

经济与管理基础知识

颜 哲 张远林 许远明 主编

中国建筑工业出版社

(京) 新登字 035 号

图书在版编目 (CIP) 数据

经济与管理基础知识/颜哲等编著. —北京: 中国建筑工业出版社, 1998

ISBN 7-112-02707-1

I. 经… II. 颜… III. ①经济学-基础知识 ②经济管理-基础知识 IV. F

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 16414 号

本书根据我国工程技术人员和工科大学生适应社会主义市场经济新环境的需要, 系统、全面地介绍了经济与管理方面的基础知识。全书包括经济学基础知识、技术经济学基础知识与企业管理概论三部分内容, 既注重理论的完整性、准确性, 又注重实践中的可操作性、应用性, 并采用大量例题、图形等帮助读者理解理论, 学会方法, 掌握技巧。每章后还有思考题、练习题等指导读者学习和复习。本书可供在职工程技术人员自学使用, 可供工院校师生教学使用, 也可为一切愿系统掌握经济学理论、技术经济学分析方法和企业管理科学的人们提供有益的帮助。

经济与管理基础知识

颜 哲 张远林 许远明 主编

*

中国建筑工业出版社出版 (北京西郊百万庄)

新华书店总店科技发行所发行

北京市彩桥印刷厂印刷

*

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 25½ 字数: 621 千字

1998 年 12 月第一版 1998 年 12 月第一次印刷

印数: 1—5000 册 定价: 32.00 元

ISBN 7-112-02707-1

TU·2073 (7805)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

前 言

21 世纪中国的社会主义现代化建设,需要大批高素质人才。新型的工程技术专门人才,不仅必须掌握本学科和相邻相关学科的专业理论知识、技术知识,而且必须懂经济、善决策、会管理,才能满足人才竞争、企业竞争和国际竞争的客观需要,才能适应技术、经济、社会全面可持续发展的客观趋势。目前我国工程技术人员和大学工科非管理专业的学生,普遍缺乏经济与管理方面的知识、能力,急需扩大知识面,提高经营、管理、决策、竞争能力,全面培养业务素质。因此,我们按照国家教委关于高等学校工科非管理类各专业开设“经济与管理基础知识”课程的要求,编著了这本《经济与管理基础知识》。

本书由三编十六章构成。上编介绍经济学基础知识,内容包括市场与市场经济,企业与企业行为,宏观经济运行与调控等;中编介绍技术经济学基础知识,内容包括技术经济分析原理,技术经济分析、评价、决策方法等;下编介绍企业管理基础知识,内容包括企业管理原理,企业经营战略与策略,企业各方面经济活动管理等。本书可供工程技术人员自学经济与管理知识使用,可供其在职培训使用,也可供大学工科非管理类各专业教学使用。为便于学习,本书在各章末列有一些思考题,使用者可以把它们作为指导学习的线索。本书既考虑到内容的全面又注意突出重点,既注重理论的系统性、准确性又注重内容的实用性、可操作性,并纳入了近年来理论研究和改革实践的一系列最新成果,如企业产权制度、企业重组等,以适应教学、研究、应用的各种需要,适应普及和提高的不同层次需要。本书的三编既分别自成体系又相互衔接、呼应,如果把它作为教材,则可以满足开设经济学、技术经济学、企业管理这三门课程中任何一门、两门或三门全开的不同需要。本书中注有“*”号的部分内容及思考题,专供建筑类各专业使用,其他专业在使用本书时,略去这一部分内容不会影响内容的完整性和条理性。

本书由重庆建筑大学管理工程学院颜哲、张远林、许远明主编。以下同志参加了本书编著工作:颜哲(导论,第一、四、五章),任波(第二、三章),郑晓云(第六、七、八章),许远明(第九、十、十一章),杨宇(第十二章),严薇(第十三、十五章),张远林、卢邑(第十四章),陈德强(第十六章)。主编负责全书策划和编著组织工作;上编由颜哲统稿,中编由许远明统稿,下编由张远林统稿,颜哲担任全书总纂,任波协助颜哲作了整理、联系工作。

本书包含了编著者的部分研究成果,并参考吸收了国内外大量专著、论文和教材的见解,在此向这些专著、论文、教材的作者深致谢意。我们也感谢毛鹤琴同志、尹珏祥同志对本书出版的关心和支持。限于编著者水平,书中难免有种种缺陷,敬请广大读者批评指正。

