

Secretary

教育部高职高专文秘类专业教学指导委员会
“十二五”规划教材

秘书职业基础、职业技术与技能训练系列

企业管理 基础

主 编 余允球

副主编 季 宏 武 辉
张军立 王代梅



重庆大学出版社
<http://www.cqup.com.cn>

教育部高职高专文秘类专业教学指导委员会
“十二五”规划教材

秘书职业基础、职业技术与技能训练系列

企业管理基础

主 编 余允球

参 编 季 宏 武 辉 张军立 王代梅

重庆大学出版社

内容提要

本书是高职文秘类专业规划教材,编写中充分考虑到文秘专业的特点,吸收和借鉴了西方较为成熟的管理经验,注意做到理实结合,深入浅出,通俗易懂,为文书写作、材料总结、企业诊断等做好理论准备和方法准备,具有较强的理论性和实用性。全书较为系统地简述了现代企业管理的基本理论、原则和方法,包括:企业概述、企业管理概论、组织管理、文化建设、战略管理、研究与开发、生产与企业管理、物流管理、质量管理、设备管理、财务管理、危机管理等。

本书可作为非管理类高职专业的通用教材,也可作为成人教育及企业管理人员的培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

企业管理基础/余允球主编. —重庆:重庆大学出版社,2010.9

教育部高职高专文秘类专业教学指导委员会“十二五”规划教材

ISBN 978-7-5624-5411-3

I. ①企… II. ①余… III. ①企业管理—高等学校: 技术学校—教材 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 081599 号

教育部高职高专文秘类专业教学指导委员会“十二五”规划教材

企业管理基础

主 编 余允球

策划编辑:贾 曼 邱 慧

责任编辑:文 鹏 涂 琳 版式设计:贾 曼

责任校对:夏 宇 责任印制:赵 晟

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝正街 174 号重庆大学(A 区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fsk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

自贡新华印刷厂印刷

*

开本:787×1092 1/16 印张:18.75 字数:388千

2010年9月第1版 2010年9月第1次印刷

印数:1-3000

ISBN 978-7-5624-5411-3 定价:32.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究

总主编 孙汝建

编审委员会成员

孙汝建	严 冰	郭 冬	曹千里	王金星
陈江平	杨群欢	时志明	王箕裘	李 丽
张玲莉	韦茂繁	程 陵		

编写委员会成员(以拼音字母为序)

陈丛耘	陈江平	陈 雅	冯俊伶	顾卫兵
韩玉芬	侯典牧	胡晋梅	金常德	贾 铎
焦名海	李锦昌	李强华	梁志刚	刘秀敏
卢如华	楼淑君	骆光林	丘 进	孙汝建
石高来	时志明	史振洪	施 新	宋桂友
王金星	王 茜	王瑞成	王 勇	吴良勤
肖云林	徐乐军	俞步松	杨 梅	杨群欢
余红平	余允球	向 阳	徐 静	张小慰
赵志强	钟小安	朱利萍	周爱荣	周建平

参编学校 (以拼音字母为序)

长沙民政职业技术学院

长江职业学校

福建泉州黎明职业大学

广东农工商职业技术学院

湖州职业技术学院

湖南商务职业技术学院

河北科技师范学院

河北政法职业学院

黄河水利职业技术学院

湖南大众传媒职业技术学院

华侨大学

黑龙江工商职业技术学院

嘉兴职业技术学院

荆州职业技术学院

金陵科技学院

金华职业技术学院

丽水职业技术学院

辽宁装备制造职业技术学院

连云港高等专科学校

南通大学

南通职业大学

南通农业职业技术学院

宁波城市职业技术学院

深圳信息职业技术学院

苏州职业大学

石家庄铁路职业技术学校

山西大学

四川职业技术学院

四川文化产业职业学院

绍兴文理学院

上海工会管理职业学院

山东文化产业学院

太原大学

唐山师范学院

西安航空旅游学院

扬州大学

扬州职业大学

英国密德萨斯大学

浙江经济职业技术学院

浙江商业职业技术学院

浙江金融职业学院

浙江东方学院

浙江经贸职业技术学院

钟山职业技术学院

中华女子学院

郑州牧业工程高等专科学校

总序

2006年1月,教育部下发了《教育部关于成立2006—2010年教育部高等学校有关科类教学指导委员会的通知》(高教函[2005]25号),经过调整,教育部高职高专文秘类专业教学指导委员会(以下简称“教指委”)由下列人员组成:孙汝建(主任委员)、严冰(副主任委员)、郭冬、时志明、曹千里、王金星、杨群欢、王箕裘、韦茂繁、陈江平、李丽、张玲莉。

