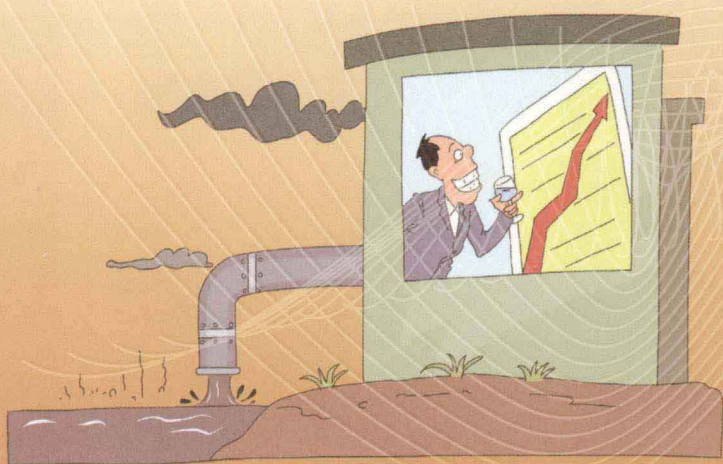


普通高等教育“十一五”国家级规划教材修订版

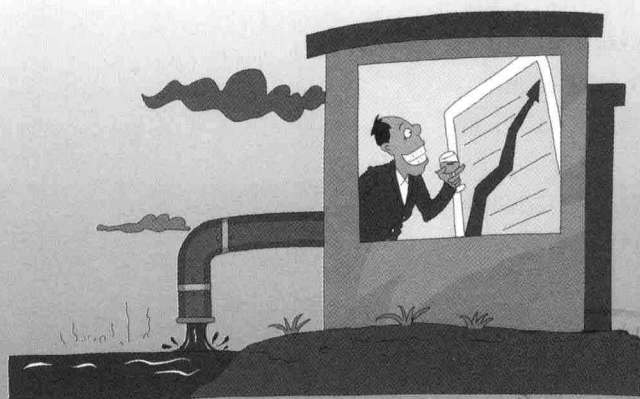


企业管理概论

(第二版)

刘晓欢 主编

普通高等教育“十一五”国家级规划



QIYE GUANLI GAILUN

企业管理概论

(第二版)

刘晓欢 主编



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容提要

本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材修订版。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,立足企业生产一线技术技能型人才的需要,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:绪论、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。

本书可供高等职业院校非经济管理类专业学生使用,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. -- 2版. -- 北京 : 高等教育出版社, 2013.7
ISBN 978-7-04-037775-0
I. ①企… II. ①刘… III. ①企业管理—高等职业教育—教材 IV. ①F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第136953号

策划编辑	刘方媛	责任编辑	张 睿	封面设计	于 涛	版式设计	范晓红
插图绘制	尹 莉	责任校对	李大鹏	责任印制	张泽业		

出版发行	高等教育出版社	网 址	http://www.hep.edu.cn
社 址	北京市西城区德外大街4号		http://www.hep.com.cn
邮政编码	100120	网上订购	http://www.landracom.com
印 刷	北京市大天乐投资管理有限公司		http://www.landracom.cn
开 本	787mm×1 092mm 1/16	版 次	2009年12月第1版
印 张	21.25		2013年7月第2版
字 数	440千字	印 次	2013年7月第1次印刷
购书热线	010-58581118	定 价	34.90元
咨询电话	400-810-0598		

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 37775-00

第二版前言

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。培养学生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类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技术技能型人才的需要,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。

参与本书修订的人员有刘晓欢、李卫星、匡水发、马轶民、郑铁。具体编写情况如下:绪论及第3、7、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、9章由李卫星编写,第5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。

本书在修订过程中,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

2013年5月

第一版前言

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

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其为人将承担相应的民事责任和行政责任；构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人进行严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话 (010) 58581897 58582371 58581879

反盗版举报传真 (010) 82086060

反盗版举报邮箱 dd@hep.com.cn

通信地址 北京市西城区德外大街4号 高等教育出版社法务部

邮政编码 100120

短信防伪说明

本图书采用出版物短信防伪系统，用户购书后刮开封底防伪密码涂层，将16位防伪密码发送短信至106695881280，免费查询所购图书真伪，同时您将有机会参加鼓励使用正版图书的抽奖活动，赢取各类奖项，详情请查询中国扫黄打非网 (<http://www.shdf.gov.cn>)。

反盗版短信举报

编辑短信“JB, 图书名称, 出版社, 购买地点”发送至10669588128

短信防伪客服电话

(010) 58582300

增值学习卡使用说明

1. 请登录<http://hve.hep.com.cn>, 自行注册账号, 然后用本书封底学习卡防伪明码和密码充值后使用。

2. 注意事项:

(1) 本账号有效学习时间50小时。到期账号失效。

(2) 本账号过期作废, 有效登录时间截至2015年12月31日。

课程咨询电子邮箱: songchen@hep.com.cn

咨询电话: (010) 58581854

技术支持电子邮箱: gaojiaoshe@itmc.cn

服务热线: 400-081-0003

咨询电话: (010) 68208490

目 录

绪论	1
第一章 市场经济基础	4
第一节 经济资源及其配置方式	5
第二节 市场经济的含义、特征与作用	7
第三节 市场经济规律与市场机制	10
第四节 需求与供给分析	16
第二章 市场主体行为	28
第一节 消费者行为	29
第二节 生产者行为	34
第三节 政府与市场	44
第三章 企业与企业管 理	53
第一节 企业功能与类型	54
第二节 企业管理概述	59
第三节 企业管理系统	69
第四章 企业环境	92
第一节 企业环境分析	94
第二节 市场与市场竞争	106
第三节 市场调查与预测	116
第五章 企业决策与计划	125
第一节 企业决策	126

第二节 企业计划	134
第三节 企业战略	140
第六章 市场营销管理	153
第一节 市场营销管理基础	154
第二节 市场细分与目标市场	157
第三节 市场营销组合	161
第四节 市场营销发展	176
第七章 生产运作管理	186
第一节 生产运作管理概述	187
第二节 生产过程组织	194
第三节 生产计划与控制	204
第四节 生产现场管理	210
第八章 质量管理	219
第一节 质量管理概述	220
第二节 质量管理体系	230
第三节 质量管理方法	237
第九章 企业资源管理	253
第一节 人力资源管理	255
第二节 财力资源管理	265
第三节 物力资源管理	274
第四节 企业资源计划	284
第十章 中小企业经营管理实务	297
第一节 中小企业的特征及创建	300
第二节 中小企业经营战略	306
第三节 中小企业内部管理	316
参考书目	331

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。

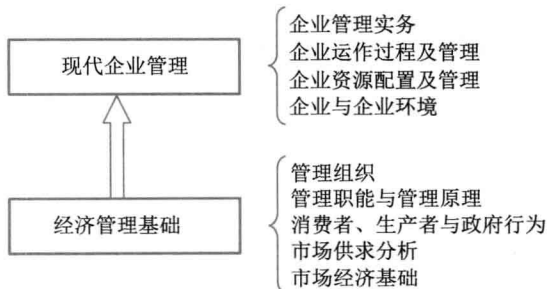
经济管理可分为宏观和微观两个层面。宏观经济管理主要是指对整个国民经济的管理。微观经济管理则是对包括企业在内的各个经济单位、经济实体的管理。企业管理是经济管理的一个重要分支,属于微观经济管理的范畴。现代企业是现代社会的经济单位,是国民经济发展的中坚力量。现代企业管理是以企业管理实践为线索,侧重企业内部的管理职能、管理活动和管理技术的研究,包括企业组织、企业战略、企业生产与市场营销、企业各种资源的管理等内容,对人们的生产经营活动具有很强的针对性。

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

开章案例

世贸组织与市场经济

2010年年末,国际货币基金组织(IMF)季刊《金融与发展》撰文提到,“中国的GDP每增长1个百分点,就将带动世界其他各国的GDP增长0.4个百分点,这一情况已经持续了5年”。这是IMF首次将中国对全球经济的影响进行量化解读。在这份解读的背后,是中国加入世贸组织以来的十多年为世界经济发展和贸易增长作出的重大贡献。

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只能是市场经济体制。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。从1986年向世贸组织(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,开始了更深层次、更广范围的经济改革和开放。

加入世贸组织后,我国认真履行加入世贸组织的各项义务,积极地推动市场经济体制改革向纵深发展:政府逐渐学会运用经济和法律手段管理社会经济活动,服务职能明显增强;企业成为了市场竞争的主体,优胜劣汰机制基本形成;市场化程度大幅度提高,市场在资源配置中发挥着更加重要的基础性作用。

到2010年,全世界已经有近150个国家和地区承认中国完全市场经济地位。这份认同说明,中国加入世贸组织以来,所取得的成就是举世公认的,说明各国对中国30多年改革开放的承认、对中国社会主义市场经济体制的认可。

导入问题:

- 如何认识市场经济? 市场经济的优势何在?
- 为什么说市场在资源配置中发挥着基础性作用?

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东西,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 and 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和标准,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点,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。