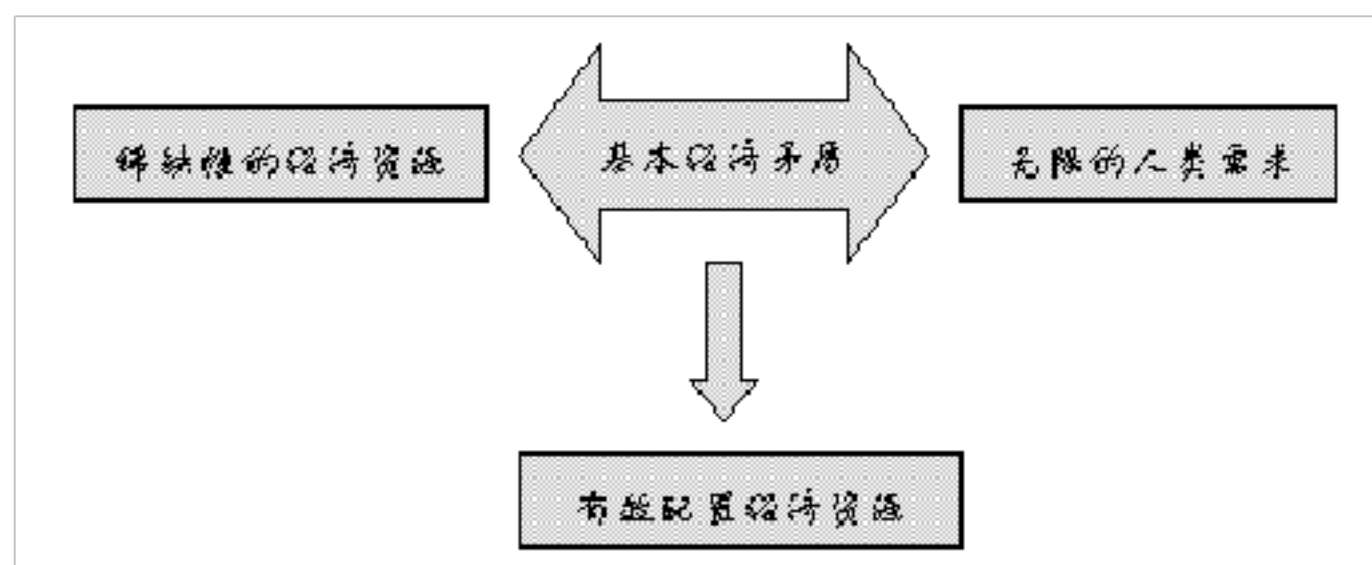


图 1-1 经济学的中心命题

【自检】

请你回答下列问题：

- (1) 你如何理解“经济资源的稀缺性”？

(2) 尽可能列出你的企业在生产活动中应用到的经济资源。

3. 学需要解决的基本问题

既然经济资源具有稀缺性，人类的需求又是无止境的，那么在现实经济中，就需要解决一系列的问题。

(1) 现实经济中经常遇到的问题

◆ 生产什么？

经济学的目标是，用稀缺的资源去生产人们非常需要的物品，使人们的需求得到最大限度的满足。所以，我们首先要确定，在经济资源总量有限的前提下，应该用这些资源来生产什么产品，提供什么样的劳务，避免生产人们不太需要或完全不需要的产品。

◆ 生产多少？

尽可能使各种产品在数量上与各自的需求量保持一致。数量过多的产品会出现积压，过少的产品则不能充分满足人们的需求，也就没有达到最大限度地满足人们需求的目的。

◆ 怎样生产？

这个问题实际上就是选择什么样的生产方式的问题。不同的技术水平，不同的生产组织形式，都决定了资源使用效率的高低。为使效率达到最高，应该选择合适的生产组织形式和追求更高的技术水平。

◆ 为谁生产？

这个问题要回答：我们生产出来的产品，或者说这个社会产生的财富，以什么样的方式进行分配。如果分配方式合理，多数人的需求都可以得到满足，否则，可能只有一部分人的需求得到满足，同时还有一部分产品和资源严重闲置，而另外一部分人的需求却得不到满足。

(2) 解决以上问题的途径

◆ 解决“生产什么”和“生产多少”的问题，主要通过合理配置来解决。合理配置的标准是：在各个产品的生产上，既不存在资源的闲置，也不存在资源的紧缺。实现合理配置，首先就要在量的比例上满足各个方面的需求。

