

● 高等学校教学用书 ●

经 济 管 理 学

夏清东 王廷和 编著

GAODENG
XUEXIAO
JIAOXUE
YONGSHU

冶金工业出版社

高等学校教学用书

经 济 管 理 学

夏清东 王廷和 编著

北 京

冶金工业出版社

1999

图书在版编目(CIP)数据

经济管理学/夏清东 王廷和 编著. -北京:冶金工业出版社, 1999.8

高等学校教学用书

ISBN 7-5024-2405-9

I. 经… II. ①夏… ②王… III. 经济管理-理论-高等学校-教材 IV.F2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 32860 号

出版人 卿启云(北京沙滩嵩祝院北巷 39 号,邮编 100009)

责任编辑 程志宏 责任校对 李文彦

昌平百善印刷厂印刷; 冶金工业出版社发行; 各地新华书店经销

1999 年 8 月第 1 版, 1999 年 8 月第 1 次印刷

850mm×1168mm 1/32; 6 625 印张; 166 千字; 205 页; 1-3000 册

11 00 元

冶金工业出版社发行部 电话 (010) 64044283 传真 (010) 64013877

冶金书店 地址 北京东四西大街 46 号(100711) 电话 (010) 65289081

(本社图书如有印装质量问题, 本社发行部负责退换)

前 言

本书是高等院校非经济管理类专业经济管理课程的教学用书。内容主要包括：经济学基础知识、管理概论、计划职能、组织职能、领导职能、控制职能、企业与市场、决策。本书的基本任务是使学生能较全面地掌握经济管理学的基础知识、管理工作的各项基本职能、企业经营、决策的主要工作，培养学生认识社会、树立正确的经营管理思想，具有初步科学管理的能力。

本书在编写过程中，既本着少而精的原则，力求突出重点，精减内容；又要讲清、讲透经济管理学的基本原理和方法。本书同时强调理论联系实际，结合实例说明管理学原理在实际工作中的运用，使学生能从中得到启发。

本书由夏清东、王廷和编著。具体由夏清东提出编写提纲，经共同讨论后，夏清东编写一、五、七、八章，王廷和编写二、三、四、六章，邱菊参加了第六章第一节的编写。全书由夏清东统纂定稿。

由于编者水平有限，书中难免出现缺点和错误，恳请读者、同行提出批评指正。

编 者

1999.6

目 录

第一章 经济学基础知识.....	1
第一节 基本经济概念	1
第二节 市场经济的基本规律.....	8
第三节 市场结构.....	23
第二章 管理概论.....	35
第一节 管理的概念.....	35
第二节 管理者.....	41
第三节 管理的职能.....	44
第四节 外部环境.....	48
第三章 计划职能.....	58
第一节 计划概述.....	58
第二节 计划的表现形式与指标.....	61
第三节 目标管理与计划的编制.....	64
第四章 组织职能.....	71
第一节 组织中的基本概念.....	71
第二节 组织结构类型.....	78
第三节 组织结构设计 with 人员配备.....	84
第五章 领导职能.....	92
第一节 领导.....	92

第二节 领导方式.....	99
第三节 激励理论.....	111
第四节 沟通.....	117
第六章 控制职能.....	122
第一节 控制概述.....	122
第二节 控制的基本过程.....	128
第三节 有效控制.....	136
第七章 企业与市场.....	141
第一节 企业.....	141
第二节 企业的组织形式.....	144
第三节 企业经营观念.....	149
第四节 企业经营战略.....	152
第五节 企业经营策略.....	164
第八章 决策.....	183
第一节 决策概述.....	183
第二节 决策程序与影响因素.....	188
第三节 决策方法.....	195
参考文献	207

第一章 经济学基础知识

第一节 基本经济概念

一、基本经济问题

在经济社会中，任何国家的任何经济组织在任何时期，都将面临着三个基本经济问题：

(1) 生产什么与生产多少，这就是说，人们在可能生产的各种商品（包括服务）中，必须选择生产哪些商品，同时还须决定每种商品的生产数量。这是经济社会面临的最基本的资源配置问题，即决定将现有的资源用于哪些商品的生产。一般说来，对于某种资源可以有多种使用方案。人们总是希望：在资源投入一定的前提下，能获得最大产出的方案；或者是在产出一定的前提下使得资源投入最小的方案，并以此来作为方案取舍的标准，从而选择一种资源最佳配置的方案。

(2) 如何生产，即采取何种方法生产。一般情况，每种商品都能用不同的生产方法进行生产，而每种生产都需要使用生产要素，选择生产方法往往也就是选择生产要素的问题，而这又和采用的生产技术密切相关。因此说，如何生产问题就是选择生产技术问题。

