

二十一世纪普通高等院校实用规划教材·经济管理系列

现代 企业管理 (第2版)

XIANDAI
QIYE GUANLI

胡建宏 主 编

赠送
电子课件

• 前瞻性与基础性相统一 •
• 教材建设与教学改革相统一 • 综合性与针对性相统一 •

清华大学出版社



内容简介

二十一世纪普通高等院校实用规划教材·经济管理系列

现代企业管理(第2版)

胡建宏 主 编

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书由基础篇、资源篇、经营篇、生产篇四个部分构成共十三章,主要介绍了企业管理的基本理论、企业经营管理、企业资源管理、企业生产管理等内容。本书的新颖之处在于每章都通过引例导入,每一章分知识部分、延伸阅读、案例故事和素质拓展四个部分。并结合当前企业管理的趋势,相比传统的企业管理教材增加了公共关系管理、客户关系管理、物流管理、企业形象设计等内容。知识部分主要介绍相关章节的理论基本知识点;延伸阅读主要是基于知识部分延伸的知识背景介绍或前沿展望及热点追踪;案例故事包括一个典型案例和几个启发性小故事;素质拓展包括结合引例的思考题、辩论和创业素质论坛。

本书既注重介绍企业管理的传统理论,又展示了企业管理的最新发展及未来趋势。本书内容深度适当、知识涵盖面广、体例创新、系统性强、与时俱进。既包含了基本理念知识,又有理论前沿、热点追踪;既有案例故事启发,又有综合素质拓展延伸;既适合老师教学,又增加了学生自学的可读性。同时本书也适合企业各级管理人员自学、培训使用。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

现代企业管理/胡建宏主编. —2版. —北京:清华大学出版社,2017
(二十一世纪普通高等院校实用规划教材·经济管理系列)
ISBN 978-7-302-46872-1

I. ①现… II. ①胡… III. ①企业管理—高等学校—教材 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 064188 号

责任编辑:陈冬梅

装帧设计:刘孝琼

责任校对:周剑云

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62791865

印 装 者:保定市中国美凯印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm

印 张:23.75

字 数:514千字

版 次:2008年6月第1版 2017年7月第2版

印 次:2017年7月第1次印刷

印 数:1~2000

定 价:49.80元

产品编号:072173-01

前 言

企业管理是一门实践性很强的学科，随着社会经济形势的发展，企业管理的实践提出了许多迫切需要解决的新问题。为了适应和满足现代企业的实践需要，为了能与时俱进地为当代企业提供现代管理理论指导，我们编写了本书。

本书从企业管理的基本理论入手，结合我国当前企业管理的实践，对现代企业管理的理论和方法进行了全面的探讨。全书共分四篇十三章，主要内容包括企业与企业管理、企业组织设计、企业文化塑造、企业战略管理、企业营销管理、企业客户关系和公共关系管理、企业人力资源管理、企业物流管理、企业财务管理、企业财务管理、企业信息管理、企业生产管理、企业质量管理、企业技术进步和新产品开发等。本书的新颖之处在于每章都通过引例导入，每一章分知识清单、延伸阅读、大案例与小故事和素质拓展四个部分。知识清单主要介绍相关章节的理论基本知识点；延伸阅读主要是基于知识部分延伸的知识背景介绍或前沿展望及热点追踪；大案例与小故事包括一个典型案例和几个启发性小故事；素质拓展包括思考题、辩论和创业素质论坛。

本书的特点是内容深度适当、知识涵盖面广、体例创新、系统性强、与时俱进。既包含了基本理念知识，又有理论前沿、热点追踪；既有案例故事启发，又有综合素质拓展延伸；既适合教师教学，又增加了学生自学的可读性。同时本书也适合企业各级管理人员自学、培训使用。

本书由胡建宏主编，负责内容、结构设计并修改补充、总编定稿。参加编写人员的具体分工为：胡建宏编写各章引例、案例故事部分、素质拓展部分；陈金秀编写第一章和第二章；付伟编写第三章、第四章、第五章、第六章；张武根编写第七章、第八章、第十二章、第十三章；严春容编写第九章、第十章、第十一章。