目 录

导 论	1	思考题	57
上编 经济学基础知识		第三章 市场结构与企业行为	59
第一章 市场与市场经济	5	第一节 市场结构	59
第一节 市场和市场机制	5	一、市场及市场结构	59
一、市场概念	5	二、划分市场结构的标准和市场结构类型	59
二、市场需求与市场供给	6	第二节 完全竞争市场中的企业行为	60
三、供求的均衡和市场机制	10	一、完全竞争市场的特点	60
四、供求的弹性	14	二、单个厂商的收益	60
第二节 市场经济	17	三、完全竞争厂商的短期均衡	61
一、市场经济概念	17	四、停产点、短期供给曲线和供给曲线的依据	63
二、市场经济的特征	18	五、完全竞争市场的长期均衡	64
三、市场经济的功能	20	第三节 完全垄断市场中的企业行为	66
四、建设社会主义市场经济新体制	22	一、完全垄断市场的特点	66
第三节 我国的市场体系	25	二、垄断的形成因素	66
一、市场体系概述	25	三、完全垄断市场的企业行为	67
二、产品市场	26	四、完全垄断厂商的长期均衡	68
三、生产要素市场	28	第四节 垄断竞争市场中的企业行为	69
第四节 建筑市场	34	一、垄断竞争市场的特点和厂商收益	69
一、建筑产品	34	二、垄断竞争厂商的短期均衡	70
二、建筑市场	35	三、垄断竞争市场的长期均衡	71
思考题	36	四、垄断竞争厂商的非价格竞争	72
第二章 市场活动的主体——企业	38	第五节 寡头垄断市场中的企业行为	73
第一节 企业概述	38	一、寡头垄断市场的特点	73
一、企业概念	38	二、寡头垄断市场中企业的相互依存、相互制约关系	73
二、企业在市场中的地位和作用	39	三、斯威齐定价模型	74
第二节 现代企业制度	39	四、卡特尔定价模型	74
一、企业制度的演变	39	五、价格领袖定价模型	75
二、现代企业制度	43	六、博弈论定价模型	76
第三节 建立现代企业制度的两个关键问题	45	第六节 市场行为规则——政府与市场	77
一、现代企业制度中的产权问题	45	一、促进适度竞争的规则	77
二、建立现代企业制度的两个关键问题	46	二、反对不正当竞争行为的规则	78
第四节 企业生产经营活动的经济变量分析	47	三、制止不良垄断行为的规则	79
一、投入和成本	47	思考题	79
二、帐益和利润	55	第四章 宏观经济状况	81
		第一节 总供给与总需求	81

一、总供给及其决定	81	一、技术经济学的研究对象	156
二、总需求及其决定	84	二、技术经济学的主要分析方法	157
三、总供给与总需求的相互关系	86	三、技术经济学的体系结构	158
第二节 宏观经济的平衡与不平衡	87	第二节 资金的时间价值	159
一、总量的平衡	87	一、资金的时间价值	159
二、总量的不平衡	88	二、单利和复利	159
三、结构的不平衡	91	第三节 资金时间价值的计算	162
第三节 宏观经济的长期运行	94	一、现金流量图和现金流量表	162
一、经济周期及其预测	94	二、现值和终值	163
二、经济增长及其决定因素	96	三、现值和终值的计算公式	163
三、经济发展及其基本条件	98	四、复利系数表及其利用	166
第四节 宏观经济运行的制约因素	101	五、资金等值计算的其他公式	167
一、制约宏观经济运行的微观因素	101	思考题	172
二、制约宏观经济运行状况的制度因素	103	练习题	172
三、制约一国宏观经济状况的外部因素	105	第七章 预测和决策	173
思考题	106	第一节 预测概述	173
第五章 宏观经济调控	108	一、预测的概念	173
第一节 宏观经济调控概述	108	二、预测的步骤	173
一、宏观经济调控的必要性	108	三、调查方法	174
二、宏观经济调控的目标	110	第二节 预测方法	177
三、宏观经济调控手段概述	113	一、定性预测法	177
第二节 财政税收体制和财政政策	115	二、时间序列预测法	180
一、我国的财政税收体制	115	三、回归预测方法	187
二、我国现行税收制度简介	118	第三节 决策概述	190
三、财政政策及其手段	124	一、决策概述	190
第三节 金融体系和货币政策	128	二、决策步骤	191
一、我国的金融体系	128	三、决策目标的确定	192
二、货币政策及其手段	133	第四节 决策方法	193
第四节 宏观经济调控的其他政策	136	一、风险型决策方法	193
一、产业政策	136	二、不确定型决策方法	197
二、地区政策	140	思考题	198
三、对外经贸政策	143	练习题	198
第五节 宏观经济调控中的行政手段和法律手段	151	第八章 技术经济效果评价	199
一、宏观经济调控中的行政手段	151	第一节 技术经济效果概念	199
二、宏观经济调控中的法律手段	153	一、技术经济效果的概念	199
思考题	155	二、技术经济效果评价的指标体系	199
中编 技术经济学基础知识		三、技术经济效果比较的基本前提	201
第六章 技术经济学概论	156	第二节 技术经济评价的基本方法	211
第一节 技术经济学概述	156	一、技术方案和技术经济评价方法的分类	211
		二、技术经济评价的静态分析法	211
		三、技术经济评价的动态分析法	214
		思考题	222

练习题	222
第九章 不确定性分析	223
第一节 盈亏平衡分析	223
一、盈亏平衡分析原理	223
二、线性盈亏平衡分析	224
三、非线性盈亏平衡分析	226
四、盈亏平衡分析方法的应用	229
第二节 敏感性分析	232
一、敏感性分析的原理	232
二、一个因素的敏感性分析	233
三、多个因素的敏感性分析	235
第三节 概率分析	237
一、概率分析原理	237
二、期望值分析	238
三、累计概率的求取	240
思考题	240
练习题	240
第十章 建设项目可行性研究和项目评估	241
第一节 建设项目可行性研究概述	241
一、建设项目可行性研究的概念	241
二、建设项目可行性研究的内容	241
三、建设项目可行性研究的步骤	244
四、建设项目可行性研究经济评价	245
第二节 项目评估	251
一、项目评估与可行性研究的关系	251
二、项目评估的主要内容	252
三、项目评估的步骤和方法	253
四、建设项目后评估简介	254
思考题	255
附表	255
现金流量表(全部投资)	255
现金流量表(自有资金)	256
损益表	256
资金来源与运用表	257
资产负债表	258
财务外汇平衡表	258
国民经济效益费用流量表(全部投资)	259
国民经济效益费用流量表(国内投资)	259
经济外汇流量表	260

