

基层干部市场经济知识入门

主编 张选民 郭世辉



陕西人民出版社

编写说明

从计划经济向市场经济转变,不只是变换名称那么简单,它要求所有的中国人——不管是政府官员还是一般管理人员,不管是专家学者还是普通学生,也不管是厂长、经理还是工人、农民,都能在观念、意识、方法、手段诸方面适应市场经济的要求,符合市场经济的规范。基于此,我们组织了几位多年从事市场经济理论与教学的中青年学者,编写了这本《基层干部市场经济知识入门》,献给广大的基层管理干部和其他愿意了解掌握市场经济运行的基本原理、基本规律和基本法则的人们。

本书共分八个部分,先介绍了市场经济的一些基本知识和基本原理,然后介绍了现代企业制度的主要内容,接着从微观企业管理到宏观经济运行、从国内到国外,比较系统地阐述了企业内外部管理、国家财税与金融管理等方面的理论与实务、政策及法规,并进而介绍了有关国际经济交往中的基本知识、惯例和准则,最后以“市场经济的法律调整”总括全书。

中国企业管理研究会副会长、国家级有突出贡献专家、陕西经贸学院院长樊光鼎教授作为本书的主审,从书的策划、编写及总纂都给予了精心指导,并为本书作了序。

本书由张选民、郭世辉等主编。各部分的编写分工为:第一、二部分由西北纺织学院社科系王凤娥讲师、西安财政会计学校赵玉坤讲师共同撰写;第三、四部分由渭南市黄金公司副

总经理、经济师张选民、渭南市人民保险公司干部康麦苗共同撰写；第五部分由陕西经贸学院王兴辉讲师撰写；第六部分由陕西经贸学院郭世辉副教授撰写；第七部分由西北政法学院经贸系白群燕讲师撰写；第八部分由陕西经贸学院白呈明讲师撰写。

在此书出版之际，谨向对本书出版给予热情帮助并付出大量心血的潼关县人大常委会副主任陈永华同志和陕西省新闻出版局范新坤同志表示最诚挚的谢意！

虽经反复修改、删补，但由于编者对市场经济理论与实践的认识受学识和思想水平所限，本书肯定还存在许多缺陷，诚恳希望得到批评指正。

编者

1996年7月

做精通社会主义市场经济管理的干部

(代序言)

樊光鼎

党的十四大明确提出了我国经济体制改革的目标，是建立社会主义市场经济体制。党的十四届五中全会又进一步提出要加快由计划经济体制向市场经济体制的转变和经济增长方式的转变，并绘制出了国民经济和社会发展“九五”计划和到2010年的远景蓝图。我国的改革开放和社会主义现代化建设又进入了一个新的发展阶段，我们正处在经济体制和经济增长方式根本性转变的重大历史时期。

面对新的发展时期面临的新形势、新任务和新要求，我们要做的事情很多，工作千头万绪，但最紧迫的任务之一，就是要求广大干部尽快学习社会主义市场经济的基本知识，掌握社会主义市场经济发展的规律，成为精通社会主义市场经济管理的行家里手。

