

全国普通医药中专教材
全国普通医药中专教材建设委员会 组织编写

医药商品 经营管理学

YiYao ShangPin JingYing GuanLi Xue

主编 张广碧 主审 雷钦礼

中国医药科技出版社

全国普通医药中专教材

医药商品经营管理学

全国普通医药中专教材建设委员会 组织编写

主 编 张广碧 (山西省中药材学校)

主 审 雷钦礼 (山西财经大学)

参编人员 (按姓氏笔画排序)

方如学 (安徽省医药学校)

尹光明 (江西省医药学校)

杨武娟 (四川省医药学校)

中国医药科技出版社

内 容 提 要

本书是全国普通医药中专教材。它以现代企业管理理论为指导,以中国医药商品经营管理实践为基本依据,首先阐述了医药商品经营企业在经营管理活动过程中的企业经营管理原理、方法、职能和领导艺术,继而系统论述了经营环境;经营信息;经营机会与风险;市场调查、预测与决策;经营广告;质量管理;财务管理与收益分析,企业诊断以及商品购、销、存等问题。全书内容较新颖全面,有一定的实用性,不仅是全国医药类中等专业学校有关专业使用的教材,也可供医药类大专、技校、职校、培训班作为参考教材使用。

图书在版编目(CIP)数据

医药商品经营管理学/张广碧主编. —北京:中国医药科技出版社, 1999.7

全国普通医药中专教材

ISBN 7-5067-1839-1

I. 医... II. 张... III. 药品-经营管理-专业学校-教材 IV. F724.73

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 18108 号

出版 中国医药科技出版社

地址 北京市海淀区文慧园北路甲 22 号

邮编 100088

电话 010-62244206

网址 www.csppp.cn www.mpsky.com.cn

规格 787×1092mm $\frac{1}{16}$

印张 16

字数 368 千字

印数 31001—37000

版次 1999 年 6 月第 1 版

印次 2006 年 7 月第 7 次印刷

印刷 北京兴华印刷厂

经销 全国各地新华书店

书号 ISBN 7-5067-1839-1/C·0187

定价 25.00 元

本社图书如存在印装质量问题请与本社联系调换

全国普通医药中专教材建设委员会名单

主任委员 苏怀德 (中国医药教育协会常务副会长、原国家医药管理局科技教育司)

常务副主任委员 王书林 (四川省医药学校)

副主任委员 林锦兴 (山东省医药工业学校)

贾景华 (辽宁省医疗器械学校)

周晓明 (山西省中药材学校)

顾问 齐宗韶 (广州市医药中等专业学校)

路振山 (天津市药科中等专业学校)

竺芝芬 (浙江省医药学校)

委员 左淑芬 (河南省医药学校)

缪立德 (湖北省制药工业学校)

夏海云 (湖南省医药学校)

谢淑俊 (北京市医药器械学校)

贾江峰 (江西省医药学校)

唐介眉 (江苏省医药学校)

周琦 (安徽省医药学校)

周慧君 (上海市医药学校)

徐文强 (江苏省药科学校)

沃联群 (浙江省医药学校)

梁向东 (广州市医药中等专业学校)

汤浚溪 (天津市药科中等专业学校)

杨群华 (广东省医药学校)

缪存信 (福建省医药学校)

秘书 刘佳 (四川省医药学校)

前 言

我国普通医药中等专业教育兴起于 20 世纪 50 年代。以后历经曲折,有一定进步。80 年代以来,在改革开放国策的指引下始获得巨大发展。历年来所培养的大量人才在推动全国医药事业的持续发展中起到了重要作用。

但是,几十年来医药中专教育一直缺少自己的规范化教材,长期存在着靠借用其他专业或其他层次教材应付教学急需的尴尬被动局面。原国家医药管理局科技教育司履行“指导全国药学教育”和“为基层服务”的职责,应各省普通医药中专学校的要求,于 80 年代后期开始组织各校共同编写教材,以解决各校之急需。经过几年实践,有关普通医药中专教材建设的规章制度日趋完善,遂于 1998 年正式成立全国普通医药中专教材建设委员会。该委员会隶属于中国医药教育协会的二级组织——职业技术教育委员会。本系列教材编写的基本依据是原国家医药管理局科技教育司颁布的全日制普通医药中等专业学校“指导性教学大纲汇编”(医药类各专业,1997 年 7 月),同时根据中等职业教育的改革发展和各地区的办学条件及对人才需求的差别,体现了一定的灵活性。

