



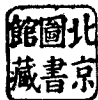
外国工业经济 管理学习指导书

- 本书编写组编
- 中央广播电视大学出版社

F406
194
3

外国工业经济管理 学习指导书

本书编写组编



中央广播电视大学出版社

L

451459

外国工业经济管理学习指导书

本书编写组编

中央广播电视大学出版社出版

新华书店北京发行所发行

一二〇一工厂印装

开本 787×1092 1/32 印张7 千字156

1987年10月第1版 1987年10月第1次印刷

印数 1—24,000

定价1.05元

ISBN 7-304-00664-3/F·30

说 明

《外国工业企业管理》是中央广播电视大学为经济管理类的同学开出一门课程。它由三部分内容组成：管理经济学；美国工业企业经营管理概论；南斯拉夫工业企业管理概论。在普通高校，三部分内容均可独立开课。我们把它们合在一块，是一种教学上的尝试。其一，从知识结构上说，了解和学习一些国外的管理理论，是从事管理专业学习的同学不应缺少的一部分内容。在学时有限的情况下，用概论的方式，介绍一些国外的管理理论和情况，是必要的，也是可行的。其二，就学习方法而言，通过对东、西方两个典型国家的管理理论和实践的对比学习，有助于同学们了解苏东社会主义国家和西方发达的资本主义国家在企业管理上的特点，尽管这是不完全的。

管理经济学是西方经济学运用于企业经营管理决策过程而独立出来的一门专门学科。它将西方经济学的一些重要概念和分析方法用在企业的诸种决策过程中，从而使决策行为更具科学性和准确性。美国工业企业经营管理概论则系统地阐述了一个企业在各方面的经营管理所应遵循的原则、方法和应该注意的问题。南斯拉夫工业企业管理是以社会主义公有制的一种独特形式——社会所有制为基础，论述了建立在它的基础之上的工业企业经营管理的特点。可见，管理经济学是关于管理决策的更为一般的理论和方法的介绍；而其它两部分则偏重于对管理实践的特点的描绘。

《外国工业企业管理》对我们有很好的借鉴意义。其中不少理论和方法，是可以直接运用于我国的管理实践中去的；

还有一些内容，对于丰富我们的管理知识和提高管理水平，也将起到参考作用；更为重要的，学习这门课程，还会使同学们换一个角度，去思考一些过去可能从未想过的问题。当然，所有这些，都必须抱着科学的态度，通过批判和分析才能得到。

本课的知识容量较大，借此机会，简单地谈谈学习方法问题。首先，提倡认真、刻苦的学习态度。该课的电视授课时数有限，不可能讲授全部的内容，要求同学们必须认真地阅读教材和学习指导书，根据授课中提示和讲解的重点，把内容真正弄懂。练习题和思考题一定要做，对于理解知识，熟练技能和通过考核，都是有帮助的。其次，讲究学习方法。该课的内容有两类：一类是同学们在前置课程的学习中已经有所了解的；另一类则是全新的。对于已经了解的知识，在这里主要是个变换角度理解的问题，角度变了，理解会产生新意。对于尚未学习的知识，则应系统地、重点地去把握。讲究系统性，是指对知识的理解和记忆采用逻辑的方式，把它们按内在的关系串起来，讲究重点，则是提炼精髓的过程。二者结合起来，书便读薄了。

本课程的考核，采用客观性试题为主的方式。即所出试题的答案多半是具有唯一性的。例如判断，计算，多项选择等。从这一要求出发，在学习时，对课程内容，特别是重点、疑点和难点，必须加强确定性的理解训练，不能似是而非，似懂非懂。这本指导书，是考虑到本课程的学习容量较大，为了方便同学们的学习，并结合复习、考核的要求而编写的。对于课程的重、疑、难点，在此均作了解释与概括，并附有各类练习题和思考题。在学习中，如果它能给你一些帮助，我们将是十分高兴的。

