

经济管理基础

顾金峰 程培埏 主编

JINGJI GUANLI JICHU

中国矿业大学出版社

China University of Mining and Technology Press

育系列教材

经济管理基础

主 编	顾金峰	程培垠
副主编	阳金萍	张建春
	姚 琴	

中国矿业大学出版社

内 容 提 要

本教材从经济的基本宏观问题和规律介绍入手,围绕企业管理这条主线而编写。本书共 14 章内容,包括经济组织的基本问题、经济活动的基本规律、企业管理的基本原理、企业外部环境分析、企业经营战略管理、企业经营计划管理、企业市场营销管理、企业技术管理、企业生产管理、企业质量管理、企业人力资源管理、企业会计基础、企业财务管理、企业经营综合实训等内容。

本教材适合高职院校非经管类专业开设经济管理类课程使用,也可以供对经济管理知识有兴趣的社会读者阅读。

图书在版编目(CIP)数据

经济管理基础/顾金峰,程培堃主编. —徐州:

中国矿业大学出版社,2012.12

ISBN 978 - 7 - 5646 - 1744 - 8

I. ①经… II: ①顾…②程… III. ①经济管理—教材 IV. ①F2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 297043 号

书 名 经济管理基础

主 编 顾金峰 程培堃

责任编辑 张怡菲 陈振斌

出版发行 中国矿业大学出版社有限责任公司

(江苏省徐州市解放南路 邮编 221008)

营销热线 (0516)83885307 83884995

出版服务 (0516)83885767 83884920

网 址 <http://www.cumtp.com> E-mail: cumtpvip@cumtp.com

印 刷 淮安淮海印务有限公司

开 本 787×1092 1/16 印张 16 字数 400 千字

版次/印次 2012 年 12 月第 1 版 2012 年 12 月第 1 次印刷

定 价 36.80 元

(图书出现印装质量问题,本社负责调换)

农业高职院校素质教育系列教材编委会

主 任 徐向明 成海钟

副主任 陈忠辉 钱剑林 朱伟方 夏 红

成 员 顾金峰 束剑华 尤伟忠 蔡 健

程培埕 陈素娟 袁 栋 沈雪林

总 序

高等职业教育的课程设计应以满足社会需要为宗旨,以强化职业能力内涵为目标,以提高人的综合素养为目的。近几年来,由于社会的不断进步,市场经济的快速发展,行业企业对人才的要求也在不断变化,开始从单纯的具体岗位的单项操作性技能,扩展为懂技术、会经营、善管理、素质高等综合能力。这就要求我们的毕业生,无论什么专业,都必须具备一定的经济管理知识和技能,这样才能更好地适应社会,才能更好地满足企业的用人要求。苏州农业职业技术学院经济管理类专业的毕业生主要面向农村经济和社会发展,为“三农”服务。很大一部分经济管理类专业毕业生去农业企业、农业园区、农业专业合作社等单位就业。根据用人单位反映,这类毕业生普遍缺乏基本的农业基础知识。农业不同于其他行业,在生产、经营和管理方面存在其特殊性,了解基本的农业基础知识,掌握基本的农业生产技能是在农业类企业做好经营管理工作的必要条件。鉴于此,经过专家论证,苏州农业职业技术学院决定在非经管类专业中开设“经济管理基础”公选课;在经济管理等非农业类专业中开设“现代农业基础”公选课。我们相信,两门公选课的开设对全面培养学生综合素质、拓宽学生就业领域,更好地满足社会需求能够起到重要作用。为此,苏州农业职业技术学院组织团队编写了这套素质教育系列教材,团队成员中既有教学经验丰富的教师,也有来自企业生产、经营管理一线的技术骨干和领导。经过近两年的努力,这套教材终于付梓出版。

作为教学改革의 试验,本系列教材难免存在不足和缺憾,而且现实的发展也在不断地产生新现象、新问题,这需要作者在后续的修订过程中不断地弥补、充实和完善。期待着编写团队再有更多更好的佳作问世。