全国普通医药中专教材建设委员会的指导思想是:认真贯彻党的教育方针和职业教育法,面向 21 世纪,根据中等职业教育教学改革精神,搞好医药中专教材建设工作。教材建设的基本过程是:各校根据教学需要提出急需编写的教材建议;委员会从各校建议中确定分阶段编写的教材品种;各校根据委员会制订的对主编和参编人员的要求,申报主参编人员;经教材建设委员会审定,择优组成各门教材编写队伍。编写过程实行主编负责制,同时每门教材特聘主审一人,其主要职责是审定教材业务内容以保证质量。各校对教材工作均高度重视,纷纷派出优秀教师参加编写,中国医药科技出版社也给予了大力支持,才使得本系列教材建设能在较短时间内完成。

经各校共同努力,第一阶段编写的 12 门教材、第二阶段编写的 14 门教材进展顺利,均将按计划供应教学使用。今后还将按实际需要组织第三阶段教材建设和若干教学参考书的编写,使新编写的中等教材形成较为完整的系列。这些工作在医药中等教育发展历史上具有首创意义,它对规范教材规格、确保教学质量、提高师资水平以及促进校际交流和团结都将会发挥重要作用。但本系列教材建设缺乏经验,时间又紧,因此某些部分略显粗糙是很难避免的,其质量如何也有待教学实践检验。教材建设委员会将组织制订教材质量评估体系,逐步开展教材评估和评优工作,以利于进一步的修订。

本套教材虽为中专教材,但也注意到与全国执业药师资格考试有关内容的衔接,不仅适合于普通医药中专教学之需,也适合对在职人员进行中等职业培训及有志自学者学习之需。

竭诚欢迎广大读者提供宝贵意见。

全国普通医药中专教材建设委员会

1999 年 2 月

编写说明

本书是由全国医药中等专业学校教材建设委员会组织编写的全国统编普通中专教材。教材编写的范围依据是1997年7月颁发的医药类全日制普通医药中等专业学校《指导性教学大纲汇编》。

本教材的编写目的是让未来从事医药商品经营管理工作的人员掌握医药商品经营管理学中的主要概念、理论、相关知识与技能。教材内容的选择主要考虑下述三点：第一，客观实践的必要性；第二，知识的全面性；第三，学习者学习的灵活性。考虑到学习者因专业不同和各校实施的教学计划有所区别，教材的内容首先照顾到未学或部分学习了与本专业有关的知识（如哲学、政治经济学、医药商品学、药理学、药剂学、市场营销学、广告学、药事管理学、会计学、统计学、计算机应用、经济法学、公共关系学、药品养护学、商务谈判学等课程）的学习者需要，使他们能学好这门课。若学习者已系统学习了这些相关学科知识，学习本课程无疑会轻松得多。

本教材的编写内容主要包括以下六个方面。

1. 医药商品及医药商品经营管理的概念和特点。见第一章。
2. 经营医药商品所必须遵循的法律法规。见第十一章等。
3. 医药商品经营企业一般管理理论。见第二、三、四、五、十六章。
4. 医药商品经营活动过程。见第十二、十三、十四章。
5. 与医药商品经营管理工作相关的理论与技能。见第六、七、八、九、十章。
6. 医药商品经营企业的财务管理与收益分析。见第十五章。

本书编写人员及分工如下：山西省中药材学校高级讲师张广碧任主编，并负责编写第一、四、七、十、十五、十六章，安徽省医药学校讲师方如学编写第二、三、十二、十三章，江西省医药学校讲师尹光明编写第五、六、八章，四川省医药学校讲师杨武娟编写第九、十一、十四章。山西财经大学雷钦礼教授任主审。

本书的顺利完成是与全体主参编人员的团结努力及各学校领导的大力支持分不开的，特别是山西省中药材学校的王小荣老师为本书付出了大量的劳动，在此一并衷心致谢。限于编写时间仓促，编写水平有限，缺点疏漏在所难免，恳请广大师生提出宝贵意见，以便今后进一步修订完善。

