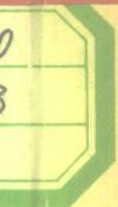


中国企业 经营管理 实用大全

主编 贾振兴 罗盛增

原子能出版社



中国企业管理实用大全

主编：贾振兴 罗盛增

编者：贾振兴、罗盛增、王洪儒、田云普、刘庆文
许树宝、姜秀坤、张德顺、贾桂芝、杨胜利、李晨钟
杨虹、王月美、李利军、曹宝群、李荫茂、安志良
罗海莉、王芳、贾桂秋、贾建国、冯建辉、王翠英
荆勇、程才实、王彦鹏、王家华、韩淑琴、张瑞普
张立君、谭淑琴

原子能出版社

(京) 新登字077号

内 容 简 介

本书从我国实际出发,吸收外国企业经营管理的有益内容,结合中国工商企业经营管理的经验和理论,论述了企业的经济效益、市场营销管理和手段、工商行政管理、财务和质量管理、外向型经济和现代管理技术等,对探索具有中国特色的社会主义企业管理新途径将有所帮助。本书实用性强,有明确的针对性,注意反映我国现代经济建设的新经验、新成就,着重阐述了应用于实际工作的问题和方法。

本书可作为工商企业领导者与广大管理人员的工具书,也可供经济工作者、教学人员参考。

中国企业管理实用大全

主编 贾振兴 罗盛增

责任编辑 石庆元 杨树录

原子能出版社出版

(北京2108信箱)

北京市密云县印刷厂印刷

新华书店总店科技发行所发行 · 新华书店经售

☆

开本 787×1092 1/16 · 印张 28.375 · 字数 650 千字

1992年1月北京第一版 · 1992年1月北京第一次印刷

印数 1—5000

ISBN 7-5022-0446-6/

F·4 定价: 25.00元

企业管理
是一门重要的科学。

荣毅仁
91.1.19.

全国人大常委会副委员长、中国国际信托投资公司董事长荣毅仁为本书题词。

序 言

党的十一届三中全会以来，随着经济体制改革的深化，对外开放对内搞活的全面发展，我国工商企业的经营管理也发生了较为深刻的变化，无论在理论方面还是实践方面都有了很大的发展，因而中国企业经营管理的内容越来越丰富了。这期间，我国许多企业从深化内部改革入手，结合企业的实际，创造了许多典型的科学管理方法，获得了满意的效果。这些方法被理论界和企业家们所推崇，因此，得以在全国推广。由此可以看出，我国企业的经营管理正从传统经验型向科学规范型转变。我国企业界力图从实践中从理论上总结我国企业的独具特点，探索建设具有中国特色的社会主义企业经营管理途径。

当前，企业承包经营责任制已取得一定成效，但还需要进一步完善和发展，以便更好地发挥作用。一些搞得比较好的企业，就是通过承包经营责任制切实加强了企业经营管理，努力实现企业经营管理的科学化，上等级、创效益，企业越办越有朝气。但并不是所有企业都是这样做的。有一些企业的领导和管理干部，还不适应或不完全适应在新形势下经营管理企业，因循守旧、亦步亦趋，不了解外界的情况及其变化的趋势，不注意开拓新市场，不重视发展新产品，经营不善、管理混乱，使企业跌入低谷，经不得风吹浪打，难于摆脱困境。如此企业出路只有一条，就是切实加强和改善企业经营管理，扎扎实实地学好经营管理的基本知识，努力提高企业素质，实现经营管理的科学化。

种种情况都对我国企业经营管理提出了更高的要求。因此，培养中国企业经营管理人才，提高中国企业经营管理水平成为当务之急。要在认真总结我国企业经营管理经验的基础上，研究新情况，解决新问题；也要注意吸收外国企业经营管理对我国有益的经验，逐步建立起具有中国特色的企业经营管理制度，开创企业经营管理的新局面。《中国企业经营管理实用大全》正是出于这种目的，适应新形势下企业发展的迫切需要而编纂的。其特点是内容丰富，深入浅出，简明扼要，重在实用。它是一本比较系统、实用性强的工具书，会对从事企业经营管理工作者有所帮助。