◆ 选择适当的方式，以实现有效利用。实现了有效利用，也就提高了资源的使用效率。解决“怎样生产”的问题，最重要的是提高资源的使用效率。

◆ 公平分配。因为“为谁生产”的问题，实际上是一个分配问题，只有通过公平的分配，才能最大限度地调动人们的主观能动性，积极有效地利用资源。

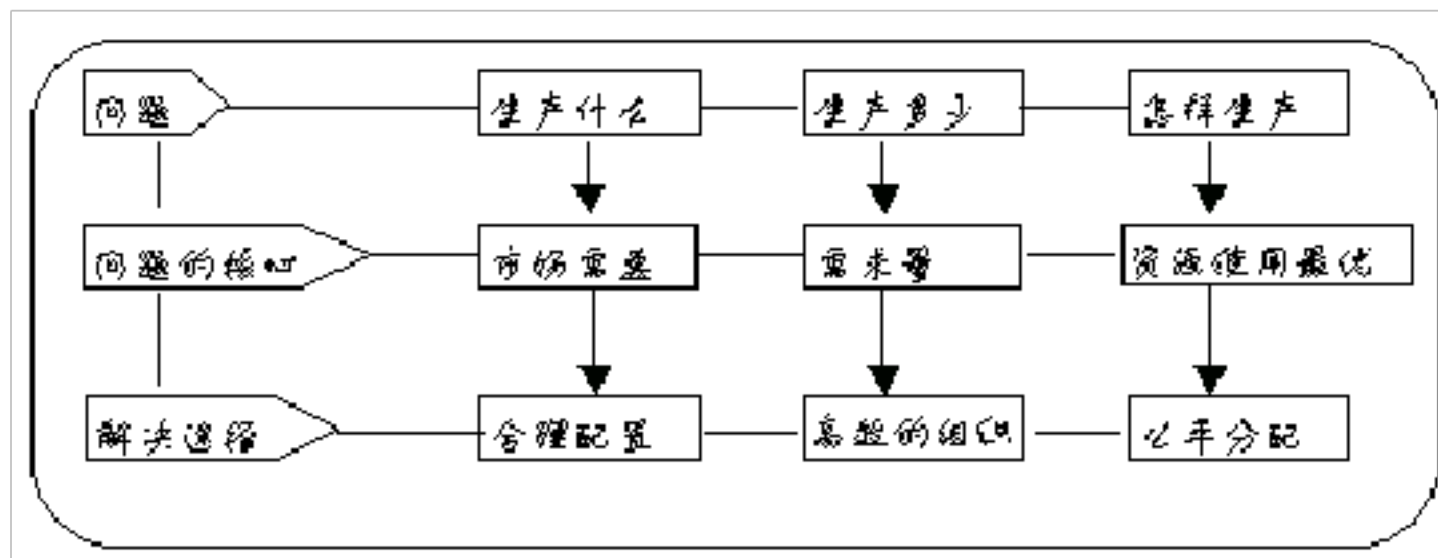


图 1-2 经济学需要解决的问题及解决途径

【自检】

假如碰到这样的问题：最新的技术会使你的企业节约极大的生产成本，但是这项技术需要较大的资金投入。在这种情况下，你是如何进行决策的？是依据主观的判断，还是利用科学的分析方法？

管理者的基本任务

管理经济学必然要涉及到管理者在管理中可能会遇到的问题。管理者在管理过程中，所要面对的问题和经济学所需要解决的问题，或者说一个经济工作者所要面对的问题，基本上是不同的。

管理者需要解决的三个问题：

在解决上文提出的“生产什么”、“生产多少”和“怎样生产”三个问题时，管理经济学起到了什么样的作用呢？实际上，这三个问题的解决就是一个决策的过程。

1. “生产什么”的问题

(1) 管理者应该关注的焦点

现实中，管理者常常要对自己提出这样的问题：生产什么或者经营什么才能获得最大的利润？显然，他们关注的是各个产业的发展前景以及各个市场的成长空间。那么，如果一个产业有很好的发展前景，有很广阔的市场空间，是否这个产业的所有生产者或经营者都会成功呢？显然是不可能的。不管在任何领域，总是有的企业亏损，有的企业盈利。那到底是什么导致了盈利企业的成功，又是什么导致了亏损企业的失败呢？

(2) 结合自身资源优势确定经营方向

管理经济学认为，企业选择生产经营的方向，一定要与本身所具备的资源的质量和数量相适应。如果管理者对自己企业所拥有的资源的质量和数量有一个科学的分析，能够准确地把握企业资源的优势，根据资源的状况选择生产和经营方向，那么这个企业就可能成为所在领域的成功者。

【案例】

网络业曾经被认为是发展前景极好的一个产业，但是，至今为止，多数从事网络业的企业仍然没有获得盈利。这说明即使前景看好的产业，企业也未必能够获得所预期的利润率。反之，在一些市场处在萎缩期的传统产业，仍有一些企业能获得很好的业绩。所以，我们在分析产业的发展前景时，很重要的一点是把企业自身拥有的资源的优势和企业所选择的经营方向很好地结合起来。

2. “生产多少”的问题

这个问题涉及到企业规模的控制。上文提到，同处一个领域，有的企业经营得很成功，有的企业却不能盈利。企业在考虑自身资源优势之外，还要做到适当地控制企业规模。选择合适的企业规模，一是考虑当前的市场的大小，二是要考虑市场的发展潜力。如果企业对规模控制不当，规模过大，它在市场上提供的产品的数量远大于需求量，为了销售，必然要降低产品的价格，价格下降则直接降低了利润率；规模过小，企业所能占领的市场空间也相对要小。

3. 决“怎样生产经营”的问题

企业可以采用不同的方式，为市场提供产品或服务。比如，要成立一个咨询公司，就有以下两种组织形式可供选择：

(1) 采用虚拟的组织形式

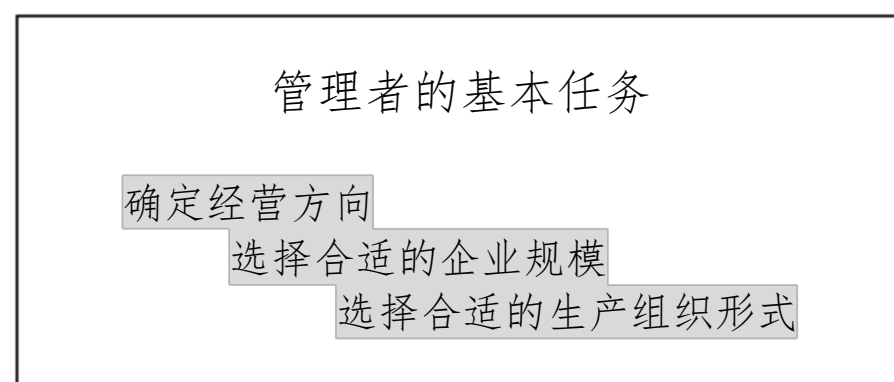
根据每一个咨询任务的要求，选择合适的咨询师。这种组织形式的好处是降低了生产成本，但是很可能在关键的时候找不到合适的咨询师，以至于不能为客户提供专业的服务，也就失去了客户的信任。

(2) 采用传统的组织形式

公司拥有大批的咨询师，保证能够为客户提供及时而专业的服务。而自然的，这种组织形式就增加了企业的生产成本。

【提示】

不同的生产组织形式产生不同的投入产出比。选择什么样的生产组织形式，是经营者和管理者必须重视的一个问题。在技术上投入的大小，以及不同的生产组织形式，会产生不同的成本与利润的比例。也就是说，生产组织形式的选择，直接影响投入与产出的比例关系。



【提示】

这三个问题的解决，是一个企业能否实现最大限度盈利的关键。解决了“生产经营什么”与“生产经营多少”的问题，也就确定了企业的业务结构或者产品结构。而解决了“怎样生产经营”的问题，企业就可能以较低的成本获得较高的生产效率。