编者

1999年元月

全国普通医药中专教材

第一阶段教材目录

《无机化学》	陆永诚主编	汤启昭主审
《分析化学》	卢小曼主编	朱景申主审
《生物化学》	严莉莉主编	厉朝龙主审
《物理化学》	巴晓革主编	鲁先道主审
《仪器分析》	齐宗韶主编	胡家炽主审
《中药化学》	张秀琴主编	李 铎主审
《中医学基础》	刘笑非主编	朱文锋主审
《药厂通用设备》	石少均主编	殷斌烈主审
《中药鉴定学》	杨汝峰主编	周荣汉主审
《中药储存与养护》	张明心主编	李家胜主审
《中药经营企业管理学》	王书林主编	刘良述主审
《医药商品经营管理学》	张广碧主编	雷钦礼主审

全国普通医药中专教材

第二阶段教材目录

《有机化学》	胡心宽主编	乔本志主审
《人体解剖生理学》	张恩德主编	钟国隆主审
《药用植物学》	杨祯禄主编	谢成科主审
《微生物学》	李榆梅主编	刘德荣主审
《中药制剂分析》	刘大潜主编	洪筱坤主审
《药理学》	竺芝芬主编	苏怀德主审
《方剂学》	徐智和主编	高炽昌主审
《中成药学》	廖志涌主编	唐廷猷主审
《微生物制药工艺》	朱素贞主编	郭月秋主审
《药品生物检定技术》	汪穗福主编	莫履强主审
《药用拉丁语》	梁向东主编	孙启时主审
《中专药学英语》	章国斌主编	苏怀德主审
《医药市场营销学》	葛光明主编	陈统辉主审
《药学文献检索》	沃联群主编	苏怀德主审

目 录

第一章 医药商品经营管理概述	(1)
第一节 必须掌握的几个基本概念.....	(1)
一、传统与现代.....	(1)
二、医药商品和药品.....	(1)
三、经营管理.....	(2)
四、企业、现代企业和企业管理.....	(2)
五、企业文化.....	(3)
第二节 医药商品经营思想的历史演进.....	(5)
一、中国医药商品经营思想的历史演进.....	(5)
二、国外经营管理思想的历史演进.....	(6)
三、现代西方经营管理理论简介	(10)
第三节 医药商品经营管理机构	(11)
一、我国国家药品监督管理局成立前的药品监督管理组织机构	(11)
二、我国现行的药品监督管理工作	(11)
习题	(12)
第二章 企业经营管理原理	(13)
第一节 系统原理与弹性原理	(13)
一、系统原理	(13)
二、弹性原理	(16)
第二节 整分合原理与反馈原理	(17)
一、整分合原理	(17)
二、反馈原理	(19)
第三节 效益原理和激励原理	(21)
一、效益原理	(21)
二、激励原理	(23)
习题	(26)
第三章 企业经营管理方法	(27)
第一节 行政方法与法律方法	(27)
一、行政方法	(27)
二、法律方法	(29)
第二节 经济方法与社会心理方法	(30)
一、经济方法	(30)
二、社会心理方法	(32)
习题	(34)

第四章 企业经营管理职能	(35)
第一节 企业经营管理职能的基本概念	(35)
一、职能与经营管理职能	(35)
二、经营管理职能的分类	(35)
三、三大职能体系	(36)
第二节 三种主要职能简介	(37)
一、计划的职能	(37)
二、组织的职能	(40)
三、控制的职能	(44)
习题	(48)
第五章 企业领导和领导艺术	(49)
第一节 领导的概念	(49)
一、领导的概念	(49)
二、领导活动发展的三大趋势	(49)
第二节 领导者素质	(50)
一、领导者应具备的素质	(50)
二、领导者素质与领导者的关系	(52)
三、领导者素质的塑造	(52)
第三节 领导者的行为原则和方式	(57)
一、领导者的行为原则	(57)
二、领导者的行为模式	(60)
第四节 领导艺术	(63)
一、领导艺术的含义	(63)
二、“新官上任三把火”的艺术	(64)
三、领导者说话的艺术	(67)
四、领导者把握工作着力点的艺术	(70)
五、领导者处理突发事件的艺术	(70)
六、领导者处理冲突的艺术	(71)
七、领导者的激励艺术	(72)
习题	(73)
第六章 医药经营企业的经营环境	(74)
第一节 企业经营环境	(74)
一、企业经营环境的含义	(74)
二、企业经营环境的分类	(74)
三、企业经营环境分析的意义	(75)
第二节 企业经营环境分析	(75)
一、宏观环境	(75)
二、微观环境	(79)
第三节 企业经营与内外环境的平衡	(84)

