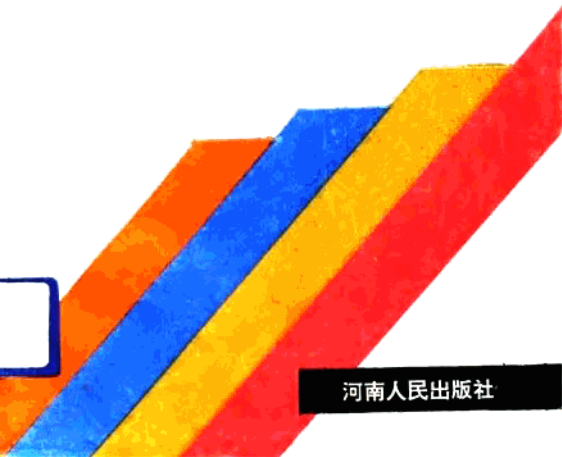


主编 耿文连 陈有库
桑建臣 李合运

新编企业管理



河南人民出版社

《新编企业管理》编委会

主 任 赵宗晋

副主任 韩跃坤 葛保平

编 委 丁宗旺 王海卿 李合运 陈有库 赵同山
鄧庚申 马军实 焦绪文 张桂萍 宋发元
宋有林 李守信 刘丙林

参加编写人员 王凤春 王 营 王铁桩 李长运

李永清 李建领 张福琴 陈梅仙 邹元顺
吴云彪 宋有林 何华来 杨瑞刚 胡桂森
高延民 常永军 崔文培 程国权 黄景亭
董韶琴 赵洪奇

社会主义市场经济 与提高企业竞争力

(代序)

党的十四大确立了我经济体制改革的目标是在坚持公有制和按劳分配为主体，其他经济成份和分配方式为补充的基础上，建立和完善社会主义市场经济体制。这一理论的飞跃，及时而正确地解决了关系整个社会主义现代化建设全局的重大问题，澄清了长期争论不休的模糊认识。

什么是社会主义市场经济？它的核心和重点是什么？这是领会和建立、完善社会主义市场经济需要首先解决的问题。假若这一问题认识有偏差，就难以科学而准确实行适合市场经济的运行机制，也难以制订和规划国民经济各部门改革的方向和措施。

我们认为，社会主义市场经济的核心和重点应该这样概括：自由让渡、等价交换、公平竞争和追求效益。

自由让渡。在存在商品经济的任何社会形态中，商品交换过程是在两个互相对立、互为补充的形态变化中完成的：从商品转化为货币，又从货币转化为商品。商品形态的两个因素同时就是商品所有者的两种行为，一种是卖，把商品换成货币；一种是买，把货币换成商品。象马克思所讲的：“商品价值从商品体跳到金体上，……是商品的惊险的跳跃。这个跳跃如果不成功，摔坏的不是商品，但一定是商品所有者”。^①

在我国社会主义建设过程中，长期以来，我们没有把商

^①《马克思恩格斯全集》第23卷，第124页

品生产者看成为买卖交换的主体,而视为政府的附属物,以计划形式下达生产任务,生产什么,生产多少,何时生产完全都是指令性的;尔后根据计划任务,国家统一供应原料及辅助材料,企业或农民生产出来以后,由国家统销包销;若出现亏损由财政补贴或退库,把商品生产者置于温室或保险库中,不经市场的洗礼和考验,使企业外无压力,内无动力,市场经济作为计划经济的对立物,要求商品的价值和使用价值、商品和货币的换位和让渡是自由的,不受任何行政手段干预自发地实现。任何商品生产者必须按照市场的需要、市场的容量来安排和调整自身的生产,并按照市场的价格出售自己的产品。

等价交换,商品的让渡过程,是价值和使用价值、私人劳动和社会劳动对立统一的过程,市场上的商品交换要按照价值量、即凝结的社会必要劳动量来进行。在这种商品和货币或货币和商品的移位交换中,一方必须使其耗费得到价值和实物的补偿,并能得到增殖;另一方需得到物质或精神的满足。这种交换必须是对等的、等价的,任何一方破坏这一对等或实行不等价,不仅交易成立不了,而且使商品生产者的再生产过程也要中断。所以,马克思讲:“价值规律正是商品生产的基本规律”^②。价值规律的基本内容和要求,是社会必要劳动量决定商品价值量,在实行社会主义市场经济体制的条件下,应将一切扭曲商品社会必要劳动量的指令性价格或指导性价格逐渐废止。

