



21世纪高职高专经济管理类规划教材

Qiye Guanli Jichu

企业 管理基础

魏勇军 陈支武 李菽林 主 编
孙耀吾 主 审

湖南大学出版社

21世纪高职高专经济管理类规划教材

企业 管理基础

魏勇军 陈支武 李菽林 主 编
胡泽耀 周栋梁 赵文启 王 魁 副主编
孙耀吾 主 审

湖南大学出版社

内 容 简 介

本书为高职高专经济、管理及相关专业基础教材。介绍了企业管理的基本知识、基本技能和基本方法。设有“案例导入”“综合案例”“管理小故事”“实训游戏”“现场实录”“自我评估练习”等,形式生动活泼,内容丰富有趣。适用于高职高专院校使用,也可对相关人士参考。

图书在版编目(CIP)数据

企业管理基础/魏勇军,陈支武,李菽林主编. —长沙:湖南大学出版社,2007.2

(21世纪高职高专经济管理类规划教材)

ISBN 978-7-81113-149-9

I. 企... II. ①魏... ②陈... ③李... III. 企业管理—高等学校: 技术学校—教材 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 023308 号

企业管理基础

Qiyè Guānlǐ Jīchū

主 编: 魏勇军 陈支武 李菽林

责任编辑: 王和君

责任校对: 祝世英

特约编辑: 欧阳旭清

责任印制: 陈 燕

封面设计: 张 毅

出版发行: 湖南大学出版社

社 址: 湖南·长沙·岳麓山 邮 编: 410082

电 话: 0731-8821691(发行部), 8821593(编辑室), 8821006(出版部)

传 真: 0731-8649312(发行部), 8822264(总编室)

电子邮箱: presswanghj@hnu.cn

网 址: <http://press.hnu.cn>

印 装: 长沙鸿发印务实业有限公司

开本: 730×960 16开

印张: 18.5

字数: 342千

版次: 2007年3月第1版

印次: 2007年3月第1次印刷

印数: 1~6 000册

书号: ISBN 978-7-81113-149-9/F·140

定价: 28.00元

版权所有,盗版必究

湖南大学版图书凡有印装差错,请与发行部联系

21 世纪高职高专经济管理类规划教材

编审委员会

(以姓氏笔画排序)

王庆国	长沙民政职业技术学院
刘意文	湖南现代物流职业技术学院
孙宝祥	湖南大众传媒学院
何英桥	湖南网络工程职业学院商学院
陈 杰	广州科技职业技术学院
陈 跃	湖南冶金职业技术学院
廖新媛	湖南女子大学
周栋良	长沙商贸旅游职业技术学院
易 能	湖南商务职业技术学院
赵文启	青岛职业技术学院
胡泽耀	常德职业技术学院
徐忠山	武汉职业技术学院
谈留芳	武汉船舶职业技术学院
阙伟贤	广州城建职业技术学院
谭 平	湖南机电职业技术学院
谭 谊	湖南信息职业技术学院
戴晓红	湖南科技职业学院

前言

近几年,高等职业教育发展势头迅猛,显示出了强大的生命力,主要原因之一在于高职教育培养目标的定位科学明确,即培养生产、服务、管理等一线岗位的高等技术应用型人才。而这一目标正适应了当前社会经济发展的迫切需要。在一线工作的高技能应用型人才不仅要具有实践操作等技术层面的职业能力,还应具备计划决策、合作协调、沟通交流以及心理调控等非技术性的职业素质。

为创新高职人才培养模式,探索职业岗位要求与专业教学有机结合的途径,根据高技能应用型人才培养的实际需要,打造一本体现基层管理岗位职业技能要求的优质教材,湖南大学出版社精心组织全国10多所高职院校教学和实践经验丰富的教师编写了这本《企业管理基础》。全书具有以下几个特点:

一是内容上强调基础。在内容的取舍上,根据高职学生就业岗位所需的管理技能和职业素养来选择教学内容,以企业管理基本职能为线索来组织写作思路,坚持针对性原则,精炼出企业管理的基本思想、基本原理和基本方法,介绍企业管理的基本知识、基本技能以及基本工具和软件的使用等,将企业管理中最基础的东西传递给学生。

二是方法上注重应用。教材力求表达简洁,概念明确,方法具体,基本技能可操作性强,让学生易于理解、掌握和实践。为此,我们在教材每章设有“案例导入”、“综合案例”,不同章节穿插“管理小故事”、“实训游戏”、“现场实录”、“自我评估练习”等,形式生动活泼,内容丰富有趣,以使本教材在学生的学习上和教师的教学上,既实用又好用。