编 者

2012年8月

前 言

本教材作为农业高职院校素质系列教材之一,主要面向非经济管理类专业学生,其目的在于使非经济管理类专业学生能够掌握一定的经济管理基础知识和基本技能,成为有技术、懂管理、会经营的复合型人才。因此,本教材在编写过程中始终坚持基础性、综合性、实用性和实践性原则。

本教材具有以下特点:① 结构完整。根据本教材使用对象,坚持针对性原则,以企业主要管理领域作为框架,涵盖了企业完整的运作环节和经营实务,每一章均贯穿以案例、原理和方法论,内容结构具有完整性。② 重点突出。经济管理方面的内容很多,把所有内容浓缩在一本教材中是不现实的,因此,教材力求删繁就简、取其精华,常识性知识点到为止,重点和难点问题则结合实例,力争讲深讲透。③ 关注能力。教材坚持“理论知识传授与职业能力培养相互协调”的原则,基础理论以必需、够用为度,强调实践性和应用性,并在最后一章安排了企业经营管理的综合模拟实训,以强化训练学生的经营管理技能。

本教材从经济的基本宏观问题和规律介绍入手,围绕企业管理这条主线而编写。本书共14章内容,包括经济组织的基本问题、经济活动的基本规律、企业管理的基本原理、企业外部环境分析、企业经营战略管理、企业经营计划管理、企业市场营销管理、企业技术管理、企业生产管理、企业质量管理、企业人力资源管理、企业会计基础、企业财务管理、企业经营管理综合实训等内容。

本教材由苏州农业职业技术学院教师、苏州八爪鱼在线旅游发展有限公司和华润超市(苏州)有限公司、苏州海诚会计代理有限公司等企业经营管理人员合作编写,企业经济管理人员的参与有助于保证本教材的针对性、实用性。本教材由顾金峰、程培堃担任主编,阳金萍、张建春、姚琴担任副主编。具体编写分工如下:程培堃编写第一章、第三章,顾金峰编写第二章、第七章,王晓静编写第四章,张建春、袁栋编写第五章、第六章,何刚编写第八章,冯琳编写第九章、第十四章,殷志扬编写第十章,阳金萍、王晓婷编写第十一章,林德明编写第十二章,姚琴、沈雨珠编写第十三章。

本教材适合于高职院校非经管类专业开设经济管理类课程使用。教师在授课时,可结合专业本身特点,对内容有所取舍,突出重点。本教材也可以供对

经济管理知识有兴趣的社会读者阅读。

本教材在编写过程中,参阅、引用了大量的书籍以及网络资料,在此特向所有的作者表示衷心的感谢!由于编者水平有限,编写过程中难免出现不当之处,恳请读者谅解和指正!

编 者

2012年8月

目 录	
总序	1
前言	1
第一章 经济组织的基本问题	1
第一节 经济活动与经济组织	1
第二节 经济资源与经济增长	2
第三节 经济体制	4
第四节 市场机制和政府在经济生活中的作用	5
第二章 经济活动的基本规律	12
第一节 稀缺性规律	12
第二节 边际收益递减规律	14
第三节 分工理论 and 专业化	15
第四节 规模经济理论	17
第三章 企业管理的基本原理	20
第一节 管理概述	20
第二节 管理者的职责与技能	23
第三节 管理的基本职能	28
第四节 管理的主要思想及演变	31
第四章 企业外部环境分析	39
第一节 企业外部环境要素	39
第二节 企业外部环境分析方法	48
第五章 企业经营战略管理	54
第一节 企业战略概述	54
第二节 企业成长战略	58
第三节 企业竞争战略	65
第六章 企业经营计划管理	72
第一节 企业经营计划概述	72

