

21 世纪 高 职 高 专 规 划 教 材

公 共 基 础 课 系 列



现代工业企业管理

吴 拓 编著

清华大学出版社

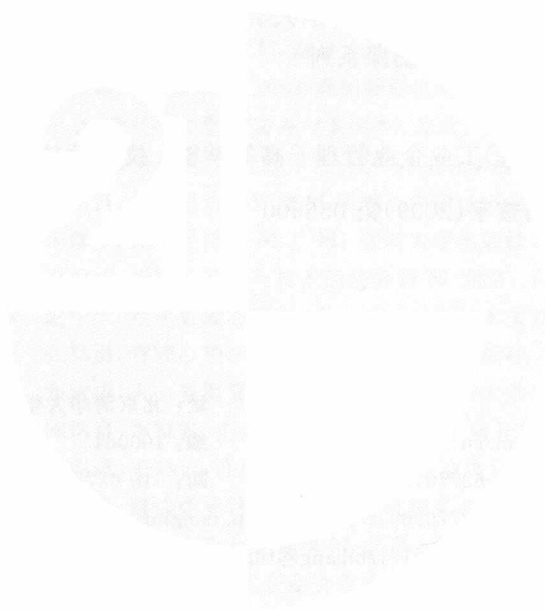


21 世纪高职高专规划教材

公共基础课系列

现代工业企业管理

吴拓 编著



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本教材是为适应高职高专教育工科类各专业企业管理课程教学改革的需要而编写的。本教材吸收了国内外工业企业管理的先进经验,重点介绍了工业企业管理的新理念,以便适应现代工业企业管理的需要,全面提高管理者的管理水平和管理素质。全书共9章,包括工业企业管理概述、工业企业的经营管理与经营战略、工业企业的市场营销管理、工业企业的生产管理与技术管理、工业企业的质量管理、工业企业的物流管理与设备管理、工业企业的财务管理、工业企业的人力资源管理、企业文化与企业形象设计等。

本书注重实际应用,突出基本概念,理念先进,内容精练。可供高职高专院校工科类各专业作为教材,也可供普通高等院校师生及有关企业管理人员参考。

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

现代工业企业管理/吴拓编著. —北京:清华大学出版社, 2009.6

21世纪高职高专规划教材.公共基础课系列

ISBN 978-7-302-19922-9

I. 现… II. 吴… III. ①工业企业管理—高等学校:技术学校—教材 IV. F406

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第056500号

责任编辑:朱永怀

责任校对:李梅

责任印制:何芊

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦A座

<http://www.tup.com.cn>

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

印 装 者:北京紫瑞利印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×260

印 张:17.25

字 数:395千字

版 次:2009年6月第1版

印 次:2009年6月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:26.00元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:010-62770177 转 3103 产品编号:031715-01

前言

现代工业企业管理

随着社会的进步、科学的发展,管理工作已越来越受到世人的重视。人们逐渐认识到,科学、技术和管理是促进现代社会文明发展的三大支柱。管理是促成社会经济发展的最基本的关键因素,有的经济学家甚至认为管理本身就是一种资源,它是作为“第三生产力”在社会上发挥作用。

管理已成为现代人类生活中最重要的领域之一。各类各级管理人员卓有成效的管理,保证了各类组织的有效运行和人们生活水平的稳定提高。

工业企业是现代社会经济的最基本单位。随着世界经济的飞速发展和经济全球化进程的进一步加快,全球性的市场竞争日益激烈。进入 21 世纪以来,尤其是我国加入 WTO 之后,我国工业企业面临的不仅仅是科学技术和知识的挑战,更严峻的是管理竞争上的威胁。现代工业企业管理对工业企业的生存和发展起着至关重要的作用。近年来,我国借鉴国外科学的管理经验,结合我国的具体国情,逐步完善我国的管理体系,使国民经济处于长期高速发展和稳定运行的状态。可以说,科学的企业管是国民经济高速发展的基石。

成功的企业管理依靠的是一批掌握了现代市场经济理论和现代企业管理知识、有创新精神、训练有素、善于经营的高素质企业管理人才。高素质企业管理人才的培养重任责无旁贷地落到了高等院校的肩上。

依据高职高专教育的人才培养目标和高职高专毕业生就业岗位的调查分析,高职高专毕业生工作四五年之后,便有 40% 以上的人走上了管理岗位,随着时间的推移,高职高专毕业生中从事企业管理工作的人才必然越来越多。因此,加强高职高专学生企业管理知识的教育是非常必要的。

