

铁路干部培训系列教材

社会主义市场经济理论与实践

铁道部人事司

中国铁道出版社



5.5

98
F045.5
217
2

铁路干部培训系列教材

社会主义市场经济理论与实践

成 真 主编

70002/13 癸 亥



3 0105 2556 0

中 国 铁 道 出 版 社

1997年·北京



C

446159

(京)新登字 063 号

内 容 简 介

本书是根据铁道部“九五”期间干部培训主干课教学大纲和铁道部人事司召开的铁路干部培训教材编写会议精神编写的。其内容主要包括:社会主义市场经济体制的建立;社会主义市场经济的所有制基础;市场经济与现代企业制度;公司的造型与组建;国有资产管理与经营;培育和发展市场体系;建立健全宏观经济调控体系;建立与完善社会保障制度等。

本书作为铁路领导干部培训教材,也可供从事铁路管理工作的有关人员参考。



铁路干部培训系列教材 社会主义市场经济理论与实践

成 真 主编

*

中国铁道出版社出版发行

(100054·北京市宣武区右安门西街8号)

铁道部第十八工程局印刷厂印

责任编辑 郭 宇 封面设计 李艳阳

1997年7月第1版第1次印刷

开本:787×1092^{1/32} 印张:7.25 字数:158千字

印数:1—30000

ISBN7-113-02741-5/G·86 定价:4.50元

铁路干部培训系列教材编委会

顾问：盛光祖 何振山
编委会主任：安立敏 洪 治 陈锡生
编 委：张彦荣 田李明 王葆珍
方学邦 成 真 洪银娴
常艳颖 王稼琼 祝祖强
欧国立

前 言

处在本世纪末激烈竞争中的铁路企业,要深化改革,实现两个根本性转变,必须建立一支高素质的干部队伍。要使我们干部能够抵制资产阶级腐朽思想和价值观念的侵蚀,经得起改革开放的考验;使思想观念与日趋激烈的市场竞争相适应、道德水准与发展社会主义市场经济的价值取向相适应、经营管理水平与建立市场经济体制和现代化建设相适应,承担得起领导铁路两个转变和现代化建设的重任,必须加大干部培训工作的力度。

铁道部、铁道部政治部关于《铁道部1996~2000年干部培训规划》(简称《规划》)提出了铁路干部培训的主要内容。为落实《规划》,铁道部人事司先后组织有关专家论证,制订了“九五”期间铁路企业干部培训主干课程教学计划、教学大纲。经试行并对教学大纲进行修改后,组织铁道部党校(干部学院)和北方交通大学有关教师编写了《建设有中国特色社会主义理

论》、《社会主义市场经济理论与实践》、《管理经济学》、《企业经营战略》、《企业财务管理》、《市场营销》、《经济法概论》等七册“九五”铁路干部培训系列教材。这套教材将与“铁路现代企业管理”系列教材配套,成为铁路企业站段(队)以上领导干部和后备干部岗位培训教材,也可供铁路其他干部培训和自学选用。

搞好教材建设是保证培训质量的基础性工作,也是搞好培训工作的关键性环节。这套教材针对铁路企业所求、干部所需,力图贯彻理论联系实际的原则,体现“教育要面向现代化,面向世界,面向未来”的精神。由于时间仓促,内容和表述上难免有不妥之处,欢迎各方面同志提出宝贵意见。

编委会

1997年6月16日

目 录

第一章 社会主义市场经济体制的建立	1
第一节 市场经济的一般原理	1
第二节 社会主义市场经济	10
第三节 建立和完善社会主义市场经济体制	15
第四节 建立适应社会主义市场经济的铁路 新体制	21
第二章 社会主义市场经济的所有制基础	27
第一节 社会主义市场经济的所有制结构及其客观 必然性	27
第二节 坚持公有制经济的主体地位	33
第三节 允许和鼓励非公有制经济的发展	41
第三章 市场经济与现代企业制度	46
第一节 市场经济条件下的企业制度	46
第二节 现代企业制度及其基本特征	54
第三节 建立现代企业制度的客观必然性	60
第四节 深化铁路企业改革,建立现代企业制度	64
第四章 公司的选型与组建	73
第一节 现代公司产生的客观必然性及其 基本特征	73
第二节 公司类型的比较及选型的原则	80

第三节 公司组建的基本程序	87
第五章 国有资产管理与经营	93
第一节 国有资产的管理	93
第二节 国有资产的经营	108
第三节 铁路国有资产管理体制改革	118
第六章 培育和发展市场体系	124
第一节 市场、市场机制和市场体系	124
第二节 市场体系的客体结构	130
第三节 市场体系的时间结构	147
第四节 市场体系的空间结构	152
第五节 市场中介机构与市场管理	157
第六节 铁路运输市场	158
第七章 建立健全宏观经济调控体系	163
第一节 宏观调控是社会主义市场经济体制的重 要环节	163
第二节 宏观调控的方式和目标	169
第三节 宏观调控的手段	177
第四节 转变政府职能,增强国家宏观调控能力	192
第八章 建立与完善社会保障制度	199
第一节 社会保障制度的内容及其作用	199
第二节 我国社会保障制度改革的必要性	202
第三节 我国社会保障制度改革的思路	207
第四节 铁路行业保障体系的建立	216
主要参考文献	222
后 记	224

