

经济管理教育论丛

Jingji Guanli Jiaoyu Luncong

《经济管理教育论丛》编委会



武汉理工大学出版社

WUTP

Wuhan University of Technology Press

经济管理教育论丛

《经济管理教育论丛》编委会

武汉理工大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

经济管理教育论丛/《经济管理教育论丛》编委会编. —武汉:武汉理工大学出版社,
2005.6

ISBN 7 - 5629 - 2233 - 0

I . 经… II . 经… III . 经济管理-教学研究-高等学校-文集 IV . F2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 062250 号

武汉理工大学出版社出版发行

(武昌珞狮路 122 号 邮编:430070)

武汉理工大印刷厂印刷

*

开本:787×1092 1/16 印张:13.25 字数:314 千

2005 年 6 月第 1 版 2005 年 6 月第 1 次印刷

定价:30.00 元

(本书如有印装质量问题,可直接向承印厂调换)

目 录

中小企业信用资源管理措施研究·····	王 利(1)
我国商品市场化状况的问题及发展对策·····	阎 虹(5)
《管理运筹学》案例教学模式初探·····	何 萍(9)
管理学科开设知识产权战略课程的重要性分析 ·····	杨爱葵(13)
民营企业体制创新研究 ·····	刘玲玲(18)
对电子商务教育模式的思考 ·····	李方峻(22)
知识经济时代企业文化创新的基本思路 ·····	王 红(25)
科学创新之我见 ·····	陈宝玉(28)
图表教学法在会计教学中的运用 ·····	刘金山(32)
“价值教育”视角下的课堂教学优化 ·····	王祖山(37)
通用性制约了管理型会计软件的发展 ·····	罗德慧(40)
加强课程建设,提高教学质量·····	袁正明(43)
知识经济与大学生创新能力的培养 ·····	刘 明(45)
会计信息失真及其防范对策 ·····	崔庆喜(49)
高等职业教育专业课程教学规范的内容初探 ·····	陈 彬(52)
高等教育对青年教师的要求 ·····	孙 洁(56)
教学改革中教师如何转变观念 ·····	张 峰(59)
关于高职教材建设和开发的几点思考 ·····	汪明群(62)
高职港口与航运管理专业教学改革的思考 ·····	梁海澄(67)
论后勤人员的素质与学校后勤管理 ·····	卓 玮(71)
浅析高校内部财务控制 ·····	杨道远(74)
大学生科技制作与高职高专人才培养 ·····	刘 龙(78)
利用几种有效的方法来解决操作系统中的死锁的问题 ·····	牟 勤(83)
提高教学水平 培养合格人才 ·····	石有信(93)
大学生的文化素质教育研究 ·····	武锦霞(95)
对高校财务管理的几点思考 ·····	罗德慧(98)
论负债的利与弊·····	逯文英(101)
由条码效验码编程计算的教学方法改革所想到的·····	沈先钊(105)
高校后勤劳动人事制度改革初探·····	汪 淳(108)
高等职业教育专业课程教学规范刍议·····	张 矛(111)
浅谈事业单位会计的地位·····	黄玉清(115)
《济大论坛》是提高学生综合素质的有效途径·····	杨 军(119)

贸易摩擦多发期中国企业十大攻略	王玉波(122)
三维服装试衣系统的设计与实现方法研究	陈文平 徐 涛(126)
对高校开展双语教学的思考——兼谈双语教材的编写与选用	崔庆喜(131)
THE NECESSITY OF MOTIVATION IN LANGUAGE TEACHING AND LEARNING	Zhao Xia(136)
商务谈判中的僵局及其化解方法	孙长新 孙 洁(140)
对改进英语课堂教学的思考	许玉辉(144)
规范高校教学秩序,提高教学质量	李洪胜(147)
浅谈学生学习主动性的培养	张莹珺(152)
计算机入侵检测技术初探	牟 勤(154)
浅谈语文教学中的心理教育	杨玉娇(164)
浅谈在校园网基础上教学数据库的建设与应用	余勇军(166)
普通高等工科院校学风建设的研究与实践	王义华(169)
浅谈事业单位会计制度改革	黄玉清(173)
对库存图书管理工作的思考	王 体(175)
浅谈中国动漫业现状——打开潘多拉魔盒?	杨 涛(177)
浅谈班级管理的一点体会	陈 南(181)
多媒体课件的设计方法与制作技巧	吴正刚(183)
汇率风险和国际分散投资组合	王建华 魏 平 王 红(187)
Black-Scholes 期权定价方法在债务定价和投资决策中的应用	王建华 李海涛(190)
货币期货利率浅析	王建华 王永舵(194)
风险数量刻画及风险计量新指标的设计	盛欣慰 陈 玮(198)
附:武汉理工大学出版社经济管理类教材介绍	(201)

中小企业信用资源管理措施研究

王 利

(济南大学管理学院 山东济南 250022)

摘 要 市场经济是信用经济,信用是市场经济得以建立和发展的基础。信用也是一种重要的资源。信贷融资困难是制约我国中小企业发展的瓶颈之一,而中小企业信贷融资困难的一个重要原因就是信用资源的匮乏。本文分析了中小企业信用资源缺乏的形成原因及危害,提出了相应的对策建议。

