

高等学校规划教材

经济管理

JINGJI GUANLI JICHU JIAOCHENG

基础教程

张士强 主编

中国矿业大学出版社

高等学校规划教材

经济管理基础教程

主 编 张士强
副主编 金 伟 吕一波
于 泉 高永军

中国矿业大学出版社

责任编辑 姜 华

图书在版编目(CIP)数据

经济管理基础教程/张士强主编. —徐州:中国矿业
大学出版社, 2000. 8

高等学校规划教材

ISBN 7-81070-200-9

I. 经… II. 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 (2000) 第 38791 号

中国矿业大学出版社出版发行

(江苏徐州 邮政编码 221008)

出版人 解京选

徐州新华印刷厂印刷 新华书店经销

开本 850×1168 1/32 印张 13.25 字数 332 千字

2000 年 8 月第 1 版 2000 年 8 月第 1 次印刷

印数 1~4000 册 定价:18.00 元

编者的话

随着我国社会主义市场经济体制的建立和完善,对工科类学生加强经济管理基础知识教育,已成为高等教育十分重要和紧迫的任务。加强经济管理基础知识教育对于完善工科类学生的知识结构,促使工科类学生树立市场观念、竞争观念、效益观念,提高学生综合素质,增强学生适应能力,都具有非常重要的意义。为此,我们根据教育部管理类专业教学指导委员会制定的《经济管理基础教学基本要求》,编写了这本教材。

本教材编写的指导思想和努力追求的目标是适用、全面和简明。适用即真正适合工科类学生;全面即教材内容涵盖经济管理的基本内容;简明即经过精心取舍,力求做到简明扼要,点到为止,避免长篇大论。

本书不仅可以作为工科类本科学生学习经济管理基础知识的教材,也可以作为企业管理人员和工程技术人员学习经济管理知识的培训教材。

全书共分三篇十六章,编写分工如下:高永军:第一、二章;张士强:第三、四、十五、十六章;于泉:第五、九、十、十一章;吕一波:第六、七、八章;金伟:第十二、十三、十四章。全书由张士强、金伟、于泉相互审阅,最后由张士强总纂定稿。

由于编者水平有限,书中难免存在缺点和错误,恳请广大读者批评指正。

编 者

2000年4月

目 录

第一篇 市场经济基础知识

第一章 市场经济概述	(1)
第一节 市场	(1)
第二节 市场经济概述	(5)
第三节 市场经济的基本规律	(13)
第四节 市场经济的产生、发展和模式	(20)
第二章 市场供求与市场类型	(27)
第一节 市场供给	(27)
第二节 市场需求	(32)
第三节 市场类型	(41)
第三章 市场机制与市场体系	(49)
第一节 市场机制的特征与功能	(49)
第二节 市场机制的具体形式	(51)
第三节 市场体系的特征与功能	(56)
第四节 市场体系中的几种主要市场	(61)
第四章 市场经济的宏观调控	(79)
第一节 市场经济宏观调控的必要性	(79)
第二节 宏观调控的基本方式和目标	(82)
第三节 宏观调控的方法	(90)

第二篇 技术经济学基础

第五章 绪论	(98)
第一节 技术经济学的研究对象及内容	(98)
第二节 学习技术经济学的必要性	(101)

第六章 资金的时间价值	(104)
第一节 资金的时间价值的基本概念	(104)
第二节 利息与利率	(108)
第三节 资金等值的计算	(110)

第七章 技术经济学基本原理及经济效益评价 (124)

第一节 技术经济学基本原理	(124)
第二节 绝对经济效益评价指标与方法	(138)
第三节 相对经济效益评价指标与方法	(156)
第四节 不同类型技术方案的比较与选择	(169)

第八章 投资项目的可行性研究 (182)

第一节 可行性研究概述	(182)
第二节 可行性研究的类型	(185)
第三节 可行性研究的内容	(188)

第九章 投资项目的财务评价 (196)

第一节 财务评价的意义和方法	(196)
第二节 费用、收益识别与财务基本报表编制	(198)
第三节 财务效果的评价	(212)

第三篇 企业管理概论

第十章 企业及其管理 (218)

第一节 企业的特征和任务	(218)
第二节 现代企业制度	(223)
第三节 企业管理原理及管理方法	(228)
第四节 企业管理的发展	(234)

第十一章 企业组织管理与企业领导制度 (238)

第一节 企业组织管理概述	(238)
第二节 企业组织机构设置	(243)
第三节 企业领导体制	(255)