平等竞争,市场竞争是商品经济存在的产物,是商品经济发展的客观必然和普遍规律。马克思说:“社会分工则使独立的商品生产者互相对立,他们不承认任何别的权威,只承认

^② 《马克思恩格斯选集》第33卷,第351页

竞争的权威，只承认他们互相利益的压力加在他们身上的强制。”^③恩格斯则认为：“这个规律永远起着调节的作用，它能使在这里失去的又会在哪里得到补偿。……这是一个孕育着革命的规律”。^④所以，市场竞争的现象是商品生产者的角逐和较量，而实质是经济活动中优胜劣汰的运动过程，反映和体现了经济主体之间的社会经济关系。既然竞争作为商品经济的一般规律，它的存在与否并不取决于生产关系和社会制度，而是完全决定于是否存在商品经济，社会主义市场经济体制和运行机制必然存在竞争，而且这种竞争应该是多元的、全方位的和公平的，竞争的范围应囊括生产、分配、交换、消费再生产的整个过程；竞争的内容包括商品品种、商品质量、技术开发、价格、信息、广告、人才和服务艺术诸多方面；竞争的形式应变市场分割形成的有限竞争为市场开通的公平竞争，允许企业作为完全独立的经济人，可以自由地根据市场供求状况选择生产方向和生产规模，决定生产要素的增减转移，价格、生产和销售方法和各种收入，可以在竞争中决定和选择。

追求效益，追求最大利益是所有商品生产者的目的，也是一切商品生产的共同规律。长期以来，我们被禁锢在产品经济的樊篱中，把企业利润和社会积累、局部效益和宏观效益对立起来，没有搞清楚商品生产者追求最大利益的目的与满足社会需要之间的辩证统一关系。

企业利润是投入与产出相抵以后的增殖，利润越多不仅为扩大本身生产和流通增添物质力量也为社会主义现代化积累了资金。正如恩格斯指出的：“劳动产品超出维持劳动的费用而形成的剩余，以及社会生产基金和后备基金从这种剩余

^③ 《马克思恩格斯全集》第23卷，第394页

^④ 《马克思恩格斯全集》第1卷，第613页

中的形成和积累,过去和现在都是一切社会的、政治的和智力的继续发展的基础。”^⑤因此,不论从哪一个角度来讲,利润获得越多对社会主义的贡献就越大,列宁在回答英国记者时强调“获得利润”,“就是从共产主义观点来看,也是好现象。”^⑥

还有种片面认识,好象强调企业追求最大利益,就会有损于社会效益。其实,社会效益是一个模糊概念,到底什么是社会效益,它衡量的标准是什么?这是一个不易说清的问题,由于衡量的角度不同,就可能得出完全相反的结论,因为它受部门与整体、局部与全局、近期与中长期的局限,我们在现实的经济生活中,找不出哪一件事是银行增加了盈利而社会效益不好的现象。

社会主义市场经济各要素之间是相互联系、互为因果的,自由让渡是基础,等价交换是原则,公平竞争是条件,追求效益是目的,它们结合在一起成为一个统一体。

假如我们对社会主义市场经济体制的核心和要点理解大致正确的话,那么,在当前由传统的计划体制向市场经济体制跨步前进的时候,要明确主要改革的着力点应放在那里,找出主要矛盾和矛盾的主要方面。

当前,我们的任务就要从政府转换职能,企业建立高效、灵活的经营机制两个方面努力,来为社会主义市场经济体制和运行机制创造良好、宽松的软硬环境,把企业放到市场经济、价值规律、商品竞争中去洗礼、去锻炼、去发展、去壮大。

转换企业经营机制,提高市场竞争能力,是一个复杂、多角度、全方位的系统工程。而这个系统工程的主要矛盾在政

^⑤《马恩恩格斯选集》第3卷,第233—234页

^⑥《列宁全集》第33卷,第364页

府职能转变之后，就转移到企业自身；矛盾的主要方面将是企业的产品、产品的质量、营销艺术和营销水平。

首先，参与市场竞争的企业应深切了解竞争的含意与作用。企业是国民经济的基本细胞，是从事生产和流通的直接承担者，因此，我们所说的竞争是界定于经济活动范围内的竞争。这种竞争是一种机会和身份均等的公平争夺。对任何一个进入市场的法人企业来说，都同样面临着消费者的选择和评判，同时也都受到市场规则的约束，这种约束至少来自三个方面：一是只要进入竞争的领地就不得不自觉或不自觉接受市场竞争的优胜劣汰的考验；二是竞争不是一个轻松的游戏，它具有沉重的压力，正是这种压力，迫使人们不断求新、求精、求优和强化壮大自己，稍有懈怠，“摔破的不是商品，一定是商品生产者”；三是市场竞争同时也是一种约束力。因为生产要素全部进入市场后，一切都要接受消费者的评判和选择，任何行政的强制皆失去了效力，迫使企业在纷繁的竞争中保持清醒的头脑和敏感，促使企业严肃对待市场，一丝不苟地按客观规律办事，重视信息，把握市场，科学决策，强化管理，在竞争中提高经济效益。