参加编写的人员有着比较丰富的实践管理经验以及极强的接受新知识、新思想的能力。在本书编写过程中，参考了国内外几十位专家、学者的著作，对于引用的段落、文字尽可能一一列出，在此我们向这些作者表示由衷的感谢。

由于编写人员水平有限，书中的缺点、错误在所难免，敬请读者提出批评和改进意见。

编 者

目 录

第一篇 基础篇

第一章 企业与现代企业管理 1

第一节 知识清单 2

一、企业的含义与分类 2

二、企业的特征 5

三、现代企业管理 6

四、企业管理的性质 7

五、现代企业管理的任务和内容 8

第二节 延伸阅读 10

一、管理理论的萌芽 10

二、古典管理理论 12

三、行为科学理论 17

四、管理科学理论 20

五、管理理论新发展 22

第三节 大案例与小故事 24

一、大案例 24

二、小故事 25

第四节 素质拓展 27

一、思考题 27

二、辩论 27

三、创业素质论坛 28

第二章 企业组织设计 30

第一节 知识清单 30

一、企业组织 30

二、企业组织设计 31

三、企业组织结构常见形式 39

第二节 延伸阅读：学习型组织 45

一、学习型组织理论概述 45

二、学习型组织的建设 46

三、学习型组织的整合 51

四、学习型组织的结构 51

第三节 大案例与小故事 52

一、大案例 52

二、小故事 55

第四节 素质拓展 57

一、思考题 57

二、画中国政府组织结构图 57

三、创业素质论坛 58

第三章 企业文化塑造 60

第一节 知识清单 60

一、企业文化的兴起 60

二、企业文化的特征与功能 62

三、企业文化的建设与培育 65

第二节 延伸阅读 70

一、什么是企业形象 70

二、CI的概念和内涵 74

三、CI的导入程序 77

第三节 大案例与小故事 79

一、大案例 79

二、小故事 80

第四节 素质拓展 84

一、思考题 84

二、辩论 84

三、论创业素质 84



第二篇 经营篇

第四章 企业战略管理	89	五、“4P、4C、4R、4S”策略各自的 优缺点	148
第一节 知识清单	89	六、“4P、4C、4R、4S”策略的结合 应用	149
一、企业外部环境分析	89	第三节 大案例与小故事	150
二、企业内部环境分析	92	一、大案例	150
三、企业目标	94	二、小故事	152
四、企业经营战略	97	第四节 素质拓展	154
五、企业经营战略的层次	98	一、思考题	154
六、战略管理的过程	104	二、辩论	154
第二节 延伸阅读	107	三、论创业素质	155
一、企业战略管理的产生	107	第六章 企业客户关系与 公共关系管理	159
二、企业宗旨	108	第一节 知识清单	160
第三节 大案例与小故事	110	一、客户关系管理的内涵	160
一、大案例	110	二、客户关系管理途径	161
二、小故事	113	三、客户关系管理应用系统	164
第四节 素质拓展	115	四、现代企业公共关系的内涵、 基本要素和特征	167
一、思考题	115	五、现代企业公共关系的 基本职能	169
二、辩论	115	六、现代企业公共关系管理的 步骤	170
三、创业素质论坛	115	第二节 延伸阅读	170
第五章 企业营销管理	118	一、顾客让渡价值模型	170
第一节 知识清单	120	二、顾客满意	173
一、市场营销和目标市场	120	三、顾客满意度研究	174
二、产品策略	124	四、满意与忠诚	175
三、价格策略	132	五、实现挽留顾客	176
四、分销策略	138	第三节 大案例与小故事	178
五、促销策略	143	一、大案例	178
第二节 延伸阅读：市场营销中 “4P、4C、4R、4S”	145	二、小故事	179
一、4P 策略	145		
二、4C 策略	146		
三、4R 策略	147		
四、4S 策略	147		

