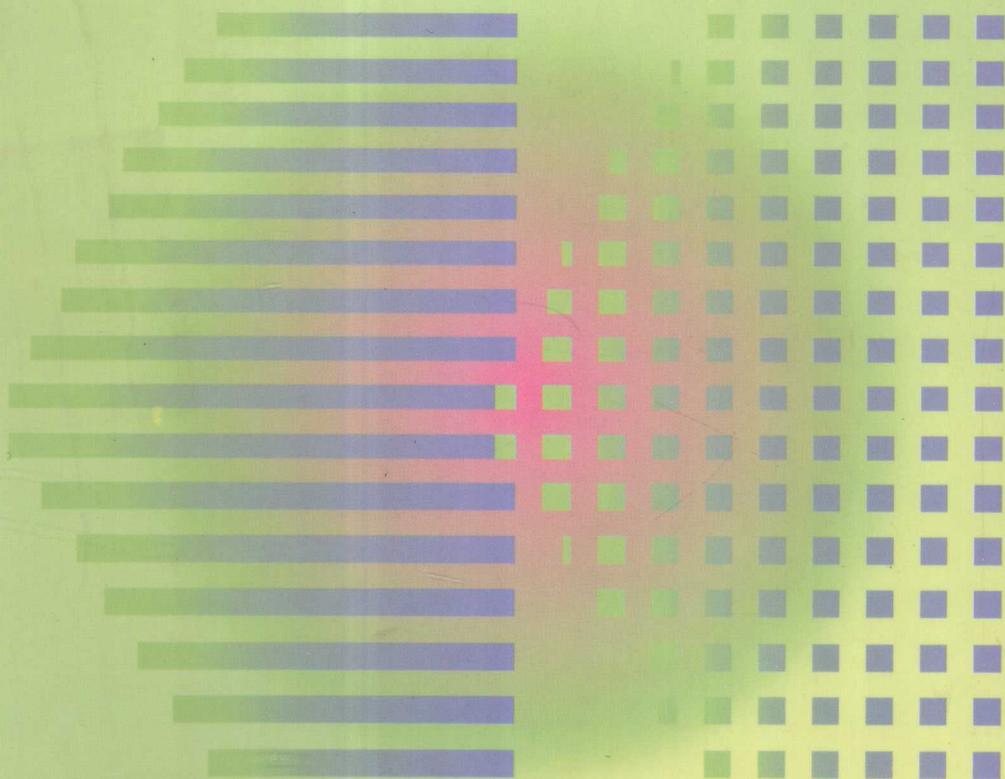


管理原理 与 modern 企业管理概论

兰徐民 王晓梅 赵春秀 主编



中国农业科技出版社

管理原理与 modern 企业管理概论

兰徐民 王晓梅 赵春秀 主编

中国农业科技出版社

图书在版编目(CIP)数据

管理原理与现代企业管理概论/兰徐民等主编. —北京:中国农业科技出版社, 2001. 2

ISBN 7-80167-067-1

I. 管… II. 兰… III. 企业管理—概论
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 80936 号

责任编辑	李祥洲 鲁卫泉
出版发行	中国农业科技出版社
	(北京市中关村南大街 12 号 邮编:100081)
经 销	新华书店北京发行所
印 刷	山西农业大学印刷厂
开 本	787×1092 毫米 1/16 印张:19.00
印 数	1~3 000 册 字数:468 千字
版 次	2001 年 2 月第 1 版 2001 年 2 月第 1 次印刷
定 价	30.00 元

前 言

《管理原理与现代企业管理概论》一书,是为适应高等农林院校加强人文科学与经济管理科学教学,面向经贸与非经贸各类专业、各科学学生的教学需要而编写的试用教材。本书在继承、总结和发展前辈与同行教学成果与经验的基础上,结合我们自己近 20 年来讲授这门课的教学实践,以及长期研究并积累起来的教学资料与教学特色编写而成。

