

经济 管理 基础

李雄治 主编



中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

经济管理基础/李雄诒主编. —北京:中国纺织出版社,1998

ISBN 7-5064-1397-3/F·0063

I. 经… I. 李… III. 经济管理 IV. F2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 27328 号

中国纺织出版社出版发行

北京东直门南大街 4 号

邮政编码:100027 电话:010-64168226

中国纺织出版社印刷厂印刷

1998 年 2 月第一版 1998 年 2 月第一次印刷

开本:850×1168 1/32 印张:8.625

字数:224 千字 印数:1—5000

定价:18.00 元

目 录

绪论.....	(1)
---------	-----

第一篇 微观经济管理

第一章 企业管理总论.....	(8)
-----------------	-----

第一节 现代企业.....	(8)
---------------	-----

第二节 现代企业制度	(17)
------------------	------

第三节 现代企业管理	(20)
------------------	------

第二章 行为管理	(33)
----------------	------

第一节 个体行为和激励理论	(33)
---------------------	------

第二节 群体行为	(42)
----------------	------

第三节 组织中的领导行为	(46)
--------------------	------

第三章 经营管理	(50)
----------------	------

第一节 经营管理与经营思想	(50)
---------------------	------

第二节 经营环境分析	(52)
------------------	------

第三节 经营战略	(57)
----------------	------

第四节 经营决策	(60)
----------------	------

第四章 生产管理	(68)
----------------	------

第一节 生产管理概述	(68)
------------------	------

第二节 生产过程组织	(72)
------------------	------

第三节 生产计划	(81)
----------------	------

第四节 生产控制	(86)
----------------	------

第五章 市场营销	(90)
----------------	------

第一节 市场分析	(90)
----------------	------

第二节	市场细分与选择目标市场	(96)
第三节	市场调查和市场预测	(101)
第四节	市场营销策略	(105)
第六章	质量管理	(120)
第一节	质量管理概述	(120)
第二节	质量管理常用方法	(125)
第三节	工序质量控制	(130)
第四节	ISO9000 系列	(136)
第七章	财务管理	(143)
第一节	资金筹集管理	(143)
第二节	流动资金管理	(147)
第三节	固定资产和其它长期资产管理	(151)
第四节	成本与费用管理	(155)
第五节	销售收入与利润管理	(160)
第六节	财务报告与财务分析	(164)
第八章	技术经济分析	(166)
第一节	技术经济分析基础	(166)
第二节	技术经济分析的基本方法	(175)
第三节	项目(方案)的比较方法	(180)

第二篇 宏观经济管理

第九章	宏观经济管理的对象和目标	(184)
第一节	宏观经济管理的必要性	(184)
第二节	宏观经济管理的对象	(188)
第三节	宏观经济管理的目标	(200)
第十章	国民收入及其均衡决定	(203)
第一节	国民收入	(203)
第二节	国民收入的均衡决定	(207)
第三节	国民收入的变动及乘数原理	(213)

第十一章	宏观经济政策	(220)
第一节	政府介入经济活动.....	(220)
第二节	宏观财政政策.....	(223)
第三节	我国的财政管理体制.....	(229)
第四节	宏观货币政策.....	(233)
第五节	我国的金融体制.....	(238)
第十二章	宏观经济政策目标的矛盾与协调	(244)
第一节	经济增长与充分就业、稳定物价之间的 矛盾与协调.....	(244)
第二节	国际收支平衡目标与充分就业、稳定物价、 经济增长之间的矛盾与协调.....	(250)
第十三章	平等与效率	(256)
第一节	平等与效率的两难选择.....	(256)
第二节	平等与效率的协调.....	(259)
第三节	微观经济目标与宏观经济目标的两难选择...	(262)
第四节	微观经济目标与宏观经济目标之间的协调...	(265)
后记		(269)

绪 论

经济管理是社会化大生产的产物,它随着人类社会经济活动的丰富和多样化而不断发展,逐渐形成一门规范和指导社会经济活动,并具有一定理论性和实践性的学科,越来越受到人们广泛的重视。进入 20 世纪以来,经济管理伴随着市场经济的发展,其自身得到越来越深入的发展,市场经济的现代形态也对经济管理提出了相应的客观要求。将社会的经济活动作为一个有机的组合体来研究和把握,使经济活动的不同层次得以有机的调节和组合,使其发挥更高的效益,已成为经济管理学面临的迫切课题。经济管理在系统、科学地协调经济活动的过程中将更趋完善。

