

现代女性生活向导丛书

现代家庭的科学管理

XIAN DAI JIA TING DE KE XUE GUAN LI

■北方妇女儿童出版社

刘 群 宫凤英 主编
王 彦 杨明芬

学院图书馆

76

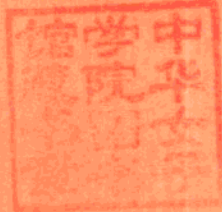
现代女性生活向导丛书

TS976
93

现代家庭的科学管理

主 编 刘 群 宫凤英
王 彦 杨明芬
副主编 隋兴洲 张连生
张凤兰 李彩霞

094632



女子学院 0086664

北方妇女儿童出版社

《现代女性生活向导丛书》编委会

主 编	刘 群		
顾 问	张 瑛	龙 欣	宫乃良
副 主 编	齐育斌(常务)		
	杨明芬	宫凤英	
特邀编委	朱桂云	高翠英	仇福华
编 委	王未琴	孙亚清	毕爱香
	全娟子	权秀云	李桂芬
	金 英	张志敏	张春兰
	宫淑芹	曾艳秋	翟淑芬

现代家庭的科学管理

主编 刘群 宫凤英
王彦 杨明芬

出版
北方妇女儿童出版社
发行

787×1092 毫米 32 开本 5.125 印张 110000 字数

1991 年 12 月第 1 版

1991 年 12 月第 1 次印刷

印数 1—5150

吉林市江城日报社印刷厂印刷 ISBN 7-5385-0787-6/C.42 定价:2.50 元

序

我很高兴能为《现代女性生活向导丛书》作序。

这套丛书很有特色。它以清新、活泼的文笔展现了女性生理、心理、婚姻、家庭、卫生、健美以及学习、成才等诸多领域的问题，通俗易懂、深入浅出地阐明了解决这些问题的途径。它自始至终体现了学术性和现实性相结合、知识性与趣味性相结合的原则，是广大妇女实现自我完善的良师益友，是促进家庭文明建设的指南。这套丛书的问世可以说是对吉林市乃至对全国妇女理论研究工作的一个贡献。

读罢全书清样，掩卷沉思，感触很深，甚觉欣慰。

第一、每一位理论工作者（特别是中青年同志）都应该刻苦钻研，不断拓宽自己的知识领域，奠定深厚的理论根基。

这套丛书涉及的知识面很广泛，既有科学社会主义领域的精神文明建设理论，又有美学、法学、人才学、家庭学、社会学、生理学、行为科学、人际关系学、家庭经济学以及女性心理学、婚姻心理学、性心理学、教育心理学等理论。倘若没有坚实的理论基础是不可能完成这套“丛书”的总体设计和编撰工作的，这反映了“丛书”的组织者具有比较扎实的理论根底。

第二、处在伟大变革时代的理论工作者更应该发扬联系实际的学风，使理论研究真正为社会主义现代化建设服务。

这套丛书的组织者较好地体现了理论工作者应具备的这种品格。从丛书的内容看,组织者是在深入调查研究的基础上,抓住了城、乡广大妇女所关注的热点问题,结合新时期的新特点,作出了很有时代特色的新答案,读后很受启迪。

第三,在改革的洪流中,每一位理论工作者都应该树立一种踏踏实实地为人民做点有益的事情的精神。

读《现代女性生活向导丛书》,隐约可见在丛书的组织者身上表现出了一种“小人物”干实事的精神。丛书主编出于对生活的热爱,试图一方面继续弘扬传统美德,用高尚的情操去陶冶现代女性的心灵;另一方面,又富有责任感地在认真倡导新时代产生的新观念,与现代女性一起积极探索新的生活之路。这无疑会对广大城、乡妇女成为伟大社会变革的“酵素”,对促进家庭精神文明建设起到积极的作用。就这个意义上说,丛书的问世确实实是为人民做了一件有益的事情。

当然,由于种种条件所限,人们热望解决的有些问题,《现代女性生活向导丛书》尚未全涉及到,希望主编刘群同志能围绕丛书所波及的主题,继续做深入、细致的研究,今后能写出更好的作品馈赠广大妇女朋友。我们深情地期待着。

