

第一章 运输业与运输市场

第一节 运 输 业

一、运输业与运输系统

运输业是国民经济中从事客货运输的物质生产部门。它包括铁路运输、水路运输、航空运输、公路运输、管道运输等五种主要运输方式。运输业作为一个独立的物质生产部门，是商品经济发展的产物，从整个社会来看，运输业从生产过程中分离，并成为独立的物质生产部门经历了一个漫长的历史发展过程。

运输业成为独立的物质生产部门，运输劳动的专门化、社会化是社会进步的一个重要标志，它极大地提高了运输生产效率，降低了产品的成本，加速了商品流通，扩大了商品销售范围，促进了社会经济的高速发展。

运输业的发展，使区域性市场逐渐发展成为全国性市场，进一步发展成为世界性市场。

运输系统是指由铁路、公路、水路、航空、管道等五种主要现代化运输方式构成的运输统一体。在这个统一体中，将使运输结构协调，线路和枢纽布局合理、技术先进、点线配套、能力平衡、内外相联、四通八达、各种运输方式的优势得到充分的发挥，形成一个既保持相对独立又彼此联系的运输网络。

一个国家和地区的运输系统是和它的经济系统紧密联系的。运输系统通常会对经济发展和变革产生影响，反之，经济的变化也会引起运输系统的变化。因此根据中国的国情，必须建设以铁

路为主干，包括水路、公路、航空、管道等各种运输方式在内的统一运输系统，使整个运输业与国民经济在整体上及空间布局上保持适当的比例，统筹规划，协调发展，做到投入少，产出多，从而提高我国社会经济效益。

二、运输业的特点

运输是人们借助于运输工具实现运输对象空间位置变化的有目的活动。运输业既是国民经济中的物质生产部门，又与工农业生产部门有区别，它有着与工农业生产不同的特点，这些特点主要表现为：

1. 运输业不生产新的实物形态的产品

运输业的生产过程是运输对象的空间位移。由于运输业不生产新的实物形态的产品。它的劳动对象即货物本身，又是工农业生产部门的产品，那么运输货物所追加的社会劳动，实质上是对产品社会生产费用的一种追加。从节约产品的全部社会劳动耗费的要求来看，运输过程中的追加愈小愈好。由于运输业不生产新的实物形态的产品，运输生产过程中就没有形成产品实体的原材料。这就使运输产品成本的构成和工业不同，运输业的资金周转情况和工业资金周转也不同。运输业流动资金的结构也与工业流动资金的结构不同。

2. 运输业是处于流动过程中的生产部门

运输生产表现为生产过程在流通领域内的继续。流通过程由两种不同性质的活动构成：一种活动是买卖行为，表现为商品所有权的转移，即实现商品的价值和剩余价值的行为；另一种活动被称为事实行为，即商品在空间上发生位置变化的运输行为。前者是纯粹的流通过程，它所产生的费用是纯粹的流通费用；后者是在流通过程中追加的生产性活动，是创造价值的生产性活动。商品活动和运输活动的结合才能顺利地完成商品的流通过程。运输业的这一特点说明运输业与流通的发展有着密切的联系，运输业作为社会生产过程的一般条件只有先行性。

3. 运输产品的生产和消费是同一过程在空间和时间上结合在一起

工农业产品的生产和消费，表现为在空间上和时间上相分离的两种行为，而运输的生产过程和消费过程则是合二为一的，在生产的同时就消费掉了。因此，运输产品有非储存性。这就要求我们运输企业应根据运量来发展运力，保持运力与运量的相对平衡，减少运力的浪费，提高企业的经济效益。政府部门应加强宏观调控，保持社会运力与运量的相对平衡。

4. 运输产品的同一性

各种运输方式具有不同的技术经济特征，使用不同的运输工具承载运输对象在不同的运输线路上运行。但是，运输生产活动，不论运输对象是人还是物，也不论货物种类如何繁多，各种运输方式都是生产着同一产品，即运输对象的位移（吨公里、人公里），它对社会具有同样的效用，因此反映各种运输方式在国民经济中发展的作用，主要是根据每种运输方式完成的货物吨公里和旅客人公里来衡量其作用的大小。认识运输业的特点对于研究运输业的发展规律，指导运输业的发展和运输企业经营管理有着重要的意义。