关键词 中小企业 信用 信用资源 信用缺失 信用资源管理 信用环境

近些年来,中小企业在我国发展非常迅速,出现了质的飞跃,其在社会经济体系中发挥的作用越来越大,它们的信用状况在很大程度上体现了一个国家的整体信用水平。但是,近年来,个别中小企业的一些欺诈行为和由此引发的抽逃资金、拖欠账款、恶意偷税欠税、产品质量低劣等信用问题,已在一定程度上影响了中小企业的整体信用形象,成为制约我国国民经济持续健康发展和阻碍中小企业发展的突出问题。因而,加强中小企业信用资源管理,改善中小企业信用状况,对于提升中小企业整体素质和综合竞争力,抵御信用风险,改善中小企业融资条件,促进中小企业健康发展具有重要意义。

一、目前我国中小企业信用缺失的状况

1. 目前我国中小企业信用缺失的表现

企业信用差表现在许多方面,一是商品交换中的不诚实、不信守合同。如近年来有些房地产开发商不严格执行售房合同或者在合同上“做手脚”,造成出售房屋诸多的质量、面积、价格问题,损害了用户的利益。据国家工商行政管理总局的统计,我国每年的经济合同有40亿份,履约的只有20亿份,且合同交易只占整个经济交易量的30%。二是企业之间欠债严重。有相当多企业随意欠债,甚至有钱不还,造成了企业流动资金、技改资金的严重短缺,极大地影响了企业的正常生产经营。三是许多地方制售假冒伪劣产品。假酒、假药、假食油等危害人体健康,甚至致人死命;假种子、假化肥、假农药使农业减产,甚至颗粒无收;误导与虚假广告,使消费者误入歧途;假名牌、假品牌,侵犯知识产权,严重损害了消费者利益。据2002年中国企业经营成长与发展专题调查报告报道,在被调查的样本企业中,制售假冒伪劣产品的占42.4%,使守法经营的企业步履维艰。据中国消费者协会报道,2002年全国虚假广告投诉共12645件,主要表现在随意夸大功效,虚假承诺做诱饵等等。四是非法交易。非法交易是长在市场经济体上的毒瘤。交易双方明知道交换是以一方受害为前提且触犯刑律的事而明知故犯,如黄色服务、贩卖毒品、拐卖人口、黑市交易、组织偷渡等等。五是进口走私,出口骗税。进口走私,出口骗税不是一般的破坏信用的行为,而是构成经济犯罪,导致在国内形成不平等竞争,损害生产者与经营者的利益,造成经济秩序混乱。

2. 信用缺失产生的原因

当前我国中小企业信用缺失的产生,有着深刻的历史渊源和现实基础。

(1) 信用意识淡薄。企业信用意识淡薄,一方面与我国传统文化有关,另一方面则是因为企业经营者对信用的意义认识不足造成的。当前许多企业经营者选择不守信的行为,不是他们故意追求短期效益,而是很多人并没有意识到信用的意义,没有意识到不守信行为的社会后果和经济后果。以为市场经济就是挣更多的钱,只要能挣到钱,什么商誉、信用、道德都可以不顾。他们忽视了商誉这种特殊的资产给企业所带来的源源不断的收益。

(2) 产权不清是企业信用缺失的制度根源。企业作为信誉的载体,其前提就是企业的决策者要有维护企业信誉的积极性。信誉与企业绩效的关系,并不是如有些人认为的完全成正相关的关系。企业不讲信用,也能取得短期效益,尤其是在我国社会征信系统还未完全建立的时期,“一锤子买卖”会时有出现。企业决策者之所以只顾眼前利益,根本在于不重视企业的生命,没有追求长期效益的动机,信誉有时就是要为长期利益牺牲短期利益,当人们不考虑长期利益时,信誉就无从说起了。

(3) 信用管理不足。企业信用管理是对企业赊销进行科学管理的专门技术。企业设立信用管理部门的最基本目标在于规避因赊销产生的风险,增加赊销的成功率。它的基本功能包括档案管理、客户授信、应收账款管理、商账追收和利用征信数据库开拓市场。北京新华信商风险管理有限公司曾在1999年就企业当时信用管理现状进行过调查,被调查对象包括各种所有制类型的企业,但不包括特别小的企业。根据调查显示:从来没有进行过赊销的企业约为13%;没有管理部门的企业约占10%;有一些信用管理功能的企业约占39%;完全没有信用管理功能的企业、企业主要经理人员甚至从来没有听说过什么是信用管理的企业,约占51%。可见,中国企业信用管理的发展任重道远。

(4) 信用管理体系不健全,缺乏有效的失信惩罚机制与制衡机制,企业信用缺少有力的外在保障。政府对信用领域监管薄弱,对从事企业信用服务的中介机构(包括会计、审计、法律服务和征信中介、资信评估等)缺乏监管,造成虚假信息盛行。治理企业信用需要全社会密切配合,运用经济、行政、法律、教育、道德舆论多种手段多管齐下,从根本入手,才能让企业信用突出重围,找到出路。

