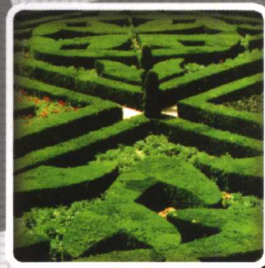
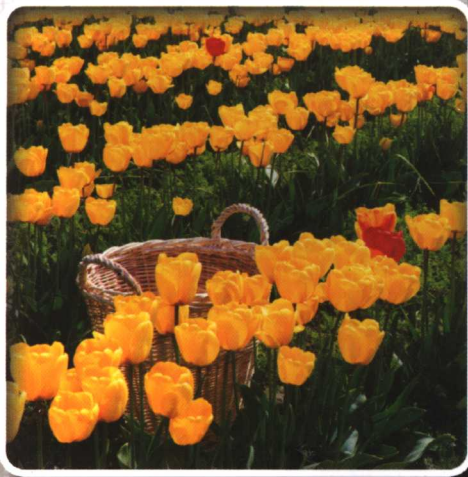


园林企业经营管理

YUANLIN QIYE JINGYING GUANLI

□□□□□□□□□□□□□□□□

■主 编 朱明德
■副主编 赵晓平 汪 泉
■主 审 陈大军



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

高等职业教育园林类专业系列教材



园林企业经营管理

YUANLIN QIYE JINGYING GUANLI

□□□□□□□□□□□□□□□□

■主 编 朱明德
■副主编 赵晓平 汪 泉
■主 审 陈大军

重庆大学出版社

● 内 容 提 要 ●

本书是高等职业教育园林类专业系列教材之一,是根据高等职业院校园林类专业人才的培养目标和要求,以园林企业经营管理为对象,从供给需求理论和现代企业管理理论出发,分别介绍了企业的创立、企业的管理思想、企业的组织和现代企业制度,重点讨论了园林企业经营管理的內容和方法,包括:园林企业经营战略管理、园林企业经营决策管理、园林企业人力资源管理、园林企业营销及招投标管理、园林企业生产管理、园林企业资产管理、园林企业内部控制、园林企业文化和园林企业经营诊断等内容。每章内容包括导读、管理的主要內容和方法、案例及分析、复习思考题4个部分,以培养学生分析问题和解决实际问题的能力。还配有电子课件,供教师参考。

本教材除了作为高等职业技术学院园林类专业的教科书以外,还可作为成人教育的培训教材,也可供园林、园艺、林业等相关专业的管理人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

园林企业经营管理/朱明德主编. —重庆:重庆大学出版社,2006.8

(高等职业教育园林类专业系列教材)

ISBN 7-5624-3807-2

I. 园... II. 朱... III. 园林—农业企业管理—高等学校:技术学校—教材 IV. F326.13

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 097943 号

高等职业教育园林类专业系列教材

园林企业经营管理

主 编 朱明德

副主编 赵晓平 汪 泉

主 审 陈大军

责任编辑:肖顺杰 宋 坤

版式设计:肖顺杰

责任校对:李小君

责任印制:秦 梅

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鸽盛

社址:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (市场营销部)

全国新华书店经销

重庆升光电力印务有限公司印刷

*

开本:787×1092 1/16 印张:14 字数:349千

2006年8月第1版 2006年8月第1次印刷

印数:1—3 000

ISBN 7-5624-3807-2 定价:19.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究

请按此裁下寄回我社或在网上下载此表格填好后E-mail发回

教师信息反馈表

为了更好地为教师服务,提高教学质量,我社将为您的教学提供电子和网络支持。请您填好以下表格并经系主任签字盖章后寄回,我社将免费向您提供相关的电子教案、网络交流平台或网络化课程资源。

书名:			版次	
书号:				
所需要的教学资料:				
您的姓名:				
您所在的校(院)、系:			校(院)	系
您所讲授的课程名称:				
学生人数:	_____人	_____年级	学时:	
您的联系地址:				
邮政编码:		联系电话	(家)	
			(手机)	
E-mail:(必填)				
您对本书的建议:		系主任签字		
		盖章		