第四节 素质拓展.....	181
一、思考题.....	181

二、辩论.....	181
三、论创业素质.....	181

第三篇 企业资源管理

第七章 现代企业人力资源管理.....185

第一节 知识清单.....188

一、人力资源规划.....188

二、工作分析.....189

三、员工的招聘与培训.....193

四、绩效评估.....196

五、薪酬管理.....198

第二节 延伸阅读：职业计划与发展.....199

一、职业计划与发展的意义和 特点.....199

二、职业生涯发展的阶段及其 管理.....201

第三节 大案例与小故事.....202

一、大案例.....202

二、小故事.....206

第四节 素质拓展.....208

一、思考题.....208

二、辩论.....208

三、创业素质论坛.....208

第八章 现代企业物流管理.....211

第一节 知识清单.....212

一、企业物流管理概述.....212

二、仓储管理.....216

三、配送管理.....218

四、供应链管理.....221

第二节 延伸阅读：第三方物流.....225

一、基本特征.....225

二、相对优势.....226

三、业态分类.....227

第三节 大案例与小故事.....228

一、大案例.....228

二、小故事.....230

第四节 素质拓展.....232

一、思考题.....232

二、辩论.....232

三、创业素质论坛.....232

第九章 现代企业财务管理.....235

第一节 知识清单.....237

一、财务管理内涵.....237

二、财务管理的内容.....239

三、财务管理的目标.....241

四、财务管理的环节.....244

第二节 延伸阅读：财务管理的

外部环境.....246

一、经济环境.....247

二、法律环境.....248

三、金融市场环境.....249

第三节 大案例与小故事.....250

一、大案例.....250

二、小故事.....253

第四节 素质论坛.....254

一、思考题.....254

二、辩论.....255

三、创业素质论坛.....255

第十章 企业信息管理.....257

第一节 知识清单.....258

一、信息及其特征.....258

二、信息管理工作.....260





三、信息化管理.....	266
第二节 延伸阅读.....	268
一、20 世纪 60 年代开环的物料需求计划.....	268
二、20 世纪 70 年代闭环的物料需求计划.....	269
三、20 世纪 80 年代制造资源计划.....	271
四、20 世纪 90 年代企业资源	

计划.....	272
第三节 大案例与小故事.....	274
一、大案例.....	274
二、小故事.....	278
第四节 素质拓展.....	280
一、思考题.....	280
二、辩论.....	280
三、创业素质论坛.....	281

第四篇 企业生产管理

第十一章 生产管理.....	283
第一节 知识清单.....	284
一、生产过程组织的基本形式.....	284
二、生产计划.....	285
三、生产标准.....	287
四、生产管理过程.....	290
五、生产管理方法.....	299
六、库存控制.....	300
七、设备的维修管理与更新改造.....	301
第二节 延伸阅读：现代生产过程组织理论.....	302
一、准时生产.....	302
二、精益生产方式.....	303
三、敏捷制造.....	304
四、计算机集成制造系统.....	305
第三节 大案例与小故事.....	306
一、大案例.....	306
二、小故事.....	308
第四节 素质拓展.....	309
一、思考题.....	309
二、辩论.....	309
三、论创业素质.....	310

第十二章 企业质量管理.....	313
第一节 知识清单.....	314
一、质量管理的发展历史.....	314
二、质量管理的几个重要概念.....	317
三、ISO 9000 族标准与质量认证.....	320
四、2000 版 ISO 9000 族标准简介.....	325
第二节 延伸阅读：质量管理常用的统计方法.....	327
一、调查表.....	327
二、排列图.....	328
三、分层法.....	329
四、因果分析图.....	330
五、直方图.....	331
六、控制图.....	332
七、相关图.....	333
第三节 大案例与小故事.....	334
一、大案例.....	334
二、小故事.....	336
第四节 素质拓展.....	338
一、思考题.....	338
二、辩论.....	338
三、创业素质论坛.....	338