本书以创新的结构设计与内容体系、系统地论述了企业管理的基本理论、原理与方法,以及企业的生产、财务与市场营销等各项主要业务的管理,并适时地把股份制的运作、现代市场条件下资金的筹集以及风险管理和财产保险等新内容引入了本书。书中所论述的各种管理原理与管理实务,排除了农工商等不同企业类型之间管理差别的影响,对各类企业的各项管理活动具有普遍的指导意义。本书的最大特点是:管理原理与管理实务二者“合二为一”,内容精炼,重点突出,结构合理,层次清晰;文字叙述简明扼要、条理清楚,具有便于教学、便于自修、开拓思路与指导现实的作用。

本书可作为高等院校经贸专业本科生、专科生、双学位生、函授生,以及非经贸专业(农、工、医、师等)的硕士研究生和本、专科学生的学习用书,同时对从事各类管理工作的干部,尤其是中小企业和乡镇企业管理干部具有现实针对性的参考与学习价值。

本书是在“中国农业企业经营管理学教学研究会”的学术指导下组织编写。由兰徐民、王晓梅、赵春秀任主编。组织和参加编写的校院和个人有:河南农业大学王晓梅副教授,撰写第 2、4、6 章;河南农业大学任淑荣副教授,撰写第 20 章;河南农业大学晋洪涛讲师,撰写第 13 章;河北职技师院刘禹宏副教授,撰写第 19 章;太原理工大学经贸学院赵春秀副教授撰写第 7、8、9、10、14、16 章;山西农业大学兰徐民副教授撰写绪论与第 1、3、5、10、11、12、15、17、18、21、22、23、24 章。最后由兰徐民根据全书的结构设计与内容体系,对每章内容进行了修改、总纂稿等工作。

本书在撰写过程中,参考和借鉴了大量国内外有关著作和教材,吸取了学术界的最新研究成果,书中未能一一注明;本书初稿撰写完成之后,恰逢“中国农业企业经营管理学教学研究会”第 10 次年会在长春召开,与会的专家学者对本书的编写大纲提出了许多宝贵意见;河南农业大学经贸学院院长张冬平博士和副院长吴一平教授对大纲的出台和组织编撰工作倾注了大量心血,作出了不可磨灭的贡献。需要特别说明的是,山西农业大学社科部副教授牛慎堂同志抱病通阅和校对了书稿,并提出了不少有益的建议,对此深感过意不去。我们谨在

此一并表示最衷心的感谢!

由于编著者水平所限,加之时间仓促,本书存在的缺点、错误与不妥之处一定不少,恳请读者批评指正,以便再版时进一步修改、完善。

兰徐民

2000年10月

目 录

绪 论	(1)
-----	-----

第一篇 企业管理原理

第一章 企业及其社会责任	(6)
第一节 企业的基本特征	(6)
第二节 企业的分类	(10)
第三节 企业的责任与权限	(12)
第二章 企业管理及其职能	(15)
第一节 企业管理的基本概念	(15)
第二节 企业管理的基本职能	(18)
第三章 企业管理理论的形成与发展	(21)
第一节 概述——管理理论的阶段划分	(21)
第二节 传统管理与早期管理理论	(22)
第三节 古典管理理论	(23)
第四节 行为科学理论	(27)
第五节 现代管理理论	(29)
第四章 企业管理原理与方法	(32)
第一节 企业管理的基本原理	(32)
第二节 企业管理的基本方法	(37)
第五章 现代企业组织制度——股份制	(42)
第一节 企业法律形式的选择	(42)
第二节 公司的组建与组织	(47)
第三节 公司的重组与破产	(52)