固定资产投资估算表	260
流动资金估算表	261
投资计划与资金筹措表	261
主要产出和投入物使用价格依据表	262
单位产品生产成本估算表	262
固定资产折旧费估算表	263
无形及递延资产摊销估算表	263
总成本费用估算表	264
产品销售(营业)收入和销售税金及附加估算表	264
借款还本付息计算表	265
出口(替代进口)产品国内资源流量表	265
国民经济评价投资调整计算表	266
国民经济评价销售收入调整计算表	266
国民经济评价经营费用调整计算表	267
第十一章 价值工程	268
第一节 价值工程概念	268
一、价值工程的概念	268
二、价值工程中的价值、功能和成本	269
三、提高价值的途径	269
四、价值工程分析的步骤	270
第二节 价值工程分析对象的选择	270
一、选择对象的标准	270
二、选择对象的方法	271
第三节 功能分析	275
一、功能定义	275
二、功能整理	276
三、功能评价	276
第四节 新方案的创造与评价	279
一、新方案创造	279
二、方案评价	280
三、价值工程活动成果的评价	280
四、价值工程应用示例(简例)	280
思考题	282

下编 企业管理概论

第十二章 企业管理原理	283
第一节 企业管理概述	283
一、企业管理的概念	283

二、企业管理原则	283	四、新产品开发	321
三、企业管理职能	285	五、包装和商标	322
四、企业管理的内容	287	第五节 销售渠道策略	324
五、企业管理发展趋势	287	一、销售渠道及其分类	324
第二节 企业经营决策与计划	288	二、销售渠道的选择	324
一、企业经营决策的概念	288	三、产品的实体流程	326
二、经营决策的内容和类型	288	第六节 促销策略	327
三、企业经营决策的目的、目标 和原则	289	一、人员推销	327
四、企业的计划体系	290	二、营业性推广	329
五、长期计划与年度计划	291	三、广告	330
第三节 企业组织与领导	292	四、公共关系	330
一、企业的组织的概念	292	第七节 定价策略	331
二、企业的组织的法律形式	293	一、影响价格的因素	331
三、企业内部组织设计	295	二、定价方式	332
四、企业内部组织结构	296	三、定价技巧	333
五、企业组织的领导	301	第八节 建筑产品定价	335
第四节 企业的控制与沟通	303	一、流通特点	335
一、企业的控制程序	303	二、销售特点	335
二、企业的控制手段	303	三、促销特点	335
三、企业的沟通	303	四、定价特点	335
第五节 教育和激励	305	思考题	336
一、职工教育和职工培训	305	第十四章 生产管理	337
二、物质激励和精神激励	308	第一节 工业管理的形成和发展	337
思考题	308	一、泰罗倡导的科学管理运动	337
第十三章 企业战略管理和市场营销 策略	309	二、动作与时间研究	338
第一节 企业战略管理	309	三、运筹学和系统工程在现代管理 中的应用	338
一、企业战略概念	309	第二节 质量管理	339
二、企业战略分类	309	一、质量与质量管理	339
三、企业战略管理	311	二、全面质量管理	340
第二节 市场营销概述	313	三、质量管理的基本方法	341
一、市场营销概念	313	四、质量保证体系	344
二、市场营销组合	313	第三节 技术管理	345
三、市场调查和预测	314	一、技术管理的主要任务和内容	345
四、市场定位	315	二、技术开发管理	346
第三节 市场环境	316	三、技术改造	347
一、市场环境的特点	316	第四节 安全管理	347
二、市场环境分析	317	一、安全管理概述	347
第四节 产品策略	318	二、安全管理的基本原则	348
一、产品概念	318	三、安全管理措施	349
二、产品生命周期	319	第五节 建筑施工生产管理	350
三、产品发展战略	300	一、建筑产品生产的特点	350
		二、施工准备工作	350

三、现场施工管理	352	第十六章 财务管理与经济效益	
四、施工进度控制	353	分析	382
五、建筑工程的质量控制	356	第一节 财务管理概述	382
六、施工过程中的技术管理工作	357	一、财务管理的概念	382
七、施工索赔	358	二、企业财务管理的目标	383
思考题	361	三、企业财务管理方法	384
第十五章 资源管理	362	第二节 资金筹措管理	384
第一节 人力资源开发与管理	362	一、资金筹措渠道与方式	384
一、人力资源及其开发	362	二、资金筹措决策	385
二、劳动组织	362	三、资本金管理	387
三、劳动定额与定员管理	363	四、企业负债管理	387
四、人事管理	365	第三节 企业资产管理	387
五、工资管理	367	一、流动资产资产管理	387
六、建筑企业人力资源开发与管理	369	二、固定资产管理	389
第二节 设备管理	370	三、对外投资管理	389
一、设备综合管理	370	第四节 成本管理	390
二、设备使用管理	371	一、成本管理概述	390
三、设备的维修管理	371	二、成本预测与控制	391
四、设备更新、改造管理	373	三、成本分析	391
第三节 物资管理	374	四、建筑企业成本管理	392
一、物资定额管理	374	第五节 收入、利润管理与财务报	
二、物资采购管理	377	告分析	393
三、物资仓库管理	379	一、营业收入及其构成	393
四、建筑企业物资管理	380	二、利润及其分配	394
思考题	381	三、企业财务报告分析	394
		思考题	400