【自检】

你对网络业的发展前景持何看法？网络企业应该具备什么素质？

管理经济学的性质

在解决上文提出的“生产什么”、“生产多少”和“怎样生产”三个问题时，管理经济学起到了什么样的作用呢？实际上，这三个问题的解决就是一个决策的过程。

1. 决策

所谓决策，就是在许多可行方案中选择最佳方案。

(1) 确立目标

在进行决策时，首先要明确我们要获得一个什么样的结果。

(2) 提出可选方案

达到一个目标，可以有多条途径，我们的任务就是尽可能提出所有可能的方案。

(3) 选出最优方案

这是关键的一步，我们要对所有的方案进行比较，选出最为可行的方案，使这个方案的实施最有可能达到以较小的投入获得最大产出的目的。

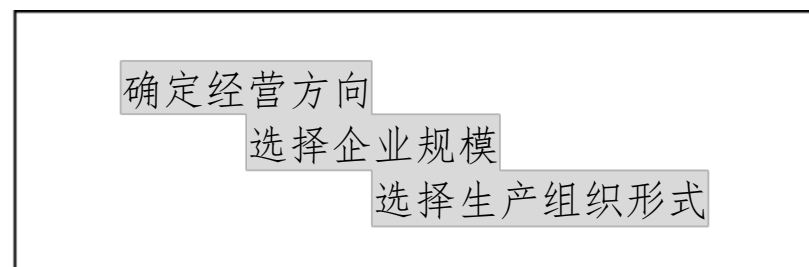
图 1-3 决策过程

2. 管理经济学在决策过程中的作用

管理经济学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。在这个决策过程中，管理经济学的作用就是提供了相关的分析工具和分析方法。

3. 管理经济学的性质

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：



【自检】

你的企业在面临困惑时，你如何去寻求科学（比如管理经济学）的支持？

管理经济学的主要理论

1. 需求理论

需求理论主要分析不同价格水平的产品的需求量，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。

2. 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。

3. 成本理论

成本理论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。

4. 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。

管理经济学常用的分析方法

1. 管理经济学发挥作用的前提 2

管理经济学在决策过程中能够发挥其提供分析工具和方法的作用有两大前提：

(1) 企业要承认市场有配置资源的作用

市场通过供给和需求的变化来影响价格，价格变动引导资源在各产业部门之间的流动，体现为由经济效益低的部门流向经济效益高的部门，从供给过剩的部门流向供给不足的部门，从而达到资源的合理配置。

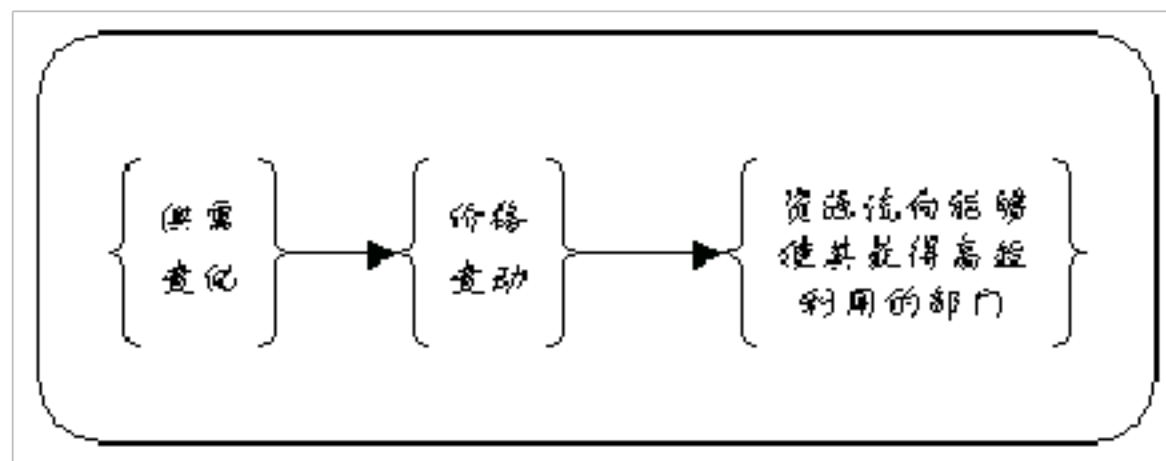


图 1-4 市场的资源配置作用图

在分析各个方案可能产生的利弊时，要把企业放在市场经济的条件下。管理经济学着眼于市场经济条件下，企业处在市场竞争的条件下怎么确定价格；怎么选择产量；怎么实现最大限度的利润。也就是说，是在市场经济的环境条件下分析价格、产量、成本等市场因素和企业的市场行为。偏离了市场经济这个大的经济环境，管理经济学的很多问题就很难讨论。所以，我们必须明确，市场具有配置资源的作用，这是管理经济学存在的基本前提。

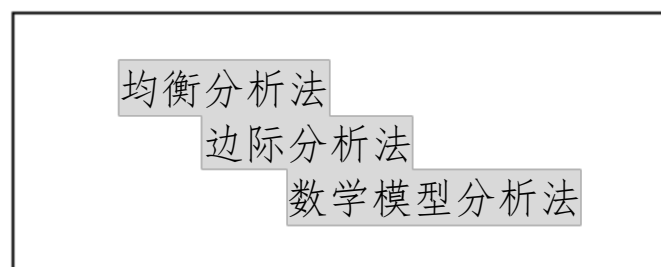
(2) 假定企业的第一目标是追求利润最大化

企业是经济组织，它之所以存在是因为它可以把各种各样的要素通过生产和经营完成形态和功能上的转换，并获得盈利。如果一个组织同时承担了政治职能或者社会职能，那么这个组织的经济成本就可能会超过它在完成转换的过程后所获得的经济效益。而一家企业如果成本大于效益，它就很难在竞争激烈的市场上获得持续的发展，最终结果就是没有盈利或者亏损。追求利润最大化，是企业的最重要的经济职能。管理经济学正是服务于企业的这一目标。

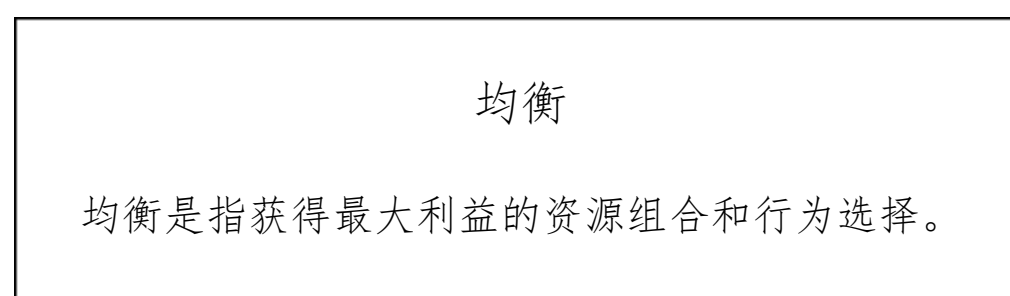
【自检】

你如何理解“市场配置资源的作用”？

2. 管理经济学的分析方法



(1) 均衡分析方法



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。

均衡分析方法的主要应用方向：

制定价格。企业在制定价格的时候，并不是定得越高越好。

公式：销售收入=价格×销售量

◆ 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？这就涉及到“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。