第二篇 企业管理职能

第六章 企业组织工作	(55)
------------	------

第一节 组织工作概述	(55)
第二节 有效组织的基本原则	(57)
第三节 组织结构的基本类型	(60)
第七章 企业计划工作	(67)
第一节 计划及其特点	(67)
第二节 计划的种类与形式	(68)
第三节 计划工作的步骤	(70)
第四节 计划工作的方法	(73)
第五节 计划的贯彻执行——目标管理	(75)
第八章 企业领导工作	(77)
第一节 领导及其职能	(77)
第二节 领导权威与领导艺术	(80)
第三节 领导理论	(85)
第九章 企业控制工作	(88)
第一节 管理控制及其过程	(88)
第二节 管理控制的类型	(92)
第三节 管理控制的方法	(95)
第十章 人力资本管理——人事与激励	(99)
第一节 职工选聘	(99)
第二节 人员培训	(101)
第三节 职工工资与福利	(104)
第四节 激励	(107)

第三篇 投资管理

第十一章 市场预测	(112)
第一节 预测概述	(112)
第二节 预测方法	(116)
第十二章 投资决策	(130)
第一节 决策问题概述	(130)
第二节 科学决策程序	(132)
第三节 决策的方法	(134)
第四节 效用理论在决策中的应用	(142)

第十三章	项目投资可行性研究	(146)
第一节	可行性研究概述.....	(146)
第二节	可行性报告的主要条款与内容.....	(147)
第三节	可行性研究的经济评价方法.....	(150)

第四篇 产品生产与质量管理

第十四章	生产管理	(158)
第一节	生产管理概述.....	(158)
第二节	生产过程的组织.....	(159)
第三节	生产计划的确定.....	(165)
第四节	生产物资管理.....	(167)
第十五章	网络技术	(172)
第一节	网络技术的基本知识.....	(172)
第二节	网络图的绘制.....	(175)
第三节	网络图的时间计算.....	(177)
第四节	网络优化.....	(183)
第十六章	全面质量管理	(186)
第一节	质量管理概述.....	(186)
第二节	全面质量管理的基本内容.....	(189)
第三节	质量控制常用的统计分析方法.....	(193)
第四节	全面质量管理体系.....	(198)

第五篇 营销管理

第十七章	市场营销管理(I)——产品与价格	(199)
第一节	市场营销概述.....	(199)
第二节	产品策略.....	(202)
第三节	价格策略.....	(207)
第十八章	市场营销管理(II)——渠道与促销	(210)
第一节	销售渠道(分销策略).....	(210)
第二节	促销策略.....	(215)
第十九章	国际市场营销(国际贸易)	(221)
第一节	国际市场营销的必要性.....	(221)
第二节	国际市场营销应考虑的一些特殊问题.....	(223)

第三节 国际市场营销的拓展方式.....	(225)
----------------------	-------

第六篇 财务管理

第二十章 资金筹集管理.....	(229)
第一节 短期资金的筹集.....	(229)
第二节 长期资金的筹集.....	(233)
第二十一章 资产管理.....	(237)
第一节 固定资产管理.....	(237)
第二节 流动资产管理.....	(242)
第三节 无形资产及其它资产管理.....	(248)
第二十二章 成本与利润管理.....	(251)
第一节 成本管理.....	(251)
第二节 利润管理.....	(257)

第七篇 其他管理

第二十三章 合同管理.....	(264)
第一节 合同及其法律术语.....	(264)
第二节 经济合同的特征与作用.....	(265)
第三节 经济合同的签订.....	(268)
第四节 经济合同的履行、变更和违约责任	(271)
第五节 经济合同纠纷的调解和仲裁.....	(273)
第二十四章 风险管理.....	(277)
第一节 对待风险的态度.....	(277)
第二节 识别风险的技术.....	(278)
第三节 处理风险的策略	(281)
第四节 保险公司及保险种类.....	(284)

绪 论

一、企业管理学的科学性

企业及其管理,从以英国为先导的资本主义工业革命算起,已经存在了 200 多年,但是,企业管理是一门艺术,还是一门科学,一直是一个有争议的问题。值得称赞的是,在争议的同时,近年来管理科学这一概念已经普遍被人们所接受。