编 者

1991年2月

目 录

序言

第一章 绪论	(1)
第一节 中国企业.....	(1)
第二节 企业在国民经济中的地位.....	(6)
第三节 中国企业的社会责任.....	(7)
第二章 企业经营管理的性质、职能、任务和指导思想	(10)
第一节 企业经营管理的性质、职能和任务.....	(10)
第二节 企业经营管理的指导思想.....	(13)
第三节 企业管理的职能.....	(15)
第三章 企业与经济效益	(18)
第一节 企业经济效益的概念与作用.....	(18)
第二节 评价企业经济效益的指标体系.....	(24)
第三节 提高企业经济效益的主要途径.....	(37)
第四章 企业市场营销管理	(42)
第一节 市场营销与市场营销观念.....	(42)
第二节 市场营销环境.....	(45)
第三节 目标市场的选择.....	(47)
第五章 企业的营销手段	(51)
第一节 营销因素组合.....	(51)
第二节 产品决策与策略.....	(52)
第三节 渠道决策与策略.....	(61)
第四节 价格决策与策略.....	(66)
第五节 促销决策与策略.....	(71)
第六章 企业的公共关系	(80)
第一节 公共关系的概念及发展.....	(80)
第二节 企业公共关系的目标与原则.....	(83)
第三节 企业公共关系的工作方式与程序.....	(84)
第四节 企业公共关系机构.....	(87)
第七章 市场调查与市场预测	(90)
第一节 市场调查.....	(90)
第二节 国际市场的调查.....	(100)
第三节 市场信息的收集与加工.....	(103)
第四节 市场预测.....	(110)
第八章 企业的工商行政管理	(124)
第一节 工商行政管理的意义与任务.....	(124)

第二节	工商企业的登记注册	(125)
第三节	工商企业的经营范围	(132)
第九章	企业与经济合同	(134)
第一节	经济合同的作用与原则	(134)
第二节	经济合同的种类与内容	(136)
第三节	合同的履行、变更与解除	(138)
第四节	《经济合同法》的有关名词	(140)
第五节	国内几种常见的经济合同	(143)
第十章	企业管理基础工作	(157)
第一节	企业管理基础工作的特点和作用	(157)
第二节	标准化、定额和计量工作	(158)
第三节	信息工作	(160)
第四节	企业规章制度和技术业务培训工作	(163)
第五节	企业的现场管理	(164)
第十一章	企业与银行往来	(170)
第一节	企业与银行的关系	(170)
第二节	企业建立银行帐户	(172)
第三节	现金的解送与领取	(174)
第四节	企业与银行结算	(175)
第五节	企业与银行贷款	(189)
第十二章	企业与保险	(197)
第一节	保险基本知识	(197)
第二节	与企业有关的保险种类	(203)
第十三章	企业的财务管理	(214)
第一节	财务管理的意义和任务	(214)
第二节	固定资金的来源与管理	(216)
第三节	流动资金的来源与管理	(220)
第四节	成本核算与管理	(224)
第五节	销售和利润核算与管理	(228)
第十四章	企业与税收	(231)
第一节	税收的一般概述	(231)
第二节	税收管理工作	(233)
第三节	我国现行税制结构	(237)
第十五章	企业的质量管理	(242)
第一节	产品质量和质量管理的的发展	(242)
第二节	建立健全质量保证体系	(245)
第三节	全面质量管理	(251)
第四节	企业质量管理的统计方法	(258)
第十六章	企业与外向型经济	(264)
第一节	外向型经济概述	(264)

第二节	进出口贸易的有关知识	(267)
第三节	出口业务	(275)
第四节	进口业务	(289)
第五节	外向型企业利用外资的方式	(298)
第十七章	工业企业环境管理	(303)
第一节	防治工业污染的意义	(303)
第二节	工业企业的环境管理	(305)
第三节	工业企业环境管理体制、机构与管理制度	(310)
第十八章	建筑施工企业的经营管理	(313)
第一节	建筑业在国民经济中的地位和作用	(313)
第二节	建筑产品及其技术经济特点	(314)
第三节	建筑工程质量的管理	(314)
第四节	建筑工程定额与预算管理	(318)
第五节	建筑施工企业的安全管理	(319)
第六节	对外承包工程和劳务合作的管理	(320)
第十九章	企业思想政治工作	(322)
第一节	思想政治工作的本质和特点	(322)
第二节	思想政治工作的地位和作用	(323)
第三节	思想政治工作的目的、任务和内容	(326)
第四节	思想政治工作的原则和方法	(332)
第二十章	企业现代管理技术	(341)
第一节	管理现代化的含义、内容、必要性及作用	(341)
第二节	企业现代管理方法	(342)
第三节	电子计算机在企业管理中的应用	(352)
第二十一章	企业经营管理有关的名词解释	(357)
第一部分	工业企业适用部分	(357)
第二部分	商业企业适用部分	(395)
后记		(413)
主要参考书目		(414)

第一章 绪 论

第一节 中国企业

企业是一个经济单位，是国民经济的基层组织，从事着生产、流通的活动。企业是自主经营、独立核算，具有法人资格的基本经济单位。中国的企业，随着经济体制改革的深入发展，已具有了充分的经营自主权，改变了过去行政机构附属物的地位。正如第七届全国人民代表大会第四次会议批准的《国民经济和社会发展规划和第八个五年计划纲要》所规定的：“实行政企职责分开、所有权与经营权适当分离，逐步使绝大多数国营企业成为自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展的社会主义商品生产者和经营者。”