(5) 政府行为不规范。由于政府部门未能及时转换职能,企业产权关系不明确,不能合法竞争,政府与市场界限不清,一方面对具体经济行为的行政干预过多,使得原本就不健全的市场竞争更加无序,客观上庇护了失信者,助长了社会信用缺失现象的发生和蔓延;另一方面,在一些需要政府作为的地方却无作为(如立法、执法、廉洁、公正等),导致社会失信行为的长期存在和扩大。

二、如何建立我国中小企业信用资源的管理机制

1. 建立中小企业内部的信用资源管理机制

(1) 加强与改善企业经营管理,提高企业守信能力。经济活动中的失信有主观原因造成,有客观原因造成。只顾自己,不顾对方,愿意破坏信用以牟利,这是主观原因的失信。主观上认同信用,愿意守信,但缺乏守信能力,不具备守信的物质条件,这是客观原因

的失信。其实,任何失信行为,都可以找到经济行为主体的主观方面原因。决策失误,计划不周,经营不善,没有风险防范措施,导致企业缺乏守信能力,即使企业有守信的意愿,但是无法履行合同,这样的事例是很多的。应当加强与改善企业的经营管理,提高企业的守信能力,使企业不仅愿意执行合同,而且客观物质条件具备,有能力信守承诺,执行合同。

(2) 企业自身信用是主体性信用资源,必须重视企业综合信用能力的建设。诚信、真实是企业重要的基础性信用资源。企业真实、准确、及时、完整地披露信息是建立信用资源的基础。企业的信用资源建设必须从真实披露信息开始。真实诚信是企业的自主行为。当真实诚信不具信用价值量,而虚假可以带来利益的时候,企业会毫不犹豫地做假;但是当虚假造成的损失远大于其得来的利益的时候,虚假就会减少以致杜绝。因此,应当将真实诚信作为企业信用资源,应当赋予其应有的价值量。

(3) 稳定的现金流量是企业的核心信用资源。现金净流入是既得的偿债能力。有比其他有形资产更为直接的变现资产,更能体现企业的信用能力。企业不分大小,只要其形成的现金流量与其经营规模相匹配就具备相应的偿债能力,即信用资源。所以,中小企业在注意扩大资本和改善有效资产的同时,应当将重心移到以稳定、扩大现金流为中心的经营管理中,保证现金流量的稳定、持续和不断的扩大。在认定企业信用能力时应当以现金流量为中心。

(4) 提高企业内部的质量管理水平。目前,质量认证制度已在各行各业广泛推行。质量认证是通过一个公正、独立的社会第三方认证机构对企业产品质量或质量体系作出正确、可靠的评价,为消费者提供可以完全信赖的质量信息。获得认证注册和认证标志充分体现了企业对消费者、社会提供的质量保证,有助于提高企业质量信誉,从而在市场竞争中取得优势。通过定期开展内部质量体系审核、管理评审,总结、评价质量体系,建立预防和纠错机制;不断地改进质量体系,使质量管理呈螺旋式上升。

(5) 经营者个人的信用是企业信用形象资源。经营者的行为代表企业的第一形象。近年来,我国的市场经济秩序在一定程度上处于失调状态,隐含着一种信用危机。造成这种状态的直接参与者的一个重要一部分人是企业经营者。对于不讲信用的经营者,应当在信用能力上亮出红灯,使其得不到市场的信任。中小企业,尤其是民营、私营企业,企业资产与个人资产有很强的关联性,因此将企业信用与个人信用联系在一起,就能构成一种新的信用资源。

2. 社会和政府的管理与支持

(1) 建立企业的信用信息体系,实现资源共享。鉴于我国企业身份登记采取的是分级注册模式,要建立全国统一的企业信用信息平台难度很大。现阶段可以先由省级地方政府确定企业信用信息系统比较集中的部门牵头,建立区域内的企业信用信息系统。鉴于工商行政管理部门集中了企业全部身份信息和大量的经济违法信息,各地政府都以工商行政管理部门作为企业信用信息平台的组建部门,以工商行政管理部门的信息资源为主,结合公安、税务、银行、海关、质监、药监等政府管理部门和各级司法机关掌握的企业因违法被实施行政处罚或刑事制裁的信息,组建统一的信息系统。

(2) 建立健全企业信用档案。健全企业信用档案,是推进企业信用体系建设的基础,

是政府部门对企业信用实施有效监管的先决条件。企业经济户口管理,是建立企业信用信息库的基本依托。建立健全企业信用档案,各级工商部门一方面要充分利用企业登记注册和企业年检等途径,加强对企业信用静态信息的采集,建立包括如企业名称、经营场所、经营范围、注册资本、法定代表人、公司简介、对外投资等等企业的基本情况。

(3) 大力培育信用服务中介组织,为企业信用评价的市场化提供主体基础。一是鼓励多元投资主体设立资信调查、信用征信、信用保险、信用评价、资产征信等服务企业;二是支持国内有实力和信誉的信息公司与有关行政机关联合开发信用信息软件,建立信息数据库,实现行政机关获取信用信息平台建设的资金支持和信用评价公司得到信息资源的“双赢”;三是建立信用服务企业行业协会,加强征信市场间的交流、研究和行业自律。