衡量一门学问是否属于科学,要看它是否同时具备以下四个最基本的条件:第一,是否有独特的研究对象;第二,是否有完整的理论基础;第三,是否有严密的结构体系;第四,是否有科学的研究方法。企业管理学经过长期的生产实践与理论研究,在以上 4 个方面已经取得了重大进展和成就。

1. 企业管理学的研究对象

企业管理学具有自己独特的研究对象——企业。它是一门研究人们如何有效地组织、计划、领导和控制企业(包括不同产业、不同性质的各种类型的企业)的生产、经营与管理活动的基本规律、基本原理和基本方法的应用性学科。这门学科的产生是在企业生产经营管理的长期实践中逐渐形成的,是对长期管理工作经验和规律的科学总结与理论概括。

这一表述说明,第一,企业管理学研究的对象是各种不同产业类型和不同所有制性质的各种类型的企业所共同面临的管理问题,而不是研究某个特定企业的具体管理问题,也不是研究整个国民经济或部门经济的宏观管理问题。第二,企业管理学所研究的并不是企业生产经营活动中的生产技术问题,而是如何有效地组织、计划、领导和控制企业的生产、财务、市场营销以及其他管理活动中具有规律性的管理原理、理论和方法。第三,由于企业的生产经营活动不只限于企业内部,还与外部环境(如政府的、市场的等)有着密切联系,所以,企业管理还必须研究企业利用和适应外部环境的战略和策略等问题。总之,企业管理研究每一问题的出发点和归宿点,都是为了最合理地利用企业的内外部资源,以获得最大的企业效益和社会效益。

2. 企业管理学的理论基础

企业管理学的理论基础包括社会科学和应用技术科学两个方面。从社会科学方面看,它是马克思主义哲学、经济学、社会学、心理学以及会计学、统计学等作为自己的理论基础;从应用技术科学看,它是数学,尤其是微分数学、线性数学、随机数学和模糊数学作为自己的理论基础。近年来,随着系统理论、控制理论、信息理论和计算机理论的发

展与推广应用，正在形成企业管理完整的理论方法基础。

3. 企业管理学的内容与体系结构

企业管理学，具体地说，乡镇企业管理学或者农业企业管理学，这门学科随着我国社会的不断变革与发展，其内容与体系结构也在不断地发展变化。就其内容来说，由 50 年代的“八大管理加分配”，发展到今天外延与内涵均十分丰富，生产力、生产关系与上层建筑无所不包的管理大全，体系结构由原来的“土豆萝卜一袋装”发展到今天的“模块结构与管理过程”的有机结合。就乡镇企业管理内容体系来说，从纵向看基本上形成了管理原理、经营过程管理和生产过程管理三大板块以及各种专门的业务管理等；从横向看，每一板块都形成了自己特有的理论、内容、程序和方法。无论从纵向或横向系统都可以从静态和动态两方面来进行研究。静态方面主要研究各项管理业务的组织、结构、标准、制度和程序的制定原理和方法；动态方面则主要研究各项管理业务的预测、决策、计划、实施、检查、监督和控制的原理和方法。

4. 企业管理学的研究方法

企业管理学的研究方法可分为定性和定量两大类。在企业管理的各项工作中，有关生产关系和人的因素方面的问题如体制问题、战略问题、组织行为问题、专家咨询问题等一般用定性方法进行研究；而对有关市场预测、决策、计划制定、生产组织、技术经济分析等方面的问题，主要运用定量方法进行研究。在企业管理中，定量和定性方法是相辅相成，互为补充的。近年来，随着运筹科学、系统科学、控制科学、信息科学以及计算机科学的发展，今后企业管理的方法将日趋完善和科学化。

从以上四方面来看，应该说企业管理虽然还不能像数学、物理、化学、经济学等古老学科那样成熟，但它成为一门科学的基本条件已经具备。尽管它还存在着一些主要依靠个人的经验、魄力、权威去处理的无法度量的、甚至无法言传的、模糊的领域等待着人们去探索、去开发、去完善。但它实际上已经作为一门新兴的、迅速成长的管理科学正在跻身于世界科学之林，受到全世界的普遍重视和观注，也正在为人类的今天和明天作出积极的贡献。未来将会证明，随着人工智能计算机系统引入管理，管理科学将进入一个更加引人入胜的新阶段。