“教指委”成立以来,始终把教材建设作为重要工作来抓。设立了专业建设分委员会、师资培训分委员会、实训基地建设分委员会。由主任委员兼任专业建设组组长、专业建设分委员会主任,具体负责包括教材建设在内的文秘专业建设研究和指导工作。委员会先后召开了五次委员会会议;举办了三期全国文秘专业骨干教师培训班;建立了全国高职高专文秘专家库并开展研讨活动;承担教育部课题“文秘专业规范研制”的研究;在全国高职高专遴选和建设了三批教指委精品课程;设立了三批文秘专业研究课题;举办了两届全国高校文秘技能大赛;对全国六百多所高校的文秘专业进行了问卷调查;等等。“教指委”始终把教材的研究与开发作为主线贯穿在这些活动中,并多次组织专题研讨,在认真调查研究、反复论证的基础上,组织编写了教育部高职高专文秘类专业教学指导委员会“十二五”规划教材36种,由主任委员任总主编。经过网上公开招标、委员投票,该套教材由国家一级出版社重庆大学出版社出版。

2009年8月24—27日,由“教指委”主办、重庆大学出版社承办的本系列教材主编会在重庆召开。会议期间,主编们就高职高专文秘专业课程设置、教学目标以及本系列教材编写指导思想、编写原则、体例和编写队伍组成原则等问题进行了认真而热烈的讨论,达成了以下共识:1. 根据我国高职高专文秘专业各方向的培养目标、专业建设、课程建设的发展规律与趋势以及国家秘书职业资格证书的考证要求、用人单位对文秘人才的需求,构建编写大纲、选择编写内容、设置编写栏目。2. 教材编写以文秘专业学生应具备的基本素质、基础知识、基本职业能力、核心职业能力为依据。3. 教材使用对象以高职高专学生为主体,兼顾文秘培训和秘书行业的社会需求。4. 教材内容以“够用为度,适用为则,实用为标”为原则,给课堂教学留有发挥空间,突出主要知识点,实训举一反三,紧扣文秘岗位实际,表达准确流畅。5. 教材由秘书职业基础、职业技术与技能训练和文化素质

课程(高职高专各专业通用)两大版块组成。6.教材资料尽量使用2007年以后的新成果,保证教材内容的前沿性。7.教材采用立体开发的方式出版,除了纸质教材外,还包括教学资源网站和教学资源包。

会后,本系列教材主编积极组织力量,遴选副主编和参编者,以每本教材为单位,分别组织研讨和开展教材编写工作。

经过长期运作,本系列教材36本终于面世。其中:

(一)秘书职业基础、职业技术与技能训练系列23种

秘书理论与实务	秘书写作实务
涉外商务文书	文案阅读与评析
档案管理实务	社会调查实务
办公室事务处理	秘书信息工作实务
会议策划与组织	中国秘书简史
商务秘书实务	秘书岗位综合实训
秘书职业概论	秘书思维训练
领导科学与领导艺术	毕业设计(论文)写作指导
人力资源管理理论与实务	企业管理基础
秘书语文基础	市场营销理论与实务
办公自动化教程	公共关系实务
秘书心理与行为	

(二)文化素质教育系列13种

规范汉字与书法艺术	普通话训练
口语交际与人际沟通	新闻写作
社交礼仪	商务写作实训
实用美学	形体塑造与艺术修养
文化产业基础	中外文化概论
地域与旅游文化	文学艺术鉴赏
法律文书写作	

本套教材由“教指委”确定教材目录、提出编写意图、组织编写队伍、审定编写大纲、并对编写出版过程进行了全程管理、指导与监控;系列教材全体主编有丰富的教学经验和科研成果;出版社有较高的资质和声誉。全体编写者都怀有一个共同的愿望:在教指委指导下,编写出一套能全面反映文秘专业最新教学科研成果、代表文秘专业建设方向、能在较长时间内指导全国高职高专文秘专业教学的精品教材。

重庆大学出版社从领导到项目负责人,对教材的组织编写到出版一直给予高度重视和大力支持,特别是邱慧主任、贾曼老师几年来为教材辛苦奔走,精心策划、辛勤付出,其敬业精神令我们感动,我代表“教指委”及教材全体编写人员向他们深表敬意和谢意!