◆ 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，就要用到均衡分析的方法。

◆ 要素组合。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，组合起来的要素的成本是有差异的。选择哪一个方案，也需要利用均衡分析的方法。

均衡分析方法主要应用方向

制定价格

确定产量

确定要素组合

【自检】

你如何制定价格策略？

(2) 边际分析方法

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。可以用以下的公式来说明。

公式：边际值= $\Delta f(x) / \Delta X$

其中， X 代表投入， $f(x)$ 代表产出，表现为 X 的函数； Δ 表示变量。

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。

边际分析方法的两个重要概念

◆ 边际成本：每增加一个单位的产品所引起的成本增量

◆ 边际收益：每增加一个单位的产品所带来的收益增量

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。

边际分析方法应用的主要方向：

◆ 确定规模。上文提到，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，所可能带来的产出的增量，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。

公式： $\pi = MR - MC$

其中， 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。

◆ 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。

◆ 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。

◆ 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。所谓边际效益，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到各个产品，所能产生的边际效益是相等的，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。

边际分析方法主要应用方向

确定企业规模

制定价格策略

确定要素投入量

产品结构分析

【自检】

(3) 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。

数学模型主要的应用方向：

◆ 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，

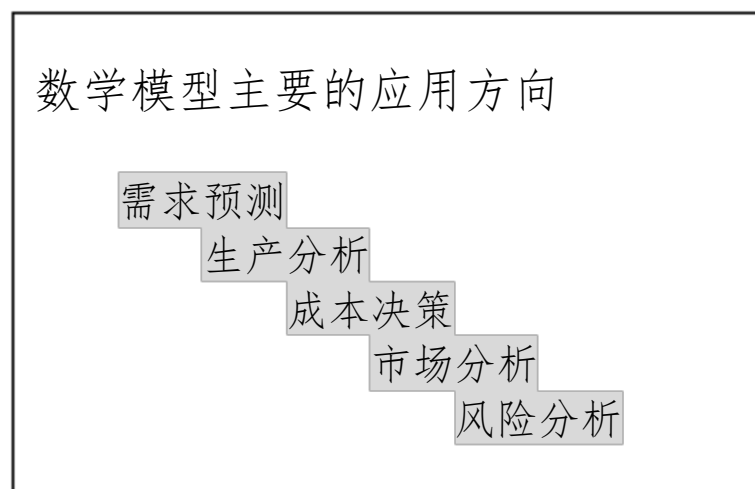
对需求所产生的影响的大小。

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

◆ 成本决策。成本是直接影响利润的因素，是企业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。

◆ 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。

◆ 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。



【自检】

【对“管理经济学概述”的小结】

经济学的基本命题是有效配置稀缺性的经济资源。为了达到资源的合理配置，管理者需要完成其基本任务，即解决三个问题：生产经营什么、生产经营多少、怎样生产经营。在解决这些问题的过程中，管理经济学的作用是提供分析工具和分析方法，它的主要理论包括需求理论、生产理论、成本理论和市场理论，常用的分析方法是均衡分析方法、边际分析方法和数学模型分析方法。

第二讲 基础概念（二）与需求理论（一）

【本讲重点】

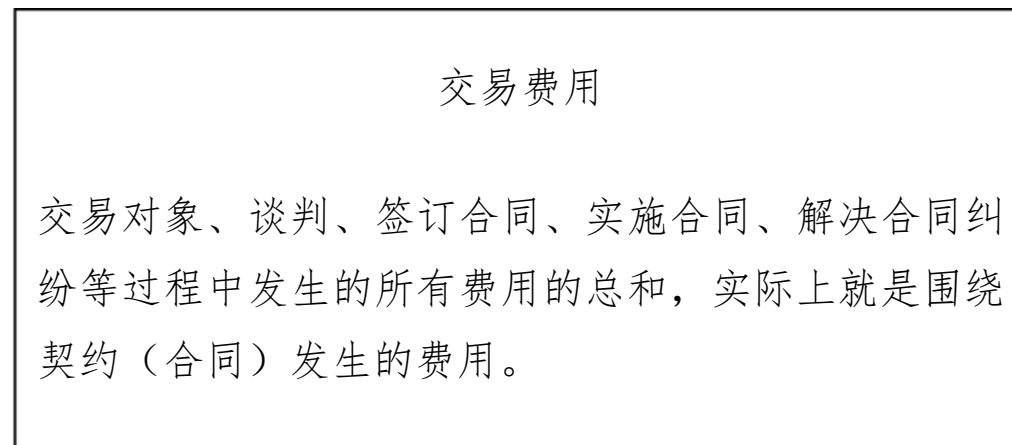
- 企业（二）
- 机会成本与经济利润
- 市场需求曲线与需求函数
- 市场供给曲线与供给函数

下面接续上讲，讲述企业的基本功能之外的主要功能。

企业（二）

2. 企业的其他主要功能（二）

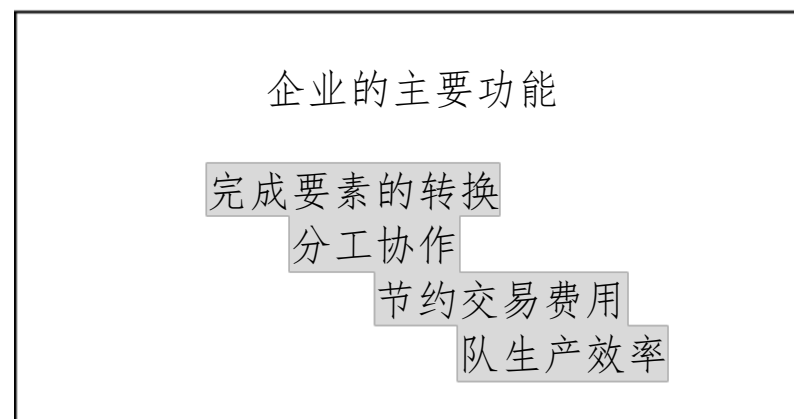
（2）节约交易费用



企业通过减少交易次数，缩短交易过程，可以达到节约交易费用的目的，其本质手段在于把原来在外部市场进行交易的活动，转化为内部活动。需要注意的是，企业这种组织形式在节约交易成本的同时，增加了管理成本。所以企业在扩张其规模时，必须保证因此而节约的交易费用要大于管理费用的增加值。