三是体系上力求突破。目前,大多数院校在开设管理学课程上,要么讲授管理学原理,要么讲授企业管理实务,难免产生“真空地带”。因此,我们在编写教材时,把管理学中基本原理、基本思想融入到企业管理实务中去,把管理学的单列的几个基本职能,融合到企业管理的具体活动中,如企业的经营管

理、营销管理、生产管理等职能活动中都包含了计划、组织、领导、控制或创新，这样，既将管理学原理中的基本理论讲实，又把企业管理职能活动中的基本技能讲透。

由于编者水平有限，加上时间仓促，书中难免有疏漏和不足之处，恳请各位专家、读者批评指正。

编 者

2007 年 1 月

目 次

前言	1
第一章 企业与企业组织	1
第一节 企业概述	2
第二节 企业组织	15
第二章 管理与企业管理	32
第一节 管理概述	33
第二节 西方管理思想的演变	46
第三节 企业管理	57
第三章 企业战略管理	62
第一节 企业战略环境	63
第二节 企业战略的类型	70
第三节 企业战略决策	74
第四节 企业战略实施与评价	80
第四章 企业营销管理	93
第一节 市场营销概述	94
第二节 市场营销策略	101
第三节 市场营销新发展	110
第五章 企业生产管理	118
第一节 生产过程组织	119

第二节	生产计划	133
第三节	设备管理	148
第四节	物料管理	157
第六章	质量与质量管理	176
第一节	质量与质量管理概述	177
第二节	质量管理常用的分析方法	180
第三节	ISO9000 与质量认证	191
第七章	知识信息管理	199
第一节	知识与知识管理	199
第二节	信息管理	204
第三节	管理沟通	206
第八章	人力资源管理	215
第一节	人力资源管理概述	215
第二节	员工的招聘与培训	218
第三节	员工的激励	228
第四节	人员绩效考评	236
第九章	财务管理	246
第一节	财务管理概述	246
第二节	财务管理的基本概念	250
第三节	筹资与投资	255
第四节	财务控制	264
第五节	财务分析与评价	268
参考文献		283
后记		285

第一章 企业与企业组织

【学习目的和要求】

1. 了解企业的概念与发展历史
2. 了解企业的各种类型
3. 领会企业的社会责任
4. 理解企业组织文化的结构和功能
5. 掌握企业的组织结构类型及其特点
6. 理解企业组织结构的发展趋势

【案例导入】

腾飞的海尔与悲壮的中联

海尔，创立于1984年，当时还是一个亏空147万元、资不抵债、濒临倒闭的集体小厂，却在改革大潮之中不断崛起，发展壮大成为在国内外享有盛誉的跨国企业。

2002年，海尔跃居中国电子信息行业百强之首；2003年海尔实现全球营业额806亿元，跃居中国第一品牌；2004年，海尔成为中国唯一入选“世界最具影响力的100个品牌”、全球第二大白色家电品牌企业。

如今，在国内市场，海尔冰箱、冷柜、空调、洗衣机四大主导产品均拥有30%左右的市场份额。在海外市场，据全球权威消费市场调查与分析机构EUROMONITOR最新调查结果显示，海尔冰箱在全球冰箱品牌市场占有率排序中已跃居第一。

中联公司成立于1992年，是经国务院批准注册的国有大公司。注册资金6亿元人民币。

公司组建伊始，四处“招兵买马”，急速扩大规模。他们在全国各地迅速注册公司，短短一年时间之内，注册二级公司20多个，三级公司50多个，四

级公司更是遍布全国。由于盲目扩张，致使公司从1994年开始，资金周转困难，债台高筑，对下属公司的管理失控，陷入了全面危机。于是，国务院及主管部门下令该公司进行内部整顿，收缩战线，确定主导产业。但是病入膏肓的中联公司，已无力自救。1997年，国务院不得不派驻工作组，对该公司进行全面清理整顿。一个曾红极一时的国有大公司倒下了。