第一章 社会主义市场经济体制的建立

党的十四大报告明确指出：“我国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济体制，以利于进一步解放和发展生产力。”本章主要阐明市场经济的一般原理，分析社会主义市场经济的特点，研究、探索怎样建立和完善社会主义市场经济体制。

第一节 市场经济的一般原理

一、市场经济的含义

市场经济是以市场为基础，主要通过市场机制的作用来调节社会经济活动，配置社会资源的一种经济运行方式。在这种经济运行方式下，市场在资源配置中起基础性作用，经济运行以市场为中心，市场成为经济运行的基本导向，市场是商品经济运行的枢纽。这就是说生产什么？怎样生产？为谁生产？基本上由市场需求来决定。

（一）市场经济是有效配置社会资源的方式

任何社会都存在资源稀缺问题，因为在一定的时间和一

定技术条件下,可以利用的资源总是有限的。因此,有效的配置资源是社会经济运行核心问题。所谓有效的配置资源,就是把有限的人力、物力、财力等资源,合理地配置到国民经济的各个部门和各个企业中去,使它在生产过程中得到有效的利用。第一,把有限的资源配置给那些生产经营好、经济效益高的生产部门或企业去使用;第二,把有限的资源用于生产社会急需的产品,从而实现资源优化配置。

在现代社会中,资源配置的方式一般有两种:一种是计划配置方式,即资源配置以计划为主体,这种经济叫计划经济;一种市场配置方式,即资源配置以市场为主体,这种经济叫市场经济。当今世界各国经济发展的实践表明,市场经济遵循价值规律的要求,以市场为基础,及时提供各种经济信息,灵敏反映市场供求关系的变化,自动调节经济运行,通过市场竞争优胜劣汰,从而成为有效配置社会资源的方式。

(二)市场经济是发达的商品经济

市场经济和商品经济是两个既有联系又有区别的概念。所谓商品经济,就是在社会分工发展的基础上形成的交换经济。因为,商品就是为交换而生产的劳动产品,市场是商品交换关系的总和,任何商品都要通过市场交换的检验,才能实现其价值,成为真正的商品。可以说,市场经济和商品经济都是以市场为基础,把商品生产者紧密联结在一起,并通过交换实现其物质利益关系。

但是,市场经济与商品经济又有区别。从历史发展的角度上看,市场经济是商品经济发展到一定阶段的产物,不是商品经济发展的任何阶段都可以导致市场经济的产生。只有当商品经济发展到一定高度,商品生产和商品交换成为普遍的方式,市场成为社会资源的主要配置机制时,才形成市场经济。

所以,市场经济是高度社会化和市场化的商品经济,它是商品经济发展的高级阶段。由商品经济发展为市场经济是一个历史性的进步,是商品经济发展的必然结果。

(三)市场经济并不排斥计划调节

市场经济是有效配置资源的方式,但市场不是万能的,它同其他任何事物一样,既有长处,也有短处。因此,搞市场经济并不排斥计划调节。首先,从宏观经济上看,国家计划是宏观调控的重要手段。加强宏观调控是市场经济的内在要求,因为现代市场经济不是自由放任的市场经济,宏观调控贯穿于整个市场经济运行之中,政府要围绕一定的经济目标进行调节或控制。其次,市场调节带有一定的自发性、盲目性和滞后性,在某些领域市场不起调节作用。要发挥宏观调控全局性、战略性和政策性的功能,弥补市场自发性、盲目性和滞后性的缺陷,就应该搞好计划调节,加强宏观调控。

二、市场经济的基本特征

所谓特征,就是一种事物区别于其他事物的特别明显的标志,是一种事物的本质表现。市场经济的基本特征是区别于计划经济的特别明显的标志,是市场经济质的规定性的表现。市场经济的基本特征是不以社会制度为转移的,无论对于资本主义经济还是社会主义经济,都是普遍适用的。这些基本特征主要有五个方面。

(一)自主性

自主性是指参加市场经济活动的主体必须是自主经营、自负盈亏的商品生产者和经营者,具有独立的权利、责任和利益。企业只有具备充分的自主性,真正成为自主经营、自负盈亏的法人实体,才能根据市场供求状况,自主选择自己的生产

