

胡玉立 主编



商贸企业经营管理丛书

企业预测与决策

胡玉立 主 编

冯丽云 副主编

中国财政经济出版社

(京) 新登字 038 号

图书在版编目 (CIP) 数据

企业预测与决策/胡玉立主编.-北京:中国财政经济出版社,1994

(商贸企业经营管理丛书)

ISBN 7-5005-2722-5

I. 企… II. 胡… III. 商业企业-经营决策 IV. F715.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (94) 第 13601 号

※

中国财政经济出版社出版

(北京东城大佛寺东街 8 号)

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经销

北京通县西定安印刷厂印刷

※

850×1168 毫米 32 开 16.375 印张 389 000 字

1995 年 3 月第 1 版 1995 年 3 月北京第 1 次印刷

印数: 1— 603 0 定价: 17.10 元

ISBN 7-5005-2722-5/F. 2580

(图书出现印装问题,本社负责调换)

商贸企业经营管理丛书

顾问（以姓氏笔划为序）：

于 琰	王 权	云文广	毛冬声	刘 林	刘 毅
伍锡辉	杨勤泰	吴正林	何济海	张达夫	张皓若
胡 平	赵兰田	姜愉斌	郭传周	龚小力	詹军道

编审委员会：

主 任：夏光仁

副主任：严斌全 边长泰 潘大钧

罗 林 李松年

委 员（以姓氏笔划为序）：

车 礼	边长泰	冯成华	刘世杰	纪宝成	汪 洋
李松年	李学智	张维全	严斌全	吴智伟	陈德维
罗 林	夏光仁	贾履让	程荣国	彭星间	潘大钧

→ → → → → → →

丛书序言

《商贸企业经营管理丛书》和读者见面了。这套丛书由专著、教材和有关参考读物三部分组成，是融国外先进管理理论和我国改革开放以来积累的丰富经验、最新科研成果兼收并蓄的系列丛书。

当前，在以党的十四大为标志的我国改革开放和现代化建设事业进入了一个新的发展阶段。为适应社会主义市场经济发展的需要，为促进商贸企业管理学科建设、培养大批现代商贸企业管理人才，为给高校中青年学者提供一个发表科研成果的机会，激发广大教师参与科研的积极性，全国高校商业企业管理研究会经过充分酝酿、周密筹划，决定组织出版《商贸企业经营管理》丛书，并选举产生了《丛书》编审委员会，制定了《丛书》书目。

《丛书》实行主编负责制。编审委员会成立后，组织了30多所财经类大专院校的专家、教授、中青年教师和有丰富实践经验的企业家参加撰稿。每本书的主编由谁担任，是通过公开招标确定的，即在平等竞争的基础上，由编

著者（主编）写出“标书”的编写大纲。编审委员会根据大纲的科学水平和适用性，经民主审议决定其主编。主编对参与编写人员的选定、书稿内容及其质量，负全面责任。《丛书》从大商业、大流通、大市场的角度出发，贯彻科学性、系统性、时代性、可操作性的原则，做到理论研究和实践相结合，内容新颖、充实，可读性强，为财经院校师生和广大读者提供较为理想的读物。

《丛书》能够正式出版，是由于研究会有一批忠诚于党的教育事业的老教授，他们为使毕生致力学科建设取得重大突破，为培养青年教师，甘为人梯。从《丛书》的筹划、标书提纲的审定、组织撰写、书稿评审到筹集经费、出版发行都凝聚着他们的大量心血。专家、教授们的高度敬业精神，在《丛书》中得到了充分体现。

《丛书》的编辑出版，是高校与企业合作的一种创新。商界许多知名企业家高度重视这一事业，他们把参与和支持《丛书》的出版看作是自身文化建设的组成部分，表现出现代企业家的远见卓识，倾注了极大热情；他们在百忙中积极参加研讨，介绍经验，提供资料，撰写序言，筹资相助，为《丛书》的顺利出版给予了强有力的支持。对本《丛书》给予全力支持的企业包括：西安民生百货股份有限公司、北京西单商场集团，北京百货大楼集团公司等

