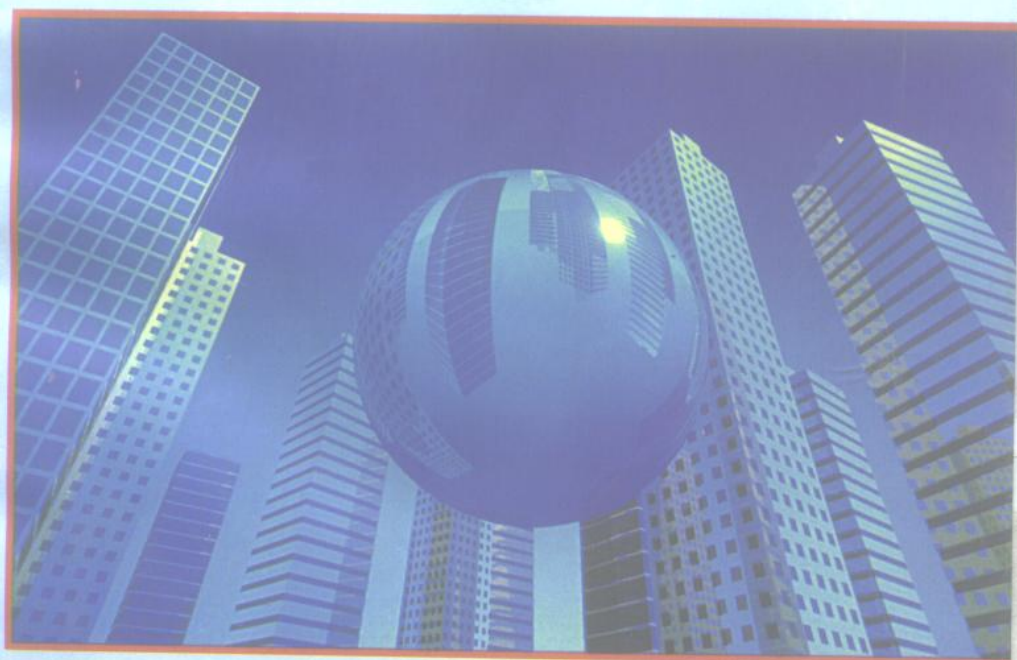


陈佳贵 著

市场经济 与 企业经营



经济管理出版社

市场经济与企业经营

(修订版)

陈佳贵 著

经济管理出版社

责任编辑 卢小生

版式设计 王宇航

责任校对 贾全慧

市场经济与企业经营

(修订版)

陈佳贵 著

出版:经济管理出版社

(北京市新街口六条红园胡同8号 邮编:100035)

发行:经济管理出版社总发行 全国各地新华书店经销

印刷:北京通县张家湾曙光印刷装订厂

850×1168 毫米 1/32 10.75 印张 276 千字

1997 年 1 月第 1 版 1997 年 1 月北京第 1 次印刷

印数:1—6000 册

ISBN7-80118-328-2/F·315

定价:16.50 元

·版权所有 翻印必究·

(凡购本社图书,如有印装错误,由本社发行部负责调换。

地址:北京阜外月坛北小街2号 邮编:100836)

前 言

党的十四大明确了我国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济体制。为促进社会主义市场经济体制的建立和适应社会主义市场经济的要求,现在,摆在企业面前的一项最根本、最紧迫的任务就是加快企业经营机制的转换,自觉进入市场并成为市场的主体,按照市场规则进行经营,提高自身对市场的适应能力。

近年来,我对企业改革和企业经营管理问题做了一些研究,先后出版了《企业学》、《企业机制再造与企业制度创新》、《企业经营与市场》、《股份制的理论与实践》(与蒋一苇主编)、《企业集团:目标模式与道路选择》(邱靖基主编)等专著和发表过一些有关论文。党的十四大后,不少企业邀请我去举办讲座。因此,我就如何转换企业经营机制,把企业推向市场;实行市场经济后,企业面临的问题与对策等专题作了讲解,听过课的人认为这些讲座的内容对他们的工作很有启发和帮助。在他们的鼓励下,我又把这些讲座的内容和一些研究成果进行了整理,形成了这本《市场经济与企业经营》的著作,希望能对更多从事、关心企业改革和企业经营管理的人员有所启发和帮助。