导 论

20 世纪与 21 世纪之交的中国,正在经历一场巨大而深刻的变化。在邓小平理论的指导下,以建立社会主义市场经济新体制为目标的经济体制改革全面深入发展,国民经济在由粗放方式向集约方式转变中持续高速增长,对外开放进一步扩大,我国的综合国力日益增强,人民生活水平不断提高。前所未有的大好形势和难得的机遇也伴随着前所未有的严峻挑战:市场竞争日趋激烈,经济风险错综复杂,市场形势变化多端,大浪淘沙,优胜劣汰,锻炼、考验和筛选着所有的企业和个人。不了解市场经济,不掌握必要的经济和管理基础知识,就不能适应这种新的剧烈变化的时代环境,就可能在市场经济的大风大浪中呛水、失败甚至沉没;熟悉市场经济的“水性”,掌握与风浪搏击的本领,才能中流击水,浪尖夺冠,成为新时代的弄潮儿。“经济与管理基础知识”,就是一门系统介绍社会主义市场经济条件下分析、处理各种现实经济问题所需知识、方法、技巧的大学基础课程,主要由经济学基础知识、技术经济学基础知识和企业管理概论三部分内容组成。

什么是经济学?经济学是对研究人们的经济行为、经济关系和经济体系运行规律的科学体系的统称。经济活动,即包括生产、分配、交换、消费在内的社会再生产活动,是人类最基本的社会实践活动,它的根本目的是满足人类生存和发展的需要。人们的需要是多方面、多层次的,是随着经济和社会不断发展而不断扩展、经常变化的。可以用来满足这些需要的产品和可以用来生产这些产品的资源却是相对有限的。要用相对有限的资源来满足趋于无限扩展的复杂多变的社会需要,就必须把这些资源在各种可能的用途、可能的生产方式、可能的交换方式、可能的分配方式、可能的消费方式之间进行比较和选择,确定最适宜的安排组合,才能最大限度地满足人们的需要。这种对资源安排的比较、选择、组合,被称为资源配置,它是经济学研究的各方面内容中对指导人们经济活动最重要、最根本的内容,是经济学其他分支学科研究的共同基础。因此,资源配置,就是经济学基本原理的研究对象。本书的经济学基础知识部分主要介绍经济学关于资源配置的基本原理,并适当介绍经济学其他分支学科如产业经济学、财政学、货币银行学、发展经济学、国际经济学、比较经济学等的部分重要内容。

在不同的经济形态下,资源配置的方式是不同的。在自然经济条件下,生产规模小,分工程度低,社会需要相对简单,生产者的各种生活需要基本上自给自足,资源配置就由自然经济基本生产单位的组织者(如奴隶制时代的奴隶主、封建领主时代的庄园主、封建地主时代的佃农家庭家长)直接安排。商品经济产生以后,市场对用于生产商品的资源的配置起主要调节作用,这种调节作用随商品经济的发展而日益加强、日益深入并促进商品经济效率的提高,加快它取代自然经济的过程。在我国建国后仿照前苏联模式建立起来的高度集中的计划经济里,资源配置主要由国家统一计划来组织指挥,这种资源配置方式虽然在建国初期对集中有限资源建立工业基础起了一定的保障作用,但高度集中统一的指令性计划与亿万人民复杂多变的实际需要脱节,束缚生产者手脚,压抑企业与劳动者积极性,已

被实践证明是不利于资源合理配置的。经过在长期实践中的反复探讨、思索，我们终于在党的十一届三中全会以后逐步认识到，我国目前仍处于社会主义初级阶段，在此历史条件下，社会主义市场经济比高度集中的计划经济更有利于社会资源优化配置，更有利于我国的经济发展和社会进步。我国必须建立起适合国情的社会主义市场经济新体制，发挥市场机制在资源配置中的基础性作用。本课程介绍的经济学关于资源配置的基本原理，就是立足于市场经济条件，分析市场机制如何在资源配置中发挥基础性作用的。

本课程的经济学基础知识部分包括第一至第五章。第一章说明什么是市场、什么是市场机制、什么是市场经济，介绍市场经济的特征、功能和市场体系的构成、运行。第二章分析市场活动的主体——企业，研究以企业产权制度为核心的现代企业制度，考察企业生产经营活动的目标、机制、过程和内容，论述企业在市场经济中的地位、作用和相互关系。市场结构不同，市场机制发挥作用的形式和结果就不同，企业在市场中的行为方式也不同。第三章根据市场结构特征区分了四种不同类型的市场，分别考察不同市场条件下企业的行为和市场机制的作用，并介绍了有秩序的合理的市场行为规则的要求。第四章研究市场经济整体的宏观运行，考察社会总供给、社会总需求及其相互关系，分析宏观经济的总量平衡与结构平衡，阐述宏观经济的长期运行问题，研究了各方面制约因素对宏观经济运行的影响。市场经济的有序运行和正常发展不能没有必要的宏观调控，第五章论证国家宏观调控的必要性、目标和主要方式，重点分析财政政策和货币政策的调控机理，并介绍了市场经济中财税制度、金融体系的基本常识，研究了各种经济政策措施、各种宏观调控手段的结合问题。

科学技术是第一生产力，现代科学技术在生产中的合理应用，可以进一步节约有限的资源，可以用一定资源生产更多更好的适合社会需要的产品，加快经济发展和人民生活水平提高。我们不仅要大力发展社会主义市场经济，更好地发挥市场机制在优化资源配置方面的基础性调节作用，而且要大力开发科学技术，更好地发挥科学技术在提高资源利用效果方面的积极作用。这两方面的作用不是分别孤立发挥的，而是密切联系、相互依存的。技术市场是现代市场经济的市场体系重要构成部分，技术竞争是市场竞争的重要方面和主要凭藉之一，技术进步有利于市场经济的发达完善；市场加快科技成果的商品化、实用化，使科学技术更快地转化为生产力，市场也调节、引导科学技术研究开发的服务方向、成果结构，优化科技资源的配置，使科学技术在满足社会需要方面发挥尽可能大的作用。技术经济学就是一门优化科技资源配置的科学，是经济学基本原理在科技成果应用、选择、决策方面的具体运用。技术经济学通过对各种技术方案、技术措施、技术政策的经济效益进行计算、比较、分析和评价，研究如何用有限的资源获得尽可能大的符合社会需要的经济成果。这就是本课程第二部分的内容。

