

工商管理培训系列教材
国家经贸委培训司组织编写

企业领导方法与艺术

主编 吴培良

QIYE LINGDAO FANGFA YU YISHU

·91

中国经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业领导方法与艺术/吴培良主编。—北京：中国经济出版社，
1997

ISBN 7-5017-4058-5

I. 企… II. 吴… III. 企业管理-领导方法 IV. F272.91

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 16574 号

企业领导方法与艺术

主编 吴培良

*

中国经济出版社出版发行

(北京市百万庄北街 3 号)

邮编：100037

各地新华书店经销

北京双青印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 1/32 9.125 印张 240 千字

1997 年 8 月第 1 版 1997 年 8 月第 1 次印刷

印数：0001—15000

ISBN 7-5017-4058-5/F·2938

定价：15.00 元

序

在全国企业管理人员工商管理培训全面展开之际，各级企业管理人员企盼的工商管理培训教材正式出版了！这套教材是国家经贸委培训司在编制《工商管理培训课程教学大纲》的基础上组织专家教授编写的，旨在全面增强企业领导人员的工商管理知识，提高其市场应变能力。

“九五”期间以及下世纪初的未来十多年里，将是我国实现经济体制转变和经济增长方式转变的关键时期。由计划经济体制向市场经济体制的转变，是实现我国未来战略性目标的前提和基础，但是我国的一些企业领导人员在观念上还存在着模糊认识，在知识结构上还不能适应市场经济条件下驾驭企业、走向市场、迎接竞争的要求。不少企业领导人员还认为向市场经济体制转变仅仅是宏观的事、长远的事、国家的事，与自己、与企业并无直接关系。实际上，经济体制的转变是通过一系列具体政策措施来实现的，每一项政策措施都直接影响企业生产经营。

国际国内市场环境的演变，使企业在日益严酷的竞争环境中别无选择。长期以来，我国的企业是在计划体制和短缺经济并存的环境中生存，多数企业只需埋头扩大生产能力，并无库存和积压之虞，因此投资饥渴和扩张欲望经久不衰，从而形成了传统企业特有的经营和发展方式。随着我国经济的发展和对外开放的逐步深入，终于在90年代初期结束了卖方市场的历史，转瞬之间出现的供过于求使大量不思提高产品质量、改善产品结构和节能降耗的企业陷入了停滞、徘徊，甚至亏损破产的危机之中。过去的高关税保护，使多数国内企业安于现状。如果说改革之初对于以港台中小企业为主的

部竞争力量，国内的企业尚可与之抗衡的话，那么90年代中期以国际知名大企业为主的外部竞争力量的出现，将使国内企业面临生与死的考验，走向市场，投身竞争，已经不由企业愿意或不愿意所决定，而是涉及企业优胜劣汰的现实。国内企业素质的提高，企业领导人员素质的提高，不再只是发展的需要，更将成为企业生死存亡的抉择。

来自市场的严峻挑战，要求企业从市场经济观念的新视角，重新审视企业发展战略。要以提高经济效益为中心，重视技术创新和新产品开发；重视市场开拓和精细管理；重视结构优化和投入/产出效益；重视提高附加值和降低原材料消耗。但是，更为重要的是要重视培育企业领导人员洞悉市场变幻，驾驭企业在商海航行的能力。可以说实现两个根本性转变的关键是人的观念转变，特别是作为组织领导企业在迈向二十一世纪过程中的领导力量——企业领导人员知识结构的更新和思想观念的转变。建国以来，我们曾培养了大批在计划经济体制下有很高水平的、带领广大企业职工完成一个又一个艰巨任务的企业领导人员；今天，在进入市场经济过程中，我们又面临培养大批懂得市场经济，善于捕捉市场机遇，能灵活掌握和运用工商管理手段方法，驾驭企业在激烈市场竞争中求发展、避风险的企业管理人员，特别是领导人员的历史任务。而大批懂管理，善经营的企业领导人员并非轻易就能够得到，而必须依靠各级领导精心组织，各级干部教育机构积极推动，特别是广大企业领导人员自觉学习工商管理知识，努力探索市场经济体制下企业经营管理的规律，塑造自我，自我成才。如果说我们当前企业所面临的困难，如资金短缺、资源短缺、技术短缺可以靠搞引进来缓解的话，那么所面临的人才短缺特别是合格的工商管理人才短缺，则只能主要靠自己培养。