一、企业的经营活动和内外环境三者之间的关系	(84)
二、企业对环境适应能力的测评	(85)
三、环境应变目标的制定	(86)
四、外部环境因素与企业多角经营	(86)
五、企业内因与多角经营	(87)
习题	(88)
第七章 经营信息管理	(89)
第一节 经营信息管理的意义	(89)
一、信息及其特征	(89)
二、经济信息与经营信息	(91)
三、经营信息管理的意义	(91)
第二节 经营信息的收集、处理与应用	(92)
一、经营信息的收集与加工	(92)
二、经营信息的传递与反馈	(94)
三、经营信息的存储和检索	(96)
四、经营信息管理系统	(97)
习题	(97)
第八章 医药商品经营机会与风险	(99)
第一节 经营机会与风险的概念	(99)
一、经营机会与风险的概念	(99)
二、企业经营机会与风险分析的重要性	(99)
第二节 医药企业商品经营机会与风险的分类和特征	(100)
一、经营机会的分类	(100)
二、经营风险的分类	(103)
三、市场机会和风险的特征	(106)
第三节 企业经营机会的识别、捕捉和利用	(106)
一、经营机会的识别	(107)
二、经营机会的捕捉	(108)
三、经营机会的利用	(111)
第四节 经营风险对策	(112)
一、抗衡对策	(112)
二、撤退对策	(112)
三、内部优化对策	(112)
习题	(113)
第九章 市场调查、预测与决策技术	(114)
第一节 医药商品经营市场调查	(114)
一、医药市场调查的概念和作用	(114)
二、医药市场调查的内容	(115)
三、医药市场调查的要求	(116)

四、医药市场调查的类型及步骤·····	(116)
五、医药市场调查的方法·····	(117)
六、调查问卷的设计·····	(119)
第二节 医药商品经营市场预测·····	(119)
一、医药市场预测的概念和作用·····	(119)
二、医药市场预测的分类·····	(120)
三、医药市场预测的内容·····	(121)
四、医药市场预测的基本步骤·····	(122)
五、医药市场预测的方法·····	(123)
第三节 医药商品经营决策·····	(128)
一、医药商品经营决策的概念及作用·····	(128)
二、经营决策的特点及分类·····	(128)
三、经营决策的内容和基本原则·····	(130)
四、经营决策的程序·····	(131)
五、经营决策方法·····	(131)
习题·····	(136)
第十章 医药商品经营广告 ·····	(138)
第一节 医药商品经营广告概述·····	(138)
一、医药商品经营广告的概念·····	(138)
二、医药商品经营广告的种类·····	(139)
三、医药商品经营广告的特点·····	(140)
四、医药商品经营广告的管理·····	(140)
第二节 医药商品经营广告的设计、发布与效果测定·····	(142)
一、医药商品经营广告的设计原则·····	(142)
二、医药商品经营广告的制作与发布·····	(143)
三、医药商品经营广告的效果测定·····	(146)
习题·····	(148)
第十一章 医药商品质量管理 ·····	(150)
第一节 医药商品质量管理的意义·····	(150)
一、医药商品质量管理的意义·····	(150)
二、药品质量管理的几个基本概念·····	(150)
第二节 医药商品质量管理的内容·····	(153)
一、人员·····	(153)
二、设施与设备·····	(153)
三、计划与采购·····	(154)
四、商品质量管理与检验·····	(155)
五、储存与养护·····	(160)
第三节 医药商品质量管理的方法·····	(161)
一、综合性质量管理·····	(162)

