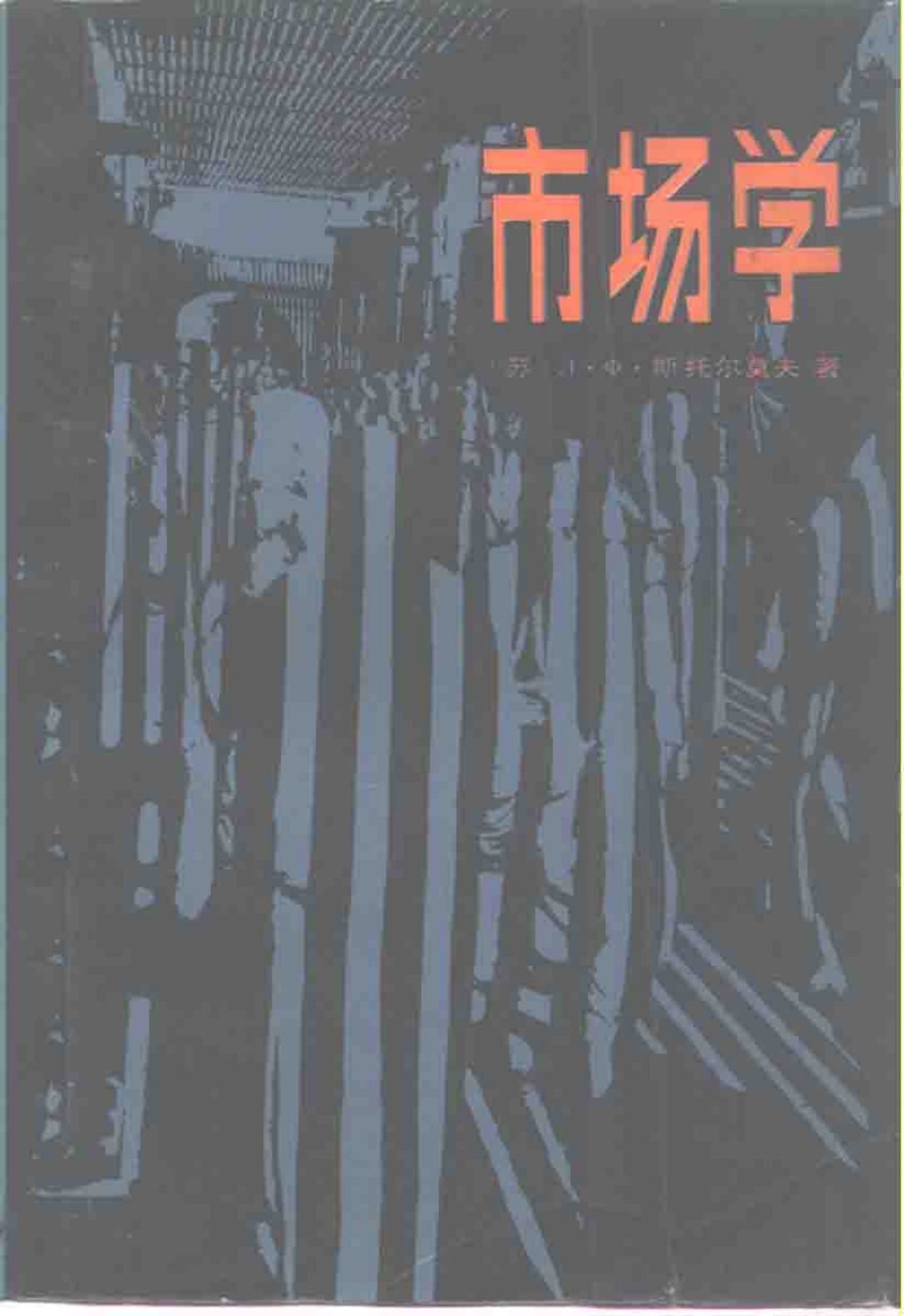




市场学

〔苏〕Л. В. 斯托尔莫夫 著

市 场 学

〔苏〕Л.Ф.斯托尔莫夫 著

盛 杰 胡淑珍 王德根 译
周新城 校

中国人民大学出版社

РЫНКОВЕДЕНИЕ

Л.Ф.Столмов

Издательство «Экономика» Москва 1983

市 场 学

[苏]Л.Ф.斯托尔莫夫 著

盛杰 胡淑珍 王德根 译

周 新 城 校

*

中国人民大学出版社出版

(北京西郊海淀路39号)