在由计划经济体制走向市场经济体制过程中，企业的性质已经发生了根本性变化。它不再是附属于政府之下的生产单位，而是市场经济体制下的竞争主体，企业不再依附政府和政府计划，而要以

市场作为办企业的出发点和落脚点。在这过程中，企业的功能变了，目标变了，企业与政府的关系变了，企业与市场、企业与顾客、企业与企业、企业与职工、企业与银行的关系统统都发生了变化。在企业经历如此深刻的脱胎换骨的变化过程中，企业领导人员的知识更新和能力调整是渡过改革这一难关最为迫切的问题。在我们现有工业企业中，大多数领导人员是出身于学工程技术的。掌握专业技术知识对于领导好企业无疑是良好的基础。但在市场经济体制下，仅仅懂得工艺流程、产品开发、技术管理就远远不够了，他们不仅应该懂得，而且应该熟练掌握资本经营、企业理财、市场营销、经济法律法规、现代企业经营管埋、企业战略管理、国际金融国际贸易等现代工商管理原理和方法，此外，还必须掌握人力资源的开发管理、企业领导方法与艺术等。出路在哪里？只有加快企业管理人员，特别是领导人员工商管理培训，培育出一批懂得市场经济的企业经营者，才能使国有企业顺利走向市场，才能使部分困难企业走出困境，才能从根本上扭转国有经济当前所面临的困难局面，才能培育出一大批具有国际竞争力的优秀企业。

“九五”期间开展的工商管理培训，既不同于“七五”、“八五”期间的厂长经理统考及岗位任职资格培训，又不同于国际流行的工商管理硕士学历教育。它是特殊历史时期以社会主义市场经济为目标，全面改善企业领导人员及其后备人员知识结构、能力指向的专业性培训，是工商管理职业资格的预备性培训，是向企业家人才市场输送企业各级管理人员的必经阶段。因此，这套教材力求体现实用性、针对性、现实性和一定超前性，它注重培训的实效性，而非知识体系的完备性；注重培养实证分析能力和工商管理技术的应用能力，而非纯粹理论水平的提高；注重提高企业领导人员工商管理综合素质，而非培养专项管理能力；注重规范微观经济行为，而非宏观经济运行秩序。

参加这套教材的编写人员是来自国内普通高等院校和经济管理干部学院相关专业的专家教授，他们比较熟悉企业改革和国际国内

工商管理发展前沿，也较为了解国内企业经营管理实际。这套教材尽力汇集了国际国内的一些成功经验和成熟做法。其酝酿编写大致经过了三个阶段。一是教学方案的拟定阶段，国家经贸委组织有关高等院校和经济管理干部学院的专家教授根据《“九五”期间企业管理人员培训纲要》的要求，对工商管理培训的科目进行了反复研究讨论，最终确定了《建设有中国特色社会主义理论》等12门课程作为主干课程；并且决定工商管理培训的最低学时要求为336学时，脱产学习不少于三个月。二是教学大纲编写阶段，首先由国家经贸委在全国范围内包括普通高等院校和经济管理干部学院教师中，选聘了一批专家教授根据工商管理培训总体要求撰写出12门课程的教学大纲草案，然后组织了12门课程的师资研讨班，邀请了近1300位教师和企业管理者广泛征求意见，并进一步研讨有关教材内容、教学难点、重点及教学方法等问题。三是教材编写审定阶段，确定以主编负责制为教材编写的基本形式，由编写教学大纲的教授担任教材主编，书稿完成后，又由国家经贸委组织相关专业的同行专家审定并提出修改意见。

这套教材围绕市场经济体制下企业管理人员特别是领导人员所应掌握的知识技能，设定了四个主要教学目标。即围绕提高企业管理人员政治素质，开设了“建设有中国特色社会主义理论”；围绕解决企业定性、定位问题，开设了“社会主义市场经济与现代企业制度”、“管理经济学”、“企业发展战略”；围绕解决企业生产经营的两大要素问题（市场、产品和资金），开设了“市场营销”、“现代生产管理”、“财务报告分析”、“公司理财”；围绕进一步促进企业管理现代化，开设了“人力资源开发与管理”、“经济法律概论”、“领导科学与领导艺术”。

这套教材，力求达到以下三方面目标：第一，教材内容要适合中国国情，联系实际，做到“宽、新、实”并举。即范围“宽”，它涵盖了企业管理人员特别是领导人员所应掌握的工商管理知识的主要方面；观点“新”，大体反映现代工商管理理论和方法的最新进展；