同样两个大企业，命运却各不相同！对比之余，我们对“企业”一词，思绪万千。

第一节 企业概述

一、企业的基本概念

企业是从事生产、流通或服务等活动，以产品或服务满足消费者需要并获取盈利，自主经营、自负盈亏、依法设立的经济实体。可以从以下几个方面理解：

(1) 企业以盈利作为其经济活动的主要目的。企业经营的主要目的就是获取盈利，以自身的盈利来保证企业的生存和发展。强调企业以盈利为主要目的，并不否认企业作为一个社会组织应当承担的责任和义务。相反，企业只有盈利，才能不断发展壮大，才能更好地承担起社会职责与义务。

(2) 企业以自己的产品和劳务服务于社会。企业和任何其他社会组织一样，是社会需要的产物。生产性企业为社会提供所需的商品，非生产性企业为社会提供所需的服务。尽管不同的企业提供的产品差异很大，但共同的特点是：企业以自己的产品和劳务服务于社会，使企业获得生存和发展的保证。

(3) 自主经营、自负盈亏是企业的基本特征。自主经营是指企业按客观规律和市场需求，对企业的生产经营活动依法自主决策。企业应当有明确的产权关系和健全的经营机制，能够根据自身的利益和内外条件进行自主经营。自负盈亏是指企业能独立承担自主经营而引起的全部经济责任，对自己的行为和经营后果负责。自主经营和自负盈亏体现了企业权利与义务的有机统一。

(4) 企业是依法设立的经济实体。企业是依法从事经济活动的组织，能够独立地享有民事权利和承担民事义务。企业作为法人必须具备以下条件：①具有符合国家规定数额的独立财产。这是企业法人作为民事主体的根本保证。②具有自己的名称、组织章程、经营机构和经营场所。企业名称是企业法人区别于其他法人的标志，组织章程与组织机构是企业法人正常运作所必需的职能机

构，经营场所是企业拥有自己独立业务和财产的象征。③能够独立承担民事责任。即以自己独立的财产承担责任。④必须经主管机关核准登记。只有核准登记的企业，才拥有法人资格，才能独立从事经营活动。

二、企业的产生与发展

企业是一个历史的概念，是社会生产力发展到一定水平的产物，是随着人类社会的进步、生产力的发展、科学技术水平的提高不断发展和进步的。企业的发展经过以下几个时期：

（一）手工业生产时期

16 世纪到 17 世纪，西方一些国家的封建制度向资本主义制度转变，资本主义原始积累加快，向海外殖民扩张，大规模剥夺农民土地，家庭手工业急剧瓦解，资本主义工场手工业出现。此时，工场手工业实际上已具有企业的雏形。

工场手工业有如下特点：

（1）工场手工业的规模扩大，到 17 世纪，美国有的工场雇佣几百名工人，成为大型工场。

（2）产业结构发生变化，在采矿、冶金、金属加工、制盐、造纸等行业，普遍建起工业工场。

（3）工场内部形成分工，一般按某一产品生产要求，分解为若干作业阶段。

（4）手工业工场开始采用机器，如 1736 年英国一家大型呢绒工场拥有 600 台织布机。

（二）工厂生产时期

随着资本主义制度的发展，西方各国相继进入工业革命时代，工场手工业逐步发展到建立工厂制度，作为真正意义上的企业产生了。

在工业革命中，一系列新技术的出现，大机器的普遍采用，特别是动力机器的使用，为工厂制度的建立奠定了基础。1717 年英国阿克莱特在克隆福特创立了第一家棉纱工厂，从此集中生产的工厂在英国迅速增加。到 19 世纪 30 年代，机器棉纺织代替手工棉纺织的过程在英国基本完成，工厂制度在英国普遍建立。德国在 18 世纪时手工业已有了初步的发展，19 世纪 30 年代至 40 年代，已建立工厂制度。19 世纪 50 年代至 60 年代，由于资产阶级革命完成，各国出现了工业化的高潮，工厂大工业迅速发展，工厂制度在采掘、煤炭、机器制造、运输、冶金等行业相继建立。工厂制度的建立使工场手工业发生质的

飞跃，它标志着企业的真正形成。

工厂生产时期有如下特征：

- (1) 工厂资本雄厚，小型生产者很难与之竞争。
- (2) 机器生产，节省人力，生产效率显著提高。
- (3) 形成了一批掌握生产技术和生产工艺的产业队伍。
- (4) 工厂内部分工深化，生产走向社会化。

(三) 企业生产时期

在资本主义经济发展中，工厂制度的建立，顺应了商品经济发展的潮流，促进了生产力的大发展。特别是 19 世纪末至 20 世纪初期，随着自由资本主义向垄断资本主义的过渡，工厂的发展十分迅猛，并产生了一系列变化，作为一个基本经济单位的企业最后确立和形成。

