



普通高等教育“十一五”国家级规划教材



经济管理基础 (第二版)

○ 倪成伟 张秀君 主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

经济管理基础

(第二版)

倪成伟 张秀君 主编



高等教育出版社

Higher Education Press

内 容 提 要

本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材。

本书共 11 章:第一章阐述经济管理的基本内容、基本的经济原理和管理思想,以及经济管理原则和基本方法;第二章论述市场基本机制,即需求法则、供给法则及其均衡价格的决定,以及均衡价格的应用——管制价格;第三章至第六章具体分析、讨论经济学的基本问题,即生产什么和生产多少、怎样生产、为谁生产、谁来决策的问题;第七章至第九章叙述现代管理的计划、组织、领导和控制四大基本职能及相应的理论、实务与方法;第十章研究、讨论如何提高沟通与公关的能力;第十一章探索创新的内容、理论和原则,并讨论如何创新的策略和方法问题。此外,本书在正文中,设有案例,每章设置了“学习目标”,并附有框图式“本章小结”、“思考与练习”和“实践与训练”。

本书可作为高等职业学校、高等专科学校、成人高等院校、本科院校高职教育二级职业技术学院、继续教育学院和民办高校非经济管理类专业学生学习用书,也可供五年制高职各专业学生、中等职业学校各专业学生及其他有关人员使用。此外,本书还可作为经济管理类专业学生和从事经济管理工作人员和各级领导干部的参考读物。

图书在版编目(CIP)数据

经济管理基础/倪成伟,张秀君主编. —2版. —北京:
高等教育出版社,2007.6

ISBN 978-7-04-021441-3

I. 经… II. ①倪…②张… III. 经济管理-高等学校-
教材 IV. F2

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第061843号

策划编辑 沈 炜 责任编辑 李 民 封面设计 王凌波 责任绘图 吴文信
版式设计 马静如 责任校对 杨凤玲 责任印制 朱学忠

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100011
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 北京明月印务有限责任公司

开 本 787×1092 1/16
印 张 18
字 数 430 000

购书热线 010-58581118
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>
版 次 2003 年 7 月第 1 版
2007 年 6 月第 2 版
印 次 2007 年 6 月第 1 次印刷
定 价 22.70 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 21441-00

郑 重 声 明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 58581897/58581896/58581879

传 真：(010) 82086060

E - mail: dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街 4 号

高等教育出版社打击盗版办公室

邮 编：100011

购书请拨打电话：(010)58581118

第二版前言

《经济管理基础》(第二版)是普通高等教育(高职高专教育)“十一五”国家级规划教材,适用于高等职业学校、高等专科学校、成人高等院校及本科院校职业教育二级职业技术学院、继续教育学院和民办高校使用,既可作为非经济管理类专业(即哲学、法学、教育学、文学、历史学、理学、工学、农学、医学学科各专业)的经济管理课的教材,又可作为经济管理类专业学生和从事经济管理工作的人员和各级领导干部的参考读物。

本书是高等教育“十五”国家规划教材(高职高专教育)《经济管理基础》的第二版,充分吸收了近年来经济管理课程改革实践的最新成果。本书的内容体系根据教育部高职高专人才培养目标和规格以及基础课程教学基本要求,按照突出应用性、实践性的原则,重组课程结构,更新教学内容。通过总结本书第一版出版使用三年多的教学经验,并根据新时期经济管理课程能力本位改革的需要,本书力求反映经济管理课程教学内容体系改革的成果,以便更好地适应高职高专人才应具备的知识和能力的需要;在理论上力求介绍基本原理和比较实用的应用性知识与技能,突出经济学原理和管理学思想的实践应用性,以适应高职高专教育培养学生实践动手能力的教学需要。

为了让非经济管理类专业学生对经济、管理理论与知识有一个概括性的了解,并掌握和运用其核心理论知识与技能,本书力求把经济学和管理学两者有机地结合起来,取其精华,用有限的篇幅,在“精专业”(指学好本专业)的基础上,使学生达到“懂经济、会管理”的目的。