本教材是专为适应高职高专教育和高等专科教育工科类专业企业管理课程教学改革的需要而编写的,其特点是:

- ① 突出高职高专教育的特点,以“必须、够用”为度;
- ② 突出改革创新的特点,对传统的企业管理知识结构进行了大胆调整;
- ③ 突出时代特点,紧跟时代发展步伐,注重新的管理理念介绍。

全书共 9 章,由吴拓编写。本教材的编写参考了大量有关企业管理的著作,书后附有书目,编者在此谨向被引用过资料的作者表示深深的谢意。

本书注重实际应用,突出基本概念,理念先进,内容精练。可供高职高专和高等专科

工科类各专业学生使用,也可供普通高等院校师生及有关企业管理人员参考。

鉴于编者学识、能力有限,书中疏漏和失当之处在所难免,敬请专家学者和广大读者不吝指正。另外,为方便教学和自学,本书配有“电子教案”,如需要可以直接向出版社索取(登录 <http://www.tup.com.cn> 下载)。

编 者

2009 年 2 月于广州

目 录

现代工业企业管理

第 1 章 工业企业管理概述	1
1.1 企业与工业企业	1
1.1.1 企业的概念	1
1.1.2 企业的特征和目标	1
1.1.3 工业企业	2
1.1.4 现代工业企业的内涵	4
1.2 管理与工业企业管理	6
1.2.1 管理的概念	6
1.2.2 工业企业管理	8
1.3 现代企业管理理论	12
1.3.1 企业管理的基本理论及其发展	12
1.3.2 现代企业管理原理	15
1.3.3 企业管理现代化	17
1.4 工业企业管理体制	21
1.4.1 工业企业组织形式的概念	21
1.4.2 工业企业的组织结构及其演进	21
1.4.3 现代工业企业的组织原则	23
1.4.4 工业企业组织机构的形式	25
1.4.5 现代工业企业管理制度	30
1.4.6 现代工业企业的法律形式	32
案例	33
思考与练习	34
第 2 章 工业企业的经营管理与经营战略	36
2.1 工业企业的经营理念与经营目标	36
2.1.1 企业经营的概念	36
2.1.2 工业企业的经营理念	37
2.1.3 企业经营的要素与目标	39

2.1.4 企业的经营与管理	42
2.2 企业经营的环境与资源分析	44
2.2.1 企业经营的外部环境	44
2.2.2 企业内部条件分析	48
2.2.3 企业经营的资源	49
2.3 企业经营的市场调查与预测	50
2.3.1 市场研究	50
2.3.2 市场调查	52
2.3.3 市场预测	54
2.4 企业的经营战略与决策	62
2.4.1 企业经营战略概述	62
2.4.2 企业的经营决策	65
案例	73
思考与练习	75
第3章 工业企业的市场营销管理	76
3.1 市场营销概述	76
3.1.1 市场营销的概念	76
3.1.2 市场营销的构成要素	76
3.1.3 市场营销的功能及其带来的产品效用	77
3.2 现代企业市场营销观念	77
3.2.1 市场营销观念的演变	77
3.2.2 现代企业市场营销观念	78
3.3 市场营销管理	79
3.3.1 市场机会分析	79
3.3.2 市场细分及目标市场选择	82
3.4 市场营销策略	85
3.4.1 产品策略	85
3.4.2 价格策略	87
3.4.3 分销渠道策略	89
3.4.4 促销策略	91
3.5 用户关系管理	94
3.5.1 用户关系管理的涵义	94
3.5.2 用户关系管理的作用	95
3.5.3 用户关系管理的内容	95
3.5.4 用户关系管理实施的步骤	96
案例	97
思考与练习	99