第二，开阔竞争眼界，扩大竞争范围。商品市场是竞争的主战场，也是企业生存和发展的基础。企业在抓好商品竞争的同时，一定要确立长远的、具有战略意义的竞争目标，任何失误都会导致竞争的落伍和失败，还会失去已占领的商品市场，这些竞争的范围十分广阔，包括信息竞争、质量竞争、品种竞争、价格竞争、技术竞争、服务竞争、销售竞争、广告竞争和人才竞争等等。任何企业家都需懂得要赢得竞争、占领市场靠品种，巩固市场靠质量。

第三，增强竞争实力，讲究竞争艺术。产品质量是竞争

实力的最终体现，只要有优质产品，就有旺盛的竞争力。企业要经常推出品种、档次、功能、设计等方面符合市场需要的产品，不仅要注意内在质量好，还应注重外观质量和感觉质量。讲求竞争艺术最重要的一点就是企业要学会开展软竞争的一整套技术，这里包括寻求市场机会、明确市场投向和今后走势，销售创新，良好的企业信誉，售后服务以及广告宣传的促销活动等等。

最后，要尊重国际惯例，执行法规制度，杜绝不正当的竞争手段，提高企业在国内外市场的知名度和信誉度。不正当竞争是公平合理，诚实信用原则的反面，它包括在竞争中出现不法行为、不道德行为和损害竞争对手利益的行为。目前在我国市场上不正当竞争行为屡见不鲜，这些不正当竞争行为，从近期看，损害了他人利益，从远期看，有损我国在国际市场、地区在国内市场的声誉和地位。我们在建立社会主义市场经济体制的过程中，一定要加以纠正和制裁，把市场竞争引向健康、有效的发展轨道上来。

以上就是我对工业企业管理两个核心问题的理解。工业企业领导者把握住了市场经济的核心和重点，掌握了竞争的理论艺术，一定会把自己的企业管理好、出效益的。此文就作为我应《新编工业企业管理》作者之邀作的序言，并对该书问世的衷心祝贺吧！

河南省社会科学院研究员 樊纪宪

1993、7、20 于郑州

目 录

第一章	企业概论	1
第一节	企业的概念和分类.....	1
第二节	企业素质.....	4
第三节	企业的地位和作用.....	6
第四节	企业的权利和义务.....	16
第二章	工业企业管理	46
第一节	企业管理的性质和职能.....	46
第二节	企业管理原理和管理思想.....	48
第三节	企业管理的原则和方法.....	52
第四节	企业管理的体系和内容.....	56
第五节	现代管理方法.....	78
第三章	生产管理	85
第一节	生产管理的重要性和任务.....	85
第二节	生产过程组织.....	86
第三节	生产计划.....	93
第四节	生产作业计划.....	96
第五节	生产调度工作.....	98
第四章	成本管理	100
第一节	成本管理的意义和要求.....	100
第二节	企业成本.....	102
第三节	资金成本.....	107

第四节	成本控制.....	112
第五章	财务管理.....	114
第一节	财务管理的任务.....	114
第二节	固定资产管理.....	115
第三节	流动资金管理.....	122
第四节	财务收支计划.....	125
第五节	企业内部审计工作.....	125
第六章	经济核算.....	128
第一节	经济核算的意义和内容.....	128
第二节	全面经济核算体制和指标体系.....	130
第三节	经济核算的技术方法.....	133
第四节	经济活动分析.....	134
第七章	经营.....	137
第一节	企业经营及形式.....	137
第二节	经营思想.....	147
第三节	经营目标.....	149
第四节	经营方针.....	151
第五节	经营策略.....	153
第六节	经营决策.....	155
第七节	经营计划.....	160
第八节	产品销售.....	171
第八章	市场调查和预测.....	184
第一节	市场的作用和分类.....	184
第二节	市场信息.....	187
第三节	市场调查.....	189
第四节	市场预测.....	192