任何成果都是阶段性的,本套教材也不例外。但是,探索是无止境的,在教材的使用过程中,我们会发现修改的空间,在适当的时候,我们还可以对教材做适当的修订,使之日臻完善。

教育部高等学校高职高专文秘类专业教学指导委员会

华侨大学华文学院院长、教授

孙汝建

2010年6月16日于厦门

前言

根据我国高职高专文秘专业的培养目标、专业建设、课程建设的发展规律与趋势,国家职业岗位技术(秘书职业资格证书)的要求,用人单位对文秘人才的需求,2009年4月教育部高职高专文秘专业教学指导委员会,按照工学结合、理论够用、突出实训的原则,组织编写了教育部高职高专文秘专业教学指导委员会文秘专业“十二五”规划教材。

本教材设计根据企业文秘岗位知识与能力需要,以文秘专业学生应具备的基本素质、基础知识、基本职业能力、核心职业能力为依据,以高职高专学生为主体,兼顾文秘培训,以案例引出知识点,以“够用为度,适用为则,实用为标”,突出主要知识点,紧扣文秘岗位实际,语言表达准确流畅。

本教材的主体部分按照“传统的”企业管理内容分为十二个单元,包括了绝大部分企业管理课程所涵盖的内容,它们分别是:企业概述、企业管理概论、组织管理、文化建设、战略管理、研究与开发、生产与作业管理、物流管理、质量管理、设备管理、财务管理、危机管理等(营销管理、人力资源开发与管理等方面的内容也很重要,但在系列教材中已经单独编写,故本教材不再涉及)。这些内容阐述了企业管理领域的概况,并为企业文秘材料写作、企业诊断提供了理论准备与技能锻炼。考虑到教学与培训的不同需求,教师可以自行设计教学框架,有倾向地选择自己的教学内容。我们希望你们——包括教师和学生——能够通过这些内容的学习获得尽可能多的价值和乐趣。

本教材编写分工如下:嘉兴职业技术学院余允球副教授,第一,二,七,九单元;嘉兴职业技术学院季宏副教授,第三,四,六,八单元;河北政法职业学院武辉副教授,第十二单元;河北政法职业学院讲师张军立,第十一单元;广东农工商职业技术学院王代梅老师,第五,十单元。全书最后由余允球修改、定稿。

本教材在编写过程中,得到了教育部高职高专文秘教指委、重庆大学出版社的大力支持与帮助,在此深表感谢!编写过程中我

我们还参考了许多国内外的教材和其他书籍,访问了许多网站,借鉴和吸收了许多他人的研究成果,由于篇幅有限,不能在参考文献中全部列出,在此一并致谢!

由于编者水平及掌握的资料有限,加之时间仓促,不妥之处在所难免,敬请同行专家及广大读者指正。

编 者

2010 年 4 月



第一单元 企业概述

- 2 第一节 企业及其类型
- 6 第二节 现代企业制度
- 12 第三节 企业集团

第二单元 企业管理概论

- 19 第一节 企业管理的演进与变革
- 28 第二节 企业管理的职能与方法
- 31 第三节 企业管理基础工作
- 41 第四节 企业管理的现代化

第三单元 企业组织管理

- 46 第一节 企业的概念
- 48 第二节 企业组织结构的形式
- 53 第三节 企业组织的设计
- 67 第四节 组织沟通
- 75 第五节 企业组织的发展趋势

第四单元 企业文化建设

- 84 第一节 企业文化概述
- 87 第二节 企业形象识别系统(CIS)
- 90 第三节 企业文化建设与创新

第五单元 企业战略管理

- 100 第一节 企业战略环境分析
- 105 第二节 企业战略管理的内容
- 108 第三节 企业战略的制定与实施
- 111 第四节 企业跨国经营战略

第六单元 企业研究与开发

- 116 第一节 企业研究与开发概述
- 123 第二节 新产品开发管理
- 129 第三节 价值工程理论
- 132 第四节 知识产权保护

第七单元 企业生产与作业管理

- 142 第一节 生产与作业管理概述
- 145 第二节 生产与作业流程的设计与选择
- 149 第三节 生产/服务设施选址与布置
- 152 第四节 生产与作业计划及控制
- 159 第五节 网络计划技术及其优化

第八单元 企业物流管理

- 165 第一节 物流与物流管理的基本概念
- 168 第二节 物料采购与运输管理
- 175 第三节 物料仓储与配送管理
- 179 第四节 企业物流管理模式与技术

第九单元 企业质量管理

- 190 第一节 质量及质量管理
- 193 第二节 质量管理体系与标准
- 198 第三节 质量成本控制
- 201 第四节 全面质量管理
- 206 第五节 常用的质量管理方法
- 214 第六节 服务质量