中国人民大学出版社印刷厂印刷

(北京鼓楼西大街石桥胡同61号)

新华书店北京发行所发行

*

开本: 850×1168毫米32开 印张: 8.25

1986年10月第1版 1986年10月第1次印刷

字数: 198,000 册数: 1-10,000

统一书号: 4011·542 定价: 1.65元

译者说明

Л. Ф. 斯托尔莫夫所著《市场学》是苏联新近出版的一本教科书，经苏联高等和中等专业教育部审批，供商学院“商业经济”、“食品商品学和贸易组织”和“非食品商品学和贸易组织”等专业的大学生使用。

从1965年经济改革以来，苏联承认市场机制的存在，提出要在经济工作中利用市场机制。因此，加强了市场学的研究。但是，苏联主张的是有计划的市场，即在计划中考虑和利用市场机制的作用，反对市场调节。对市场学的研究着重于需求的调查与预测。

本书大体上反映了当前苏联对市场学的研究方向和水平。书中有关需求的调查研究、需求的预测等方面的理论和具体工作的组织与方法，对于我国商业院校以及有关专业的教学工作和我国市场的调研预测实际工作，具有一定的参考价值。

译者

1985年9月

前 言

经济发展的计划工作制度是发达社会主义社会经济机制的基础。作为我国国民经济管理中心环节的计划工作，是与利用市场机制结合在一起的。市场发挥作用的特点及其与商业发展计划工作和国民经济其他部门发展计划工作的有机联系，是在市场学这门商业院校的专门课程中加以研究的。

市场学课程的目的在于，使大学生形成科学的世界观，在作为商品生产主要社会—经济范畴的市场、需要、需求和消费的实质的问题方面掌握牢固的基础知识，并培养大学生搜集、处理和分析有关市场关系形成过程的信息，预测居民需求和作出有根据的商业决策的能力和习惯。

作为一门大学课程，市场学的研究内容应包括市场的实质及其在资本主义社会和社会主义社会经济机制中的地位和作用。本教程的任务是，指出在不同社会—经济形态中市场发挥作用的根本区别，揭示社会主义市场的特点及其对社会主义社会经济机制计划原则的从属关系。

为了解决定市场作用的经济规律作用的特点和确定在实践活动中最有效地利用这些经济规律的途径和形式，在学习市场学这门课的过程中，大学生应对象需要、需求、供给、消费和价格这样一些概念的实质、表现特点和相互联系有一个深入的了解。本教程还对与研究和预测需求有关的问题作了最详尽的阐述。

研究需求和预测其发展的材料，是商业和工业中许多计划决策和商业决策的基础。因此，苏共二十六大所批准的《1981—

1985年和1990年以前时期苏联经济和社会发展基本方针》指出，商业和工业的一项重要任务是必须完善有关研究需求以及考虑各类居民和我国各个地区需求特点方面的工作。

市场学课程的教学大纲规定，要研究需求的实质及其形成和发展的特点。本教程阐述了研究需求的组织工作问题，搜集有关需求形成过程的信息的方法，评价引起需求数量和结构变化的各种因素的方式，预测需求发展的方法，以及在计划工作和商业工作中利用研究和预测需求的材料问题。

研究和预测需求是一个复杂的过程。它的特点是由广泛的多种多样的具体目的、任务和现实条件决定的。因此，学习本课程的目的不在于记住现成的方法，而在于掌握为创造性地组织这项工作所必需的一整套知识。

把研究和预测居民需求的问题，突出地作为本教程最重要的问题之一，是由下述情况决定的：在社会主义社会中一切基本经济过程和比例都是在作为国家指令的计划的基础上形成的，而需求则不能直接由计划加以规定。居民从个人的需要和利益出发，使用自己劳动得来的货币收入。因此，只能对需求进行研究，预测其发展并通过利用计划杠杆（商品供给的构成、价格、工资标准等）和旨在形成社会主义生活方式的各项措施来影响需求。

在国营商业组织和合作社商业组织中，是由专门的需求研究室来研究和预测居民需求的，在生产日用消费品的工业部门中也成立了这种机构。这项工作列入了全体商业工作人员（售货员、营业部主任、商店经理、商品学家等）的职责范围，而在许多问题上它还列入了商业组织和企业计划机构工作人员的职责范围。因此，市场学课程在商品学家和经济师的大学培训工作中具有重要的作用。