本课程的技术经济学基础知识部分由第六至第十一章构成。第六章是技术经济学概论，介绍这门学科的研究对象、主要方法和体系结构。技术方案所利用的资源在市场经济条件下表现为资金投入，它所取得的经济成果表现为资金回流，资金投入与回流之间通常有或长或短的时间间隔，资金必须随着时间推移而在运动中增值，这一章介绍了资金时间价值这个技术经济学的基本概念及其从不同角度考察、计算的形式和方法。技术经济学的分析既然要考虑时间因素，就要从过去、现在的经济情况，预计、推测未来经济的变化趋势，这就是预测；技术经济学要优化科技资源的配置，就要根据资源配置所应满足的目标，从多

种可达到该目标的技术方案中选择最合理、最有利的方案，这就是决策；第七章分别对预测和决策的概念、步骤、原则和主要方法作了介绍。技术经济学在决策中选择方案的标准，是各方案技术经济效果的高低，第八章介绍技术经济效果的概念、评价步骤、评价指标体系和常用的技术经济效果评价方法。预测不一定准确，据此作出的技术经济评价不一定科学，据此作出的决策就不一定最优，就有发生偏差的可能，为了缩小偏差，减少决策失误的风险，在第九章介绍了不确定性分析的原理和方法。在技术方案评价、选择中，资金投入量大、回收时间长、风险因素复杂、社会影响面广的建设项目决策尤为重要和特殊，第十章专门叙述了建设项目的可行性研究和项目评估。一种技术方案或一种产品、一个系统、一项作业能够满足特定社会需要的性能和作用，称为它的功能；为提供这种功能而消耗的资源，称为它的成本；第十一章介绍一种在功能分析基础上通过有组织的创造性活动，寻求以最低成本达到必要功能的技术——价值工程，这里所说的价值，指功能与成本的对比关系，价值的提高，表明技术资源配置效益的提高。

本课程第三部分是企业管理概论。企业是市场经济活动的主体，是从事生产经营的基本单位。企业管理是为了达到企业经营目标，通过决策与计划、组织与领导、控制与调节、教育与激励的过程，有效利用所有的资源而进行的各方面活动的有机结合。企业管理水平的高低，关系到企业在市场竞争中的成败乃至存亡，关系到企业的微观经济效益和企业全体干部职工的切身利益，也关系到整个国民经济的宏观经济效益和发展水平、发展潜力。现代企业管理科学吸收了经济学、技术经济学、数学、统计学、工艺学、心理学、社会学、伦理学、系统科学、信息学等多学科的先进成果，在理论上、方法上、策略上、技术上都有很大发展。本书第三部分侧重介绍其中最重要的原理、概念和管理的主要方面、基本方法。

企业管理概论部分由第十二至第十六章构成。第十二章阐述企业管理的基本原理，论证企业管理的原则，概括企业管理的内容，分别介绍企业管理的各方面基本职能。企业管理必须服从企业经营的战略目标，必须面对市场，适应市场，利用市场，驾驭市场，在市场这个激烈竞争的用武之地制订和运用适当的经营战略和营销策略战胜对手，夺取胜利，第十三章论述企业经营战略的管理和市场营销策略。第十四章介绍企业的生产管理，包括质量管理、技术管理以及安全管理等。第十五章介绍企业的各种资源的管理，包括人力资源开发与管理、设备管理与物资管理。第十六章介绍企业的财务管理与经济效益分析，包括资金筹措管理、资产管理、成本管理、收入利润管理与财务报告的分析。

根据国家教委安排，我国高等学校工科的非管理专业，都必须开设经济与管理基础知识课程。学习这门课对工科大学生有何意义呢？

首先，这是社会和时代发展的要求。我国的社会主义现代化建设事业正在改革、开放的促进下全面迅速发展，中华民族的历史性振兴需要大批高素质的人才，新一代大学生将担负下一个世纪建设现代化社会主义强国的重任。八届人大四次会议批准的“九五计划和2010年远景目标纲要”提出要“实行两个具有全局意义的根本性转变，一是经济体制从传统的计划经济体制向社会主义市场经济体制转变，二是经济增长方式从粗放型向集约型转变。”新一代大学生要参加到两个“根本性转变”的实现中来，就要学习新知识，掌握新本领。向市场经济体制转变，要求懂得经济学基础知识，掌握在市场经济和国家宏观调控下分析和解决经济问题的能力；向集约增长方式转变，要求懂得技术经济学基础知识，优化技术决策，实现先进适用技术向生产力的转化，也要懂得企业管理基本原理和方法，学会

集约地即讲求效益地组织利用各种资源，在提高企业微观经济效益的基础上加快国民经济的集约型增长。

其次，这是大学工科教育改革发展的需要。在旧的高度集中的计划经济体制下，大学工科教育也按国家统一的招生一分配计划培养学生，重在狭窄的专业知识教育，学生除公共课外，基本上只掌握所学具体专业的工程技术理论知识和工艺知识。改革、开放推动了教育改革，中共中央、国务院发布的《中国教育改革和发展纲要》要求建立“与社会主义市场经济体制和政治体制、科技体制改革相适应的教育新体制。”国务院在“《纲要》实施意见”中提出，我国的高等学校“在培养基础学科人才的同时，要重视培养社会主义建设急需的高层次应用型和复合型人才”；“要合理调整系科和专业设置，拓宽专业面，优化课程结构，改革课程内容和教学方法，加强教材建设，注重素质和能力的培养，增强学生对社会需要的适应性”。工科大学生要拓宽知识面、提高综合素质和能力，成为高层次应用型复合型人才，就必须学习经济与管理基础知识，具备在市场经济条件下经营管理的素质和能力。这样，在未来的工程技术任务或课题面前，不仅可以运用自己的工程技术能力去完成它，而且可以运用经济学、技术经济学知识和能力确定值不值得完成它、怎样完成它最合理、最有效率，可以运用经营管理能力去合理地、高效益地、协同配套地完成它。我们的工科大学生学习了经济与管理基础知识，在将来面临市场人才需求变动、经济结构变动、技术结构变动、工作性质和岗位变动时，也能有较强的适应性和更多的用武之地。