第二节 企业经营计划的编制	78
第三节 企业年度经营计划	85
第七章 企业市场营销管理	94
第一节 目标市场决策	94
第二节 产品设计与策划	98
第三节 渠道策划与管理	100
第四节 营业推广促销策划	104
第五节 定价策略	107
第八章 企业技术管理	113
第一节 技术与技术管理	113
第二节 技术改造管理	117
第三节 技术引进管理	119
第四节 技术创新	124
第五节 新产品开发	130
第六节 价值工程	134
第九章 企业生产管理	138
第一节 生产管理概述	138
第二节 生产的类型	140
第三节 生产过程的组织	142
第四节 生产计划与生产作业计划	148
第十章 企业质量管理	152
第一节 质量管理概述	152
第二节 全面质量管理	155
第三节 质量管理体系与质量认证	159
第四节 质量控制的统计方法	163
第十一章 企业人力资源管理	168
第一节 人力资源管理概述	168
第二节 人力资源规划	171
第三节 职务分析	176
第四节 员工培训与开发	180
第五节 绩效管理	182
第十二章 企业会计基础	189
第一节 会计基本概念	189

第二节	会计基本原理·····	191
第三节	会计核算的基本内容·····	196
第四节	会计工作的基本流程·····	201
第十三章	企业财务管理·····	209
第一节	企业财务管理概述·····	209
第二节	企业资金筹集·····	214
第三节	企业资金营运管理·····	220
第四节	企业投资管理·····	225
第五节	财务分析·····	227
第十四章	企业经营管理综合实训·····	233
参考文献	·····	242

第一章 经济组织的基本问题

【学习目标】

- (1) 了解社会经济活动的过程。
- (2) 了解经济组织(企业)的产业分类和主要活动。
- (3) 了解经济资源问题以及经济增长方式。
- (4) 掌握两种经济制度的主要含义。
- (5) 理解市场配置资源机制和政府在经济活动中的作用。

第一节 经济活动与经济组织

经济社会是由无数个“微观”的单位(从事生产的单位和进行消费的单位,分别称之为生产者和消费者)所构成的。一般认为,企业代表生产单位,家庭代表消费单位。如图 1-1 所示,家庭为了从消费行为中得到最大的满足(“效用”),需要到商品市场上购买消费品(有形的“产品”和无形的“服务”);而向商品市场提供消费品的是厂商或企业,它们之所以愿意向消费者提供有形或无形的商品,目的就是为了从这种生产行为中取得最大的利润。为了进行生产,企业必须在生产要素市场上进行购买,以便获得生产过程所需的人力、土地、机器设备、原材料、资金、技术和技能等“资源”的投入;相应地,资源拥有者在向企业提供这些投入品的同时,也产生工资、地租、利息和其他的收入。消费单位依靠这些收入作为购买消费品的货币支出,花在企业生产过程所产出的产品和服务上。这样,就形成了整个经济活动的过程。

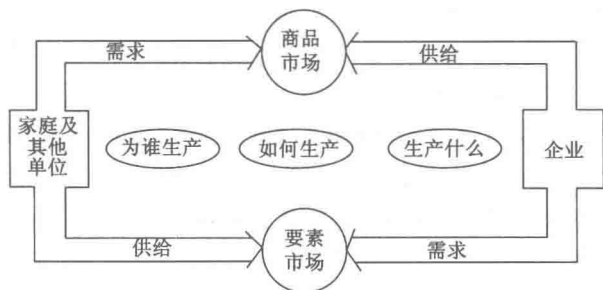


图 1-1 经济活动的过程

在整个经济活动中,企业、消费者都要与市场发生直接的联系。从社会角度考察,任何一个经济体都面临三个基本问题,也就是生产什么、生产多少、如何生产、为谁生产的问题。从企业角度来观察,也就是企业使命确定中面临三个相互关联的问题,即满足谁的需要(顾客群)、用什么来满足需要(产品或服务类别)、怎么满足需要(竞争战略),对这三个问题的不