请寄:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)
重庆大学出版社市场部

邮编:400030

电话:023-65111124

传真:023-65103686

网址:<http://www.cqup.com.cn>

E-mail:fxk@cqup.com.cn

编委会名单

主 任 江世宏

编 委 (按姓氏笔画为序)

刘卫斌	朱士农	庄夏珍	汤 勤	张建林
张树宝	宋志伟	陈大军	李国庆	杜红英
肖雍琴	林 伟	罗 镪	卓丽环	周庆椿
赵静夫	赵九洲	聂孝仑	郭淑英	谭明权

编写人员名单

主 编	朱明德	上海农林职业技术学院
副主编	赵晓平	黑龙江农垦林业职业技术学院
	汪 泉	河南农业职业学院
参 编	张树宝	黑龙江林业职业技术学院
	郁佳妹	上海市松江区社区学院
	阮 煜	杨凌职业技术学院
主 审	陈大军	北京林业管理干部学院

总 序

改革开放以来,随着我国经济、社会的迅猛发展,对技能型人才特别是对高技能人才的需求在不断增加,促使我国高等教育的结构发生重大变化。据 2004 年统计数据显示,全国共有高校 2 236 所,在校生人数已经超过 2 000 万,其中高等职业院校 1 047 所,其数目已远远超过普通本科院校的 684 所;2004 年全国招生人数为 447.34 万,其中高等职业院校招生 237.43 万,占全国高校招生人数的 53% 左右。可见,高等职业教育已占据了我国高等教育的“半壁江山”。近年来,高等职业教育逐渐成为社会关注的热点,特别是其人才培养目标。高等职业教育培养生产、建设、管理、服务第一线的高素质应用型技能人才和管理人才,强调以核心职业技能培养为中心,与普通高校的培养目标明显不同,这就要求高等职业教育要在教学内容和教学方法上进行大胆的探索 and 改革,在此基础上编写出版适合我国高等职业教育培养目标的系列配套教材已成为当务之急。

随着城市建设的发展,人们越来越重视环境,特别是环境的美化,园林建设已成为城市美化的一个重要组成部分。园林不仅在城市的景观方面发挥着重要功能,而且在生态和休闲方面也发挥着重要功能。城市园林的建设越来越受到人们的重视,许多城市提出了要建设国际花园城市和生态园林城市的目标,加强了新城区的园林规划和老城区的绿地改造,促进了园林行业的蓬勃发展。与此相应,社会对园林类专业人才的需求也日益增加,特别是那些既懂得园林规划设计、又懂得园林工程施工,还能进行绿地养护的高技能人才成为园林行业的紧俏人才。为了满足各地城市建设发展对园林高技能人才的需要,全国的 1 000 多所高等职业院校中有相当一部分院校增设了园林类专业。而且,近几年的招生规模得到不断扩大,与园林行业的发展相呼应。但与此不相适应的是适合高等职业教育特色的园林类教材建设速度相对缓慢,与高职园林教育的迅速发展形成明显反差。因此,编写出版高等职业教育园林类专业系列教材显得极为迫切和必要。

通过对部分高等职业院校教学和教材的使用情况的了解,我们发现目前众多高等职业院校的园林类教材短缺,有些院校直接使用普通本科院校的教材,既不能满足高等职业教育培养目标的要求,也不能体现高等职业教育的特点。目前,高等职业教育园林类专业使用的教

材较少,且就园林类专业而言,也只涉及到部分课程,未能形成系列教材。重庆大学出版社在广泛调研的基础上,提出了出版一套高等职业教育园林类专业系列教材的计划,并得到了全国 20 多所高等职业院校的积极响应,60 多位园林专业的教师 and 行业代表出席了由重庆大学出版社组织的高等职业教育园林类专业教材编写研讨会。会议上,代表们充分认识到出版高等职业教育园林类专业系列教材的必要性和迫切性,并对该套教材的定位、特色、编写思路和编写大纲进行了认真、深入的研讨,最后决定首批启动《园林植物》、《园林植物栽培与养护》、《园林植物病虫害防治》、《园林规划设计》、《园林工程》等 20 本教材的编写,分春、秋两季完成该套教材的出版工作。主编、副主编和参加编写的作者,由全国有关高等职业院校具有该门课程丰富教学经验的专家和一线教师,大多为“双师型”教师承担了各册教材的编写。