目 录

管理经济学部分

绪 论	(2)
第一章 供求法则和需求——供给分析	(6)
第二章 需求分析和需求估计	(14)
第三章 生产决策分析：投入要素的最优组合问题	(22)
第四章 生产决策分析：产品产量的最优组合问题	(32)
第五章 成本利润分析	(38)
第六章 市场结构以及企业的价格和产量决策	(47)
第七章 定价实践	(55)
第八章 广告和推销决策分析	(60)
第九章 长期投资决策	(66)

美国工业企业经营管理部分

第一篇 总 论	(83)
第一章 企业的经营基础	(83)
第二章 企业的经营环境	(86)
第三章 企业的社会责任	(90)
第四章 企业法律形式的选择	(92)
第五章 公 司	(94)

第六章 企业法	(98)
第七章 政府对企业的管制	(101)
第二篇 企业的管理和组织工作	(103)
第八章 管理者的工作	(103)
第九章 企业的组织工作	(105)
第十章 信息沟通	(108)
第三篇 企业人力资源的管理	(111)
第十一章 激励	(112)
第十二章 领导	(114)
第十三章 人事管理部门的作用和职能	(117)
第四篇 生产管理	(119)
第十四章 产品计划和生产	(119)
第十五章 采购和生产控制	(121)
第五篇 市场营销管理	(122)
第十六章 市场营销学基础	(122)
第十七章 销售渠道	(125)
第十八章 销售方式	(128)
第十九章 国际贸易	(130)
第六篇 财务管理	(134)
第二十章 资金的筹集	(134)
第二十一章 证券市场	(137)
第二十二章 风险管理	(139)
第七篇 决策和控制过程	(143)
第二十三章 管理决策	(143)
第二十四章 控制的基本原理	(146)
第二十五章 控制的基本方法; 财务控制	(149)

第二十六章	管理信息系统	(151)
-------	--------	-------

南斯拉夫工业企业管理部分

第一章	南斯拉夫工业发展概况	(160)
第二章	南斯拉夫工业化理论及政策	(162)
第三章	南斯拉夫工业结构及工业布局	(165)
第四章	南斯拉夫工业协作化及联合化	(168)
第五章	南斯拉夫工人自治管理制度的建立 和发展	(171)
第六章	南斯拉夫工业联合劳动组织	(175)
第七章	南斯拉夫工业的社会契约和自治协 议	(178)
第八章	南斯拉夫自治社会计划及其在工业 中的内容	(181)
第九章	南斯拉夫工业投资	(184)
第十章	南斯拉夫工业固定资产及流动资金	(188)
第十一章	南斯拉夫工业费用及产品价格	(192)
第十二章	南斯拉夫工业劳动力	(196)
第十三章	南斯拉夫工业联合劳动基层组织 的劳动成果及其分配	(198)
第十四章	南斯拉夫工业生产经营过程的基 本原则	(205)

管 理 经 济 学 部 分

管理经济学对于大多数同学来说，是一门陌生的学科。其所以陌生，在于该学科的内容，分析、研究和表述的方法，同学们在过去的经济或管理课程的学习中，是没有系统地遇到过的。因此，有必要对学习本学科应注意的问题，首先加以说明。

● 关于理论体系

管理经济学的理论体系，是建立在西方经济学的微观经济学基础之上的。所要解决的主要问题，是如何实现企业的科学决策。为此，在学习过程中，系统地建立西方经济学的概念，是掌握本学科的基础。授课和教材中，对于西方经济学的主要概念，都有深入浅出的解释，当细心加以领会。如同其它的资产阶级学说一样，西方经济学有其庸俗的一面，也有其合理的一面。由于同学们过去大都接受的是马克思主义经济学的教育，初次接触西方经济学多有齟齬之感。但我们必须建立概念，或者说，必须从西方经济学的角度去理解其概念。这就要求我们必须弄清楚西方经济学在哪些方面是庸俗的，哪些地方又是合理的。在这本学习指导书里，对这些问题，也会给予必要的说明。对于该学科所要解决的主要问题，即如何实现企业的科学决策，则具有一般意义。相对地说，由于资本主义的商品经济较之社会主义的更发达，生产的社会化程度也更高，因此，这方面可以借鉴的东西便非常多。由此形成的一整套概念体系对于实现我国企业决策的科学化是很