同侧重,也就形成了企业生产经营的不同阶段。如图 1-2 所示,在生产经营的第一阶段,企业通常考虑“自己擅长生产什么,就生产什么”,既不注意顾客的需要,也不注意竞争者的存在,我们可以说它采取的是一种生产者导向;在第二阶段,企业开始注意针对顾客的需要进行生产,考虑“市场真正需要什么,我就生产什么”,是一种顾客导向;在第三阶段,企业密切注意竞争对手的存在与动向,采取“领先对手生产什么,我也生产什么”的行动方针,这是一种竞争者导向;而在现代企业经营阶段,企业必须既注意顾客也注意竞争者,做到顾客导向与竞争者导向兼顾、平衡,这才是真正意义上的市场导向。



图 1-2 顾客导向与竞争者导向的平衡

综合考虑经济组织的三个基本问题,企业应该着眼于如何能比竞争对手更有效率和更有效能地满足顾客的需要。

根据企业用以满足顾客需要所提供的“商品”(产品和服务)性质的不同,我们可以将从事商务活动的各类经济组织(通称为工商企业)区分为三大产业领域:第一产业企业,主要利用自然资源从事初级产品的生产,包括农、林、牧、渔业。第二产业企业,主要对初级产品进行加工活动,包括重工业和轻工业、制造业、采掘业、电力煤气及水的生产和供应业以及建筑业等。第三产业企业,包括流通和服务两大部门,前者如批发和零售贸易业、餐饮业、仓储业、交通运输业、邮电通讯业,后者则为生产和生活的服务部门(如金融保险业、地质勘查业、房地产、公用事业、居民服务业、旅游业、咨询、信息服务业和各类技术服务业),为提高科学文化水平和居民素质的服务部门(教育、文化、广播电视事业,科学研究事业,卫生、体育和社会福利事业)以及为社会公众需要的服务部门(国家、党政机关,社会团体,军队和警察)等。第三产业的兴旺发达,是现代化经济的一个重要特征,但第三产业的发展要以第一、第二产业为基础,并为第一、第二产业的发展服务。

不论企业处于何类产业之中,其生产经营活动过程的实现都包括供应、生产和销售三大环节。也就是,企业必须在生产要素市场上筹措(采购、供应)生产活动所需的各种投入,然后经过生产环节将这些投入转换为产出,同时在商品(包括产品和服务)市场上将产出卖出,以获得预期的收入。由产出换得的收入与取得投入要素所付出的支出相抵后,剩余的部分就是企业的利润。利润是企业经济效益好坏的综合表现,关于这一问题我们还将作进一步的分析。

第二节 经济资源与经济增长

企业从事生产经营活动需要三个物质要素:土地、劳动力和资本。除了从事农、林、牧、副、渔、采矿、交通、基础设施和其他需大量占用土地的生产活动外,大多数企业的物质要素

主要是劳动和资本。劳动是经济增长的基本要素,但不是唯一的要素。有些行业劳动投入很少,产量和收入却很高,原因就是非劳动因素起了主作用。这些非劳动因素中,资本是一大因素。我们把以劳动力投入为主,或者说单位资本吸纳较多劳动力的产业叫做劳动密集型产业(如玩具、服装制造业和农业);把以资本投入为主,或者说单位资本吸纳较少劳动力的产业叫做资本密集型产业(如钢铁冶炼、机械制造业)。但不管是哪一个产业,其生产过程都离不开资本和劳动的组合,离不开资本投入。这里,资本不单纯是钱,还包括厂房、机器设备、车辆和办公楼等。另外,经济增长也离不开土地,尤其农业生产更是如此。随着土地商品化,土地实行有偿转让、有偿使用,土地的买卖和租用过程出现的地价的变动就成为经济增长的一个不容忽视的因素。但是,从经济学的观点看,土地的经济投入实际上是一种资本投入,购买土地如同购买机器设备,都属于资本开支,所以通常在研究经济增长时不把土地列为一个独立因素,而是作为一种特有资本形式来看待。

劳动力、土地和资本是企业活动的有形要素。除了这些有形要素外,企业的生产经营活动还需要技术、信息等无形要素。在市场激烈竞争的时代。技术和信息对企业的生存发展至关重要。随着市场行情的复杂变动和现代科技的迅速发展,企业对无形要素的投入日益增加,越来越多的技术密集型企业成长起来。