中国的企业，是一个既生产物质财富、实现商品交换，又要培养社会主义“有理想、有道德、有文化、有纪律”新型劳动者的社会组织。从这个意义上讲，单纯用“企业”二字是不能全面包括中国企业的涵义的。

一、中国企业的特征

中国企业的社会主义性质，决定了它具有以下几个方面的基本特征。

1. 中国企业是以生产资料公有制为基础的相对独立的经济实体。这是中国企业最根本的特征。在社会主义条件下，国家对企业以计划的、经济的、行政的和法律的手段进行必要的管理、检查、指导和调节，通过税收等形式从企业集中必须由国家统一使用的纯收入。因此，中国企业的生产、经营活动，一方面必须执行国家的方针、政策和法令，要坚持以国家统一计划为指导；另一方面，在社会主义条件下又存在商品生产和商品交换，实行生产资料公有制基础上的有计划的商品经济。企业作为一个经济实体，追求企业经济效益是基本任务。但提高经济效益的目的是为了向社会提供更多更好的产品和服务，满足人民日益增长的物质文化生活需要，并为国家、为企业本身积累资金、谋求发展做出贡献。因此中国企业既有统一性又有灵活性，既要增强企业活力又要活而不乱，既要服从全局、胸有全局又要考虑企业本身的利益。

2. 中国企业实行“各尽所能，按劳分配”的原则。在社会主义条件下，按照个人为社会提供的劳动数量和质量，实行多劳多得，少劳少得的原则，并结合企业的经营成果来确定职工的劳动收入，从而把劳动者的个人利益同企业利益、国家利益结合在一起。

3. 中国企业实行职工群众当家作主的民主管理原则。中国企业是为了完成其经营目标，由领导、管理人员和职工共同组成的劳动组织。企业领导、技术人员、管理人员和工人虽然分工不同，但都是社会主义劳动者，都是国家的主人、企业的主人。他们之间的关系是建立在根本利益一致的基础上的、同志式的互助合作的关系。而不是政治上、经济上地位不平等的管理者与被管理者。因此，中国企业的职工既是生产者，又是管理者。

4. 中国企业是自主经营、自负盈亏的社会主义商品生产者和经营者。我国实行有计划的商品经济，是社会经济发展的不可逾越的阶段，是实现我国四个现代化的必要条件。只有

充分发展商品经济，促使企业提高效率，灵活经营，灵敏地适应复杂多变的社会需要，才能把我国的经济搞活。中国企业的产品是作为商品来生产的，商品购销是为满足人民需要来经营的。企业把全面完成国家计划作为自己应承担的经济责任，坚决执行国家计划。同时，在国家计划和政策指导下，根据市场、消费的需求，企业要注意开发新产品，提高产品质量，提供良好的服务。自觉地运用价值规律，实行经济核算，力争以尽可能少的人力、物力、财力和时间的投入，获得尽可能多的利润，为国家多做贡献。如此，企业在为社会提供更多、更适合需要的产品的同时，才能够为国家积累更多的资金。企业本身也才能够具有自我积累、自我改造、自我约束、自我发展的能力，企业才能真正成为自主经营、自负盈亏的社会主义商品生产者和经营者。

5. 中国企业作为社会活动的基本经济单位，负有社会责任。企业与政府机关、投资者、金融机构、同行业、竞争企业、交易对象、地区社会、周围居民、顾客和企业职工等各社会集团，共同组成了一个开放系统。企业的存在、发展与衰退，对各集团及整个国民经济会产生很大影响。企业的经营目标应该考虑国家和社会的长远利益。企业的社会责任还应表现在对防止环境污染、节约能源和国家资源以及为建设社会主义精神文明做贡献。中国企业不仅是创造物质财富的劳动场所，还应该是把职工培养成有理想、有道德、有文化、有纪律的新型劳动者的场所。

二、中国企业的形态

现代企业根据不同的分类标准可以分为各种形态。根据企业所属的经济部门，可分为工业企业、农业企业、交通运输企业、商业企业、建筑企业、旅游企业、金融企业等。根据企业的规模，可分为大型企业、中型企业、小型企业。根据企业的组织结构，可分为单厂企业、多厂企业和联合企业等。根据生产资料的所有关系，可分为全民所有制企业、集体所有制企业、合营企业、个体所有制企业、外资独资企业等。