学习社会主义市场经济基本知识，首先是新形势、新任务对广大干部的新要求。我们的干部对计划经济是比较熟悉的，但过去熟悉的东西，现在已经不适应或不完全适应了，而新任务

需要的有关社会主义市场经济的许多新观念、新知识、新办法，我们的干部还知之不多，不少同志甚至对这方面的一些名词概念还不很清楚，更谈不上掌握和运用了。“工欲善其事，必先利其器”，要实现计划经济向市场经济的转变，必须下大力气学习社会主义市场经济基础知识。其次，学习社会主义市场经济知识是市场经济理论的本身要求。“市场经济”是一个完整、科学、系统的概念，是一个完整的理论体系，它经过100多年的发展和完善，有其特有的研究对象、内容、科学原理和科学体系，正确反映了市场经济的一般规律和现代社会大生产的内在要求，是人类共同知识财富。作为一个完整的理论体系，不认真地、全面地、深入地去学习和研究，也就难以掌握，更谈不上具体应用。再次，学习社会主义市场经济知识，也是经济建设的发展对人才的要求。党的十一届三中全会以后，我国的经济建设取得了长足的发展，年经济以两位数的速度增长，令世界瞩目。经济的飞速发展给经济管理人才从数量上和素质上都提出了更高的要求。从数量上讲，要求成千上万的人从事经济技术管理工作，从事经济人员数量的增长应高于经济的增长。从素质上讲，需要一大批懂得社会主义市场经济基本知识、掌握市场经济发展规律的人才。从人员层次上讲，既需要大批高素质、高水平从事专门研究的管理人才，又需要更多的在基层从事市场经济工作的一般层次的综合性管理人才。一些过去凭经验、拍脑袋就可以办的事，在市场经济发展的今天，已经不能那样办了。一些过去长期从事党、政或其他工作的干部，不懂得或不需要懂得市场经济知识的人员，在全党全国以“经济建设为中心”、“经济建设是最大的政治”的今天，学习市场经济知识已显得更为迫切和需要了。我们的干部及各方面的工作人员，要

提高驾驭市场经济的能力，就必须刻苦学习，努力使自己的知识更多一些，本领更强一些。

重视学习，是我们党的一贯作风和传统。每当革命和建设走到重大转折的时期，面对新的形势和任务，党中央更是特别强调学习。1941年的延安时期，党中央组织了全党的大学习运动，逐步确立了“马克思主义普遍原理同中国革命具体实践相结合”的共识，取得了全党在毛泽东思想基础上统一认识的成果。建国前夕，在由新民主主义革命向社会主义革命和建设转变、党的工作重心由农村向城市转变的重要历史关头，毛泽东同志号召全党努力学习过去不熟悉、不懂得的东西，即学习管理城市和国家的新知识。新中国建立之初取得的一系列重大成就，可以说是这一学习的成果。在党的十一届三中全会上，当全党的工作重心开始转移到社会主义现代化建设上来的时候，邓小平同志明确提出：“全党必须重新进行一次学习”。十几年来，我国改革开放和社会主义现代化建设取得的伟大成就，在很大程度上得益于全党的学习进步。

一个地区、一个部门的经济工作搞得好不好，干部的政策水平、知识水平、决策水平和领导能力无疑起关键性作用。而干部工作水平的高低和能力的大小，其知识的多寡是主要的。而获得知识的主要途径就是学习。

学习如此重要，学什么？除了认真学习邓小平同志建设有中国特色的社会主义理论外，学习市场经济基本知识和基本原理是广大干部的一项紧迫任务。而市场经济基本知识又是一门完整的科学体系，没有足够的时间和扎实的基本功是难以全面掌握的。为了解决广大基层干部的工学矛盾和基础知识相对较差的问题，张选民、郭世辉等同志编著了一本《基层干部市场

经济知识入门》一书。本书较全面、系统和简要地介绍了市场经济的基本知识，并注重了操作性和实践性，包括市场经济基本理论、金融、财政、税务、企业管理、工业经济、市场营销、国际贸易、法律法规等八个方面，在内容和文字方面颇具特色，读后可收到事半功倍的效果。其内容和对象特别适宜于基层党政企事业单位的干部阅读和运用。这是一本当前尚不多见的通俗读物和普及教材，现将此书推荐给大家，希望本书能够在提高广大基层干部社会主义市场经济管理能力方面起到积极的作用。

1996年7月

目 录

第一部分 市场经济基本理论

- 1.1 什么是稀缺性？为什么说人类社会的资源是稀缺的？ (1)
- 1.2 什么是资源配置和资源的最优配置？ (1)
- 1.3 资源配置的方式有哪几种？ (2)
- 1.4 市场经济制度和计划经济制度是什么？ (3)
- 1.5 什么是市场？ (4)
- 1.6 什么是市场主体？作为市场主体的是哪些组织和个人？ (4)
- 1.7 什么是价格？价格在市场经济中的功能是什么？ (4)
- 1.8 什么是需求？影响需求的因素有哪些？ (6)
- 1.9 什么叫需求定理？ (7)
- 1.10 什么叫需求价格弹性？ (7)
- 1.11 什么叫均衡价格理论？ (7)
- 1.12 什么是边际效用？ (8)
- 1.13 试简介马斯洛的需要层次论 (9)
- 1.14 什么是供给？影响供给的因素有哪些？ (9)
- 1.15 什么叫供给弹性？ (10)
- 1.16 什么叫成本？什么叫总成本？ (10)

