企业家的观念与企业活力

郑玉琳　刘振江　主编

中国建材工业出版社

企业家的观念与企业活力

郑玉琳　刘振江　主　编

王守和　林松梅
王桂英　奚家琦　副主编

中国建材工业出版社

(京)新登字 177 号

企业家的观念与企业活力
郑玉琳　刘振江　主编
★
中国建材工业出版社出版
(北京市百万庄国家建材局内　邮编:100831)
新华书店北京发行所发行　各地新华书店经售
北京管庄印刷厂印刷
★
开本:787×1092 毫米　1/32　印张:8.75　字数:195 千字
1993 年 6 月第一版第二次印刷
印数:7001—9500 册
ISBN 7—80090—077—0/F·9　定价 7.80 元

序　言

改革开放的大潮呼唤着、造就着千千万万个企业家，企业家企盼着企业日新月异、蒸蒸日上。企业的兴旺发达，取决于企业的活力和实力，而企业的活力和实力则取决于企业家的素质。

由于职业的关系，我们在深入企业进行调研宣传、新闻采访中，在培训干部教学授课中，接触了众多企业的厂长（经理），发现有许多企业的厂长有胆有识、真抓实干，把企业办得红红火火，产品畅销，效益连年增长。同时，我们发现，也有为数不少的企业与上述情形完全相反。究其原因，不能不说与企业家对企业的经营管理有着直接的关系。一个企业要以最少的投入，取得最大的产出，实现成本低、质量好、信誉高、盈利多的目标，必须依靠现代化管理。诚然，办好企业要靠全体员工的共同努力，但起主导作用的还在于企业家，在于企业厂长（经理）综合素质的高超和经营管理的高明。“行成于思”。在由计划经济向市场经济转变的形势下，企业家乃至全体员工观念的转变和更新，将是具有决定意义的大事。

在科学技术飞速发展和社会主义市场经济体制逐步形成的今天，市场竞争越来越激烈，国际化程度越来越高，企业要生存和发展，关键在于提高企业全体员工的素质，尤其是厂长

（经理）的素质。作为一个新型企业家，不仅自己应该成为胸怀大志、远见卓识、多谋善断、大展经纶，德能兼备，“远筹帷幄，决胜千里”的“帅”才，同时应该是思维敏捷，善观风色，善择时机，统领“兵马”，拚搏实干，克服困难，赢得成绩，并着力提高全体员工素质的带头人，集“帅”才与“将”才本领于一身。我们的企业家要适应时代的潮流，借鉴人类社会进步的一切文明成果，在市场竞争中，成为压倒一切对手的强者。基于这种愿望，我们撰写了18篇文章编辑成书，力求选用古今中外企业家成功的事例，阐述在具有中国特色的社会主义经济、政治和文化条件下，企业家应具备的素质和观念，企盼对办好企业有所裨益。

由于我们的水平所限，疏漏不当之处在所难免，恳请读者批评指正。

编　者

1992年12月

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

目　录

序　言

第一章　老舞台新唱法——市场经济观念……（1）
一、华山一条路——社会主义市场经济是不可
逾越的 ……（1）
二、惊险的跳跃——市场的功能和作用 ……（7）
三、摸准消费者的脉搏——市场营销原则……（10）
四、市场经济观念与企业活力……（18）

第二章　当断必断，不受其乱——决策观念……（22）

一、以断为先——决策的重要性……（22）
二、凡事预则立——决策的基础……（25）
三、远虑与近忧——战略决策与战术决策……（31）
四、决策观念与企业活力……（36）

第三章　起死回生的妙方——质量观念 ……（39）

一、皇帝女儿也愁嫁——产品质量是企业生存
的关键……（39）

二、有花方结果——企业全面质量管理 …… (44)
三、质量观念与企业活力…… (48)

第四章　不尽财源滚滚来——经济效益观念 …… (51)

一、无情的金锁链——不可抗拒的经济规律…… (51)
二、奋力拚搏——提高经济效益…… (58)
三、经济效益观念与企业活力…… (63)

第五章　千军易得，一将难求——人才观念…… (66)

一、人才济济——企业兴旺发达的重要条件…… (66)
二、人尽其才——充分挖掘人的内在潜力…… (68)

第六章　潜在的财富——信息观念 …… (76)

一、亚运小旗的启示——信息就是财富…… (76)
二、眼观六路，耳听八方——信息的收集、传
输与处理…… (81)
三、点石成金——建立现代化的信息系统…… (86)
四、信息观念与企业活力…… (89)

第七章　出奇制胜——创新观念 …… (92)

一、创新面面观——发明创造是人类赖以生
存和发展的基础…… (92)
二、势在必行——企业必须坚持有中国特色
的创新…… (93)
三、价值连城——人的创造才能是无价之宝 …… (101)
四、创新的风险与成功 …… (106)