第4章 工业企业的生产管理与技术管理	100
4.1 生产管理概述	100
4.1.1 现代生产的形式与特点	100
4.1.2 工业生产管理的内容和任务	101
4.1.3 工业生产管理的发展趋势	103
4.2 工业生产过程组织	104
4.2.1 生产过程及其构成	104
4.2.2 合理组织生产过程的要求	105
4.2.3 工业生产的类型	105
4.2.4 生产过程的空间组织和时间组织	106
4.3 生产计划与控制	109
4.3.1 生产计划的概念与作用	109
4.3.2 生产计划工作的内容和原则	109
4.3.3 生产计划的指标体系	111
4.3.4 生产计划的编制	111
4.3.5 生产计划的执行与控制	112
4.3.6 JIT生产方式	114
4.4 生产现场管理	116
4.4.1 生产现场管理的概念	116
4.4.2 看板管理	116
4.4.3 5S活动	117
4.5 技术管理	118
4.5.1 企业技术管理的内容	118
4.5.2 技术革新	119
4.5.3 技术开发	119
4.5.4 技术引进	119
4.5.5 技术改造	120
4.5.6 信息资源开发与管理	120
4.6 新产品开发	122
4.6.1 新产品开发的概念、特征及分类	123
4.6.2 新产品开发的意义与条件	123
4.6.3 新产品开发的原则和方式	125
4.6.4 新产品开发的程序	127
4.6.5 新产品开发的策略	129
案例	130
思考与练习	131

第 5 章 工业企业的质量管理	132
5.1 质量与质量管理	132
5.1.1 质量概述	132
5.1.2 质量管理	134
5.1.3 质量管理体系	138
5.1.4 质量保证体系	139
5.2 质量波动与质量控制	140
5.2.1 产品质量的波动	140
5.2.2 过程与过程质量	141
5.2.3 过程质量控制方法	143
5.3 品质检验与质量改进	144
5.3.1 产品质量检验	144
5.3.2 质量改进	147
5.3.3 质量管理小组	149
5.4 工业企业质量管理的常用工具与技术	150
5.4.1 排列图	151
5.4.2 直方图	152
5.4.3 控制图	153
5.4.4 散布图	155
5.4.5 调查表与分层法	156
5.4.6 因果图	158
5.4.7 对策表	159
案例	160
思考与练习	161
第 6 章 工业企业的物流管理与设备管理	162
6.1 物流的基本概念	162
6.1.1 物流的涵义	162
6.1.2 企业物流活动的内容	162
6.1.3 工业企业物流的分类	163
6.2 企业物流系统	164
6.2.1 企业物流系统及其构成	164
6.2.2 企业物流系统的特征	164
6.2.3 企业物流在生产经营中的地位和作用	164
6.3 工业企业物流管理	165
6.3.1 企业物流管理需要解决的问题	165
6.3.2 工业企业物流管理的三个主要环节	166

6.3.3	工业企业物流管理的发展方向	170
6.3.4	企业物流的成本管理	173
6.4	设备管理概述	176
6.4.1	企业的设备及分类	176
6.4.2	设备管理的涵义	176
6.4.3	设备管理目标和任务	177
6.4.4	设备管理的内容	177
6.4.5	设备管理水平考核指标	178
6.4.6	设备综合管理	178
6.5	设备的选择与使用	180
6.5.1	设备的选择与评价	180
6.5.2	设备的合理使用	181
6.6	设备的维护与修理	182
6.6.1	设备的维护保养	182
6.6.2	设备的检查	183
6.6.3	设备的修理	183
6.7	设备的更新与改造	184
6.7.1	设备更新和改造的涵义及意义	184
6.7.2	设备更新和改造的依据	185
	案例	186
	思考与练习	186
第7章	工业企业的财务管理	188
7.1	企业财务管理概述	188
7.1.1	企业财务管理的任务和原则	188
7.1.2	企业财务管理的目标和内容	190
7.1.3	企业财务管理的环节和制度	191
7.2	企业筹资管理	192
7.2.1	企业筹资管理概述	192
7.2.2	筹资的渠道与方式	192
7.2.3	资金成本与资金结构优化	194
7.3	企业投资管理	195
7.3.1	企业投资管理概述	195
7.3.2	投资方案的审核与评价	197
7.3.3	证券投资管理	199
7.4	企业的资产管理	200
7.4.1	流动资产资产管理	200
7.4.2	固定资产资产管理	203