二、质量管理常用的方法·····	(165)
习题·····	(168)
第十二章 医药商品采购 ·····	(169)
第一节 医药批发企业的采购业务·····	(169)
一、医药批发企业的概念与业务特点·····	(169)
二、医药批发企业商品采购的原则·····	(170)
三、医药批发企业商品采购的渠道·····	(171)
四、医药批发企业商品采购的方式·····	(171)
第二节 医药零售企业的采购业务·····	(172)
一、医药零售企业的概念与业务特点·····	(172)
二、医药零售企业商品种类的构成·····	(173)
三、医药零售企业商品采购的原则·····	(174)
四、医药零售企业商品采购的渠道·····	(175)
五、医药零售企业商品采购的方式·····	(175)
第三节 医药商品采购策略·····	(176)
一、医药商品采购业务的基本程序·····	(176)
二、医药商品采购方式、品种、渠道、数量、时间的确定·····	(181)
习题·····	(182)
第十三章 医药商品储存 ·····	(183)
第一节 医药商品储存的作用与分布·····	(183)
一、医药商品储存的概念及其作用·····	(183)
二、医药商品储存的分布·····	(184)
第二节 医药商品仓储管理·····	(185)
一、医药商品仓储管理的任务·····	(185)
二、医药商品仓储管理的原则·····	(185)
三、医药商品仓储管理的内容·····	(186)
四、仓库定额管理制度·····	(190)
第三节 库存控制·····	(191)
一、库存控制的意义·····	(191)
二、影响商品库存的因素·····	(191)
三、库存控制的方法·····	(192)
习题·····	(196)
第十四章 医药商品销售 ·····	(197)
第一节 医药商品销售概述·····	(197)
一、医药商品销售的概念与特点·····	(197)
二、医药商品销售的基本原则·····	(198)
三、医药商品销售策略·····	(199)
四、医药市场的开拓·····	(201)
第二节 医药批发企业的商品销售·····	(202)

一、医药批发企业的特点与作用·····	(202)
二、医药批发企业业务管理的任务与内容·····	(203)
第三节 医药零售企业的商品销售·····	(206)
一、医药零售企业的特点与作用·····	(206)
二、医药零售企业业务管理的任务和内 容·····	(207)
习题·····	(211)
第十五章 医药商品经营企业的财务管理与收益分析 ·····	(212)
第一节 企业财务管理与收益分析的一般问题·····	(212)
一、企业财务管理的意义及其影响因素分析·····	(212)
二、企业收益分析的意义及其构成因素分析·····	(214)
三、我国会计法规简介·····	(216)
第二节 企业资金管理与分析·····	(217)
一、企业资金的筹集与管理·····	(217)
二、企业内部长期投资与营运资金管理·····	(218)
三、企业经营费用的管理·····	(221)
第三节 企业收益与财务状况分析·····	(222)
一、企业获利能力分析·····	(222)
二、企业财务会计报表·····	(224)
三、所有者权益分析·····	(226)
四、企业财务状况综合分析·····	(227)
习题·····	(228)
第十六章 企业诊断 ·····	(229)
第一节 企业诊断的一般问题·····	(229)
一、从人体诊断到企业诊断·····	(229)
二、企业诊断的种类和特点·····	(230)
三、企业诊断的历史演进·····	(231)
第二节 企业诊断的内容—硬件部分·····	(232)
一、企业环境诊断·····	(232)
二、企业所处行业地位的评估·····	(233)
三、企业设施的诊断·····	(234)
第三节 企业诊断的内容—软件部分·····	(234)
一、职员结构的诊断·····	(334)
二、对企业领导者的评估·····	(236)
第四节 企业的常见疾患·····	(236)
一、哈佛企业管理百科全书列举的企业病症·····	(236)
二、企业衰退的危险信号·····	(237)
三、刘黎明、施小川的十四可能·····	(239)
习题·····	(239)

第一章 医药商品经营管理概述

提要 本章首先介绍了学习本课程所必需掌握的十多个基本概念, 这些概念是今后学习的重要工具, 学习者必须将其作为常识领会贯通。其次讲述了医药商品经营管理的特点, 管理理论的历史演进及医药商品经营企业的经营管理机构等。