基于上述考虑,本书各章的主要思路和内容如下:第一章阐述经济管理基本内容、基本的经济原理和管理思想,以及经济管理原则和基本方法;第二章论述市场基本机制,即需求法则、供给法则及其均衡价格的决定,以及均衡价格的应用——管制价格;第三章至第六章具体分析、讨论经济学的基本问题,即生产什么和生产多少、怎样生产、为谁生产、谁来决策的问题;第七章至第九章叙述现代管理的计划、组织、领导和控制四大基本职能及相应的理论、实务与方法;第十章研究、讨论如何提高沟通与公关的能力;第十一章探索创新的基本内容、理论和原则,并讨论如何创新的策略和方法问题。

在本书编写过程中,力求体现以下特色:① 本书适用于作为非经济管理类专业开设的经济管理课程的教材,课程基础理论以应用为目的,以必需、够用为度。本书在此次修订过程中,理论阐述更加精练,除必要的理论阐述外,对理论自身的论证过程以及部分偏深偏难的内容或宏观性过强的理论做了删除;同时增加了相关的案例分析、思考的内容。② 根据高职高专教育人才培养的目标要求,将经济学与管理学的理论与知识技能有机地融合为一体,实现课程重组。修订时对部分章节做了较大的调整,由原来的14章调整为11章,结构更加合理,内容更加突出理论知识的应用和实践能力的培养,还新增了沟通与公关一章,以培养学生在现实生活中非常重要的沟通与公关的能力。③ 在传授基本经济管理知识的同时,注意培养学生的科学管理的思维方法和创新精神。④ 本书以“边学、边练”的编排形式出现,通过“案例”、“学习活动”等内容,增加学生

的参与环节,尽量达到互动教学的目的。本书在正文叙述过程中,既有适当的课堂案例讨论与分析、情景模拟,也有深入社会的参观调查;既有案例分析示范,也有供学生进行课堂案例讨论与分析的纯粹案例,通过有目的、有步骤地实践训练,进一步帮助学生巩固所学知识,培养学生经济管理基本理论知识的实际应用的能力。⑤ 本书编写体例力求体现经济管理课程能力本位教学改革的思路和要求。每章设置了“学习目标”,即本章的“知识点”和“能力点”;每章以案例导入,以激发学生学习本章的兴趣和打开学生的思维想象空间。除了在正文中附有的案例、学习活动或讨论外,每章还附有框图式的“本章小结”、“思考与练习”和“实践与训练”,以便于学生复习所学内容;同时培养学生运用理论知识进行实践与训练的能力。

本书由浙江经济职业技术学院倪成伟教授和张秀君副教授担任主编。其中:倪成伟主要负责本书导论和经济学部分(第一章至第六章)总纂和全书定稿,张秀君主要负责管理学部分(第七章至第十一章)总纂。各章修订、执笔分工如下。倪成伟:第一、二、三、六章;张秀君:第九、十、十一章;张秀君、邱元明(西南大学副教授):第七、八章;夏莹(芜湖职业技术学院副教授)、聂华(浙江经济职业技术学院副教授):第四、五章。

本书在申报和编写过程中得到了主编所在学院和领导的大力支持。浙江经济职业技术学院院长陈丽能教授和浙江大学经济学院副院长金雪军教授(博士生导师)认真地审阅了本书,并提出了宝贵的意见,在此表示感谢。

由于作者水平所限,定有不当或错误之处,敬请读者批评指正。

编 者

2007年1月

第一版前言

《经济管理基础》是普通高等教育(高职高专教育)“十五”国家级规划教材,适用于高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院、继续教育学院和民办高校使用,既可作为非经管类专业(即哲学、法学、教育学、文学、历史学、理学、工学、农学、医学学科各专业)的经济管理课的教材,又可作为经管类专业学生和从事经济管理工作的人员的参考读物。

本书是教育部教育教学重大项目“新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划”立项课题之一——“高职高专教育经济管理课程教学内容体系改革、建设的研究与实践”课题的主要研究成果。本书的内容体系根据教育部高职高专人才培养目标和规格以及基础课程教学基本要求,按照突出应用性、实践性的原则,重组课程结构,更新教学内容。本书经过了课题组成员院校的教学改革实践,总结了教学内容课程体系改革的成果,探索了高职高专人才应具备的知识和能力,在理论上,既介绍了基础原理又介绍了比较实用的应用性知识,并突出经济原理和管理思想的科学性和创新性,以适合高职高专教育的教学需要。

