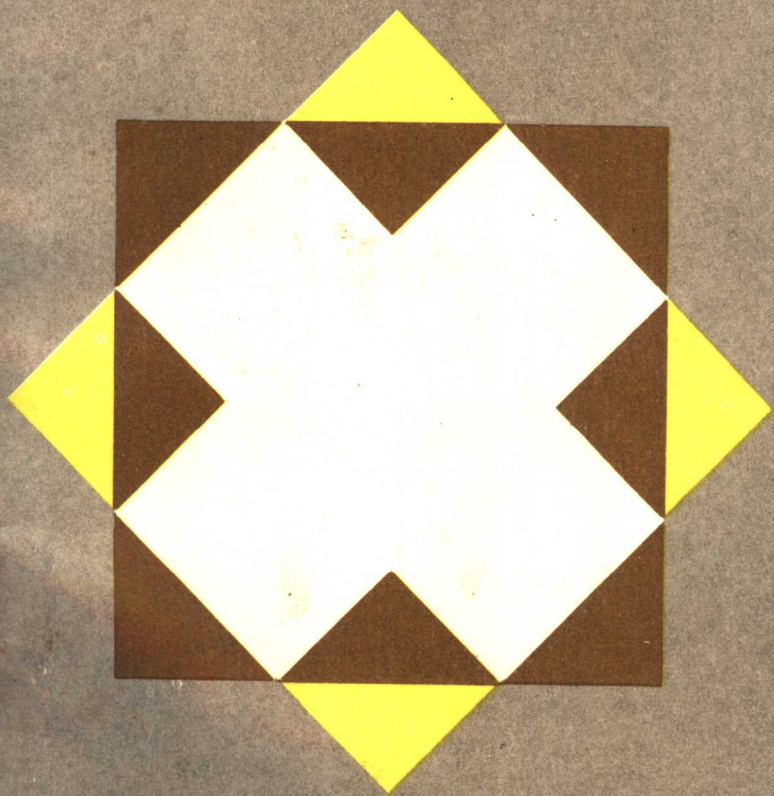


《企业行为规范》丛书之七

企 业 社 会 环 境

袁 澍 主编



海 洋 出 版 社

《企业行为规范》丛书

企 业 社 会 环 境

袁 澍 主编

撰稿（按姓氏笔划为序）

曲德森 李 沛 张国山

袁家方 袁 澍

海 洋 出 版 社

企业社会环境

袁 澍 主编

撰稿人 (按姓氏笔划为序)

曲德森 李 沛 张国山

袁家方 袁 澍

*

海洋出版社出版

北京市复兴门外大街1号

新华书店北京发行所发行

北京空军指挥学院印刷厂印刷

*

787×1092毫米 32开本 7印张 152,000字

1990年11月版 1990年11月第一次印刷

印数: 1—10000册

书号: ISBN7—5027—0778—6/F·9

定价: 4.00元

加 强 企 业 法 制 教 育
提 高 企 业 法 律 素 养

張友漁



著名法学家张友渔

1989年12月为《企业行为规范》丛书题词

《企业行为规范》丛书编委会

主 编 袁家方 曲德森 袁 澍

编 委 (按姓氏笔划为序)

曲德森	刘 红	李 岳
陈克聪	郎 争	张 旗
袁家方	袁 澍	梁学东
黄永钟	董久昌	梅建功
韩竞成	焦廉成	

编写说明

一、我系多年来从事工商行政管理方面的教学、科研工作，为维护市场经济秩序提供应用理论与技术是我系工作的重要内容。教学与科研如何更好地为改革服务，为建立、维护与巩固社会主义商品经济市场秩序服务，这是改革实践向我们提出的新课题。

1988年春，我系袁家方同志针对改革形势的客观需要，提出应从培养企业法律素养的角度编写一套有关企业行为与市场经济秩序的丛书的设想。尔后，约请曲德森、袁澍二同志于夏秋之际，对丛书编写主旨、主体结构、写作角度、重点内容等问题共同研究、探讨，丛书的总体设计方案日臻完善。