中央党校教授



1991年10月1日于北京中央党校

引 言

我们正处在一个急剧变革的时代。随着商品生产的发展，人们经济收入的增加，那些高科技产物正涌入千家万户；层出不穷的新潮时装，花样繁多的文化娱乐活动，正在吸引着越来越多的青年男女，以至学龄前儿童或耄耋老人。与此相适应的是，人们在消费观念上，也正悄悄地发生着深刻的变化。

家庭生活的这种变化，迫切需要理论上乃至具体方法上的指导。一系列新的生活课题，正摆在每一个家庭、特别是作为家庭主妇的每一位女性的面前。譬如怎样计划、安排家庭消费，使有限的收入发挥更大的经济效益？怎样合理地安排那些繁琐的家务劳动，以适应现代高效率的社会生活节奏？怎样调配好一日三餐，使之符合现代营养科学的要求，更有利于健康长寿？怎样对子女、特别是独生子女进行教育，把他（她）们培养成为有用人才？怎样搞好家庭的储蓄、保险，使家庭生活具有可靠的经济保障？怎样履行家庭应尽的纳税义务？凡此种种，都是每一位家庭主妇们应该给予正确回答和切实解决的问题。而在这样的一些生活课题中，包含着经济、教育、文化、卫生乃至其他一些现代科技等极为广泛的知识 and 学问。可以说这是现代家庭主妇的一门必修课。

下面，正是就这些问题，与女性朋友们进行一下共同的讨论。



现代女性生活向导丛书

主编简介

刘群生于吉林市,20岁进入《江城日报社》,后转入吉林市委党校。

1985年读科学社会主义研究生时,开始涉足妇女、婚姻、青年等社会学、心理学领域,主要著作有:《女性心理调适》(合著)、《夫妻恩爱谈》(编著)、《女性成才沉思录》(主编)、《青春·理想·人生》(主编)、《青春与美的旋律》(主编)、《青年学习与成才》(主编)、《马列著作选读(科学社会主义)疑难问题研究》(副主编)、《科学社会主义经典著作选介》(副主编)、《科学社会主义原理》(合著)等,此外在国家、省、市级报刊上发表论文数十篇。

BAF26/04

目 录

序

引 言	(1)
第一篇 消费管理	(1)
第二篇 家务管理	(22)
第三篇 饮食管理	(32)
第四篇 家庭文化	(59)
第五篇 家庭教育	(64)
第六篇 家庭保健	(114)
第七篇 家庭储蓄、保险和纳税	(133)
后 记	(152)

第一篇 消费管理

一、家庭消费的原则

随着社会主义经济文化的发展,人民生活水平的不断提高,家庭消费将变得越来越多样化,既有物质上的消费,又有精神上的消费;既有现实稳定的消费需求,又有潜在发展的消费需求。当生理上的、较低层次的消费需求得到基本满足后,就会产生心理上的、高层次的消费需求。因此,合理地安排家庭消费,把有限的钱花得恰当合理,避免浪费,就成为每个身为家庭主妇的现代女性必须把握好的大事了。那么,怎样消费才能恰到好处呢?

(一)合理安排家庭消费结构

安排好家庭消费结构,也就是要按照消费层次,来确定各种费用在家庭经济总开支中的比重和序列。首先要从现实经济水平出发分清主次,由低层次消费逐步过渡到高层次消费。人们最低层次的消费需求是生存需要的消费,即满足衣、食、住、行等基本的生活资料的消费。比如柴米油盐、应季衣着、日用品等,都是生活中不可缺少的。购置这些消费品,便属于较低层次的消费支出,这是消费结构中人们必须首先支付的维