为了让非经济管理类专业学生对经济、管理理论与知识有一个概括性了解,并掌握和运用其核心理论知识与技能,本书力求把经济学和管理学两者有机地结合起来,取其精华,用有限的篇幅、尽可能少的学时,在“精专业”(指学好本专业)的基础上,达到“懂经济、会管理”的目的。为了论述方便起见,本书对经济管理概念定义为:管理主体通过运用管理职能,在经济活动中对人力、物力、财力、时间和信息等进行合理分配和有效使用,以及对各个社会集团和个人之间的物质利益关系进行合理调节,以实现预定目标的一系列活动的总称。因此,经济管理既要研究经济学关于稀缺资源的有效配置与利用问题,即经济活动中的基本问题(生产什么和生产多少、怎样生产、为谁生产、谁来决策),又要研究管理学关于人类按照市场经济供求规律,对生产经营活动进行计划、组织、领导、激励和控制,积极开拓创新,充分利用资源,尽可能地获得最大的经济效益,实现经济组织的目标的问题。

基于上述考虑,本书各章的主要思路和内容如下:第一章阐述基本的经济原理、管理思想,以及经济管理原则和基本方法;第二章论述经济管理目标和目标管理的基本理论与知识;第三章讨论经济管理环境,主要是对经济管理内部环境和外部环境进行分析,根据不同环境制定不同的经济管理战略;第四章叙述市场基本机制,即需求和供给如何决定价格以及价格影响资源配置的理论;第五章至第八章分别具体分析经济学的基本问题,即生产什么和生产多少、怎样生产、为谁生产、谁来决策的问题;第九章至第十三章系统地介绍管理的基本职能(计划、组织、领导、激励、控制)及相应的理论、实务与方法;第十四章探索创新的理论、内容、原则、策略、机制等,以培养学生具有创新的思维和能力。

在本书编写过程中,力求体现以下特色:① 本书适用于作为非经济管理类专业开设的经济管理课程的教材,课程基础理论以应用为目的,以必需、够用为度;② 根据高职高专教育人才培养的目标要求,将经济学与管理学的理论与知识技能有机地融合为一体,实现课程重组,教学内

容突出理论知识的应用和实践能力的培养;③在传授基本经济管理知识的同时,注意培养学生的科学管理的思维方法和创新精神;④教学内容注重案例讨论,在正文叙述中,增加了必要的案例,供读者讨论,以便学以致用。此外,为便于教学,本书每章设置了“学习目标”,提纲挈领地介绍了本章的核心内容和目的要求,并附有“本章小结”和“思考练习题”,以便于学生复习所学内容。

本书由浙江经济职业技术学院倪成伟任主编。各章执笔分工是:倪成伟:第一、四、五、八、十二、十四章;邱元明(西南农业大学经济管理学院):第二、三、九、十章;夏莹(芜湖职业技术学院):第六、七章;赵杰(宁波大学管理系):第十一、十三章;全书最后由主编总纂和定稿。

浙江大学经济学院吴梦蛟教授全面地审阅了本书初稿,并提出了许多有价值的修改意见,在此表示谢意。

由于作者水平所限,加之目前我国对高职高专教育相关课程进行重组尚处于探索之中,本书所作的改革尝试,定有不当或错误之处,还望广大读者不吝指正,并请为本书的修订工作多提宝贵意见,以便本书在修订时改进。

编 者

2003年3月

目 录

第一章 经济管理导论	1
第一节 经济管理的基本概念和内容	2
第二节 经济原理与管理思想	6
第三节 经济管理原则	18
第四节 经济管理方法	21
第二章 供求理论与应用	30
第一节 市场需求	31
第二节 市场供给	36
第三节 均衡价格的决定	40
第四节 均衡价格的应用——管制价格	44
第三章 消费者选择理论与方法	49
第一节 消费者的效用理论	50
第二节 边际效用分析法	51
第三节 无差异曲线分析法	57
第四章 生产与成本	68
第一节 生产函数	69
第二节 成本与收益	75
第三节 规模经济	81
第五章 收入分配	88
第一节 边际生产力	89
第二节 工资、利息、租金和利润	95
第三节 洛伦兹曲线和基尼系数	105
第六章 市场失灵与政府干预	111
第一节 不同经济模式下的决策	112
第二节 市场失灵或缺陷	114
第三节 政府干预	118
第七章 计划与控制	135
第一节 计划与目标	136
第二节 企业环境分析与决策	149
第三节 实施与控制	160
第八章 组织与人员配备	169
第一节 组织与组织理论	170