一、经济管理的研究对象

经济管理是指经济管理者为实现预定的目标,对社会经济活动或生产经营活动所进行的计划、组织、指挥、协调和监督等一系列的实施活动。简言之,经济管理就是对经济活动的管理。

人类社会的经济活动是复杂和多层次的,其活动范围也不尽相同,因此,在研究经济活动时,人们为了更好地把握它,一般将它分为微观经济和宏观经济两个基本层次,作为管理经济活动的经济管理学也因之分为微观经济管理和宏观经济管理两个相互联系,又相对独立的部分。经济活动中的微观经济指的是单个经济,即单个经济主体的经济行为和经济规律;而宏观经济则是指整个国家的总量经济,即一个国家整体的总量经济行为和经济规律。经济管理当然也就是对单个经济主体的经济行为和整个国家的总量经济行为的管理和协调。在习惯上,一般将微观经济管理称之为企业管理,即对单个企业的经济行为和经营活动的组织、协调,而不把单个市民经济行为考虑在内。宏观经济管理在我国原先称之为

国民经济管理,而采用宏观经济管理的提法还是改革开放以后的事。不过,无论如何称呼,其含意都是指国家运用各种手段,对国民经济总体运行及其总量变化进行综合性和全局性的系统管理。从微观经济管理和宏观经济管理二者的关系看,微观经济管理是宏观经济管理的基础;宏观经济管理则是微观经济管理的前提和条件,只有把它们结合起来,才能取得最佳的管理效率。

随着人们对社会经济活动规律的认识逐步深入,经济管理的理论和实践也在不断发展和进步。虽然自从有了人类社会以来,管理活动就已经存在了,但作为一种科学的理论则是在 19 世纪末和 20 世纪初才出现的,而且管理的理论形态最早产生于对单个企业生产活动的组织、计划、指挥及实施。20 世纪初,以“泰勒制”为代表的“科学管理”崭露头角,引起人们广泛的重视,并且在社会化大生产的发展和生产分工的细化过程中,发展成为一门独立的学科——企业管理。20 世纪初,经济管理实际上就是企业管理。经济管理真正形成完善意义上的学科体系,则是 20 世纪 30 年代才初露端倪的。1936 年英国经济学家凯恩斯发表了 his 代表作《就业、利息和货币通论》,在经济学界掀起了一场影响极其深远的“凯恩斯革命”,从而改变了经济学的面貌,开辟了宏观经济研究、分析的新天地。凯恩斯对资本主义国家经济运行机制的分析一改经典经济学从分析供给入手的传统方法,而从需求分析深入进去,得出资本主义经济特征是有效需求不足的结论,指出在这种情况下,市场机制的自发作用不能保证总需求达到充分就业所需求的水平,只有国家对经济生活进行某种程度的干预,通过实行一系列的政策措施来刺激总需求,才能使总需求与总供给保持均衡状态,保证经济稳定发展。凯恩斯及其追随者将他们的思想发展成为经济学研究的新领域,宏观经济学从此就产生了。各发达国家在凯恩斯思想的影响下,不断加强对国民经济活动的干预,宏观经济管理才真正进入了经济学家的视野,发展为一门系统化的学科,成为经济管理不可缺少的重要组成部分。

由于微观经济管理和宏观经济管理产生于不同时期,是人们研究经济活动、把握经济运行规律不断深入的结果,所以在相当一段时期内,它们被分成两个各自独立的学科。研究对象、分析方法的差别使这两个本来相互联系的部分却割裂开来,似乎互不相干。尽管社会经济活动可以分为不同层次,各自有着自己的运行规律,但彼此却是相互联系、相互影响的。微观经济是宏观经济的基础,宏观经济则是微观经济的前提和条件。微观经济管理不考虑宏观经济管理的政策、手段及其效果、影响,就不可能真正实现管理目标;而宏观经济管理的政策、措施又必须以微观经济管理的状态、效率为基础,才能收到良好的效果。因此,在现代市场经济条件下,应该将微观经济管理与宏观经济管理有机结合起来,作为一个统一整体来考虑,才能取得经济管理的最佳效果。