1.17 什么叫完全竞争市场, 具有什么特点?	(11)
1.18 什么是完全垄断市场? 有什么特点?	(12)
1.19 垄断竞争市场是什么?	(12)
1.20 什么是寡头市场?	(13)
1.21 什么是边际收益规律?	(13)
1.22 什么是规模经济?	(14)
1.23 什么是恩格尔系数?	(14)
1.24 生产要素有哪些? 各种要素所对应的收入是什么?	(15)
1.25 什么是劳动生产率? 促进劳动生产率提高的因素 有哪些?	(15)
1.26 什么是出生率? 什么是死亡率?	(16)
1.27 什么叫适度人口?	(16)
1.28 什么是劳动分工? 劳动分工有什么好处?	(16)
1.29 简述亚当·斯密的劳动分工理论	(17)
1.30 什么是经济自由主义?	(17)
1.31 什么是社会市场经济?	(18)
1.32 比较成本说有哪些主要原理?	(19)
1.33 马克思主义劳动价值论主要内容是什么?	(19)
1.34 什么是资本? 资本的主要分类有哪些?	(20)
1.35 决定一个社会储蓄愿望的因素有哪些?	(21)
1.36 简述马克思主义的资本周转理论	(21)
1.37 简述马克思主义的再生产理论	(22)
1.38 简述马克思主义的分配理论	(22)
1.39 简述马克思主义的危机论	(23)
1.40 何谓第一产业、第二产业、第三产业?	(23)

1.41 什么是垄断？垄断组织的形式有哪些？	(23)
1.42 什么是名义工资？什么是实际工资？	(24)
1.43 什么是季节性失业和摩擦性失业？	(24)
1.44 国家调控经济活动的手段有哪些？	(24)
1.45 什么是价值规律？价值规律在社会主义条件下的 作用有哪些？	(26)
1.46 社会主义初级阶段有哪些基本经济特征？	(26)
1.47 为什么说提高宏观经济效益是发展社会主义经济 的中心环节？	(27)
1.48 什么叫社会总产品？什么叫国民收入？	(28)
1.49 社会主义国民收入由谁创造？国民收入的增加 有哪些途径？	(29)

第二部分 现代企业制度

2.1 现代企业制度是什么？其特点有哪些？	(31)
2.2 国有企业通过建立公司制的现代企业制度，在经营 机制上会出现哪些变化？	(31)
2.3 现代企业制度有哪些主要形式？	(33)
2.4 公司制企业的产权制度和组织机构是什么？	(34)
2.5 为什么说企业是市场的经营主体？	(35)
2.6 企业作为市场经营的主体有什么特征？	(35)
2.7 在市场经济条件下，国有经济的主导作用表现在 哪些方面？	(36)
2.8 什么是个人业主制企业？	(37)
2.9 什么是合伙制企业？	(38)
2.10 什么是合作制企业？	(39)

2.11 什么是无限责任公司和两合公司?	(39)
2.12 什么是有限责任公司?	(40)
2.13 什么是股份有限公司?	(41)
2.14 市场经济条件下, 企业的经营管理发生了哪些变化?	(42)
2.15 西方企业内部的管理架构是怎样发展变化的?	(43)
2.16 促进我国国有企业进一步改革和发展的基本思路 是什么?	(45)
2.17 国有企业产权制度改革的内容是什么?	(46)
2.18 为什么说公司制是我国国有大中型企业进一步 转换经营机制的主要形式?	(46)
2.19 当前应当怎样积极稳妥地推进国有企业的公司制 改造?	(48)
2.20 在体制转化中国有资产流失主要表现在哪些方面?	(48)
2.21 什么是企业的经营机制?	(49)
2.22 社会主义市场经济对企业经营机制有哪些要求?	(50)
2.23 转换企业经营机制主要包括哪些方面的内容?	(51)
2.24 具有“四自能力”的经营机制指的是什么?	(52)
2.25 企业进入市场需具备什么条件?	(53)
2.26 市场引导企业的客观要求是什么?	(54)
2.27 国营企业与国有企业有什么区别?	(55)
2.28 国有企业的经营方式大约有几种?	(55)
2.29 我国为什么要发展一些私营企业和“三资”企业?	