第二节 组织结构的内容与设计	172
第三节 人员配备与管理	188
第九章 领导与激励	199
第一节 领导实质与领导方式理论	200
第二节 领导、权力与指挥	209
第三节 激励理论	214
第四节 激励的原则和方式	219
第十章 沟通与公关	231
第一节 沟通与公关的基本概念和内容	232
第二节 沟通的原则与技巧	239
第三节 公关的策划与礼仪	247
第十一章 创新	256
第一节 创新的含义和内容	256
第二节 创新的理论和原则	262
第三节 创新的策略和方法	264
参考文献	276

第一章

经济管理导论



【学习目标】

知识点:

- (1) 识记经济、经济学、管理、管理学以及经济管理的基本概念。
- (2) 理解经济学尤其是微观经济学的基本问题,了解市场经济模式下经济学基本问题解决的方式。
- (3) 理解管理学的基本内容,尤其是现代管理的职能内容。
- (4) 理解和掌握有代表性的经济原理与管理思想。

能力点:

- (1) 把握经济管理原则和基本方法,并初步掌握其在现实经济生活中的运用。
- (2) 会用机会成本原理、边际决策原理和比较优势原理解释和分析经济现象。
- (3) 会用经济管理原则和方法思考、分析现实经济问题。



【案例导入】

如何应对轿车进入家庭引发的经济管理问题

据世界银行对主要国家和地区消费结构的统计资料表明:人均 GDP 3 000 美元后,大额消费需求快速增加,轿车拥有率迅速提高。国外交通发展史也表明:人均 GDP 3 000 美元后,轿车成为人们首选的机动化个体交通工具迅速得到普及。例如,日本 1955 年每千人拥有轿车 1.7 辆,到 1965 年(当年以 1994 年美元折算的人均 GDP 约 3 700 美元)增长为 22 辆,到 1973 年则跃升为 133.6 辆。不同收入水平国家轿车拥有率的数据分析表明,人均 GDP 3 000~5 000 美元时,大部分国家轿车的千人拥有率为 100 辆左右,上中等收入国家的平均水平为 140 辆。目前,中国的住房与轿车消费已提前成为消费热点。2005 年底,全国每百户城市居民家庭拥有汽车 8.7 辆,比上年同期增长 1.5 倍。其中,北京市私人小轿车保有量由 1998 年的 17.8 万辆迅速增长至 2005 年的 54.5 万辆,每百户拥有小轿车已达 12 辆,进入了快速普及时代。浙江省城镇居民家庭购买汽车由 2002 年的每百户 2.4 辆迅速拉升到 2006 年的 9.7 辆,平均每年增长 76%。

目前中国的汽车整车制造企业已达 123 家,全国有 27 个省(市)生产汽车,全国有 17

个省(市)生产轿车,全国有23个省(市)已建成轿车生产线,全国汽车产能已达550万辆以上,其中轿车产能已达250万辆以上。可以说,中国汽车市场是世界汽车市场的最后一块大“蛋糕”,而且是最具潜力、最大的汽车市场。目前中国汽车市场已经处于全球第三位,有关专家预测:到2015年,中国有可能成为全世界最大的汽车市场。由此可见,中国汽车市场在全世界处于一个非常重要的位置。

思考:

- (1) 轿车已成为城镇居民消费热点问题,分析家庭轿车购置应考虑的问题。
- (2) 如何应对城市交通管理问题,包括市区和社区停车、交通秩序、尾气污染等问题。
- (3) 轿车产业日益成为中国经济的支柱产业之一。政府汽车产业政策如何应对国际轿车市场竞争问题。

第一节 经济管理的基本概念和内容

一、经济及经济学的基本概念

经济,通常指社会再生产活动,包括生产、交换、分配和消费活动,是人类最重要、最基本的社会活动。经济学则是用来解释人类经济活动的学科。众所周知,资源的稀缺性(或有限性)与人们欲望的无限性的矛盾产生了各种经济问题,为了有效地解决这些问题,就产生了经济学。通俗地说,经济学就是研究决定如何有效地使用、消费、分配稀缺性资源,以满足人们无限的欲望的科学。