下面按所有制的分类，作简要的说明。

1. 全民所有制企业。全民所有制企业的主要特征是，企业的生产资料归社会主义全体劳动人民所占有，人民是生产资料的主人。这就保证了劳动者和生产资料在全国范围内的直接结合。在我国，全民所有制企业是社会主义经济的主导力量，对保证我国整个经济的社会主义方向和稳定的发展有着决定性的作用。

全民所有制企业实行政企职责分开，所有权与经营权适当分离。企业在遵守国家的方针、政策和法令、服从国家计划和管理的前提下，自主经营，有权选择灵活多样的经营方式，安排产销活动，拥有和支配自留资金，等等。这些只是对生产资料的一定程度的支配权和使用权。全民所有制企业归国家和各级政府所有，因此又称国营企业或地方国营企业。

2. 集体所有制企业。集体所有制企业是社会主义劳动群众集体占有生产资料和产品企业，是我国社会主义公有制经济的重要组成部分。集体所有制企业的主要特点是：一是生产资料归集体所有。二是数目众多、规模一般较小。三是自愿结合，自筹资金，自负盈亏。四是有权独立支配企业的财产和产品。五是强调实行民主管理。

集体所有制企业分为：城镇劳动群众的集体所有制企业、乡镇集体所有制企业。

经过多年的发展，乡镇企业在国民经济中，尤其在农村经济中已经占据了十分重要的地位，成为国民经济建设的生力军，据1988年统计，乡镇企业总产值已达4858.7亿元，占全国工业总产值的26.7%。乡镇企业一些产品的产量在全国总产量中已占相当大的比重。乡镇

企业不仅成为农村经济的支柱，而且也成为国民经济的重要组成部分，对我国经济发展产生了积极作用。

城镇劳动群众的集体企业，有“大集体”企业和“小集体”企业之分。小集体企业属于在一个企业范围内的劳动群众集体所有。企业的收入，一部分作为税金上缴国家，一部分作为合作事业发展基金上缴主管部门，其余的大部分都作为企业的自有资金。在自有资金中，除一部分作为发展生产和生活福利用的公积金和公益金之外，大部分作为劳动报酬分配给职工。因此，各集体企业职工的工资与企业的经营成果密切相关。

大集体企业一般比小集体企业规模大、生产经营条件好，实行由各市（区）、县按行业归口管理，所有权和管理权也实际上归市（区）、县行政机构。企业的利润，除向国家缴纳各种税金外，还得向这些行政机构缴纳合作事业发展基金。职工的工资标准也由上级行政部门在本系统内平衡确定。

3. 合营企业。合营企业是指由两个或两个以上相同或不同所有制的企业，通过协议或法律联合经营的企业。合营的形式有：公私合营企业，全民所有制和集体所有制的合营企业，中外合营企业、以大型或生产名牌产品的企业为骨干、打破地区、行业、所有制界限，自愿组成的企业集团等。这种企业有的实行共同经营、统一核算、按各自投资比例分配利润；有的实行共同经营、独立核算、分别上缴利润和税金，再分配利润；中外合营企业则根据我国合资法的规定，共同投资、共同经营、共同承担风险，进行利润的分配。

4. 个体所有制企业。个体所有制企业是指企业的生产资料归个人所有。多数的个体企业经营规模小，分布在经营日用品的手工业、饮食业和零售业中。这是社会主义公有制经济必要的有益的补充。

5. 外资企业。在实行对外开放后，为了吸收外国的先进技术和资金，国家除鼓励中外合资企业外，还鼓励外国投资者在我国开办企业。这种外资企业除按法律上缴税金和各种费用外，完全由投资者自主经营、自负盈亏。

在我国，要建设具有中国特色的社会主义经济，就必须坚持以生产资料社会主义公有制为主体，要巩固和壮大社会主义公有制经济，保证社会主义公有制经济的主体作用，当前要特别注意增强国营大中型企业的活力。国营大中型企业是社会主义经济的骨干力量，这部分骨干力量的状况，对整个国民经济的发展和社会主义制度的巩固，具有决定性的意义。因此，切实增强国营大中型企业活力，对保证我国整个国民经济的社会主义方向和稳定的发展有着决定性的作用。同时，也要允许和鼓励其他经济成分的适当发展，从而使各种经济成分在整个国民经济中所占比例和发展范围趋于比较合理。

横向经济联合是我国经济生活中的新生事物，是发展社会主义商品经济的客观要求，是社会大生产发展的必然趋势。横向经济联合，有企业之间的联合和区域之间的联合，其中企业之间的联合是基本形式，对加快我国经济体制的改革和社会主义现代化建设，具有深远的意义。它有利于发挥大企业的骨干作用和中、小企业的特长，形成新的综合优势，充分利用我国现有企业的人力、物力、财力扩大再生产；有利于企业的技术进步，减少投入、增加产出，集中发展市场急需和紧俏的商品，提高产品的质量，增强企业的应变能力和竞争能力，提高综合经济效益；有利于资源的合理开发，生产力的合理配置，资金技术的合理利用，以促进产业结构的合理化；有利于冲破地区和部门的束缚，改变企业“大而全”、“小而全”的状况，合理地组织专业化与协作，逐步形成一批企业群体和企业集团，促进企业结构合理化；有利于物资、技术、资金和信息的合理流动，进一步发展社会主义的商品市场，