本套教材的编写是根据教育部对高等职业教育教材建设的要求,紧紧围绕以职业能力培养为核心设计的,包含了园林行业的基本技能、专业技能和综合技术应用能力三大能力模块所需要的各门课程。基本技能主要以专业基础课程作为支撑,包括有 8 门课程,可作为园林类专业必修的专业基础公共平台课程;专业技能主要以专业课程作为支撑,包括 12 门课程,各校可根据各自的培养方向和重点打包选用;综合技术应用能力主要以综合实训作为支撑,其中综合实训教材将作为本套教材的第二批启动编写。

本套教材的特点是教材内容紧密结合生产实际,理论基础重点突出实际技能所需要的内容,并与实训项目密切配合,同时也注重对当今发展迅速的先进技术的介绍和训练,具有较强的实用性、技术性和可操作性,具有明显的高职特色,可供培养从事园林规划设计、园林工程施工与管理、园林植物生产与养护、园林植物应用,以及园林企业经营管理等高级应用型人才的高等职业院校的园林技术、园林工程技术、观赏园艺等园林类相关专业和专业方向的学生使用。

本套教材课程设置齐全、实训配套,并配有电子教案,十分适合目前高等职业教育“弹性教学”的要求,方便各院校及时根据园林行业的发展动向和企业的需求调整培养方向,并根据岗位核心能力的需要灵活构建课程体系和选用教材。

本套教材是根据园林行业不同岗位的核心能力设计的,其内容能够满足高职学生根据自己的专业方向参加相关岗位资格证书考试的要求,如花卉工、绿化工、园林工程施工员、园林工程预算员、插花员等,也可作为这些工种的培训教材。

高等职业教育方兴未艾。作为与普通高等教育不同类型的高等职业教育,培养目标已基本明确,我们在人才培养模式、教学内容和课程体系、教学方法与手段等诸多方面还要不断进行探索和改革,本套教材也将会随着高等职业教育教学改革的深入不断进行修订和完善。

编委会

2006 年 1 月

前 言

随着我国市场经济的发展和融入国际市场步伐的加快,创立企业和进入市场的门槛大大降低,但与此同时,市场竞争的力度也大大提高。创立企业容易,但维持企业生存、使企业发展的难度逐渐加大,园林类企业更是如此。因为创办园林类企业尤其是中小型园林类企业在市场管制、技术含量和资金投入方面没有很严格的限制,因此,园林类企业更应重视把握市场的脉搏,实施科学的管理,发展壮大自己。城市的扩大和发展,使得现代园林类人才已成为社会紧缺人才。造就一大批社会需要的既懂技术又懂管理的新型园艺服务人才,是本书的基本宗旨。

本书是高等职业教育园林类专业系列教材之一,是根据高等职业院校园林类专业人才培养目标和要求,以园林企业经营管理为对象,从供给需求理论和现代企业管理理论出发编写而成的。本教材力求突出高等职业教育着重培养学生综合能力的特点,反映现阶段园林企业管理的新理论、新知识、新方法和新特点,注重教材的适用性和针对性。

本书由上海农林职业技术学院的朱明德担任主编并对全书进行了统稿,北京林业管理干部学院的陈大军教授负责本教材的审定,黑龙江农垦林业职业技术学院的赵晓平和河南农业职业学院的汪泉担任副主编。编写分工如下:绪论由朱明德编写;第1,2,3章由汪泉编写,其中1.1由汪泉和黑龙江林业职业技术学院的张树宝共同编写;第4,5章由朱明德编写;第6,7章由赵晓平编写,其中7.4由赵晓平和上海市松江区社区学院的郁佳妹共同编写;第8,9,10章由杨凌职业技术学院的阮煜编写,郁佳妹提供了部分案例。在编写的过程中,广泛吸收了国内外经济管理和企业管理方面的优点,参考了部分专家和学者的著作论文,在此谨致谢意。