二、企业管理学的特点

企业管理学具有 3 个最基本的特点。

1. 企业管理学是一门软科学

通常人们把研究具有物质形态的生产技术称为硬技术或硬科学，如机电、化工、纺织、计算机中心存储器、运算器、输入输出装置等；而把研究只具有知识形态的技术称为软技术或软科学，如各种技术资料、情报、专利、计算机的软件等。由于企业管理学研究的对象和成果，只表现为如何合理利用和组织企业资源的一般的理论、原理、原则和方法，而不是各种有形物质本身。因此，企业管理学是一门软学科。随着电子信息技术和知识经济的发展，未来像企业管理这类专门提供知识形态产品的软科学的地位和作用将日益增大。

2. 企业管理是一门交叉科学

由于企业管理的内容十分广泛，需要运用许多学科的知识，例如制定经营决策要运用社会学、心理学、经济学、数理统计学、数学等多种学科知识；进行新产品开发，生产过程组织和产品质量管理等要运用产品设计、产品制造、设备工序流程和计量检测等多种专业技术学科的知识；进行财务管理要运用财政、会计、价格、金融、贸易等多学科知识。可见，企业管理学是一门地地道道的交叉科学。整个科学史证明，几乎所有的新兴科学都是在几门学科的交叉处发展起来的，而这种在多学科的接合部发展起来的交叉学科或边缘学科无不具有强大的生命力。然而，学习和研究交叉科学，要求我们必须具备各有关学科的广博知识。因此，我们经济专业的学生，要注意广泛涉猎各方面的知识，才能胜任历史所赋予我们的重任。

3. 企业管理学是一门应用科学

我们知道，科学可分为基础科学、技术科学和应用科学三类。应用科学是研究应用理论和生产应用技术的科学。它的特点是理论和实际密切结合；其任务是要解决生产实践中的生产技术和管理工作问题，从而促进生产的发展。而企业管理学正符合应用科学的这些特点和任务。它属应用科学的范畴。企业管理学的一切理论和方法，都是从实践中来，又都必须再运用到实践中去，解决实践中的矛盾和问题。如果离开了企业实践，企业管理学就成了无源之水，无本之木。因此，学习研究企业管理学必须与企业管理的实际密切结合起来。

三、如何学习和研究企业管理学

1. 要掌握科学的研究方法

学习和研究企业管理学最基本的方法是马克思主义的唯物辩证法，这是研究一切问题的总方法。按照唯物辩证法的基本原理，揭示企业经营管理活动的规律性，要善于运用下列方法：

(1) 系统分析法 这是现代科学研究的重要方法，也是对唯物辩证法关于事物运动和普遍联系性原理的具体运用。企业是一个结构复杂，联系广泛的系统，同时，它又是整个国民经济系统的组成部分。企业的任何一项生产经营活动都有着十分复杂的内外联系。研究企业管理问题必须从企业系统的整体出发，运用系统思想，进行系统分析，以保证企业目标的实现。

(2) 动态分析法 即坚持用历史的、发展的观点分析企业管理问题。企业的生产经营活动是个不断发展变化的过程，特别是在科学技术日新月异和经济改革与调整时期，经营管理活动也处于不断创新变革之中。一定的经营管理形式、方法和手段，都与企业所处的环境相适应。当环境和条件发生变化时，管理的方式、方法也要相应地发生变化。因此，研究企业管理问题，决不能用凝固的观点和静态的分析方法，而应该运用发展的观点和动态的分析方法。