企业如何适应社会主义市场经济的要求,是一个十分广泛而复杂的问题。它不仅涉及到宏观经济体制的改

革,而且还涉及微观经济体制的改革;不仅涉及企业经营机制的转换,而且还涉及企业素质和企业管理水平的提高,对这些问题在这一本书里都要一一进行全面的、详细的探讨是很难办到的。因此,《市场经济与企业经营》一书只能讨论其中的一些主要问题。本书共五篇。第一篇是序篇,主要讨论市场和市场经济的概念;我国社会主义市场经济的特点;实行市场经济后,企业与市场的关系等问题。第二篇是机制篇,主要讨论企业要进入市场,成为市场的主体,提高对市场的适应能力,必须转换经营机制,并对企业经营机制的内涵,社会主义企业经营机制的类型,社会主义企业经营机制的目标模式,转换企业经营机制的思路和步骤等问题进行了详细探讨。第三篇是素质篇,主要讨论企业要适应市场经济的客观要求,不仅要有健全的机制,而且要有较好的素质。因此,本篇对如何提高企业的素质,增强企业活力的问题进行了全面探讨。第四篇是经营篇,主要讨论实行市场经济后,企业必须转变观念,树立经营思想和按照市场经济的原则对企业的计划管理、生产管理、销售管理以及产品开发等进行改革,建立起适应社会主义市场经济要求的企业内部管理体制。第五篇是发展篇,主要对企业发展中的一些关键问题,如企业的生命周期、企业联合、企业规模等问题进行了探讨,总结了企业发展的一些基本规律。

我国的经济体制正处在由计划经济体制向市场经济体制转变的历史时期。随着改革的不断深入,人们的认识也在不断地深化。本书所表达的观点是自己对有关问题的一些认识和看法,尽管希望我的这些观点能够对经

济理论工作者和企业经营管理者在建立社会主义市场经济体制方面有所启迪和帮助,但是,仍难免有它的局限性,特别是关于社会主义市场经济的目标模式和轮廓,目前人们对它还没来得及进行较详细的研究,我的看法,更是一家之言。我殷切期望读者对书中的缺点和错误提出批评。

作 者

1993 年 4 月于北京

前 言

(修订版)

《市场经济与企业经营》自 1993 年底出版以来,已经印了两次,说明它得到了广大读者的认可和欢迎,我感到十分欣慰。上个月,出版社的编辑告诉我,本书已经脱销,并请我对第一版做些修订后再版。因此,趁即将进行第三次印刷的时机,我对它进行了部分修改,以期能更好地满足广大读者的需要。

修订版基本上保持了第一版的结构和原貌。所作的修改主要包括以下几个方面:

一是增加了某些新的章节,删去了个别不协调的章节。为了使本书能更好地结合当前企业改革的实际情况,在机制篇中增加了建立现代企业制度和公司化改造方面的内容;在发展篇中增加了多样化经营方面的内容;另外,删去了关于承包制和股份制的内容。这样,本书由原来的 5 篇 19 章变为现在的 5 篇 20 章。

二是对某些章节进行了重写。为了反映企业改革、管理和发展新内容和新变化,对第六章的第一节、第二节,第十九章的第四节,第二十章(原第十七章)等章节进行了重写。

三是增加了不少新的数字和资料。

四是调整了个别章节的顺序,在结构上进行小的调整。

当然,本书还有许多需要修改的地方,例如,素质篇只有两章,在全书的结构中显得份量不足,如果要大修改的话,至少可以变为4至5章;又例如,第二章(社会主义市场经济)也可以改得更充实些。但是,由于我手边要做的事太多,出版社又急于进行第三次印刷,因而这次没有来得及对它们作修改,只好请读者原谅了。

作 者

1996年9月

目 录

第一篇 序 篇

第一章 市场和市场经济	(3)
第一节 市场和市场经济的概念	(3)
第二节 市场经济的一般特征	(7)
第三节 市场经济的类型	(8)
第二章 社会主义市场经济	(12)
第一节 社会主义市场经济理论的发展	(12)
第二节 中国社会主义市场经济的模式选择	(14)
第三节 中国社会主义市场经济模式的轮廓	(16)
第三章 企业和市场的关系	(21)
第一节 企业在市场中的地位和作用	(21)
第二节 市场对企业的影响和作用	(22)
第三节 企业对市场的适应性	(29)

第二篇 机制篇

第四章 转换企业经营机制的紧迫性和必要性	(33)
第一节 我国国有企业面临着严峻挑战	(33)
第二节 转换企业经营机制是深化企业改革的关键 步骤	(39)
第三节 转换企业经营机制是整个经济体制改革的 中心环节	(42)
第五章 企业经营机制的总体考察	(45)