为了研究人们的经济活动,经济学家假定:经济资源是稀缺的,经济选择是必要的。马斯洛提出,人的需要或欲望是近乎无限的。可以设想,让每个家庭填写一份假如想要什么就有什么的清单,那么,他们希望得到的产品和服务的清单,汇总起来一定会超过社会现有供给能力许多倍。与人的欲望相比较,在一定时期中产品和服务总是有限的,因为生产它们的土地、自然资源、厂房、设备、劳动和技术知识总是有限的。这就是经济资源的稀缺性(Scarcity)。

有没有对人有用而又不稀缺的东西呢?我们可以举出阳光和空气,这类东西称之为自由取用物品(Free Goods)。对于这类物品,某个人为了一个目的取用它们,不影响为了其他目的或其他人再去取用它们。与人的欲望相比,这些资源是无限的。

非自由取用物品,也就是既对人有用而又稀缺的物品,称为经济物品(Economic Goods)。客观世界中绝大部分的物品不是自由取用物品,而是经济物品。对于城市里的居民,充足的阳光和新鲜的空气也越来越不是可以自由取用的了,人们不得不为它付出代价,即为了享受阳光和新鲜空气,必须要放弃其他一些需要来换取。

【学习活动】

(1) 老天爷给的时间似乎是取之不尽的,但为什么却说人的时间是一种稀缺资源呢?

(2) 在西方社会,常说时间就是金钱,在东方社会则常说时间就是生命。在市场经济条件下,从经济角度分析,时间是一种稀缺资源,时间就是效率。请结合日常生活,分析你在生活、学习上是如何配置时间的(包括假期安排)?你觉得你的时间效率如何?

二、经济学研究的内容

经济学在经济理论研究和实际应用方面具有比较广泛的含义,它至少包括以下五大领域:

- (1) 对经济问题的历史性研究,如经济史,经济学说史等。
- (2) 对某一经济领域或专题研究,如石油经济学、建筑经济学、信息经济学、货币经济学等。
- (3) 企事业管理的经验和方法,如公司经济学、银行管理、证券市场分析。
- (4) 研究经济问题的方法,尤其是数量方法,如计量经济学、经济统计学。
- (5) 侧重于纯理论方面的研究,如宏观经济学、微观经济学。

在广泛的经济学领域中,一般认为宏观经济学和微观经济学为经济学其他领域的研究提供了基本理论和基本分析方法。

宏观经济学(Macroeconomics)以整个国民经济活动作为考察对象,研究经济中各个有关的总量及其变化,包括经济增长(如 GDP、总产量、总就业、消费者价格指数、就业率等)、经济周期(如萧条、危机、复苏、繁荣或紧缩期、谷底、扩张期、顶峰几个阶段)和国际经济(如国际贸易、国际金融、国际投资、国际收支、国际金融危机等)等问题。微观经济学(Microeconomics)以单个经济单位作为考察对象,研究个别企业、个别消费者及个别生产资源所有者的经济行为,及其在市场上的相互作用。即研究通常讲的经济学的基本问题,也就是对稀缺性资源的使用进行分配,作出抉择。通俗地说,微观经济学研究的是:人们在经济生活中应考虑如何使有限的资源得到充分有效的利用,从而使人们的欲望得到最大的满足。既然资源是稀缺的,用于一个目的多一些,用于另一个目的就会少一些。具体地说,经济学要解决以下四个相互关联的基本经济问题:

一是生产什么和生产多少。这就是说,有限的资源在各种不同的产品和服务中如何分配?在衣食住行、医疗保健、文化教育、休闲娱乐和安全等各种需要之间如何选择?在消费资料和生产资料的需要,即现在消费和将来更多的消费之间如何选择?

二是如何生产。这并不是像冶金学或者机械学那样研究产品如何制造,而是将选择怎样的要素组合、怎样的经济组织方式来生产产品。是多用人工少用昂贵的自动化设备呢,还是相反?是组成大公司来生产呢,还是由分散的个体或小企业生产?等等。

三是为谁生产。社会产品如何分配给不同的居民和家庭?是平均分配还是按劳动时间分配?有多少是由国家直接提供的产品或服务?国家是如何得到这些产品和服务的?