持自身生存的费用。

当人们逐渐满足了这种最低层次的消费需求以后,就必然会考虑如何满足发展需要、交际需要、安全需要、享受需要了。

1、发展需要费用:即用于发展提高所需要的费用。如:购买图书及学习用品、支出学费等。

2、交际需要费用:即人们在交往过程中所需支出的费用。诸如,送往迎来穿着的整洁体面的服装,家中常备的烟酒糖茶等。

3、安全需要费用:即为了人身安全和财产不受侵害所支出的费用。如,人身保险、家庭财产保险、医疗保健等。

4、享受需要费用:这是在满足了上述消费需要后的进一步需要,通常指为了满足物质上和精神上的享受所花的费用。如,肉奶蛋等食物的消费比重的提高,购置高档家具、高档家用电器,装饰住房和佩带名贵首饰,穿着高档服装等。

消费结构是否合理,关键在于是否实事求是,量入而出。在日常生活中我们常常看到,有些青年由于受社会风气的不良影响或虚荣心作怪,结婚时不考虑自己的实际经济状况,讲排场、摆阔气,向亲友借钱,向父母伸手要钱,置办高档家具、电器、高档衣物及金首饰,大摆宴席,结果负债累累。这种事前摆阔气,事后找苦吃的作法显然是不可取的。因此,现代家庭主妇在规划家庭经济时,务必根据自己的经济状况,确定需求层次,合理地安排消费结构。要以收定支,量入而出,不能颠倒消费序列。谁能够把握这条最重要的消费原则,谁的家庭就会生活得愈加幸福、美满。

(二)消费要有主有次

妥善地计划开支,是建立和睦幸福家庭的基础。家庭计划的制定要根据家庭的实际需要,避免不必要的浪费。对计划外开支要谨慎,不能随便花钱,更不要随商品市场的价格波动而随便改变计划。

在家庭中有一定的物资储备是必要的,但也应量财而行,适可而止。有的人一味赶时髦,流行什么买什么,结果造成物资的积压,财力的浪费。尽管有些家庭经济实力很强,但在日常生活中由于消费不当,造成浪费,这也是不合理的。如,目前女性高档化妆品比较丰富,品种繁多,货源充足,有些厂家为推销产品,利用各种办法去刺激消费。如果不从实际出发,一味滥买,就会因购买的化妆品不能在一定时间内用完而变质,失去使用价值。因此,即使是高消费,也应该是在较高水平上的合理消费,而不是浪费。

如果消费水平在原有的基础上确有提高,则可根据自己的实际需要,适当扩大消费范围,使消费多样化。不过,对一个家庭来说,需要购买的东西很多,而消费水平的提高又是有限的。所以要根据自己的经济能力,确定哪些先买,哪些后买;哪些必须买,哪些不应该买;哪些东西在什么时机购买最为适宜,要分清主次,有计划地花钱。

(三)节制有害性和突击性消费

生活中有些消费不仅没益处,反而有害处。如,酗酒、无节制地吸烟等。

逢年过节或家有喜庆,不要大操大办,不要集中花钱,不要过多购买肉禽蛋等动物食品。这样既能防止经济上的浪费,

又可避免因食物久存,食用后给身体带来危害。

(四)精神消费的选择

精神消费主要指学习、文化娱乐活动等方面的消费。如购买和阅读书籍,看电影、戏剧,参加球赛、音乐会、舞会等。这是家庭中不可缺少的消费内容。在这方面应着重选择有益于思想健康,促进社会主义精神文明建设的内容,同时还要考虑到经济方面的因素,因为精神消费与物质消费二者是相互联系的。例如,看电视是精神消费,同时也离不开买电视机和耗电等物资消费。因此,也要根据家庭的经济实力妥善安排。

家庭消费是关系家庭兴旺与否的大事。身为家庭主妇的现代女性,只有恰当地把握好上述消费原则,才能把钱花在刀刃上,使全家人其乐融融。

(冯秀梅)

二、进行消费决策要讲究科学性

每位家庭主妇在进行消费决策时,都应考虑如何以最小的付出换取最大的效用。这里就有一个消费决策是否科学的问题。那么,怎样才能使消费决策具有科学性呢?

