



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

企业管理概论

■ 刘晓欢 主编



高等教育出版社
Higher Education Press

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

企业管理概论

刘晓欢 主编

高等教育出版社

内容提要

本书是在教育部教学改革项目研究的基础上,针对高职教育特点编写的高等职业学校非经济管理类专业企业管理课程的教材。

本书按照高职高专非经济管理类专业的人才培养目标要求,立足企业生产一线高技能人才的需要,以让学生认知、理解必备的经济与管理的基本知识,学会运用企业管理基本方法与技能为出发点,介绍了企业管理的基本理论、方法及实务。主要包括:市场经济基础、市场主体行为、企业与企业管理、企业环境、企业决策与计划、市场营销管理、生产运作管理、质量管理、企业资源管理及中小企业经营管理实务。本书以现代企业管理为主线,将经济基本知识、管理基本知识和企业管理实务融为一体,力求简明扼要、通俗易懂、覆盖面宽。本书体例新颖,每章前有“学习目标”和“开章案例”,正文中穿插“课堂活动”、“案例”、“资料库”、“相关链接”、“小测验”等栏目,章后有“本章知识结构”,并设有“思考与练习”、“案例分析”以及“实训项目”,增强了可读性,拓宽了知识面,也便于学生自学和训练。

本书还可供应用型本科院校、成人高校学生使用,同时可作为社会人士的培训教材或参考读物。

图书在版编目(CIP)数据

企业管理概论/刘晓欢主编. —北京:高等教育出版社,
2009.12

ISBN 978-7-04-027322-9

I. 企... II. 刘... III. 企业管理-高等学校-教材
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 182003 号

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100120
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 高等教育出版社印刷厂

开 本 787×1092 1/16
印 张 18.25
字 数 440 000

购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2009 年 12 月第 1 版
印 次 2009 年 12 月第 1 次印刷
定 价 22.20 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 27322-00

前 言

近年来,科学技术突飞猛进地发展,社会经济发生了重大的变化。在这种背景下,整个高等教育尤其是高等职业教育正处在巨大的变革之中。人才的培养已从过去封闭、单一型的教育转向开放、复合型的教育。培养综合职业能力和提高全面素质已成为高职教育的重要目标。加强对学生经济管理素质的培养正是适应这一转变、达到这一目标的重要内容。

本书以高等职业学校非经济管理专业的学生为主要读者对象,针对这类专业的培养目标,充分考虑企业生产一线对高技能人才的需要,以让学生认知、理解必备的经济与管理的基本知识,运用企业管理基本方法与技能为出发点,介绍了企业管理的基本理论、方法及实务。本书突破了以往的企业管理教材结构体系,以现代企业管理为主线,将经济基础知识、管理基础知识和企业管理实务融为一体,力求简明扼要、通俗易懂、覆盖面宽。本书在体例上也有所创新,每章前有“学习目标”和“开章案例”,正文中穿插“课堂活动”、“案例”、“小测验”、“资料库”、“相关链接”等栏目,章后有“本章知识结构”,并设有“思考与练习”和“案例分析”以及“实训项目”,增强了可读性,拓宽了知识面,便于教师组织行动导向的教学,也便于学生自学和训练。

由于本书面向所有非经济管理类专业,故涉及的内容比较多,不同专业在使用时,可根据自身的特点和需要加以取舍。

参与本书编写的人员有刘晓欢、匡水发、李卫星、马轶民、郑铁、席波。具体编写情况如下:绪论及第3、8、10章由刘晓欢编写,第1、2章由李卫星、马轶民、郑铁编写,第4章由刘晓欢、郑铁编写,第6章由李卫星编写,第5、7章由匡水发编写,第9章由李卫星、匡水发编写。席波参与了部分案例、实训项目的编写。本书由武汉职业技术学院刘晓欢教授担任主编并负责统稿,李卫星任副主编。