技术密集型企业是依靠技术进步来促进经济增长的。技术进步可能有具体的物质载体,如安装一条先进的生产线,由此带来产量的迅速提高。这种实物形式的技术进步往往与资本投入的增加相伴而生。另一种无实物表现形式的技术进步则是体现在知识技术上,如计算机软件生产就需要知识密集型的技术。知识技术的进步更多的是依靠人力资源的开发和利用,而不是主要依靠资本的投入。因此,在教育发达的国家中,必然会产生越来越多的知识密集型产业。

信息对企业生产经营活动正常、有效地开展也是必不可少的。20世纪60年代初,日本的情报机构从“铁人”王进喜手抬肩扛钻井设备的一张照片上,捕捉并分析出大庆油田的规模以及近期中国将要进口某种炼油设备的结论。这条小信息为日本设备制造业的对华出口业务带来了可观的效益。在现今“信息爆炸”社会,信息的重要性日益突出。

但无论是劳动力、土地和资本,还是技术和信息,就其本身而言都只是一些单一要素。有了它们,并不等于企业就能生存和发展下去。为使各种单一的要素形成有机的联系和密切的结合,还需要企业家的创新精神、组织管理才能和生产经营制度安排等,它们同技术进步一起被看做是经济增长的效率因素,或者称之为经济增长的第三因素,而劳动和资本分别为第一、第二因素。我国农业从20世纪70年代末、80年代初开始实行家庭联产承包制以来,土地上投入的劳动力大为减少,有至少一半的劳动力从农业生产中脱离出来务工经商,但农业产量反而比改革前加速增长,城乡居民的温饱问题很快解决,其中的原因就在于土地和劳动的生产率比以前大大提高了。这类在要素投入数量减少的同时产出反而增加的事例,在工业领域中同样可以找到。如果产出的增长率高于全部要素(劳动、资本和其他物质要素)投入的增长率,比如,全部要素增长率为3%,产出增长率为4%,则经济增长存在一个剩余,这时我们说发生了生产率或效率提高型的增长,或称内涵型增长。内涵型增长是指要素投入数量(要素增长率)不变的情况下靠提高生产率而实现的经济增长。与之相对应的,外延型增长则是指生产率不变的情况下依靠要素投入数量扩充而实现的经济增长。以外延型增长为主的经济称为粗放型经济,而以内涵型增长为主的经济则为集约型经济。从

粗放型经济向集约型经济的转变,是经济发展的必然趋势。

内涵型增长的集约型经济需要不断提高要素的生产率。以下三个措施可以促使要素利用更为有效。

(1) 通过技术改造、更新。新技术的应用以及技术结构的调整和升级,来提高要素的使用效率。如将电子计算机应用于生产过程控制,实现生产的机械化、自动化,可以促进生产效率的迅速提高。

(2) 管理改善。这主要指在充分发挥企业家创新才能的前提下,通过调整管理组织结构、采用先进管理方法、改革企业管理方式,从而一方面改进管理者本身的行为效率,另一方面提高被管理对象的人力、物力和财力的利用效率。

(3) 制度创新。一种制度安排如果比另一种制度安排对经济活动主体具有更明显、更直接的利益刺激,同时能产生和发挥更强大的行为约束,那么在这种制度下经济组织的生产经营活动就会更有效率。

第三节 经济体制

经济资源具有稀缺性,因此就存在一个如何配置资源的问题。计划和市场是社会进行资源配置的两种基本方式和手段。

命令经济,也叫做计划经济,是政府作出所有关于生产和分配决策的经济,如苏联、改革开放前的中国所采用的经济制度就比较接近于该模式。政府拥有相当大部分的生产资料(土地和资本),也拥有大多数行业中的企业,并指导其生产经营;政府成为大多数工人的雇主,告诉他们如何工作;命令经济中的政府决定社会的产出如何在不同的物品与劳务之间进行分配。简而言之,在一个命令经济中,政府通过它的资源所有权和实施经济决策的权力,回答了主要的经济问题。