鉴于编写这套丛书可以促使我系教学体系与内容的改革；可以发挥应用学科的特长，向社会提供教学服务，为加强市场经济秩序法制建设作出贡献；可以使教师深化对企业行为和政府行为的研究，以应用带科研，以科研促教学，这套丛书的编写被纳入我系工作。

丛书编写人员除我系教师外，还特约部分院外专家学者参与执笔。丛书编写过程中，曾参考国内外诸多方面专家学者的著述及各种资料，在此一并致谢。

我国的法制建设正在不断完善。丛书所引各种法规截至定稿时均属有效法规。但今后有些法规会做某些修改，或被

新的法规所取代。读者在学习或引用有关章节内容时，务请以所处时期现行法规为准。

二、《企业社会环境》

主编 袁 澍

撰稿 （按编写章节为序）

袁家方（第一章）

张国山（第二章，第四章第三、四节）

袁 澍（第三章，第五章）

李 沛（第四章第一、二节）

曲德森（第六章）

参加《企业社会环境》编写大纲讨论的有袁家方、曲德森、袁澍、张国山等同志。大纲由袁家方、曲德森、袁澍最后确定。李鹤龄、邢亚平、李沛、刘永智、门玉峰等同志在编写过程中参与讨论和资料整理。全书总纂和定稿由袁澍、袁家方、曲德森三人完成。

北京财贸学院工商管理系

一九八九年五月

前 言

大力发展社会主义商品经济是时代赋予我们的历史重任。以社会化大生产为技术前提的社会主义商品经济，客观上要求市场经济秩序经常保持良好状态。从变革的阵痛中诞生的新体制，正在急切呼唤新的秩序保障。经济过程的有序或无序，不仅关系到社会化大生产能否顺利运行，关系到企业、消费者、国家和社会诸方面的各种利益，也关系到改革的成败。因而，秩序问题已经成为企业经营、政府管理、社会发展、民众生息的关键所在。

企业是市场的主体。企业在改革的大潮中，正以独立的或相对独立的商品生产者和经营者的身份，接受市场竞争的洗礼。充满生机与活力的企业将构成确立市场经济秩序的微观基础，企业行为规范化将是良好的市场经济秩序的基本保证。要使新体制要求的市场经济秩序尽快得以建立，强调企业行为规范化就显得尤为重要。

企业行为规范化一般是指企业从事社会商品经济活动必须遵守的法定或社会约定的行为标准。它是在高度专业化分工的社会化大生产中，企业通过市场实现分工的联接时的行为程序与工艺要求；它是在社会经济利益链环中，企业通过市场取得自身

利益的方式、方法的行为程序与工艺要求。有了它，企业经济活动才有依据，生产经营才有可能顺利进行，企业经济利益才能合法正当地取得。这就象在体育比赛中一样，不懂规则的球队不能参加比赛，粗通规则的打不好比赛，只有熟谙规则的球队才能充分地、创造性地发挥出自己的能力与技艺，赢得胜利，赢得发展。

为了帮助企业了解、熟悉和掌握社会主义有计划商品经济条件下的企业行为规则，建立和维护社会主义市场经济秩序，我们编写了这套《企业行为规范》丛书，贡献于企业界。

这套丛书以培养和提高企业法律素养、政策修养、道德素养为宗旨，以法律规范为中心、为重点，介绍企业行为应遵循的法律等规范，同时，介绍办理一些手续和料理经济事务的程序规范。例如企业生活中常遇到的注册或变更登记、合同的签订与履行、专利权商标权的获取与保护、经济纠纷的调处、内部关系的调整等诸种法律事务等。丛书不但阐明规范制订的原因——“为什么”，而且还介绍依照规范去“怎么做”。

丛书把企业的内部、外部行为都具体化，并沿着企业从形成、发展到消失的生命过程线路，把企业各方面行为涉及的经济关系与我国现行的法律、政策、道德规范一一对应，既分析企业行为与市场经济秩序的关系，又解说法律等诸类规范产生的缘由机理与具体内容。从企业的角度去谈这些行为规

范的原理与应用，是本丛书的一个大胆尝试。我们衷心希望本丛书能成为企业界的朋友，各政府部门及社会各界同志的益友。当然，也希望得到各方面的朋友、同志们的批评指正，以待再版时，使丛书得以修正完善。