企业生产时期的主要特征是：

- (1) 生产规模空前扩大，产生了垄断企业组织，如托拉斯、辛迪加等。
- (2) 不断采用新技术、新设备，不断地进行技术革命，使生产技术有了迅速发展。

(3) 建立了一系列科学管理制度，并产生了一系列科学管理理论。1911 年美国工程师泰勒的代表作《科学管理原理》一书的出版，标志着企业从传统经验型管理阶段进入科学管理阶段。

(4) 随着管理权与所有权分离，企业形成了一支专门的工程技术队伍和管理队伍。

(5) 企业之间的竞争日益激烈，加速了企业之间的兼并，同时企业向国外发展，跨国公司开始出现，并且不断发展。

(四) 现代企业阶段

现代企业，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趋势的形式，具有四个显著特征：

(1) 所有者与经营者相分离。公司制是现代企业的重要组织形式，而且公司要以特有的方式吸引投资者，使得公司所有权出现了多元化和分散化；同时也因公司规模的大型化和管理的复杂化，那种所有权和经营权集于一身的传统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企业管理体制。

(2) 拥有现代技术。技术作为生产要素，在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

在现代企业中,场地、劳动力和资本都要受到技术的影响和制约,主要表现为采用现代技术,可以开发出更多的可用资源,并可寻找代替资源来解决资源紧缺的问题,具有较高技术水平和熟练程度的劳动者以及使用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,现代企业一般都拥有先进的现代技术。

(3) 实施现代化的管理。现代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需要,创造最佳的经济效益。

(4) 企业规模呈扩张化趋势。现代企业的成长过程,就是企业规模不断扩大、扩张的过程。实现规模扩张的方式主要有三种:一是垂直或纵向型扩张,即收购或合并在生产或销售上有业务联系的企业;二是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;三是混合型扩张,即收购或合并业务上彼此无联系的企业。

三、企业的法律形式

在市场经济条件下,企业是法律上和经济上独立的经济实体。它拥有一定的法律形式下自主经营和发展所必需的各种权利。因此,无论是新建企业,还是改制的老企业,都面临企业的法律形式选择问题。市场经济在其数百年的孕育和发展过程中,逐步形成了以下几种基本的企业类型:

(一) 个体企业

个体企业是由业主个人出资兴办,由业主自己直接经营的企业。业主个人享有企业的全部经营所得,同时对企业的债务负有完全责任,如果经营失败,出现资不抵债的情况,业主要用自己的家庭财产来抵偿。

个体企业一般规模较小,内部管理机构简单。其优点是:建业和歇业的程序比较简单易行,产权能够比较自由地转让,经营者与所有者合二为一,经营方式灵活,决策迅速,利润独享,保密性强。它的缺点是:多数个体企业本身财力有限,而且由于受到偿债能力的限制,取得贷款的能力较差,难于从事需要大量投资的大规模工商业活动。企业的生命力弱,如果业主无意经营或因健康状况不佳无力经营,企业的业务就要中断。

在市场经济体制下,这种企业形式数量庞大,占到企业总数的大多数,而且是最早的企业形式,但由于规模较小,发展能力有限,在整个经济中不占有

支配地位。个体企业通常存在于零售商业、“自由职业”、个体农业等领域，比较常见的有零售商店、私人诊所、个体餐馆、家庭农场等形式。

（二）合伙制企业

合伙制企业是由两个或两个以上的个人通过签订合伙协议联合经营的企业组织。

合伙制企业可以由其中的一位合伙人出面经营，也可以由若干合伙人共同承担。当企业出现经营失败，资不抵债时，每个合伙人都要以自己的家庭财产按照股份比例进行赔偿。

合伙制企业的优点是：第一，许多合伙人共同出资，筹集的资金量大为增加，能够从事一些资产规模需求较大的生产经营活动。第二，合伙人对企业的债务负有无限连带责任，全体合伙人对企业的盈亏都十分关心。

合伙制企业的缺点是：第一，尽管有很多合伙人共同出资，每个合伙人的资产毕竟有限，合伙人的规模也不能无限增多，因此合伙制企业的资产规模一般达不到社会大生产的要求，依然局限在规模较小的生产经营领域内。第二，合伙制企业是依照合伙人之间的协议建立起来的，合伙人与经营者没有分离，没有建立起财产委托关系，几乎所有的决策都要经全体合伙人一致同意，造成经营决策时效的延误。第三，合伙人中有一位死亡或者撤出，原来的合伙协议就要进行修改，甚至会影响到合伙制企业能否继续生存，因此合伙制企业的稳定程度有限。第四，合伙制企业实行无限连带责任，增大了投资者的风险。