.....	(56)
2.30 提高企业经济效益的途径有哪些?	(57)

第三部分 企业管理基础

3.1 什么是管理? 管理的主要内容是什么?	(59)
3.2 什么是企业管理?	(60)
3.3 企业管理的职能是什么?	(60)
3.4 企业管理基础工作有哪些内容?	(62)
3.5 什么是计划? 计划工作的基本内容是什么?	(63)
3.6 企业目标的含义及作用是什么?	(64)
3.7 企业目标有哪些特点?	(64)
3.8 确定企业目标应遵循哪些原则?	(66)
3.9 什么是目标管理法?	(66)
3.10 企业预测的内容和技术方法有哪些?	(67)
3.11 企业决策的含义和内容是什么?	(68)
3.12 企业决策的方法是什么?	(69)
3.13 什么是创新? 创新要经过几个阶段?	(70)
3.14 企业组织工作的含义及内容是什么?	(71)
3.15 什么是管理层次? 工商企业的管理层次按性质是 怎样划分的?	(71)
3.16 什么是管理幅度?	(72)
3.17 管理层次与管理幅度的关系是什么?	(73)
3.18 如何处理企业组织中集权与分权的关系?	(75)
3.19 集权的职能制组织结构及其特点是什么?	(76)
3.20 分权的事业部制组织结构及其特点是什么?	(77)
3.21 矩阵结构及其特点是什么?	(78)

3.22 制定企业管理规范的原则是什么？	(79)
3.23 企业的组织变革应注意哪些问题？	(80)
3.24 企业人员配备应遵循哪些原则？	(81)
3.25 什么是领导？	(82)
3.26 正确的领导观是什么？	(82)
3.27 做一个好的企业领导，在实现其领导时遵循的一般 原则是什么？	(84)
3.28 菲德勒的权变领导理论的主要内容是什么？	(85)
3.29 企业领导班子结构怎样才好？	(86)
3.30 企业生产管理的主要任务和内容是什么？	(88)
3.31 生产管理要经过哪些程序？	(88)
3.32 什么是生产进度管理？	(88)
3.33 什么是质量？	(89)
3.34 什么是产品标准和质量标准？	(90)
3.35 什么是成本管理？	(90)
3.36 什么是库存管理？ 库存管理的主要方法有几种？	(91)
3.37 什么是资产？ 资产分为哪几类？	(92)
3.38 什么是负债？ 负债分为哪几类？	(93)
3.39 什么是所有者权益？	(94)
3.40 什么是收入？	(94)
3.41 什么是费用？ 费用分为哪几类？	(94)
3.42 什么是利润？	(95)
3.43 什么是会计方程式？	(95)
3.44 企业财务报告及其内容是什么？	(95)
3.45 资产负债表的结构和内容是什么？	(96)

3.46 损益表的结构和内容是什么?	(97)
3.47 财务状况变动表的内容和结构是什么?	(97)
3.48 怎样分析企业营运能力?	(98)
3.49 怎样分析企业偿债能力?	(99)
3.50 怎样分析企业盈利能力?	(100)

第四部分 工业经济与工业企业管理

4.1 什么是工业?	(102)
4.2 工业的特点是什么?	(102)
4.3 工业在国民经济中的作用表现在哪些方面?	(103)
4.4 工业化和工业现代化过程是如何划分的?	(104)
4.5 工业现代化的含义是什么?	(105)
4.6 什么是工业发展战略?	(106)
4.7 工业发展战略的目标类型有几种?	(106)
4.8 工业发展战略的途径怎样选择?	(107)
4.9 工业发展战略的重点选择有几种类型?	(107)
4.10 工业和农业的关系如何? 经济欠发达地区应如何 正确认识工农两大产业的关系?	(108)
4.11 什么是工业总产值? 什么是工业净产值?	(110)
4.12 什么是工业增加值? 和工业净产值的区别是什么?	(111)
4.13 什么是工业销售产值?	(112)
4.14 什么是现价? 什么是不变价?	(112)
4.15 什么是资产? 工业企业的资产如何构成?	(112)
4.16 什么是流动资产? 怎样衡量流动资产的周转状况?	(113)