有用的。

● 关于分析、研究和表述的方法

管理经济学最核心的分析方法，是边际分析法（也称增量分析法）。无论是对市场的分析或是对生产，投资，营销的决策研究，都要使用边际分析的概念。因此，掌握边际分析的方法，是学习本学科的一个重点。在具体的表述中，则更多地采用数学方法。在研究决策问题中，寻找影响决策的各种因素，并确定它们之间的数量关系，是实现决策科学化的前提。所以，必须借用数学工具。这就要求在学习过程中，必须熟悉数学语言的表达和数量关系的描述。对于重要的数量关系式和数学分析方法，要记住并能用来解决实际问题。在本书中，一般我们只对数学公式的经济意义加以解释，而不去推演其逻辑过程。

● 关于理论与实际相结合

管理经济学是应用经济学。真正掌握它，尚需通过对实际问题的分析、解决加以深入。在学习中有注意的，则是大量地习题和模拟分析。对于习题部分，教材的各章后面都已给出，同学们一定要做；为了配合大家的复习，本书的结尾部分备有两套练习。关于模拟分析，则是更高的要求。有兴趣者可以在本单位，或自设一些决策问题进行分析，这对于熟悉概念，提高应用能力，是有帮助的。

绪 论

管理经济学是关于企业管理决策科学化的科学。其理论基础，是西方经济学。在现实生活中，企业是处于社会组织 and 国民经济体系中的一个细胞。企业的生存、发展，不仅有

赖于对所掌握的资源的有效利用，而且还在于能够适应其外部环境。如市场的变化，竞争对手的消长，消费者的偏好，收入的变动，等等。对于众多的不确定因素，实现企业的正确决策，并非易事。管理经济学所研究的，正是在这样的状况下，如何实现决策的科学化。其主要方面，包括价格和产量的决策，生产技术决策，长期投资决策，以及为上述决策而必须进行的一些经济函数的分析和估计。

在绪论的学习中，对下述概念，必须熟练的掌握。

会计成本 指会计师在帐面上记录的成本。它所反映的，是企业的实际支出。由于会计成本是企业过去发生的支出，所以，它是一种历史成本。会计成本是计算企业会计利润的基础。通过会计成本与企业产品和劳务收入的比较，可以确定损益情况。

机会成本(或经济成本) 指一项资源在两种用途中进行选择时，资源使用于被放弃的用途时所得到的净收入，它就是资源在被采用的用途中所构成的机会成本。因此，机会成本概念的实质，是为了对一项资源在不同的用途中所得到的效益的大小进行比较。根据这个含义，人们在选择资源的用途时，总是倾向于机会成本较小的。机会成本小，说明放弃的效益小，或者说，是选择了效益较大的用途。机会成本不反映企业的实际支出，但却是企业决策的重要基础。在各种决策方案的选择中，人们所依据的，不是会计成本，而是机会成本。

在几种特殊场合里，机会成本的计算方法是：

1. 业主用自己的资金办企业的机会成本，等于这笔钱如果借给别人可能得到的利息；
2. 业主自己兼经理管理企业的机会成本，等于他如在

别处从事其它工作可能得到的薪金收入，这也是为什么资本主义企业中把正常利润计入机会成本的原因；

3. 机器如果原来是闲置的，现在用来生产某种产品的机会成本是零，这是因为，机器在使用前，不可能创造任何收入；

4. 机器如果原来生产产品A，可得一笔利润收入，现在改用米生产产品B的机会成本，就是生产产品A的利润收入；

5. 过去买进的材料，现在市价变了，其机会成本应按当前的市价计算（即这批材料不用于生产，而用于出售可能得到的收入）；

6. 使用按目前市价购进的物料、按目前市场工资水平雇佣的职工以及按目前市场利息率贷入的资金的机会成本与它们的会计成本是一致的。

会计利润 指企业的产品销售和劳务收入超过其会计成本的部分，它反映企业实际有多少净收入。因此，会计利润是反映企业实际经济效益的指标。

经济利润 指企业的产品销售和劳务收入超过其机会成本的部分。显然，由于机会成本与会计成本常常不等，因而经济利润与会计利润所反映的经济意义也不一样。从决策的角度看，经济利润和机会成本一样，是决策的依据。它所反映的，是资金投于此用途所得利润，将比投于其它次好的用途能得到的利润多多少？因此，经济利润是一种决策指标，或则说，它是企业进行决策的基本准则之一。