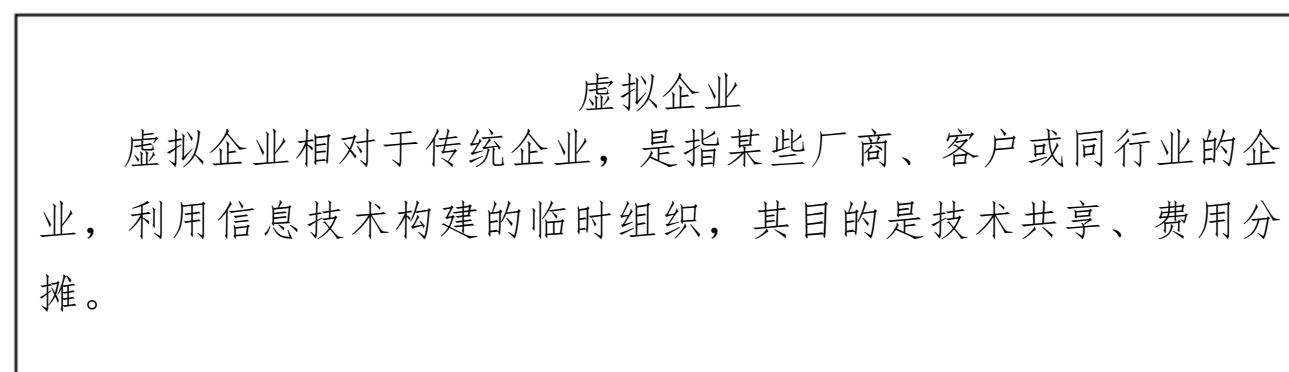
（3）集体生产效率

即队生产效率。在现代的工业生产和经营中，有许多工艺和大型设备，只有在集体生产的条件下才能发挥效力，在个体生产的条件下，这些工艺或设备或是不能使用，或是高成本、低效率。这实际上是集体生产带来的高效率，只有在企业组织中才能实现。



3. 虚拟企业

（1）虚拟企业的概念



（2）虚拟企业与传统企业相比不同之处

传统企业需要具备特定的要素：设备、工程技术人员、核心技术、销售系统等等。虚拟企业是现代经济发展的产物，它没有自己的生产设备、工程技术人员、科研人员，甚至没有自己

业，因此就产生了“虚拟企业”的概念。

(3) 虚拟企业的特点

◆ 功能高度专门化

多数虚拟企业都建立在一个生产平台或者经济平台上。假设一个企业想生产电脑，它没有生产设备和生产线，它可以采购一些标准化的组件和一些标准化的软件，委托一个专门的总成企业，把这些标准化的组件和标准化的软件组装起来，然后在网上获得采购的消息，也就是获得订单，然后再通过一个专门的配送企业把产品配送出去。那么，这家企业就可以算作虚拟企业了。虚拟企业在这个生产平台上所组织的各企业都具有专门的生产功能。

◆ 运作的合作化

虚拟企业的运作，需要大量的提供标准件的企业。没有这些生产标准件，或者制造标准化模块的企业，虚拟运作很难实现。因为最终的产品是物质产品，最终的劳务是实实在在的一种劳务。这就要求虚拟运作的企业同生产标准化模块和组件的企业紧密结合在一起，互相合作。这种合作不同于以往的那种承包和下承包的合作方式。过去的承包和下承包的合作方式，是由总成企业提供图纸，下承包的企业按照总成企业的图纸进行生产，然后把生产出的零部件交给总成企业进行装配，然后销售。

在传统的这种分包制当中，下承包的企业，它所生产出的零部件，只能交给总成企业去装配和销售，因为这些产品都是按照特殊的技术模式进行生产，是按照特殊的标准进行生产的，如果总成企业不购买这些元器件，分包企业的产品就可能没有市场，因此在传统的生产协作过程当中，总成企业具有明显的支配价格的能力。

在虚拟运作中，所有的企业都是平等的、合作的关系。每一个虚拟运作的企业，当它要购买标准化组件的时候，它所要寻找的是那些性能最好，成本最低的一些标准化组件。那么生产标准化组件的企业，

也可以采取这样的态度去选择零部件的企业，相互之间有一个选择的可能，以确保良好的合作关系。与传统的生产组织模式相比较，虚拟企业之间的合作关系更为密切。

◆ 组织的网络化

组织的网络化

的关系大多是通过技术联系方式体现出来的。

目前，一般的虚拟企业都大量利用互联网技术。它们在网上下订单，提出工艺要求、质量要求和完成期限，在网上进行电子商务，完成货款的交割。组织的网络化还有另外一个体现，就是所有参与虚拟运作的企业，在网络上都呈多结点的、放射性的状态。

传统的生产组织方式，要求所有的分工协作企业都要服从总成企业的技术安排，它所体现的实际上是一种上下级之间的关系，而所有参与虚拟运作的企业在网络上都是自主、平等地选择合作伙伴，结果是形成一个生产技术的协作网。

虚拟企业的特点

- ◆ 功能高度专门化——所有参与者都具有专门的功能；
- ◆ 运作的合作化——参与者之间是平等的、合作的关系；
- ◆ 组织的网络化——参与者之间联系密切；多使用网络技术。

机会成本与经济利润

利润在传统上的意思比较简单，可以定义为收入减去成本。但是对经济学家和会计师而言，利润的定义有很大区别。

这里把机会成本和经济利润放在一处，是因为二者之间有着联系：经济利润区别于会计利润就在于它考虑了机会成本。机会成本是由选择产生的——一种经济资源往往具有多样用途，选择了一种用途，必然要丧失另一种用途的机会，后者可能带来的最大收益就成了前者的机会成本。机会成本和经济利润都可以用来衡量一项决策的经济利益。管理者必须考虑这两个概念。