7.5 财务报告与财务分析	205
7.5.1 财务报告	205
7.5.2 财务分析	206
案例	208
思考与练习	211
第8章 工业企业的人力资源管理	212
8.1 人力资源开发与管理	212
8.1.1 现代企业人才需求的特点	212
8.1.2 企业人力资源的开发	213
8.2 工业企业人力资源的激励	217
8.2.1 激励理论	217
8.2.2 激励方式与激励原则	221
8.3 劳动人事管理	223
8.3.1 劳动组织	223
8.3.2 劳动定额	225
8.3.3 劳动定员	227
8.3.4 劳动合同	228
8.3.5 工资制度和劳保福利	229
案例	231
思考与练习	232
第9章 企业文化与企业形象设计	233
9.1 企业文化	233
9.1.1 企业文化概述	233
9.1.2 企业文化的内容	237
9.1.3 企业文化建设	239
9.2 企业形象设计	241
9.2.1 企业形象的含义及构成要素	241
9.2.2 企业形象的塑造	244
9.3 现代企业公共关系	244
9.3.1 现代企业公共关系概述	244
9.3.2 现代企业的公关艺术	246
9.3.3 现代企业公关人员的基本要求	247
9.3.4 现代企业公共关系策划	249
9.4 领导方法与领导艺术	251
9.4.1 领导与领导者的科学概念	251

9.4.2 领导方法与领导艺术.....	252
9.4.3 领导者的创造力与哲学观.....	255
案例.....	258
思考与练习.....	261
参考文献.....	263

工业企业管理概述

1.1 企业与工业企业

1.1.1 企业的概念

企业是一种从事生产、流通或服务等经济活动,为社会提供商品或劳务,满足社会需要并获取盈利,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。

按照这一定义,企业可分为工业企业和商业企业两大类。工业企业乃是从事工业性生产的经济组织,它利用科学技术、机械设备,将原材料加工成社会所需要的产品,同时获得利润。商业企业则是指从事商业性服务的经济实体,它以盈利为目的,直接或间接向社会供应货物或劳务,以满足顾客的需要。

作为一个企业,必须具备以下基本要素:

- ① 拥有一定的资源,即既拥有一定数量、一定技术水平的生产设备和资金,又拥有一定技能、一定数量的生产者和经营管理者。
- ② 拥有开展一定生产规模和经营活动的场所。
- ③ 从事社会商品的生产、流通或服务等经济活动。
- ④ 生产经营的目的是获取利润,在经济上必须独立核算、自负盈亏,具有自我发展和自我改造能力。
- ⑤ 法律上具有法人地位,有一定的义务和权利。

任何企业都应具有这些基本要素,其中最本质的要素是企业的生产经营活动必须获取利润。

1.1.2 企业的特征和目标

1. 企业的特征

从企业的定义中,不难发现企业具有如下特征:

首先,企业是一个经济组织,它与行政组织或政权组织不同,它的主要任务是执行政策法令和发展规划,直接从事生产、流通等经济活动。

其次,企业也是一个社会组织,是一个向社会全面开放的系统,它的经济活动必然受到社会环境、政治环境等的影响和制约,它对社会发展、文化繁荣会产生重大影响,企业是国民经济的微观基础。

再次,企业必须是盈利性的经济组织,是一个基本核算单位,实行独立核算,自负盈亏,那些虽然也从事生产和服务活动,但是非盈利性的组织,则不是企业。

此外,企业必须经过政府批准设立,在法律上取得“法人”地位,企业直接承担在经济活动中的法律责任,同时法律也保护企业的合法经济权益。

简言之,企业具有主体性、独立性、盈利性、活力性和开放性。

2. 企业的目标

企业为了生存和发展,不仅要满足本企业的目标,而且要满足范围更大的社会需要和期待。因此企业的目标具有两重性,即既要追求自身的经济效益,谋求自身发展;又要满足社会的需求,承担社会责任。

(1) 获取利润

追求生产利润和扩大企业规模,是每个企业理所当然的自己独立的发展目标。任何企业一旦问世,不论谁是企业资产的所有者,其首要任务就是要实现利润。没有利润,企业员工的工作条件和生活条件就难以改善,甚至企业本身也无法继续生存。只有获得一定的利润,企业才可望生存得更好,企业才有能力追加投资去扩大生产规模,取得更好的经济效益。

(2) 承担社会责任

企业不仅是一个经济组织,而且是一个微观的社会组织。企业必须生产和提供人们所需的物品,满足社会需要才能存在。企业的正常生产秩序也必须由社会、由国家提供服务和保证。因此,企业与社会密切相关。企业必须自觉承担一定的社会责任,向国家缴纳税金,满足社会公益活动 and 公益设施的需要;必须同政府一道共同设法解决面临的社会问题。例如不断创造和提供更多的就业机会,保护自然环境等。