本书在编写过程中,参阅了大量文献,并引用了其中一些资料,未及一一注明,在此,一并表示衷心的感谢。

由于编者水平有限,书中不足之处在所难免,敬请广大读者批评指正。

编 者
2009年2月

目 录

绪论	1	第一节 企业决策	109
第一章 市场经济基础	4	第二节 企业计划	116
开章案例	4	第三节 企业战略	121
第一节 经济资源及其配置方式	5	思考与练习	129
第二节 市场经济的含义、特征与作用	6	案例分析	130
第三节 市场经济规律与市场机制	9	实训项目	131
第四节 需求与供给分析	14	第六章 市场营销管理	132
思考与练习	22	开章案例	132
案例分析	23	第一节 市场营销管理基础	133
第二章 市场主体行为	24	第二节 市场细分与目标市场	135
开章案例	24	第三节 市场营销组合	139
第一节 消费者行为	25	第四节 市场营销新发展	152
第二节 生产者行为	29	思考与练习	157
第三节 政府与市场	38	案例分析	157
思考与练习	44	实训项目	158
案例分析	44	第七章 生产运作管理	159
第三章 企业与企业 管理	47	开章案例	159
开章案例	47	第一节 生产运作管理概述	160
第一节 企业功能与类型	48	第二节 生产过程组织	167
第二节 企业管理概述	53	第三节 生产计划与控制	174
第三节 企业管理系统	61	第四节 生产现场管理	180
思考与练习	79	思考与练习	185
案例分析	79	案例分析	185
实训项目	80	实训项目	187
第四章 企业环境	81	第八章 质量管理	188
开章案例	81	开章案例	188
第一节 企业环境分析	82	第一节 质量管理概述	189
第二节 市场与市场竞争	93	第二节 质量管理体系	198
第三节 市场调查与预测	100	第三节 质量管理方法	204
思考与练习	106	思考与练习	215
案例分析	107	案例分析	216
实训项目	107	实训项目	217
第五章 企业决策与计划	108	第九章 企业资源管理	218
开章案例	108	开章案例	218

第一节 人力资源管理	219	开章案例	255
第二节 财力资源管理	228	第一节 中小企业的特征及创建	257
第三节 物力资源管理	236	第二节 中小企业经营战略	262
第四节 技术资源管理	244	第三节 中小企业内部管理	271
思考与练习	252	思考与练习	279
案例分析	252	案例分析	280
实训项目	254	实训项目	282
第十章 中小企业经营管理实务	255	参考书目	284

绪论

一、市场经济、管理与企业管理

现代企业作为市场经济体系中从事生产经营活动的主体,其一切经济活动都必须面向市场,通过市场这个中介来完成生产、分配、交换等过程,即企业的经济活动是基于以市场为导向的经济形式——市场经济。市场经济是一种经济资源配置的方式。我们知道,从事经济活动离不开资源,包括人力、财力、物力、信息等,而相对于人们无限多样、不断变化的需要来说,资源又是有限的、稀缺的。要有效利用资源,就必须进行合理的配置。市场经济就是通过市场规律和市场机制的作用,有效进行社会资源的配置,形成市场主体的运作动力和追求利益最大化的动机,这就必然驱使企业为实现利益目标做出正确的选择:

(1) 生产什么和生产多少——市场的需要是什么?有限的资源在各种不同的产品和服务之间如何分配?

(2) 如何生产——选择怎样的生产要素组合、怎样的生产方式来生产产品?

(3) 为谁生产——产品在社会中如何交换与分配以实现生产者的价值目标?

从解决这些问题的企业外部因素看,一是靠市场机制的作用,即通过价格、竞争、供求、风险等机制来进行调节;二是靠政府进行宏观调控,即通过政府行为、政策、法律、制度等手段进行调控。这些内容属于市场经济学研究的范畴。由于现代企业管理的对象是市场经济条件下的企业,因此,市场经济基本知识是现代企业管理中不可或缺的内容。

同时,企业又是一个具体的经济组织,如何使其经济活动以最小的投入实现其利益目标,这属于管理学研究范畴。

管理是一种特殊的人类社会实践活动,是任何组织生存和发展所必需的。社会资源具有稀缺性,对于一个组织来说,其资源同样也是有限的。管理就是组织为实现既定目标,对有限的资源进行组织、协调,从而有效利用这些资源的过程。

由于管理是人类的一种基本社会行为,所以它涉及的范围非常广泛,渗透到社会、政治、军事、经济、技术、文化和生活的方方面面,任何社会组织,大到国家、小到家庭,都有管理问题。经济管理是以经济领域组织的管理为研究对象的。

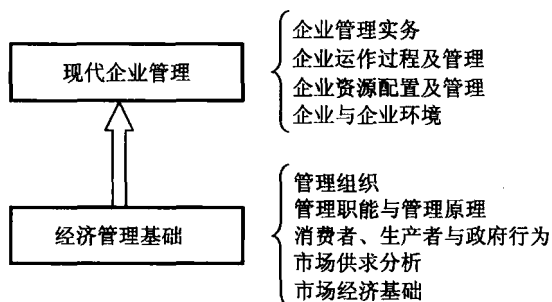
经济管理可分为宏观和微观两个层面。宏观经济管理主要是指对整个国民经济的管理。微观经济管理则是对包括企业在内的各个经济单位、经济实体的管理。企业管理是经济管理的一个重要分支,属于微观经济管理的范畴。现代企业是现代社会的的基本经济单位,是国民经济发展的中坚力量。现代企业管理是以企业管理实践为线索,侧重企业内部的管理职能、管理活动和管理技术的研究,包括企业组织、企业战略、企业生产与市场营销、企业各种资源的管理等内容,对人们的生产经营活动具有很强的针对性。