1. 机会成本

(1) 机会成本的概念

机会成本是经营决策过程中，经营者所必须考虑和重视的概念。假设一种资源具有多种用途，那么资源用于其他方面可能获得的最大收益就是资源用于实际方面的机会成本。这个概念的前提是大多数经济资源都具有多样用途。提出机会成本的概念则是为了最大限度地发挥资源的效用。如果一个企业占用某种资源，但是它没有最大限度地发挥这种资源的潜力，那么从经济学的角度上看，它就应当把这种资源转用于其他的方面。

考虑机会成本的前提是资源在现实的使用方式上没有获得最大的可能的收益，也就是使用一项资源所获得的现实收益小于其他使用方式所可能获得的最大收益。

(2) 机会成本的两个条件

◆ 所使用的资源具有多种用途

机会成本本质上是对不能利用的机会所付出的成本，因为企业选择了这种用途，就必然丧失其它用途所能带来的收益。如果资源的使用方式是单一的，那就谈不上各个机会的利益比较。只有当资源具有多用性的时候，企业才要考虑机会成本，这是考虑机会成本的一个前提条件。

◆ 把可能获得的最大收入视为机会成本

考虑机会成本时并不是指任何一个使用方式，而是指可能获得最大的收入使用方式。在这里，需要强调可能性。

【提示】

在证券市场上获得的收入，不能认为是资金使用的机会成本。

资金投入到证券市场上，需要和其他因素（如经验）相结合，才能获得相应的收益。一种资源的机会成本，是指这种资源在自身发挥作用的时候可能获得的收益水平。机会成本强调的是可能的最大值。

(3) 机会成本在实践中的体现

◆ 存款与投资的比较

假设有一笔资金，可以把它存在银行里，也可以把它投入到企业运营中。假设选择的是把它投入运营中，那么这笔资金储存的银行利息就是把资金投入企业运营的机会成本。

有些国家在经济发展处于疲软状态时会连续地降低银行利率，这种手段其实就是降低企业使用资金的机会成本，刺激企业更多地把资金投入企业运营中。而在经济形势良好的状态下

行的利息，那选择存款以获得利息就是明智的选择。

◆ 自营公司和任职他人公司的收益的比较

假设是自己经营公司，那么在其他公司任职的机会可能带来的最大收入就是自营公司所获得的收入的机会成本。

◆ 要素出售或者是再加工

在现实中，有很多企业在购进某种生产要素时，这种要素的市场价格较低，一段时间后，价格上扬，这个时候，是按照原来的生产计划再加工这种要素，还是直接出售这种要素呢？如果是选择前者，那么直接销售所可能获得的收益就是再加工的机会成本。

◆ 设备使用

如果一个设备具有多种用途，企业在选择其使用方式的时候，就会比较哪一种方式会带来更大的收益。

经济利润

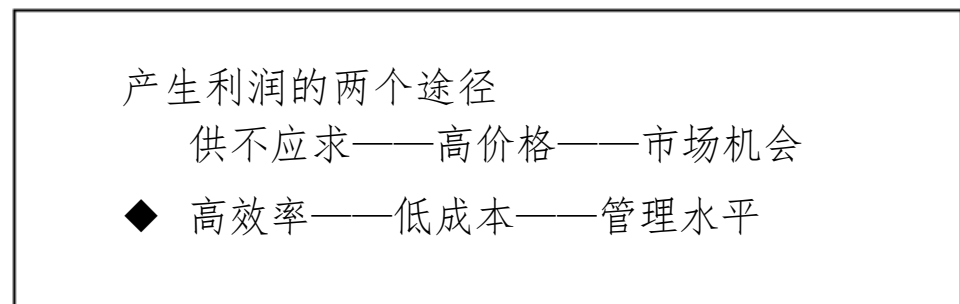
(1) 经济利润的概念

公式：经济利润=收入-会计成本-机会成本

会计利润=收入-会计成本

由以上两个公式的比较，可以看出，经济利润是考虑机会成本支付条件下的收益。纳入机会成本，是利于资源最大限度的使用的思维方式，即使这个成本不能体现在财务账面上。

(2) 产生利润的途径



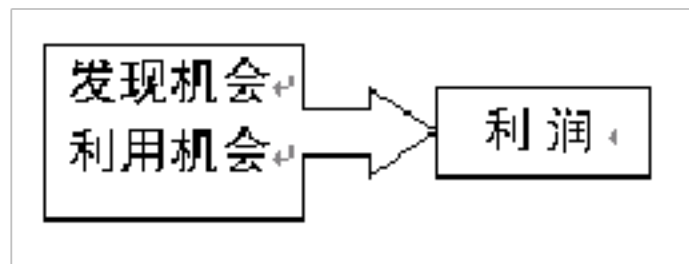
◆ 供不应求拉动市场价格上升

判断什么领域会出现供不应求的状况或趋势，需要经营者善于捕捉机会。

◆ 较低的成本，是产生高利润的一个条件

较低的成本，主要来自于效率的提高。效率的提高又有赖于高素质的管理水平。

每个人在现实生活中，都会遇到很多机会，发现机会之后，能不能把握它，是最终能不能使企业发展起来的一个非常重要的问题。如果一个企业家有能力发现机会，但是没有能力把握机会，现实的收益就不属于这个企业家。所以从利润的角度，可以得出这样的结论：一个成功的企业家，不仅要有发现机会的能力，还要有利用机会的能力。



【自检】

试举出你在生产经营决策时所碰到的关于机会成本的问题。

【对“基础概念”的小结】

企业的生产活动是在产品市场和要素市场之间进行的，它要盈利的关键在于它要保证从产品市场上获得的货币收入大于它在要素市场上支付的货币。企业的基本功能是完成要素的形态和功能的转换，此外，它的主要功能是分工协作以提高组织效率、节约交易费用以及实现队生产效率。虚拟企业是现代经济发展的产物，主要利用网络技术构建而成，与传统企业具有极大的差异。机会成本是由选择产生的，资源用于其他方面可能获得的最大收益就是资源用于实际方面的机会成本，经济利润是考虑了机会成本的利润，有效的管理者必须关注机会成本与经济利润。

需求理论（一）

市场需求曲线与需求函数

需求要满足两个方面的要求

购买欲望
支付能力

可以用需求曲线和需求函数来分析需求的变化规律。价格与其他因素：消费者偏好、收入水平、相关商品价格、消费者的心理预期等，共同影响需求的变化。但是，在分析中，不可能同时考虑所有的因素，又因为在所有的因素中，价格是最重要的，所以，一般的需求曲线和需求函数多指对价格而言。