第二节 运输供求

一、运输市场

运输市场是我国市场的一个组成部分，是整个市场体系中的重要子市场，它是运输生产者和运输需求者之间进行运输产品交易的场所和领域。运输市场同样是在价值规律作用下进行的，价值规律实现形式在运输市场中同样起作用。

运输市场是运输活动的客观反映。狭义的运输市场指的是运输承运人提供运输工具和运输服务，来满足旅客或货主对运输需要的交易活动场所，即进行运输能力买卖的场所。广义的运输市

场，是指一定地区对运输需求和供给的协调与组织，包括一定的交易场所、较大范围的营业区域和各种直观或隐蔽的业务活动。

运输市场的形成是客观上存在对运输的需要，有了合适的运输工具及有可供运输工具运行的铁路、公路、航道和港站等，即存在着为满足运输需求可提供的设施和劳务。因此运输市场表现为在相当广阔的空间里，在一定时间的推移中实现运力的需求和供给，从而完成客货位移。运输市场随运输需求和供给而产生。它的作用通过市场机制的调节得以发挥，它的运行在价值规律作用下进行。

二、运输需求与运输供给分析

1. 运输需求的特征及影响运输需求的主要因素

运输需求的特征主要是：

(1) 运输需求的源性。市场需求有本源需求与派生需求。本源需求就是消费者对最终产品的需求，而派生需求则是由于对某一最终产品的需求而引起的对生产它的某一生产要素的需求。运输活动是产品生产过程在流通领域的继续，它与产品的调配和交易活动紧密相联 因此运输业是工农业生产活动中派生出来的需求。

(2) 个别需求的异质性。就整个市场而言，对运输总体的需求是由性质不同、要求各异的个别需求构成的。这些个别需求，在运输过程中必须采取相应的措施，才能适应这些个别需求的各种要求。它们在经济方面的要求也各不相同，有的要求运价低廉，有的要求送达速度快。因此，掌握和研究这些需求的异质性，是搞好运输市场经营的重要条件。

(3) 总体需求的规律性。对运输企业来说，不但要掌握和研究个别需求的异质性，而且也要研究总体需求的规律性。不同货物的运输要求虽然千差万别，但就总体来说还是有一定规律性的，如货流的规律性、市场需求变化的规律性等。

影响运输需求的主要因素是：

(1) 工农业生产的发展。一个国家的主要任务是发展国民经

济，而国民经济的主要内容则是工农业生产。工农业生产发展了，那么对运输的需求也就增加了，运输业也随之得到了发展。

(2) 国际国内贸易的增加。随着我国进一步对外开放，我国的对外贸易量也迅速增加，相应增加了对运输的需求。

(3) 国家的经济政策。国家经济政策对运输需求的影响主要表现在政府对经济的扶持与干预上。例如，国家为了发展某一产业，对该产业采取扶持的政策，降低贷款利率或减免税收。又例如，国家为了促进经济的发展，扩大住房建设和加大对交通设施的投入等等。这些都会影响运输的需求。

(4) 自然因素。主要是农产品及其他季节性产品对运输的需求，在不同的季节里有着不同的需求。

(5) 地理因素。主要指资源的地理分布不平衡，资源主要分布在我国的北部与西部。为了适应生产和消费的需要，必然产生在地理位置上的运输需求。

(6) 社会交流和文化旅游活动。随着经济收入的提高和社会交流的发展，因经济活动、访友和旅游的需要，必然引起运输的需求。

2. 运输供给的特征及影响运输供给的主要因素

运输供给是指在运输市场上，运力的供给者，在不同的运输条件下所提供的运力数量，运输供给具有如下特征：

(1) 必须储存运输能力。由于运输产品不能储存，运输企业一般以储存运输能力来适应市场变化。但运输能力的贮存相当复杂，贮存不当会造成巨大的经济损失。而运输在时间和空间上的不平衡性使这一问题更加复杂。运输有旺季、淡季之分，按淡季准备运力，就不能适应旺季的运输需求，反之，按旺季准备运力，在淡季又会造成运力的浪费。同时，运输活动还有在往返方向上存在着不平衡性，按重载方向准备运力，则有较多回空浪费。