随着社会的发展,社会经济活动越来越复杂多变,要保证其有效地运行,必须全方位、多层次地进行研究和管理。企业生产经营活动是在社会经济大环境中进行的,企业的战略、营销、财务、生产组织、技术选择、人力资源等各方面的管理,既需要管理原理和管理方法等方面的指导,也需要具备基础经济知识。因此,市场经济学、管理学和企业管理,为我们提供了全方位、多层次研究和管理经济组织的基本思路。通过这三者的结合与融会,可以更有效地解决企业经济活动问题。所以,对现代企业的运作及其管理进行研究,指导管理实务,是本课程的落脚点。

二、“企业管理概论”的课程目标及学习要求

“企业管理概论”课程是以市场经济学和管理学作为理论基础,融现代企业管理理论和管理实务于一体的一门综合性课程。

“企业管理概论”的课程目标是通过让学生初步了解企业管理的基本原理及科学的管理方法与技术,树立经济观念和现代管理的观念,以适应现代技术环境与科学管理条件下的企业生产经营活动。为此,本教材以市场经济学、管理学为理论基础,以现代企业管理为重点构建这门课程内容的基本框架:



在开放的现代社会中,作为一名专业技术人员,掌握一定的企业管理知识与技能是十分必要的。第一,现代企业是集现代科技、文化于一体的社会组织,它随着社会经济和科技的发展而不断发展变化,作为企业一线的技术人才,除了应具备相应专业技术能力之外,还应具备包括经济管理能力和在内的社会能力,善于组织、协调、沟通、创新,善于应变。有了这样的综合能力,才能真正适应迅速发展的现代社会。第二,现代企业是一个整体,其技术工作不是孤立存在的,它同生产、销售、计划、劳动组织、物资、财务等工作组成企业管理的统一体。企业各类人员必须善于与各方面配合协作。不懂得有关现代企业运行及其管理的知识,是难以与其他部门配合协作、共同完成企业任务的。第三,现代企业中的许多工作、许多问题都与管理和技术密切相关,既包含技术的内容,又包含管理的内容,例如质量管理、设备管理、生产过程的组织等内容。要解决这些问题,必须有既懂技术又懂经济管理的人才。第四,在生产经营活动中,技术与经济是密不可分的,衡量一项技术方案的优劣,其重要标准就是能否做到技术上先进、经济上合理,能否取得良好的经济效益。作为技术人员,必须掌握生产技术规律和经济规律,懂得企业管理知识,树立经济观念,掌握技术经济分析方法。

因此,高职高专院校非经济管理类专业学生学习本课程的要求可以概括为:

(1) 掌握现代企业管理的基础理论和基础知识,掌握市场经济的基础知识。

(2) 熟悉现代企业管理的基本方法和现代化管理的基本手段。

(3) 了解现代企业运行的基本规律以及企业主要部门的管理工作内容,学会沟通、协调与配合。

(4) 初步具备对企业生产经营活动进行分析的能力和运作能力,以及企业基层的管理能力。

本课程具有综合性、实践性强的特点,因此,学习本课程要注意以下几个问题:

(1) 树立经济意识和管理意识。学会用经济观点、管理观点去观察问题,分析问题。

(2) 坚持理论与实践相结合。“做中学”,是职业技能培养和专业学习的重要方法,而且企业管理本身具有很强的实践性。研究和学习企业管理必须结合专业实践和社会实践,理论与实践相结合。

(3) 注重知识的综合应用。企业管理是一门综合性的应用科学,在学习和研究中必然会涉及哲学、社会学、心理学、数学、计算机科学以及各种专业技术。因此,在学习中必须注重各种知识的综合应用。

第一章 市场经济基础



学习目标

知识目标:

- 掌握市场经济的含义、市场规律及其作用、市场机制构成要素与主要功能
- 了解市场经济的特征内容,市场经济规律之间的关系,市场机制的主要特征
- 理解供求规律与供求法则

能力目标:

- 能对影响需求与供给的因素进行分析
- 能运用所学方法对简单的需求与供给函数进行分析。



开篇案例

世贸组织与市场经济

中国作为世界上最大的发展中国家,自20世纪80年代后期,在世界贸易中就已占据相当重要的地位,但为什么迟迟到2001年才被世界贸易组织(简称世贸组织)接纳呢?一个最主要的原因就是中国的经济体制不符合世贸组织的基本要求。世贸组织的核心宗旨是通过不断降低乃至最终消除成员国间的关税以及相关的非关税贸易壁垒,以实现成员国间的自由贸易。而自由贸易的基本载体是市场经济体制。市场经济的核心是竞争,而这种竞争是以公开、公正、平等、自由为其基本前提的,任何违背这一前提的体制以及相关的政策、法规、条例、规章将被世贸组织所拒绝和不容忍。所以,从1986年,中国向世贸组织(1994年前为关税与贸易总协定,英文简称为GATT)递交申请开始,中国就已经在向市场经济这一方向做积极的努力。1992年10月,党的十四大提出建立社会主义市场经济新体制,并为中国的市场经济体制勾勒出基本的框架。之后,围绕建立和完善市场经济体制这一主题,中国开始了更深层次、更广范围的经济改革和开放,从国有企业的改组改制,到投资、财税、金融、外贸等四大体制的改革和目前经济领域的全面改革开放;从开放货物贸易市场,到开放服务贸易市场;从取消政府补贴、进口许可,到不断降低关税税率,完善和透明贸易法规;等等。这一切,不仅为中国成为世贸组织成员创造了条件,更为中国的经济改革和社会经济发展注入了新的活力。

改革开放以来,中国所取得的成就是举世公认和举世瞩目的。加入世贸组织对中国部分行业或企业在一段时间内可能会造成一定的影响和冲击,但作为一个契机,它将会在更深层次、更广范围影响中国未来的经济和社会发展。

导入问题:

- 什么是市场经济? 市场经济的优势何在?
- 市场经济是如何实现其资源的有效配置的?

第一节 经济资源及其配置方式

一、资源与经济资源

要了解什么是市场经济,首先必须知道什么是资源。根据西方经济学的观点,资源包括三个部分:① 自然的赋予,如土地、森林、矿产、河流等;② 劳力,即人的智力和体力的总和;③ 人们制造出来用于生产的東西,如生产工具、机器设备、厂房等。经济学家为了便于分析问题,仅将那些为获取而必须付出代价(或成本)的资源划入经济学研究的范围,称之为经济资源。这里需要强调和说明的是,经济资源的范围和含义是不断发展变化的。例如,原始社会的清洁空气就不会被经济学家划归为资源,因为那时可能没有什么空气污染,或者说人们还不知道清洁的空气对人们的健康的重要性。而现在为了获取清洁的空气,政府必须投入大量的资金并为此付出沉重的代价。此外,心理因素、人的潜能、信息技术等都被经济学家纳入研究的范围。由此看来,经济学家研究的资源即经济资源不是随意可取的。因为,如果可以随意获取,就不会有人花钱去购买。相对人们的欲望或需要来说,经济资源是稀缺的,经济学的研究正是从稀缺开始的。

二、经济资源的稀缺与选择

相对于人类社会的无穷欲望而言,经济物品,或者说生产这些物品所需要的资源总是不足的。在经济学中,这种资源的相对有限性被称为稀缺性(scarcity)。企业面对极其有利的市场环境,想短期内大规模扩大生产,却受到资金、厂房、设备和技术的限制;每个公民都希望有免费的教育、高水平的医疗、顺畅的交通、清洁优美的环境,但政府的经济实力又非常有限。所以,资源的有限(或稀缺)性和人们欲望的相对无限性就构成了人类社会产生以来最基本的矛盾,这就是经济学所要解决的核心问题。

既然资源是稀缺的,我们就必须要做出这样或那样的选择,即存在一个如何把有限的资源合理安排和使用的问题。对于个人来讲,就是如何把有限的收入在各种所需的物品上合理分配,使钱花得“最值”,经济学称之为效用最大化;对于企业来讲,就是如何把有限的资金在各种所需的投入要素或所要生产的产品上合理配置,使其获得最大的效益,经济学称之为利润最大化。所以,资源的稀缺要求任何一个社会经济组织必须重视资源的合理配置和有效使用,即任何一个经济组织必须面临和解决以下三个问题:生产什么、如何生产和为谁生产。

“生产什么”要解决的问题是生产产品的品种、数量问题:是生产卡车还是生产轿车? 确定生产轿车后,是以经济型轿车为主还是以豪华型轿车为主? 生产多少为好?