1. 需求的概念

【需求】一个特定时期内，消费者在某一价格下对一种商品，愿意而且能够购买的数量。也即有效需求的概念，它要满足购买欲望和货币支付能力两个条件。

购买欲望 × 货币支付能力 = 需求

2. 市场需求曲线

(1) 市场需求曲线的形成

假设影响需求的其他因素不变，那么反映价格和需求量的关系的曲线就是市场需求曲线。设计一个坐标系，以横轴表示需求量，纵轴表示价格。把每一个价格下的需求量反映到坐标空间，表现为多个点，用曲线把这些点联结起来，就形成一条需求曲线。

(2) 图示

价格	36	35	34	33	32	31	30
需求量	565	570	580	590	600	700	630

图 2-1 市场需求曲线

图 2-1 是一条反映煤炭的价格影响需求量的变化的需求曲线。显而易见，当价格较高时，需求量较小；随着价格下降，需求量逐渐增大。

【自检】

假设你被橱窗里那颗泛着幽幽蓝光的钻石迷住了眼，不幸的是，你的口袋里只有 33 元，但是你坚信，总有一天你会买下上百颗这样的钻石。按照经济学中有效需求的观点，能否认为你对钻石的需求量达到上百颗呢？

3. 需求曲线的特点

(1) 部分需求曲线都呈自左上方向右下方倾斜的态势

这种态势表明市场价格越高，需求量越小；市场价格越低，需求量越大。大多数商品都表现为这样的属性，所以也可以把这种价格和需求量之间的意向关系，称为需求法则。

需求法则

- ◆ 价格越高，需求量越小；
- ◆ 价格越低，需求量越大。

(2) 需求曲线所反映的只是一定时期内价格和需求量关系

需求曲线存在的前提是假定影响需求量的其他因素是不变的。但实际上，影响需求量的因素有许多。在一定时期内，我们可以假定这些因素趋向于静止。而在较长的时期内，其中很可能有一些因素发生很大的改变，导致需求量在同一个价格水平下表现出巨大的差异。此时，单纯研究价格与需求量的关系就没有现实意义了。所以，只能在一个特定的时期内研究需求曲线。

(3) 需求曲线可以分为行业需求曲线、企业需求曲线和个人需求曲线

行业需求曲线反映所有的消费者对某一商品的需求量在价格波动时产生的变化的规律。个人需求曲线与行业需求曲线一样，也是反映价格对需求量的影响。不同之处在于，前者的表现主体是个别消费者，后者则是所有的消费者。因此，行业需求曲线实际上是对所有消费者在一定价格条件下的需求量的横向相加。企业需求曲线又与两者不同，它反映的是企业提供的产品被消费者需求的数量受价格变动的的影响。

【自检】

试举出不符合需求法则的商品。假设你经营的商品属于此类,那么,当你涨价时,销售量反而会更大。

4. 影响需求曲线位置的因素

(1) 商品的价格

需求曲线所表现的就是商品价格对需求的影响：当价格较高时，需求很小；随着价格降低，需求量逐渐增大。

(2) 消费者的偏好

假设消费者同时对多种商品有消费需求，对于不同的商品，会产生不同的喜好，而喜好程度的差异就会表现出一定的次序性。一般来说，如果消费者对一种商品偏好强烈，会使其需求曲线右移；反之，偏好减弱会使需求曲线左移。

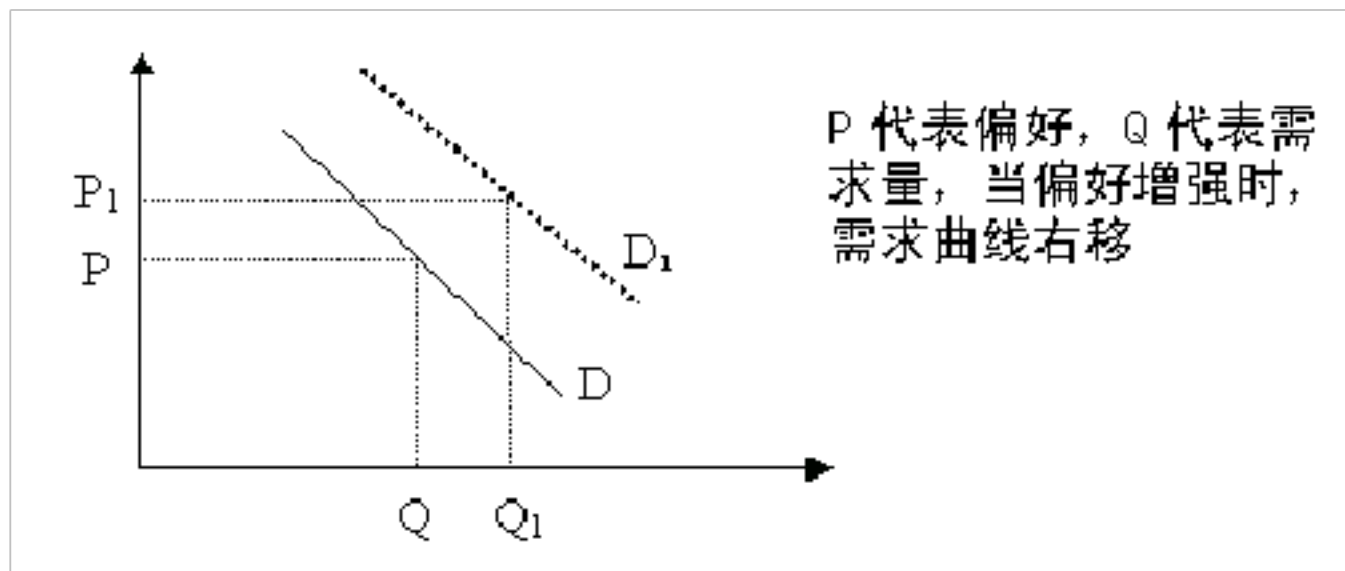


图 2-2 消费者偏好对需求曲线的影响

(3) 消费者的收入

经济学所分析的需求，一般都是指有支付能力的需求，所以需求量的大小与收入水平有直接的关系。如果收入水平普遍提高，有支付能力的消费者就增加了，那么在相同的价格水平下，需求量一般会增加，这时需求曲线右移；如果收入水平普遍下降，有支付能力的购买者减少了，那么在相同的价格水平下，需求量会减少，需求曲线左移。

