

ECONOMY AND
MANAGEMENT

经济与管理 教程

● 戴淑芬 殷焕武 刘明珠 编著

Economy and Management

经济管理出版社

ECONOMIC MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

经济与管理教程

戴淑芬 殷焕武 刘明珠 编著

经济管理出版社

责任编辑 卢小生

技术编辑 晓 成

图书在版编目 (CIP) 数据

经济与管理教程/戴淑芬, 殷焕武, 刘明珠编著. 北京: 经济管理出版社, 2002

ISBN 7-80162-500-5

I. 经... II. ①戴...②殷...③刘... III. 经济管理—教材 IV. F2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 081140 号

经济与管理教程

戴淑芬 殷焕武 刘明珠 编著

出版: 经济管理出版社

(北京市新街口六条红园胡同 8 号 邮编: 100035)

发行: 经济管理出版社总发行 全国各地新华书店经销

印刷: 北京银祥印刷厂

850×1168 毫米

1/32

17 印张

420 千字

2002 年 11 月第 1 版

2002 年 11 月北京第 1 次印刷

印数: 1—6000 册

ISBN 7-80162-500-5/F·482

定价: 29.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社发行部负责调换。

通讯地址: 北京阜外月坛北小街 2 号 邮编: 100836

联系电话: (010) 68022974

前 言

国家教育部明确要求高等学校为非经济、管理专业的学生开设一定课时的经济管理课程。这既是我们高等院校开展经济管理知识教育的重要指导方针，又是国家对各高等院校教育改革提出的具体要求。

改革开放以来，我国的社会、经济和科学技术发生了巨大变化，社会和经济的发展客观上需要一大批具有科学技术知识和经济管理知识、跨学科、多种知识结构的复合型人才。因此，各高等院校对大学生的培养也要从过去单一封闭的专业教育转向复合型和素质型教育，经济与管理方面的知识也就成为本科教育的一个重要内容。

在社会经济不断发展的现代社会，以往工程技术教育与经济管理教育相互分离的教育模式，使得学工程技术专业的学生不懂经济与管理方面的知识，他们走上工程技术岗位之后，由于缺少经济与管理知识，不了解与所从事工作有关的经济问题，缺乏经济意识，影响了他们的发展。

编著和出版这本《经济与管理教程》的主要目的，是为高等学校非经济、管理专业本科生的“经济与管理”课程提供一本适用的教材，其内容体系是在国家教育部“经济管理基础课程基本要求”的框架下，考虑到合理的学时要求、适当的内容深度、易于理解的内容编排方式等而编写的，也是在三任编著者长期从事“经济与管理”课程教学经验积累的基础上形成的。

本书的第一章、第二章和第六章由戴淑芬教授编写，第三章

和第七章由殷焕武副教授编写，第四章和第五章由刘明珠副教授编写。在本书的编写过程中，我们参考了已经出版的许多著作和相关资料，在此向各位著者或编者表示诚挚的谢意。

编者

2002年9月

目 录

第一章 经济学概论 / 1

第一节 计划经济与市场经济 / 1

第二节 需求与供给分析 / 7

第三节 企业 / 48

思考与练习 / 50

第二章 管理概述 / 55

第一节 管理的概念及性质 / 55

第二节 管理的职能和类型 / 63

第三节 管理者及其应具备的技能 / 69

第四节 管理环境 / 77

第五节 管理主要思想及其演变 / 92

思考与练习 / 127

第三章 生产与成本 / 129

第一节 生产理论 / 129

第二节 成本理论 / 151

第三节 市场结构与产量决策 / 182

思考与练习 / 189

第四章 生产管理 / 191

第一节 生产管理概念及其发展 / 191

第二节 生产系统 / 205

第三节 生产类型 / 209

第四节 企业生产过程分析 / 214

第五节 生产计划与生产作业计划 / 233

第六节 网络计划技术 / 239

第七节 库存管理 / 258

第八节 现代生产管理方法介绍 / 277

思考与练习 / 307

第五章 质量管理 / 311

第一节 质量与质量管理的概念 / 312

第二节 全面质量管理的概念及思想 / 321

第三节 统计质量控制 / 339

第四节 ISO 9000 简介 / 369

思考与练习 / 379

第六章 资金筹集的经济分析 / 383

第一节 资金的来源渠道 / 383

第二节 筹资成本分析 / 395

第三节 资金的时间价值 / 399

思考与练习 / 420

第七章 投资方案经济评价与风险分析 / 423

第一节 投资方案的经济评价方法 / 423

第二节 风险分析 / 458

第三节 不确定性分析 / 469

第四节 风险决策分析 / 485

第五节 设备更新的经济分析 / 497

思考与练习 / 513

附录：复利系数表 / 517

第一章 经济学概论

本章要点:

- 需求及影响需求的因素
- 需求函数和需求曲线
- 供给及影响供给的因素
- 供给函数和供给曲线
- 均衡价格的形成及供给、需求变动对均衡价格的影响
- 需求与供给弹性

第一节 计划经济与市场经济

人类社会解决生产什么和生产多少、如何生产以及为谁生产这三大基本问题的方法有三种，即自然经济方式、市场经济方式和计划经济方式。

在自给自足的自然经济中，家庭或经济单位（如原始公社、封建庄园）为直接满足自己本身的需要而生产，自耕而食，自织而衣。生产什么和生产多少、如何生产以及如何分配，由家长、首领或者有发言权的团体根据自己掌握的资源、自己的需要以及经验来决定。随着社会生产力的发展，在全世界，自然经济逐渐瓦解，让位于市场经济方式。但是，在许多欠发达国家的农村，一定程度的自然经济方式仍然大量存在。

下面我们把注意力放在决定现代经济运行的计划经济方式和市场经济方式上。

一、市场经济

市场经济 (Market Economy) 作为一种体制, 是在西方随着自然经济的瓦解而逐步形成的。市场经济是在财产权利的制度制约下, 通过个人和企业市场上自愿交换、分散决策来解决经济上的三个基本问题的。

千千万万的消费者根据自己的爱好和需要在市场上选购产品和服务, 千千万万的生产者在生产不是自己所需要的各种材料、半成品和成品, 没有人在进行统一的指挥和调度, 整个经济是怎样实现有序、协调和有效率的呢? 在通常情况下, 你不用担心服装店里全是上衣而买不到裤子, 超市里只卖白酒而没有饮料, 或者医院里全是牙科大夫而找不到能治感冒的内科医生。是什么在引导着千千万万分散的决策者?

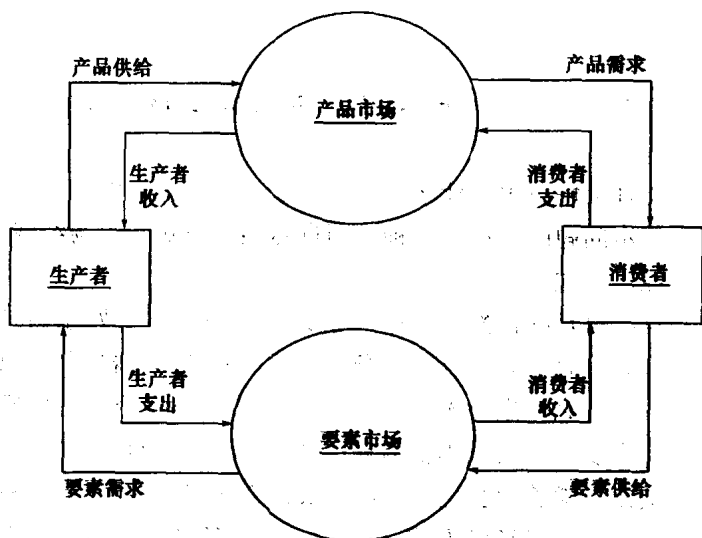


图 1-1 市场经济模型概图

用于解释市场经济机制的一个最简单的模型是这样的：市场活动的主体是大量分散决策的消费者和生产者；有两类市场——产品市场和要素市场。在产品市场上，生产者是产品供给方，消费者是产品需求方；在要素市场上，消费者是要素供给方，而生产者是要素需求方。消费者在要素市场上提供要素服务取得收入，而在产品市场上支出，以换取自己需要的产品；生产者在产品市场上销售产品取得收入，而在要素市场上支出，以换取生产所需的要素和服务。每个消费者通过市场交换使自己得到最大的满足，而每个生产者则力求得到最大的利润。