第十三章 企业技术进步与

新产品开发340

第一节 知识清单.....341

一、企业技术进步的含义.....341

二、促进企业技术进步的主要途径.....342

三、新产品及其分类.....345

四、产品的生命周期.....346

五、新产品开发.....349

第二节 延伸阅读：价值工程.....351

一、价值工程的基本概念.....352

二、价值工程的特点.....353

三、价值工程的工作程序..... 354

四、方案创造与评价..... 360

五、价值工程活动实施及效果评价..... 363

第三节 大案例与小故事..... 363

一、大案例..... 363

二、小故事..... 365

第四节 素质拓展..... 367

一、思考题..... 367

二、辩论..... 367

三、创业素质论坛..... 367

参考文献..... 369

第一篇 基础篇

第一章 企业与现代企业管理

引例 唐校长的管理困惑

唐强最近被任命为天虹中学校长。尽管他才 35 岁，但从教已有 12 年，取得过许多教学成果，尤其是他组织的学校数学竞赛班，每年在市中学生数学竞赛中总能拿到好的名次。他工作努力、认真负责，做起事来有一股不做好不罢休的劲儿，同事们都称他为“拼命三郎”。两年前上级部门还特地送他去国外进修中等教育，在中教系统中被选送出国进修是件十分罕见和光荣的事。

唐强上任后不久便提出了他的发展思路。

(1) 天虹中学在未来若干年中要发展成为全市最好的重点中学，争取若干年后成为全国一流的重点中学。

(2) 最好的重点中学要有高的升学率，要培养优秀的高中毕业生，要有一流的教学设施。

(3) 一流的中学要有一流的师资，要引进特级教师和优秀的高级教师，要吸引博士、硕士来天虹任教。

(4) 要出一流的教学成果，不断改革课程体系，改进教学方法，设立第二课堂。

(5) 提高教师待遇，增强凝聚力。

唐强的发展规划使天虹中学的全体教工很激动。因为尽管天虹中学原来基础不错，但近年来也时不时出现教师流失、升学率下降、学生家长对教学质量日趋不满的情况。据内部消息称，天虹的市重点中学的位置可能有问题，因为市里开始实行重点中学非终身制改革措施，以激励学校之间相互竞争、积极向上。新校长提出这一宏伟目标确实道出了全体教工的心声。

时间过得很快，转眼一年已经过去。一年中，唐校长为推进他所提出的发展思路，茶饭不思，全身心扑在学校工作上，人也瘦了不少，但学校的面貌变化却不大。昨天副校长王怡亭向他提交了调离天虹的报告，使唐强颇为震惊和气愤，心想，这不是存心拆自己的台嘛，现在学校创一流正进入关键时刻。于是他决定与王副校长好好谈一谈。



“老王，是不是我的工作方法有问题，哪里得罪了你或哪里有所失误，所以你想离开天虹？如果是这样，我向你道歉！”

“没有，没有，唐校长，是我自己要走。新单位也是一所中学，我并不离开教育战线，不是为了待遇与工资。”王副校长急忙辩解。

“那么为什么呢？天虹创一流正需要你这样熟悉教学管理的老校长。”唐强不解地说。

“唐校长，说实话，你提出学校创一流的想法我一直很佩服，也很想跟着你大干一场，”王怡亭喝了一口茶水，继续说，“可是一年下来，我发现我已无用武之地了，虽然年纪比你大近15岁，但自我感觉仍不属不能接受新观念的人。”

唐强觉得不可理解，王副校长所负责的教学、后勤方面正是创一流非常重要的领域，怎么说无用武之地呢？王怡亭看了唐强一眼，继续说：“我所说的无用武之地，是因为教学、后勤等工作实际上都是唐校长亲自在做、在推进，我可有可无。”

“是吗？我可没有任何排挤你的意思。我是着急，看着教学上不去、学校硬件设施上不去、创收上不去心里急啊。”唐强感到很委屈，自己为学校努力，却有不少人不理解，创一流真难啊。