“如何生产”要解决的问题是生产的组织和技术构成问题:是自行研制还是从国外引进? 是小规模生产还是大规模生产? 是使用石油做主要燃料还是使用煤炭做主要燃料?

“为谁生产”要解决的问题是收入分配问题:生产出来的产品主要由谁来享有和使用? 社会

产品怎样在不同的人和家庭间进行分配?劳动报酬是以什么标准来支付的?

三、资源配置方式

如何实现资源的合理配置和使用是个人效用最大化和企业利润最大化的核心问题,而这些问题的解决则需要借助一定的方式来实现。在自然经济条件下,资源是采取自然配置的方式,小农生产者和小手工业者以家庭为单位,为满足自身的需要而生产,生产什么和生产多少、如何生产都由自己决定。在现代经济社会中,资源的配置主要是通过两种基本方式实现的。一种是计划方式,另一种是市场方式,前者是由计划经济体制支撑的,而后者是由市场经济体制支撑的。

计划方式是指整个资源的配置和使用是依据政府的一系列计划来实现的。生产什么、如何生产和为谁生产主要是政府通过高度集中的、自上而下的、严格的指令性计划来决定的,包括生产要素在各个行业、各种产品之间的分配,消费品在全体居民中的分配等。

市场方式是指整个经济资源的配置和使用是主要通过市场机制实现的。它与计划经济体制的根本区别在于:生产什么、如何生产和为谁生产的问题主要是由一种竞争的价格机制来决定的。消费者、生产者和生产要素所有者拥有自由选择权,他们从各自的经济利益出发,依照市场情况决定自己的行为。生产什么、生产多少、如何生产由企业说了算,企业生产所需的一切到市场去购买,企业必须考虑产品的销路和价格。个人有选择职业、工作和劳动报酬的权利。政府的投资也必须根据市场和经济发展形势来决定。

经济发展的实践证明,与计划经济体制相比,市场经济体制在资源的配置和使用效率方面有优势。



小测验

在资源配置上,计划方式与市场方式的不同表现在_____。

- A. 计划方式将政府的计划作为企业的计划,市场方式中生产什么、生产多少、如何生产由企业说了算
- B. 计划方式条件下企业就是一个加工车间,市场方式条件下企业是自主经营的经济组织
- C. 计划方式条件下整个资源的配置和使用是依据政府的一系列计划来实现的,市场方式条件下整个经济资源的配置和使用主要是通过市场机制实现的
- D. 市场方式在资源的配置和使用效率方面与计划方式有着同样的优势

第二节 市场经济的含义、特征与作用

一、市场经济的含义

从一般意义上讲,市场经济是指一种经济资源配置方式,或者说是以市场为导向或以市场为媒介的一种经济形式。

在市场上,价值规律通过价格、供求、竞争的变化和相互作用,调节着经济资源的投放方

向和比例,支配着人们的经济活动。在市场经济条件下,社会的生产、分配、交换、消费等活动都必须通过市场这个中介来进行,市场在整个社会资源的配置过程中起基础性作用。例如,在生产方面,生产过程中所需的资本、劳动力、生产资料、信息、技术等生产要素要从市场上取得,劳动的结果——劳动产品的销售要在市场上进行;在消费方面,实现了市场化的消费,人们所需要的一切消费资料都是从市场上获取的;在分配方面,通过市场来配置资源,合理分配人、财、物;在交换方面,人们之间的一切交换活动都表现为市场上的买卖活动,离开市场就不会有交换行为的存在。

若从生产者目的角度看,市场经济就是直接以交换和取得价值和利润为目的的经济形式。因为生产的产品要在市场上销售,人们在生产过程中就必须考虑和研究销售问题,就必须为交换而进行生产,就必须为别人生产和提供使用价值。这样,市场经济就自然而然地成了直接以交换为目的、以追求价值为宗旨的经济形式了。从这个意义上讲,市场经济与商品经济是相同的概念。

二、市场经济的特征与作用

(一) 市场经济的特征

市场经济是实现资源优化配置的一种有效的经济形式,其基本特征主要有平等性、竞争性、法制性和开放性等。

1. 平等性

在市场上,经济活动参加者之间的关系是平等的,这就是市场经济的平等性。商品经济活动中的等价交换原则决定了经济活动参加者之间是平等的关系,都是商品或货币的所有者。在市场交换中,大家都必须遵循等价交换的原则,任何人都不得利用强制手段占有他人的劳动成果。没有这种平等性,市场经济就不可能正常运行。