第八章　企业命运的较量——竞争观念……（108）

一、万类霸王——企业必须参与竞争 ……（108）
二、优胜劣汰——现代企业竞争的特点 ……（111）
三、病树前头万木春——社会主义企业竞争的作用 ……（115）
四、竞争观念与企业活力 ……（118）

第九章　远见卓识之举——服务观念……（124）

一、优质服务——车之一轮鸟之一翼 ……（124）
二、门庭若市——企业服务艺术 ……（129）
三、巧妇之炊——现代服务的新趋势 ……（133）
四、服务观念与企业活力 ……（136）

第十章　企业腾飞的基石——科技观念……（139）

一、经济崛起——科技是第一生产力 ……（139）
二、日新月异——当代科技发展的特点 ……（144）
三、鸡毛可以上天——科技成果的开发利用 ……（147）
四、科技观念与企业活力 ……（151）

第十一章　童叟无欺新说——信誉观念……（156）

一、货真价实——产品信誉 ……（156）
二、名符其实——广告信誉 ……（156）
三、诚实守信——信用信誉 ……（166）
四、信誉观念与企业活力 ……（169）

第十二章　民以食为天——分配观念…… (171)

一、亦老亦新的原则——社会主义必须实行
以按劳分配为主的分配原则 …… (171)
二、多劳多得——社会主义市场经济下按劳
分配的实现 …… (175)
三、以辅为补——社会主义其他分配方式 …… (179)
四、分配观念与企业活力 …… (184)

第十三章　跨世纪的战略——大生产观念…… (187)

一、以我为轴心——狭隘的小生产表现 …… (187)
二、分工协作——社会化大生产的重要特征 …… (190)
三、大生产观念与企业活力 …… (195)

第十四章　冲向世界的胆识——全球观念…… (201)

一、跨国经营——经济生活国际化 …… (201)
二、后来者居上——中国企业也要实现跨国
经营 …… (205)
三、全球观念与企业活力 …… (209)

第十五章　企业管理的新思潮——企业文化观念…… (215)

一、力量的发现——企业文化的兴起 …… (215)
二、众志成城——企业文化的内容 …… (219)
三、企业文化观念与企业活力 …… (223)

第十六章　未雨绸缪——社会保障观念……（227）

一、俊杰识时务——企业主动参加社会保险 ……（227）
二、轻装上阵——社会保险的主要内容 ……（230）
三、社会保障观念与企业活力 ……（236）

第十七章　孺子牛新说——群众观念……（240）

一、三个臭皮匠的联想——企业领导者与职工群众的关系 ……（240）
二、桃李不言，下自成蹊——企业领导者的感召力和群众工作 ……（243）
三、群众观念与企业活力 ……（248）

第十八章　有规矩则成方圆——法制观念……（252）

一、君子爱才，取之有道——社会主义企业必须要有法制观念 ……（252）
二、人间正道是沧桑——强化企业法制观念的途径 ……（256）
三、法制观念与企业活力 ……（260）

后记……（264）

第一章

老舞台新唱法——市场经济观念

一、华山一条路——社会主义市场经济是不可逾越的

(一)市场经济是高度发展的商品经济

商品经济作为一种社会经济形式,在历史上已存在几千年。在这一漫长的历史时期中,商品经济就其社会性质而言,可以分为三个发展阶段,即以个体所有制为基础的小商品经济、以私有制为基础的资本主义商品经济和以公有制为基础的社会主义商品经济。

在商品经济发展的最初阶段,社会占统治地位的经济形式是自给自足的自然经济。那时,商品生产条件比较简单和落后,商品生产规模比较狭小。因此,用于交换的商品数量是有限的,市场狭窄并互相隔绝,市场机制和市场法则还未成为整个社会经济运行的主要调节者,整个社会经济生活远未过到市场化。

资本主义制度确立后,商品经济成为资本主义社会占统治地位的经济形式,商品成为资本主义社会的经济细胞,不仅

此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

劳动产品是商品，非劳动产品如劳动力、信息、技术等也都成为商品；不仅动产成为商品可以自由买卖，而且不动产的土地，建筑物也都成为商品进入市场买卖。因此，随着资本主义商品经济的发展，市场范围的扩大，资本主义社会经济全部市场化，市场机制和法则支配一切，市场成为社会经济生活的主要调节者。正是在这种意义上，主要由市场机制配置资源的资本主义商品经济被称为市场经济。