市场学课程是与商业院校的其他学习课程联系在一起的。市场学的理论基础是政治经济学，市场学的方法是建立在理论统计

学和商业统计学以及数学课程的某些部分的基础上的，利用研究需求和预测其发展的材料的问题则是与合作社商业经济学、商业过程工艺学和其他学习课程联系在一起的。

苏联高等和中等专业教育部批准的技能鉴定书规定了对受过高等教育的专家的知识能力的要求。列入市场学课程的问题在对高级商业经济师和商品学家的要求中占有重要地位。

本教程一些篇章的科学原理正处于迅速发展、形成和创造性探索的阶段。对于某些理论问题和方法问题，苏联经济学家还没有形成一致意见，规定统一的术语。与市场学课程内容有关的术语方面的缺陷在于，往往用不同的术语（同义词）来表达同一个概念；有些情况下在经济文献中存在着一些与它们所表达的概念的实质相矛盾并造成错误的概念的术语；有时个别术语具有几个含义，即用来表达不同的概念（多种含义）。

克服术语方面的缺陷具有重要的实践意义。这些缺陷在许多情况下给专家们相互之间的了解造成困难，使教学过程复杂化，而在研究需求的实践中造成许多误会甚至错误。因此，本教科书的作者竭力克服术语方面的紊乱现象。例如，在经济文献中广泛使用的“需求”、“购买需求”、“有支付能力的需求”、“消费需求”等术语，都是同义的。本教科书只使用其中的一个——“需求”。

作者竭力使教科书摆脱生活上的、非科学的术语。例如，不能认为“有限需求的商品”这个术语是科学的，要知道不可能有需求无限的物品。也不能认为“需求过高的商品”这一术语是科学的。在这个术语中“过高”缺乏科学的规定性，不知道这种商品与什么相比应该列入过高的一组。除了竭力整顿好术语外，本教科书还试图对所有基本概念都根据其实质下一个准确的定义。

作者绝不奢望无可争议地阐述本课程的所有问题。他将对向本教科书提出自己意见的所有读者表示感谢。

目 录

前言·····	(I)
---------	-------

第一篇 作为经济范畴的市场、需要和需求

第一章 社会经济机制中的市场·····	(1)
§1. 市场在资本主义社会经济机制中的地位和作用·····	(2)
§2. 市场在社会主义社会经济机制中的地位和作用·····	(8)
§3. 市场的分类·····	(14)
第二章 作为社会—经济范畴的需要·····	(18)
§1. 需要的实质及其分类·····	(18)
§2. 居民需要构成的历史制约性·····	(26)
第三章 作为需要表现形式的需求·····	(33)
§1. 需求的实质及其分类·····	(33)
§2. 需求与商品供给之间辩证的相互联系·····	(38)
§3. 形成居民需求的因素体系·····	(45)
§4. 苏联居民需求发展的规律性以及各组消费者需求形成的特点·····	(50)

第二篇 需求研究

第四章 苏联对需求研究的组织工作·····	(55)
-----------------------	--------

§1. 需求研究的实质和任务	(55)
§2. 需求研究的组织形式	(60)
§3. 居民需求信息的来源及对这种信息的要求	(69)
§4. 搜集需求信息的抽样方法	(75)
第五章 搜集需求组内结构信息的组织工作	(85)
§1. 搜集需求组内结构信息的方法	(85)
§2. 对需求和商品供给的组内结构平衡状况的经验估算	(93)
§3. 商品的生命周期	(99)
第六章 调查表询问	(104)
§1. 询问——搜集需求信息的方法, 询问的种类	(104)
§2. 询问的目的, 询问调查表的内容和询问方式的选择	(108)
§3. 被询问人的构成及其挑选方式	(120)
§4. 对进行调查表询问工作的组织办法	(127)
§5. 对询问材料的处理和编制总结报告	(132)
§6. 按名单询问	(139)
第七章 居民需求和商品供给信息的处理和分析方法	(142)
§1. 资料的分组, 表格的制订	(142)
§2. 构成动态数列, 分析季节性波动	(146)
§3. 对需求资料的图示分析	(148)
§4. 对需求的相关一进行分析	(154)