(2) 要有合理的运力规模。在需求旺季时，运价呈上升趋势，运输企业大量购买和建造运输工具，使运力不断增加，市场可能达到饱和甚至超饱和。相反，运力过剩和运价长期处于低落状况，

必然使运输业处于不景气状态。因此，保持合理的运力规模是提高运输工具利用率和满足运输市场需求的必要条件。

运输能力的供给主要影响因素有：

(1) 国家经济发展状况。一个国家的经济发展状况必然会影响到对运输工具的建设要求。国家工农业发展迅速，经济建设的高速发展，运输的需求就会增加，相应的运输供给量也会增加。

(2) 政策的倾斜方向。国家以能源、交通为重点，这对我国的运输业的发展是十分有利的。目前，铁路、公路和航空运输建设的投资很大，运输能力迅速增加，已经适应了国民经济发展的要求。

(3) 运输工具造价与科技发展。由于机车车辆制造业、造船业与汽车工业以及航空工业的技术进步，使运输工具成本降低，技术更精，质量更好，必然会吸引大量订单，促进运输业的发展。如果成本高，则从经济利益考虑势必减少订购量。这是影响运输供给的主要因素。

(4) 军事需要。包括铁路车辆、商船和民航飞机在内的各种运输工具都是一国战时军事力量的补充。

三、运输需求与运输供给弹性

1. 运输需求弹性

货物运输市场需求是以拥有一定货运量的全体需求者为对象，并表示在不同的运价与全体需求者间对运输工具需求量的关系，只要在每一运价条件下，求出各需求者需求量的总和即得市场总需求量。现列出需求表 1-1，并写出需求函数。

已知 $q_d = f(p)$ 。

用反函数表示：

$$P = \varphi(q_d)$$

式中： P ——运价；

q_d ——需求量。

或将市场需求函数表示为

$$Q_D = F(P) \text{ 或 } P = \varphi(Q_D)$$

表 1-1 市场需求表

运价 (P)	甲需求量 (q_a)	乙需求量 (q_b)	丙需求量 (q_c)	市场需求量 (q_d)
50	2	1	3	6
40	4	2	5	11
30	8	3	7	18
20	14	6	11	31
10	21	11	14	36

在一般情况下，若运输市场运价下跌，则需求者对运输工具的需求量将会增加，反之则减少。需求的变动是指运价以外其他条件发生变动而导致整条需求曲线的变动，见图 1-1。

需求量的变动是指需求者对于某种运输工具的需要量，因运价涨落而发生的变化，其变动是沿一条既定的需求曲线从某一点移至另一点，见图 1-2。

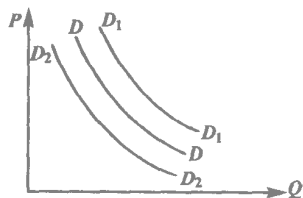


图 1-1

需求 的 变 动

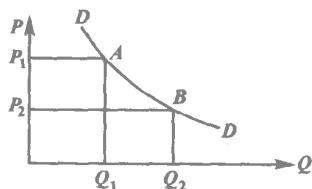


图 1-2

需求量的变动

用弹性系数可以较好地反映因运价变动而引起需求量变化的程度：

$$\text{运输需求弹性系数} = \frac{\text{需求量变化的百分比}}{\text{运价变化的百分比}}$$

$$\text{即：} \quad E = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

如果运价变化同需求量变化处于相反方向，则弹性系数符号为负号，为了正确选择提高企业经济效益的价格策略，应根据 E 的绝对值是大于 1、小于 1 或等于 1 来采取不同的价格策略。若 $|E| > 1$ ，则采取降价来提高企业经济效益；若 $|E| < 1$ 则采取提价来提高企业经济效益；若 $|E| = 1$ ，则采取提价与降价的方法都不