边际分析法 也称增量分析法。在经济学和管理学的范围内，指由一组经济变量组成的过程中，通过对诸变量的增量及其相互关系的分析而进行决策研究的方法。边际分析法

由十九世纪七十年代欧洲的“边际效用学派”首先提出并运用于对价值形成过程的解释。在那里，价值是由商品或劳务的边际效用值来确定的。稀缺度越大的商品或劳务，其边际效用值越大，从而价值越大。此种解释显然与劳动价值论相悖，也与实际经济生活不合。因为，人们对商品，劳务需要的边际效用，除了其稀缺度之外，心理偏好占有很大比重。不同的地区，民族，习惯等对同一种商品或劳务的需求偏好是不一样的，从而边际效用值不同，价值也不同。因此，边际效用价值论的哲学基础是主观唯心主义的，在逻辑上也难自圆其说。但是，边际分析的方法，通过一个世纪的发展，却得到了日益广泛的应用。特别是在企业的决策过程中，边际分析更成为基本的方法。所以如此，是因为这种方法的实质代表着一种科学的，合乎实际的决策思想。

企业决策的优化，单从经济的角度看，是使其经济效益达到最大。这将涉及到对两组基本经济变量的分析和比较：一组是收入变量，一组是支出变量。对于每组变量而言，其各个元素的变化会引起总量的变化；对于两组变量的关系来说，某组变量的变化会引起他组变量的变化。而分析所有这些变化的基础，就是对每个变量变化及其影响规律的掌握。边际分析法正是这样一种方法。它通过对每个变量微小变化所带来影响的研究，揭示整个经济过程的变化。由于微分学的引入，使这种微小变化的研究更为精确和彻底，并使各变量之间建立起对应的数量关系。作为一种基本的思想方法，边际分析被运用到许多场合里。如需求—供给分析，弹性分析，生产决策分析，投资决策分析，以及营销决策分析等。因此，对边际分析法，不仅要作为一种分析方法去把握，特别应当作为一种决策思想来理解。

第一章 供求法则和需求——供给分析

本章是在分别分析需求与供给两方面诸概念的基础上，通过对需求—供给之间的交叉分析，说明某种产品的市场价格的形成。需要指出的是，对企业价格的形成具体和全面的分析，在第六章和第七章中还要进一步展开，这里只是介绍产品市场价格形成的一般原理。

● 一组——对应的概念

需求和供给，是构成市场的两个主要方面。某种产品的价格形成，是需求和供给之间通过不断的变化，最后达到某种均衡的结果。从管理角度说，了解需求、供给之间的关系以及影响它们的诸因素，对于产品定价，乃至企业的生产、投资决策，都是至关重要的。在需求与供给之间，存在一组——对应的概念，为方便记忆，列表以示之。

表 1-1

需 求	供 给
需求量	供给量
需求函数	供给函数
需求曲线	供给曲线
需求量的变动	供给量的变动
需求的变动	供给的变动

需求量与供给量 需求量是指在特定时期内，在一定的条件下，消费者愿意购买某种产品或劳务的数量。供给量是指在特定时期内和一定条件下，企业(或行业)愿意向顾客提供的某种产品或劳务的数量。因此，需求量和供给量均指产