经营目标和方向,从市场上得到生产要素,向市场销售产品,实现商品的价值,通过市场合理地利用资源,有效地开展经济活动。

(二)竞争性

竞争是商品经济内在本质的外在表现,是市场经济的重要特点,是市场活力的灵魂。在市场上买卖双方为了争夺有利的生产和销售条件,围绕商品的价格、质量而展开激烈的竞争。竞争对每个商品生产和经营者来说,既是巨大的压力,也是巨大的动力,它迫使每个企业都必须面向市场,了解市场供求关系变化,降低成本,全面提高产品和服务质量,这样才能在竞争中取胜。

(三)平等性

平等性是指市场经济活动是平等的商品交换关系,通行等价交换的原则。平等性主要表现在三个方面:第一,参加市场经济活动的当事人没有高低贵贱之分,无论是大企业、小企业,国有企业、非国有企业在市场上都一律平等;第二,“商品是天生的平等派”,它要求实行等价交换;第三,在市场经济活动中,买卖双方必须是自愿的,不能附加任何特权,反对强买强卖,欺行霸市。

(四)开放性

市场经济是建立在社会分工和商品生产基础上的一种开放型经济。商品生产者对经济利益的强烈追求,要求商品和生产要素在全社会范围内流通,合理配置社会资源;一切生产经营活动都卷入到全国乃至全世界的大市场之中。因此,它要求市场向国内、外开放,不允许进行条块分割,人为地封锁垄断。

(五)法制性

市场经济是法治经济,它要求所有经营管理活动,都必须

按照一套科学、完整的法规体系来进行。企业要依法经营、遵纪守法；管理部门要按照有关的法律、法规去规范各类经济活动。同时要用完备的市场法规来保护市场主体的正当利益，保障市场经济的正常运行。

三、市场经济的基本规律

经济规律是经济现象之间的内在的本质联系。市场经济的运行，必须遵循一定的客观经济规律，市场机制才能充分发挥其作用，达到合理配置社会资源的目的。支配市场经济运行的经济规律主要是价值规律、竞争规律和供求规律。

（一）价值规律

价值规律是商品经济的基本规律。在市场经济条件下，价值规律支配着商品生产和商品交换，制约着市场经济的一切主要方面和主要过程。因此，价值规律也是市场经济的基本规律。

1. 价值规律的内容和表现形式

价值规律的主要内容是：商品的价值由生产商品的社会必要劳动时间决定，商品交换按照价值量相等的原则进行，实行等价交换。

价值规律要求商品实行等价交换，是通过竞争和价格波动来实现的。市场竞争是价值规律充分发生作用的条件；市场供求关系引起价格围绕价值上下波动，是价值规律发挥作用的表现形式。在市场经济条件下，价格与价值并不总是一致的。竞争会引起商品供求关系的不断变化，当供大于求时，商品的价格会低于价值；供小于求时，商品的价格又会高于价值，但从长时期或从全社会看，商品的总价格与总价值仍然是相等的。价格围绕价值上下波动，并不是对价值规律的否定，而是价值规律发生作用的表现形式。正如恩格斯指出：“只有

通过竞争的波动从而通过商品价格的波动,商品生产的价值规律才能得到贯彻,社会必要劳动时间决定商品价值这一点才能成为现实。”^①

2. 价值规律在市场经济中的作用

(1)调节作用。它主要是指调节社会劳动在各个不同部门之间的分配,也就是调节商品生产和商品流通,促进资源优化配置。这种调节作用是通过市场来实现的。当某种商品的价格高于价值时,商品供不应求,表明生产这种商品有利可图,于是生产这种商品的企业就会扩大生产规模,同时也会吸引更多的商品生产者来生产这种商品。反之,当某种商品的价格低于价值时,就表明某种商品已供过于求,再生产这种商品已无利可图,甚至发生亏损,这样就迫使商品生产者缩小生产规模,把生产资料和劳动力转移到其他有利可图的生产部门中去。在市场经济中,价值规律就像一只“看不见的手”,通过价格围绕价值上下波动来引导生产者的行为,从而调节社会总劳动在各个生产部门之间的分配,实现资源优化配置。

(2)刺激作用。价值规律能促使商品生产者不断改进生产技术,加强经营管理,降低生产费用。按照价值规律的要求,商品的价值量是由生产商品的社会必要劳动时间来决定的。当某个生产商品的个别劳动时间高于社会必要劳动时间时,它在市场竞争中就处于不利地位,就会发生亏损,甚至破产倒闭;当其个别劳动时间低于社会必要劳动时间时,由于商品还是按照社会价值出售,这样企业就能获得更多的利润。各个商品生产者为了获得更多利润,互相之间展开激烈的竞争。这样价值规律又是一条无形的鞭子,驱使商品生产者不断改进生