与之相比,在美国和大多数民主国家中,多数经济问题是由市场来解决的。因此,它们的经济制度也称之为市场经济。市场经济是一种个人和私有企业制定关于生产和消费的主要决策的经济。价格、市场、盈利与亏损、刺激与奖励的一套制度解决了生产什么、如何生产和为谁生产的问题。企业使用成本最低的生产技术(如何生产),生产那些利润最高的商品(生产什么)。消费则取决于个人如何花费从劳动和财产所有权中获得的工资收入和财产收入的决策(为谁生产)。

现实世界中,纯粹的市场经济或纯粹的计划经济并不存在。许多国家的经济制度都是通过市场与计划不同程度的结合来解决资源配置和利用。把市场和计划的优缺点互补,更有利于经济的发展。正如邓小平的精辟论述:“计划多一点还是市场多一点,不是社会主义与资本主义的本质区别。计划经济不等于社会主义,资本主义也有计划;市场经济不等于资本主义,社会主义也有市场。计划和市场都是经济手段。”^①

以市场调节为基础,又有政府适当干预的经济制度被经济学家称为混合经济或现代市场经济。混合经济不是计划经济与市场经济的混合,而是对市场经济的改进。当今世界,绝大多数国家是混合经济,但各种混合经济之间也有差别。有一些经济体似乎更接近于计划

^① 《邓小平文选》第3卷,人民出版社1993年版,第373页。

经济(如朝鲜、古巴),而另一些则更接近于市场经济(如美国、英国)。即便是英国和美国,其市场化程度也不同。比如,在英国,大多数的企业是私有的,但国民保健(医疗卫生服务)却主要是由政府来承担的。在美国,医疗卫生服务的私有化程度则更高。图 1-3 大致说明了市场在不同国家和地区经济体中所处的角色或市场化程度。

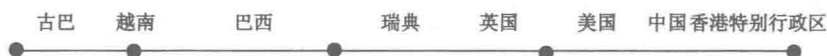


图 1-3 市场在不同国家和地区所处的角色

总之,不同的经济制度由于其运行机制的不同,对三个基本经济问题会有各自不同的解决方式。完全市场经济制度仅通过供求关系的作用和价格调节来解决三个基本经济问题,完全计划经济制度仅强调政府计划的作用,它们各自都存在不足。现代社会的经济制度,没有一个是其中的一种纯粹形式,相反,所有的社会都是带有市场和命令成分的混合经济,从来没有一个百分之百的市场经济(尽管 19 世纪的英国很接近于此)。混合经济兼具两者的优点,实现对三个基本经济问题的最佳解决。

第四节 市场机制和政府在经济生活中的作用

一、市场机制

在市场经济中,市场如何解决基本经济问题呢?谁解决生产什么、如何生产和为谁生产这三个基本问题呢?你可能十分吃惊地认识到,在市场经济中,任何个人或组织都不负责解决这些经济问题。相反,千百万人在没有统一指挥和统一计划的情况下生产了千百万种商品,千百万个消费者从市场购买各种商品。令人吃惊的答案是,所有这些经济活动都是在没有任何人的强制或统一指挥下通过市场进行的。然而,市场体系并没有产生混乱和无政府状态。市场经济是一个精巧的机构,通过价格和市场体系,无意识地协调着生产者、消费者及其活动。它也是一具传达信息的机器,把千百万个不同的人的知识和行动汇集在一起。在没有集中的智慧或计算的情况下,它解决了一个当今最大的计算机也无能为力涉及上百万个未知变量和关系的问题。没有人去设计市场,但它相当好地发挥着作用。