(3) 为谁生产，即收入分配问题。也就是商品怎样在社会成员之间进行分配的问题。

这三个基本经济问题是任何社会都不能回避、任何经济组织都将遇到的。

二、基本经济问题产生的原因

人的需要是无限的，即每一个人都希望生活的无比丰富，最好

是要什么就有什么，这是人的自然欲望，它是由人的本性所决定的。但在现实社会中，可供人们使用的资源毕竟有限，如土地、水以及其他各种资源都是有限的。有限的资源对无限的需要就构成了资源的稀缺性。当然，在现实社会中各种资源的稀缺程度还是有差别的。因此，产生三个基本经济问题的最根本的原因是：人的欲望的无限性与资源稀缺性之间的矛盾。

由于资源的稀缺性，才引出了人们应如何有效地利用有限的资源来满足无限多样化的需要的问题。假如资源不稀缺，人们就能够想生产什么就生产什么，想用什么方法生产就用什么方法生产，想要什么就有什么，即不存在分配问题。因此，从根本上说，经济学就是研究资源稀缺性以及由此带来的一切困难问题的学问。

经济学所研究的经济问题有下面四个基本特征：

- (1) 人的欲望和需要是无限的；
- (2) 这些需要的轻重缓急是不同的；
- (3) 可以支配的资源是有限的；
- (4) 每种资源在大部分情况下有两种或两种以上的用途。

在现实生活中，由于人们的各种需要有轻重缓急的不同，就给企业提供了发展的机会，因此企业应优先和更多地生产人们急需的物品；另外由于一种资源可有多种用途，这就给企业以选择的机会，以便更合理、有效地将有限的资源用于最需要的地方。由此引出了在经济学中一个非常重要的概念：机会成本。

机会成本是指由于将某种资源用于某种特定用途而放弃的其他用途中的最大收益。一般说来，把一种资源用于某种用途，就不得不放弃将这种资源用于其他用途的“机会”，而放弃了这种机会，也就是放弃了在这些用途中可得到的收益，这些收益中的最高值就是将该资源使用于某种特定用途而付出的“代价”或“成本”。例如：某企业有资金 100 万元，该企业可将这笔资金用于：投资 A 估计可获利 10

万元；投资 B 估计可获利 20 万元；投资 C 估计可获利 17 万元。若该企业将资金投给了 A，则其机会成本为 20 万元。

机会成本的概念对企业来说非常重要，当企业要做出某项决策时，必须考虑可支配的资源还有哪些可能的选择，选择了某一用途将放弃哪些“机会”，放弃这些机会意味着放弃了多少收益。

三、基本经济问题的影响因素

三个基本经济问题的解决取决于众多的因素，在这些因素中主要的有以下三方面：

1. 资源条件

资源泛指人们用于生产所需物品的各类投入要素，这些要素通常可分为自然资源、资本资源和人力资源三大类。自然资源是由自然界提供的，如土地、矿藏；资本资源泛指有形资本（如实物、货币）和无形资产（如无形资产）；人力资源主要是指人才的数量与质量，企业家就是一种特殊的人力资源。

资源条件直接影响到三个基本经济问题的解决，制约着一个国家生产力水平的提高。当然，各类不同的资源相对作用的大小和地位的强弱会随着时代的发展与环境的变化而改变。在商品经济尚未发展、国际交换还不普遍的时代，一个国家的经济发展主要取决于其拥有的自然资源的状况。但在当今社会，自然资源状况对生产力的影响已经远没有过去那么大。现在绝大多数发达国家和地区的经济的发展都不是依靠自然资源取得的。在现代社会中，人力资源，特别是掌握现代科技和懂得现代管理的人才，对社会生产力的发展起着越来越重要的作用。

2. 技术水平

资源条件只有与适用的技术结合起来，才能真正发挥提高生产力的作用。从另一方面而言，资源条件本身也会对人们采用的技术类型产生影响。一个资本充裕的国家，通常会采用资本密集型的技术；

一个劳动力充裕的国家，适宜于采用劳动密集型技术；一个教育与科技发达的国家，必然会产生许多知识密集型的技术。

3. 经济体制

经济体制决定了各个生产单位如何协同工作，以生产出能够满足整个社会需要的各种商品。不同的经济体制具有不同的运行机制，对三个基本经济问题也有不同的解决方式。完全的市场经济仅仅通过价格机制与供求的相互作用来解决三个基本经济问题；完全的计划经济仅仅通过计划机制的作用来解决三个基本经济问题；而实际经济的运行往往是价格机制与计划机制的某种程度的结合，通过两种机制的共同作用来解决三个基本经济问题。