《企业行为规范》丛书编委会

一九八九年三月

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 企业社会环境的概念	(1)
第二节 企业社会环境的构成	(10)
第三节 企业与社会环境的关系	(21)
第二章 企业的政治环境	(38)
第一节 企业政治环境概述	(38)
第二节 我国企业的政治环境	(47)
第三节 我国政治环境对企业的要求	(59)
第三章 企业的法律环境	(67)
第一节 企业法律环境概述	(67)
第二节 我国的经济法制建设	(77)
第三节 法律环境与企业行为	(89)
第四章 企业的经济环境	(99)
第一节 企业经济环境概述	(99)
第二节 我国经济环境状况	(112)
第三节 治理整顿时期的经济环境	(127)
第四节 企业经济环境意识	(133)
第五章 企业的科技环境	(138)
第一节 科学技术与科技环境	(138)
第二节 我国科技环境基本状况	(147)
第三节 科技环境影响与环境适应机制	(161)

第六章 企业的文化环境	(172)
第一节 文化与文化环境	(172)
第二节 企业文化环境的基本状况	(185)
第三节 文化环境与企业行为	(202)

第一章

绪论

在我国社会主义有计划的商品经济的发展中，企业作为相对独立的商品生产者经营者，他们面对复杂多变的市场，错综交织的社会关系，如果没有对企业生存发展的环境，尤其是社会环境的认识与适应，就不可能顺利、成功地开展生产经营，实现企业目标。企业与社会环境关系问题随着开放、搞活日益突出出来。于是，什么是企业的社会环境？它由哪些要素构成？这些要素对企业的生产经营发生着怎样的影响？企业又该如何适应环境，参与环境的变革发展，积极参与创建一个企业生存发展的良好社会环境？一系列问题接踵而来。这些问题也便构成本书的内容。但企业与社会环境，关系复杂，千头万绪，本章旨在理出个头绪，为以后各章专门讨论企业社会环境的各组成要素提出基础概念和认识的方法、线路。

第一节 企业社会环境的概念

一、环境概说

世间万物，无不有其环境。即便荒野中一块岩石，它的

生成、风化、断裂，近则与其邻近的草场、森林、川流、岩脉有关，远则与地壳变迁，甚至月球、太阳等星辰与地球间引力变化关联。《齐民要术》中提到：“关州产的豌豆，种到井陉以东，山东的谷子种到山西壶关、上党，就变得只生茎叶不结籽了”。类似的植物与周围条件、状况的关系的例子，不胜枚举。再如，北方的马铃薯种到南方会变小退化，而南方的含羞树移居北方，却长成娇小秀弱的含羞草。“桔逾淮而北为枳”更为我们所熟知。

报刊上也不时有新发现的奇闻披露：某地下岩洞中发现没有眼睛的鱼，某深山发现通体洁白的蛇，漓江边一个洞穴流出的水竟能以清浊来预报天气的阴晴。一个事物和它周围的条件、境况关系真是错综纠缠、相牵相连、默契微妙。但如果一旦原来的生存条件、状况变了，这事物也就随之大改观。“适者生存，优胜劣汰”。达尔文揭示的也正是物种与其生存条件、状况间的关系真谛。

所谓环境，正是指事物存在发展的周围条件和状况而言。这环境既有其静态结构，又有结构要素间关系的动态运行。

人、组织、社会何尝不是如此。对于个人，“入乡随俗”，“随遇而安”，“环境改造人”，“时势造英雄，英雄造时势”，许多谚语名言，都围绕着环境与人类活动的关系而阐发生活的真谛。

在社会生活中，针对个人、组织的生存与发展，我们把环境分为自然环境（或称物质环境）和社会环境（又称人文环境）两大类。

自然环境，有时也被称为地理环境，它强调的是外在物

质要素的条件、状况对人类活动的制约与影响。对于企业，它往往是指作为生产资料和劳动条件的各种自然条件，它常常表现为企业经营地域内的能源供应情况，自然资源的种类、品位、储量、分布和开采利用的程度，铁路、公路、水运、客运的条件等等；对于医院，它则包括医院在服务区域中的位置、交通情况、药品及设备情况，病人的数量、种类等等。