市场机制是产生均衡价格（即使供需数量相等的价格）的机制。当供大于求时，价格下跌；当求大于供时，价格上升。这并不是人为规定的法则，而是供需双方市场中讨价还价的结果。根据各自追求最大利益的行为准则，价格较低时需求增加或供给减少或两者同时发生，而价格较高时则相反。当所有市场上都形成了均衡价格时，市场就同时解决了经济上的三个基本问题：产品市场上各种产品的均衡产量，是生产什么和生产多少的答案；生产者取得最低成本而采用的技术和企业组织方式，是如何生产的答案；要素的价格和数量则解决了为谁生产的问题。

对市场体制的理论分析，是以下列假定为基础的：

1. 理性选择：这是最基本的假定。人是理性的，即每个人都会在一定的约束条件下争取自身的最大利益。这是经济生活中的基本事实。你在支出你的收入时当然在寻找一个最能使自己满意的方式，一模一样的商品，你会愿意去买贵的那个吗？你在求职的时候当然希望得到包括物质和精神在内的最高报偿的工作，你没有必要无缘无故地选择最不使你愉快的工作并且只肯接受一半工资。如果经济中多数人行为的准则是多工作、少拿钱、把财富分给邻居，那么就要寻找另外的评价经济有效性的标准，需要重写经济学了。但这毕竟不是事实。

经济学分析在理性人的假设下资源配置的机制及其效率，并非一定在推崇自私自利的价值观，并不必然否定人的社会性的一面和利他的高尚行为。反过来，社会上合理的利他行为的存在，也不否定经济学在理性假设下得到的资源配置效率的结论——除非有人专门把自己的劳动或资金放在最没有生产率的地方。对这条假定的批评或者担心，有许多时候是由于对这个假定的含义和所起的作用的误解。

2. 自由和自愿的选择：在人们自愿前提下自由选择，是另一个基本的假设。自愿保证了交易是增进交易双方利益的；而自由则使得所有可能的这样的交易都可以进行，从而把社会总体的利益增进到最大限度。这里有时还有一个隐含的假定，就是选择的交易活动没有溢出交易双方之外的效果，否则“自愿”进行的香烟交易会使第三者“不自愿”地吸到二手烟，带来选择者并不给以补偿的他人的损失。

3. 权利界定清晰：经济学一般假定在市场经济中，每个行为主体选择的权力是明确界定的。你只能用你拥有支配权的东西做交易，而所有经济物品的权利归属是清晰的。任何人不能侵犯他人的权利：不能强迫、不能盗窃、不能抢劫、不能欺诈，在现实的市场体制中，这些是靠法律来界定和保护。当然，难免有权利界定不清的情况存在，这时交易就有困难了。显然对权利的法律界定和保护是市场机制得以顺利运转的基础条件。

有了这些基本假定，经济学证明，在满足完全竞争、信息完备、没有外部性等等条件时，市场机制可以导致资源在一定意义下的最优配置；“看不见的手”将引导个体的自利行为，增进社会总体的利益。

然而，在现实世界里，上面所说的那些条件并不完全具备，这使得市场经济的运行绝不像前面描述的那样美妙和谐。垄断、经济活动的外部性、信息的不完备，使得市场机制无法实现通过

价格来有效配置资源的功能。收入的不平均、甚至部分人连生存的基本需求也得不到保障，市场导致的这种分配是社会所不能接受的。分散的经济决策可能引起总体经济产出和物价严重的波动。自由放任的市场机制无法解决这些问题，经济需要“看得见的手”——代表社会公共利益的政府的干预。世界上没有哪个国家是纯粹的市场经济，市场机制必须由代表国家意志的计划手段加以补充。

二、计划经济

如果说市场经济体制是非人为设计、自然形成的资源配置方式，那么，计划经济（Planned Economy）体制就是人为设计的替代市场体制的另一种资源配置方式。

当人们看到私有制基础上的市场体制带来的种种弊端，特别是一个世纪到半个世纪前一些极端严重的弊端：巨大的贫富差距、社会的不公正、人对人的压迫、周期性萧条和经济混乱，等等，希望有一种新的能够直接代表社会利益和愿望的制度取而代之。于是在通过社会革命消灭了私有制以后建立了社会主义公有制的国家中，选择了计划经济体制。

在纯粹的计划经济体制中，生产资料归国家所有。政府为了解全国人民当前和今后、私人消费和公共消费的需要的的基础上，通过指令性计划安排生产要素在各个行业、各种产品之间的分配，安排消费品在全体居民中的分配。这样，政府的计划部门就集中地解决了经济上的生产什么和生产多少，如何生产以及为谁生产的问题。