本书的编写还得到了上海农林职业技术学院、黑龙江农垦林业职业技术学院、河南农业职业学院、杨凌职业技术学院、黑龙江林业职业技术学院和上海松江教育局培训中心的领导、教师的大力支持和关心。在此一并致谢。

书中的不妥之处,请同行、读者批评指正。

编 者
2006年7月

目 录

绪 论

0.1 园林及园林企业的概念	1
0.2 园林的需求和供给	3
0.3 园林企业管理的内容和特点	7
复习思考题	12

1 园林企业管理基础

1.1 现代企业与现代企业管理	13
1.2 现代企业制度	21
1.3 现代企业组织结构	26
1.4 企业的设立、变更和终止	33
案例及分析	38
复习思考题	39

2 园林企业经营战略管理

2.1 企业经营战略概述	40
2.2 园林企业经营战略环境分析	42
2.3 园林企业战略的制订与实施	50
案例及分析	56
复习思考题	56

3 园林企业经营决策和经营计划

3.1 经营决策概述	58
3.2 园林企业经营决策的方法及应用	61
3.3 园林企业经营计划	68
案例及分析	74
复习思考题	75

4 园林企业人力资源开发与管理

4.1 园林企业人力资源计划的编制	76
4.2 园林企业人员招聘与录用	79
4.3 绩效考核与工作激励	82
4.4 人员沟通与团队建设	88
4.5 企业劳动关系管理	93
案例及分析	97
复习思考题	98

5 园林企业营销管理

5.1 市场营销概述	99
5.2 园林企业市场营销策略	103
5.3 招投标管理	111
案例及分析	122
复习思考题	123

6 园林企业生产管理

6.1 园林企业生产管理概述	125
6.2 园林企业质量管理	134
6.3 园林企业物资管理	141
6.4 园林企业技术管理	145
案例及分析	149
复习思考题	150

7 园林企业资产管理

7.1 资产管理的目标及其预算	151
7.2 资金的筹集	153
7.3 流动资产资产管理	157
7.4 固定资产管理	163
7.5 成本费用控制	167
案例及分析	169
复习思考题	171

8 园林企业内部控制

8.1 园林企业内部控制目标与过程	172
8.2 园林企业内部控制的方法	177
案例及分析	178
复习思考题	179

9 园林企业文化管理

9.1 企业文化的构成	181
9.2 园林企业文化的塑造	185
案例及分析	187
复习思考题	189

10 园林企业经营诊断

10.1 经营诊断	190
10.2 企业经营成果的分析方法	198
10.3 园林项目可行性研究	202
案例及分析	205
复习思考题	206

主要参考文献

绪 论

0.1 园林及园林企业的概念

0.1.1 园 林

园林由园和林组成。园是指“四周常围有垣篱,种植树木、花卉或蔬菜等植物和饲养展出动物的绿地。”林指丛聚的树木,也包括花圃、花坛、草坪、草地等。

我国是世界上园林发展最早的国家之一,从殷商时代已经有了园林的雏形。在历史上,园林由于内容和形式的不同曾有过不同的名称。我国殷周和西亚的亚述地区,称狩猎和游赏的境域为囿和猎苑。秦汉称供帝王游憩的境域为苑或宫苑,属官署或私人的称园、园池、宅园、山庄等。“园林”一词始见于西晋以后的诗文中,唐宋以后广泛运用。园林在历史进程中随着社会生活的需要不断丰富,由最早的宫苑、庭园发展为城市公园、绿地;并由一个个公园构成了由各种绿地组成的城市园林绿地系统。现代意义上的园林是指在一定地域内运用工程和艺术手段,通过改造地形、种植相关树木花草、营造建筑与小品、布置园路、设置水景等途径创造而成的自然环境和游憩境域。它既包括城市绿地的建设以及对原有植被的维护工作,也包括以经营生产为目的的果园、花圃、苗圃等。