王副校长终于走了。唐强任命了一位新的副校长替代王副校长的职位。

第一节 知识清单

一、企业的含义与分类

(一)企业的含义

一般企业的含义为：从事生产、流通、服务等经济活动，向社会提供产品或劳务，满足社会需要并获取赢利，实行自主经营、自负盈亏、独立核算，具有法人资格的经济组织。

1. 企业是社会经济发展到一定阶段的产物

管理是与人类社会同时产生的，且在人类社会发展的不同阶段、不同历史时期发挥着重要作用。企业的出现晚于管理，是人类社会发展到一定阶段的产物。在人类劳动的早期阶段，劳动过程单一，一般需求者自我生产、自我满足。但是，当生产的物品超过了自己的需求并拿出去与第三者交换或变卖时，就出现了劳动分工。当自给自足的自然经济发展到一定阶段，社会生产力的发展要求突破家庭的界限，在更大范围内把社会成员组织起来，以便进行更加卓有成效的社会分工时，企业才得以萌芽，并逐步发展、完善成为具有现代意义的企业。

2. 企业是实行自主决策的社会经济组织

企业作为社会经济组织，其首要的职责和功能是提供用户所需要的产品，满足顾客的要求。与此同时，企业作为独立的法人，又必须在战略决策和经营过程中始终瞄准经济目标、技术目标、社会目标和生态环境目标。企业只有具备了自主决策权才能较好地实现上述目标。自主决策权可以调动决策者的积极性，并在职责范围内更好地承担经济与社会责任。自主权在很大程度上体现为在经营过程中决策者的决策权，即独立经营权。

3. 企业必须自我承担风险

企业在生产经营过程中面临着许多风险，而最大的风险莫过于市场风险和资本风险。自我承担风险是指由于企业决策失误或由于环境变化所带来的对企业不利的一面，表现为经营亏损或客户的流失。而这这就要求企业必须按照市场的需求自主地组织生产经营活动，科学决策，并对企业的出资者承担资产保值、增值的责任，否则就只能在激烈的市场竞争中被淘汰出局。

4. 企业是一个营利性组织

任何企业都必须以营利为目的。不讲效益、没有赢利的企业连简单的生产都会难以维持，更谈不上扩大生产，因此这样的企业终将会被淘汰。

(二)企业的分类

1. 按企业的法律形式划分

(1) 个人业主制企业。个人业主制企业是最早出现也是最简单的企业财产形式，由业主一个人出资，一个人所有，自己直接经营，享有全部经营收益，对债务完全负责；企业资产同业主的其他财产没有明显界限，如果经营失败，业主要用全部财产来抵债。因此，这类企业也称为“自然人企业”，业主对企业债务负无限清偿责任。

个人业主制企业一般规模较小，结构简单。其优点是：①建立和歇业的程序简单，产权能够自由转让；②经营灵活，决策迅速；③出资者亲自经营，出于切身利益处处精打细算。其缺点是：①本身财力有限，举债且信用不足，难以经营需大量投资的工商企业；②企业存在系于业主一身，如果业主无意经营或死亡，企业的业务就会中断。

(2) 合伙制企业。合伙制企业是由两个或两个以上的出资人共同出资创办、联合经营和控制的企业。它常常采用书面协议，即以合伙经营合同的形式确立收益分享或亏损责任。这类企业仍属“自然人企业”，合伙人以其财产对企业债务负无限连带责任。

合伙制企业的优点是：①较个人业主制企业筹资能力有所提高，有利于扩大企业的经营规模；②合伙人共同对企业盈亏负责，意味着都以自己的身家性命为企业担保，有利于增强经营的责任心，提高企业的信誉。其缺点是：①企业依据合伙人之间的协议建立，每



当一位原合伙人退出、死亡或一位新合伙人加入,都必须重新谈判建立新的合作关系,谈判过程和法律程序比较复杂;②合伙人共同参与企业经营,重大决策需经合伙人一致同意,因而很容易造成决策的延误;③合伙人对企业负无限连带责任,当某一合伙人无力偿还应由其分担的那一部分债务时,其他合伙人有义务用自己的财产予以补足,这就使得不能对企业经营活动单独行使决策权的合伙人面临较大的风险。

