

企业研究初探

刘庆余 主编

地质出版社

6
270
73

(京)新登字 085 号

图书在版编目 (CIP) 数据

企业研究初探/刘庆余主编. —北京:地质出版社,
1995. 8

ISBN 7-116-01925-1

I. 企… I. 刘… II. 企业经济-研究 N.F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (95) 第 11769 号

地质出版社出版发行

(100013 北京和平里七区十楼)

责任编辑:王璞 龚法忠

北京地质印刷厂印刷

开本: 787×1092¹/₃₂ 印张: 4.75 字数: 104000

1995 年 8 月北京第一版·1995 年 8 月北京第一次印刷

印数: 1—1000 册 定价: 4.85 元

ISBN 7-116-01925-1

F·48

前 言

本书是在企业研究专题讲座的基础上，经过修改充实后写成的。由于企业研究所涉及的范围很广，包括企业经营的各个方面，而本书所编写的六章仅以为企业生存发展服务的决策为主线，论及了企业研究的几个重要问题，故而称之为《企业研究初探》。衷心企望此书对有志于企业研究而又尚未入门的读者能有所启迪。

本书第一至四章由刘庆余编写，第五、六章由李兵编写；全书由刘庆余统稿、任主编，李兵任副主编。

在编写过程中，得到了陈佛香教授和学院领导韩淑芝教授、朱思贵教授的鼓励和热诚帮助，同时得到有关企业经理们提供的资料和对本书出版的大力支持，在此一并表示感谢。由于我们水平所限，本书不当之处在所难免，恳请读者批评指正。

编 者

1994 年 12 月

目 录

第一章 企业研究方法简述.....	(1)
引言.....	(1)
第一节 什么是企业研究.....	(2)
一、研究的涵义	(2)
二、科学的涵义	(3)
三、社会科学研究的涵义及步骤	(3)
四、应用研究	(5)
第二节 怎样进行企业研究.....	(5)
一、特定问题的背景调查	(5)
二、正式研究方法的设计	(6)
三、资料搜集的执行	(6)
四、分析、解释及报告	(6)
第三节 研究题目的来源及题目的选择.....	(7)
一、题目的来源	(7)
二、研究题目的选择	(8)
三、设想的建立	(9)
第四节 研究方法	(10)
一、研究方法的分类	(10)
二、研究设计的目的及内容	(11)
第五节 抽样设计	(13)
一、由样本推论母群体	(13)
二、抽样方法	(15)

三、样本大小	(16)
第六节 衡量与量表	(18)
一、衡量的定义	(18)
二、健全的衡量应有的特性	(19)
第七节 资料分析	(23)
一、编辑、编释及特殊问题的处理	(24)
二、单变量分析	(25)
第八节 研究报告的编写	(32)
第二章 管理情报系统	(34)
引言	(34)
第一节 管理情报系统的建立	(34)
一、情报的作用和意义	(34)
二、管理循环与情报的关系	(36)
三、管理情报系统 (MIS) 的形成	(39)
四、管理情报系统的结构	(42)
第二节 管理情报的内容	(45)
一、情报需要的内容应以整体目标为基础	(45)
二、决定所需的情报内容	(46)
三、如何组织好管理情报	(48)
四、管理情报系统的分类	(49)
第三节 管理情报系统的设计	(52)
一、良好的管理情报系统的特征	(52)
二、建立管理情报的标准	(52)
三、建立管理情报系统应考虑的因素	(53)
四、管理情报系统的设计步骤	(54)
第四节 管理情报系统与电子计算机	(55)
一、电子计算机在 MIS 中的作用	(55)

二、未来企业管理情报的趋势	(57)
第三章 企业决策与情报研究	(60)
引言	(60)
一、企业经营的基本目的	(61)
二、企业经营的业务目标	(61)
第一节 企业营运决策	(62)
一、日常营运与新产品投资决策	(62)
二、日常营运决策与情报研究的关系	(63)
三、经营政策与战略的选择范围	(63)
四、经营方案的确定	(66)
五、经营方案的内容设定	(69)
第二节 新项目投资决策	(71)
一、投资计划可行性研究	(71)
二、市场营销可行性研究——第一步骤	(71)
三、设计技术可行性研究——第二步骤	(72)
四、生产制造可行性研究——第三步骤	(73)
第三节 企业决策所需要的情报	(76)
一、决策需要情报, 情报来自研究	(76)
二、生态环境分析的情报	(76)
三、市场供需研究的情报	(78)
四、投入产出分析的情报	(79)
五、结论	(79)
第四章 企业决策与创造力开发的研究	(81)
第一节 决策的行为与过程	(81)
第二节 决策的分析	(85)
一、确定中心问题	(86)
二、找出差距以利前进	(87)