内容“实”，从企业现实经营管理的需要出发，立足于企业实际。第二，妥善处理学科体系与教学重点之间的关系，在保持必要的学科体系基础上，尽量少而精。文字表达也务求深入浅出，通俗易懂。第三，体现集体智慧与主编个人责任相结合。教材编写实行主编负责制，明确主编责任。同时在编写过程中充分集思广益，体现集体智慧，保证教材质量。

现代工商管理，对于建立社会主义市场经济体制过程中的当代中国而言是一项新生事物。结合我国经济发展和企业改革实践，有许多新的问题尚待研究和探索，这套教材能否较好地反映编写的初衷，还有待各位读者的评审。科学技术日新月异、市场竞争瞬息万变，在我国建立社会主义市场经济体制过程中，各种新的经验、新的管理理论将不断涌现。因此，工商管理培训课程也将不断更新补充。我们将加强跟踪调查工作，及时收集广大读者的意见和建议，在适当时候对教材作出必要的修订，使之更趋完善。是以为序。

陈洁春

1/8-97.

前 言

一个企业办得好不好，关键在领导。做好企业领导工作，必须学习领导科学，研究和掌握企业领导工作的规律性。因此，“九五”工商管理培训把本课程列入到12门主要课程的教学方案之中。

《企业领导方法与艺术》是企业领导科学的主要内容。企业领导科学包括：领导理论、领导体制、领导方法与艺术、领导素质等内容。本课程的面授时数定为20小时，因此，根据少而精、实用性的原则，按照企业领导工作的实际需要，我们选取了领导方法与艺术作为重点的教学内容，同时适当加进了基本理论及领导素质等内容。本课程的教学目的是，深入理解领导工作的本质，深刻认识经济体制改革引起的企业领导工作的变化和新的要求，改进领导方法，讲究领导艺术，提高领导干部的自身修养和掌握领导班子建设的科学方法，学以致用，提高领导工作水平。

全书由吴培良任主编，张益中、郑明身任副主编。参加本书编写的有：第一章中国人民大学吴培良编写，第二、三章中国人民大学郑明身编写，第四、七章北京船舶工业管理干部学院沈卯元编写，第五、八章北京经济管理干部学院张益中编写，第六章中国企业管理无锡培训中心查全湘编写，电子工业部管理干部学院刘彦参加了第八章部分内容的编写。

由于我们水平有限，书中难免有不妥之处，恳请读者批评指正。

编者

1997年6月10日

目 录

序言	陈清泰
前言	编 者
第一章 导论	(1)
第一节 企业领导者	(1)
第二节 企业领导工作的本质	(8)
第三节 改进领导方法, 讲究领导艺术	(14)
第二章 基本领导方法	(19)
第一节 基本领导方法概述	(19)
第二节 调查研究的方法	(25)
第三节 群众路线的方法	(38)
第四节 科学分析的方法	(46)
第三章 择事方法与艺术	(60)
第一节 企业领导者的主要职能和日常工作	(60)
第二节 正确处理主要职能和日常工作的关系	(73)
第三节 合理授权	(78)
第四章 决策方法与艺术	(86)
第一节 企业经营决策概述	(86)
第二节 科学决策的程序和方法	(90)
第三节 企业领导者在决策过程中的作用	(100)
第四节 决策技术	(109)
第五章 用人方法与艺术	(116)

第一节	选贤任能·····	(116)
第二节	领导方式·····	(135)
第三节	在工作中调动下属积极性·····	(147)
第六章	社交方法与艺术·····	(156)
第一节	正确对待社交·····	(156)
第二节	社交活动的内容和原则·····	(163)
第三节	社交活动的方法·····	(172)
第七章	提高领导效率的方法与艺术·····	(195)
第一节	领导工作的落实·····	(195)
第二节	时间管理·····	(200)
第三节	会议管理·····	(210)
第八章	领导素质的提高·····	(221)
第一节	现代企业领导者的个体素质·····	(221)
第二节	领导者的自我修养·····	(235)
第三节	提高领导班子整体素质·····	(247)
附录：		
案例一	《明天上午的工作安排》·····	(259)
案例二	《如何增强市场竞争力》·····	(262)
案例三	《对洋厂长施密特的褒与贬》·····	(266)
案例四	《“太湖水”的社交》·····	(270)
案例五	《老张爱人的抱怨》·····	(274)
案例六	《化纤丝为什么被污染》·····	(276)
参考书目 ·····		(280)
后 记 ·····		(281)