逐步完善社会主义的市场体系，有利于实现政企职责的适当分开，所有权和经营权的适当分开，扩大企业的自主权，促进政府经济职能的转变；有利于增强城市的辐射力和吸引力，加速城市、城乡和区域性联合，更好地发挥城市的功能。

企业之间的横向经济联合，有以下不同内容：

1. 生产、技术的联合。例如，以拳头产品为龙头，骨干企业为依托，按照专业化协作的原则，组织跨企业、跨行业、跨地区的经济联合，进行社会化大生产。通过技术有偿转让，向有关企业提供技术资料和技术服务，协助这些企业改进工艺，提高产品质量，使这些企业得到发展。企业与大专院校、科研单位，组成科研和生产的经济联合体，共同开发新产品、新技术和对企业进行技术改造，等等。

2. 供销、经营的联合。例如，企业与有关厂家在一些地区联合开设经销部，建立地区批发中心；或联产联销，联合生产某种产品，就地销售，利润分成；或建立联合经营、分散生产的联营公司；向原材料和能源生产的企业投资，扩大这些企业的生产能力，这些企业用产品分期偿还投资，使投资企业所需的原材料和能源得到一定的保证，等等。

3. 资金的联合。即合资创办新的企业，双方共同投资，联合经营，盈亏按双方投资比例分摊。

企业之间的横向经济联合，可以有以下不同的形式：

1. 公司是法人，所属工厂不是法人的紧密联合。这一般适用于内在联系紧密、需要经常组织生产调度的联合。

2. 工厂是法人，公司不是法人的松散联合。这一般适于内在联系虽较紧，但是可通过经济合同保证协作的联合。

3. 公司和参加公司的工厂都是法人的联合经营。这一般适用于共同承包设备成套任务，共同经营出口，进行技术开发等方面的联合。

4. 设有固定组织形式，通过经济合同建立比较稳定的协作的联合。

5. 以上几种形式都有的混合型的联合。

企业之间联合的内容和形式，是由参加联合的企业自由选择，自然发展。允许多种多样的联合不应该用行政手段强制实行。

当前，我国企业之间的联合，出现了企业群体，或叫“企业集团”，标志着横向经济联合已进入一个新阶段。企业群体是若干个企业根据相互之间内在的经济联系，按照“自愿互利，共同发展”的原则，以一个或几个大型骨干企业为依托，以优质名牌产品为“龙头”组建的一种新型经济组织。

企业群体，或企业集团有以下明显的新特点：

1. 它在联合的规模和范围上，已不是几家企业，而是众多企业互相进行多边联系，包括有中央、省属的企业，乡镇企业，甚至有个体专业户，多达十几个、上百个企业、范围横跨十几个省市。

2. 它在联合的方式和内容上，许多群体不仅是生产、技术、资金等方面的联合，而且是在市场、信息，以及科研、教育等方面进行全面的联合经营和综合开发。

3. 在企业之间的关系上，由松散联合逐步变为半紧密、紧密和稳固的联合，由某一时期内的联合逐步变为长期的、有计划的联合，有的还实行了产、供、销、人、财、物、党、政、群“九统一”的联合。

企业群体，或企业集团的发展，在更大程度上冲破了所有制、地区和行业的界限，不同

所有制形式的相互结合，相互渗透，带来了企业所有制结构的新变化，现在有一部分联合体已采用了股份制形式；在一些地区，经济布局、产业结构、产品结构、技术经济结构等发生了新变化，使经济的发展更加协调；在成组企业与大型骨干企业之间，经济上的“隶属关系”越来越占有举足轻重的地位，而原来行政上的隶属关系将退居次要地位，企业群体的发展，为我国经济体制改革开辟了新途径。