4.17 什么是长期投资?	(113)
4.18 什么是固定资产? 什么是固定资产原值? 什么是 固定资产净值?	(113)
4.19 什么是百元产值占用的固定资产价值? 什么是 固定资产产值率?	(114)
4.20 什么是无形资产? 递延资产?	(114)
4.21 什么是工业经济效益?	(115)
4.22 财政部规定的衡量工业企业经济效益的十大指标 及其意义是什么?	(115)
4.23 什么是利润? 工业企业的利润是怎样计算的?	(118)
4.24 什么是成本? 工业企业的成本是如何分类的?	(119)
4.25 什么是直接成本? 什么是间接成本?	(119)
4.26 什么是固定成本? 什么是变动成本及半变动成本?	(120)
4.27 什么是完全成本法?	(120)
4.28 什么是制造成本法?	(120)
4.29 什么是工业经济效益综合指数?	(121)
4.30 工业企业是如何分类的?	(123)
4.31 大、中、小型工业企业是如何划分的?	(125)
4.32 什么是规模经济?	(126)
4.33 我国及国外一般的生产项目合理的规模是多少?	(127)
4.34 什么是基本建设项目? 什么是技术改造项目?	(129)

4.35 基本建设项目的建设都要经过哪些程序?	(129)
4.36 项目建议书的主要内容是什么?	(130)
4.37 设计任务书(或可行性研究报告)的主要内容 是什么?	(131)
4.38 技术改造和技术引进项目管理分为哪几个阶段?	(132)
4.39 技术改造方案包括哪些内容?	(133)
4.40 建设项目的财务评价方法是什么?	(133)
4.41 如何对竣工项目进行验收?	(135)
4.42 市场经济条件下,政府对工业经济管理应抓好 哪几方面的工作?	(137)
4.43 国家对工业实行宏观调控的方式及手段体系是什么?	(137)
4.44 国有企业同政府的关系怎样?	(138)
4.45 国有工业企业的经营权是什么?	(139)
4.46 厂长的基本职责与职权是什么?	(139)
4.47 企业党组织的作用是什么?	(140)
4.48 企业职工代表大会的职权有哪些?	(141)
4.49 地方党政负责人如何正确认识和分析本地的 工业经济形势?	(141)
4.50 各级政府、各工业主管部门怎样进行生产调度?	(143)
4.51 各级政府主管经济工作的领导怎样主持召开现场 办公会?	(144)
4.52 交通运输、邮电通信和电力供应有哪些主要指标?	(146)

第五部分 市场营销与公共关系

- 5.1 什么是市场？基本特征是什么？ (147)
- 5.2 社会主义市场经济中市场的功能是什么？ (147)
- 5.3 什么是市场营销？如何理解其基本含义？ (148)
- 5.4 市场营销观念经历了怎样的演变过程？ (149)
- 5.5 新旧营销观念的区别是什么？ (150)
- 5.6 什么是企业战略规划？其主要内容和步骤如何？
..... (150)
- 5.7 波士顿咨询集团法如何分析业务（或产品）组合？
对各类业务单位（或产品）应采取何种投资战略？
..... (151)
- 5.8 企业增长战略有哪几种？各自适用于什么情况？
..... (153)
- 5.9 企业的市场营销管理过程包括哪些步骤和内容？
..... (153)
- 5.10 什么是市场机会？有哪些具体表现形式？
..... (154)
- 5.11 如何运用矩阵图对市场机会和风险进行分析？
..... (154)
- 5.12 市场营销组合有什么主要特点和作用？ (156)
- 5.13 什么是市场营销环境？其基本特征是什么？ (157)
- 5.14 企业面临着哪四种不同层次的竞争者？ (157)
- 5.15 如何分析市场营销的人口环境？ (158)
- 5.16 如何分析市场营销的经济环境？ (159)
- 5.17 企业对付环境威胁的策略如何？ (160)