(3) 公司制企业。公司制企业是由众多出资者投资形成的、在法律上具有独立人格的经济组织。它以独立法人资格拥有自己的法人财产,享有民事权利,承担民事责任。公司财产的终极所有权仍分属于股东,股东有权分享公司利润,也有权转让持有的股份,但不能退股。这样,公司就脱离了它的投资者而具有独立的生命。

与合伙制企业相比,公司制企业突出的优点是:股东一般只以投入的资本额对公司负有限责任,公司以其全部财产对债务负有限责任,债权人只能对公司的财产提出要求,而无权要求股东用股金以外的财产抵偿公司债务。这样公司股东的投资风险要比合伙制企业的合伙人小得多,因而使其成为筹集大量资本的最有效的企业财产组织形式。公司制企业的另一个优点是具有独立的生命,除了破产停业,它的生命是永远延续的,不会因股东的死亡或股权的转让而终止。此外,公司制企业依靠一套科学的治理结构进行经营管理,排除了个别股东对企业经营管理的直接干预,保证了经营管理的有效性。

公司制企业也有缺点,主要是设立和歇业都需要通过一定的法律程序,比较复杂,不如个人业主制企业或合伙制企业那样方便灵活;股东购买股票,往往只是为了分红或从股票升值中获利,对公司缺乏像业主或合伙人那种所有者同企业之间血肉相连的关系。

2. 按企业所在的经济部门划分

(1) 农业企业。这里的“农业”是一个广义的概念,即通常所说的“大农业”。农业企业主要包括从事种植、饲养、采集、林木、放牧和渔猎等生产经营活动的企业。

(2) 工业企业。工业企业是指主要依靠和运用物理、化学和生物等技术,对自然资源、农副产品、各类中间产品等进行采掘和加工,使其转变为工业用的生产资料或者消费者使用的消费品的企业。工业企业主要包括采掘企业和加工企业,例如煤炭企业、石油开采企业、钢铁公司和制药企业等。

(3) 服务企业。这里的“服务”也是一个广义的概念。根据世界贸易组织《服务贸易总协定》中的“服务部门参考清单”对服务的划分,可以将服务企业具体分为商业服务企业、销售服务企业、金融服务企业、娱乐服务企业、通信服务企业、教育服务企业、卫生服务企业、运输服务企业、建筑服务企业、环境服务企业、旅游服务企业和其他服务企业等。

3. 按企业财产所有制的性质划分

(1) 公有制企业。按照公有程度可以进一步将公有制企业划分为国家所有制企业、集体所有制企业和国有资产与集体资产混合的企业。

(2) 私有制企业。出资者为个人或者私有组织的企业,在所有制性质上属于私有制企

业。私有制企业的出资者，可以是单个自然人、少数自然人，可以是一个私有组织、多个私有组织，还可以是一个或者多个自然人与私有组织共同出资。

(3) 混合所有制企业。这里的“混合”是指所有制上的混合，即企业的净资产是由公有性质和私有性质的组织以及个人共同出资形成的。根据不同经济成分的出资额在企业全部资本中的比例，混合所有制企业可以进一步划分为公有控股企业和私有控股企业。

4. 按企业生产要素的比重划分

(1) 劳动密集型企业。劳动密集型企业是指技术装备水平较低，从事简单劳动的员工较多，单位员工平均占用固定资产较少的企业。例如纺织企业、服装企业和餐饮企业等。

(2) 资本密集型企业。资本密集型企业是指企业技术装备水平高，企业需要较多的资本投入用于大量购买各种设备，企业需要的员工较少，单位员工平均占用固定资产较多的企业。例如铁路运输企业、飞机制造企业和火力发电企业等。

(3) 技术与知识密集型企业。技术与知识密集型企业是指拥有大批的高级和中级技术人才，主要依靠综合运用先进的科学技术，求得生存和发展的企业。例如计算机软件企业、管理咨询公司和律师事务所等。

除上述划分方法外，还可以依据企业生产经营活动的区域分为国内企业、境外企业和国际企业(跨国公司)等。

二、企业的特征

1. 企业的基本特征

从企业的发展史和企业的要素来看，企业具有以下基本特征。

(1) 企业是商品经济条件下的社会经济基本单位。企业是商品经济条件下从属于社会大系统的一个微观系统。它是在人类历史长河的一定阶段内，社会生产力发展到一定水平的产物，是随着商品生产的高度发展而形成的社会经济基本单位。