那么，在社会主义条件下，商品经济或市场的命运如何呢？以我国为例，实行改革开放方针以前，传统的经济理论以极大权威禁锢着人们的头脑，由否认社会主义商品经济进而否定了社会主义市场，否定了社会主义市场经济，并赋予了市场经济浓厚的政治色彩，把商品经济和市场同私有制联系起来，认为商品经济和市场植根于生产资料私有制，只要生产资料私有制存在，商品经济和市场就存在，并认为资本主义是私有制的最后阶段，资本主义也就成了商品经济和市场的最后阶段。于是就断言，社会主义公有制代替资本主义私有制后，商品经济和市场就退出了历史舞台，商品经济就让位于计划经济，整个社会经济运行完全实行计划调节。

在这种思想影响下，很长一段时间里，不敢承认社会主义商品经济，不敢谈市场，更不敢发挥市场调节作用，怕说搞资本主义。指令性计划包揽了一切，过分依赖行政手段和行政指令组织指挥国民经济运行。其结果，必然造成计划的主观与客观相分离，生产与需要相脱节，严重地阻碍了社会主义经济发展和人民生活水平的提高。长期否定社会主义商品经济和市场所造成的后果是，促使人们对商品经济与社会主义相互排斥、市场等同于资本主义的传统理论发生了怀疑，人们逐渐从

传统理论束缚下摆脱出来，开始了从农村到城市的经济体制改革。发展社会主义商品经济，建立并逐渐完善社会主义市场体系，这不仅为企业提供了广阔的经济舞台，而且为国家提供调节经济运行的经济手段，在更广泛的领域发挥了市场调节作用。在生产方面，农业生产中由过去对25种主要农产品的产量实行指令性计划，全部改为指导性计划和市场调节；工业生产中实行指令性计划部分，已由过去占工业总产值的90%以上减少到目前的16.2%；在流通方面，国家计委负责平衡、分配的物资，已由1979年的256种减少到目前的19种，由商业部门计划管理的商品已由180种减少到20种。在价格方面，目前国家定价商品比重不到30%，其余70%由市场定价或为国家指导价。这就表明，随着社会主义商品经济发展，社会主义市场体系的健全，社会主义经济生活逐渐市场化。社会主义商品经济必然发展为社会主义市场经济。因此，邓小平同志在与美国《不列颠百科全书》副总编吉布尼谈话时指出：说市场经济只限于资本主义社会、资本主义的市场经济，这肯定是不正确的。社会主义为什么不可以搞市场经济？市场经济，在封建社会时期就有了萌芽。社会主义也可以搞市场经济。

（二）市场经济是商品经济的继续和发展

党的“十四大”确认了社会主义市场经济。社会主义市场经济是社会主义有计划的商品经济的继续和发展。

社会主义市场经济，与有计划商品经济的基本内涵是相同的。主要表现在：无论是市场经济还是商品经济，都要采取契约形式确定国家与企业、企业与企业的关系；商品经济和市场经济都是价值规律和竞争规律产生的经济条件，价值规律都起调节甚至决定作用，竞争规律通行于社会经济生活各个

方面；优胜劣汰规律促使社会生产发展；除左右国计民生的少数重要产品外，大部分商品价格都要放开，都要由市场或企业定价。因此，社会主义市场经济不是对商品经济的否定，而是商品经济的继续。

如果我们对社会主义市场经济和有计划的商品经济认识不局限于经济概念的内涵，而从深化改革，发展社会主义经济高度来认识二者，社会主义市场经济是对有计划商品经济的发展。其主要表现在：

1. 明确社会经济活动的基础。社会主义市场经济较有计划的商品经济的重大发展就是突出了市场是整个社会经济运行的基础，要求一切经济工作和经济活动都要立足于这个基础之上。否则，必将阻碍社会主义经济发展。因此，党的“十四大”后，在社会主义市场经济理论指导下，依据社会主义市场经济的要求，不仅劳动产品商品化，而且各种生产要素都将商品化，这就必将加快社会主义市场体系的建立和社会主义价格体系的改革，充分发挥市场调节的功能；就必然加快政府职能的转变，使政府对企业的经济活动从规定企业人、财、物、产、供、销等具体指标的直接管理，转变为主要通过各种经济政策来培育社会主义市场、安排有关经济参数等间接管理，从分钱、分物、批项目、定指标为主转向搞计划、协调、监督和服务为主；就必然加快建立社会保障制度，使社会保障制度由目前的县市统筹过渡到全国统筹，为企业创造一个平等的竞争环境，加快企业产品结构和产业结构调整；就必然做好经济立法和司法工作，为企业创造一个良好的外部环境，保证国民经济的有序发展。

2. 明确了社会主义经济活动的主体。社会主义市场经济

较有计划的商品经济的重大发展，就是突出了企业在市场的主体地位，它不是国家机构附属物，是面对市场自主经营、自负盈亏的商品生产者和经营者。因此，党的“十四大”后，必然加快社会主义企业经营机制的转换，使企业获得充分的生产经营自主权，除个别左右国计民生的企业外，绝大多数的国营大中型企业都必须进入市场，这就必然增加企业活力，搞活社会主义经济，推动社会主义经济发展。