2. 竞争性

竞争是商品经济的必然产物,竞争规律是市场经济的一般规律。所以,在市场经济中,经济活动参加者之间存在着广泛的竞争。通过优胜劣汰的市场竞争,质量差的产品、信誉差的企业、过时的行业逐渐被市场淘汰,好的产品、好的企业、新的行业不断涌现,社会资源在流动中得到优化配置,社会经济得以不断优化和发展。所以说,竞争是市场经济的内在属性和客观要求,是市场经济有效运行的必要条件,市场经济就是一种竞争经济。

3. 法制性

在市场经济中,社会经济运行有健全的法制基础,各种经济活动都依据市场经济的法规进行。这种法制性特征是市场经济内在属性的客观要求,也是市场经济长期发展的结果或者说市场选择的结果。一方面,市场经济是一种竞争经济,而竞争必须有一定的规则,在市场经济条件下这种规则表现为社会种种规范和标准以及在此基础上形成的法律、法规;另一方面,在市场经济形成和发展的过程中,人们逐渐意识到竞争必须有一定的规则 and 标准,否则就没有公正公平的市场竞争,市场无从优胜劣汰,从长期来看,每个参与市场竞争的主体的利益都会受到损害,因此市场经济中就出现了行业规则 and 标准、国家规则 and 标准以及在此基础上形成的体现国家意志的法律、法规。由于这两个方面的原因,市场经济的法律、法规越来越健全、完善,市场经济就成为一种高度法制化的经济。

4. 开放性

市场经济的开放性是指市场不是相互封闭的,全国乃至全世界都是一个统一的大市场。从社会生产来看,市场上的生产者和经营者是为市场需要进行生产经营,哪里有某种商品的需求,该种商品就会自动流向哪里,而不会受到区域的限制。从生产经营者的活动来看,商品生产需要的管理知识和生产技术要从外界学习,所需要的生产经营信息要从外界获取,所需要的生产资料 and 消费资料要由外界提供。同时,它又为外界不断提供商品与劳务,与外界不断进行物质与非物质交换。正是在开放的市场经济中,生产要素自由流动,生产者和经营者才能充分发挥各自的优势,广泛利用社会优质资源,以实现资源的优化配置。在现代市场经济条件下,经济发展超越了地区、民族、国家的界限,商品生产者面对的是世界市场,竞争也是全球性的竞争。全球经济联系的加深,要求资源配置的领域扩大到全球范围。因此,市场经济是一种开放经济,开放性是市场经济的内在属性和必然要求。

(二) 市场经济的功能与作用

市场经济作为一种经济运作形式,在社会经济的运作过程中,具有优化配置资源、调节社会供求、评价经济效果、促进优胜劣汰、促进对外开放和全面进步等功能和作用。

1. 促进资源的有效配置

市场经济是合理配置资源的有效形式,有利于减少浪费。从宏观方面来看,社会生产和社会需求之间的比例关系是在不断变化的。而市场机制具有灵活性,能够适应这种变化,有效配置资源。从微观方面来看,市场竞争规律要求每个生产经营者和经营单位都要以最小的成本取得最大的收益,或者说是以最少的劳动耗费取得最大的劳动成果。因此,它强制每个企业尽可能地合理利用资源、减少浪费,从而提高整个社会的资源配置效率。

2. 有效地调节供求关系

市场经济是调节供求关系的自动机制,有利于促进供求总量平衡。在商品经济条件下,供求关系不可能自动实现协调,需要某种力量给予协调。而市场经济通过竞争规律、价值规律和供求规律的合力作用,在不断波动之中大致可以使社会供给和社会需求在总量上达到平衡。

3. 较优的经济评价功能

评价一种商品的价值,评价一个企业的好坏,评价某个人的成绩,往往因人们的价值观不同而有不同的标准,但最公正、最准确的标准就是市场。它能避免人们的各种主观因素、情感因素,最大限度地做到公正、公开、公平地评价,有利于调动生产经营主体的积极性。

4. 优胜劣汰,推动社会经济发展

市场经济是一种风险经济,优胜劣汰是其基本法则,它迫使每个商品生产者和经营者都面临成功与失败、前进与倒退、生存与死亡的选择。在市场选择面前,要想在竞争中取胜,唯一的办法就是通过自身努力以提高自身素质。因此,市场迫使生产经营者提高自己的素质,增强自己的实力,从而有利于推动经济的快速发展。

5. 促进对外开放

市场经济是一种开放经济,它具有地区之间、国家之间经济关系的渗透力、扩张力、延伸力。在现代化生产条件下,市场经济的这种渗透力不断得到加强,冲破了各个地区、各个国家经济的界限,促进国际经济全球化的发展。