(3) 获取利润与承担社会责任的关系

企业的双重目标在整个企业发展过程中其分量是不同的、变化的。企业需要利润,同时必须承担社会责任。企业从单纯追求利润最大化,到获取适当利润的同时承担社会责任,体现了企业价值观的转变和进步。事实上,承担社会责任与获取利润的关系并非相互排斥,而是互为条件、互相补充的。

首先,利润是企业满足社会需要程度的标志。一个企业获取的利润高,意味着其产品能够满足社会上购买者的需要,赢得了社会的认可,在市场上深受欢迎。

其次,利润也是企业满足社会需要的前提。没有利润,企业难以追加投资,难以扩大经营规模,就不能生产更多的产品满足社会需要,也无力承担更多的社会责任,不能为社会提供更多的就业机会和提供解决社会问题的资金。

因此,利润和承担社会责任是相辅相成的。只有满足社会需要,承担社会责任,企业才能获取利润;同时,只有获取一定利润,企业才能更好地满足社会需要,承担社会责任。

1.1.3 工业企业

工业生产是指运用物理、化学、生物等技术,对自然资源、农业产品及其中间产品进行采掘、加工并使之成为具有一定功能的产品的活动。凡是从事工业性产品或劳务生产经营活动的企业,均称为工业企业。

工业企业经历了资本主义的简单协作、工场手工业和机器大工业三个阶段,才逐步发展成为社会化大生产的现代化工业企业。

1. 工业企业的基本特征

现代工业企业具有如下基本特征:

① 大规模地采用以现代生产技术装备起来的机器体系进行生产,并有系统的科学知识应用于生产。

② 实施科学的分工和严密的协作,有广泛、密切的外部联系,属于一种高度社会化的大生产。

③ 生产自动化程度高,生产过程具有高度的比例性和连续性。

④ 生产遵循可持续发展原则,十分注重环境保护。

2. 工业企业的分类

(1) 按产品用途分类

按产品用途,工业企业可分为重工业和轻工业两大类。

① 重工业。

生产生产资料的工业称为重工业。重工业提供社会生产的工具和主要原材料,它是工业的基础,也是其他物质生产部门的物质基础。

重工业又可分为以下三类:

- 采掘工业。指对自然资源,如石油、煤炭、金属和非金属矿藏等,进行开采的工业。
- 原料工业。指为制造工业提供原材料和燃料、动力的工业,包括如金属冶炼和加工、化学原料、水泥等原料工业,以及电力、石油和煤炭加工等动力燃料工业。
- 制造工业。指对原材料进行加工制造的工业,主要制造现代化生产工具,包括工业设备、农业机械、现代交通工具、建筑施工机械等制造工业,还包括制造水泥、化肥、农药、机器构件等的工业。

② 轻工业。

生产生活资料的工业称为轻工业。轻工业为人民生产生活消费品,是提高人民物质和精神生活水平的保证。

轻工业又可分为以下两类:

- 以农产品为原料的轻工业。包括粮油加工,棉、麻、毛纺织,服装制作,造纸,皮革加工、食品加工,烟草工业等。
- 以非农产品为原料的轻工业。即以工业产品为原料的轻工业,包括日用金属制品制造、日用化工产品制造、化学纤维制造、日用玻璃制造、陶瓷制造、家用电器制造、自行车和摩托车制造、家具制造、计算机制造、医疗器械制造、文体用品制造等。

(2) 按部门划分

根据产品的经济用途、使用原材料和生产技术,工业企业可划分为以下6大类18个部门。

① 冶金类。

- 黑色金属工业。包括钢铁、铬、锰等金属的开采和冶炼。

- 有色金属工业。包括金、银、铝、镍、锡等金属的开采、冶炼。

② 制造类。

- 机械工业。包括机械、配件、汽车、船舶等的制造。
- 电子工业。包括通信设备、广播电视设备、电子元件、计算机等的制造。
- 航天航空工业。包括航天设备、飞机及空降设备等的制造。
- 兵器及核工业。包括各种军事武器、设备、炮弹、枪弹、炸药等的制造,包括核燃料武器、核仪器设备的制造和铀的开采与冶炼。