3. 明确了计划与市场的关系。社会主义市场经济较有计划的商品经济的重大发展就是明确了计划和市场作为经济运行调节手段各自活动的不同领域，不存在谁主谁从的关系。一般来说，计划调节主要作用于宏观经济，解决经济发展平衡问题，如通过国民经济综合平衡，保持国民经济总体平衡和各部门内部平衡；通过制定产业政策，协调各产业发展先后为次序，保持重大比例协调；根据资源稀缺程度，保证有限资源的合理配置；通过集中一部分人力、物力和财力，组织重大经济项目的建设和重大问题的解决；通过调节收入分配，走共同富裕的道路。市场调节主要作用于微观经济，解决经济发展活力。如发挥市场激励机制作用，将企业职工利益与企业利益结合起来，调动生产者和经营者积极性，提高企业劳动生产率；通过市场竞争，改善企业管理，推动企业技术进步，提高产品质量；通过市场活动，增加花色品种，优化产品结构，促进生产要素合理流动，推动社会主义经济发展。因此，江泽民同志指出：我倾向于建立社会主义市场经济体制。

（三）社会主义市场经济是建立在生产资料公有制基础上的市场经济

发展社会主义市场经济，不仅要在理论上弄清市场经济

的不可逾越性，而且还要在思想中消除市场经济等同于资本主义，发展市场经济会导致私有制的误解。

一种社会经济形式作为一定社会生产力的产物，它可以与不同的社会经济制度相联系，它本身并不决定社会经济制度的性质，社会经济制度的性质决定于生产资料所有制的性质，当今世界，在所有的资本主义国家和社会主义国家，商品生产和商品交换都得到充分发展，市场机制和市场法则都充分发挥了作用。说得准确些，作为社会主义国家的我国，目前商品生产和商品交换，还没有得到充分发展，市场还处于培植发育阶段。从市场关系本身并不能说明进入市场商品的生产方式，不能说明企业的社会身份。正是在这种意义上，马克思指出："作为商品进入流通的产品，不论是在什么生产方式的基础上生产出来的——不论是在原始共同体的基础上，还是在奴隶生产的基础上，还是在小农民和小市民的生产的基础上，还是在资本主义生产的基础上生产出来的——都不会改变自己的作为商品的性质；作为商品，它们都要经历交换过程和随之发生的形态变化。"（马克思：《资本论》第3卷，第363页）市场无非"再现了下列关系：第一，使用价值和交换价值的关系，商品和货币的关系，买者和卖者的关系；第二，生产者和消费者的关系。"（马克思：《资本论》第3卷，第215页）市场本身无论如何也不能说明资本主义经济制度和社会主义经济制度的本质区别，不能决定资本主义经济制度和社会主义经济制度的性质。任何一种社会经济制度的性质只能决定于该社会占主导地位的生产资料所有制。因此，马克思对资本主义经济制度的分析，就是从商品关系的一般入手，上升到资本和劳动关系的特殊，进而揭示出资本主义生产资料私有制是资本

主义经济制度的基础，决定了资本主义经济制度的性质，宣告了资本主义制度的历史过渡性。

可见，市场经济作为高度发展的商品经济，作为社会经济发展不可逾越阶段，它既可以同资本主义相联系，也可以与社会主义相联系，它本身并不表明一种社会性质，更不是区分姓“资”或姓“社”的标准。社会主义市场经济与资本主义市场经济的本质区别在于建立在不同的生产资料所有制基础之上，即社会主义市场经济建立在生产资料社会主义公有制基础之上，资本主义市场经济建立在资本主义生产资料私有制基础之上。发展社会主义市场经济必将加快社会主义经济发展。现在，大家都看得很清楚，凡市场经济搞得比较好的地方，社会主义经济就发展，人民群众从自己切身体验中感到社会主义市场经济具有无比巨大的优越性。

二、惊险的跳跃——市场的功能和作用

（一）市场是企业经营活动的场所

在社会主义市场经济条件下，市场是企业经营活动的场所，企业是市场的主体，企业全部经营活动都是在市场上围绕价值形式的转换展开的。企业的货币价值形式转换为商品价值形式，意味着企业在市场上购买到生产上所需要的生产要素，为生产准备了物质条件。企业的商品价值形式转换为货币价值形式，意味着企业生产的商品被社会所承认，保证了企业再生产的顺利进行。在企业价值形式转换全过程中，企业的商品价值形式到货币价值形式的转换是至关重要的，是惊险的跳跃。这上跳跃成功了，企业的生产就能继续下去，生产规模

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com