四、两个重要的经济原理

资源条件、技术水平和经济体制这三个因素，从总体上影响和决定着一个国家的生产力水平与生活富裕程度。但对一个具体的企业组织来说，面对同样的资源条件、技术水平与经济体制，仍将面临着许多不同的选择，这些选择将因人、因时、因地等各种因素的不同而有所不同。在经济学原理中，对于企业的技术选择最为重要的是规模经济性和边际报酬递减规律。

1. 规模经济性

对于一个企业，当生产规模不断扩大时，其产品的平均成本可以不断降低，生产效率也相应地提高，这种由于生产规模扩大而带来的好处称为规模经济性。

规模经济性对企业能产生如下好处：

1) 劳动分工的专业化

当生产规模扩大，劳动投入量增加时，企业就有可能对劳动进行专业化分工，使生产效率提高。小型企业的工人往往不可避免地要做“万金油”，一个工人要从事几种不同的也许是毫不相干的工作。在这种情况下，对于工人来说，让每种工作都达到很高的熟练程度是

很困难的，因而劳动生产率的提高也是十分困难的。但随着企业规模的扩大，劳动投入的增加，就有可能使分工更细，实行专门化，让每一个工人专门从事一种他比较适宜的工作。这样就有利于提高工人的技术熟练程度，就会获得更快的速度和更高的准确度，从而提高劳动生产率和产品质量。

2) 机器设备的专业化

企业生产规模的扩大，使企业有能力使用专门的设备和先进的技术。一般说来，小型企业的机器设备往往具有通用性，使得使用效率低；而大型企业有能力拥有大大小小的各种专用设备，提高了使用效率。因为产量的增加，也使得企业有可能拥有使用效能更高的机器，可以改善设备，可以使用标准化部件，可以充分利用边角余料及副产品等，这些都是专业化带来的好处。

3) 设备规模的扩大

大型设备单位产品生产能力的制造和运转费用通常要比小型设备低。例如：承建并运营一台 50 万千瓦的发电机组，其成本远低于承建并运营两台 25 万千瓦的发电机组。

4) 生产要素的不可分割

当生产规模扩大的时候，技术上的革新可能使得企业通过使用若干种大型设备来大规模提高生产效率，但反过来，由于使用了大型设备，生产规模也就不得不保持在一个较高的水平上，否则就难以保证机器设备的运作效率。每一条汽车生产线、冰箱生产线都有其设计生产能力，如果产量达不到即定的设计生产能力，就意味着机器设备的闲置，而整条生产线显然是无法分割的，因一旦分割开来就无法正常运作，也就不能发挥其设计生产能力，这也就是生产要素的不可分割性。

5) 管理人才的作用

随着企业规模的扩大，企业有能力聘请高层次的管理专家，并

从管理人才的专门使用及管理机构的专业化中得到收益。管理人才的增加，管理水平的提高，为大企业带来效率上的优势，使企业有能力在组织和革新上应用专家技术，有能力利用现代化的管理方法来提高其运行效率。

6) 财务方面的优势

大规模化会给企业带来筹措资金、购买原料和半成品方面的优惠。大企业可以凭借其规模的担保和社会信用得到低息贷款及发行股票、债券的便利。在购买原料和半成品时，由于数量大，除了运输上有利，还可利用规定质量、打折扣、订立收购合同等有利条件降低生产成本。

7) 其他因素

大规模生产有利于企业实行联合化生产和多元化经营；企业的管理和行政费用一般不会随产量的增加而等比例增加，因而分摊到每一个单位产品成本上的平均管理费用也就相应减少。

值得强调的是，大规模化因受到技术和管理上的限制，其好处是有限的。如：在房屋建造中，随着房屋高度的增加，会使房屋的单位建造成本下降，另外也可以节约用地；但当房屋高度达到一定程度后，再增加高度就会对抗震、抗风等方面有更高的技术要求使附加费用大幅度上升，从而逐步抵消了高层化带来的好处。另外，生产规模的扩大在管理上也会带来问题，机构庞大将使部门间、各层次间的联系显著增加，从而使协调配合的难度越来越高。生产规模的扩大，会使原料、半成品从更远的地方运来，生产出的产品也将运往更远的地方去销售，从而使运输费用上升。专业化分工过细之后，工人的工作就会成为一种机械式的运动，久而久之，工人不能从工作中享受到乐趣，就会产生厌烦情绪，从而影响生产效率。