四是谁来决策。在计划经济体制下,是通过计划机构发布命令,告诉人们生产什么,如何生产,以及生产的产品由谁来消费。而在市场经济体制下,则基本上由市场机制来决定。也就是说,生产主要由生产者和消费者的自由交换所决定。处于这两极之间的生产则主要由政府、企业和个人三者联合决策来决定。经济学家看一种经济形式的时候,他们想知道的是:决策在多大程

度上由政府作出,在多大程度上由企业作出和在多大程度上由个人作出。

解决这些问题,不同的经济制度(或经济体制),有不同的运行机制。在一定经济体制中生活的人们,上班、下班、领工资、购物、休闲、孩子免费上学、治病报销医药费,一切都按章而行,不大去追究这背后有关稀缺资源配置的经济抉择问题。而经济学要研究这些问题:我们的经济体制是怎么解决稀缺资源的配置的?解决得好不好?有没有改变的可能?改变的代价和成效会如何?

经济学要解决的上述四个基本问题,本书将在第三章至第六章分别阐述。

三、管理及管理学的基本概念

管理是人类的基本社会行为,广泛适用于社会的一切领域,包括政治、经济、军事、技术、文化和生活等方方面面。为了达到预定目标和提高效率,任何社会组织,大到跨国界、跨民族的世界性组织,小到家庭、小组,都有管理问题,都需要管理。

但什么是管理?不同的学者有着不同的表述,如科学管理之父泰罗认为管理就是“要干什么,最好的方式去干(效用和效率)”。决策学派代表赫伯特·西蒙认为“管理就是决策”。孔茨认为管理就是“在正式组织起来的团体中,通过他人并同他人一起把事情办妥的艺术”。美国管理学家路易斯·布恩和戴维·克茨认为“管理就是使用人力及其他资源去实现目标”。行为科学学派的梅奥和罗特利斯伯格认为“管理是研究人的心理、生理、社会环境影响,激励职工的行为动机和调动人的积极性”。法国著名管理学家法约尔认为“管理就是实行计划、组织、指挥、协调和控制”。虽然表述有所不同,但其内涵基本一致,可归纳为:管理是依据事物发展的客观规律,通过综合运用人力资源和其他资源,以有效地实现目标的过程。这包括三个方面的含义,即管理的内容是协调;管理的实质是实现目标的手段;管理的作用在于其有效性——效率和效用。本书将以工商企业的经济活动为主要对象研究一般管理问题。

管理的必要性在于经济资源的稀缺性或有限性。由于每个企业能投入生产过程的资源都是有限的,整个社会能用于社会生产的资源也是有限的,所以就要求通过有效的管理来提高资源的使用效率,使有限的资源得到有效的运用,尽可能多地实现某种想要达到的任务或目标。换句话说,如果企业能投入生产过程的资源是无限的,那么,企业就无须追求效率,管理就会失去它的必要性。正如美国著名学者萨缪尔森在《经济学》一书中的说的:“如果资源是无限的,生产什么、如何生产和为谁生产就不会成为问题。如果能够无限量地生产每一种物品,或者,如果人类的需要已经完全满足,那么,某一种物品是否生产得过多是无关紧要的事情。劳动与原料是否配合得恰当也是无关紧要的事情……在上述的情况下,就不存在经济物品。这就是说,没有任何相对稀缺的物品,研究经济学或节约就会没有什么必要。”^①

由于管理的必要性在于资源的有限性,所以管理的目的就是使企业的目标能有效地实现。每一个企业都要通过有效的管理,解决生产什么、如何生产、为谁生产和谁来决策等基本的问题,使企业的有限资源得到有效的运用。

管理学则是一门研究管理活动内在规律的科学,其理论体系由一系列反映管理活动内在规律的概念、原理、原则、制度、程序、方法等所组成。它是一门边缘科学,也是一门基础理论。

^① [美]萨缪尔森.经济学(上册).高鸿业译.北京:商务印书馆,1981,27~28.

为了能达到有效的管理,首先,管理者必须了解管理对象活动的规律性,比如,要想提高高等教育管理工作的成效,就必须了解高等教育活动的内在规律性;要想提高军队工作管理的成效,就必须了解军队活动的内在规律性。因此,以管理活动的规律性作为自己的研究对象的管理学就必然要吸收其他各门学科的知识来充实自己,才能使管理的理论对管理的实践有真正的指导意义。其次,在具体管理某项事务时,要想达到有效的管理,本身也需要各方面的知识。比如,在企业管理中的投资决策问题,就需要决策者具有多方面的知识:具有投资项目工艺技术方面的知识和投资软硬环境方面的知识,使决策者对决策问题本身的内在规律性有清楚的了解;具有有关决策方法的知识,如数学、运筹学等方面的知识,使决策者能掌握科学的决策方法;具有有关会计和财务管理方面的知识,使决策者在决策时有明确的经济效益的观点;具有心理学方面的知识,使决策者在决策时能了解组织中员工的心理活动的规律,充分地调动员工的工作积极性等。因此,以管理活动的内在规律性作为自己研究对象的管理学,就必须吸收其他各门学科(如经济学、政治学、社会学、心理学、工艺技术学、数学、运筹学、会计学等各种学科)的思想、原理、方法和研究成果。