第三篇 需求的预测

第八章 经济预测的实质、必要性和分类	(165)
§1. 预测的实质和对预测的要求	(165)
§2. 经济预测的必要性及其完善的途径	(168)
§3. 经济预测的分类	(172)
第九章 通过动态数列外推法、定额算法和弹性系数预测需求	(177)

§1. 通过动态数列外推法预测需求	(177)
§2. 需求预测的定额法	(183)
§3. 利用弹性系数预测需求	(190)
第十章 通过建立经济数学模型预测需求	(196)
§1. 作为预测手段的模型	(196)
§2. 需求预测实践中的多因素模型	(202)
第十一章 需求的结构模型和耐用品需求预测的特点	(212)
§1. 需求的结构模型	(212)
§2. 耐用品需求预测的特点	(218)

第四篇 市场行情和经营决策

第十二章 市场行情	(227)
§1. 市场行情的实质	(227)
§2. 商业行情研究的组织工作	(229)
§3. 行情会议	(234)
第十三章 经营决策	(237)
§1. 经营决策的实质和意义	(237)
§2. 基本经营决策	(240)
§3. 有关需要和需求形成的经营决策	(245)
§4. 对经营决策执行情况的监督	(248)

第一篇

作为经济范畴的市场、需要和需求

第一章

社会经济机制中的市场

每一种历史上一定的生产方式以及与之相适应的上层建筑，即每一种社会经济形态，都具有自己特殊的经济机制。

从最广义的角度看，“经济机制”这个概念是指：根据该社会经济形态的经济规律调节社会再生产过程的、经济的、组织的、法律的和其他的形式、方法和工具的一体化体系。经济机制保证调节整个社会经济生活。

任何一种生产方式的经济机制，其社会性质都是由占统治地位的生产关系决定的。因此，当从一种生产方式过渡到另一种生产方式时，旧的经济机制也就为新的、具有另一种社会内容的经济机制所取代。

在每一生产方式的范围内，经济机制的社会性质都是不变的。但在保持其性质的同时，经济机制则会随着生产力、社会生产专业化和一体化的发展而不断得到完善。

每一历史上一定的经济机制类型都是在该社会经济形态的所

有经济规律的直接影响下形成的。经济机制的目标方向是由每种生产方式的基本经济规律决定的。

社会主义社会经济机制与资本主义社会经济机制，无论是在其本质方面，还是在调节经济过程的方式方面，都具有原则的区别。资本主义经济机制旨在通过剥削雇佣劳动攫取剩余价值；社会主义社会的经济机制的任务是，保证提高人民的福利、使人得到全面发展，即达到社会主义和共产主义的最高目的。

在调节经济过程的方式方面，社会的经济机制既可以由社会自觉地制定和实行的生产组织结构及其管理形式和方法组成，又可以由再生产过程的自发调节器组成。就这一特征来说，社会主义社会经济机制的基础是自觉地制定的计划调节器，而资本主义社会经济机制的基础是社会经济的自发的市场调节器。

§1. 市场在资本主义社会经济机制中的地位和作用

作为经济机制组成部分之一的市场——社会经济生活的自发调节器——是与商品生产同时产生的。

商品生产是这样一种经济制度，在这种制度中，“产品是由个别的、单独的生产者生产的，同时每一生产者专门制造某一种产品，因而为了满足社会需要，就必须在市场上买卖产品（产品因此变成了商品）”。^①

市场是这样一种特殊的领域，在这个领域中发生着商品交换、商品生产者和商品消费者之间利益的冲突和协调。随着货币的出现，市场上的简单商品交换被商品流通所取代。商品的价值开始借助于货币进行计量，从而采取价格的形式。商品在市场上

^① 《列宁全集》第1卷，人民出版社1955年版，第77页。

的实现过程被分解成两个独立的行为：卖（T—Д）与买（Д—T）。

就其经济实质来看，市场是交换（流通）领域中下述社会—经济过程和关系的总和，借助于这些过程和关系使商品的价值得到实现并使包含在商品中的社会劳动耗费得到最终的承认。^①

作为社会分工结果的市场早在前资本主义社会经济形态中就已经出现了。但在资本主义生产方式的条件下它得到了最大的发展。在资本主义制度下，商品生产具有了普遍性。劳动力即人的劳动能力成了商品，自然的生产条件——土地——也被卷入商品流通。普遍的商品关系、买卖行为给资本主义社会的整个生活打上了烙印。在这个以私有制为基础的社会中一切都可以买卖。