二、经济管理的背景条件

将微观经济管理和宏观经济管理作为一个整体来分析和把握,除了两者之间具有本质联系之外,还有更为重要的现实背景。马克思主义认为,任何一门新学科的产生都是那个时代关系和需要的表现,社会实践的需要是学科发展的动力,经济管理科学的产生是社会分工和协作的客观要求。经济管理局限在企业管理的范围,是人们对客观对象的认识不够深入、全面的产物。产生出宏观经济管理则是人们对经济活动认识深化,对旧有观念实现革命性突破的成果。今天将微观经济管理和宏观经济管理作为一个整体来把握同样是一种客观需要,在中国这一点尤为突出。

在计划经济条件下,社会经济活动的决策权高度集中,经济运行是通过行政手段和指令性计划来推动的,整个社会资源的配置是由中央计划来调节的。如果说计划经济是一种经济管理模式的话,那么这时的管理是不存在微观与宏观之分的,经济活动的各个层次都在统一集中的计划管理之下,整个国家工业就象一个大工厂,微观经济活动和宏观经济活动按一个计划、一个模式来运行,各自的特殊性可以不考虑了,宏观和微观的划分也就毫无意义。改

革开放以来,特别是实行社会主义市场经济体制以后,社会资源的配置主要由市场来进行,市场成为调节经济运行的基本手段,单个的企业作为市场主体独立地对市场各种信息作出反映,根据市场信号安排供、产、销,配置生产要素,于是,企业管理的重要性就变得更为突出。这也就是从 20 世纪 80 年代开始,企业管理受到普遍重视,成为经济领域的热点问题的客观原因。企业管理作为经济管理的微观层次而受到重视是可喜的现象,但是这并不等于宏观经济管理就可以弱化和轻视。今天要建立的市场经济已经不是传统、古典式自由市场经济,而是发展、成熟的现代市场经济。经过“凯恩斯革命”后的现代市场经济的一个重要特征就是国家(或政府)对经济活动宏观调控和管理作用的加强,没有宏观管理的现代市场经济是不存在的。国家(或政府)对社会经济活动进行宏观调控和管理已成为一个客观现实条件,微观经济活动是在这种条件和背景下运行的,它必然受到宏观经济管理的调控和制约,企业管理不可能脱离这种条件和背景而孤立地进行。同样,宏观经济管理是在微观经济活动的基础上进行的,它指导和调节着微观经济活动,克服微观经济活动存在的盲目性、短期性、滞后性等弱点,从而实现国民经济稳定发展的总体目标。微观经济的规范和有序,微观经济管理的有效和科学同样是宏观经济管理及其目标得以实现的基础。在现代市场经济条件下,将经济管理作为一个整体来把握正是由于微观经济管理和宏观经济管理的相互关系及其客观背景所决定的。

现代社会管理学作为一种调节社会行为的知识得到人们的普遍重视,管理知识已成为科学、系统的知识结构的重要组成部分,学习管理知识是现代社会成员的普遍愿望。经济管理是管理学科中的基础性部分,在社会生活中正在发挥越来越重要的作用。从 20 世纪 80 年代开始,管理学的各个分支学科,特别是经济管理进入大学课堂,成为理工科及其相关专业的一门必修课。但是由于经济管理学科自身发展的阶段性等原因,大学课堂上的经济管理课

程一般都是单纯的企业管理。应该说,从重视经济管理教育,加强管理知识训练的角度看,这是一种缺陷。仅仅学习企业管理知识,培养经济管理的技能,而忽视宏观经济管理理论的掌握,是不能很好地使学习者全面、准确、科学地进行管理活动的。高等教育中经济管理教育的上述缺陷,实际上已提出了进行系统、完整的管理知识培养的客观要求,这种客观要求也构成了将经济管理作为一个整体进行学习和掌握的现实背景。