6. 促进整个社会全面进步

在市场竞争中,每个生产经营者要实现利益的最大化,就必须改善经营管理、提高劳动生产率、降低产品成本。如果每个企业都这样做,则必然会提高整个社会的劳动生产率水平,促进社会经济效益的提高,从而推动社会生产力的发展。

当然,市场经济也有消极作用。这些消极作用主要表现在:一是生产经营活动具有一定的自发性;二是生产经营决策具有一定的盲目性;三是生产经营活动具有投机性;四是宏观经济总量平衡中具有不稳定性;五是收益分配具有非公平性;六是经济发展中具有外部不经济性。因此,在发展市场经济中,必须通过政府宏观调控、政策约束、法律强制等办法来规范经济主体的行为,把其消极作用限制在最小的限度内。



小测验

“市场经济条件下,每一个商品生产者与经营者都是一个独立的或相对独立的经济实体,他们具有独立的法人资格,因此,市场经济的一切活动,都是商品生产者和经营者的意志体现。”这句话说明市场经济具有_____。

- A. 价值经济特征 B. 风险经济特征 C. 竞争经济特征 D. 自主经济特征

第三节 市场经济规律与市场机制

一、市场经济的运行规律

任何一种经济形式必然有其自身的运行规律。市场经济的运行规律主要包括价值规律以及在价值规律基础上形成和发挥作用的供求规律和竞争规律。

(一) 价值规律

所谓价值规律,是指社会必要劳动时间决定商品的价值量,商品以价值为基础进行等价交换的客观要求。其基本内容是:商品的价值量决定于生产商品的社会必要劳动时间,商品交换以商品的价值量为基础。

价值规律是市场经济最本质和最基础的规律,其具体内容是由它所包含的从属经济规律所体现的。这些从属经济规律包括:

1. 价值决定规律

价值决定规律是指商品的价值量是由生产商品的社会必要劳动时间决定的。在市场经济条件下,所有商品的价值都是由生产它的社会必要劳动时间决定的,每个商品生产者在生产各自的商品时花费的个别劳动时间越短,则其按社会必要劳动时间决定的商品的价值量出售,获利就越大,在竞争中就会处于有利地位。价值决定规律是市场经济条件下价值规律的最基本的内容和最基本的从属经济规律。

2. 等价交换规律

等价交换规律是价值规律的第二个从属经济规律。等价交换规律是指在商品交换过程中,以商品本身的价值量为基础,实行等价交换。在商品交换过程中实行等价交换原则,并不是说商

品的价格与商品的价值量绝对相等,而是指商品的价格以其价值量为基础并围绕价值上下波动,从长期来看两者是趋于一致的。

3. 平均利润规律

平均利润规律是指市场经济条件下,各个产业部门内部和不同的产业部门之间由竞争所引起的生产要素和社会资源的流动而导致的利润平均化趋势,即在全社会范围内利润率趋于平均化,等量资本取得等量利润。

4. 生产价格规律

生产价格规律是指由于平均利润规律的作用,而使商品的价格以商品的生产价格为基础并围绕生产价格上下波动的规律。所谓生产价格,是指生产商品的全部成本与其平均利润之和。由于价值规律的作用,导致市场经济主体为取得竞争优势并取得尽量多的利润而不断地寻找和转换投资领域,从而也使得社会利润率平均化并进而形成生产价格。在生产价格形成后,商品的价格不再以其价值量为基础,而是以生产价格为基础并围绕生产价格上下波动。

5. 利润最大化规律

利润最大化规律,是指在市场经济条件下,每一个商品生产者和商品经营者都以利润最大化为基本动力和追求目标。这是因为市场经济是奉行优胜劣汰原则的竞争经济,在市场经济中“没有做得最好,只有做得更好”。一方面,竞争迫使每一个生产者和经营者不断地改进生产技术和设备、开发新产品、提高产品质量和经营管理水平,以取得竞争优势并避免被市场所淘汰,这是商品生产者和商品经营者追求利润最大化的外在压力。另一方面,在市场经济中,每一个商品生产者和经营者都是为了取得商品的价值,或者说是为了取得利润,当然取得的利润越多越好,这就是所谓的利润最大化的内在动力。

在市场经济中,价值规律的具体作用有以下几个方面:①价值规律对社会经济资源配置起基础性调节作用;②价值规律可以促使企业不断地提高自身的素质以应对竞争;③价值规律可以调节商品供求从而使市场供求趋向均衡;④价格规律在发挥作用的过程中可以促进社会资源配置和经济结构的优化。