第一节	企业经营机制的内涵	(45)
第二节	社会主义企业经营机制的类型	(48)
第三节	社会主义企业经营机制的目标模式	(51)
第六章	转换企业经营机制的主要思路	(60)
第一节	对转换企业经营机制思路的分析	(60)
第二节	发展社会主义市场经济与建立现代企业 制度	(65)
第七章	建立现代企业制度与转换企业经营机制	(72)
第一节	现代企业制度的概念、特征和主要内容	(72)
第二节	建立现代企业制度的试点工作	(86)
第八章	建立现代企业制度的难点与对策	(91)
第一节	国有企业的公司化改造与产权关系重组	(91)
第二节	国有企业的公司化改造与政企分开	(102)
第三节	国有企业的公司化改造与减轻企业负担	(106)

第三篇 素质篇

第九章	企业素质	(113)
第一节	企业素质的概念	(113)
第二节	提高企业素质的重要性	(115)
第三节	企业素质的内容和要求	(120)
第十章	企业活力	(140)
第一节	影响企业活力的因素	(140)
第二节	企业活力的表现	(141)
第三节	评价企业活力的指标体系	(147)

第四篇 经营篇

第十一章	经营思想	(153)
第一节	经营的涵义	(153)
第二节	经营思想的内容	(156)

第十二章 经营计划	(165)
第一节 制订经营计划的必要性.....	(165)
第二节 经营计划的特点.....	(166)
第三节 经营计划的分类.....	(168)
第四节 经营计划的编制和控制.....	(170)
第十三章 产品适应市场的策略	(177)
第一节 产品和产品策略的概念.....	(177)
第二节 产品策略的选择.....	(179)
第十四章 科研和新产品开发	(190)
第一节 新产品开发与产品的更新换代.....	(190)
第二节 科研和新产品开发的关系.....	(193)
第三节 新产品开发的信息工作.....	(197)
第四节 科研和新产品开发应注意的主要问题.....	(202)
第十五章 生产管理的改革	(207)
第一节 改革生产管理的必要性.....	(207)
第二节 提高生产计划的应变能力.....	(209)
第三节 采用先进的方法组织多品种生产.....	(211)
第四节 建立灵活的生产组织.....	(214)
第五节 提高企业的专业化水平.....	(215)
第十六章 产品销售	(220)
第一节 产品销售工作的重要性.....	(220)
第二节 销售渠道和销售方式.....	(222)
第三节 促进产品销售的方法.....	(228)

第五篇 发展篇

第十七章 企业的多样化经营	(245)
第一节 多样化经营的产生和发展.....	(245)
第二节 企业采用多样化经营战略的原因.....	(248)
第三节 实现多样化经营的途径.....	(252)

第四节	多样化经营战略的类型与选择·····	(254)
第五节	多样化与专业化的关系·····	(263)
第十八章	企业的联合与企业集团·····	(265)
第一节	企业的横向联合·····	(265)
第二节	企业集团·····	(274)
第三节	外向型企业集团·····	(281)
第十九章	企业的规模·····	(288)
第一节	划分企业规模的标准·····	(288)
第二节	企业的规模经济性·····	(289)
第三节	企业合理规模的确定·····	(296)
第四节	企业规模的发展趋势·····	(303)
第二十章	企业的成长与企业的生命周期·····	(310)
第一节	企业成长的概念与动因·····	(310)
第二节	企业成长的类型与企业的生命周期·····	(314)
第三节	企业成长各阶段的主要特征·····	(316)
第四节	企业的蜕变·····	(324)

第一篇 序 篇

第一章 市场和市场经济

第一节 市场和市场经济的概念

1. 市场的概念

对于市场的概念,有各种各样的说法。归纳起来,大致可以分为两种:第一种认为,市场是指商品交换的场所。如农贸市场、超级市场、国内市场、国际市场,等等。第二种认为,市场是指在一定的地点、一定的时间各种商品或某一种商品的供求关系。如人们常说的某种商品的市场已经饱和,某种商品还有市场等。不难看出,以上两种说法都是从不同角度给市场下定义的。第一种说法强调了市场的地点和地域特征;第二种说法强调了市场的数量特征。显然,这两种说法都不够全面,都没有给市场规定一个比较完整的、准确的概念。