影响企业经济效益。

货运需求的价格弹性往往取决于货物的价值，价值小的货物，价格弹性较大。价值大的货物，因运价所占比重很小，故价格弹性较小。价格弹性的大小还同货物的季节性以及市场状况有关。当某种货物急于上市推销，或某种货物不能久存时，货主情愿选择运价高但速度快的运输方式，尽快地把货物运往市场，而不去选择运价低，速度慢的运输方式，以免错失市场机会。

客运需求通常可分为两大类，即工作性的旅行（如上下班、公差等）和生活娱乐性旅行（如走亲访友、旅游），前者是必不可少的，价格弹性较小；后者必要性小，故价格弹性较大。客运需求弹性还同人们的收入水平高低有关。在人均收入高的国家和地区，由于运价占收入的比例小，价格弹性小些；而在低收入地区，运价的变动对旅行者的影响要大些，故价格弹性就大。

2. 运输供给弹性

运输供给的表示方法与运输需求相同，也可用供给表与供给曲线及供给函数来表示。

运输供给曲线（见图 1-3）是一条由左下方向右上方延伸的平滑曲线，在线上任何一点表示着一定运价与一定运力供给量的关系。在一般条件下 运价上涨 运力供给量增加 运价下跌 运力供给量减少。因此，我们把因运价的涨落而引起供给量的增减称为供给法则。

若因运价以外的其它条件所发生的变化，使整条供给曲线向右或向左移动，如图 1-4 所示。

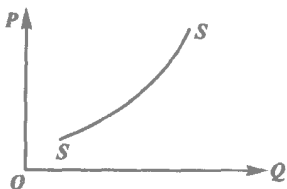


图 1-3 运输供给曲线

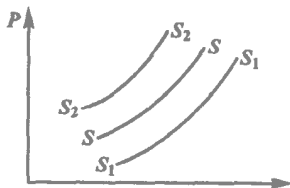


图 1-4

供给量的变动是由于运价的变化所引起的供给量的增加或减少。这种增减是在同一供给曲线上某一点的移动。如图 1-5 所示， $S'S'$ 为供给曲线由 A 点移至 B 点，其供给量由 OQ_1 增至 OQ_2 ，是因为价格由 OP_1 上涨至 OP_2 。

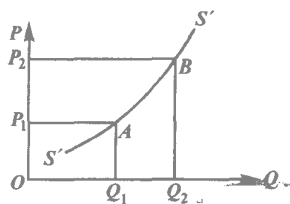


图 1-5 运输供给量变动

第三节 运输市场的发展与管理

一、运输市场的特征与分类

运输市场是整个市场体系中的重要子市场，它是运输生产者与需求者之间进行商品交换的场所和领域。正如任何市场都由生产与消费两方面所构成的一样，运输市场也由供给和需求两方面所构成。

1. 运输市场属于第三产业

运输市场具有第三产业服务性市场的特征，这些特征表现如下：

(1) 运输市场是一个典型的劳务市场。运输企业主要为社会提供没有实物形态的运输劳务。劳务不能储存也不能调拨，劳务生产与劳务消费具有同时性。它们无论在时间上还是在空间上都是不可分离的。

(2) 运输市场是劳动密集性市场。与工业相比运输业技术构成相对较低，特别是公路运输业。运输业用人较多，每位就业人员占有的固定资产额较低，在企业劳动成果中，活劳动所占比重较大。

(3) 劳务市场与商品市场成比例。随着商品市场的发展，劳务市场所占的比重有不断扩大的趋势。

(4) 运输市场的区域性较强。在市场的空间布局上存在着不同程度的自然垄断。运输市场具有一定的服务半径，超出这个半

径范围，企业的经济效益就会急剧下降。

(5) 运输市场波动性较强。由于运输劳务没有实物形态，运输市场受各种因素影响后变动较大，因此波动性较强。每年、每季、每周甚至每天都在波动。

(6) 运输市场受到社会企事业单位自给自足的运输力量的潜在威胁。许多企事业单位都组建自己的车队和船队。有的甚至还拥有自己的铁路线和机车车辆，这些运输力量平时主要为本企业的生产服务。但是，它们随时都可能进入运输市场参与竞争，是一支不可忽视的经济力量。在汽车运输行业，社会企事业单位自备车辆占整个社会汽车拥有量的 85% 以上。