(3) 矛盾分析法 即运用矛盾对立统一的规律来分析和处理经营管理活动中出现的各种矛盾，找出这些矛盾的规律。企业经营管理中常会遇到企业目标与外部环境和内部条件的矛盾，产品产量和质量的矛盾，速度和效益的矛盾等等。这就要运用矛盾分析法，研究

矛盾诸因素、诸方面的辩证关系，揭示出它们的运动规律。

(4) **抽象法** 马克思说，“分析经济现象，既不能用显微镜，也不能用化学试剂，必须用抽象法来代替”。抽象思维能力是从事各种研究工作都必须的一种方法。什么叫抽象法？通俗地说，就是抽掉现象，留下本质。经济管理问题都是一些很复杂的社会问题，其本质常常被各种各样的现象所掩盖，人们常常碰到它无从下手，只有用抽象法，才能抓住其要害。以上均属定性分析法。研究企业管理问题还应当用数据说话，还需要应用定量分析法，即数学方法和统计方法。应用定量方法可以对管理问题进行精确的数量分析，提高管理的科学性。但定性方法也是必不可少的，许多管理问题无法应用定量方法进行研究，定性与定量二者是相辅相成，互为补充的，应结合起来应用。

2. 要学好相关知识

管理科学是交叉科学（边缘科学），涉及生产力、生产关系、上层建筑各方面的内容，既有社会科学中许多学科的问题，又有自然科学和技术科学中许多学科的问题。要求研究者必须具备有关学科的广博知识。一般要求学好马克思主义哲学、政治经济学和社会学、心理学等哲学人文社会科学知识，以及高等数学、数理统计学、线性代数等自然科学和其它技术学科的相关知识。

3. 要注意企业管理实际

管理科学是实践的科学。研究企业管理的出发点是实践，以实践为基础；管理的归结点也是实践，为实践服务。管理理论的源泉在实践，理论的应用、效益的发挥也在实践。为此，学习和研究企业管理必须经常深入到管理实践中去，认真调查研究，总结实践经验，并将其上升为理论，然后再去指导实践，受实践检验。

4. 要防止死学硬背，做到灵活运用

管理既是一门科学，也是一门艺术。是科学，是因为管理有规律可循，管理工作总是努力地按照自然规律、经济规律要求行事的。是艺术，是因为管理又有随机性，管理工作总是根据与管理相关的那些因素，诸如人财物资源、内外部条件等变化而变化。这样，管理工作的好坏，很大程度上取决于管理者管理经验的积累，管理艺术的高低和应变能力。书本知识并不能照搬到实际中去硬套，这是该学科的显著特点。为此，学习这门课决不能过分迷信书本，要创造性地学习，创造性地应用。

四、企业管理学的基本任务与要求

1. 基本任务

企业管理学的基本任务，就是要在马列主义、毛泽东思想、邓小平理论指导下，对我国企业生产经营管理的实践经验进行科学的理论概括和经验总结。同时，又要积极介绍、借鉴和吸收西方发达国家企业管理的先进经验、理论和方法，包括先进的管理体制如股份制等，以探索我国企业管理的规律性，为我国企业的科学化管理提供理论依据、模式与方法。由此可见，企业管理学没有也不可能为所有管理者提供解决不同企业具体管理问题的标准模型，它所能提供的只是一般的理论、原理、原则和方法技巧。

2. 基本要求

通过本课程的学习，要使大家认识企业管理的重要性；了解并消化吸收西方发达国家

企业管理的主要理论、主要原理、主要方法以及各种现代定量管理技术；掌握企业的经营管理过程和各种生产要素的管理；并努力使大家及时了解本学科的最新动态与前沿理论；最终力争达到使大家具有综合分析研究和探讨实际管理问题的能力以及一定的研究写作能力。