第十单元 企业设备管理

- 222 第一节 企业设备管理概述
- 227 第二节 企业设备的选择与使用
- 231 第三节 企业设备的维护与修理
- 234 第四节 企业设备的更新与改造

第十一单元 企业财务管理

- 240 第一节 财务管理概述
- 246 第二节 筹资和投资管理
- 253 第三节 成本与费用管理
- 256 第四节 利润管理
- 260 第五节 财务分析

第十二单元 企业危机管理

- 270 第一节 企业危机的内涵及分类
- 272 第二节 企业危机管理的预防
- 275 第三节 企业危机管理的内部预控
- 278 第四节 企业危机事件的公关处理

参考文献

第一单元

企业概述

【知识目标】

了解企业的市场主体地位,理解企业的涵义与责任,理解现代企业制度的涵义与特征,熟悉企业的分类与特征,熟悉现代企业制度的建立途径,理解企业集团的涵义与特征。

【能力目标】

能根据不同标准对企业进行分类,能适宜地选择现代企业制度的建立途径,会区分不同类型的企业集团。

【案例导入】

“娃哈哈”创业三年便产值过亿

2000年,亚洲和世界经济正慢慢地从亚洲金融危机中走出,需求明显回升。中国的经济也走出了低谷,在慢慢的上升中,那时候大众讨论的热点是经济会以何种形式走出困境。正如2009年大家讨论经济的回升是W型或者V型一样。也是2000年,科网股迎来了冬天,大公司裁员,小公司倒闭,网络公司处在煎熬中。

饮料企业娃哈哈集团在2000年完成了改制,2000年以前,娃哈哈是一家100%国有的企业,在2000年,宗庆后和员工从政府手中买回了娃哈哈集团55%的股份,娃哈哈实现“全员持股”。其中,董事长宗庆后占股30%,高级管理层占5%,员工占20%。46%的股份由杭州市上城区国有资产管理有限公司拥有。

2000年,宗庆后终于实现了梦想,拥有了娃哈哈30%的股份。这距他创立娃哈哈已经13个年头了。

3年完成了原始积累

1987年,宗庆后承包校办企业经销部,靠着14万元借款,代销汽水、棒冰及文具纸张,开始了创业历程,此时的经销部员工除了宗庆后只有退休老师。不过创业竟然异常的顺利,第二年,经销部开始为别人加工营养液。第三年,宗庆后推出了自己的娃哈哈儿童营养口服液,靠“喝了娃哈哈,吃饭就是香”的广告,产品一炮打响,走红全国。1990年,创业只有三年的娃哈哈产值已突破亿元大关,完成了初步原始积累。

1991年,大胆的宗庆后以100员工的公司兼并了有2000多名员工的杭州罐头食品厂,组建成立了杭州娃哈哈集团公司。宗庆后终于有了更大的舞台,兼并为他带来了设

备、厂房、员工,从此娃哈哈逐步开始步入规模经营之路。

非常可乐 农村包围城市

1998年,娃哈哈经过十多年的历练,感到自己羽翼已丰,已具备了与世界大品牌进行竞争的条件,经过两年多的精心研制,推出“中国人自己的可乐——娃哈哈非常可乐”,在饮料界主动扛起了向国际大品牌挑战的民族工业大旗。自1998年5月投产以来,非常可乐异军突起,现年产销量已超60万吨,与可口可乐、百事可乐形成三足鼎立之势,打破了可口可乐不可战胜的神话,鼓舞了广大民族品牌参与国际竞争的勇气和信心。

多元化发展

娃哈哈从1998年开始便成为了中国饮料生产企业的老大。之后,娃哈哈被盛传将进行多元化,这多元化第一步出乎众人意料,是童装。娃哈哈在2002年进入童装行业后,生意发展得如火如荼,到现在已经建立了700多家专卖店。

娃哈哈在“资本游戏”仍然个性独特,在大家一窝蜂地涌向证券市场时,宗庆后无动于衷,现在也还没有太多这样的想法。

根据中国饮料工业协会2009年发布的饮料行业10强数据,2008年“娃哈哈”的产量占了10强总量的55.57%、销售占了65.84%、利税占了73.16%,均超过其余9强的总和。“娃哈哈”已经连续十年成为中国饮料行业“王者”。

(摘自:网易财经)