12 家。此外，北京市供销社及其果脯蜜饯公司、陶瓷公司、土产公司等也给予了大力支持。

《丛书》由两个国内著名的出版社：中国财政经济出版社和经济科学出版社联袂出版，在此我们对出版社的协作精神和辛勤劳动表示衷心地感谢。

我们希望以《丛书》的出版为契机，使理论研究进一步与企业管理实践相结合，为促进我国企业管理现代化的发展，促进企业腾飞，早日跻身于世界先进行列做出自己的贡献。

全国高校商业企业管理研究会会长
《商贸企业经营管理丛书》编审委员会主任

中国人民大学教授

夏光仁

1993, 12

序

随着社会主义市场经济体制在我国逐步建立与完善，企业由政府部门的附属物变成自主经营、自负盈亏的独立法人实体单位。从计划经济走出，步入市场经济海洋，市场的功能和作用也就受到企业的重视与关注。如何适应市场，如何实施科学管理，用好决策自主权，提高经济效益，都成为企业经营管理研究的重要问题。决策贯穿于经营管理的全过程，决策正确与否关系着企业经济活动的成败、企业的兴衰。社会化大生产和飞速的科技进步，以及现代企业制度的建立，既向企业决策提出了更高的要求，也为企业决策从经验走向科学提供了物质、技术和知识条件。因此，企业决策科学化已成为历史的必然，是社会进步、经济发展对现代企业经理的客观要求。

决策科学化是以信息为基础的，信息既表现为现象，也反映了客观事物的本质和规律，掌握大量真实可靠的信息，就容易保证决策的科学性。目前，国际国内经济实体、经

济关系、经济运行机制复杂程度提高，企业经济活动领域也越来越广阔，各种联系越来越多样而又密切。在这样一种企业经济活动出现空前活跃、竞争空前激烈形势下，企业研究决策实际上是研究对策，即研究如何最科学、最合理地在效用、代价、时机三者之间进行分析、比较和选择。换句话说，成功的决策从目标确定到制定方案、比较方案，以及实施过程对方案的修正，要建立在对外观经济规律的必然认识上，建立在对各种生产要素的合理配置和对经济活动进退时机的最佳把握上。所以，企业决策的本质是尽可能地在宏观经济条件下，将企业满足消费者需要与获取利润这一对矛盾对立一体，将面临的不确定性和风险降低到最低限度。这样，调查研究和预测不仅是企业获得信息的手段，也就成为企业决策科学化的前提和必不可少的重要环节。

企业决策科学化，既有理论问题也有技术问题。近年来，企业界与学术界对此给予了普遍的重视，这方面的文章与著作也较多，各有其侧重。胡玉立同志主编的《企业预测与决策》一书，作者结合多年教学经验与社会实践，参考国内外有关资料，从企业经营管理角度，对企业预测与决策的理论与方法作了全面系统的论述。全书以社会主义市场经济理论为指导，吸收相关学科研究成果，强

调定性定量方法的综合应用，注意到理论上的相关性与完整性，运用了大量案例为实证。我认为本书理论体系上有创意，内容也有一定深度和广度，介绍的方法实用，较好地做到理论与实践结合，是一本系统学习企业预测与决策有关理论和方法的好书，它既能适合教学之用，也会适合企业经营管理实践者参考之用，同时能进一步推动大家对企业预测与决策的理论与方法的深入探讨与发展。

毛冬声

1994 年 7 月

目 录

第一篇 基本理论

第 1 章 导论	(1)
第一节 市场与企业.....	(1)
第二节 企业决策的地位	(10)
第三节 企业预测与决策	(19)
第四节 企业预测与决策的研究对象 与方法	(25)
第 2 章 企业决策基本理论	(29)
第一节 企业决策的定义和发展 ...	(29)
第二节 企业决策的内容与类型 ...	(37)
第三节 企业决策机制	(51)
第四节 企业决策的原则	(62)
第五节 企业决策的过程	(67)
第六节 企业决策影响因素分析 ...	(85)
第 3 章 企业预测基本理论	(105)

第一节	企业预测的特征与意义…	(105)
第二节	企业预测的基本原理与原则…	(110)
第三节	企业预测的种类与内容…	(118)
第四节	企业预测的基本程序…	(129)
第五节	预测精度及其提高途径…	(131)

第二篇 预测方法

第4章	资料的收集、整理与处理…	(137)
第一节	资料的收集…	(137)
第二节	资料的整理…	(149)
第三节	资料的处理…	(155)
第5章	定性预测方法…	(160)
第一节	推算预测法…	(160)
第二节	集合意见法…	(174)
第三节	专家调查预测法…	(179)
第四节	预警分析法…	(185)
第6章	时间序列预测法…	(190)
第一节	时间序列预测法概述…	(190)
第二节	平滑预测法…	(194)
第三节	趋势延伸预测法…	(203)
第四节	季节指数预测法…	(219)