第一章 导论

本课程主要论述企业领导者应掌握的各种领导方法和领导艺术。在论述这些问题以前，首先要弄清楚一些有关的基本问题，诸如，什么是企业领导者？企业领导者同企业家有何区别？企业领导工作的本质是什么？改进领导方法有何主要意义？领导方法与领导艺术有何区别与联系等。本章就将首先阐明这些基本问题。

第一节 企业领导者

一、企业领导者及其组成

企业领导者，一般是指企业的高层领导者。企业的组织结构，从纵向结构看是划分为不同管理层次的。一般可以划分为经营层、管理层和执行层等三个层次。如图 1—1 所示。

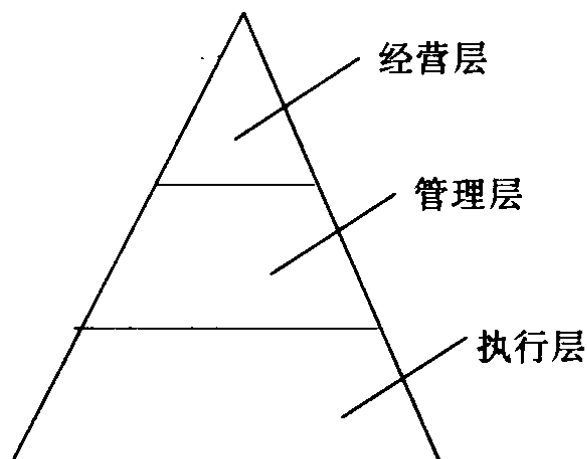


图 1—1 企业的管理层次图

每个管理层次都有领导者，例如经营层的经理、厂长（董事长、总经理），管理层的部长、科长和分厂厂长、车间主任，执行层的工段长（作业长）和班长、组长等。各个管理层次的领导者，具有共同的企业目标，但他们之间又有分工，他们的领导责任和工作内容有很大的区别。而企业领导者，则专指企业的最高层次——经营层的领导而言。他们是整个企业总的领导者。高层领导者承担的工作具有战略性、综合性、决策性和超前性等特点。

在现代企业中，最高经营层的领导者已经不是一个人，而是一个领导集团。以国有企业来说，这个领导集团的成员，广义地讲，包括企业中各类组织的领导人员：企业中行政组织方面的领导人员，如经理（厂长）、副经理（副厂长）、总经济师、总工程师、总会计师等；企业中党组织的领导人员，如党委书记（较小企业则为总支书记或支部书记）及副书记；工会组织的领导人员，如工会主席；共青团的领导人员，如团委书记等。在公司制企业中，正副董事长、监事会主席等也当然是企业的领导者。而狭义的企业领导者，通常指企业的行政领导干部而言。例如正副董事长、总经理（厂长）、副总经理（副厂长）、三总师（总经济师、总工程师、总会计师）等。这些人通常又称作企业的领导班子或企业领导干部。其中，厂长、经理以及公司制企业中的董事长、总经理是企业领导集团中的核心人物。所以，本课程虽然是面向所有企业高层领导者的，但更多地是以他们中的核心人物为代表来重点地加以研究和阐述。

企业领导者的身份应当是企业的经营者。我国国有企业的领导者，随着经济体制的改革进程，其身份和地位发生了深刻的变化，大致可以分为三个阶段。

在经济体制改革以前，我国长期实行国家高度集权的“国有国营”模式，企业只是国家机关的附属物。这种模式决定了企业厂长的身份是国家政府委派的官员，是上级主管机关指示、命令的执行者，是国家（具体为上级主管部门）在企业中的代表。

党的十一届三中全会以后，我国开始经济体制的逐步改革，例

如，从 1984 年开始，逐步实行“厂长负责制”，规定企业的厂长、经理对企业的生产经营和行政指挥全权负责。经理、厂长的身份和地位发生了一些变化，由单纯的执行者转变成为企业的行政指挥者。但是变化还不是很大。由于政企还没有分开，所有权和经营权还没有分离，企业仍未完全取得经营自主权。这个阶段的经理、厂长，只是生产型“工厂”的领导者，还不是经营性“企业”的领导者，经理、厂长的地位变化主要还是在企业内部，从过去企业党委领导下的执行者，转变为企业内部生产活动的指挥者。这种变化说明了经理、厂长的身份正在由执行者向经营者过渡。