运输企业作为运输产品的供给者。除了与其他运输企业开展的争取旅客与货源的竞争外，事实上也同样面临着与货主旅客间如何争取对自己有利的条件成交的竞争。企业所面临竞争的主要内容有：

(1) 运输方式的竞争。一个交通运输企业，通过向社会提供不同的运输服务方式，根据市场的需要，不断变换自己的运输对象、运输工具、运行路线、停靠站点、到发时间、运行组织方式等来满足货主与旅客的不断变化的需求，与其他交通运输企业进行竞争。

(2) 价格的竞争。价格是竞争的核心，在运输服务方式相似的情况下，运价便宜者就有可能占有更多的市场份额。运价是货主和旅客选择承运者的重要因素。

(3) 服务质量的竞争。在市场上谁的服务质量高，谁能够为货主与旅客提供更方便的条件，谁就容易吸引更多的货主与旅客，占有更多的市场份额。

(4) 宣传的竞争。商品的宣传可以引起消费者的购买欲望，促进商品的销售。运输业的产品也是这样，对它的宣传，也能激起人们的消费欲望。企业为自己做宣传的目的还不限于此，它还是争取现在消费者的一种重要途径。

(5) 运输质量的竞争。商品的质量是商品知名度高低的重要

体现。人们购买的商品首先考虑的是质量问题，同样，运输业的产品也要考虑质量的好坏，它是企业声誉高低的重要体现，也是货主与旅客必须考虑的一个重要因素。

2. 运输市场的分类

为了对不同运输市场的经济特征有针对性地进行市场调查与分析研究，可以从不同角度对运输市场进行分类。

(1) 按行业划分有：

- 铁路运输市场；
- 水路运输市场；
- 公路运输市场；
- 航空运输市场；
- 管道运输市场。

这种分类可以用于研究不同运输市场间的关系，如综合运输、运价体系和各种运输方式之间的竞争等等。

(2) 按运输对象划分有：

- 货运市场；
- 客运市场；
- 装卸搬运市场。

客运市场对运输的安全性、快速性、舒适性和方便性等要求较高，而货运市场则对安全质量和经济性要求较高。货运市场对国民经济形态较为敏感，而客运市场则与人民生活水平和国际交往有关。

(3) 按运输范围划分有：

国内运输市场，如铁路运输市场及江河运输市场、沿海运输市场、公路运输市场。

国际运输市场，如国际航运市场、国际航空运输市场等。

(4) 按供求关系分有：

- 买方运输市场；
- 卖方运输市场。

供不应求时，货主和旅客的运输需要常常得不到满足，买票

难，出门难，以运定产的现象经常发生，迫切需要扩大运输生产能力。而供过于求时，又会有大量的运力闲置得不到充分利用。目前铁路运输市场一直为卖方市场，主要是大部分铁路运输紧张，供求矛盾十分突出。

“买方”与“卖方”市场，经营环境不同，运输企业采取的策略也不同。

(5) 按运输需求的弹性可分成富于弹性的运输市场和缺乏弹性的运输市场。在旅游等富于弹性的运输市场中，运价的变动对运输量的影响较大，运价是调整运输市场平衡的有力工具。在上班、上学等运输需求弹性较低的运输市场中，运价变动对运输量变动的影晌不大。为了在时间上使运输市场供求平衡，往往要采取一些在时间上错开客流高峰的强制性措施，如错开上下班时间等。

二、运输市场的发展

党的十一届三中全会以后，改革开放的方针大大促进了运输市场的发育与发展。政府主管运输的部门逐步在实现职能的转变，加强了行业管理和对运输业进行宏观调控，扩大了企业的经营自主权，运输企业的活力进一步增强，改革了长期以来单一的公有制形式，积极发展各种所有制形式，由生产型转向经营型，运输市场发生的主要变化有：