总之，规模经济是有一定限度的，超过一定界限后，因技术、管理、运输及其它制约因素会使平均成本呈上升趋势。

对于不同的产业部门，由于技术性质不同，企业实行规模经济后的效益也有很大的差别。规模经济性较为显著的是能进行大批量生产同一产品的行业，如：电器制造、石化工业、汽车制造、钢铁行业等，而像服装加工、工艺美术品等以劳动密集型为主的行业，规模经济就不那么显著。当然，规模经济性也会随着技术的变化而变化的，即从现在来看不适合规模化生产的行业，随着将来技术的发展可能会适合规模化生产。

2. 边际报酬递减规律

边际报酬递减规律也称收益递减规律，它是指在其它要素投入不变的情况下，连续增加某种可变要素的投入会使边际产量增加到某一点，超过这一点后，再增加可变要素的投入就会使边际产量不断减少。这里的边际产量是指在所有其它要素投入不变的条件下，每增加一个单位某种要素所带来的总产量的增加量。例如，在企业中，若厂房、机器设备和技术等生产要素都不变，仅变化生产人数，随着人数的增加会使企业的总产量的增量递增，但随着生产人数的不断增加，企业总产量的增量将会逐渐减少。这就是边际报酬递减规律。

边际报酬递减规律不是一个偶然的现象，而是一个普遍的规律。关于边际报酬递减规律需要说明的是：第一，它是以技术不变为前提的，若技术发生了变化，此规律就不一定再适用；第二，它是以只有一种要素变动，其他要素固定不变为前提的；第三，边际报酬递减是在可变要素投入超过一定量的限度之后才发生的。事实上，边际报酬递减的原因是不变投入和可变投入的组合比例不当造成的。在可变投入较少时，不变投入显得相对较多，因而增加可变投入可以使边际产量增加；但当可变投入增加到一定程度后，要素的组合达到了最佳比例，若再增加可变投入，就会使要素的比例发生逆转，此时再增加可变投入就会使边际产量递减。

由边际报酬递减规律可知：要素投入多，产出不一定大。因此

科学分析企业的各种投入要素的组合，对于企业的正确决策是非常重要的。边际报酬递减规律是一个公理，它也是企业进行短期决策分析的基础。

第二节 市场经济的基本规律

在现代经济社会中，企业无时无刻不在与市场打交道。企业需要从市场上购买原材料，雇用劳动力，生产出来的产品也要在市场上销售，等等。总之，企业的生存和发展不能离开市场。

那么什么是市场呢？所谓市场，就是买卖双方进行交易的场所，它是一个广义的概念。在有些市场中，买卖双方在一个特定的时间和场所面对面地进行交易，集市贸易市场是最典型的例子；但在大多数情况下，市场的范围可能是包括分散于几个地方、几十个地方甚至更多地方的交易场所的总和，典型的如证券市场。事实上，在实践中，可以确定不同的地理范围的市场，如一个城市、一个地区等。在时间上，实践中也有不同的要求，有时需讨论某一年的市场状态，有时则考虑某一个月的市场状况。另一方面，一个市场所交易的商品也是广义的。如：最终消费品、服务、资源等。对于一个市场其范围亦可能有不同的规定。如：可将滚筒式洗衣机看成一个市场，也可将所有洗衣机看成是一个大市场。

在任何市场上，买者和卖者是交易的双方，形成需求和供给的两种力量。需求和供给相互作用，共同决定该商品的成交价格；反过来，价格作为商品的消费者和生产者据以作出行动决策的信号，又影响供给和需求。简而言之，供求决定价格，价格又反过来影响供求。这就是单个商品市场的基本运行规律，价格在其中起着关键性的作用。单个市场的运行构成了整个市场体系的基础。

一、需求与需求规律

1. 需要与需求

人们的需要是无限的，无限的需要产生于无限的欲望。人们的欲望往往与其富裕程度有关，但不完全取决于其富裕程度。一般说来，在人均收入逐步提高的情况下，人的欲望也随之增长，某些在低收入水平下潜隐的欲望会显现出来，并得到强化。但是欲望是无限的，需求却总是有限的。需求是什么呢？需求是指在某一时期内的某一市场上消费者所愿意并有能力购买的商品的数量。这里要强调的是“有能力购买”，事实上这也是区分欲望与需求的基本标准。人们的欲望只有在具备了支付能力的情况下才会形成现实的市场需求，否则只能是一种主观愿望，是无法实现的。