(4) 加强社会主义市场经济的道德建设,为中小企业的信用资源管理提供一个良好的外在发展环境。法律政策是一种外在的强制性的约束力量,而我国目前的部分法律仍然存在一些漏洞,这就需要借助道德的内在的自觉的约束力量,与法律相结合,有效地规范和约束市场经济主体的信用行为。

(5) 加快企业信用证的推广普及工作。企业信用证在国外企业和国际贸易中被普遍运用,实践证明是非常有效的。目前我国企业经营和社会信用中的很多问题正是由于信用工具不足造成的。推广企业信用证,可以减少企业资金清算中的不必要的麻烦,也会降低企业的经营风险。

参 考 文 献

- 1 俞建国.中国中小企业融资.北京:中国计划出版社,2002
- 2 陈乃醒.中国中小企业发展与预测(2002~2003).北京:经济管理出版社,2002
- 3 张秀生.国外中小企业的发展概况.北京:中国商业出版社,1999
- 4 李必强.市场经济中的信用、信用资源和信用机制.中国地质大学学报,2002(6)
- 5 中国企业家调查系统.中国企业信用现状.中国企业报,2002-8-9

我国商品市场化状况的问题及发展对策^{*}

阎虹

(济南大学管理学院 山东济南 250022)

摘要 始于1978年的经济体制改革,以“市场化”为基本取向,从培育市场主体、建立市场体系入手,开始了中华民族文明史上未曾有过的商品市场化进程。本文阐述了经过二十多年的发展,目前我国商品市场经济发展的状况,分析研究了我国商品市场化的程度与发展中存在的主要问题,分析了加入WTO对我国各生产要素市场的影响,进而提出了发展要素市场的对策与措施。

关键词 商品市场化 机遇 挑战 对策

一、目前我国商品市场化状况及其存在的问题

随着我国计划经济体制逐步向市场经济体制过渡,我国商品市场发展迅速,市场功能发挥较好,并告别普遍短缺的卖方市场。目前,除对关系国计民生的少数几种重要商品仍实行计划管理外,全国商品流通总量的85%以上通过市场机制实现资源配置。商品市场的发展在促进产需衔接、公平交易、价格形成、引导生产、合理配置资源、促进经济良性循环等方面的作用日益加强。

我国商品市场存在的问题:

1. 商品的全国性流通常受到地方保护主义和部门保护主义的干扰,不能真正自由流通。地区性和行业性的市场分割一直是阻碍全国统一市场形成的重大制约因素。一些农产品、日用工业品和生产资料的跨地区、跨行业的自然流通屡遭割裂。造成市场分裂的原因是:条块分割的流通体制尚未根本改观;地方财政包干体制使“条块分割”更加复杂化;市场主体规模小,交易半径短制约了市场的活动范围;产业政策的误导,造成区域经济趋同现象严重,使区际间可用于交易的商品与生产要素减少。

2. 市场主体自主权远未落实。政企不分依然妨碍企业成为独立的市场主体。国有商业、国有物资企业既要完成利润承包指标,又要承担政府调控市场的部分职能。市场紧张时,发挥流通“主渠道”的作用;市场疲软时,又要充当“蓄水池”的作用。这实际上混淆了企业与政府的不同职能,同时,使国有企业经营处于不利的竞争地位。

3. 缺乏强有力的市场中介组织,从而导致市场自我协调、自我组织的功能缺位。充当管理经济中介组织的大批行业协会,在协调行业生产经营活动、加强行业市场组织功能方面尚未起到充分作用,有名无实。许多急于建立的市场中介组织还未组建,尤其在农村,流通不畅的问题仍然存在。

此外,如要素市场发育的迟缓制约了商品市场的自我调节功能;政府职能的转换滞后,妨碍了商品市场的发育与运作;总供给与总需求的失衡,导致商品市场价格波动频繁;

^{*} 基金项目:国家社会科学基金资助(02BTJ003)。

管理市场的立法不健全与执法不严,导致市场秩序混乱等等,都是我国商品市场发育过程中有待解决的问题。

二、加入 WTO 我国商品市场的机遇与挑战

1. 我国出口商品的新机遇

多年来,我国商品的出口贸易主要集中在少数几个国家和地区,据资料表明,我国出口商品的 70% 销往北美和港澳,其中销往美国市场的商品近 20%;而对其他 100 多个国家和地区的商品出口仅占 30%。一些主要的贸易伙伴对我国商品的出口设置了重重障碍,使建立在双边基础上的最惠国待遇产生了不稳定性。另外,我国的纺织品出口,一直受到被动配额的限制,我国在劳动密集型商品方面的优势一直不能很好地发挥出来。加入 WTO 后,上述状况已经得到了改观。我国根据世贸组织的原则享受无条件的多边贸易最惠国待遇,通过双边谈判取得合理的市场准入权,刺激我国对外出口的发展。