复习思考题

- 1 简要论述企业管理学的科学性。
- 2 企业管理学的研究对象与任务是什么？
- 3 企业管理学的特点有哪些？
- 4 本课程教学的基本要求是什么？

第一篇 企业管理原理

第一章 企业及其社会责任

第一节 企业的基本特征

一、什么是企业

学习企业管理，首先必须对管理的对象——企业有一个明确的认识。

所谓企业，是指直接从事商品生产经营活动，以向社会提供商品和服务为宗旨，以最大限度的获取利润为目的的社会经济组织。

这样认识企业还不够。要判断一个社会经济组织是否属于企业，要从剖析企业的特征入手。

二、企业的基本特征

作为一个企业，必须同时具备以下基本特征：①拥有一定的资产和职工；②直接从事社会商品的生产、流通和服务等经济活动；③具有独立的经营管理自主权，实行独立核算、自主经营、自负盈亏和破产倒闭制度；④生产经营活动以向社会提供商品或服务为宗旨，以最大限度的获取利润为目的；⑤是依法成立的能够独立承担民事责任的社会经济组织，并具有“法人”资格。

此外，还应具有“自我改造和自我发展”的能力。这属于附加特征。

上述五条：①②两条是基础和前提，③④⑤这三条是衡量一个社会组织是否属于企业的核心，是最本质的特征。

第一，作为一个企业必须拥有一定数量的人力、物力和财力以及劳动场所，这是企业进行生产经营活动的首要 and 必要的条件。

第二，凡企业必须是直接从事商品经济活动的组织。比如，直接从事物质资料生产的，称为生产企业，像农业企业、工业企业、建筑企业等。直接从事商品流通活动的，称为商业企业。凡是从事买卖、批发的均属于商业企业。直接从事商品服务性活动的，称为

服务企业即第三产业，如专门为劳动力这个特殊商品提供服务的企业，有饭店、宾馆、理发、美容、歌舞厅、人才交流中心，职业介绍所以及图书馆、文艺团体等。为一般商品提供服务的企业，有各种维修业、安装、装璜业等；为金融商品提供服务的，称为金融企业，像各种银行、信托投资公司、股票和证券交易所、保险公司等。

任何非直接的，而是间接的从事或兼营商品经济活动的组织，不能算是企业。如代表国家管理经济活动的各级行政机关，其主要任务是制定经济政策、法令、发展规划，并监督其执行。它并不直接从事经济活动，就不是企业。

第三，企业必须具有独立的经营管理自主权，实行独立核算，自主经营、自负盈亏和破产倒闭制度。如果一个经济组织具备前两个条件，但不具有独立的经营管理自主权，即无权支配自己的人力、物力和财力，无权根据企业所面临的内外环境合理地组织供产销活动，也不能够进行独立的经济核算，盈余归己、亏损不自负、破产不倒闭，那就不是真正意义上的企业。我们说它充其量是一个为执行某一级行政部门的某种特殊职能而开办的一种附设机构。前些年一些政府部门开办的企业，政企不分、党政不分，就属于这种性质的企业。

第四，企业必须是以盈利为目的的。具备前三个条件的经济组织，并不都是以盈利为目的的。如校办工厂、军办工厂、良种实验场等，虽然也直接从事经济活动，但不是以盈利为目的，不能算作企业，或者只能算作“准企业”或者干脆就属于事业单位。可见，第四条是区别一个单位是属于企业单位，还是事业单位的主要标志。工厂、农场、商店、银行都是以盈利为目的，是属于企业单位；而学校、党政机关、医院等，不以盈利为目的，则属于事业单位。

但应注意，在现实经济生活中，有一些单位，既不属于地地道道的事业单位，也不属于地地道道的企业单位。比如医院。开设医院的目的是救死扶伤、治病救人，不以盈利为目的，是属于事业单位。但现实中它是按企业在运作，有关部门对它也是按“准企业”对待来进行管理，它的内部也实行的是企业化管理。因此，在实际工作中，对这类单位我们把它归为“视同事业单位，实行企业化管理”。视同事业单位，是说这类单位被视为不以盈利为目的看待，国家实行免税政策。实行企业化管理是说，这类单位有一定的人、财、物，并取得一定的经济收入，应该核算盈利，实行自负盈亏。