最后，这也是新一代大学生自身成才的需要。大学生必须了解社会，以便将来适应社会，服务社会，在为社会奉献中发展和完善自身。大学生走出校门后将面对社会主义市场经济的环境，必须从现在起就逐步树立起市场意识、竞争意识、效益意识，自觉地把自已的学习与祖国的社会主义现代化建设、与国民经济发展的实际需要联系起来，这就需要学习经济与管理知识、法律知识等等来充实自己、提高自己。在市场经济中，不论从事什么工作，处在什么部门，都离不开经济与管理知识。搞工程技术工作，要学会对技术决策的经济分析、技术经济分析，学会对技术工作的组织管理；即使不处在决策层，在全员管理、民主管理的发展趋势下也必须懂得经济管理的基本原理和原则。何况在市场经济中人才有很高的流动性，职业、岗位没有终身制，今天搞技术的，明天可能需要去搞营销、搞管理；今天在业务层的，明天可能进入决策层。社会需要的、市场需求强烈的，是既懂技术又懂经济、既会创新又会管理的应用型复合型人才。有志成才、有志为祖国和人民建功立业的大学生，应当学好经济与管理基础知识这门课程。

上 编

经济学基础知识

第一章 市场与市场经济

第一节 市场和市场机制

一、市场概念

什么是市场？从字面上解释，“市”，就是交易，就是买卖；“场”，就是场所、场合。直接按字面讲，市场就是商品交易的场所或地点。早期的市场确实也是由买卖双方约定地点、约定的时间集中起来进行交易的。随着经济的发展，市场有了很大变化，除了这种有固定交易场所、固定交易时间的市场即“有形市场”外，又出现了“无形市场”，它没有固定的交易时间和地点，任何时候在任何地点的买卖双方，哪怕他们之间相距万里，都可通过电讯进行交易。因此，更确切地说，市场是商品的买卖双方交易关系的总和。

市场可以从不同角度分类。首先，可以根据市场上交易的商品来分类。这里所指的是广义的商品：凡是能以买卖双方都同意的价格交易的事物、活动或权利，都被看作商品。从这个角度分类，市场包括产品市场，生产要素市场（简称要素市场）和其他市场。产品市场上交易的商品是通过生产过程而获得的成果，有的是物质产品，物质产品市场可按产品加工程度分为初级产品市场（经过一次生产过程生产出来就交易的、未经进一步加工的实物产品的市场，如农牧业产品市场、矿产品市场、原油天然气市场等）和工业品市场（把初级产品进行工业加工后交易的市场），也可按产品用途分为消费资料市场和生产资料市场；有的产品则不具备实物形态，而是一边生产一边被购买者消费的服务活动，这种非实物形态产品的市场统称为服务市场，如运输市场、邮电市场、旅游市场、文化娱乐市场等。生产要素市场上交易的商品是生产中投入和利用的各种经济资源即生产要素，有资本市场、劳动市场、土地市场、技术市场等等。除产品市场、要素市场外，还有其他市场如产权市场等。

市场也可以从市场价格形成方式、市场竞争结构角度分类，通常分为完全竞争市场、完全垄断市场、垄断竞争市场、寡头垄断市场等四种类型，第三章将进一步分别考察这四种类型的市场。

市场还可以从交易活动的地域范围分为地方市场、国内市场、国际市场和世界市场；从

交易方式分为零售市场、批发市场、租赁市场等；从交割（即双方履行交易合同约定的义务）期分为现货市场、期货市场等。关于市场的细分将在本书下编的第十三章进一步介绍。

二、市场需求与市场供给

市场作为商品买卖双方交易关系的总和，必然存在买卖双方之间的相互联系、相互影响、相互作用，这就体现为市场需求与市场供给，它们是决定市场交易条件（最重要的是价格，还有交易量等）的两大基本力量。仅有买卖双方中的任何一方，或者说，仅有需求与供给两种作用力中的任何一方面，都不可能实现交易，也就不成其为市场。需求与供给是市场这个对立统一体中相互对立、相互依存、互为条件、互相作用两个方面。

（一）市场需求

1. 市场需求概念

市场需求，指市场上的全体购买者在一定时期内，对应于每一种可能的价格，愿意而且能够购买的某种商品的数量。

如何理解需求概念？

首先，应理解“在一定时期内”的含义，它包含两层意思。第一层意思，这是指影响需求的其他因素不变的这样一段时期。需求不仅与商品自身价格相联系，而且受其他一系列因素如消费者收入、有关商品价格等的影响。在其他因素不变的情况下，就能确定需求量与商品自身价格之间一一对应的关系，就能较准确地把握、描述和分析需求。另一层意思意味着需求是个“流量”。经济学中的变量，可以分为存量与流量，二者的区别在于流量有时间维度而存量无时间维度。流量是在一定时期内某种经济活动的发生量或某种经济事物的变动量，它包含时间维度，必须联系这个时期的长度才能理解流量的大小。例如一个工厂的产量，如果不说明这个产量指的是每小时产量，还是指的日产量、月产量或年产量，那就无法判断这个工厂的产量大不大。需求，同样也要说明是多长时间内的需求，才能弄清它的大小，因而也是个流量。存量则是在特定时刻某种经济事物的数量，它不包含时间维度，而只是瞬间的情况。例如一个国家的财富，就是个存量，知道财富的价值就能了解其财富大小，其中不存在时间长短因素。