资本主义市场的特点、资本主义生产方式存在和发展的必要条件是，作为商品的劳动力的供给不断超过对劳动力的需求。失业大军的存在使资本家有可能把工资保持在低于劳动力价值的水平上，并最大限度地提高工人的劳动强度。列宁强调指出，没有失业大军，资本主义经济就既不可能存在，也不可能发展。

建立在私有制占统治地位的基础上的资本主义生产方式，不可避免地造成了商品生产的自发发展和商品生产者之间的竞争。生产者劳动的社会性、他们之间的相互依存关系是在自发交换和市场竞争的过程中表现出来的。每个私人商品生产者都是为了出售商品并以货币形式获得其价值的等价物和最大利润而制造商品的。但只有在市场上才能搞清楚他所制造的商品是否为买者所需要。私人商品生产者，即使他能够比较正确地确定买者对某种商品的需要量，也不可能知道其他商品生产者将向市场提供多少同类商品和可以互相替代的商品。一些商品生产者顺利地销售商品就使得另一些不大适应社会需要和市场条件的商品生产者失去了这

① “市场”这一术语也指发生买卖行为的场所。

种可能性。在竞争中一些商品生产者发了财，而另一些则破了产。

作为资本主义社会中再生产过程和经济生活自发调节器的市场的实质，表现在该社会经济形态所有经济规律的作用中。但在市场上首先表现出来的是供求规律的作用。

供求规律的实质在于，在需求（能够被购买去的商品的数量）和供给（市场上已有的或能够向市场提供的商品的数量）之间存在着相一致的客观必然性。这种一致在资本主义市场上是靠市场价格的变动作为保证的。需求的增加或供给的减少会引起价格的上涨；需求的减少或供给的增加会导致价格的下降。供求规律的自发作用会使市场价格经常背离商品的社会价值。

供求规律自发作用的本身还不是能够保证调节资本主义社会相当大一部分经济生活的自发的经济机制，只有同资本主义基本经济规律和价值规律作用相结合，供求规律才成为这样的机制。

马克思确定了价值规律在调节各种商品生产的比例方面的作用。他指出，“商品的价值规律决定社会在它支配的全部劳动时间中能够用多少时间去生产每一种特殊商品。但是不同生产领域的这种保持平衡的经常趋势，只不过是这种平衡经常遭到破坏的一种反作用”^①。这种反作用的信号是作为供求规律作用的结果从市场上得到的。

由供求的波动决定市场价格对社会价值的背离是这样一种指示器，它向商品生产者指出，什么商品能够使他获得最大的利润，即攫取最大限度的剩余价值，什么商品的生产应该缩减，因为这些商品不能得到平均利润。市场价格高于社会价值就刺激商品产量的增加，市场价格低于社会价值就引起商品产量的减少。马克思指出，“只有供求的变动告诉生产者，某种商品应当生产多少……这种变动是经常的，所以资本也就不断地出入于各个不

① 《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1972年版，第394页。

同的工业部门”。^①

私人商品生产者力图获得最大利润，从而引起了角逐的对抗形式——竞争。在这场争取更有利的生产和销售条件的竞争中，一些较大的商品生产者胜利了，一些较小的商品生产者被排挤出去并破了产。这种对抗性的斗争在垄断前资本主义的自由竞争时期主要是靠降低生产费用进行的。得胜的是这样一些人，他们的商品价值与生产费用之间差额较大，即他们甚至以低于商品的价值出售商品，也能够获得利润。

当每个人所追求的仅仅是自己的利益时，商品生产者为扩大自己商品在市场上的出售地盘（份额）而进行的竞争具有不受任何限制的角逐的性质。竞争的手段变得越来越残酷和浪费，花在竞争上的资金越来越多，用于商品广告方面的开支特别浪费。

作为实现资本主义基本经济规律——剩余价值规律——的机制的资本主义社会竞争——市场机制，在资本主义发展的垄断前资本主义时期，决定了生产资料和劳动力在各个经济领域之间分配的一切比例，生产发展的规模和速度，生产结构和活动领域的变化，以及对科学发现的利用状况，雇佣劳动工作人员的就业程度，等等。