第九章	技术管理	196
第一节	技术管理的意义和任务.....	196
第二节	产品设计管理.....	197
第三节	日常工艺管理.....	200
第四节	科研管理.....	201
第五节	技术引进.....	204
第六节	新产品开发.....	207
第十章	全面质量管理	211
第一节	质量管理的意义及其发展过程.....	211
第二节	全面质量管理的指导思想.....	214
第三节	质量保证体系的作用和内容.....	217
第四节	质量管理常用的统计方法.....	220
第十一章	信息管理	223
第一节	信息的特点、分类和作用.....	223
第二节	企业的物流和信息流.....	226
第三节	信息处理的内容、要求和方式.....	228
第四节	建立和健全信息反馈系统.....	230
第十二章	面向市场转换机制是搞好大中型企业的根本途径	232
第一节	从实际出发、从试验入手搞好大中型企业.....	232
第二节	搞好大中型企业的根本出路在于改革.....	237
第三节	大中型企业摆脱困境的途径.....	241
第四节	转换经济运行机制完善企业承包经营责任制.....	246
第十三章	社会主义市场经济问题	251
后 记		265

第一章

企业概论

企业是我国国民经济体系中最重要的重要组成部分，是社会生产力发展和经济技术进步的主导力量。企业的生存和发展，制约着整个国民经济的发展规模和速度，而企业的生存和发展，又必须依赖于企业经营活动的科学化。

第一节 企业的概念和分类

一、企业概念

企业是指自主经营生产或流通业务，向社会提供产品或服务性活动的独立核算的经济单位。

社会主义企业是整个国民经济和社会再生产的基本环节。作为以生产资料公有制为基础的社会主义经济机体的组成部分，企业必须接受国家的统一领导；作为国民经济的细胞，企业又是一个独立和相对独立的商品生产者和经营者，具有经济上的独立性和自主权，具有自己独立的经济权利、经济责任和经济利益；企业必须实行独立的经济核算和自负盈亏，对外是一个经济法人；企业之间的经济关系必须建立在等价交换的基础上；企业必须以生产经营活动作为自己的中心工作和主要任务，企业的一切工作都应围绕这一中心并为其服务。

二、企业分类

我国企业种类繁多，规模不一，从不同角度划分，可以

有不同的分类形式。由于不同类型的企业不同的经济组织特点，所以，对企业进行科学的分类，有利于国家对企业的业务指导。从企业立法角度划分，企业可分为以下几类：

1、按所有制分类

根据生产资料所有制的性质划分，企业可以分为公有制企业，混合制企业和私有制企业。

公有制企业是指生产资料归社会主义公有的企业，包括生产资料归全民所有的国有企业和生产资料归劳动群众集体所有的集体企业。

混合制企业是指打破部门、行业和所有制界限的集资经营的企业，包括国家与集体、集体与私营、国有与私营，以及国有、集体、私营等联合经营的企业；还包括中外合资经营企业和中外合作经营企业。

私有制企业是指生产资料归私人所有的企业，包括私人出资创办的私营企业，外商在我国独资兴办的外资企业，以及公民个人合资创办的合伙企业等。

2、按规模分类

根据企业规模的大小划分，企业可分为大型企业、中型企业和小型企业。

确定企业规模的标准，依企业行业而定，有的按企业的固定资产原值划分，如机械工业通用设备厂，固定资产原值在3000万元以上的，为大型企业；800—3000万元的，为中型企业；800万元以下的，为小型企业。有的按年生产能力划分。如钢铁企业，年产钢100万吨以上的，为大型企业；10—100万吨的，为中型企业；10万吨以下的，为小型企业。此外，还有的按产值、利润等标准划分。