加入 WTO,有利于商品市场价格竞争合理化开放。改革开放以来,国内许多行业由于很难有机会在国际舞台上一显身手,为了保住本企业的商品市场份额,只能与国内同行业之间进行竞争。而许多企业的竞争又往往采用价格竞争,使商品市场的竞争无序化。实际上,我国许多中低档日用商品的价格已经接近甚至低于国际市场水平。具体表现为:(1)目前食品类价格国外高于国内;(2)一般日用品类,包括纺织品、牙膏、洗衣粉、保温瓶、家具等,国外价格远远高于国内;(3)技术密集度不太高的商品,国外价格高于国内,如电冰箱、电风扇、收音机等;(4)部分生产资料如农产品材料、建材,国外价格高于国内。加入 WTO 后,使我国商品市场的范围扩大化,价格竞争更加合理化。

2. 加入 WTO 对我国商品市场的不利影响

(1) 对农产品市场的影响

加入 WTO 后,有利于农业向国际化迈进,更好地进入世界市场。从长远看,有利于提高我国农业的整体发展水平。但对近期来说,由于关税降低和非关税壁垒的撤除,开放国内市场等会给我国农业带来一些不利影响。

a) 国内粮价偏高,价格竞争优势完全丧失。我国粮食作物的价格比较优势已不存在,并将面临质量高、价格低的进口产品的冲击。尤其是美国部分农产品将进入我国挤占市场。

b) 关税保护程度降低,面临生存危机。长期以来,我国农产品进口主要靠非关税来调控,加入 WTO 后,我国将失去农产品非关税保护手段,最终会造成我国农产品关税水平低于其他发展中国家,这种状况对我国的农业保护是非常不利的。

(2) 对纺织、服装产品市场的影响

加入 WTO 后,我国的纺织业和服装业将直接受益,是利大于弊的一个行业。

a) 出口增加。纺织和服装业属于资源出口型和劳动密集型产业,对我国来说能充分体现劳动力低廉的比较优势,具有很大的竞争能力,会促进我国在这方面的出口。

b) 进口市场放开,有一定冲击。由于纺织业不属于幼稚产业,加入 WTO 后,预计纺织品的进口税率要从目前的 25% 左右降到 9% 以下,会对进口市场产生一定影响。

(3) 对信息产品市场的影响

我国的信息产业总的来看还是比较弱小,而国内市场容量非常大,所以加入 WTO 后,国内信息产业面临机遇与挑战。

a)对于通信运营业,挑战大于机遇。首先是国外电信企业在资金、技术、管理和市场经验方面,实力都大大强于国内电信企业。其次是我国的电信业还处于垄断时期,不习惯于竞争。

b)对于通信设备制造业,机遇大于冲击。入世后,会大大降低我国通信设备制造企业的生产成本,提高市场竞争力,并会加大产品出口。

(4)对汽车产品市场的影响

我国汽车业是在高关税、非关税贸易壁垒和高价格保护的条件下生存和发展起来的,加入 WTO 后,我国汽车业将直接面对国外低价格、高档次同类产品的激烈竞争。

a)国内市场被挤占。我国汽车业经过 40 多年的发展虽取得了长足进展,但是与西方发达国家相比,还相差很远。表现在,企业规模过大;技术开发能力严重滞后;轿车的价格偏高。

b)汽车行业面临大发展的机遇。首先,产业结构将会全面升级和调整。一些素质低、规模小、缺乏竞争力的小型汽车企业将在竞争中被淘汰,因此,我国汽车企业的兼并重组步伐将加快,会促进规模优势的形成和技术开发能力的提高。其次,会提高我国卡车、商务车、农用运输车的国际竞争力。加入 WTO 后,汽车业受冲击最大的是轿车,而卡车、商务车市场所受的冲击相对较小,农用运输车则基本不受冲击。

三、发展我国商品市场的对策研究

1. 完善我国商品市场的对策

(1)转变观念,确立敢于让私营和个体工商户唱主角的思想意识。随着市场经济的逐步确立,多种经济成分为商品流通注入了新的活力,大批私营和个体工商户参与了市场经济的竞争。现在,除了个别国家规定的专营商品外,凡是国营和集体能够经营的,私营和个体企业也都能够经营。私营和个体流通产业大军从总量上已远远超过现有国营和集体流通企业职工,形成了点多、面广、线长的竞争优势。事实充分说明,私营和个体企业充满着无限的生机和活力,理应也完全有可能唱主角。

(2)转变思路,确立以市场自我发育为主的经营方针。建什么样的市场,建多大的市场,都取决于消费者的需求,离开这个前提,凭主观臆断搞出来的市场只能是适得其反。要对本地的优势和劣势作全面分析,因地、因势、因时创建市场。山东荣成地处沿海,全市有海水浴场 10 多处,每年夏天,到海边游泳的人特别多,有些精明的经营者,就抓住这样的机遇,在海边办起了游泳衣、救生圈供应摊点和方便饮食摊点,生意十分红火,自然形成了市场。自主发育起来的市场应运而生,既不用行政干预,又无需政府投资,就可显示出旺盛的生命力。

(3)转变方式,确立产供销一体化的经营手段。商品市场包括批发和零售两个层次,如何把这两个层次搞好,关键因素之一在于货源的组织。我们对全国几个大的批发、零售市场进行考察发现,这些市场之所以发展迅速,很重要的一点,就是抓住一个商品龙头,用主件带动相关联的附件,实现社会化的自我分工、协作生产、系列化经营。这种做法的最