其次，正确理解市场需求概念，要把它与需要、与潜在购买力区别开来。人们的需要是复杂多样、不断扩展的，它使人们愿意获得商品，但如果没有相应的足够的支付能力，那么人们愿意买却不能够买，这就不是现实的市场需求，就不能直接对卖方发生作用；潜在购买力则只能表明人们买得起，能够购买某种商品，但如果人们不愿意买，那么仍不形成现实的市场需求，仍不会直接作用于卖方。因此，市场需求概念包含了既愿意买、又能够买这样两层意思。

最后，市场需求概念还把需求的数量与每一种可能的价格联系起来，这意味着需求可以从数量上理解为一种函数关系，这叫做需求函数。最简单的需求函数可写成以下形式：

$$Q_d = f(P)$$

其中 Q 是数量，加上表示需求的脚标 d ， Q_d 就是需求量； P 是商品自身的价格。

如果考虑到其他因素对需求的影响，用 A 、 B 、 C 、 D 等分别表示这些因素的数值，则较完整的需求函数可以写作：

$$Q_d = f(P, A, B, C, D, \dots)$$

2. 需求定律和需求曲线

最简单的需求函数 $Q_d = f(P)$ 通常都是减函数, 价格越高则需求量越小, 价格越低则需求量越大。需求量与价格之间这种内在的普遍联系, 被称为需求定律。需求定律可以这样表述: 在影响需求的其他因素不变的条件下, 对一种商品的需求量, 通常随这种商品价格的变动而反向变动。也就是说, 对需求函数 $Q_d = f(P)$ 而言, $f'(P) = \frac{dQ_d}{dP} < 0$ 。

为什么需求量会随价格反向变动? 最简单的理论分析用收入效应与替代效应的综合作用来解释。商品价格变动, 使消费者同样多的货币收入的实际购买力改变了, 或者说实际收入变动了, 这样导致的消费者对商品购买量的变动, 就是价格变动的收入效应。一般说来, 实际收入随价格反向变动, 而购买量随实际收入同向变动, 于是, 降价的收入效应使消费者多买, 提价则使之少买。一种商品价格变动而其他商品价格不变, 使它们之间比价关系变化, 这样会导致消费者适当增加对比价相对下降的商品的购买, 来代替一部分比价相对上升的商品, 这就是价格变动的替代效应。一般说来, 一种商品降价的替代效应使消费者适当用它来替代其他商品, 提价的替代效应则使消费者用其他商品来适当替代它。收入效应与替代效应都使购买量随价格反向变动, 它们综合作用的结果, 就使需求量通常随价格反向变动。

需求量随价格反向变动的关系也可以用需求曲线来表现(图 1-1)。在以需求量 Q 为横轴、价格 P 为纵轴的平面直角坐标系中, 曲线 DD 表示需求量与价格一一对应的关系, 需求曲线上的 D_1 点说明当价格为 P_1 时, 需求量为 Q_1 ; D_2 点说明, 当价格上升到 P_2 时, 需求量减少到 Q_2 。需求曲线由左上方向右下方延伸(称为“向右下方倾斜”), 斜率为 $\frac{dP}{dQ} < 0$, 用图形描述了需求定律的内容。

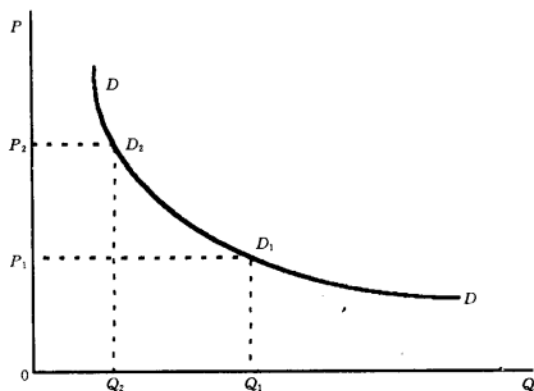


图 1-1 需求曲线

3. 其他因素对需求的影响

前面谈过, 除商品自身价格外, 还有其他一些因素也会影响对一种商品的市场需求。这些因素有:

(1) 消费者人数。

消费者越多, 如果人均需求既定, 则市场需求也就越大。因此, 市场需求随消费者人数同向变动。

(2) 消费者收入。

如果消费者的需要不因收入上升而减少(绝大多数商品都属此情况, 只有专供低收入者消费的“低档品”的需要才会因人们收入增加而减少), 那么消费者收入的增加就会因提高了消费者支付能力而使需求增加。因此, 市场需求通常随消费者收入同向变动。

(3) 消费者偏好。

偏好就是对一种商品的特殊爱好。当消费者对某种商品的偏好增强时，即使支付能力不变，也会因需要的增强而使需求增加。因此，市场需求随消费者偏好同向变动。

（4）替代品价格。

如果两种或多种商品能分别独立地满足同一种需要，那么它们在满足这种需要方面互为替代品，可互相代替。当一种商品价格上升时，消费者通常会减少对这种商品的购买和消费，为满足原先由它满足的需要，就会用价格未变（从而与提价商品相比，比价相对下降了）的替代品来代替，对替代品的需求就会增加。因此，市场需求随替代品价格同向变动。