1988 年《企业法》的通过，特别是 1994 年《公司法》的开始施行，说明我国经济体制改革取得了重大进展，企业的领导者从企业生产行政指挥者正在向企业经营者转变。现在，经理、厂长不再是国家在企业中的代表，而是“企业的法定代表人”（见《企业法》的规定），即从国家的代表转变为企业的代表。现在，在公司制企业中，“董事长为公司的法定代表人”，公司可以“以其全部法人财产，依法自主经营，自负盈亏”（见《公司法》的规定）。

二、企业领导者的经营权和社会责任

作为企业的经营者，我国企业领导者具有哪些经营权利呢？这取决于企业拥有哪些经营自主权。根据 1992 年发布的《全民所有制工业企业转换经营机制条例》的规定，国有企业享有以下的经营自主权：

（一）生产经营决策权。企业根据国家宏观计划指导和市场需要，自主作出生产经营决策，生产产品和为社会提供服务；

（二）产品、劳务定价权。企业生产的产品及为社会提供的加工、维修、技术协作等劳务，除少数由政府管理的产品外，由企业自主定价；

（三）产品销售权。企业可以在全国范围内自主销售本企业生产的指令性计划以外的产品；

(四) 物资采购权。企业可以自行选择供货单位、供货形式、供货品种和数量，自主签订供货合同，并可以自主进行物资调剂；

(五) 进出口权。企业可以在全国范围内自行选择外贸代理企业从事进出口业务，并有权参与同外商的谈判；

(六) 投资决策权。依照法律和有关规定，企业有权以留用资金、实物、土地使用权、工业产权和非专利技术向国内各地区、各行业的企、事业单位投资，及向境外投资和在国外开办企业；

(七) 留用资金支配权。企业在保证实现企业财产保值、增值的前提下，有权自主确定税后留用利润中各项基金的比例和用途；

(八) 资产处置权。企业根据生产经营的需要，对固定资产可以自主决定出租、抵押或者有偿转让；

(九) 联营、兼并权。企业有权与其他企、事业单位组成新的经济实体，与其他企、事业单位共同经营或订立联营合同，按照自愿、有偿的原则，兼并其他企业；

(十) 劳动用工权。企业可以自主决定招工的时间、条件、方式和数量，有权决定用工形式，有权依照法律、法规和企业规章，解除劳动合同，辞退、开除职工；

(十一) 人事管理权。企业可以自主行使人事管理权，设置本企业内有效的专业技术职务；

(十二) 工资、奖金分配权。企业在相应提取的工资总额内，有权自主使用、自主分配工资和奖金，选择适合本企业的具体分配形式；

(十三) 内部机构设置权。有权决定企业内部机构的设立、调整和撤销，决定企业的人员福利；

(十四) 拒绝摊派权。企业有权拒绝任何部门和单位向企业摊派人力、物力、财力，除法律及国务院规定外，有权抵制任何部门、单位对本企业进行检查、评比、评优、达标、升级、鉴定、考试、考核等活动。

作为企业的经营者，企业的上述经营权限主要由企业领导者来行使。

企业领导者在行使企业经营权的同时，应当承担企业的社会责任。企业的社会责任可以概括为以下各个方面：

第一，对国家应尽的责任。应当贯彻执行国家的方针、政策，遵纪守法，照章纳税；

第二，对出资者应尽的责任。贯彻股东会决定的公司经营方针和投资计划，执行股东会的决议，负责资本金的保值和增值；

第三，对企业应尽的责任。完成企业的经营目标，不断提高经济效益，促进企业的发展和壮大，改善企业的形象，保持企业的发展后劲；

第四，对顾客及协作单位应尽的责任。要对顾客负责，不断提高服务质量，要信守合同，讲信誉；

第五，对企业职工应尽的责任。要保障职工在生产经营中的安全和健康，不断提高职工的思想、知识和技能，逐步提高职工的收入，改善职工的福利；

第六，对社区应尽的责任。企业应当通过自身的活动，促进企业所在社区的发展，为社区的就业、社会安定、公共设施、公益事业以及环境保护等作出企业应有的贡献。

为了全面履行企业的社会责任，企业领导者应当在自己的领导工作中很好地执行国家、企业、职工三者的利益，兼顾企业经济效益和社会效益并重的原则，坚持精神文明建设和物质文明建设一齐抓的方针。企业领导者要加强自身的修养，保持和发扬作为一个社会主义企业领导者应有的敬业精神。