第十二章 市场营销	(264)
第一节 市场营销概述	(264)
第二节 市场分析与市场预测	(271)
第三节 产品策略与定价策略	(285)
第四节 销售渠道与促销策略	(295)
第五节 电子商务与互联网络营销	(303)
第十三章 生产与作业管理	(308)
第一节 生产与作业管理概述	(308)
第二节 企业的研究与开发	(315)
第三节 生产计划工作	(322)
第四节 新型生产经营方式	(328)
第五节 全面质量管理与质量保证系列标准	(335)
第十四章 人力资源开发与管理	(340)
第一节 人力资源开发与管理概述	(340)
第二节 工作分析	(347)
第三节 人员招聘与管理	(351)
第四节 人员考核	(356)
第十五章 财务管理	(361)
第一节 企业资金筹集	(361)
第二节 资产管理	(375)
第三节 财务综合分析	(382)
第十六章 成本管理	(393)
第一节 成本管理概述	(393)
第二节 产品成本的计算	(397)
第三节 目标成本与标准成本管理	(400)
第四节 成本费用控制	(406)
第五节 成本费用分析	(410)
主要参考书目	(415)

第一篇 市场经济基础知识

第一章 市场经济概述

第一节 市 场

一、市场的概念

所谓市场，简单地说就是商品或劳务交换的场所或接触点。市场作为一个经济理论范畴，可从以下几个方面来理解。

1. 市场是商品流通的领域或场所。（社会分工和各个经济行为主体具有不同的经济利益，是商品经济产生和存在的两个基本条件，也是市场形成和发展的基础。）这两个条件决定了商品生产者必须彼此交换产品以满足各自的需要，市场则是各种产品相互交换从而成为商品的必不可少的领域或场所。

市场有狭义市场和广义市场之分。狭义市场是指有形市场，即商品交换的场所。在这种市场上，商品价格是公开标明的，买卖双方在固定的场所进行交易，如百货商店、集贸市场、证券交易所、展览会、订货会等都属于此类。

广义市场包括有形市场和无形市场。无形市场是指没有固定交易场所，靠广告、中间商以及其他交易形式，寻求货源或买主，沟通买卖双方，促成交易，如某些技术市场、房地产市场等都属于此类。随着现代科学技术的不断发展，因特网(Internet)在世界各国越来越普及。通过在网上塑造企业形象，展示商品，交流信息，进行贸易，形成网上市场，是市场发展的新阶段与新形式。

2. 市场是商品生产者全部交换关系的总和。商品生产是为满足他人需要而进行的生产,也是只有依赖他人才能进行的生产,从而使商品生产者之间具有密切的经济联系。这种经济联系只有通过市场才能实现。离开市场,商品生产者既得不到自己所需要的生产要素,也无法使自己产品的价值得以实现。因此,商品生产者之间的全部经济关系都在市场上体现出来,市场是商品交换关系的总和。

3. 市场是一种经济调节机制和运行方式。在商品经济中,市场是调节人们经济活动的制约机制,商品生产者在市场上能否卖出商品、卖出的价格如何,决定着商品生产者的命运。而这种状况取决于市场上的供求关系。因此,生产者必须根据市场上供求关系的变化所形成的价格信号安排自己的生产经营活动,商品经济就是在这种市场机制的作用下运行的。

4. 市场是市场经济中社会再生产的中心环节。在市场经济中,生产是为满足市场需求才进行的生产,交换是只有在市场上才能进行的交换,分配是必须借助市场才能实现的分配,消费是在完成市场购买行为后才能进行的消费。所以说,市场是社会经济活动的中心。

由此可见,市场的概念是指一定空间上商品和劳务交换关系的总和,是商品经济的运行方式和中间环节。

二、市场的主体和客体

(一) 市场主体

市场的参与者称为市场主体,即市场上从事各种交易活动的当事人,包括自然人、家庭、企业、社团组织、政府、经济组织的法人。市场主体以买者或卖者的身份参与市场经济活动,活动中不仅有买卖双方的关系,也有买方之间、卖方之间的关系。供方为市场提供商品、劳务、房屋、土地、资金、技术、信息,为争取更多的买者和更高的价格以获取更多的利润,供方之间会展开激烈的竞争,如

提高产品质量和服务水平、降低价格和租金、提供新产品和服务等,以吸引购买者;需方同样为争取到自己所需的产品、劳务、生产要素展开竞争。供求双方的竞争导致价格上下波动,并趋近于价值。因此,市场主体之间的竞争表现为买者之间的竞争、卖者之间的竞争和买卖双方的竞争。