^① 《马克思恩格斯全集》第21卷,第215页。

产技术,采用先进设备,改善经营管理,提高劳动生产率,从而推动整个社会生产力的发展。

(3)优胜劣汰作用。价值规律会导致商品生产者优胜劣汰,促进社会经济效益的提高。在市场经济条件下,各个商品生产者和经营者的生产经营条件、商品质量、价格、服务质量等都存在差异。生产条件好的,耗费个别劳动时间较少的企业,在竞争中就处于有利地位,获利较多,发展较快;生产条件较差的企业,由于受主客观条件的限制,没有力量添置新的技术装备,在竞争中就处于不利地位,甚至被淘汰。价值规律这种优胜劣汰的作用,能够促进整个社会经济效益的不断提高。

(二)竞争规律

竞争是商品经济的必然产物,是市场经济的内在属性和固有规律。在市场经济条件下,各市场主体争夺经济利益的必然性,叫竞争规律。马克思指出:商品生产者“不承认任何别的权威,只承认竞争的权威,只承认他们互相利益的压力加在他们身上的强制。”^①

在市场经济条件下,竞争规律强制地制约着人们的行动。首先,在市场经济条件下,商品生产者之间的关系,集中表现为经济利益关系,只有通过竞争并实现商品的等价交换原则,才能调节商品生产者之间的关系。其次,只有通过竞争的外部强制作用,才能把商品的内在属性表现出来。比如,只有通过竞争从而通过商品价格的波动,社会必要劳动时间决定商品价值的必然性才能成为现实,价值规律的作用才能得到贯彻。

竞争分为部门内和部门间两种竞争。部门内竞争的基础,是同类商品的生产由于劳动耗费的不同,具有高低不同的个

① 《马克思恩格斯全集》第23卷,第394页。

别价值,通过竞争使商品的各种不同的个别价值形成一个相同的市场价值和市场价格。部门间竞争的基础,是不同部门由于条件不同,存在着不同的利润率,竞争结果使不同部门之间的利润率趋于平均化,形成平均利润。

在市场经济条件下,竞争是推动社会进步和生产力发展的一个重要因素。因为市场竞争在相当广阔的范围内培植人们开拓进取、大胆创新的首创精神,推动各个企业积极进取,改善经营,提高商品和服务质量。特别是部门间竞争,会促使各个市场主体开辟新的生产领域、发展新兴产业,扩大产品的种类,从而提高劳动生产率,推动技术进步和生产力的发展。

(三)供求规律

供求规律是在价值规律作用过程中,商品的市场供给同有支付能力的需求之间所具有的内在联系和趋于平衡的客观必然性。

商品的供给与需求是同市场紧密相联的。供给是某种商品的生产者或者售卖者投入市场或要投入市场的商品总量;需求是这种商品的消费者或购买者从市场取走或要取走的商品总量。商品的供给与需求之间的关系,实质上是生产与消费关系在市场上的反映,彼此要求对方在量的方面(包括使用价值的数量、品种、质量和价值量)与之相适应,这是社会化生产正常进行的必要条件。但是,由于市场上形成供求双方的因素经常变动,所以供给与需求在客观上就必然存在着供求相适应、供不应求、供过于求几种形态。当商品供不应求时,就会拉动价格上涨,刺激生产,抑制需求;供过于求时,商品价格下跌,抑制生产,刺激需求,从而缓解供求矛盾。可见供给和需求之间的关系,总是依着从不平衡到平衡,又从平衡到不平衡的趋势运动着。

在市场经济条件下,供求规律的作用与竞争规律的作用是紧密相联的。竞争可以是商品生产者之间的竞争或购买者之间的竞争,以及商品生产者和购买者之间的竞争,但无论哪一种形式的竞争都是同供求关系联系在一起的。供求规律反映的社会经济关系在竞争中得到实现,没有竞争供求也就无法发挥作用。

在市场经济中,竞争、供求是普遍的经济现象。竞争规律、供求规律不是孤立地发挥作用,它们借以发生作用的基础是价值规律。因此,必须在价值规律的基础上阐述竞争规律和供求规律,不能撇开价值规律,用竞争和供求关系来说明商品价值及其价格的形成和变动。

四、市场经济的基本功能

市场经济的功能,是由市场经济的内在要素及其运动规律所决定的。市场经济发展的实践表明,市场经济具有以下基本功能。

(一)调节功能

调节功能的市场机制通过价格波动引导生产要素合理流动,实现社会资源优化配置的功能。市场是经济运行的自动调节器。它不需要支配具体生产活动的中央计划部门,因而也无需该部门对具体生产活动下达指令性计划,只是通过价格的涨落,就可以指挥千千万万的商品生产者和经营者,自动调节市场的供给和需求,使各种资源流向利用效率最高的地区、部门和企业中去,实现资源的优化配置。

(二)信息传递功能

市场是一个巨大的信息库,各种经济信息,如价格和供求关系的变动、消费需求的动向、竞争对手的投资意向、科技成