对于企业而言，区别需要与需求是相当重要的，也是最基本的。因为需要不等于需求，因而市场的规模就并不取决于人口的多少，而主要取决于人们收入水平的高低和购买欲望。就我国而言，若按每户一辆汽车计算，私人汽车数量可达到上亿辆，但在人均收入水平很低的时候，我国的私人汽车市场需求却很少。显然，企业在进行市场规模的估计时，必须清楚需要与需求的区别，否则会过高的估计市场容量，从而造成不必要的损失。

正因为需要不等于需求，在现实经济中，才会出现供过于求、市场疲软、库存积压等现象。由于购买能力直接受价格影响，因而价格在这里起着关键性的作用。若把某种有使用价值的积压产品的价格降为零，免费赠送，可以想象这种产品马上就会发放一空，因为此时面对的是无限的需要而非有限的需求。由此可得出：价格是影响市场需求的最基本、最重要的因素。

2. 影响市场需求的主要因素

在一种商品市场上，影响该商品市场需求的因素有许多种，归纳起来常有以下几种主要因素：

1) 该商品的价格

价格是影响商品市场需求的最基本因素。一般说来，市场需求与商品价格之间的关系是：商品价格越高或提高，人们对该商品的购买量就越少或减少；反之，商品价格越低或降低，则购买量就越多或增加。

2) 消费者的收入

消费者收入水平越高，购买能力就越强，市场需求就越旺盛，这一点对绝大多数商品是一致的。事实上，收入水平的提高也就是购买能力的提高，它会使大量的潜在需要变为现实的需求。

3) 消费者的偏好

消费者的偏好实际上就是消费者的爱好和习惯。在不同的消费者和家庭之间，偏好的差异可以非常大。例如：有的人不喜欢听音乐，而有的人却会倾其所有去购买一套高级音响。对整个市场而言，重要的不是单个消费者或单个家庭之间的差异，而是消费者或家庭作为群体在其偏好上的差异。若消费者对某种商品的偏好越集中，则表明该商品需求的人越多，该商品的市场需求量也就越大。如：四川人喜欢吃辣椒，对辣货的需求在四川就比在其它地区要强烈得多。

4) 相关商品的价格

按商品之间相互关系的不同，可以将商品分为相关商品和不相关商品两大类。相关商品又可分为替代品与互补品两类。某些商品的消费与需求之间可能是互不相关的，如：飞机票和鸡蛋；某些商品的消费与需求之间可以是相互替代的，如大米和面粉；某些商品的消费则是相互补充的，如录音机和磁带。一般说来，当某种商品的替代品价格上升时，会使该商品的需求增加，而当某种商品的互补品价格上升时，会使该商品的需求减弱。需要指出的是，商品之间的互补性往往不是对称的，如电视机需要用电，但电的消费并不是必然用于电视机。

5) 消费者的数量

一般说来, 在收入水平等其它条件相同的情况下, 人口越多, 商品需求量就越大。

6) 消费者对价格的预期

如果消费者预期到某种商品的价格将会上升, 那么他们可能现在就购买这种商品, 以免在将来购买时支付更多的钱; 反之, 当消费者预期价格将会下跌时, 他们可能会减少当前的购买, 以等待价格更低时购买这种商品。这种现象在股票市场上表现得最为突出。

7) 广告费用

企业的广告费用支出越多, 广告宣传力度越大, 该企业的商品在消费者头脑中的印象就越深刻, 并促使该商品的需求上升。

8) 商品的市场饱和程度

某种商品在市场上刚刚出现时, 普及率还很低, 其市场潜力就很大; 如果这种商品在市场上已经具有了 80%~90% 的普及率, 其市场基本饱和, 需求量就不会太大。如电视机当初的需求量巨大, 但到目前阶段, 再难有像从前那样大的需求量, 而此时的需求主要来自于新建家庭和现有消费者已有电视的更新和替换。

3. 需求的规律

在所有影响需求的因素中, 商品自身的价格无疑是最重要的。商品市场的需求与价格之间存在着稳定的反向变动关系, 即: 在影响商品需求的其它给定因素不变的前提下, 一种商品的需求量与其价格之间的关系为, 价格越高 (或提高), 需求量越小 (或减少); 价格越低 (或降低), 需求量越大 (或增加)。这种关系反映了需求的基本规律。

需要强调的是: 这里假设了其它给定因素不变。事实上, 在许多影响因素共同变动时, 商品需求的变化可能呈现出复杂的波动形态。只有在假定其它因素不变的简化情况下, 才能总结出需求量与价