本书力图把微观经济管理和宏观经济管理作为既相互联系又相对独立的两个部分统一在经济管理的基本框架之内,以便使学习者掌握微观经济和宏观经济管理的基本知识及两者之间的相互联系,形成系统完整的管理知识结构。

三、经济管理学的研究和学习方法

经济管理学是一门理论性和应用性都很强的学科,只有面向社会经济现实才有生命力。所以,经济管理学研究和应用必须以实践为基础,必须从我国的经济管理实际出发,面向社会主义市场经济建设。对它的研究和学习,从方法上首先就是坚持理论与实际相结合的原则。经济管理理论的产生来源于社会化大生产的长期实践,是对社会经济活动在不同层次上运行规律的反映与总结。了解和掌握这些一般规律并不断将其深化,又必须结合当代经济活动的实践,加以丰富、完善,从而形成理论,用以指导实践,为实践服务。在社会主义市场经济建设过程中,经济改革将伴随始终,改革开放的实践会不断提出新的问题,同时也会有新的经验需要归纳总结。反映、研究现实经济活动和改革过程中出现的问题,为经济发展提供有益的意见,既是理论联系实际并指导实际的需要,又是经济管理学发展的内在要求。同时,经济管理作为一门社会性较强的学科,还必须坚持和贯彻党的路线、方针、政策,以建设有中国特色社会主义理论为指导。因此,在强调理论与实际相结合的原则时,首先要研究、学习建设有中国特色社会主义理论和“一个中心,两个基本点”的基本路线。

其次,任何事物都是质和量的统一体,它的发展变化过程,都是质变和量变互相转化的过程。经济活动也是如此,它具有质和量两个方面的规律性,因此,对于不同性质的经济问题,首先要进行定性研究和分析,需要用不同的方法和管理来处理。但是经济管理学的研究和学习,不能只限于强调一般原则和影响因素,而是应该在定性的基础上,加强定量研究,注重对实际资料和经济数据的分析,重视经济发展规律的数量表现。定性与定量相结合的方法是研究经济管理学的最基本方法,也是学习经济管理知识一定要掌握的基本方法。

再次,整个社会经济活动包括微观和宏观两个层次,因此经济管理学科也分为微观经济管理和宏观经济管理两个部分,并且这两部分是互为补充的,所以经济管理学研究方法更要强调微观与宏观相结合。学习经济管理知识当然需要把这两部分联系起来整体把握。宏观经济管理是对社会再生产过程中的各环节、各部门、各要素和各市场组成的统一体进行调控和指导;而微观经济管理则研究、管理这个整体的某一方面。对整体的管理,是以局部的管理为基础,而局部的管理又以整体的管理为条件,这要求对宏观、微观各自特征的把握必须结合起来进行,从而得到对综合系统的认识和结论。

最后,对于经济管理问题,要运用比较研究的方法。因为有比较才有鉴别,所以在作出管理决策时要对不同的方案进行比较,寻找最优方案。比较研究的方法,既可以是国内经济管理问题的比较研究法,也可以是我国和外国经济管理问题的比较研究法。无论哪种比较,在运用时都要作具体分析,掌握它们的异同点。尤其对我国和西方国家的经济管理理论、方法进行比较研究和借鉴时,必须注意既要反对照抄照搬,又要防止一概拒绝。要博采众长,吸收适合我国国情特点的有价值部分,丰富我国经济管理学的内容。只有正确比较,才能做出正确的判断和选择。

为了加强对管理问题本质的认识,还要依靠系统分析的方法。

系统分析方法是把经济管理看成是由既相互联系又相互区别的若干部分和要素组成的一个统一体,进而从整体上把握的方法。只有运用系统分析方法,才能对整个社会经济活动有科学的认识,从而实现经济管理的目标,形成宏观和微观经济发展的良性循环。

第一篇 微观经济管理

第一章 企业管理总论

我国正在建立的社会主义市场经济体制要求加快转换国有企业经营机制,建立适应市场经济要求,产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学的现代企业制度,逐步完成在市场经济条件下,使企业成为市场主体的根本性变化。因此,实行现代企业制度,推行现代企业管理,转换经营机制,建立现代企业,就成为国有企业深化改革的重要任务了。