大好处:一是就地加工销售,购销成本低,价格便宜,对消费者具有较强的吸引力。二是便于快速抢占市场。三是就地加工销售,实行一品为主,多品配套,综合经营,可以带动相关产业的发展,形成紧密的产业链,便于促进区域经济的繁荣和群众的富裕。

(4)转变策略,确立以鲜明的地方特色取胜的竞争举措。一个商品市场有没有吸引力,除了商品的价格、质量、适销对路等因素以外,就是看这个市场有没有鲜明的特色。就国家整体而言,多门类、全方位发展一些市场,满足不同地区、不同层次的需要是完全有必要的,但相对区域经济来说,则要发挥区域优势,在特色经济上做文章。如江苏宜兴的陶瓷市场、无锡惠山的泥人市场、山东即墨的服装市场、山东荣成的渔货市场以及山东临沂的批发市场等,无论是怎样形成的,只要有特色,就有吸引力。

(5)转变职能,确立“放水养鱼”的发展目标。商品市场的发展,需要宽松的社会环境。现在有一个问题是多头插手,程序繁杂。一个市场尚未建成,收费的部门就来了一大批,搞了不少条条框框加以限制,致使许多市场就在这样的关卡中夭折。要想加速商品市场的建设步伐,使其迅速发展壮大,各级政府管理部门就必须转变职能,更新观念,努力做到多给予、少索取,多服务、少干扰,多开渠、少设堵。只有这样才能调动经营者的积极性,才能促进商品市场的尽快发育。

参 考 文 献

- 1 卢培胜,刘秀芹.商品市场建设刍议.山东经济战略研究,1997(6)
- 2 罗克文,马又良.“入世”对我国商品市场的影响与对策.商业研究,2000(6)
- 3 常修泽,高明华.中国国民经济市场化的推进程度及发展思路.经济研究,1998(11)
- 4 聂常虹.中国商品市场:问题、前景与建议.中国社会科学院研究生院学报,1997(5)
- 5 Paul A. Samuelson and William D. Nordhaus, 1998. Economics. The McGraw - Hill Companies Inc.
- 6 Richard Sendi. Housing Reform and Housing Conflict: The Privatization and Denationalization of Public in the Slovenie in Practice. International Journal of Urban and Regional Research, 1995(3)

《管理运筹学》案例教学模式初探

何 萍

(武汉工程大学经济管理学院 湖北武汉 430074)

摘 要 《管理运筹学》教学在一定程度上存在着“重数学算法、轻管理应用”的倾向。如何从实际问题出发、抽象出运筹学模型,如何将运筹学模型的计算结果用于管理决策重视不够。本文先分析了《管理运筹学》教学面临的问题,接着探究了《管理运筹学》案例教学模式整体思路,提出了《管理运筹学》案例教学模式组织实施的具体要求。

关键词 案例教学法 管理运筹学 教学研究

一、《管理运筹学》教学改革的必要性

《管理运筹学》是近几十年发展起来的一门新兴学科,该学科是管理专业重要的专业基础课。《管理运筹学》对强化学生的逻辑思维、提高学生的决策能力和水平起到了很好的作用。然而,《管理运筹学》的教学过程中,一定程度上存在着“重数学算法、轻管理应用”的倾向,教师往往比较侧重运筹学基本原理和算法的讲授,如何从实际问题出发、抽象出运筹学模型,如何将运筹模型的计算结果用于管理决策重视不够。

学生学习《管理运筹学》,注意力和学习精力全部集中在求解模型的数学推理过程上,不少学生觉得《管理运筹学》就是数学课,不少学生甚至把运筹学戏称为“晕愁”学。学生学习的积极性、主动性和创造性被大大地挫败。同时,学生学习了《管理运筹学》之后,并不知道如何将运筹学的理论方法用来解决实际问题,因为他们在学习过程中缺乏如何将管理过程中的问题抽象化为运筹学模型的训练和能力,缺乏根据实际问题构建运筹学模型的能力,缺乏如何将模型的分析结果运用于管理决策,从而提高决策能力和决策水平,提高管理科学化的水平,提高社会效益。

上世纪六七十年代到现在,《管理运筹学》不仅在方法论上得到了很大的发展,更重要的是求解《管理运筹学》的工具也得到了质的飞跃。上世纪六七十年代用人工计算的方法要经过长时间、复杂繁重、艰苦的工作才能求得或根本无法求解的《管理运筹学》问题,现在可以利用先进的《管理运筹学》应用软件,如 LINDO、LINGO、MATLAB、WinQSB 与 Expert-choice 等软件很快甚至瞬间求得。另一方面,由于《管理运筹学》主要是用于解决复杂大系统的各种最优化问题的,涉及的变量非常多,约束条件非常复杂,因而实际的运筹学模型往往非常庞大,必须借助于计算机才能够完成问题的求解。因此,在《管理运筹学》教学中,讲解一些计算的方法、原理是必要的,但是陷入复杂烦琐的计算则没有必要,要紧的是抓好计算机的两头——“入口”和“出口”,即命令计算机如何干活(把实际问题概括为计算机能识别的模型,输入计算机)以及把计算机求得的结果应用到实际中去(理解计算机输出所提供的信息,能对这些信息进行灵敏度分析和调整以解决实际问题)。