要比较准确地、科学地阐述市场的概念,必须先对市场的产生、发展和市场的内容等问题作一些简单的分析。大家知道,市场的出现是以社会分工和商品生产为前提的。社会分工和商品生产并不是从人类社会一开始就有的。在原始社会的漫长的历史时期内,由于生产力水平不高,人们只能进行集体劳动,劳动的成果也只能满足自己的生活需要,没有剩余产品,不可能把自己的劳动产品拿去与别人交换。所以,那时也就没有市场。随着生产力水平的提高,出现了剩余产品,尤其是出现社会分工后,一部分人专门从事一种或某几种产品的生产。这样,他们就要用自己生产的产品去同别的生产者交换自己不生产,但又是自己所必需的其它产

品。比如,铁匠要用自己生产的农具去交换农民生产的粮食、棉花;木匠要用自己生产的木器去交换铁匠生产的斧子、刨子,向农民交换粮食、食油等。所以,马克思指出:“生产劳动的分工,使它们各自的产品互相变成商品,互相成为等价物,使它们互相成为市场。”^①所以,“‘市场’这一概念和社会分工——即马克思所说‘任何商品生产的共同基础’——这一概念是完全分不开的。哪里有什么社会分工和商品生产,哪里就有‘市场’。市场量和社会劳动专业化的程度有不可分割的联系。”^②美国的埃冈·纽伯格和威廉·达菲也有类似的观点,他们认为,“如果具备以下四个条件,就可以说存在某种商品或劳务的市场:(1)一组当事人为了取得或卖掉商品而相互作用;(2)这种相互作用采取以这种商品同货币或另一种商品自愿交换的形式;(3)当事人之间通过价值和数量来进行交往;(4)买者和(或)卖者之间存在着竞争。”^③

由于市场是和商品交换紧密联系在一起,因而与商品交换相关的一些因素和活动,也就构成了市场的主要内容。这些因素和活动主要是:

(1)商品交换的双方,即市场的参加者,包括他们的数量、社会地位、相互关系、参加市场的方式、经济实力以及由此而决定的商品供求关系等;

(2)市场的范围,即商品在某一地区、某个城市交换,或是在全国范围内交换,或是进入国际市场交换;

(3)商品交换的渠道和方式,如商品是通过直接渠道还是间接渠道销售,是自销还是由别人购销、包销、代销,等等;

(4)为了保证交换顺利进行的各种手段,如批发机构、商业网点、仓储设施、技术服务、交通运输、市场信息等;

(5)为了保证商品交换正常进行而设立的各种管理机构,如工商行政、商品检验、商品标准化、税务管理机构。

从以上的分析可以看出,市场不是社会再生产的独立环节,而是社会再生产的一个组成部分,它是联接企业和用户的桥梁,是企业

业实现再生产的条件。一般地说,市场的发达程度取决于社会分工的水平和商品生产的发展程度。在存在商品生产和商品交换的条件下,社会分工无止境地发展,市场也随之而无止境地发展。

2. 市场经济的概念

对于什么是市场经济,同市场的概念一样,也存在两种不同的说法。第一种看法认为,市场经济是一种经济制度。持这种看法的人把市场经济与资本主义经济制度联系在一起。他们认为,市场经济的特征是:

(1)社会资源主要为私人所有;

(2)决策是分散的,企业和个人根据自身的利益自主作出各种经济决策;

(3)实行自由企业制度,企业根据法律自主经营,自我发展,自负盈亏;

(4)存在竞争市场,价格自由化,除少数自然垄断行业的产品和劳务外,其它行业的产品和劳务的价格一律由市场竞争来决定。

持第二种看法的人不同意把市场经济和所有制关系联系在一起。他们认为,在现代经济中,经济运行机制变得越来越重要。例如,美国学者莫里斯·博恩斯坦就认为,“经济体制研究中的趋势是:作为经济体制的性质和作用中关键要素的所有制的重要性正在降低,因为资源分配和收入分配方式比它显得更为重要。”^④“决策——而不是所有权——已经成为问题的中心。”^⑤另一个美国学者阿兰·G·格鲁奇也认为,“有决定意义的事情,不是法律上的生产资料所有制。最重要的是经济运行的方式和为谁服务。在资本主义和社会主义这两种经济制度中,提出的问题是一样的。”^⑥美国的某些标准的经济学教科书也认为,“企业的经济行为更取决于决策方式,而不是所有制形式。”^⑦并举例说,在希特勒统治时期,德国政府对私人公司实行了高度集中的控制,这些公司的经营方式与其它国家的私人公司的经营方式有很大的区别,市场机制对它们并不起主要作用。相反,现在资本主义国家的国有企业,则可