在垄断前资本主义时期的经济机制中，市场起决定性的作用。但即使是在这个时期，经济机制中也包括一些其他因素。在单个资本主义企业范围内，社会生产参加者之间的生产联系是自觉地和有计划地加以规定和实现的。这种生产联系不以商品货币关系为媒介。经过严格计算，自觉地加以规定的制造某种产品所必需的各种劳动的比例和经过深思熟虑的各种工艺操作程序，在资本主义条件下，在机器生产的基础上得到了广泛发展。但是这种直接社会劳动形式只是在分离的私人资本主义所有制界限内单个企

^① 《马克思恩格斯全集》第4卷，人民出版社1958年版，第105—106页。

业（公司、联合企业等等）的特征，即调节资本主义生产的微观经济范围的特征。

在宏观经济范围内，自行调节垄断前资本主义生产的竞争—市场机制是调节经济过程的主要的、实际上是唯一的万能工具。它揭示了社会生产发展在质上与量上的比例失调现象，并通过提高或降低市场价格和利润来迫使商品生产的比例发生必要的变化。列宁在指出这一特点时写道：“……资本主义社会，有在广泛而深入地自发发展着的国内市场和国际市场来作为基本的组织力量”。①

作为商品生产自发调节器的竞争—市场机制的性质本身就存在着产生生产过剩危机的抽象可能性。产生危机的这种可能性在于，买卖过程分开了，而商品供求之间是否协调一致只有在市场上才能显示出来。在资本主义经济中产生商品生产过剩危机的抽象可能性变成了现实。在出现生产过剩危机时，用于生产商品的一部分社会劳动成为无效劳动，得不到社会承认。马克思在指出这点时写道，“……但是，如果某种商品的产量超过了当时社会的需要，社会劳动时间的一部分就浪费掉了，这时，这个商品量在市场上代表的社会劳动量就比它实际包含的社会劳动量小得多”。②

资本主义发展的垄断前资本主义时期的特点是竞争—市场机制占绝对统治地位。在这个时期它或多或少地履行了社会生产调节器的职能。但是，随着垄断组织的出现以及后来垄断资本主义发展为国家垄断资本主义，经济机制发生了很大的变化。资本的积聚和集中导致大企业和最大企业的形成，这些企业在某些商品的市场上处于垄断地位。如果说大量的小私有生产者不能预见到

① 《列宁选集》第3卷，人民出版社1972年版，第494页。

② 《马克思恩格斯全集》第25卷，人民出版社1974年版，第209页。

供求之间比例关系的变化，尤其是不能有计划地调节这种比例关系的话，那么垄断联合公司就有一定的进行这种调节的可能性。

“集中已经达到了这样的程度，可以对本国的，甚至……对许多国家以至全世界所有的原料来源（例如铁矿产地）作出大致的估计。现在不但进行这样的估计，而且这些来源完全操纵在一些大垄断同盟的手里。这些同盟对市场的容量也进行大致的估计，并且根据协定来‘瓜分’这些市场”。^①

私人垄断企业（托拉斯、康采恩等）及其同盟扩大了下述范围的界限，即企业主有可能有目的地和有计划地进行生产，也就是为了垄断资本的利益限制市场规律的自发作用的范围的界限。市场机制失去了绝对统治地位。垄断公司及其同盟由于自己在市场上占据统治地位，有可能影响自发的市场过程，对供求比例施加重大影响，有目的地使市场价格背离社会价值。但是局部计划性的因素受到私人资本主义占有的限制，归根结蒂要服从于市场无政府状态和竞争。市场保持了自己的主要意义，在跨部门的和跨国的经济联系中更是如此。

垄断资本主义时期，资本主义经济机制的变化尽管在一定程度上能够预测需求的发展并使供给量适应需求，但没有排除危机。这种变化使危机主要不是以商品生产过剩的形式，而是以降低生产能力和开工率以及增加失业的形式表现出来的。

资本主义发展现阶段的特点是：其经济机制发生了新的变化，市场的作用也发生了某些变化。这些变化是由资本主义垄断组织的力量与资产阶级国家的力量相结合，即由国家垄断资本主义的产生和发展决定的。

垄断组织的统治及其对市场活动的影响的加强，不能废除资本主义商品生产和流通的客观经济规律。社会再生产的正常进程

① 《列宁选集》第2卷，人民出版社1972年版，第748页。