随着历史的发展,园林的功能也从早期的仅供人游憩,发展到不单是供人游憩而更注重生态、环境保护等功能的发挥。现代园林一般具有下列一些功能。

(1)调节气候,保护环境 园林植物具有强大的蒸腾作用,可不断向空气中输送水蒸气,提高空气湿度。据分析,绿地的相对湿度要比非绿化区高出10%~20%。植物叶面的蒸腾作用能调节气温、吸收太阳辐射热,对改善城市小气候具有积极的作用。研究资料表明,当夏季城市气温为27.5℃时,草坪表面温度为20~24.5℃。在冬季,铺有草坪的足球场的表面温度则比裸露的球场表面的温度高4℃左右。带状绿地是城市的绿色通风走廊,可将城郊的自然气流引入城内。园林植物还能起到净化空气、防毒除尘、降低噪音和监测环境的作用。

(2)安全防护 园林设施特别是园林绿地具有蓄水保土、防震防火、防御放射性污染和备

战防空等多种防护作用。

(3)美化市容 园林把城市与自然紧密地联系起来,起到美化市容、增加城市建筑艺术效果、丰富城市景观的作用。多层次、多功能的人工植物群落,千姿百态、色彩丰富,配合适当的园林建筑和城市雕塑,能够形成良好的景观,满足人们的审美情趣和游憩需求。

(4)提供游憩空间 园林场所自然条件好,又安排了各类游憩活动设施,成为人们锻炼身体、消除疲劳、恢复精力的好去处。

(5)文化教育功能 园林是进行文化宣传,开展科普教育的场所。如公园中常设有各种展览馆、陈列馆、纪念馆、博物馆等。还有专类公园如动物园、植物园、水族馆等,它使人们在游憩参观中受到社会科学、自然科学和爱国主义教育。

(6)增加相关产业的经济收入 城市园林会使房屋的价格增加,促进房地产业的发展。一所坐落在园林中的住宅,估价比一般住宅高两倍,有树木的房屋地价可增加5%~15%,在公园或公共绿地附近的住宅价格可提高15%~20%。城市园林还能改善投资环境,增加引资吸引力。

(7)增加就业岗位 生态园林从苗木培育到种植管理和养护,都需要大量的劳动力,从而增加了就业岗位。

0.1.2 园林企业

园林企业一般是指从事园林建设、生产、流通或服务等经济活动,以园林产品或劳务满足社会需要进行自主经营、自负盈亏、承担风险、实行独立核算、具有法人资格的基本经济单位。

我国的园林企业有的是从农业企业发展而来,有的是从事业单位转制而来,有的是从其他行业中分离而来(如房地产),有的是其他企业走多样化之路而投资成立。从出资者性质看,有的是国有企业,有的是民营企业;有内资企业也有外资企业;有以经营花木为主的企业,有以建造园林工程为主的企业,有以养护为主的企业,也有以园林风景设计为主的企业。虽然园林企业比较多样,但综合起来看,园林企业一般有如下特征。

(1)园林企业的发展有明显的周期性 这是由于园林的发展依附于城市的发展,而城市的发展往往具有阶段性和明显的周期性。因此,就总体而言,园林企业的数量规模和质量的发展都是随着城市的高速发展而高速发展,随着城市稳步发展而稳步发展的。因此,园林企业的发展也与城市的发展一样,显示出明显的阶段性和周期性。

(2)受宏观经济波动的影响很大 由于园林的需求属精神层面的需求,是较高层次的需求,在宏观经济较好、人们的预期收入较高的条件下,人们对园林产品的需求会成倍增加,在宏观经济调整期间,人们对园林产品的需求则会明显下降。

(3)规模小 由于我国的园林企业很多属于个体小规模投资企业,缺乏规模效应,往往资金不足、信息不灵、市场与价格选择能力比较低。大企业可以凭借资金、技术优势和固有的销售网络等条件向中小企业发动挑战,有些竞争者会利用低价和地域性销售优势抢占市场;同时,小企业活动分工往往不够确定,部门间的协调和配合难度较大。随着企业内外环境中不确定和不可预测因素的增加,企业的复杂性增加,经营风险增大。