三、企业家的成长

我国国有企业领导者，是不是企业家？企业领导者和企业家有什么区别和联系？前面我们已经说明了什么是企业领导者，现在进一步来说明什么是企业家。

企业家是职业化的企业经营管理专家。这一概念说明二个要点：第一，企业家是职业化的企业领导者或企业经营者。这里，职

业化有两重含义。一是对社会来讲，职业化是社会分工的表现，医生、律师是一种专门职业，企业家就以从事企业的高层经营管理为自己的职业；二是对企业家个人来讲，要把创办企业、发展企业作为自己的毕生事业来追求，并为此全力以赴，努力奋斗；

第二，企业家是从事企业经营管理的专门家。作为专家，就要具备一定的能力和素质。作为社会主义市场经济条件下的企业管理专家，不仅要具备一定的经营管理知识和技能，具有一定的高层管理实践经验，而且还要有能适应社会主义市场经济要求的企业家精神，例如要有创业精神，敢于承担风险，有战略眼光，能够独立决策，善于创新，重视信誉等等。

由此可见，社会主义企业家，不同于政府官员或计划经济体制下的企业领导者。企业经营者同企业家，既有共同之处，又有区别。从企业经营者到企业家，有一个发展、转变、成长的过程。

建立一支能够适应社会主义市场经济要求的宏大的企业家队伍，是国有企业改革的一个关键问题。纵观十多年来改革实践中涌现出的每一个成功企业，都有一个比较优秀的企业家起着关键作用。因为在企业中，好的机制、科学管理、适销产品等都离不开企业的领导班子的决策和贯彻落实，尤其是一把手在决策中的关键作用和推动。

发展职业化的企业家队伍，前提条件是实现政企分开。只有企业具备了充分的经营自主权，才能为企业家的成长创造一个能够自主决策、开拓创新、公平竞争的大舞台。在这个前提下，还要为企业家的成长建立必要的竞争机制、激励机制和约束机制。

（一）确立企业家的竞争机制。建设职业化企业家队伍，首先要建立企业家人才市场。将企业负责人的上级部门委任制改变为董事会聘任制，通过公开招聘和实绩考核实行企业家社会选聘制，使优秀的企业家在竞争中产生。建立起企业家市场，可以使企业领导者走向充满竞争性的市场。企业家作为经营管理企业的专家，要通过市场来实现自身的价值。企业家市场能对企业家的综合能力进行社会评估，使得企业家自身的名誉、地位和发展前途同他的经营成败

紧密相联。

建立企业家人才市场,形成企业家流动升迁的市场竞争机制,就要建立企业家档案和成功业绩案例,促进企业家市场的信息化;设定企业家评估指标,促进企业家衡量标准的科学化;实行经理的无任期制度;取消企业家的年龄限制等。

(二)完善企业家的激励机制。企业家的劳动是一种复杂的创造性劳动,而且要冒很大的风险。因此,成功的企业家理应取得较高的报酬,而且其报酬和待遇应当由供需关系来确定,使企业家成为一种风险大、收入高、具有足够吸引力的职业。在我国企业家制度建设中,逐步推行年薪制,不仅是必要的,而且也是可行的。

完善企业家的激励机制,不仅是物质利益的激励,还要充分承认企业家的社会地位和他们的精神需求。企业家的行为是以强烈的事业成就感为基础动力的。各级政府应当为他们创造良好的工作环境和条件,在政府决策中倾听企业家的呼声,从社会荣誉、社会地位等各个方面激发他们经营好企业的使命感和成就欲。

(三)建立对企业家的约束机制。随着企业自主权的扩大和利益格局的调整,企业领导者的权益会是很大的,这就必需同时有必要的约束机制。不受约束的权力就容易越轨甚至产生腐败。同时,对绩效不良、造成企业长期亏损的企业经营者要实行及时淘汰制。为此,要做好以下方面的工作:

1. 实行任职资格考核。国有大中型企业的企业家任职要有基本条件限制,具有一定的学历,经过专门的培训和具有一定年限的实践经验和信誉。

2. 实行年度业绩考核和任期审计制。由此来认定企业家能否真正有效地经营企业、能否保证企业资产的安全和增值。

3. 充分发挥企业内部诸如董事会、监事会等监督机构的作用。以形成企业内部的约束机制。

4. 充分发挥各类中介组织的作用。发挥会计事务所、审计事务所等对企业的监督作用,形成社会监督和公平评价机制。