(2) 企业是独立的商品生产者和经营者。企业是产权关系明确、具有独立利益的资金运动实体。它具有自主经营、自负盈亏、独立经济核算的重要经济特征。在市场活动中，企业是具有明确收益与风险意识的利益主体，基于自身的利益进行独立的经营决策和市场选择，根据市场变化所提供的信息从事各类交换活动。

(3) 企业是以“法人”对应于企业的经济特征的，在法律上具有“法人”资格，是独立享有法律权利和承担民事义务的企业法人。

2. 现代企业的新特征

(1) 现代企业以社会生产力为基础，在产、供、销各个环节以及技术和经济各方面都与外部有着密切的联系。任何企业都是受外部环境影响和制约的开放系统，企业应按照市场需求和国家宏观调控的要求组织生产经营，需要从外界获取所需的资源，企业的产品必



须通过市场转移到用户手中,其使用价值才能得以实现。但是企业的外部环境是不断变化的,在商品经济高度发展、科学技术日新月异的现代社会,企业要想实现生存和发展,必须提高适应外界变化的能力,积极投身市场竞争。

(2) 现代工矿企业大规模采用机器和机器体系进行生产,并将现代科学知识系统地应用于生产。企业生产效率和质量的提高,越来越依赖于机器或机器体系的完备程度,依赖于科学技术的进步和劳动者知识水平的提高。

(3) 工业企业生产过程具有高度的比例性和连续性。随着企业生产过程机械化、自动化程度的提高,以及流水线生产等先进、合理的生产组织形式的广泛采用,对生产能力的比例性和时间配合的连续性要求越来越高。

(4) 现代企业内部分工精细、协作密切、计划严谨。生产过程的各个阶段、各道工序,经营活动的每个环节,甚至每个职工的行动都必须根据机器体系的客观要求来合理分工和组织协作,以保证生产经营活动的顺利进行,从而使预期目标得到最大程度的实现。

三、现代企业管理

企业管理过程是管理者按照客观规律的要求作用于管理客体的过程。这就要求管理者必须对企业管理的性质、职能、任务和内容有充分的认识,按照企业管理活动自身的内在规律开展各项管理活动,并把握好管理理论的演变及其发展趋势,否则,就难以收到好的管理效果。

(一)管理的含义

管理是人类社会一种复杂的实践活动,是一种具体的社会现象,是人这一主体采用一定的方式、方法作用于客体,使其朝着一定的目标发展所进行的活动。具体来说,管理是人的一种活动,是为了实现某种目的的活动,而要实现这一目的,主体就需采用一定的方式、方法影响客体,使其朝着实现这一目的的方向发展。若对管理进一步剖析,则可发现管理包含四个基本要素:①管理的主体,即管理者;②管理的客体,即管理主体作用的对象;③管理方式,即主体以什么样的形式和方法作用于客体、影响客体;④管理的目的,由主体、客体、方式和目的四个基本要素构成管理这一概念的基本内容,回答了谁来管、管什么、怎么管和为什么管等管理的基本问题。

(二)企业管理的含义

企业管理是指企业管理者根据企业的特征及其生产经营规律,按照市场反映出来的社会需求,对企业的生产经营活动和各种要素进行计划、组织、协调和控制等,以实现企业预定目标的过程。这个定义包含了企业管理的主体、客体、方式及目的。

1. 企业管理的主体

管理者是企业管理的主体,它包括企业的高层领导、中层领导和基层领导在内的参与管理的人。当然,企业总体发展和各个方面活动的总体控制由企业高层领导中心组成的企业管理系统来实现。企业的管理者是企业各项工作的中枢,他们决定着企业的生存和发展。