企业之间的联合，应注意以内在的经济联系为纽带，要有一个单位为核心，坚持“自愿互利，共同发展”的原则。首先，企业之间的联合要有内在的联系。诸如产品整机与零部件的联系，设备成套的联系，新产品和新技术开发的联系，生产要素（资金、厂房、设备、劳动力、原材料等）互相补充的联系。这些联系是把企业联合在一起的纽带，它决定着企业之间联合内在联系的紧密程度和联合的不同形式。联系纽带的实质是经济利益。没有内在联系的企业，硬要组织在一个联合体内，不利于生产力的发展，是没有生命力的，迟早是要散伙的。其次，企业之间的联合必须有一个单位作为核心。它可以是骨干工厂，也可以是科研院所，还可以是具有系统设计能力的成套机构。没有核心，联合体就不能巩固和发展。再次，企业之间的联合一定要从生产经营的迫切需要出发，坚持自愿的原则，不能用行政命令强行组织。企业是否联合，同谁联合，是企业自己的权利。企业自愿结合，联合的各方的关系就比较融洽，基础比较稳固。企业之间的联合，联合的各方是平等的，对联合的效益要共同承担责任，共同承担风险。在联合体内不允许一方强迫另一方签订“不平等条约”，更不允许联合体外的行政机构凌驾于企业之上进行不合理的干预。企业之间的联合，应坚持互利的原则，实行等价交换，有偿支援或转让。联合的企业应各自扬长避短，互相取长补短，增加总体的经济效益。同时尽可能地给对方以优惠，使联合各方不仅保持各自既得的利益，而且还能得到新的利益。经济利益是一些企业决定参加不参加联合，也是联合体能不能巩固和发展的关键。

发展企业之间的横向经济联合，国家在政策上必须予以鼓励，在法律上予以保护。在计划、物资管理和统计方法上要相应地改进，在固定资产投资额度、原材料供应、产品销售等方面提供方便，对资金合理的横向融通予以支持，在税收上给予适当优惠。解决了这些问题，才能为发展横向经济联合创造良好的外部环境和条件。

三、中国企业的任务

1. 坚持生产资料公有制，坚持党的领导，坚持社会主义方向，按照客观经济规律和自然规律，在国家计划指导下，合理地组织企业的生产经营活动，为社会生产更多的适销对路、物美价廉的产品，或提供服务，以满足社会日益增长的物质和文化生活需要。

2. 不断改善企业经营管理，充分利用企业的人力、物力、财力，提高劳动生产率，节约原材料和动力消耗，降低产品成本，增加企业盈利，为国家和企业自身发展积累更多的资金，并在发展生产、提高经济效益的基础上，逐步改善职工的劳动条件和物质文化生活。

3. 在从事物质生产、经营的同时，要重视社会主义精神文明建设，把职工培养成为有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义的新型劳动者。

中国企业要全力以赴，保证完成上述任务，并且对国家要承担经济责任 and 法律责任。

第二节 企业在国民经济中的地位

国民经济是一个统一的有机整体。整个国民经济是由一个个互相联系、互相制约的企业组成的，没有企业也就没有整个国民经济。企业在国民经济中的地位表现在以下几个方面。

一、在生产领域

生产企业，是直接把劳动力和生产资料结合起来并实现物质生产的企业。这些生产企业可以是生产产品的，也可以是提供生产性劳务的。它们按照社会分工，通过各自的经济活动，在国民经济中发挥着不同的作用。国家和集体把一定的生产资料和货币基金交给企业，由企业使用支配，要求企业完成一定的生产任务。企业在生产方面具有必要的独立性和一定的权力。企业通过管理，一方面把生产力的各个要素合理地组织起来，使各部分劳动者和各个生产环节能够有秩序、有节奏地工作；另一方面，社会化大生产是建立在高度社会分工和协作的基础上，各个企业都只承担一定的具体任务。企业之间互相联系、互相制约。每个企业通过自己的供、产、销活动，同其他生产经营单位和消费者发生经济联系，既要保证本企业的生产经营活动正常地进行，又为其他企业的生产经营活动能顺利进行提供必要的条件。所以，各个企业的生产搞得好不好，直接影响到整个国民经济计划的完成情况。

社会主义企业通过合理组织生产力，使企业的人力、物力和财力得到最充分、最有效地利用，促进生产的增长、物质的节约和劳动生产率的提高。生产企业为国民经济各部门提供技术装备，决定着整个国民经济的面貌；为国民经济各部门提供原材料和能源，推动了整个国民经济向前发展；为社会提供各种消费品，满足人民日益增长的物质和文化生活的需要。因此，企业的生产率高、经济效益好，整个国民经济的生产效率才会高，经济效益才会好，社会的扩大再生产才有可靠的保证物质。

二、在交换领域

在交换领域，既有企业和国家的上下垂直关系，如国家给企业规定产品的发展方向，给许多重要的产品规定价格，同时，每个企业又在横的方面同原材料和生产设备等的供应者、产品用户、运输单位、设计和科研机构形成各式各样的交换关系。这些关系通常由双方用经济合同来确定。商业企业起着桥梁和纽带的作用，促进和引导工农业生产的发展，服务和指导人民生活消费，为实现国民收入分配与再分配提供积累资金，促进城乡之间、地区之间、国民经济各部门之间的经济联系。因此，企业能否生产适销对路、为社会需要的产品，能否完成国家的商品调拨和收购计划，能否全面地履行经济合同，是保证社会生产和再生产顺利进行的重要条件。