	用.....	(320)
第三节	企业经营决策中的应用…	(325)
第 12 章	存货管理决策技术	(341)
第一节	存货管理决策概述.....	(341)
第二节	确定型存货模型.....	(345)
第三节	随机型存货模型.....	(357)
第 13 章	资源管理决策技术	(368)
第一节	资源管理决策概述.....	(368)
第二节	线性规划在资源管理中的 应用.....	(371)
第三节	动态规划在资源管理中的 应用.....	(384)
第 14 章	风险型决策与不确定型决策 的决策技术	(402)
第一节	风险型决策分析概述.....	(402)
第二节	决策表分析技术.....	(411)
第三节	决策树分析技术.....	(415)
第四节	马尔可夫过程决策技术…	(426)
第五节	不确定型决策技术.....	(449)
第 15 章	方案的选择与实施	(457)
第一节	经济效果比较分析.....	(457)
第二节	效用理论与效用决策技术	(467)
第三节	敏感度分析.....	(479)
第四节	综合分析.....	(483)

第五节 决策方案的实施..... (496)

附录 A 检验相关系数临界值 (rc) 表
..... (502)

附录 B t 分布临界值表 (504)

主要参考书目..... (505)

● 第一篇 基本理论 ●

第 1 章 导 论

第一节 市场与企业

一、市场与市场经济

市场是商品生产、商品交换的产物。随着商品生产发展。社会分工趋向专业化，市场范围便不断扩大。市场既是商品交换场所，又是整个社会范围内商品交换关系的总和，即整个商品流通领域。市场具有广泛的涵义。

首先，市场是商品交换关系的总和。市场由商品生产者、经营者、消费者组成，他们在市场上交换商品实现各自的经济利益，同时在不同程度上代表着社会某一方经济利益，形成他们相互之间的买与卖的关系，乃至他们所在地区之间、经济部门之间的经济关系。其次，市场是个体系。随着生产的发展和商品流通扩大，市场内涵已不局限于商品市场，与商品生产、流通相关的资金、劳务、技术、信息等生产要素市场也应运而生，市场渗透到社会经济的各个方面。随着社会经济的进步与发展，各类市场相互作用

形成市场体系。再次，市场是社会经济的“晴雨表”和“调节器”。从经济意义上讲，商品的供求是形成商品流通的基本条件。市场作为整个商品领域，它综合反映了国民经济各部门之间生产和消费之间以及商品结构之间是否协调。同时，还能动地调节消费与积累，农、轻、重产业之间的比例。其实质是包含供求、价格、竞争等要素在内的运行机制，即市场机制。最后，市场的社会属性，由占统治地位的商品生产关系所决定。特定的生产关系赋予市场特定的实质内容，不同的生产关系所形成的不同社会经济形态决定着市场性质和各自的特性。资本主义条件下，生产资料私人占有，市场作为资本运动和价值增值的前提条件，决定了资本主义市场的剥削性和投机性。社会主义市场反映的是生产资料国有制和集体所有制为主体，多种经济成分并存的生产关系，社会主义多种经济成分通过市场交换同样要获得利润，但这一利润坚持效率与公平相统一原则，主要部分是用于社会扩大再生产和满足社会经济发展的需要。

市场归属商品经济范畴。当一切社会经济活动都通过市场，以市场为资源配置的经济运行形式和方法时，商品经济进入高度发展阶段，即为市场经济。市场经济是商品经济发展的必然。商品经济讲的是人类社会经济活动中交换行为是否具有商品性，即社会生产方式采取价值生产形式，其特征不在于劳动转化为价值，劳动产品转化为商品，商品要按价值进行交换。它是相对于自然经济、产品经济而言的。市场经济是社会化大生产的客观需要，以市场作为配置资源的经济运行形式和方法。所以，市场经济的特征在于通过市场来组织和分配生产要素、自然资源及收入分配。从历史发展进程来看，商品经济由来已久，存在诸多社会形态。市场经济则要有一定条件，即商品和各种生产要素能在全社会范围内自由流动，配置到效益最优化的项目和组合中。由此可见，市