品和劳务的一定数量。这是这两个概念的核心。当然，这个一定量是有条件的，即在特定时期和一定条件下，消费者愿意购买或企业愿意提供的。在不同时期，或条件发生变化，需求量、供给量也将发动变化。了解对需求和供给发生影响的主要因素，对于深化这一对概念有很大帮助。对需求量的影响因素主要有：产品的价格；替代品的价格。这两个因素对产品需求量的影响是相反的。产品的价格高，则需求量下降，替代品的价格高，则原产品的需求量增加。消费者的个人收入，广告费。这两个因素一般来说是正向地影响需求量。即对某种产品，收入增加了，或广告费增加了，都会引起需求量的增加。但收入的减少有时却会引起需求量的增加。例如家庭的收入水平下降，会使得动物食品的需求量减少，而植物食品的需求量增加。广告费也如此，广告费增加到一定限度，再增加广告费，会使需求量的增加越来越少。消费者的爱好，对价格变化的期望。这两个因素基本属于心理因素。但的确对于需求量有影响。对供给量的影响因素主要包括：产品的价格，产品的机会成本以及生产者对未来价格的期望。产品的价格越高，机会成本越小，供给量越多；而对未来价格上涨的期望越大，现在的供给量越少。

需求函数与供给函数 所谓需求函数，指需求量与影响它的诸因素之间的函数关系。其一般表达式为：

$$Q_d = f(P_d, P_s, T, I, E, A, \dots)$$

式中 Q_d 为某种产品的需求量，而 P_d 、 P_s 、 T 、 I 、 E 、 A 等均为影响需求量的因素。

所谓供给函数，指供给量与影响它的诸因素之间的函数关系。其一般表达式为：

$$Q_s = f(P, C, E, \dots)$$

式中 Q 、为某种产品的供给量， P 、 C 、 E 等均为影响供给量的因素。

从这两个关系式中可以看到，影响需求量或供给量的诸因素是自变量，它们的变化对需求量或供给量会引起相应的变化。函数关系的建立，对于分析需求量，供给量与影响因素之间的数量关系提供了条件。

需求曲线与供给曲线 在笛卡尔平面坐标系上，如果我们取需求量或供给量及影响因素中的任一个，便能建立某种产品的需求或供给曲线。例如，在 Q_x 与 P_x 之间，可以建立关于价格的需求曲线，等等。为了分析的方便，通常所说的需求曲线和供给曲线，均指需求量或供给量同价格之间的关系。因为，价格是诸影响因素中最重要的一个。在此情况下，将其它影响因素均作常量处理。

需求曲线（图1-1）一般是一条自左上方向右下方倾斜的曲线。它可以是个人需求曲线，也可以是企业需求曲线或行业需求曲线。这条曲线揭示了需求量同价格之间的一般关系，即产品的需求量随价格的下降而增加。

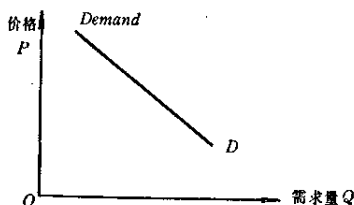


图1-1 需求曲线

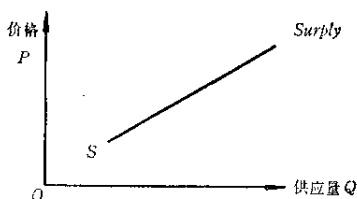


图1-2 供给曲线

供给曲线(图1-2)刚好相反,一般是一条自右上方向左下方倾斜的曲线。它可以是企业的供给曲线,也可以是整个行业的供给曲线,这条曲线揭示了供给量与价格之间的一般关系,即随价格的上涨供给量增加。需要注意的是,需求曲线和供给曲线均以纵座标表示自变量,以横座标表示因变量。

需求量的变动和供给量的变动 由于我们一般把需求曲线和供给曲线定义为需求量、供给量与价格之间的关系,因此,需求量的变动和供给量的变动便有了特殊的含义。需求量的变动是指在需求曲线的位置不发生变动的情况下,随价格的变动而发生的需求量的变动。因此,这种变动只可能发生在需求曲线的轨迹上。同理,供给量的变动指在供给曲线的位置不发生变动的情况下,随价格的变动而发生的供给量的变动。

需求的变动和供给的变动 需求的变动是指,由各种非价格影响因素发生变动而引起的需求曲线的位移(图1-3)。供给的变动则是指因各种非价格影响因素的变动引起的供给曲线的位移(图1-4)。

一旦我们把需求曲线和供给曲线定义为需求量、供给量