(一)进行消费决策,应考虑该消费所要取得的效用

家庭消费的需求具有多样性,这是由家庭成员的多方面需求决定的。因此在考虑预购商品的效用时,应该从家庭成员的实际出发,以实用为主要标准,适当地考虑满足追求美观、新颖,显示自己身份等消费愿望。青年人接受现代文化敏感一些,老年人对传统文化熟悉一些,中年人处于两者之间,对此都应予以适当的照顾。

(二)进行消费决策,应分析好预购商品的功能

每种商品买回家,能发挥多大的功能,应事先分析一下。任何商品都可以分解成基本功能、次要功能和用不着的功能。有些高档商品比一般商品价格高几倍,而其效用却高不了多少,就不必花那么多钱去买。像洗衣机、电冰箱、彩电之类的商品,进口货与国产货价格相差很远,外观各有所长。质量上国产货虽还有些差距,但用进口产品却会在维修与零配件供应上得不到保障。因此,一般情况下,还是选购国产品,尤其是优先选用本地产品为好。对牙膏、化妆品等日用品,宜用高质量的,以免伪劣品危害身体。炊具、卧具等直接关系全家人的健康,应适当讲究一些。对家用电器、装饰品等,则宜选购适用的,不必追求高档。

(三)进行消费决策,要掌握好购买商品的时机

商品流通是按价值规律进行的,了解、掌握了这个规律,就能使手里的钱花得恰到好处。价值规律,简单地说,就是等价交换,价格与价值相一致;在商品市场各种因素影响下出现的价格涨落,价格与价值的偏离,只能是暂时的,价格总是要围绕价值而波动的。举个例子,某电冰箱厂家生产的160立升冰箱价格,1986年前后为1,000元左右,其价格基本接近于价值。后来由于多种社会因素刺激了消费需求,消费能力逐步增强,电冰箱市场购买力迅速提高,以至供不应求。价格月月上涨,直到零售价达到2,200多元。这种情况又反过来刺激了供给,生产厂家及其产品品种、数量日益增多,使电冰箱市场趋于饱和。饱和后其价格又出现下跌,逐渐趋近价值。其它消费品也是一样。同样的菜,其价格在节日高于平时,周末高于

往日，冬天又高于夏天。这些日常生活用品的价格，就是这样围绕价值上下波动着。为了使有限的家庭收入能科学地支出，消费者就必须在认识和利用价值规律的基础上，做出最佳的家庭购买决策。

第一，不能在某商品价格不断上涨时急于作出家庭购买决策。因为日常用品价格不可能无限期地猛涨，涨到一定程度，必然由于供过于求而下跌。因此，在商品价格高于价值时急于抢购是失策的。

第二，不能在某商品价格日趋下降时举棋不定。商品价格下降也不是无限度的，下降到一定程度，其供给量必然减少；同时随着产品的周期更新，需求量也将增大，价格必然回升。所以，当某种商品价格下降到与其价值基本接近时，就应及时购买。

(四)进行消费决策，要切忌冲动

人们花钱购买消费品，总是为了取得一定的效用。但实际上人们花的钱中，确确实实有一部分是买了无用的东西，这种冤枉钱几乎人人都花过。仔细想来，这些钱十有八九是在“冲动性购买”中花去的。这种购买行为，多半是在人们临时出现的某种想法的支配下产生的。这种情况大致有三类：一是受到环境的影响。例如，有人新买了一件时装，受到大家的称赞，在场的人可能在认同心理的支配下也去买了一件。可买来后却发现与自己并不相称，只好闲置一边。二是受到某种销售手段的影响。例如，某商家高声叫卖：“忍痛赔本出售衬衫，原价 14 元，现价 7 元。”有人灵机一动买下一件，之后发现并不适用，结果是降价 7 元的好处没有得到，反而多支付了 7 元。三是受

到消费者的互相影响。例如,看到某家商店出售的某种商品,购买者十分踊跃,有人可能会自觉不自觉地停下脚步加入购买行列,抢购了一件,等过后才感到并非急需,“劳民伤财”。因此,如果遇到某种特殊的消费机会而需要立即决策时,不妨先冷静判断一下,该商品的实际效用究竟如何,再决定取舍,切忌“冲动性购买”。
(孙桐学)