(二) 市场客体

市场客体是指市场主体在市场活动中的交易对象,是广义上的商品,可分为三类:有形客体、无形客体、符号客体。

有形客体是具有一定使用价值的有形财产,是使用价值和价值的统一体。人们购买客体是为了消费它们所具有的使用价值,而它们的价值就是凝结在有形客体中的物化劳动。有形客体包括生产资料、消费资料、劳动力。在生产资料和消费资料中,既包括人的劳动产物,如工具、厂房、设备等,也包含未经人劳动的自然物质,如土地、河流、未开采的矿藏、湖泊等自然资源和自然生长的果实等。有形客体是历史最悠久的商品。

无形客体是由物质产权(如使用权、经营权、承包权)、知识产权(如商标权、专利权、版权)、民事权利(如名称权、肖像权)构成的无形财产。无形客体是从有形客体中派生出来的财产,由于它本身没有物质实体,因而它的使用价值不存在于自身之中,而在于运用它可以派生出物质实体。无形客体的价值在于运用它所能带来的收益,或失去它会带来的损失。

符号客体是各种价值符号,如人民币、外汇、证券、票据等。符号客体具有特殊的价值和使用价值。符号客体代表一定的价值、代表一般社会财富,它所代表的价值大大超过它本身所包含的价值。人们买卖它,不是为了得到或出让它自身的价值,而是为了得到或出让它所代表的价值。符号客体是在商品交换、信用关系发展到一定阶段,由最初的物物交换中逐渐分离出来的特殊商品,充当有形客体、无形客体的价值尺度和流通手段,充当融通资金以购买有形

客体和无形客体的媒介。在市场中,市场主体和市场客体表现为对立的两极:市场主体处于积极、主动、自主自立的地位,是市场的主角;市场客体处于消极、被动的地位,是市场的配角。没有无市场主体的市场,也没有无市场客体的市场,多个市场主体作用于多个市场客体便构成了市场。市场是市场主体与市场客体的统一体。

三、买方市场和卖方市场

在最初的以货易货的交易中,每个市场主体的地位是相同的,甲方市场主体以甲种商品与乙方市场主体的乙种商品相交换,双方都将自己的商品让渡给对方,从而取得了原属于对方的商品。在这种交易中,每个市场主体都既是买方又是卖方。随着商品交换的发展,货币从一般商品中分离出来,市场按供求状况的不同划分为两种类型。

(一) 买方市场

买方市场是指交易由买方左右的市场,即市场是在具有压倒优势的买方力量的控制下运行的。它的基本表现形式是:市场上商品丰裕,供大于求,买方有着更大的挑选商品余地和更多的购买商品的机会;而卖方则处于次要地位,并要为促进商品的销售而彼此间展开竞争。

(二) 卖方市场

卖方市场是指交易由卖方左右的市场,即市场是在具有压倒优势的卖方力量的控制下运行的。它的基本表现形式是:市场上商品短缺,供不应求,商品价格有上升倾向,商品交换条件有利于卖方而不利于买方。

在现实市场活动中,买方市场和卖方市场通常分为三个层次:一是总体的买方市场和卖方市场;二是局部的买方市场和卖方市场;三是单个商品的买方市场和卖方市场。这是分别根据总量商品、部分商品、单个商品的供求关系来区分的,并且这三个层次的

买方市场和卖方市场是可以相互转化的。

第二节 市场经济概述

一、市场经济的含义

市场经济属于生产关系的范畴,对它的解释,可以说是莫衷一是,很不统一。^①日本经济学者在解释市场经济制度时认为:财产不可侵犯、契约自由、自我负责是其主要原则。^②美国学者在《现代经济辞典》中对市场经济下了这样一个定义:“市场经济是一种经济组织方式,在这种方式下,生产什么样的商品,采用什么样的方法生产,以及生产出来之后谁将得到这些商品,都要依靠供求力量来解决。”^③在英国经济学家主编的《现代经济学词典》中,给市场经济下了这样一个定义:“一种经济制度,在这种制度下,有关资源的配置和生产的决策是以价格为基础的,而价格则是生产者、消费者、工人和生产要素所有者之间的自愿交换产生的。”由此来看,资本主义国家对市场经济的解释既与所有制有联系,又与市场调节和资源配置等有联系。