2. 企业管理的客体

企业管理的客体,即企业管理的对象,包括企业的生产经营活动过程以及人、财、物、信息等要素的合理使用。

3. 企业管理的方式

企业管理是管理者通过计划、组织、协调和控制等一系列管理职能来实现。

4. 企业管理的目的

企业管理的目的是合理利用各种要素(例如人、财、物和信息)实现企业预定目标的过程。企业管理的成败、企业管理是否有效,都要依其是否有助于完成企业目标来确定。

(三)现代企业管理的含义

现代企业管理是指对现代企业进行管理,即具有现代企业制度,采用现代化大生产和从事大规模产销活动的企业的管理。

四、企业管理的性质

1. 企业管理的二重性

马克思在《资本论:政治经济学批判》一书中分析资本主义企业管理的性质和职能时指出:“凡是直接生产过程具有社会结合过程的形态,而不是表现为独立生产者的孤立劳动的地方,都必然会产生监督劳动和指挥劳动。不过它具有二重性。一方面,凡是有许多个人由行业协作的劳动,过程的联系和统一都必然要表现在一个指挥的意志上,表现在各种与局部劳动无关而与工厂全部活动有关的职能上,就像一个乐队要有一个指挥一样。这是一种生产劳动,是每一种结合的生产方式中必须进行的劳动。另一方面——完全撇开商业部门不说——凡是建立在作为直接生产者的劳动者和生产资料所有者之间的对立上的生产方式中,都必然会产生这种监督劳动。这种对立越严重,这种监督劳动所起的作用也就越大。”从马克思的论述中可以看出,企业管理是由协作劳动引起的,它具有二重性。一方面,企业管理具有同社会化大生产和生产力相联系的自然属性。它与生产力发展水平有关,而与生产的不同社会形式无关。另一方面,企业管理又具有同生产关系和社会制度相联系



的社会属性。它体现着生产过程或劳动过程的特殊历史形态。由于在不同的社会形态下,企业生产关系的性质是不同的,所以企业管理的社会属性也以不同的社会生产关系的性质为转移。把企业管理分解成自然属性和社会属性,是一种理论的抽象,它们之间不是绝对对立的。在现实生活中,生产力和与之相适应的生产关系是紧密联系在一起的,故企业管理的二重属性不能截然分开。如果企业管理者看不到这一点,就容易产生管理思想上的片面性。

2. 企业管理二重性理论的意义

企业管理二重性理论,不仅具有理论意义,更具有实践意义。在理论意义方面,马克思的企业管理二重性理论揭示了资本主义管理的实质,为研究资本主义管理提供了理论依据,为研究者如何对待资本主义的管理经验和资产阶级的管理理论指明了方向。马克思的管理二重性理论,是建立中国社会主义企业管理科学的重要出发点,是建设中国社会主义企业管理科学的指导思想。在实践意义方面,马克思的企业管理二重性理论主要表现在两个方面:①不同生产方式在组织生产力方面的经验可以互相借鉴。各种不同的生产方式中,组织生产力的属性是基本相同的,没有阶级性和国界,在这方面的管理经验、管理方法、管理技术和管理手段等都可以互相借鉴。②不同生产方式在调节生产关系方面的经验有着本质的不同。对待西方资本主义的管理经验,正确的态度只能是从中国的国情出发,有分析、有选择地学习和借鉴,取其精华,去其糟粕,把学习、继承和创新结合起来,建立起真正具有中国特色的社会主义企业管理体系。

五、现代企业管理的任务和内容

(一)企业管理的任务

企业管理是以企业管理任务为导向,执行管理职能的系统活动。如果一个企业没有明确的企业管埋任务,势必使企业管理陷入盲目的境地。现代企业管理必须承担和完成下列任务。

1. 发展壮大自己

企业从来进行的就是无终点的长距离赛跑。在激烈的市场竞争中,企业如同“逆水行舟,不进则退”,不求发展壮大,早晚会危及企业自身的生存。这就要求管理者的每一项决策、每一个设想,都必须把壮大自己和发展企业经济放在首位。

2. 承担社会责任

企业是社会的一部分,在发展自己的同时,必须承担社会责任,做有益于社会的事,