(二) 供求规律

供求规律是指商品经济中供给和需求之间本质的、内在的、必然的联系。供求规律在市场经济中主要体现为供给和需求以价格为纽带而具有的既对立又统一,并最终趋向一致的矛盾运动关系。其具体内容是指价格同供求关系的内在联系,表现为供给和价格按照相同的方向变动,需求与价格按照相反的方向变动,以及供给和需求之间通过价格的波动总是力图相互适应,并最终达成均衡的运动过程。即供求矛盾运动的结果形成均衡价格和均衡产量,在均衡状态下二者保持相对的静止,当供给或需求由于种种原因发生变化而打破原有的均衡状态时,供求规律通过发挥作用又可以使二者在新的条件下形成新的均衡。当然,市场需求和供给在市场价格机制的作用下逐渐趋于平衡仅仅是指一种趋势,或者说是一种相对平衡。在市场经济中,供给和需求不平衡是经常的且绝对的,二者的平衡是不经常的和相对的。

供求规律是市场经济的又一个普遍规律。它像一只看不见的手,分配和调节着社会物质资源和财富,调节着市场经济的发展。市场经济中所说的供给是指企业生产者向市场所提供的有效供给;所说的需求是指消费者在市场上所具有的有支付能力的需求。供给和需求具有弹性。由于价格是影响供求总量和结构变动的基本因素,所以,人们可以利用价格变动去调节市场供求

关系,努力实现二者的相对平衡。

(三) 竞争规律

竞争是指市场经济中各主体之间为了争夺有利的生产和交换条件,为了自身获取更大的经济利益而进行的较量,它是各经济主体之间一种相互联系和相互排斥的经济关系。竞争是市场经济所特有的一种社会现象,没有竞争就没有真正的市场经济。竞争使价值决定得以确定,使价值规律的调节作用显示出来。市场经济中的各企业利益主体之间,由于生产经营条件和管理水平千差万别,各自生产同一商品的个别劳动时间长短不同,但必须按照同一价格出售自己的商品,因此,必然出现获利差别。这样,各企业之间在市场上为了实现自己的经济利益,必然展开竞争。

竞争规律是指商品生产和经营者为追求各自的经济利益最大化,争相获取有利的生产条件 and 销售条件的规律。

市场竞争能正常发挥作用的基本条件是竞争者处于平等的地位。由于现代市场经济中竞争主体所属的产业、企业、规模、生产方向、技术水平、商品品质、在国民经济中的地位等形成的差异,完全公平的自由竞争是不存在的。竞争者之间的平等地位不可能自然形成,它有待于政府通过多种手段的干预来实现。所以,现代市场中普遍存在的垄断使政府干预和宏观经济调控具有客观必然性。

竞争规律是价值规律得以实现的重要途径,因为价值规律所包含的价值决定和价值实现要求,是通过价格围绕价值上下波动来实现的,而这种实现方式又是通过竞争进行的,是竞争把花费在每种商品上的劳动量引导到社会必要劳动量的水准上。竞争规律还是资源优化配置的内在推进器。竞争给市场主体以压力和动力,迫使市场经济的参与者改进质量、提高效率,优胜劣汰的市场竞争必然使一部分质量差的产品、企业、行业退出市场,使社会资源流向效率高的产品、企业和行业,从而使整个社会的资源不断进行流动配置、优化配置,进而提高整个社会的经济运行效率,增强国民经济的活力。

在市场经济三大经济规律中,价值规律是市场经济最基本的运动规律,它决定着供求规律和竞争规律的内容和作用形式。价值规律是通过供求规律和竞争规律来实现的,供求规律和竞争规律是价值规律的衍生规律。

二、市场机制

(一) 市场机制的含义

在市场经济中,没有人命令谁该生产什么、如何生产和为谁生产,大家追求的只是自身的经济利益,每个人都只是根据市场上的价格信号决定自己的行为。实际上,在每个人追求自身利益时,是被一只“看不见的手”引导着,而整个社会的生产和消费也因此得到协调。这只“看不见的手”就是市场机制。

市场机制也称市场运行机制或市场调节机制,是指构成市场的诸要素包括市场的主客体、市场的中介以及价格、供求、信息、竞争、风险等之间相互联系、相互制约的有机联系及其功能。简单地说,市场机制就是在市场竞争过程中通过供求变化导致价格波动,通过价格变动反过来调节供求的机制。

在通常情况下,市场上某种商品供过于求,其价格就会下降,而价格的下降,则会抑制这种商品的