(1) 形成了以公有制为主体的各种经济成分和各种经营形式并存的运输市场格局。

铁路运输以国家经营及集中统一管理为主，并已出现地方建造的铁路，由地方经营和地方管理。

水运业除国家经营外，还有集体与个体，乡镇企业的合营，它们已呈现千帆竞发，百舸争流的活跃局面，竞争机制早已引入了水运市场。

公路运输方面，集体、个体运输发展迅速，已给国营企业带来了强大的竞争压力。特别在客运方面，由于多种经济成份的发

展，对缓解短途旅客运输发挥了极大的作用。

航空运输亦已出现了中央与地方竞办的局面，众多新航线的开辟，为客运开辟了新的途径。

(2) 改变了单一的计划运输体制，逐步发展成指令性计划、指导性计划与市场调节相结合的综合模式，建立了新的运输市场秩序。

在保证国家指令性计划完成的情况下，大力发展合同运输与招标承运的方式，形成了以运输为主，产运销结合成一条龙的市场模式。

(3) 运输企业实行各种经营，横向联合，增强了对运输市场需求的适应能力。

运输企业打破了封闭的经营模式，以自主经营者的身份走向市场，参与竞争，有的运输企业已搞起了多种经营，运输企业为了在竞争中求生存，求发展，各运输企业广泛开办联运。水公联运、铁水联运范围逐步扩大，联合经营给运输市场带来了蓬勃生机。

运输市场在发展中，也出现了一些问题，这些问题主要是：

(1) 国家对运输市场的宏观调节管理不力，缺乏相应的管理办法、法规，造成国家重点物资运输受冲击，宏观上运力与运量的平衡难以控制，管理机构不健全，管理手段、管理方法跟不上运输市场发展的需要。

(2) 运输市场的竞争机制不健全，特别是价格机制不健全造成了国营、集体与个人之间的不公平竞争。

(3) 运输市场管理混乱，考核办法，安全措施没跟上，以至不安全因素增加，事故不断发生，干扰了运输市场的正常秩序。

为了保证运输市场持续健康的发展，有必要加强对运输市场的管理。

三、运输市场的管

1. 开放有秩序市场的标志

运输市场的管理，重点在于健全和完善市场机制，管理的目标是建立起真正开放而有秩序的运输市场，一个真正完善的开放而有秩序的运输市场应有如下特征：

(1) 开放型的运输市场。运输市场应当适应商品经济发展的多层次、多形式和多渠道的运输市场，改变单一的所有制，让多种成分的经济主体走向市场，在开放的运输市场中争得一席之地。

(2) 有秩序的运输市场。运输市场的开放并不意味着任其自然发展，自生自灭，要避免过去强调搞活而放弃调控的教训，做到管而不死，活而不乱。有秩序的运输市场才能真正公平竞争，优胜劣汰，发挥市场机制的作用。

(3) 公平竞争原则是运输市场的重要原则。只有真正公平、合理、合法的竞争，才能形成公平、合理的开放性竞争环境，使竞争沿着健康的方向发展，真正增强市场引导功能，协调市场的供求关系。

(4) 严格运用经济法规。必须有完善的运输市场法规，使参加营运的各运输企业纳入政府运输部门的行业管理，严格以法治市，依法处理各种违法行为，治理市场环境。

(5) 有公开的交易场所。运输市场的逐步开放，要有一个为全行业服务的具有多功能的货运交易和货运代理中心，实行招标承运，合同运输，满足承托双方需要，提高运输效率。

2. 运输市场的管理内容和方法

(1) 运输市场的宏观调控

运力的合理构成。国家运输主管部门应制定相关的产业政策和技术经济政策，引导运力合理发展，逐步加强对新增、更新运输工具的管理，通过调整运力的构成，使其适应市场需求。

运输主管部门应严格审查运输企业开业条件，审核运输企业开业条件是防止运力投放失控的重要手段，运输主管部门应严格把关。

(2) 运输市场竞争原则

运输市场竞争原则是公平、合理、合法。公平、合理、合法

的竞争是完善的运输市场的重要标志。因此必须做好以下工作：

创造公平、合理的竞争环境。国家可以通过有关管理方法的实施来创造公平、合理的竞争环境，让所有参与竞争的运输企业在同一起跑线上各显身手。主要管理办法是统一税制和信贷政策。