合伙制企业的上述特点，决定了它一般适用于资产规模较小，管理不复杂，不需设专门管理机构等行业。此外，一些营业资金需要量较小，而工作业务涉及资金量较大，个人信誉非常重要的企业，如会计师事务所、律师事务所等往往采取合伙制企业。

（三）合作制企业

合作制企业既不同于合伙制企业，又不同于股份制公司，是一种劳动者自愿、自助、自治的经济组织。它是本企业或合作经济实体内的劳动者平等持股、合作经营、股本和劳动共同分红为特征的企业制度。

合作制企业与股份制企业相比的一个重要区别是合作制企业不允许外人入股。因为如果允许在企业的内外都发行股票或股权证，这种企业就不是合作制而是股份制了。

合作制企业的产权分属于企业职工或合作社社员所有。实行合作制企业的股本金是跟着劳动者走的，因此这些股本金具有劳动者自有资金的性质。所以合作制企业的税后利润，一部分应当用于企业内部的按劳分配，另外一部分则

应当按股本进行分红。可见合作制企业实现了两个结合：一是按劳分配与按股本金分配的结合；二是劳动者与所有者的结合。企业的职工既是劳动者，又是本企业生产资料的所有者。

合作制企业有利于调动企业职工的积极性，有利于增强企业的活力，降低企业成本，提高企业的经济效益。

（四）公司制企业

公司是由两个以上股东共同出资组成的能够独立地对自己经营的财产享有民事权利、承担民事义务的组织。它具有以盈利为目的、具备法人资格、必须依法成立等特点。

在公司制建立后的三百多年历史中，出现了各种类型的公司，如按公司责任关系划分有无限责任公司、有限责任公司、股份有限公司等。

1. 无限责任公司

无限责任公司是指由两个以上的股东所组成的，股东对公司的债务承担无限连带清偿责任的公司。所谓无限连带清偿责任是指股东不论出资多少，对公司债权人以全部个人财产承担清偿全部债务的责任。

无限责任公司一般在公司章程上没有特殊规定，每个股东都有权利和义务处理公司的业务，对外都有代表公司的权利。公司的自有资本来自于股东的投资和公司的盈利。公司的盈余分配一般分为两个部分：一部分是按股东的投资额，以资本的利息形式分配；另一部分则按合伙的平分原则处理。

无限责任公司是否具有独立的法人地位，在各个国家公司法中规定不一。如德国的法律中规定所有的人和公司都不是法人，因此国家不是对公司征税，而是对股东个人征收个人所得税。尽管利润并没有实际分配到各个股东，而是留在公司的账上，但这些利润仍然被看作股东的收入。

对股东而言，无限责任公司的风险是很大的，因为他们承担的是无限连带责任。与这种高风险相对应的是可能得到高额利润。由于在无限责任公司中股东所负的责任太大，筹资能力有限，在国内外都没有得到大的发展。

2. 有限责任公司

有限责任公司又称有限公司，在英、美等国家称为封闭公司或私人公司。有限责任公司是指由两个以上股东共同出资，每个股东以其认缴的出资额对公司行为承担有限责任，公司以其全部资产对其债务承担责任的企业法人。它具有以下特点：

有限责任公司是一个资合公司，但同时具有较强的人合因素。有限责任公司的股东人数不多，一般相互认识，并具有一定程度的信任感，相互之间的合作建立在信任的基础上。我国《公司法》规定有限责任公司的股东人数在2人

至 50 人之间。

有限责任公司的资本不需要划分为等额股份。股东以各自的出资额比例为限承担有限责任，利润分配时也按照各股东的出资额比例分配。

有限责任公司设立的程序相对简单。第一，设立手续简单。如我国《公司法》对有限责任公司基本上采取登记制度，法律、行政法规规定需要经过有关部门审批的特定行业或经营范围应当报批。第二，设立成本比较低。避免了公司在举办初期较困难时雪上加霜。第三，对有限责任公司的最低注册资本额的要求比较低。如我国《公司法》规定：以生产经营为主的公司注册资本的最低限额为人民币 50 万元；以商品批发为主的公司注册资本的最低限额也为人民币 50 万元；以商业零售为主的公司注册资本的最低限额为人民币 30 万元；以科技、开发、咨询、服务性为主的公司注册资本的最低限额为人民币 10 万元。