③ 能源类。

- 煤炭工业。包括煤炭的开采与分选、炼焦等。
- 石油工业。包括石油和天然气的开采。
- 电力工业。包括发电和供电。

④ 轻工类。

- 轻工业。包括造纸、盐业、制糖、钟表、缝纫机、自行车、饮料、酒、电冰箱、洗衣机、印刷、塑料制品、照相机、日用化学制品、日用陶瓷制品、灯泡、食品、文教体育制品、日用染品、工艺美术制品、皮革毛皮制品等的生产。
- 纺织工业。包括化学纤维纺织、棉纺织、毛纺织、麻纺织、绢纺、丝织、印染、缂丝等。
- 烟草工业。包括各种卷烟生产和烟叶复烤。

⑤ 化工类。

- 化学工业。包括化肥、酸、碱、电石、油漆、焦炭、轮胎等的生产。
- 石化工业。包括炼油、合成纤维、合成橡胶、有机化学原料的生产等。

⑥ 民生类。

- 建材工业。包括各种建筑材料(水泥、砖、耐火材料、石灰、地板等)、平板玻璃、玻璃纤维、石棉、石膏等的生产。
- 森林工业。包括木材的采运和木材的加工。
- 医药工业。包括各种中、西医药制造。
- 市政公用工业。包括城市自来水供应、煤气供应、供热等企业。

(3) 按规模划分

① 大型企业。标准为:资产总额 40 000 万元以上,年销售额 30 000 万元以上,从业人员 2 000 人以上。

② 中型企业。标准为:资产总额 4 000~40 000 万元,年销售额 3 000~30 000 万元,从业人员 300~2 000 人。

③ 小型企业。标准为:资产总额 4 000 万元以下,年销售额 3 000 万元以下,从业人员 300 人以下。

1.1.4 现代工业企业的内涵

1. 现代工业企业的特点

现代工业企业是现代市场经济社会中代表企业组织的最先进形式和未来发展主流趋

势的企业组织形式。所有者与经营者相分离、拥有现代技术和实施现代化的管理是现代企业的四个最显著的特点。

(1) 所有者与经营者相分离

随着公司制成为现代工业企业的重要组织形式,由于公司以特有方式吸引投资者,公司资本所有权出现多元化和分散化,同时也由于公司规模的大型化和管理的复杂化,那种传统的所有权和经营权集于一身的管理体制再也不能适应生产经营的需要了,因此出现了所有权与经营权相分离的现代管理体制和管理组织。

(2) 拥有现代技术

技术作为生产要素,在工业企业中起着越来越重要的作用。传统企业中生产要素的集合方式和现代企业中生产要素的集合方式可用如下关系式来概括:

传统企业生产要素 = 场地 + 劳动力 + 资本 + 技术

现代企业生产要素 = (场地 + 劳动力 + 资本) × 技术

在现代工业企业中,场地、劳动力和资本三个生产要素都要受到技术这个要素的影响和制约,主要表现在以下方面:

① 现代技术的采用,可以开发更多的可用资源,并可寻找替代资源来解决资源紧缺的问题。

② 具有较高技术水平和熟练程度的劳动者,以及使用较多高新技术的机器设备,可以使劳动生产率获得极大的提高。

因此,现代工业企业一般都拥有先进的机器设备和工艺装备,集中了大批专业技术人员和工程技术人员,实行精细的劳动分工和协作,组成复杂的、连续的生产经营活动。

(3) 实施现代化的管理

现代工业企业的生产社会化程度空前提高,需要更加细致的劳动分工、更加严密的劳动协作、更加严格的计划控制,形成严密的科学管理。现代企业必须实施现代化管理,以适应现代生产力发展的客观要求,创造最佳的经济效益。

(4) 企业规模呈扩张化趋势

现代工业企业的成长过程,就是企业规模不断扩大、不断扩张的过程。实现规模扩张的方式主要有以下三种:

① 垂直型或纵向型扩张,即收购或合并在生产或销售上有业务联系的企业。

② 水平型或横向型扩张,即收购或合并生产同一产品的其他企业。

③ 混合型扩张,即收购或合并业务上无大联系的企业。

随着企业规模的扩大,分权的事业部制的公司管理结构也开始出现了,并奠定了公司制的基本模式。

2. 现代工业企业的类型

现代工业企业是多种多样的,可以根据不同的标志对工业企业进行如下分类。

① 按照生产资料所有制的性质和形式划分为:国有企业、集体企业、私营企业、个体经济、“三资”企业、混合所有制企业等。

国有企业是指企业生产资料属于社会全体劳动人民所有,经济上相对独立的经济单位,过去又称为全民所有制企业。它是我国国民经济的主导力量。