第一节 企业及其类型

一、企业的概念

学习企业管理,首先必须明确其载体——企业。企业是历史的概念,它是生产力发展到一定历史阶段的产物,并随着商品生产的发展而发展。从一般意义上考察,在现代化大生产条件下,所谓企业,是指从事生产、流通、服务等经济活动,以生产或服务满足社会需要;并获取盈利,实行自主经营、独立核算、自负盈亏,依法设立的具有法人资格的社会基本经济组织。这个概念,具体包含以下几个要点:

(一) 规定了企业经济活动的目的

企业作为社会的基本经济组织,其目的就是要不断创造经济效益。而这一目的又具体体现在两个方面:一是为社会——满足社会需要;二是为自己——获取盈利。

(二) 规定了企业经济活动的方式

企业为了一定的经济目的而从事经济活动,是通过自主经营、独立核算的方式进行的。在市场经济条件下机会与风险同时存在,企业经济活动的目的之一是获利,但同时必须自担风险,对自己的行为进行自我约束。这表明企业是社会中的一种特殊组织,即企业是社会的经济实体。

(三) 规定了企业的活动内容与性质

企业所从事的活动是一种经济活动,并主要表现在生产和流通两个领域。这一点,从一开始就把企业与社会行政、事业等其他基本组织或单位区分开。

(四) 规定了企业的法律地位

企业是具有一定权利和义务的法人。企业必须依据法律和按法定程序成立;必须有自己的财产;必须有明确的组织机构、名称和场所;必须能够独立地承担民事、经济责任。企业的法人地位,是企业实现自主经营、独立核算的法律保证。

二、企业在市场经济中的地位

市场是由商品、商品交易者和交易场所构成的。商品作为市场交易的对象又称为市场客体,商品交易者称为市场主体。市场上的商品一般分为生产资料和消费资料两大类。生产资料商品交易的双方,即生产资料的供应者和消费者几乎都是企业,消费资料商品交易的供应一方也几乎都是企业,可见,企业是重要的市场主体。

作为市场主体的企业,需要具备以下几个条件:

(一) 经济上具有独立性

企业经济上独立性的先决条件是具有法人财产权。企业法人财产权是企业对法人财产依法拥有的独立支配的权利,也就是说企业能够独立自主地作出决策,并对决策的风险和结果独立地承担责任。

(二) 在法律上是独立的实体

企业是依法成立的经济组织,作为法人,企业在法律上是独立的实体,它不是其他组织的附属物,它可以独立地与其他社会组织、企业和个人发生民事法律关系,并独立承担民事责任。

三、企业的责任

明确的企业责任,是企业行为规范化的前提。这里讲的企业责任,是指企业对与其有利害关系的社会组织和个人的责任。具体地说,企业要对以下社会组织和个人承担责任。

(一) 企业所有者

企业对所有者承担的责任是保护其投资并使之增值。在股份制下,投资者一旦把资金投入企业,就不得退出,只有这样,才能保证企业稳定地开展经营活动。与此同时,企业必须对投资者也就是所有者承担一定的责任。如果投资者的投资没有保障,他们是不会向企业投资的。总之,企业对所有者承担的是对其投入企业的资产保值、增值的责任。

(二) 债权人

债权人是指向企业借出资金的人或组织。有些债权人是向企业提供实物,如材料、燃料等,另一些债权人则是借钱给企业。企业对债权人的责任是到期偿还债务,并向债权人支付占用其资金的利息。

(三) 顾客

企业的服务对象是顾客,在市场经济条件下,企业有无顾客,顾客数量的多少,决定着企业的生存和发展。因此,企业对顾客必须竭力负责,树立“顾客第一”的经营思想。企业对顾客的责任,就是提供令顾客满意的商品或服务,并不断满足顾客日益变化的需求。

(四) 职工

职工与企业的根本利益是一致的,但这种一致是有差异的,如果这种差异处理不好,职工与企业利益的一致性就会受到影响。因此,企业对职工应有一定的责任。企业对职工的责任主要有:提供稳定的职业保证;提供良好的工作条件;提供满意的工资和福利;满足职工心理和社会方面的需要。

(五) 社会

企业是社会的组成部分。只有社会各个构成部分相互提供服务,关系协调,社会才能健康地发展。而社会健康发展是企业生存和发展的必要条件,为此,企业也必须对社会承担一定的责任。企业对社会承担的责任有:提供公平的就业机会;合理利用资源;保护生态环境;积极促进社会的精神文明建设;积极参加社会的各种文化、公益事业。