规范竞争行为。取消违章违纪经营者的经营权，规定开业条件，经营范围，运输服务质量和技术要求，要严格把关。在大力加强货运代理业务的同时，应严格审批代理机构，规范代理章程，防止不合理竞争手段的采用。

促进企业横向联系，增强企业在市场经济发展中的活力。

(3) 运输市场的法制与管理体制

制定运输市场法规。不断完善有关运输法规，同时相应地制定运输企业开业审批，货运代理管理，运输机构设置规范，运输工具交易市场管理，个体、集体运输企业管理以及其它相关法规。

完善运输市场规则。各种运输力量进入市场交换，由于受利益机制的驱动，竞争激烈，关系复杂，这是正常的现象，但必须遵守一定的行为规则，才能使运输市场活而不乱。

改革运输管理体制。从管理机构设置而言，目前由于多头管理，政出多门，难以对运输市场的管理统一协调。因此，应明确国家运输主管部门是对运输进行管理的职能部门，也是对运输市场进行宏观行业管理的主体。

对运输市场的管理主要是加强国家对运输市场的宏观调控管理的职能和发挥市场调节作用，在管理中重要的是使用如下三种手段。

一是经济手段，在产业政策的制订上应向运输企业倾斜。在燃料供应及信贷政策上应限劣扶优。充分利用税收、物价等管理手段，强化票据管理，使运输市场交易票据化、货币化、公开化、规则化。

二是法律手段，运输市场机制的健全完善必须借助于法律手

段。无论是运用经济手段还是行政手段，都需要法律手段的制约与配合，使之制度化和规范化。任何行政手段与经济手段也只能在法律的范围内使用，因此，行使行政手段的部门应为合法，而经济手段的运用也应以法律手段为凭借而有所依据，有所约束。

三是行政手段，在加强经济手段与法律手段对市场进行间接调控的同时，也有必要采取一些行政手段对运输市场的环境和市场秩序进行规范与管理。

3. 运输市场管理的目标

运输市场管理的目标是要建立一个机制完善，有行为规范、功能齐全、运转高效的运输市场体系。市场管理的总目标是努力保持运力与运量的基本平衡，维持正常的供求关系；调节承托双方的矛盾，保持公平合理的竞争环境，建立相互支持的运输秩序，提高运输经济效益和社会效益。在国家宏观调控下，运输市场管而不死，活而不乱，做到货畅其流，人便于行。

(1) 货物运输。参加营运的车、船、飞机应置于监督之下，货源按合同合理分配，单证票据统一，实现合同运输，港、站畅通，基本无货物积压。

(2) 旅客运输。站点布局合理，运力能适应运量的需要，保证满足旅客运输的需要。

(3) 装卸搬运。按规定标准作业，消除野蛮装卸，提高服务质量和运输质量。

(4) 运输服务。货运代理等代理行业正常发展，统一承揽货源，结算运费、运力及货源信息准确，收费标准统一，服务质量好，有正常公开的交易市场进行交易。

第二章 企业及企业管理

第一节 企业的概念与特征

一、企业的概念

企业是从事生产、流通和服务等活动，为了满足社会需要和获取盈利，实行自主经营，自负盈亏，自我发展，自我约束的经济实体，是社会经济的基本单位。

企业的概念包括以下几个方面的内容：

1. 企业是以盈利为目的经济实体。它不同于事业单位、政府部门，它必须追求经济效益并获取盈利。盈利是企业创造附加价值的重要组成部分，也是社会对企业所生产的产品和服务能否满足社会需要的认可和报酬。

2. 企业是依法设立，自主经营，自负盈亏，实行独立核算的经济组织，具有独立的经济权益，企业为了自身的发展，可以自主经营，自主决策，谋求获得最大的经济效益。

3. 企业的生产经营成果是通过交换与消费者或其他生产单位发生经济联系，在满足社会需要的同时获得盈利。这就决定了企业不能只为自身谋利而应该肩负社会各方面利益的责任。企业的社会责任还表现在为社会提供就业机会，防止环境污染，节约国家资源等方面作出贡献。

4. 企业是现代社会经济的基本单位。企业是国家的基本经济单位，是社会经济力量的基础，企业生产力的高低，经济效益好坏，对国民经济的发展有着直接的影响。