三、在分配领域

在分配方面，企业也起着“劳动者—企业—国家”这个链条的中间环节作用。国家给企业规定工资基金，制订工资等级表和工资标准；把一定比例的利润留给企业，其中很大一部分可用于职工福利基金和奖励基金，但职工的最终实际收入要看企业的生产经营成果。企业在纯收入的分配上，能否正确处理国家、企业和劳动者三者之间的经济利益，关系到国家的财政收入和积累基金，关系到企业的扩大再生产，也关系到企业职工物质文化生活的提高。

由上可见,在经济领域的每一方面,都可以从“个人—社会”的体系中说明企业是一个重要环节。个人利益通过企业同集体利益、全民利益有机地结合起来。

第三节 中国企业的社会责任

企业作为整个国民经济的细胞,它与围绕着企业的各社会集团组成了开放系统。企业与各个社会集团与公众之间存在着广泛、复杂的互相依存、互相支持、互相制约、互相促进的关系。企业为了生存和发展而进行各项社会活动,也是对企业担负的社会责任所应尽的义务和所做的贡献。

一、企业的环境和社会责任的意义

企业不可能脱离周围环境而孤立存在,它要受社会的、动态的总体环境和市场环境所影响。企业的生产、经营战略与策略,一方面要以外部的环境为依据,另一方面还要尽量去影响外部环境。企业对环境的贡献,不能只是提供产品和服务,而还应成为社会变革的主要因素,推动社会的发展、进步。对于现代企业来说,仅能适应环境的变化已远远不够,还必须尽力满足保护资源、保护环境、促进物质和精神文明建设的社会需求。

企业的环境按照市场营销学的市场环境研究,包括政治、经济、社会、法律、文化、技术、自然等因素。但从企业的决策和转换(投入转换为产出)的观点分析,企业的环境更为繁杂。有上级行政机关、地区居民、同业者、交易者、消费者、职工、投资者等等。企业要与这些方面进行交往,发生着各种各样的关系,有些就是企业所应负担的社会责任。企业为了实现经营目标,求得生存与发展,就必须在各种环境因素或各社会集团与公众的制约中,努力去适应,去为社会承担责任出力作贡献,以争取他们对企业的了解和支持。

企业要想搞好与各社会集团与公众的关系,关键是在社会上树立良好的企业形象,获得各集团和公众的好评。建立良好企业形象的主要途径是取得最大的综合成果,即经济成果加社会贡献。社会贡献除了为社会提供更多、更好的产品和服务为国家创造更大利润外,还包括防止公害,保护和节约资源,树立良好的经营作风,培养优秀的职工队伍等社会责任。

二、社会责任的内容

企业的社会责任主要体现在与各社会集团和公众之间错综复杂的关系上。这些关系是:

1. 企业与国家的关系(或与地方政府的关系)。随着经济体制改革的深化,国家对企业的控制逐步由直接控制转变为间接控制。控制的办法,首先是通过宏观的经济发展规划、经济政策和法律手段,使企业的发展符合我国经济发展战略的需要。其次,运用价格、税收、信贷、税率、汇率、工资等经济杠杆,辅之以必要的行政手段,进行监督与管理。国家还为企业提供道路、港口等各种设施,在生产资料市场尚未完全形成之前,对全民所有制企业,还提供全部或部分主要生产资料。

经营者要在国家的统一规划的指导下,根据国家的方针、政策和法律进行经营活动,照章纳税,力争为国家创造更多的价值,为国家积累资金。这是企业对国家应尽的责任和义务。

国家和企业的关系,在生产经营的总目标上是一致的,而在经营方式上,企业则具有独

立性，实现自主经营、自负盈亏。即使是全民所有制的企业，政府也应该逐步减少对企业的行政干预，充分尊重和切实保障企业的经营自主权，逐步实现所有权和经营权适当的分离。

2. 企业与出资者的关系。出资者对企业的作用是通过投入资金，支持企业的生存和发展。而出资者所追求的是利润的分配、资金的报酬、增大或维持投入资金的价值。

因此，与出资者的关系，其中心是分红和增大投入资金的价值。但是，对经营者来说，与出资者的关系活动还要包括利用各种形式和渠道，争取更多的出资者对企业加深理解，增加好感。比如定期公开财务报表内容、加强对投资单位或个人的宣传，都是为了唤起现在的或潜在的出资者对企业的投资兴趣。

3. 企业与职工的关系。在我国，职工是企业的主人，它是作为经营主体积极参与企业的经营管理的。职工又是劳动的主体，企业的附加价值（净产值）就是靠职工的创造性劳动得来的，没有职工，现代化的设备、技术都不能发挥作用。