第一节 必须掌握的几个基本概念

一、传统与现代

今天, 人们已普遍将“传统”与“现代”两个词加以广泛应用。从发达地区到待发达地区, 从起居饮食到生产经营, 从正式场合到非正式场合均大量地随意使用着。传统指代表过去年代的价值观及其相对应的那种缺乏适应新环境文化能力的观念与手段。现代指现在的时代, 它与瞬间的现在不同, 是以现在为中心向过去和未来两侧有限延伸的时间跨度, 是边际相对确定的广阔的时间域。本书亦将频繁使用这两个词汇, 把代表当代潮流的事物(包括观念)称为现代, 而把代表过去的事物(包括观念)称为传统。

二、医药商品和药品

医药商品是由“医”、“药”和“商品”结合而成的名词。其中“医”是医药、医学、医治之意, “药”是指防治疾病的物品或有化学作用的物质。“医药”即指医疗用品或医疗药品。“商品”是指为交换而产生的劳动产品; 商品具有价值和使用价值二重性。为他人生产, 但不经过交换的劳动产品, 同样不是商品。商品是在一定经济条件下产生和存在的, 是社会分工和产品属于不同所有者的结果。综上所述, 医药商品是指作为医药用品的商品。它包括药品、医疗器械、化学试剂、玻璃仪器等。

药品是按严格要求而制备的, 用于预防、治疗、诊断人的疾病及有目的地调节人体的生理机能并规定有适应症、用法和用量的药物制成品, 包括中药材、中药饮片、中成药、化学原料药及其制剂、抗生素、生化药品、放射性药品、血清疫苗、血液制品和诊断药品等。药品是医药商品的主要部分。药品按不同的标志, 又可分为若干种类。

1. 按药品性质不同可分为新药、特药和普药

新药通常指我国从未生产过的药品或已生产的药品但其增加了新的适应症, 改变了给药途径或改变了剂型。特药指因药品本身副作用较大由国家实施特殊管理的药品, 如精神药品, 麻醉药品, 医疗用毒性药品和放射性药品。普药即普通用药, 是指除新药、特药以外的一般性临床用药。

2. 按药品产生的历史背景可分为传统药与现代药

传统药一般指各国历史上流传下来的民族用药。我国的传统药俗称“中药”, 它指中药材、中药饮片和中成药三大类。现代药泛指当代各国广泛使用的非传统药物。

3. 按药品的功能可分为预防性药品、治疗性药品和诊断性药品

预防性药品是指用于预防某些疾病发生所使用的药品，如各种疫苗、药丸等。治疗性药品是指用于治疗某些疾病所使用的药品，治疗性药品在现阶段是药品的主导部分。诊断性药品是指用于诊断各种疾病而使用的药品，如化验用试剂，胃透视用的硫酸钡药等。

4. 按药品的使用部位可分为外用药、内服药和注射用药

外用药是指皮肤表面用药，如碘酒、风油精、伤湿止痛膏等。内服药指各种口服药，如去痛片、抗伤风胶囊、中药汤剂、丸剂等。注射用药指各种直接输（注）入人体血液的药品，如葡萄糖注射液、青霉素粉针剂等。

三、经营管理

经营管理是由“经营”和“管理”两个既有区别又有联系的概念结合而成的一个具有新的内涵的完整概念。在辞海中这两个概念分别解释为：“经营”①本谓经度营造。引申为筹划营谋。②犹往来。王逸注：“南北为经，东西为营”。③专指经营办理经济事业。“管理”①管辖、负责处理。②保管，料理，照料。负责某种具体工作。英国学者希尔在《经营管理》一书中认为：“生产管理和经济管理这两个词所描述的是同类任务。二者都是涉及企业对生产销售给顾客或者其它机构的商品或者服务所需要的资源的管理。本书中生产管理和经营管理这两个术语是同义词。”事实上，对经营管理的理解，主要有三种观点：第一种认为经营和管理是两个完全不同的概念，各有其独立的内涵，他们认为经营包括管理，管理是经营的一部分（参见本章第二节中“法约尔的主要管理思想”）；第二种认为经营是管理的前提，经营决定管理，管理依存和制约经营；第三种认为经营等于管理，二者在应用上具有同一涵义。