历史上关于市场经济有效性的最富戏剧色彩的例子发生于第二次世界大战以后的德意志联邦共和国。1947 年,生产和消费下降到相当低的水平。造成这种崩溃的原因既非轰炸的破坏,也非战后的赔款。显然,市场机制的瘫痪是其主要原因。价格管制和无所不在的政府管理使市场陷入困境。货币不值钱了;工厂由于缺乏原料而关闭;火车由于缺煤而无法运行;由于矿工挨饿,煤不能开采出来;矿工饿着肚子,是因为农民不愿用食品换取货币,而又没有物品来偿付给他们。市场没有合适地发挥作用,人们不能以自由市场价格购买他们需要的东西或出售他们生产的东西。接着,1948 年,政府从控制下解放价格,发行新的货币,很快使得市场机制重新有效地运转。生产和消费立即高涨,生产什么、如何生产和为谁生产的问题再次由市场和价格得到解决。人们把它称为“经济奇迹”,但事实上,经济的恢复是由市场机制顺利运行所带来的。

那么市场如何发挥作用?市场机制如何准确地决定价格、工资和产量呢?从原始意义上讲,市场是买、卖物品的场所。一般来说,市场是一种通过把买者和卖者汇集在一起交换

物品的机制。市场可以集中化(如商品期货市场、劳务市场)或分散化(如二手房交易市场);可以有形的(如农贸市场),也可能是无形的(如外汇市场)。市场的重要特征在于把买者和卖者带到一起,以确定价格和产量。

在市场体系中,每样东西都有价格,价格就是物品的货币价值。价格代表着价款,消费者和生产者愿意以这一价款交换不同的物品。当我同意以 10 万元的价格购买一辆二手本田汽车时,这就表明该汽车对于我的价值高于 10 万元;而对于卖方来说,这 10 万元高于该汽车的价值。我不能用我的资金购买到比该汽车具有更高价值的东西,卖方也找不到愿意支付更高价款的人。这样,二手汽车市场就决定了二手本田的价格,并通过自愿交易把汽车分配给对其具有最高价值的人。

对于生产者和消费者来说,价格也是一种信号。如果消费者需要某一物品的数量增加,譬如驱动汽车需要的汽油的数量增加,汽油的需求就会上升。当石油公司发现它们的汽油库存减少时,它们会提高汽油的价格以分配有限的供给。同时,较高的价格也将刺激石油产量的上升。

如果某一物品,如汽车,在现行市场价格下供给过剩,那会怎样呢?急于把库存汽车脱手的卖者会降低汽车价格。在较低的价格下,更多的消费者将购买汽车,同时生产者将会制造更少的汽车。从而,在买者和卖者之间将恢复到平衡或均衡。

适用于消费品市场的道理也适用于生产要素市场,如劳动市场。如果需要的是计算机程序员,而不是打字员,那么,计算机程序员就会有更多的就业机会。计算机程序员的价格(如小时工资)也将趋于上升,而打字员的价格则趋于下降。这种相对工资的变化引起工人改变职业,进入正在发展的行业。

在市场上,价格协调着生产者和消费者的决策。较高的价格趋于减少消费者的购买量,同时刺激生产。较低的价格刺激消费,抑制生产。价格在市场机制中起到了平衡的作用。

在每一时刻,都有无数的因素影响着经济活动。一些人正在购买,而另一些人正在出售;企业正投资于新产品,而政府正在制定控制污染的法律;外国企业正在侵入我们的市场,而美国企业正在把它们的产品出口到我国。然而,在所有这些混乱之中,市场正在不断地解决生产什么、如何生产和为谁生产的问题。当市场平衡了所有影响经济的力量时,市场就达到了供给和需求的均衡。什么是市场均衡?市场均衡代表了所有不同的买者和卖者之间的一种平衡。居民和企业愿意购买或出售的数量取决于价格。市场找到了正好平衡买者和卖者愿望的均衡价格。过高的价格意味着产量太多的物品供过于求。太低的价格引起物品的供不应求和短缺。在某一价格下,买者愿意购买的数量正好等于卖者愿意出售的数量,这一价格就产生了供给和需求的均衡。

我们看到了在单个物品的市场上价格如何帮助平衡消费和生产(或供给和需求)。当我们把所有不同的市场——汽油、汽车、土地、劳动、资本和其他任何物品的市场放在一起时,会发生何种情况呢?这些市场形成了一种产生价格和产量的一般均衡的市场机制。