我国对市场经济这一概念,过去一直是讳莫如深的。十一届三中全会以后,邓小平多次谈到市场经济:说市场经济只存在于资本主义社会,只有资本主义的市场经济,这肯定是不正确的。社会主义为什么不可以搞市场经济……。特别是1992年初邓小平在南巡时再次指出:“计划多一点还是市场多一点,不是社会主义与资本主义的本质区别。计划经济不等于社会主义,资本主义也有计划;市场经济不等于资本主义,社会主义也有市场。计划和市场都是经济手段。”^④邓小平的这些著名论断,解除了我国长期以来把计划和市场看作属于社会基本制度范畴的思想桎梏,为研究市场经济

① 《邓小平文选》(第三卷),人民出版社1993年版,第373页

提供了理论基础。目前,我国对市场经济的研究有以下三种观点:一是认为商品经济就是市场经济;二是认为市场经济是发达的商品经济;三是认为市场经济是随着商品经济而产生发展的。比较一致的观点是:市场经济是以市场机制的作用为基础,由市场配置社会资源的经济方式。市场经济是一种经济运行形式,与社会制度是没有关系的。

二、市场经济的特征

市场经济作为通过市场机制配置社会资源的一种经济运行形式,是商品经济发展的必然产物。不管是资本主义市场经济也好,还是社会主义市场经济也好,它们在运行规则上是相似的,有其共同的特征。

(一) 地位的平等性

市场经济是一种平等的经济,这种平等性表现在市场主体的市场地位上是平等,具有等一性。也就是说,市场不承认市场主体社会地位的差别,不承认任何超越市场的经济特权和政治特权,而贯彻市场经济的基本规律——价值规律所要求的等价交换的原则。市场主体平等相处,并在平等的原则下从事各项经济活动。这种平等性表现在市场客体上则是交换价值的等一性。也就是说,市场不允许不等价地占有市场客体,市场客体只有在市场上通过彼此间的换位比较实现自身的价值,这一过程是严格遵循价值规律要求的。

(二) 产权的确定性

在市场经济中,生产资料和消费资料及任何资源的所有权不论是公有、私有,还是团体所有,资源的最终所有权和法人财产权的划分都应是确定的、明确的,产权明晰是人们交换行为合法化、秩序化的保证。

(三) 市场活动的自主性

在市场经济中,参与市场活动的市场主体是独立自主的,具有

独立的物质利益,并完全按照自己的经济利益和意志自主地从事活动。任何其他当事人都不得把自己的意志强加给他人,政府部门也不得直接干预市场主体的日常经营活动,而是通过制定政策来进行调节。按照自主化的要求,市场主体必须成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的法人实体和市场竞争的主体。市场参与者的一切行为,都反映了他们自己的意志、愿望和利益,因而,他们也必须独立地承担市场风险和责任。

(四) 经济活动的竞争性

在市场经济活动中,市场主体之间存在自由竞争,在相互竞争中,或生存发展,或破产淘汰。非市场因素的保护落后、抑制竞争被限制在有限的范围内(特殊行业和部门)。引导经济资源流向的市场参数,如利率、价格、汇率、租金、证券指数等主要靠市场供求自主调节,并通过竞争形成。

(五) 经济关系的市场性

在市场经济中,市场就是一切经济活动的中心。社会的生产、交换、分配和消费等环节都直接或间接地通过市场发生联系,各地区、各部门之间的经济往来,都以市场为基础展开。各种经济关系都通过市场这个枢纽联系起来,又都受市场的制约和调节。

(六) 经济行为的规范性

在市场经济中,市场主体在从事市场活动时都要按照市场规则行事,自觉地遵循市场规范,否则会受到市场经济法规的制裁。市场经济就是法制经济,在竞争中人人平等,在法律面前人人平等,各市场主体没有贵贱等级之分,各市场客体只有靠优质才能取胜。这一切都依靠市场经济法规的制定和实施。

(七) 市场经济的开放性

在市场经济中,利益主体的多元化和社会分工的复杂化决定了市场经济的开放性。市场经济是开放型经济,不仅仅是没有区域、国界之分,不仅仅是向不同对象开放,而且还表现在它的自动

调节性和兼容性上。市场经济依靠反映其内在要求的一系列经济信号,如价格水平、供求差别等,迫使市场主体不断调节其生产组织形式、产品结构等,从而实现产业结构的升级和资源的优化配置。这使市场拥有较为广泛的适应能力与应变能力,构成了一个全方位的开放系统。