我们认为经营和管理若单从字面意义理解，确有所区别，但我们在本书中应用此概念时完全是按希尔的观点理解的。对此，我们将企业经营管理定义为企业为了获得理想的经济效益，在经营思想的指导下，用既定的战略、策略、方针、政策，对企业经济活动过程及企业中人力、物力、财力、信息、时间等各项资源进行有效地计划、组织、控制等活动过程的总称。

四、企业、现代企业和企业管理

企业是生产力发展到一定水平的产物，是劳动分工发展的结果。企业是集合生产要素（土地、资本、劳动力和技术），并在利润动机和承担风险的条件下，为社会提供产品和服务的单位。企业作为社会生产的基本经济单位，具有以下特征：直接为社会提供产品或服务；提供产品或服务的直接目的是追求利润；必须是实行独立核算、自负盈亏的合法组织；拥有完全的合法经营自主权；是以法人资格向国家缴纳税金的基本单位之一。从社会资源配置的方式上看，企业是作为替代市场功能一部分的一种具有更低交易费用的资源配置方式。

现代企业是指由一批领取薪水的高中级经理人员所管理的，资产所有权和经营权相分离的多单位经济组织。现代企业的特征表现在以下四点。

1. 所有权与经营权相分离

现代企业组织的一个重要特点，就是所有权与经营权相分离。在业主企业和合伙企业中，都是资本所有者直接控制和经营企业。随着公司成为现代企业的新型组织形式，由于资本所有权的多样化和分散化，以及规模的大型化和管理的复杂化，从而打破了个体企业和合伙企业中的企业主将所有权和经营权集中于一身的管理体制，创立了所有权与经营权相分离的管理体制和管理组织。

所有权的分散化引起了“股份革命”，经营者的专门化出现了“经理革命”，股份革命和经理革命导致所有权与经营权的分离，这是现代企业产生的基础和条件。

2. 拥有现代技术

技术作为第四个生产要素，在企业中起着愈来愈重要的作用，它在古典企业中生产要素和现代企业生产要素中的集合方式，可用下面两个关系式来表示。

古典企业生产要素 = 土地 + 劳动力 + 资本 + 技术

现代企业生产要素 = (土地 + 劳动力 + 资本) × 技术

现代企业把现代最新科学技术应用在生产经营的全过程，把繁重的体力劳动交给机械去做，把重复的、例行的脑力劳动移交给电脑，而人则着重于创造性的劳动。

3. 实行现代化的管理

现代企业的管理是现代化的管理。现代化的管理，是适应现代生产力发展的客观要求，运用科学的思想、组织、方法和手段，对企业的生产经营进行有效管理，创造最佳经济效益的过程。

现代企业制度与企业管理现代化不是一个概念，前者着眼于生产关系，后者着眼于生产力。但是现代企业制度必须包含企业管理现代化的内容，因为，现代化管理是现代企业的两大支柱（现代科技与现代管理）之一。

4. 企业规模不断扩大

组织呈扩张趋势，也是现代企业的一个重要特征，现代企业的成长过程就是企业规模的扩张过程。

企业管理，是对企业在生产经营活动中所进行的计划、组织、控制等一系列管理活动的总称。它既是一门综合性应用学科，又是由经济科学、社会科学和自然科学相互结合、相互渗透形成的一门边缘学科。本书中我们把企业经营、企业管理、企业经营管理作为同义语使用，许多场合下为方便起见，使用时不加企业二字。

五、企业文化

企业文化又称公司文化，是指企业通过管理者与职工共同培植而形成的企业精神、价值观念、道德规范、经营管理规范等。

(一) 企业文化的内容

企业文化的内容十分丰富，一般认为主要由企业环境、价值观念、先进人物、文化活动、文化网络等五个要素构成。

(1) 企业环境 企业环境是塑造企业文化的重要因素。一个企业必须有适合员工进行合理的、文明的劳动和生活的环境以及必要的设施，以保证员工的健康和安全。

(2) 价值观念 价值观念是企业文化的核心，是人们追求的目标和价值评判的标准。企业的价值观念明确对员工指出成功的意义，也确立了企业内部成功的标准，从而