与此同时,科技进步与社会发展提出了培养信息社会高素质人才的要求,高等教育改革不断深化,《管理运筹学》教育面临着新的挑战,表现为在培养目标上对学生解决实际问题能力的强调和课时总体压缩的趋势。这就要求《管理运筹学》教师应摒弃过去那种只讲理论而轻视甚或忽视实践的教学模式,对《管理运筹学》教学模式进行改革。

本文作者尝试《管理运筹学》案例教学模式,坚持学以致用原则,用实际案例来阐明《管理运筹学》的理论与方法,重现运筹学的管理背景,在引导学生理解《管理运筹学》的基本理论和方法的基础上,把大幅度提高运用《管理运筹学》方法构建优化决策的能力作为教学的首要目标,从而达到激发学生学习《管理运筹学》的热情和创造性,提高学生科学决策的能力和科学决策水平,提高学生未来的执业能力的目的。

二、《管理运筹学》案例教学模式整体思路

案例教学模式在《管理运筹学》教学实践中的应用,是先通过精选的案例来复原典型《管理运筹学》问题的情景,旨在建立起学生应该掌握的《管理运筹学》理论框架;当学生掌握了方法后,再用我国经济管理的实际案例培养学生从问题中抽象出《管理运筹学》模型的能力,并将模型的求解结果结合实际的问题进行解析和应用。

因而,《管理运筹学》案例教学整体思路必须遵循“从案例中来,到案例中去”的原则,走“案例—理论—案例”的三部曲,实现两次质的飞跃。一是“从例到理”的飞跃,即从小型案例引出《管理运筹学》的基本概念和理论,引导学生发现模型建立基本规律,以例释理,达到能“举一反三”的目的。二是“从理到例”的飞跃,即从《管理运筹学》的不同理论、应用思路、应用环境和条件,分析大、中型复杂案例,启发学生运用《管理运筹学》基本概念,以例证理,从而获得解决实际《管理运筹学》问题的能力。

三、《管理运筹学》案例教学模式的组织实施

《管理运筹学》案例教学模式是一种全新的教学模式,在《管理运筹学》案例教学整体思路的驾驭指导下,还必须注重其教学实施程序并确保每一程序的有效组织实施,才能保证整个《管理运筹学》案例教学模式的成功。

(一)《管理运筹学》案例的设计

毋庸置疑,《管理运筹学》案例质量的高低直接影响着《管理运筹学》案例教学模式效果的好坏,教师应十分重视平时《管理运筹学》案例的收集和整理,可通过参加社会实践活动,深入企业收集实际工作中的《管理运筹学》案例;也可依据教学内容,参考有关资料,结合社会经济的实际状况,自行设计《管理运筹学》案例。不同类型的《管理运筹学》案例因其教学目的不同而有不同的要求。

1. 小型案例的目的在于阐述构建的运筹学模型对管理实际问题内在机理的表达,加深对《管理运筹学》概念的理解与应用,最重要的一步就是建立规范、完整的运筹学模型。因此,小型案例应通俗易懂、易教易学,应围绕培养学生对各个类型模型的适用条件、建立模型所要求的重要因素的理解来设计教师只需通过简明扼要的讲解来构建学生的知识与逻辑体系。对整个教学体系而言,要求设计的小型案例基本覆盖实际最常见《管理运筹学》问题的各个类型且各类型的算法要求有效而互不重复,从而为学生实际求解提供足够

的启示和指导。

比如,为了正确理解线性规划这个概念和建模过程,我参考一个只包含两个决策变量的案例,讲授建模过程的三大要素:决策变量的选择、环境约束条件的分析、决策目标的确定;然后通过图解法直观地解释可行域、可行解、基解、基本可行解、最优解、最优值的概念,加深了学生概念认识上的理解;再通过图解法的灵敏度分析,与学生一起研究线性规划的一些系数 c_i 、 a_{ij} 、 b_j 变化时,对最优解产生的影响,既启发学生对灵敏度分析概念的理解,又学会了如何利用灵敏度分析提供信息,进行灵敏的决策。

2. 分析大、中型案例的目的在于培养学生研究解决实际问题时的系统优化思想,从提出问题、分析建模、求解到方案实施的整套严密科学方法的掌握,增加实际问题的整体解决能力。

《管理运筹学》大、中型案例设计应与经济管理的实际背景相联系的,通过研究和分析各个行业、各种式样、各种难度的大、中型案例,接触到工商企业管理中遇到的实际问题,根据一些研究方法和分析技巧,对这些问题作出适当的判断和正确的决策。

一般而言,管理运筹学解决实际问题要分5个环节:(1)提出问题。学生应注意问题的真实性与新颖性、叙述的条理性。(2)模型假设。将问题分析并抽象假设,包括变量的表达与取舍。(3)建立模型。注意与所学模型相联系并检查模型假设条件与假设条件的一致性。(4)模型求解。(5)结果分析或小结。因此,建立求解模型,并非运筹学的目的所在,最终要让学生搞清楚结果的经济、管理效益,才是运筹学的真谛。