通过使每一市场上的卖者和买者(供给和需求)相等,市场经济同时解决了生产什么、如何生产和为谁生产这三个问题。以下是市场均衡的大致情况。

(1) 生产什么东西取决于消费者的货币选票。消费者用他们的货币决定购买什么东西,企业根据消费者需求,去生产消费者所需要的物品。他们支付给企业的货币最终构成了工资、租金和红利,这些项目又是消费者作为雇员获得的收入。

(2) 如何生产物品取决于不同生产者之间的竞争。为了对付价格竞争和取得最大利润,生产者的最佳方法便是采用效率最高的生产方法,以便把成本降低到最低点。生产者在利润的刺激下,会用便宜的生产方法取代费用较高的生产方法。

历史上充满了有效率的技术如何取代费用较高的技术的例子。由于蒸汽每单位有用的成本更便宜,于是蒸汽机取代了马匹。柴油和电力驱动的机车取代了煤驱动的机车,是由于新技术具有更高的效率。在 20 世纪 90 年代,玻璃纤维和光导通讯取代了传统铜质电话线。

(3) 为谁生产物品取决于生产要素市场上的供给与需求。要素市场决定了工资率、地租、利息率和利润,这些价格被称为要素价格。把要素取得的所有收益加在一起,我们可以计算出人们的收入。因此,收入在居民之间的分配取决于他们拥有的要素的数量和价格(工资率、地租等)。

但是,收入分配也受到市场之外的许多因素的影响。人们的收入在很大程度上取决于财产所有权(如土地或股票)、先天或后天的个人能力、运气以及种族与性别的歧视程度。

二、政府的经济作用

市场虽然能较好地解决效率和供求平衡问题,但也不是完美无缺的。相反,市场经济在垄断、污染以及失业和通货膨胀中遭受损失;而且在完全自由放任的社会中,收入分配也被认为是不平等的。这就是所谓的市场失灵。为了解决市场机制的这些缺陷,国家在发挥市场的“看不见的手”作用时,引入了政府的“看得见的手”。在这一部分,我们简短地考察现代经济中政府干预的合理性和方法。

(一) 增进效率

市场失灵的原因之一是不完全竞争(垄断)。当企业的数目和竞争的程度大到没有一个企业能够影响物品的价格时,这一市场称之为完全竞争市场,否则就是不完全竞争市场。不完全竞争的极端便是垄断者——只有一个供给者,他自己决定某一物品的价格。垄断者通过控制产量来保持高价格,而消费者支付更高的价格,购买量反而减少。太高的价格和太低的产量这一形式,便是与垄断权力相联系的无效率的标志。

20 世纪以来,政府采取了一系列措施以抑制垄断权力。有时,政府管制垄断的价格和利润,现在地方公用事业的情况正是如此。另外,政府通过制定反垄断法来禁止价格控制或市场垄断等行为。

市场失灵的原因之二是外部经济效应。市场交易涉及人们用物品换取货币的自愿交换,是以互惠为基础,例如,甲为乙提供了物品或服务,甲就有权向乙索取补偿。当人们从事这种需要支付或获取金钱的经济活动时,还可能对其他人产生一些其他的影响,这些影响对于他人可以是有益的,也可以是有害的。然而,无论有益还是有害,都不属于交易关系。这些处于交易关系之外的对他人的影响被称为外部效应,也称为经济活动的外在性。

例如某企业把一种有毒的化学物品倒入河流中,对于那些在河流下游捕鱼或游泳的人来说,就污染了河流,而该企业没有向受到水污染的人支付款项。与之相反,养蜂场会使周边地区的果树产量增加,果品品质改善,从而使果农受益,但是果农并不会为此向养蜂场支付任何款项。在这两种情况中,企业(养蜂场)帮助或伤害了市场交易之外的居民,即存在着没有支付款项的经济交易。

随着社会的人口越来越稠密,随着能源、化学和其他原料产量的不断增加,负外部效应