企业对职工要根据按劳分配的原则分配生产成果；在发展生产的基础上，办好集体福利事业，改善职工的物质文化生活；要确保生产安全、不断改善劳动条件；要进行思想政治教育和科学文化教育；鼓励职工积极参加经营管理；最大限度地调动职工的积极性；切实保障职工的合法权利，根据法律或企业的规章制度，对职工进行奖惩。企业和职工之间还有劳动法、合同法等各种法律、法规的约束关系。

4. 企业与消费者（用户）的关系。这是企业社会责任的主要方面，从市场营销的观点来看，创办事业的目的就是“创造顾客”，只有顾客才能对产品和服务支付货币，使“物”变成商品，使经济资源转化。如果没有顾客，企业的一切经营活动就失去了意义。

企业对顾客的责任是提供品质优良、价格适当的产品和服务，其目的是满足他们现在的或将来的（潜在的）物质和精神上的需要。因此，在销售政策上，应该避免夸张的广告，名不符实，以假充真，以次充好，短斤少两等有益于消费者利益的行为，切实保护消费者的利益。企业中要建立一个消费者窗口，专门解决与顾客有关的问题。

5. 企业与地区社会的关系。这是企业社会责任的重点内容，企业对地区社会的影响有积极的和消极的两个方面。企业为所在地区居民提供了更多的就业机会和道路、通信、交通等公共设施，扩大了购买力，提高了教育水平。企业还可以帮助地区兴办工厂、学校，企业的发展促进了地区社会的经济繁荣，丰富了居民的文化生活。另一方面，随着企业规模的扩大，通信交通的发展，大气和水质、土壤的污染和噪音等公害也加深了，破坏了地区的生态平衡。这就加重了企业的社会责任。同时，一个企业要想成功，没有地区社会的支援和协助是很困难的。首先是地区社会向企业提供了土地、能源，提供了劳动力；企业产品和服务的第一个市场可能就是地区社会。因此，经营者应该花相当精力去与地区社会沟通信息，交流思想；要花大力气整治公害，为保护环境多做贡献，如财力允许，可以开办第三产业等公共福利事业，为民造福。

6. 企业和金融团体的关系。金融团体是企业筹措和通融资金的重要来源。金融团体通过回收社会的闲散资金，为企业提供贷款，按国家的需要引导资金的流向，提高资金的利用效率，调节社会需求。同时，金融团体运用信用功能，和遍布城乡的机构网络及其业务技术设施办理结算，成为社会经济活动中各项资金清算的中介，商品交换的纽带。企业经济活动要依靠金融团体办理结算。汇兑，整个财务收支都需要他们的支持、帮助。因此，企业与金融团体要始终保持良好的关系。

7. 企业与交易对象的关系。在企业与交易对象的关系上，经营者的主要责任是保证稳

定、公正、平等互利的交易关系，反对损人利己，尔虞我诈，弄虚作假的资产阶级作风。

8. 企业与协作单位的关系。现代化企业的生产特点是：技术复杂，分工精细，产品更新换代快，由大批量、少品种的生产方式逐步转向多品种、小批量生产。任何一个企业，如果想“万事不求人”是不可能的。企业不仅需要协作厂，更需要组织专业化协作网，形成经营共同体，迅速推出新产品、改良老产品，形成小批量、多品种系列化生产能力，以适应变化多端的市场需要。

经营者对协作单位有义务从管理、资金、技术、人员等方面进行扶植、帮助协作单位提高产品质量，降低成本，降低消耗，使外协企业在生产上与本企业保持同步，走共同繁荣的道路。

9. 企业与竞争对手的关系。在企业和企业之间，不仅要分工协作，还要开展竞争。它是促进企业发展的动力，起着推动生产力发展的作用。

经营者不仅要敢于面对来自竞争企业的挑战，还要注意与竞争企业进行公正的、合法的竞争。不能违反国家的方针、政策、法律，更不能用不正当的手段挤跨对方，要通过创造性的经营管理，提高经营效率，在为国家、为社会多做贡献上战胜对方。

10. 企业的国际关系。我国要实现四个现代化，赶上发达国家水平，必须引进国外的先进技术和管理经验。这就要求企业放眼世界，努力开拓国际市场，生产和出口国际市场需要的产品，争取多出口、多创汇。因此，经营者要积极研究贸易对象国家的经济、社会、法律、文化情况，学习在国际市场上竞争的策略和技巧，使自己的经营战略不仅符合国内情况，还要适应国际市场需要，不断开发具有竞争能力的新产品，保证产品质量和交货期，树立良好的信誉，逐步地打入并占领国际市场。