(4)竞争激烈 在资金、技术、法律等方面,园林企业的门槛很低,除了园林工程方面需要资质以外,其他的几乎“人人”可以进入,因此,企业之间的竞争非常激烈。

(5) 园林企业产品具有多样性 园林企业一方面提供绿化、公园等公共物品,这类产品具有涵养水源、保持水土、防风固沙、调节气候的作用,还可作生物产品的基因库,对改善城市生态环境、维护城市生态平衡起着重要的作用,并有美化城市、为人们提供闲暇休闲的场所、改善城市居民生活质量的功效;另一方面,园林企业同时也生产供家庭、个人所需的苗木、花卉等法人产品。不管是公共物品还是法人产品,园林企业的产品大多为活物。这一特点决定了园林企业经营内容的丰富性、资金运动的复杂性和效益的多样性。

(6) 从业人员文化水平较低 由于园林是从农业分离出来的,加上许多园林产品的技术含量比较低,企业规模又小,使园林企业的从业人员,尤其是一线的生产养护人员文化技术素养较低。

0.2 园林的需求和供给

需求往往是指在一定的时空条件和价格条件下具有支付能力并愿意购买某种商品的数量。供给是指在一定的时空条件下,在一定价格水平上愿意而且能够提供出售的商品数量。需求和供给是使市场经济运行的力量。

0.2.1 需求

1) 需求的表示方法

需求的表示方法主要有需求表和需求曲线。

需求表表示在每一可能的价格下商品需求量的汇总。需求表可以直观地表明价格与需求量之间的一一对应关系。

表 0.1 个人需求量和市场需求量

价格/(元·kg ⁻¹)	需求量					
	个人需求量/kg					市场需求量/t
	甲	乙	丙	...	...	
6	2	1	4	...	...	60
5	3	2	6	...	...	62.5
4	4	3	7	...	...	67.5
3	5	4	8	...	...	77.5
2	6	5	13	...	...	90
1	8	7	15	...	...	110

表 0.1 描述了某一时期内,对某种商品的个人需求和市场需求:当价格为 1 元/kg 时,甲、

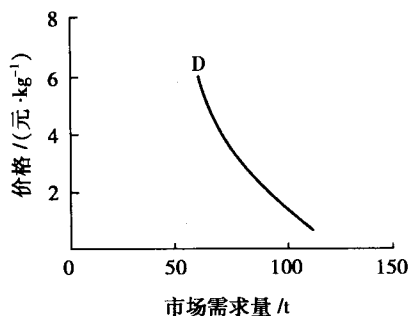


图 0.1 市场需求曲线

乙、丙……个人的需求量分别为 8 kg、7 kg、15 kg……整个市场的需求量为 110 t;当价格为 2 元/kg 时,甲、乙、丙……个人的需求量分别为 6 kg、5 kg、13 kg……整个市场的需求量为 90 t;依此类推,当价格涨到 6 元/kg 时,整个市场的需求量降为 60 t。

用图示法把需求表中需求量和商品价格之间的关系表示出来,就可以得到一条曲线。这种表示需求量和商品价格关系的曲线,称为需求曲线。如图 0.1 所示,以纵轴表示商品价格,以横轴表示市场需求量,根据表 0.1 所列数字,可以作出市场需求曲线 D。类

似地,也可以做出个人需求曲线。

从图 0.1 可以明显看到,需求曲线的斜率为负值。这说明,在影响需求的其他因素既定的条件下,商品的需求量与其价格之间存在着反向的依存关系,即商品价格上升,需求量减少;商品价格下降,需求量增加。这就是所谓的需求规律。

显然,需求规律与人们的日常经验是相吻合的。但需要指出的是,需求规律是对一般情况和一般商品而言的。需求曲线在通常情况下是一条负向倾斜的曲线,但也有可能出现一些例外的情形。

2) 影响需求的因素

(1) 价格 需求量随着价格上升而减少,随着价格下降而增加,需求量与价格负相关。价格与需求量之间的这种关系对经济中大部分物品都是适用的,对园林产品也是如此。需求量与价格负相关称为需求定理:在其他条件相同时,一种物品价格上升,该物品的需求量减少。