三、掌握家庭消费规律

每个家庭的消费各有特点,每个人的消费行为也具有一定的特殊性。但是,家庭消费总要受商品经济的发展程度,市场商品的供需状况,以及家庭收入的多少,消费者思想文化层次的高低等因素的影响。如果仔细分析这些因素的变化,我们不难发现,其中存在着一些规律性的东西。了解并掌握这些规律,对于指导家庭消费显然是有益的。

(一)家庭消费取决于需要的规律

需要,是消费者产生购买动机,形成购买行为的直接原因。家庭需要,根据家庭成员对消费的满足程度,可区分为以下几种类型:

第一,暂时中止消费型

家庭成员由于消费获得了暂时的最大满足,那么这个家庭就可能暂时停止了这个方面的消费需求。如,某家庭购买了称心如意的彩色电视机后,在一定的时间内,就不可能再购买了。

第二,继续和扩大消费型

家庭成员由于消费获得了一定的满足后,可能激发起对这个方面更大的兴趣,从而继续消费或者扩大消费。如,某消费者购买了喜爱的图书,在精神上得到了满足,又想买一些新的图书就是这种情况。

第三,继续或转向消费型

消费者在消费之后,感到还不满足,这就会促使消费者继续消费,或者转向其它方面的消费。

(二)家庭消费需求与可能相适应的规律

消费的实现不仅仅取决于需要,而且取决于可能,也就是条件。所谓条件,既包括社会能否供应所需要的商品,也包括家庭有无购买商品的经济能力。比方说,有的家庭确实需要一套商品房,但如果没有足够的经济实力,或虽有这样的经济能力却暂无商品房供应,都不可能实现消费。所以,消费愿望只有适应家庭以至社会的有关条件,这种消费愿望才能变成现实的消费行为。

(三)购买力随价格变化的规律

家庭消费不仅取决于需要和可能,而且要受消费品价格变化的影响。一般说来,在具备一定的购买力的情况下,消费者在消费品价格下降时,将增加购买量;在消费品价格上升时,将减少购买量。不过,从家庭消费的实际情况看,价格变化对购置各种不同消费品的影响程度是很不一样的。有些计划购置的消费品的价格上涨,是消费者事先已经充分估计到了的,因此,即使涨价也还是要买。还有些生活必需品如柴米油盐等,不论价格怎样变化,购买量是一定的。反之,奢侈品、娱乐品、高档耐用品,受价格的影响就较大。此外,有些消费品可

用其他商品替代,或使用的周期较长,其购买量受价格变动的影响也较小。可替代性商品越多,使用周期越长,所受影响越小。反之,所受影响就大。但是,购买力随价格变化而变化的规律也有特殊现象,这主要表现为消费者“买涨不买落”的消费现象。即某种商品的价格连续上涨时,人们反而去抢购;当价格连续下跌时,人们反而持币待购,以求得相对最低价格。这并不是对购买力随价格变化规律的否定,而是对这一规律的补充。

(四)家庭消费支出结构变化的规律

德国经济学家恩格尔提出:随着家庭收入增加,人们在食品方面的支出,在收入中所占的比例会越来越小,用于文化、娱乐、卫生、劳务等方面的支出,所占的比例则越来越大。新中国成立之后,特别是改革开放以来,我国的家庭收入有了明显的提高,家庭消费已由温饱型逐步向享受型过渡。在现代家庭中,文化娱乐消费不断增加,智力投资不断提高,高档耐用商品不断进入家庭……从而,使家庭消费的支出结构发生了较大的变化,其变化与恩格尔所预示的完全一致。

(五)农村家庭消费的周期性变化规律

农村一般家庭的消费,区别于城市,主要表现在购买力以至消费的周期性上。这种周期性在非生活必需品的消费上表现得尤为突出。在春耕播种时节,农民将绝大部分购买力投放到购买种子、化肥、农药等生产资料上;随着农作物的不断生长、成熟,这种投放将越来越小;到了秋季,农副产品开始上市,农民手中的余钱多起来,购买力开始投放到生活资料上;到了十一月份,手中余粮售完,此时农民家庭的购买力是最大