管理学是一门介于社会科学和自然科学之间的边缘科学,是一门综合性的、以应用为导向的科学。管理学在吸收其他学科的知识来充实自己的时候,并不是把各门学科的知识简单地汇总,而是以管理学自己的核心知识为基础,吸收其他各门学科中的有用知识,形成管理学自己的学科理论体系。管理学的核心知识包括管理思想理论、管理职能理论、管理决策理论等。管理学正是以这些核心知识为基础,吸收其他各门学科的知识来充实自己,形成管理学自己的理论体系。当然,管理学在吸收其他学科知识时,要注意把管理学与其他学科区分开来,其他学科的知识在管理学上的应用可能对管理思想、管理方法、管理工具和管理手段等的形成和发展会有所帮助,但它们并不能代替管理学本身。

管理学理论来自管理实践,反过来又指导实践。管理实践包罗万象,仅从涉及的领域划分就有军事、社会、行政、企业、政府、教育管理等诸多方面。不同的管理门类具有不同的目标和策略,但作为研究管理活动普遍规律的管理学,它所揭示的是人类管理活动的基本原理、原则、程序和方法,可用以指导各类专业管理活动。因此,作为研究人类管理活动基本规律的管理学又是一门基础理论。

四、管理学的研究内容

一般说来,管理具有自然属性和社会属性。前者是指生产力的组织、人与自然的关系,后者是指人们在生产过程的相互关系;同时管理又具有科学性和艺术性。科学性是指管理具有完整的理论知识体系,艺术性是指管理是实际的经验、诀窍和准则的体现。管理学的研究主体是企业,研究的对象为人、组织、绩效,研究的内容则是围绕着管理的职能对不同行业、部门、企事业单位展开管理,同时对管理的实践进行理论概括,反过来指导管理实践。本书主要以企业为例围绕管理职能展开。

管理的职能,与管理的概念一样,国外有多种概括方式。例如,法约尔概括管理职能为计划、组织、指挥、协调、控制五个职能;孔茨也有类似的概括,即计划、组织、人员配备、领导、控制五个职能;梅西则概括管理职能为决策和创新两大职能;行为科学学派则认为管理具有人事、沟通和激励三大职能。根据国外管理学者的概括,结合我国管理活动的实践,我国多数学者认同法约尔

或孔茨的观点。一般情况下,更多的是将五个职能精简为四个职能:计划、组织、领导和控制。

计划是管理的首要职能,是其他各种管理职能的基础。计划工作是一项综合性的全面管理工作,它描绘了组织的宏伟蓝图。根据组织的内外环境,确定不同时期的奋斗目标,通过编制计划、执行计划和检查计划,有效地利用组织的人力、物力和财力、时间、信息等资源,从而取得最佳的经济效益,实现组织的目标。

根据目标活动、组织环境以及技术条件等因素的特点,设计合理的组织结构;分析工作的要求与人员的特点,将适当的人员安排在适当的岗位上;从制度上整合组织的各种力量,协调各部门、各环节的关系,以保证组织的正常运转。这就是组织职能,它的宗旨是为了创造一个促使人们完成任务的环境。

领导职能就是管理者指挥、协调组织成员的活动,通过各种激励手段,选择有效的沟通渠道,解决组织部门之间、成员之间的冲突,从而调动员工为实现组织目标而努力奋斗的积极性。

为了保证组织按既定的计划进行,就必须进行有效的控制。在控制过程中,通过将实际完成的情况与原定的计划指标或标准进行比较,纠正执行过程中出现的偏差,使组织活动回到正确的轨道上来。这种监控、比较和纠正的活动就是管理的控制职能。