值得一提的是,对大、中型案例的引用和编写应注意分析数据的特征。案例中应有有效数据和无效数据、规范数据和部分不规范数据,设置必要的陷阱,要求学生在数据的采集、统计分析、归纳提取有效数据的基础上进行定量分析,从而训练、培养学生对数据资料的识别、分析和整理的能力,提高对有效数据的敏感度。另一方面,实际问题往往具有复杂性和多样性。对大、中型案例的选择不仅要能引导学生正确求解运筹学模型的方法,而且还要具有培养学生对计算结果进行合理性、可行性分析的特点,从而使学生对所确定的决策方案在实施过程中可能出现的问题进行有效分析、推断,实现教学的预设目标。

(二)《管理运筹学》案例的课堂教学

《管理运筹学》案例教学的组织是决定《管理运筹学》案例教学模式能否获得成功的关键环节。

1. 《管理运筹学》案例教学课前准备应充分,包括两个方面:一是教师,主要是教师要根据《管理运筹学》教学进度和教学要求选好案例,并认真备课,讲授并剖析与案例相关的理论知识,分析案例讨论中可能出现的任何问题,以提前查阅资料应对。为了引导学生的准备,教师可为学生准备《管理运筹学》学案,在《学案》中,可采取提纲式或连续提问式,大概描述此案例应讨论的问题及方向。二是学生,学生在课前应仔细阅读《管理运筹学》案例,并根据教师发放的《学案》搜集相关资料,或是独立准备,或是小组以讨论方式进行集体准备,对疑惑之处进行相互交流,以便为课堂中的案例讨论打好基础。

2. 《管理运筹学》案例教学课上讨论宜分小组进行,这样能使学生之间有更多了解和相互沟通,同时也培养学生的相互合作、协作的能力。人数一般以4~6人为宜,人太多,

讨论可能不专一;人太少,讨论可能欠深度。分组讨论的《管理运筹学》内容还可结合小组分析的内容加以适当的调整,避免盲目的或不着边际的讨论。同一个问题至少由两个组互不沟通的各自分析、讨论,使小组间产生竞争意识。每个小组确定一位中心发言人,负责记录和发言。在整个讨论中学生积极参与和发言,同时也锻炼了学生的口头表达能力,应变能力和掌握《管理运筹学》理论知识并灵活运用能力。

3.《管理运筹学》案例教学课讨论过程中,教师要努力创造良好的自由讨论的气氛和环境,把握和指导好《管理运筹学》案例讨论,让学生成为案例讨论的主角,教师不要直接表露自己的观点,避免对学生的思维造成定性影响。即使学生分析判断有误,教师也不必立即纠正,可采取故意提问的方式进行引导,教师通过有意识地提问,并将提出的问题逐条写出或通过投影机放映出来。应注意的是要逐步地、渐进地、适时地提出问题,这样可以很有效地吸引学生的注意力,引导学生能自觉地加以修正,使讨论问题不偏离目标 并将问题引向深入。

4.《管理运筹学》案例教学讨论结束后,教师应及时给予总结,做出恰如其分的评价,让学生清楚一个具体的《管理运筹学》实例当中涉及了哪些要素和运筹学基本理论,哪些是当前学习和了解的,哪些是还需以后进一步学习的。分析该次案例讨论的难点、重点、需要深入思考之处,并指出本次讨论不足之处与成功之处。最后,由全体学生或各组间进行评选,产生最优秀的组,加以表扬,给以高分。这样可以更有效地调动学生对《管理运筹学》案例分析、讨论的积极性,同时也满足了学生的参与感和成就感。

5.在《管理运筹学》案例教学课后,应组织学生进行案例报告的撰写。案例报告应包括以下内容:(1)背景介绍:分析解决一个企业或一个组织的管理问题。包括企业或组织的名称,业务范围,运营环境,面临的管理问题等。(2)选用的解决方案,模型变量、约束及参数的描述。(3)优化模型求解(包括软件实现)。(4)结果分析,实施建议。即对计算结果进行数据分析,结合实际问题给出可行性建议或决策分析。经过这一阶段,学生可理性地对所讨论案例进行思考总结,从而掌握正确处理和解决问题的思路和方法。案例报告以小组名义提交,所获成绩以合理方式分配给小组成员。教师也应对此案例报告评价,并在学生成绩表中打分。

总之,对《管理运筹学》进行案例教学模式改革,依照《管理运筹学》案例教学模式整体思路组织案例教学法的实施,是将《管理运筹学》的理论与我国工商管理的实际紧密结合的一个行之有效的方法。《管理运筹学》案例教学模式以“掌握理论、强化应用、突出能力”培养目标贯穿案例教学整个过程,强调基于信息技术平台进行启发式和互动式教学,将知识传授与能力培养紧密结合,通过一个个具体《管理运筹学》案例的讨论和思考,来激发学生的学习热情和主动性,巩固学生的课堂认知,帮助学生掌握教学难点,提高学生的运筹思维能力和解决实际问题的能力。

参 考 文 献

- 1 韩伯棠.管理运筹学.北京:高等教育出版社,2004
- 2 吴振奎.运筹学中的转化思想.北京:运筹与管理,2003,12(1)