第一节 现代企业

一、现代企业概念

社会主义现代企业是以技术、资本密集型为基础,具有自主经营、独立核算、管理科学、高效运行的经营机制,以追求利益最大化和高层次文化结构为目标的经济实体和市场竞争的主体。

技术密集型企业是指以高新技术设备装备起来的企业。资本密集型企业是指具有雄厚资金保证,进行集约型扩大再生产,并拥有发展实力的企业。以技术密集为基础,企业才能达到规模经济的生产力水平和效益水平。“两密”是现代企业的重要特征。自主经营、独立核算、管理科学、高效运行的经营机制,是企业自负盈亏、

自我约束、自我发展的重要前提。能否自负盈亏取决于能否真正进行自主经营和独立核算。而管理科学和高效运作又是企业自我约束和自我发展的条件。企业生产经营的目的就是为了取得最大的经济效益,只有加强企业内部管理,保证满足市场需求和引导消费,追求利益最大化的目标才能实现。高层次文化结构是企业自我发展的必然结果,企业在实现利益最大化的同时要塑造企业具有丰富的文化内涵、文明的全新形象,这是企业文化、企业精神与全体员工价值观念的高度融合与升华,进而就能造就出一个高素质、高效益的现代企业。企业必须成为具有权力能力和责任能力完全统一的法人经济实体。市场经济造就企业成为一个财产的主体,经营的主体和利益的主体,而企业只有成为市场竞争的主体才能生存下去,才能不断发展和壮大。

二、现代企业特点

社会主义现代企业与计划经济体制下的生产型企业有很大的差别,这些差别形成了现代企业的特点。

(一) 产权是基础

现代企业必须具有自己可以支配财产的法人产权,才能成为名符其实的市场主体。

企业通过法人制度拥有包括国家在内的出资者投资形成的全部法人财产权,成为享有民事权力,承担民事责任的法人实体。企业法人产权是企业自主经营、自负盈亏、自我约束和自我发展的基础。

(二) 自主是条件

现代企业必须具有自己解决矛盾的条件和能力,建立具有应变能力的自适应系统,这样才能在激烈的市场竞争中具有主动权。

企业在内部条件、外部环境、目标,人与人、人与组织、理性与感情、素质水平与规范要求等方面都存在着差异、矛盾甚至对立,造成企业在平衡状态下的不平衡,企业必然采取自主行动去追求新的平衡。由平衡到不平衡再到新的平衡,正是企业的一种进步,

企业必须形成自主的整体力量去缩短由不平衡到平衡的时间差,强化由不平衡到平衡的质量,使企业的自适应系统进入良性循环。自主是通过人的意识和行为来实现的,人是企业的主宰,没有人就没有自主,没有高素质的职工就没有有效的自主。企业是由人组成的;企业就必须将个体的人通过某种方式形成集体的行为和自主的整体力量。这是企业进行高效、有序运作的重要条件。

(三) 市场是环境

在市场这一环境中,现代企业必须具有经营力才能生存和发展;只有具有较强的经营力,才能赢得在市场竞争中的优势。

企业在市场这一环境中要经过磨合、调整,练就掌握市场的情报力、吸引市场的形象力、影响市场的商品力、接近市场的推销力和控制市场的服务力,使其形成强大的经营力,才能具备与竞争对手进行抗衡的优势,这是企业生存和发展的重要能力。企业在市场中审时度势,巧妙地处理好企业、顾客、竞争者的三角关系,使经营力具有较高的艺术性,这就是企业的营销艺术。

(四) 效益是目的

现代企业必须确立自己的效益目标。效益有经济因素的效益和非经济因素的效益。企业的效益是以经济因素与非经济因素的效益为基础的综合效益。通过管理使生产诸要素得到充分、优化的组合配置,使经济因素量的效益转化为质的效益,即产出大于投入的效益。在转化过程中非经济因素的作用十分突出,它包括体制效益、机制效益、组织效益、制度效益、人和效益和商誉效益。它对经济效益的形成和扩大奠定了多方位基础。企业效益是经济因素效益与非经济因素效益充分组合后的综合效益,这种综合效益只有在不断强化企业内部管理的条件下,才能取得。