社会环境，与自然环境相区别，在于它通常是指人们在一定物质生产活动基础上建立起来的各种相互联系、相互作用的状态的总称。它强调的是反映与一定生产力发展水平相适应的生产关系及在生产关系基础上建立、衍生出的各种社会关系。例如对于一个人或一个组织，除了他所从事的职业关系之外，他还有政治关系、法律关系、技术关系、文化关系等多方面的社会关系。这些关系又不是各自孤立开来发生作用，而是有机复合，从不同方面以不同角度发生影响与制约作用的。例如人与人、组织与组织间的经济关系，就同时反映着政治、法律、技术、文化方面社会制度的规定性，就不是仅只局限于某一产品的交换。

二、企业的社会环境

企业的环境，是指影响企业活动的一切外界因素的总和。它们由自然环境与社会环境两大部分构成。

自然环境，是制约与影响企业生产经营的物质要素方面的条件、状况。例如，对于具体企业，它所需的能源的供应情况，它需要的原材料的来源，企业所在地的铁路、公路、

水运、空运条件，批发中转环节的能量等等，是企业自然环境中直接影响与制约其生产经营的要素。另外，企业所在经济区域、所在国家的宏观自然环境状况，又是这些直接物质条件、状况的背景。它们通过具体、直接的物质条件、状况而对企业的经营发生影响。例如，在一个国家某一地区看，企业的某种品位的矿产资源供应是短缺的，但就该国情况看，这类资源储量及开采能力又是充足的，那么局部微观的短缺就会是暂时的、可以改观的环境。但反之，若局部资源充裕，宏观短缺，在一段时间后，宏观的短缺便会反映到微观来，企业的经营就会受到严重的影响，甚至是无可逆转的影响。

企业的社会环境，是建立在一定的物质生产关系基础上，企业活动涉及的所有社会关系的状况的总和。它包括社会经济关系、政治关系、法律关系、文化关系等等。而这些关系的现实状况，在不同的社会领域内有着不同的具体表现。例如企业的经济关系的建立与发展变化，固然和其直接面对的生产或销售企业、消费者明显联系着，但决定并影响这些直接关系的，则有国家的经济发展水平、经济结构、经济管理体制等诸多方面。企业和职工的政治关系是具体、直接、可见的，但这种直接政治关系的形成与变化又要受国家政体、局势等的决定与影响。不仅各社会领域内部有着上述关系，领域之间也有着错综复杂的相互联系与作用。例如经济关系作为基础，它规定着上层建筑，如政治体制的特征本质。反之，政治关系又反作用于经济关系，形成政治环境与经济环境的交互作用局面。政治环境又和法律、文化等环境相互关联，相辅相成地对企业发生各种不同角度、方式、方

法的制约与影响，要求企业适应环境的需要而生存、发展，并为环境的不断发展作出积极的贡献。

三、企业社会环境的形成

我们生活在一个充满各种组织的社会中。家庭、学校、医院、工厂、商店、军队、政府、国家、各种国际组织……。几乎没有任何人能脱离“组织”而单独存在。人类从走出原始境地而发展至今，取得现代科技、经济、政治、法律、文化等各方面的巨大成就，无不和组织紧密关联。获得这些成就的因素是多方面的，其中一个主要因素，在于我们为达到各种目的而建立和发展各种社会组织的能力。而这种能力的形成、提高与发挥，使我们生息其间的社会高度组织化了。

人类最基本的活动是生产活动。高度组织化社会的形成与发展，当然必须从我们的经济活动寻找原因。

现代商品经济社会是建立在发达的社会化大生产基础上的。高度的社会化专业分工协作把社会经济活动各部门、各行业、各环节，以及各工序形成一个有机的整体。人们以各种不同的形式、不同的劳动内容和方式、方法，结合在一起，来具体承担社会分工与协作，以在实现企业组织目标的同时，实现他们各自的期望和理想。物质产品的生产、精神产品的生产，都体现着这种社会化分工与协作，整个社会生产与生活的管理则为着社会分工协作稳妥、有序而发挥着计划、组织、协调与控制等职能。在这个组织化的社会里，任何个人志向、利益的实现，都是通过参与一定组织的活动，