第五条，企业在法律上必须取得“法人”资格。满足上述一切条件之后，企业在开业前还必须在政府有关部门（工商行政管理局）注册备案，领取到营业执照，得到政治上和法律上的正式的认可，才算具有了“法人”资格。也才真正成为了一个能够独立承担民事责任的经济组织。

对于附加特征，即企业还应具有“自我改造和自我发展”的能力这一条。当企业真正具备了上述五项特征，企业的这两个能力也就同时具备了。

三、公有制企业的特征

社会主义公有制企业即国有或集体企业，除具有一般企业所具有的上述共同特征外，还具有与资本主义私有制企业根本不同的一些特征。主要表现为：

1. 企业资产的产权制度不同

国有或集体企业的资产是归全民所有或部分劳动人民集体公有的财产。在实行股份制

的国有或集体企业中，虽然允许个人持有股票，企业的产权形式发生了很大变化，但由于国家股和法人股份占绝对的控股地位，并没有改变企业产权的公有制性质。而在资本主义私有制企业中，企业的全部资产都是资本家个人的私人资产，两者具有本质区别。

2. 企业与国家的关系不同

社会主义公有制企业的生产经营活动是在国家整个国民经济的宏观控制下进行的，企业只具有相对的独立性。比如国家通过各种政策、法令、规定等指导企业的生产经营活动和决定企业的创办与关闭，并委派厂长经理来具体管理企业等。而资本主义企业则是在国家法律的范围内，完全独立地进行生产经营活动，政府对企业不进行直接干预，没“婆婆”管，自主性强。

3. 企业与企业之间的关系不同

社会主义各企业之间的本质关系是分工协作的互助关系，尽管也存在着竞争，但这种竞争是在根本利益一致的前提下而相互促进的竞争。而资本主义企业之间则是你死我活的激烈争斗。

4. 企业内部人与人之间的关系不同

在社会主义公有制企业中，职工是企业的主人，企业职工之间是岗位分工、平等协作和联合劳动的关系。而资本主义企业中，资本家同工人之间的关系是根本利益相互对立的关系，即通常所谓的“剥削与被剥削”的关系。尽管资产阶级为了缓和劳资矛盾，为调动职工的劳动积极性，经常采用一些“职工参与管理”等行为科学管理办法，但这都不能从根本上改变资本主义企业中工人的被雇佣、被剥削和资本家的独裁地位。

5. 企业物质财富的分配关系不同

社会主义企业创造的物质财富（ $v + m$ ）本质上归全民或企业劳动者所有。这些物质财富中的一部分以税收的形式交给国家，用于满足全社会的经济、文化、教育、生活福利事业以及国防、行政等方面发展的需要；另一部分以生产发展基金（公积金）和福利基金（公益金）的形式留给企业，用于企业发展生产和兴办集体福利事业；余下的部分以“按劳分配”原则支付工人工资和发放奖金。而资本主义企业创造的物质财富除上缴国家税收外，其余全部归资本家私人所有。资本家只是按劳动力的价格支付工人工资；按土地价格支付地租；按借入资本数额支付利息；按股权投资支付投资报酬等。这就是资本主义的四位一体分配理论。由此不难看出，社会主义企业生产经营活动的最终目的是为满足全体人民不断增长着的物质和文化的需要。而资本主义企业生产经营活动的最终目的是为了满足不同资本家私人无限占有社会财富的欲望。

上述特征主要表现在生产关系方面。在这方面，社会主义企业比资本主义企业具有无比的优越性。

四、现代企业的特征

同小生产的个体手工作坊那种主要依靠工匠个人的体力、经验、手艺和“祖传秘方”为特点的传统企业相比，现代企业具有以下基本特征。

1. 现代化的生产

即现代企业是在现代化的工厂中广泛应用现代科学技术和先进的机器设备进行专业化、社会化、商品化的社会大生产。企业拥有各种各样的机械化、自动化和电脑网络信息