3、按行业分类

根据国家计委、国家经委、国家统计局和国家标准局颁布的《中华人民共和国国家标准、国民经济行业分类和代码》的规定，我国的企业登记法规对企业的行业范围作了如下划分：

(1) 农、林、牧、渔、水利业及其服务行业。包括农场、林场、渔场、各类种植场、养殖场及水利经营业等。

(2) 工业。包括自然资源开采业、自来水、电力、热力的生产、供应业、制造，加工业及机械、交通运输等生产设备修理业。

(3) 地质普查和勘探业。包括矿产、石油、海洋、水文、工程、环境、区域地质普查业、探矿业、地质测绘和地质矿产勘察技术服务业。

(4) 建筑业。包括土木工程建筑、路线、管道和设备安装业及勘查设计，建筑修缮业。

(5) 交通运输业。包括航空、铁路、公路、水上、管道运输业及装卸搬运业。

(6) 邮电通讯业。包括邮政、电讯、邮电业。

(7) 商业。包括国内商业和对外贸易业。

(8) 物资供应业。包括各部门所属经营生产资料的物资供应机构。

(9) 仓储业。包括各部门所属从事仓储业的经营机构。

(10) 公共饮食业。包括饭馆、菜馆、冷饮馆、酒馆、菜馆及切面铺等行业。

(11) 房地产经销业。包括住宅、房屋开发经营业。

(12) 市内公共交通业。包括市内公共汽车、电车、

出租汽车、轮渡、地下铁道等行业。

(13) 居民服务业和咨询服务业。包括旅游、旅馆、理发、浴池、洗染、摄影、日用品修理业和科学技术、经济等咨询业以及商标、包装、装潢设计、广告经营业。

(14) 金融、保险业。包括各种专业银行及其分支机构，其它金融机构、信托投资机构及各级保险公司。

(15) 其他行业。即以上行业之外的从事经营性经济活动的行业。

由此，按照行业划分，企业又可以分为农业企业、工业企业、商业企业等等。

4、按隶属关系分类：企业可以分为中央直属企业、地方企业、乡镇企业、城市街道企业以及事业单位兴办的企业等。

5、按组织形式分类：企业可以分为公司企业、合伙企业 and 独资企业等。

第二节 企业素质

一、企业素质含义

企业素质是企业进行生产活动和提高经济效益应具有的各种要素的质量水平和经营管理能力。主要包括：职工队伍素质、技术设备素质。由于企业是一个共同劳动的经济组织，各个生产技术要素只有紧密结合起来，才能形成现实的生产能力，生产出产品，所以它还包括经营管理的素质。

提高企业素质，主要是提高企业职工思想觉悟和技术水平，采用先进的技术设备和提高企业经营管理的综合能力，使企业有满足社会需要的能力，有效的利用资源的能力，开

发新技术、新产品的能力，扩大再生产的能力，增加纯收入的能力和在国内外市场竞争的能力，从而把企业全部工作转移到以提高经济效益为中心的轨道上来。

二、提高企业素质途径

1、加强职工队伍建设，提高领导者、管理人员和工人的政治思想觉悟、文化技术水平和生产业务熟练程度；

2、促进技术进步，提高机器设备性能，采用先进工艺，提高原材料、燃料、动力的利用率，增加产品的品种、花色和提高产品质量；

3、提高经营管理工作的效能，及时地进行市场调查预测，正确地进行经营决策，加强基础工作和各项专业管理，健全企业内部经济责任制，完善经营管理系统，采用现代化管理方法等。

由于社会主义企业是生产资料公有制，所以提高企业素质，除主要依靠企业自身主观努力外，还要相应地解决企业外部条件，如改革现行的经济管理体制，国家要明确企业的责任，赋予企业权力，给予企业相应的利益，把企业办成责权利相结合的经济实体，使企业推进技术进步，变经营管理的压力为动力和活力。同时要使企业组织结构合理化。

三、提高企业素质意义

提高企业素质，在我国具有必要性和紧迫性。一方面因为我国现有企业职工队伍技术水平较低，设备和工艺落后，不少产品及材料消耗高，花色品种少，质量低，不能很好地满足人民需要；另一方面因为国家内外客观形势的变化和利改税的实行，企业已不可能靠廉价能源、原材料，低价农副产品和较低的工资支出获得一定的盈利，企业如果不努力提高素质，在国内就没有生命力，在国际就失去了竞争力，则

难以生存和发展。这样，就不能更好地发挥企业在国民经济中的基础作用，将严重地影响在本世纪末我国工农业年总产值翻两番宏伟目标的实现。

第三节 企业的地位和作用

目前，我国正处于社会主义初级阶段。社会主义初级阶段的经济特点，决定了我国企业有国有企业、集体企业、外商投资企业、私营企业、联营企业等多种企业形式并存的企业结构。这是与我国以公有制为主体，多种所有制形式并存的所有制结构形式相适应的。由于各种类型的企业在形式和性质上不尽相同，因而其法律地位及在我国国民经济中所起的作用也各有不同。

一、全民所有制企业

1、全民所有制企业特征

全民所有制企业，又称国有企业，是指生产资料归社会主义国家所有，依法自主经营、自负盈亏、独立核算的商品生产和经营单位。

全民所有制企业具有两个显著特征：一是企业的财产归国家所有，或归国家的全体人民所有，这是全民所有制企业与其他所有制企业的根本区别；二是国家依照所有权与经营权相分离的原则授予企业经营管理、企业财产的权利。企业可以在法律许可的范围内，在完成国家计划的前提下，自主地支配企业的人、财、物，安排企业的产、供、销。同时，国家有关部门按照国家调节市场，市场引导企业的目标，为企业提供服务，并依法对企业实行管理和监督。