(六) 政府

企业对政府承担的主要责任有:依法经营,依法纳税,遵守国家的有关法律、法规及方针、政策;接收和服从政府的宏观经济调控。

四、企业的类型

现代经济生活十分复杂,企业存在于国民经济各行各业之中,根据不同的标志,可以把企业划分为不同的类型。

(1)按不同生产要素所占的比重可以将企业划分为劳动密集型企业、技术密集型企业 and 知识密集型企业。劳动密集型企业是指技术装备程度较低,用人较多,产品成本中劳动消耗所占比重较大的企业。技术密集型企业又称资金密集型企业,是指所需投资较多,技术装备程度较高,用人较少的企业。知识密集型企业是指拥有较多中、高级科技专家,综合运用先进科学技术成果的企业。

(2)按企业的组织形式的不同可以将企业划分为单厂企业、多厂企业和企业集团。单厂企业是由在生产技术上有密切联系的若干生产部门所组成。企业实行统一经营、统一核算。多厂企业是由两个以上的工厂组成的企业,它是按照专业化、联合化及经济合理化的原则,将相互间有依赖关系的若干分散的工厂组织起来,实行统一经营管理的经济组织。多厂企业的主要形式为总公司下设若干分厂或分公司。企业集团是指以一个或若干个实力雄厚的大企业为核心,以资本、产品、技术、契约等多种要素为纽带,把多个企业单位联结在一起而形成的具有多层次结构的经济联合体。它由核心层、紧密层、半紧密层、松散层等多层企业构成。

(3)按企业规模的不同可以将企业分为特大型企业、大型企业、中型企业和小型企业。衡量企业规模的主要指标包括企业的生产能力、机器设备的数量或装机容量、固定资产原

值和职工人数四个方面。划分企业规模的具体数值和内容重点,随着科学技术水平和生产社会化程度的不断提高以及行业的不同而有所变化。

(4)按法律形式的不同可以将企业分为自然人企业和法人企业。自然人企业是指具有民事权利能力和民事行为能力的公民依法投资建立的企业。企业财产属于出资者私人财产的一部分,民事主体是自然人,而不是企业。单个业主制企业和合伙制企业是典型的自然人企业。法人企业是指具有法人资格的企业。法人企业的典型形式是公司制企业,包括有限责任公司和股份有限公司。

此外,按照生产资料所有制的性质和形式的不同可以将企业分为国有企业、集体企业、私营企业、个体企业和“三资”企业等;根据所属的经济部门,企业可划为工业企业、农业企业、建筑企业、交通企业、商业企业、物资能源企业、邮电通信企业、旅游服务企业、信息咨询企业和服务企业等;根据规模,企业可划分为大型企业、中型企业和小型企业;根据产品的经济性质,企业可划分为生产资料企业和消费资料企业;等等。

五、企业的特征

(1)企业是一个契约性组织。

(2)企业是一个市场性组织。随着企业越来越市场化,过去,企业作为契约性组织由上级负责;现在,企业是市场性组织,人对市场负责,市场化程度的高低决定了企业盈利能力的高低。

(3)企业是学习型组织。过去认为企业是制造产品的,现在看来,企业是制造思想的。企业内部有两条价值链,一是意识形态价值链,由信息和知识到能力,再到思想。二是物质形态价值链。

(4)企业是一个家教性的组织。把企业文化称为一种资本,企业也就被称为一种经营方式。企业强调文化,越来越成为一宗教性组织,必须在核心理念价值观上统一。

(5)企业是一个虚拟的组织。现在大家都讲虚拟生产,虚拟营销,虚拟运输,虚拟分配,一切都虚拟化,越空的企业越厉害。

(6)企业是一个无边界的组织,过去认为企业是有边界的,后来发展了,企业成为无边界的,再后来,企业既有边界又无边界,边界模糊,一切都模糊化。现在看来,一个企业边界,按照边际成本乘以边际收益来看,许多企业边际成本小于边际收益,或者边际成本为零。边际收益不变,那么边际成本、边际收益递增的规律发挥主导作用,即边界可以无限大,这对于企业的运作意义是很大的。

(7)企业是一个系统性的组织。现在的企业分成两条线:一条线是产品和服务,第二条线是使企业具有持续竞争力的保障系统。一般讲,国外成功的大企业都是系统化运作,讲究系统性。

(8)企业是网络化组织。价值链组织对于一个企业来说还不够,他不一定形成一个圈环。成为网络组织,使企业成为链主,企业和网主企业就要对价值链的运作整合,这样企业就可以成为一个联合体。对于中国企业来讲,该融入这个网络,融入更大的价值网络、