上述管理职能和相关内容,本书将在第七章至第九章展开讨论。

五、经济管理的概念和内容

为了论述方便起见,本书对经济管理概念定义为:按照市场经济供求规律,运用计划、组织、领导和控制等管理职能,积极开拓创新,对稀缺资源的有效配置与利用,尽可能地获得最大的经济效益,以实现经济组织目标的活动总和。因此,经济管理既要研究经济学关于稀缺资源的有效配置与利用问题,即经济活动中的基本问题(生产什么和生产多少、怎样生产、为谁生产、谁来决策),又要研究管理学关于人类按照市场经济供求规律,对生产经营活动进行计划、组织、领导和控制,积极开拓创新,充分利用资源,尽可能地获得最大的经济效益,实现经济组织的目标。

第二节 经济原理与管理思想

一、经济原理

任何学科都有自己的研究对象,其规律性的东西要用自己的学科语言表达出来,这在理论上说,就是学科原理,经济学科也不例外。经济原理源于经济实践,只要把经济原理还原为事理常规,它就变得通俗易懂了。下面将尽量用通俗的语言介绍在整个经济学中反复出现的九大重要经济原理,即交替关系原理、机会成本原理、边际决策原理、激励反应原理、比较优势原理、“看不见的手”原理、“看得见的手”原理、通货膨胀与失业短期交替关系原理、收益递减原理。它们是经济分析的基础。

(一) 交替关系原理

在生产资源既定的条件下,多生产 A 产品,必然要以少生产 B 产品为代价。在现实生活中

经常听到诸如“有得必有失”、“鱼和熊掌不能兼得”等俗语,其表达的意思就是资源约束下的交替关系。经济生活中广泛存在着交替关系,在此略举几例:① 学习经济学的时间多了,法学、社会学、心理学上花的时间就少了;每天新增加4个小时的学习时间,就要放弃本来可用于休息或工作的时间;② 在家庭收入既定的条件下,旅游消费多了,日常消费相应的就要减少了;③ 一国资源用于“大炮”生产(军用品)多了,用于“黄油”(民用品)生产就会少。交替关系原理在现实经济生活中更多地表现为根据自己的需要“选择”自己要做的事情。

【学习活动】

在现实经济生活中,人们经常处于选择之中。学会正确的选择非常重要,有时甚至关系到个人的前程。在以下情况下,你会怎样选择?

(1) 在填写高考志愿时,根据你的考分优先考虑的是哪几项(包括学校、专业、学校所在地等)?

(2) 在你读大学期间,有一个很好的就业机会,对你来说,这个就业机会即使大学毕业恐怕也很难碰到,你是选择放弃学业去就业,还是放弃就业机会继续学习?

(二) 机会成本原理

根据交替关系原理可知,为了得到某种东西而必须放弃另一样东西,这被放弃的东西,经济学家称为机会成本,在现实经济生活中可以举出许多例子:① 上大学除交纳学费、书费外,实际上还存在时间成本——把这段时间干工作可以挣得工薪,这就是读大学的机会成本;② 体育明星(如足球、排球、网球职业选手)从事职业运动,有的一年能赚几十万元,甚至几百万上千万万元,他们认识到上大学的机会成本极高,所以他们大都是在退役以后再去上大学;③ 如果用10万元存款去投资股票,那么10万元的银行存款利息就是投资股票的机会成本;如果投资股票时有比存入银行收益更高的投资项目,比如单位内部集资、投资国债等,那么,放弃的投资项目的报酬就是投资股票的机会成本。

【学习活动】

小李曾是某机关的一个处长,年薪2万元,在20世纪80年代下海经商高潮中,他经不住诱惑,终于在1990年也辞职下海经商,一年下来赚了4.5万元。因此,他自认为下海是对的。请你结合下面的资料给小李算一下下海的得失。

资料:当时小李投资10万元,当年的银行存款年利率为7.8%,下海后损失了本来可以享受的公费医疗、以成本价购买住房、夏天可以公费度假、年底可以分年货等隐性收入(每年不少于2万元);另外,本来机关上班很轻松的,上班或晚上可以舞文弄墨,给报刊写些文章,一年下来亦有0.5万元的收入,下海后这份闲情没有了,当然这份收入也就没有了

(三) 边际决策原理

边际决策是指人们经常要对现有行动计划进行增量调整,这种增量调整被称为边际决策或边际变动。例如:① 当人口骤增而此时粮食又是歉收时,农业问题就成为边际问题,需要放在突