有限责任公司的组织结构设置比较灵活。从国际上举办公司的实践看，有限责任公司多数是生产经营规模较小的企业，因此组织机构的设置比较灵活。我国《公司法》规定，有限责任公司一般应设股东会、董事会和监事会，并由董事会聘任总经理主持公司的日常业务活动。但股东人数较少和企业规模较小的，可以不设董事会，而设一名执行董事。执行董事可以兼任公司的经理。同样，股东人数较少和企业规模较小的，可以不设监事会，而设一名至两名监事。

有限责任公司的股权转让受到限制。因为有限责任公司具有一定的人合因素，其股权一般只能在股东之间相互转让，不能像股份有限公司那样股票可以自由流通。我国《公司法》对有限责任公司关于股权转让有明确规定。

3. 股份有限公司

股份有限公司又称股份公司，在英、美又称公开公司或公众公司。股份有限公司是指由一定人数以上的发起人设立的，全部注册资本由等额股份构成的，并通过发行股票或股权证筹集资本，股东以其认购的股份为限对公司的债务承担有限责任并享有相应的权利的企业所有制形式。

四、企业的社会责任

企业作为一个经济实体，不仅是经济活动中的经营主体，在社会活动中同样扮演着重要的角色。其“经济人”的角色决定了它必须追求利润，实现企业价值最大化。但是，企业效益不等于社会效益，局部利益不等于全局利益。而企业的生生死死，发展壮大或被淘汰出局，都要由社会来承接。更主要的是，企业是社会的细胞，离开社会资源，企业的发展就成了无源之水、无本之木，没有一个好的环境，企业也难以生存。因此，企业与社会是共荣的关系。这就

需要企业主动承担相应的社会责任，企业所扮演的角色既是一个“经济人”，同时也是“社会人”。

此外，企业的社会责任意识也关系到整个社会经济运行成本的高低。试想，如果公交企业只愿意在最好的时段、最好的地段开设公交线路，那整个城市的交通非瘫痪不可；如果邮政企业只愿意干最挣钱的城市快递，那些寄到边远山区的信件、包裹可能就无人理会了；如果石油企业只愿意为奔驰汽车供应高档汽油，而对为广大农民供应平价柴油毫无兴趣，那么社会将会变成怎样？这么说下去，还会有很多的如果，由此我们可以清晰地看到一些企业承担必要的社会责任，可能会影响到自身的盈利，但它的服务却降低了整个社会的经济运行成本，服务了人民大众。从这一点上来说，它的社会效益又是非常巨大的。

1. 企业社会责任的概念

企业社会责任（Corporate Social Responsibility，简称 CSR）的正式定义虽经国内、外论坛多次讨论，仍莫衷一是。目前国际上普遍认同的 CSR 理念是：企业在创造利润、对股东利益负责的同时，还要承担对员工、对社会和环境的社会责任，包括遵守商业道德、生产安全、职业健康、保护劳动者的合法权益、节约资源等。

世界银行对企业社会责任（CSR）的定义是：企业与关键利益相关者的关系、价值观、遵纪守法以及尊重人、社区和环境有关的政策和实践的集合。它是企业为改善利益相关者的生活质量而贡献于可持续发展的一种承诺。

2. 企业社会责任发展历程

随着经济和社会的进步，企业不仅要盈利负责，而且要对环境负责，并承担相应的社会责任，企业社会责任的发展经历了以下几个阶段：

20 世纪 50 年代～70 年代：盈利至上。

1950～1973 年，西方国家经济持续稳定增长，年平均增长率达 4.9%，远远超过 1870～1913 年的 2.6% 的增长率，开创了被称之为资本主义发展史上的“第二次黄金时代”。

1970 年 9 月 13 日，诺贝尔奖得主、经济学家米尔顿·弗里德曼在《纽约时报》刊登题为《商业的社会责任是增加利润》的文章，指出“企业的一项、也是唯一的社会责任是在比赛规则范围内增加利润。”

20 世纪 80 年代～90 年代：关注环境。

20 世纪 80 年代，企业社会责任运动开始在欧美发达国家逐渐兴起，它包括环保、劳工和人权等方面的内容，由此导致消费者的关注点由单一关心产品质量，转向关心产品质量、环境、职业健康和劳动保障等多个方面。一些涉及