事实上，没有一个社会主义国家实行过这种纯粹的计划经济方式。在我国实行的计划体制中，生产资料并不是完全归中央政府所有，许多是归各级地方政府和劳动者集体所有的。中央计划并不规定一切，各级地方政府、企业和劳动者集体有一定的根据市场需要安排生产的余地。特别是消费者有一定的用货币投票的

权力，可以在一定程度上根据自己的偏好选择使用手中货币的方式，这种选择会通过市场上消费品供需的矛盾给政府计划部门一些信息。但是从总体上看，决定劳动、资本、土地的配置以及收入分配的主要力量，是国家计划。

计划经济方式有它的优点。对于一些明显地有益于社会公众的事业、工农业基本建设、投资巨大且回收期长的项目，通过计划的集中决定方式比诱导从自利出发的分散的个体来决定，效率更高，速度更快。计划方式不用担心由于分散的个体对经济前景乐观或悲观的估计而引起宏观经济波动。计划方式有利于实现比较平均的收入分配。

但是，社会主义国家的实践表明，计划经济方式存在着难以解决的问题，这些问题严重影响了社会经济的发展。

首先，计划经济存在着信息方面的困难。做出一个有效的社会经济计划，必须详尽地了解消费者的需求、各种生产要素的数量、各种生产要素在不同产品生产中的生产率，以及所有这些数据的变化趋势。我们通过后面的学习就会了解，消费者的需求是一组复杂的关系，要素的生产率取决于不同的要素组合，人们的爱好和生产技术的变化更是难以预计。中央计划部门能够得到完全的信息吗？有能力处理这些信息吗？在没有充分信息和无力迅速处理信息的情况下，计划偏离实际、僵化和低效率就是不可避免的。

第二个更本质的困难，来源于人的积极性。在计划体制下，厂长们努力开发新产品、创造新工艺、改进管理、降低成本的动力从哪里来？一名农村公社社员努力劳动所增加的收益，他只能拿到其中的几百分之一，他会持久地付出这种努力吗？计划体制在激励人们持久地努力工作和创新从而保持经济活力的方面，是很不成功的。

最后，问题还来源于政府计划部门自身。怎么能够保证政府

决策者的偏好与公众的偏好一致呢？政府决策者的意愿与消费者实际的利益不一致所带来的问题，在实行计划经济体制的国家中屡见不鲜。

计划经济体制实践的结果表明，在当代条件下，占国民产出绝大部分的产品，采用计划经济的方式来生产和分配，不如采用市场经济的方式有效。

这并不是说计划是完全不需要的，我们在第六章将要说明，有一些重要的产品和服务是必须由政府集中组织供给的，政府还需要用自己掌握的资源和权力来有效地达成社会公共目的，纠正分散的市场选择可能带来的收入分配的不公平、总体经济波动和对社会总体利益的损害，而这些都要靠计划的方式来实现。

市场经济和计划经济是配置资源的不同方式。如果多采用一些市场经济的方式对人民有好处，受到人民的欢迎，以人民的利益为宗旨的党和国家，为什么不能这样做呢？在邓小平建设有中国特色的社会主义理论指导下，党的十四大提出了在我国建立社会主义市场经济体制的任务，做出了让市场机制在资源配置中起基础作用的选择。这几年我国经济的快速发展，人民生活的显著改善以及人们焕发出的创造热情，证明了这个选择的正确性。

第二节 需求与供给分析

一、需求理论和影响需求的因素

(一) 需求

商品是用来交换的劳动产品，而交换是通过市场进行的。在市场上，每一种商品都有自己的供给一面和需求一面。所谓需求，是指消费者在一定的价格水平上对某种商品的有支付能力的需要。

这个定义说明，需求是以消费者的货币购买力为前提的，没

有这个前提，任何需要只能是对某物的占有欲望，而不是需求；另一方面，需求是相对于商品的某一价格水平而言的，特定的价格形成特定的需求。

需求量，是指在一定价格水平下，社会上所有的居民所希望购买的某种商品的总量。

一种产品的需求数量，并不是固定不变的，它要受很多因素的影响。对不同的产品，其影响因素是不同的，但通常以下几个因素是共同的：

1. 产品的价格。一般情况下，价格上涨，消费者的需求量就减少；价格下降，消费者的需求量就增加。例如：棉布提价，化纤布降价后，对棉布的需求量就减少，对化纤布的需求量就增加，使消费者的购买结构发生了变化。