图 2-3 收入对需求曲线的影响

(4) 相关商品的价格

◆ 替代产品

假设你的企业生产彩电，当同行业企业降低彩电价格时，你的潜在顾客，也就是原来极有可能购买你的彩电的消费者，可能会购买降价彩电。结果就是替代产品通过采用降价策略拉动了自身的需求量，而你的产品的需求量就相应减少了。在坐标系上，表现为需求曲线的左移。相反，如果替代产品提高价格，你的产品的需求量就会增大，表现为需求曲线的右移。

图 2-4 替代产品价格对需求曲线的影响

◆ 互补产品

所谓互补产品，指必须和某一产品共同使用的其他产品。例如，汽车和汽油就是互补产品。当汽油涨价时，使用汽车的成本增大，在某种程度上会导致汽车的需求量的下降。所以，当互补产品中某一种产品价格上升时，其他产品的需求量就会减小，需求曲线左移；反之则使需求曲线右移。

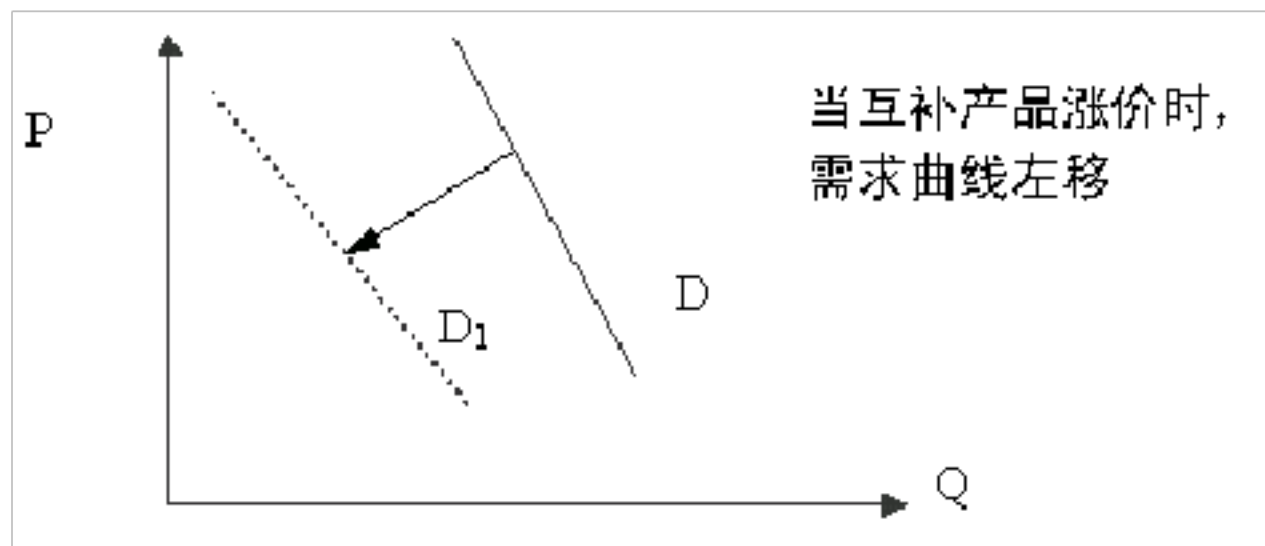
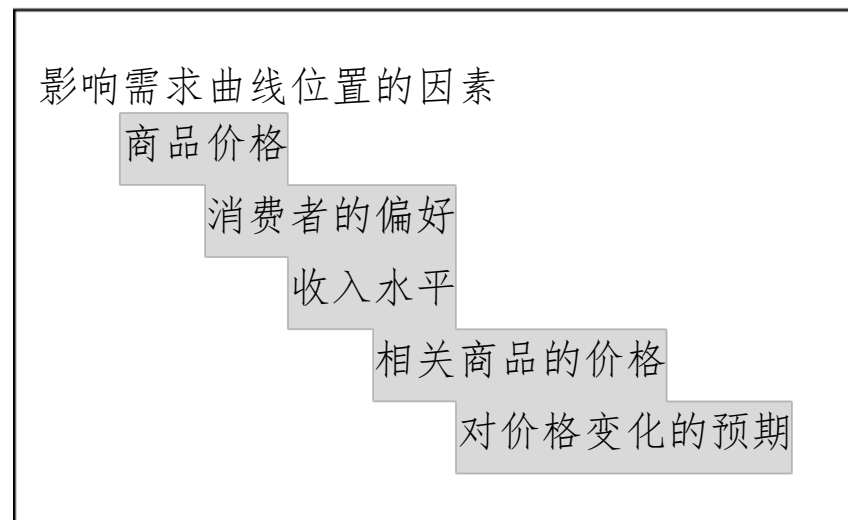


图 2-5 互补产品的价格对需求曲线的影响

(5) 对价格变化的预期

所谓对价格变化的预期，指的是消费者对一段时期内产品的价格变化趋势的预测。一般而言，消费者的心态，多为“买涨不买落”。消费者认为，当价格看涨时，现在购买会比以后购买更为经济，所以，他们会把将来的需求提前实现。那么，产品的需求量也就增大了，表现为需求曲线的右移。反之，则需求量减小，需求曲线左移。企业可以利用消费者的这种心态，有意识地引导潜在消费者实现购买行为。



在分析影响需求的各个因素之后，我们可以用这些因素来表现需求量，也就是需求函数。

5. 需求函数

用价格、消费者偏好、收入、其他商品的价格、消费者对价格变化的预期等因素，表现需求量的函数，就是需求函数。

$$Q_p = f(P_x, T, I, P_s, E)$$

其中： P_x ：商品价格

T ：消费者偏好

I ：收入

P_s ：其他商品的价格

E ：消费者对价格的预期

在现实中，同时考察五个变量的变化对需求的影响，很难做出一个比较准确的判断。为了较为明确地分析其中一个变量对需求量的影响，我们经常假定其他因素不变。与其他因素相比，价格因素对商品的需求量有更大的影响力，所以现实中所指的需求函数，一般是指需求量对价格的函数： $Q_p = f(P_x)$ 。

【自检】

以你自己的实例解释消费者偏好。

市场供给曲线与供给函数

为了分析价格与市场双方的相互关系，我们在学习了需求曲线和影响需求的因素之后，还需了解供给在市场上的表现。

1. 供给的概念

【供给】指在一定时期内和的一定价格水平下，企业愿意提供的某种产品的数量。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/725202322341011313>