三、市场经济的功能

市场经济的功能是指市场经济所能发挥的作用。市场经济的实践,证明了市场经济对发展社会经济具有积极的作用,其主要功能表现在以下几个方面。

(一) 优化资源配置功能

资源配置是经济生活中最中心的问题。所谓资源配置,就是社会如何把有限的资源配置到社会最需要的领域和部门中去,使其产生最佳效益,最大限度地满足社会的需要。市场经济是通过市场而不是靠计划来配置资源,促使社会资源优化组合,便于市场主体根据市场的需要和自身的条件进行兼并或联合,实现生产要素的合理流动,使有限的资源发挥更大的作用,保证社会资源利用的最优化。

(二) 自动市场调节功能

市场经济是调节供求的自动机制,这主要表现在信息传递上。在市场经济中,市场的调节功能主要是通过信息的横向传递,由价格机制来进行调节。在调节社会供给与需求的总量平衡中,价格不仅调节各个当事人的经济利益,而且为生产者和消费者提供正确的选择。通过价格信号的迅速、准确的传递,使市场体系高效率地运转,促使社会各种商品和生产要素合理流动,使生产结构按照不断变动的市场需求重新调整和组合,从而实现市场的调节功能。

(三) 优胜劣汰动力功能

在市场经济条件下,各市场主体平等地、公开地参与激烈的市场竞争,迫使竞争参与者面临成功与失败的双重考验。市场给予企

业的既是一种动力,又是一种压力。企业要在竞争中立于不败之地,就要不断改进技术、更新设备、加强管理、提高效率,不断开发新产品、开拓新市场,从而推动了企业的发展;反之,则会使企业在竞争中破产。

(四) 促进强化管理功能

在市场经济条件下,企业成为市场主体之后,获得了独立的经济法人地位,拥有完全的经营自主权,因而经营管理问题非常重要。为了发挥各种生产要素的作用,企业必须使用符合市场经营要求的管理方式和方法,解决企业内部的激励和约束机制。企业必须狠抓内部管理,在挖潜上下功夫;否则,企业就会面临倒闭。因此,市场经济促进企业强化管理,迫使企业向管理要效益。

四、市场经济的内涵与本质

(一) 市场经济的内涵

市场经济是以市场机制的作用为基础,配置社会资源的经济方式,反映的是一种以市场调节为基础的经济运行形态。

市场经济的内涵包括以下十点:

1. 要有独立的市场主体——企业。
2. 要有包罗万象的市场客体。
3. 要有完善的市场体系,包括商品市场和生产要素市场。
4. 要有健全的市场体系。
5. 要有真实的市场信息。
6. 要有畅通的商品流通渠道。
7. 要有多种类型的市场机构。
8. 要有健全的、法制保障的市场秩序。
9. 要有相对宽松的市场环境。
10. 要有国内外开放型的市场。

(二) 市场经济的本质

市场经济是一种以市场机制为基础和主导的配置社会资源的

经济运行形态。其实质是以市场运行为中心环节来构架经济流程，通过价值规律的作用进行资源配置和生产力布局，用价格信号调节社会生产的种类和数量以协调供需关系，按优胜劣汰的竞争机制进行国民收入分配，从而实现国民经济的均衡、稳定发展。

市场经济的本质概括起来有以下三点：

1. 是一种强化市场机制作用的经济体制。
2. 是以企业作为法人利益实体和以市场竞争为主体的经济。
3. 是以法律为规范的经济。市场经济的运行离不开法制。国家要以法律规范市场主体；要依法监督、控制市场主体的经济行为；要依法运用各种手段对宏观经济状态进行调节。所以，市场经济必然是法制经济。

五、市场经济的构成要素

（一）自主的企业制度

在市场经济中，市场主体是真正的自主经营、自负盈亏的独立的商品生产经营者。他们可以自主地作出经营决策，独立地承担决策的经济风险。

（二）完善的市场体系

在市场经济中，市场机制是资源配置的基础，因而要求有一个完善的市场体系。

1. 有众多的市场主体和客体，彼此之间有充分的竞争。
2. 市场机制对资源配置的调节作用是通过供求、价格、竞争的波动和生产要素的转移来实现的。
3. 市场经济的运行有统一的法律、统一的税制、统一的管理制度，规范有序。
4. 与国际市场密切联系。市场经济是开放的经济，一个国家的市场经济必然走向世界市场，参与世界的竞争和国际经济合作，使各国经济都成为世界经济市场的有机组成部分，实现经济关系国际化。