(2) 收入 收入下降则需求减少。收入较低意味着总的支出减少。相比生活必需品,人们对园林产品的需求会下降得更快。

(3) 相关物品的价格 通常人们在购买商品时,心中是有一个参考价格的,这个参考价格可能是过去对该商品的经验价格,也可能是与其他相关商品(替代品或互补品)的相对价格。因此,在其他条件不变时,相关商品价格的变动就可能影响到对该商品的需求。假如存在 A 和 B 2 种相关商品,商品 A 的需求对于相关商品 B 的价格变化会做出 2 种可能的反应:

①商品 A 的需求变动方向与商品 B 的价格变动方向相反,即商品 A 的需求随着商品 B 的价格升高而减少,随着商品 B 的价格下降而增加,A 和 B 是互补品。

②商品 A 的需求变动方向与商品 B 的价格变动方向一致,即商品 A 的需求随着商品 B 的价格升高而增加,随着商品 B 的价格下降而减少,A 和 B 为替代品。

(4) 嗜好 消费者在做购买决策时,往往希望以同样的花费来达到最大的满足程度,就是以相同的投入取得最大的效用。如果喜欢,消费者会买得多一些,否则,就少买或不买。构成嗜好的因素很多,有生理因素、社会文化因素、经济因素,其中社会文化因素尤其难以把握。

(5) 预期 消费者对未来的预期影响园林产品的需求。例如,预期收入上升,就有可能购买更多的园林产品。

(6) 购买者的数量 购买园林产品的人增多,会引起园林产品价格上升,从而抑制部分消费者对园林产品的需求。

(7)政府决策 园林需求受政府决策者的决策目的影响很大。例如,如果决策者的目的是为了**满足城市生态需求和居民的福利需要**,那么他(们)往往会把园林作为城市建设的基础设施;但如果决策者的目的是为了**追求生产总值**,他们可能倾向于把园林投资转移到更能盈利的项目上去。园林需求还受到决策者本人的道德观念、经历、知识结构及心理素质的影响。具有环境保护、医疗卫生等职业经历的决策者,往往对园林需求施加**正面影响**;相反,仅具有人事保卫、集约生产等职业经历的决策者,较有可能对园林需求施加**负面影响**。具有生态知识、生理知识的决策者,往往对园林需求施加**正面影响**;而不具有相关知识的决策者则可能**意识不到有关问题的重要性**。具有审美、谦虚、好学气质的决策者,可能由于嗜好、倾听专家意见或自学有关知识而对园林需求施加**正面影响**。决策者的情绪、本能有时也对决策有影响。

由于园林产品还有一部分是公共产品,它的需求还受到宏观经济决策和社会闲暇时间的影响。

0.2.2 供给

1) 供给的表示方法

供给的表示方法主要有供给表和供给曲线。

供给表表示在每一可能的价格下商品供给量的汇总。供给表直观地表明了价格与供给量之间的对应关系。

表 0.2 市场供给量

价格/(元·kg ⁻¹)	供给量/t
6	122.5
5	115
4	100
3	77.5
2	53
1	10

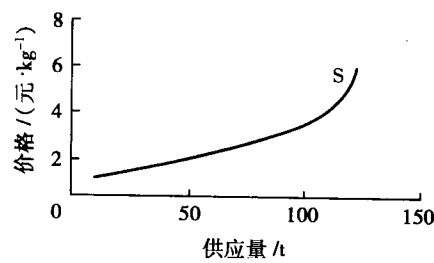


图 0.2 供给曲线

表 0.2 即为某种商品的市场供给量:当价格为 1 元/kg 时,市场供应量很少,只有 10 t;当价格为 2 元/kg 时,市场供应量为 53 t;依此类推,当价格涨到 6 元/kg 时,整个市场的供给量为 122.5 t。

用图示法把供给表中所列数据表现出来,即可得到市场供给曲线 S,如图 0.2 所示。供给曲线是表示商品供给量与价格的关系曲线。

从图 0.2 中可以看到,供给曲线的斜率为正值。这说明,在影响供给的其他因素既定的条件下,商品的供给量与其价格之间存在着正向的依存关系,即商品价格上升,供给量增加;商品价格下降,供给量减少。这就是供给规律。但供给规律也有例外。