（5）互补品价格。

如果两种或多种商品必须相互配套才能共同满足一种需要，那么它们在满足这种需要方面是互补品，是相互依存的。当一种商品价格上升时，消费者会减少对它的购买和消费，相应地也会减少对与它配套的互补品的需要，对互补品的需求就会减少。因此，市场需求随互补品价格反向变动。

（6）对价格的预期。

预期指对经济变量未来数值的预测。如果人们普遍预期价格将会上升，为避免其实际购买力下降的损失，目前他们就会增加购买；反之，如果人们预期以后要降价，目前的购买就会减少。因此，市场需求随预期价格同向变动。

应当注意的是，商品自身价格变化导致的需求量增减，与其他因素变化导致的需求增减，情况是不同的。前一情况下需求曲线保持原状，需求量增减表现为曲线上对应点的改变，即由于价格变化，使需求函数中因变量 Q_d 数值变化；后一情况下需求曲线将在平面内移动，需求增加则曲线向右移动，在原来的每一种可能的价格下都有一个新的增加了的需求量，需求减少则曲线向左移动，这也就是说，其他因素的变化使需求函数变为新的形式。

（二）市场供给

1. 市场供给概念

市场供给，指市场上的全体出售者在一定时期内，对应于每一种可能的价格，愿意而且能够出售的某种商品的数量。

在全面理解市场需求概念的基础上，要全面理解市场供给概念就比较容易了。

首先，所谓“在一定时期内”，也包含两层意思。第一层意思，这是指影响供给的其他因素（生产技术、生产要素价格等）不变的这样一段时期。第二层意思意味着供给也是个“流量”，有时间维度，必须说明有关的时期长短，才能准确具体地弄清供给的大小。

其次，要把市场供给与供给愿望、与生产能力区别开来。仅有供给愿望，如无实际供给能力，就不是现实的市场供给，就不能直接对买方起作用；仅有生产能力，如不愿生产，或生产了却不愿出售，也不是现实的市场供给，不能直接作用于买方。因此，市场供给概念也包含既愿意卖、又能够卖的两层意思。

最后，市场供给同样可从数量上理解为一种函数关系，表明市场供给量如何随价格变动而变动。最简单的供给函数可以写作：

$$Q_s = f(P)$$

其中 Q_s 是供给量，脚标 s 表示供给； P 是商品自身的价格。

如果以 L, M, N 等分别表示影响供给的其他因素的数值, 那么可以得到较完整的供给函数形式:

$$Q_s = f(P, L, M, N, \dots)$$

2. 供给定律和供给曲线

最简单的供给函数 $Q_s = f(P)$ 通常是增函数, 价格上升则供给量增加, 价格下降则供给量减少。供给量与价格之间普遍存在的这种内在联系, 被称为供给定律。供给定律的内容是:

在影响供给的其他因素不变的条件下, 对一种商品的供给量, 通常随这种商品价格的变动而同向变动。就是说, 对供给函数 $Q_s = f(P)$ 而言,

$$f'(p) = \frac{dQ_s}{dP} > 0.$$

为什么供给量会随价格同向变动? 根本原因在于停产点以上产品边际成本随产量增加而上升, 这个问题将在第二、三章再分析。

在以供给量 Q 为横轴, 价格 P 为纵轴的平面直角坐标系中, 可以描绘出表示供给量与价格一一对应关系的供给曲线 SS (图 1-2)。曲线

上 S_1 点表示当价格为 P_1 时, 供给量为 Q_1 ; S_2 点表示当价格上升到 P_2 时, 供给量相应增加到 Q_2 。供给曲线向右上方倾斜, 斜率为 $\frac{dP}{dQ} > 0$, 体现了供给定律归纳的供给量随价格同向变动的关系。

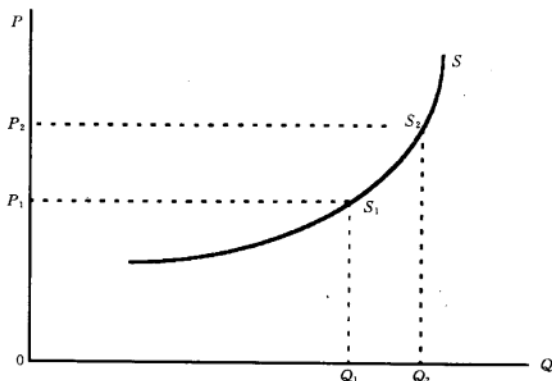


图 1-2 供给曲线

3. 其他因素对供给的影响

除商品自身价格变动会引起供给量变化外, 其他一些因素的变化也会引起市场供给的增减变动。这些因素有:

(1) 生产技术水平。

生产技术水平提高, 用同样的成本、消耗同样多资源能生产的产量就会增加, 从而在每一价格上的供给量就会增加。因此, 市场供给通常随生产技术水平同向变动。

(2) 生产要素价格或产品成本。

生产中投入和利用的各种经济资源 (即生产要素) 的价格高低, 通过影响产品成本高低而影响供给。要素价格上升, 则成本提高, 生产者对每一产量愿意而且能够收取的价格就会相应提高, 反过来说, 对每一价格愿意而且能够出售的数量则相应减少。因此, 市场供给随生产要素价格或产品成本反向变动。

(3) 可转产产品价格。

如果用同一些资源能分别生产两种或多种商品, 多生产其中一种就会使其他品种产量下降, 那么它们在消耗这些资源方面互为可转产产品。在资源有限的情况下, 如果可转产产品价格上升, 它的供给通常会增加, 为增产这种产品会消耗更多的资源, 其他产品的产量和供给就会相应减少。因此, 市场供给通常随可转产产品的价格反向变动。