三、现代企业功能

(一) 企业功能定义

功能即系统特定的目的或作用。功能是由运动表现出来的,运动过程的混乱无序就无法形成功能。从本质上讲功能是为达到特

定目的或发挥有效作用而进行的有序活动。这种活动体现了目的、功效、能力三重意义。目的是指要达到的目标;功效是指趋向于目标的速度和质量,或发挥功能所消耗的劳动,功效是能力的表现。能力如果没有快慢程度的度量与质量的界定,就成为无意义的名词。因此,功能这个概念是与系统的动态过程和有序有效的活动联系在一起,而不是某种事物目的性的一种静态解释。

企业功能是为了达到企业特定的目的而进行的一系列有序有效的活动,最终形成的一种综合性能力。企业功能系统中“目的”、“功效”、“能力”三重意义决定了功能本身具有目的性功能和保证目的性功能实现的手段性功能。前者称上位功能,后者称下位功能,并以此而衍生出与功能相适应的综合能力。

(二) 企业功能

1. 融资功能 融资功能即融通资金的功能。资金是企业经济机体的血液,有了血液机体才能充满活力,正常运营。融资功能就是融通国内外资金,保证企业对资金的需求,这是企业成功经营的前提和基础,是企业功能系统中的手段性功能(下位功能)。融资功能必须以选择最佳渠道、资金成本最低、周转速度最快、资金增值最大为前提,保证企业所需资金能得到及时融通。

2. 生产力功能 生产力功能,即是将生产力三要素在确定目标的前提下,通过信息轨道进行科学组合和合理配置,从而达到以最少的投入,取得最佳产出的能力。生产力功能是企业功能系统中的手段性功能(下位功能)。生产力三要素可分解为人、物资、设备、资金四个方面。而任务目标,是取得效果的动力,信息是规范物流和人流的轨道。因此,企业具有人、物资、设备、资金、目标、信息六个基本要素。生产力功能是将基本要素进行充分有效的组合,使其大大超过要素功能的总和。生产力功能一般由以下要素功能组成。

(1) 基础夯实功能:是指企业在运作中,根据企业自身的需要,依靠自己的力量去不断充实、不断完善企业基础条件并加强企业基础工作的能力。

(2) 运作制衡功能:是指在优化生产力的过程中,使基本要素达到空间上的结合、时间上的衔接、组织间的协调,从而形成相制互衡关系的能力。相制即相互制约,是规范行为的条件。互衡即相互平衡,是效率的保证。它是依靠科学的组织、合理的标准、可行的目标来达到目的的。

(3) 自适调节功能:是指优化生产力的过程在受到外部环境的影响时,能自觉和主动地调节生产结构、产品结构、组织结构、人员结构,强化对环境的适应性,以达到同外界平衡的能力。自适调节功能要有高效灵敏的信息系统,及时、准确、畅通地提供经济信息;要有便于指挥协调的组织结构;要有适合调整产品结构的弹性生产体制;要有适合变化需要的管理方法;要有一专多能的技术工人和高素质的管理人员。

(4) 运作协同功能:是指上下级间、系统间、部门间、工地间、人与人间,以企业任务为目标,以各自的工作为基础,以同一认识为纽带的同步协调能力。协同是协作的更高级形式,是向更高层次循环的一种推力。

(5) 多元激励功能:是指通过多种激励方式,开发人的内在潜力,激发人的内在动力的能力,通过多元激励功能,使每个人都切实感到力有所用、才有所展、劳有所得、功有所奖,从而充分发挥人的积极性和创造性,使其自觉、努力地把工作做好。

(6) 有序高效功能:是指企业系统内各要素通过秩序井然、有条不紊的相互联系,形成系统整体,并能按照等级、层次进行高效率运作的功能。系统的稳定性是有序高效的前提。只有稳定,才能有序,有序才能高效。

3. 竞争功能 是指企业通过优良的产品、优质的服务、良好的商誉、雄厚的实力,在市场上战胜竞争对手,获得更多的消费者,提高市场占有率的功能。市场竞争是产品、技术、管理和人才的多层次竞争,也是企业素质、实力、规律、谋略、商誉和形象的多方位竞争。市场竞争功能可以保证企业经济效益目标的实现,在功能系统