2. 其它商品的价格。商品之间的关系可分为互补与替代。互补关系是指两种商品共同满足一种欲望（例如：录音机与磁带即为互补关系）。互补关系的商品之间价格变动对需求量的影响是：当一种商品的价格上升时，对另一种商品的需求量就减少；反之，当一种商品的价格下降时，对另一种商品的需求量就上升。替代关系是指两种商品可以互相代替来满足同一种欲望，例如：牛肉和羊肉。替代关系的商品之间价格变动对需求量的影响是：当一种商品的价格上升时，对另一种商品的需求量就增加；反之，当一种商品的价格下降时，对另一种商品的需求量就减少。所以，其它商品的价格是影响产品需求量的另一个重要因素。

3. 消费者嗜好的变动。例如：在我国，过去对咖啡的需求量较小，因为中国人习惯于喝茶。但是随着人们嗜好（包括习惯）的变动，人们对某种产品的需求量也会发生变化。

4. 消费者的个人收入。一般来说，随着个人收入的增加，对产品的需求量就会增加；反之就会减少。例如：近些年来，农

民对电视机等家用电器的需求量增加很快，因为农民的收入增加了。

5. 广告费。一般来说，广告费支出的越多，人们对产品的需求量也越大。但当广告费增加到一定数量时，因广告而引起的需求量的增加却变得有限。

6. 对价格变化的期望。人们对该产品将来价格的期望如何，也影响对产品的需求量。如果人们对价格看涨，需求量就会增加。如果看跌，需求量就会减小。

除此之外，还有社会人口的数量及其组成，消费者对未来的看法，度假制度、地域等。

(二) 需求函数

如果把影响需求的因素作为自变量，是把需求作为因变量，则可以用函数关系来表示影响需求的因素与需求量之间的关系。这种函数就是需求函数 (Demand Function)。用 D 代表需求，则需求函数为：

$$D_x = f(P_x, P_s, T, I, E, A \cdots)$$

式中： D_x ——对某产品的需要量； P_x ——某产品的价格； P_s ——替代产品的价格； T ——消费者的嗜好； I ——消费者的个人收入； E ——对价格的期望； A ——广告费。

但这种需求函数仅是最一般的表达式，它并没有表示出因变量与自变量之间的确定关系。所以，在决策时，为了具体计算需求量，必须估计出具体的需求函数来。例如：某洗衣机厂的具体需求函数估计为：

$$D = -200P + 200I + 0.5A$$

式中： D ——顾客对该厂洗衣机的需求量； P ——洗衣机价格； I ——居民的平均收入； A ——广告费用； -200 、 200 和 0.5 是这个需求函数各自变量的参数。

上式告诉我们：价格每增加 1 元，对该洗衣机的需求将减少

200 台, 居民收入每增加 1 元, 将增加需求量 200 台, 广告费每增加 1 元, 将增加需求量 0.5 台。现在, 我们假定计划年度 P 、 I 、 A 的值分别预计为 300 元、800 元和 10000 元, 那么, 计划期某洗衣机厂洗衣机的预计需求量为 105000 台, 即:

$$D = -200 \times 300 + 200 \times 800 + 0.5 \times 10000 = 105000 \text{ (台)}$$

(三) 需求曲线

如果假定其它因素不变, 只考虑商品本身的价格对该商品的需求的关系, 并以 P 代表价格, 则需求函数为:

$$D = f(P)$$

需求曲线就是假定在除价格以外其它因素均保持不变的情况下, 反映需求量与价格之间关系的曲线。

表明商品的价格与需求量关系的表就称为需求表 (Demand Schedule), 根据表 1-1 的资料, 可以作图 1-2。

表 1-1

对某商品的需求表

	价格 (元)	需求量 (吨)
a	20	110.0
b	40	90.0
c	60	77.5
d	80	67.5
e	100	62.5
f	120	60.5

在图 1-2 中, 横轴代表需求量, 纵轴代表价格, D 即为需求曲线 (Demand Curve)。需求曲线就是根据需求表画出的, 表示价格与需求量关系的曲线。我们再以上述洗衣机的需求为例, 假设在诸自变量中, 居民收入与广告费是固定不变的, 只有价格