三、找出“原因”，拟定良策	(88)
第三节 明确目标，寻求备选决策	(89)
第四节 从未来创造中找对策	(91)
第五节 创造力的培养	(92)
一、经理人员应有创造力的思考	(92)
二、知识本身不能自然地产生新构想	(93)
三、认真研究对比，求其完善	(94)
第六节 开发个人的创造力	(94)
一、“文化障碍”的影响	(95)
二、克服“认识障碍”——偏见	(96)
三、认识心理障碍，增加创造能力	(97)
第七节 开发群众的创造力	(98)
第五章 企业控制的研究	(101)
第一节 控制职能的要素	(101)
一、控制的基本过程	(101)
二、控制的基本类型	(105)
三、控制系统的设计	(107)
四、怎样实施对人员的控制	(109)
五、纠正偏差与组织变革	(110)
第二节 预算和企划预算制度	(112)
一、预算	(112)
二、编制预算的步骤	(113)
三、预算与预测	(114)
四、有效预算的条件及限制	(115)
五、企划预算制度	(117)
六、企划预算与预算的比较	(118)
第六章 企业经营环境的研究	(120)

第一节 企业的内部组织环境	(120)
一、企业的发展史与规模	(122)
二、科学决策体系	(122)
三、人员素质	(122)
四、组织管理能力	(123)
五、配销通路与代理商	(123)
六、物资采购供应能力	(123)
七、生产能力	(123)
八、技术开发能力	(124)
九、资金运筹能力	(124)
十、获利能力与经济效益	(124)
第二节 企业的市场环境分析	(124)
一、市场的概念	(124)
二、社会主义市场的功能	(125)
三、消费者购买行为与消费心理	(126)
四、竞争者行为	(130)
五、供应商行为	(131)
第三节 企业的外部环境	(132)
一、政治法律环境	(132)
二、经济环境	(133)
三、技术环境	(136)
四、社会文化环境	(138)
五、教育环境	(139)
第四节 企业的中间环境	(140)
第五节 企业的超环境	(141)
主要参考文献	(143)

第一章 企业研究方法简述

引 言

企业经营会遇到各种问题和矛盾，需要解决，以利于企业的生存和发展。而对所遇到的问题如何解决，需要进行研究、分析，提出解决问题的措施和办法，以及预防不利于企业生存发展的事故发生。这就需要对企业进行各方面的研究，来发现问题，解决问题。

我国当前的经济体制正在进行深入地改革，由计划经济体制走向市场经济体制。这对现代企业经营者来说，所面临的环境与过去是有很大变化的，而且十分复杂。原有的管理理论及方法虽然有其参考价值，但随着改革开放的深入，各方面的情况变化都很大，过去的理论与方法可能难以解决当前面临的问题。为了适应当前的环境，求得生存和发展，就必须解放思想，深化改革，学习建设有中国特色社会主义的经济理论。

“企业研究”是以客观、科学的方法，收集资料，分析资料，再验证、修正或创新理论与方法的活动，使企业研究给企业经营者对复杂的企业环境内所存在的相关因果关系，获得较为清晰的认识和了解，为企业决策提供依据。

第一节 什么是企业研究

企业研究属于应用性的社会科学研究，是为了解决企业经营上所遇到的问题，所使用的科学研究方法与程序。其目的是为企业管理决策人员提供解决问题的客观依据。为了进一步了解企业研究的性质，首先对“研究”、“科学”、“社会科学研究”、“应用性研究”等名词的涵义略加说明。

一、研究的涵义

提到“研究”，一般人会马上联想到自然科学家们在实验室内所进行的实验工作。其实，“研究”的本质并非如此狭隘，社会科学家所进行的分析工作，也是研究的一种；企业机构内的研究发展人员，为拟定适当可行的绩效奖励办法所进行的分析，也是一种研究。我们常常对一项新工作新环境不了解要进行调查研究。“研究”是人类为寻求了解问题、解决问题所进行的收集资料、分析资料及做出结论的过程。这些问题可能是自然界的现象，也可能是人类社会的现象，常常是当一个问题解决了，另一个问题又伴随产生。人类社会这种动态性质，使得研究行为连续不断，永无止境，人类社会就是在这研究问题解决问题再研究新问题解决新问题的过程中发展前进的。

“研究”一词的涵义，可以分为广义的和狭义的。

(1) 广义的研究泛指对某种事实现象或问题进行认识、记忆、理解、思考、分析、综合，然后汇成结论，有利于知识的积累。

(2) 狭义的研究，系指用严密周到的方法与程序，对某项特定未知的问题进行全面的、系统的探讨，而获得正确可

靠的结果。所以说，狭义的研究一定包含在广义的研究中，而广义的研究就不一定包含在狭义的研究中。如学生在图书馆看书复习功课是广义的研究，但不一定是实地调查分析的狭义研究。

二、科学的涵义

科学是人类在应付环境、适应环境、改造环境的斗争过程中所获得的研究成果。科学具有两个特性，一是要有系统性、组织性，另一个是要有正确性及可验证性。凡合乎这两个条件的研究，都可以说是科学的，特别是经得起实践的考验这一条特别重要，因为实践是检验真理的唯一标准。否则，则不合乎科学。

三、社会科学研究涵义及步骤

社会科学研究是研究社会现象的科学，包括：历史学、人类学、经济学、政治学、社会学、心理学、行为学、教育学、管理学等等，而各种学问之间具有无法截然划分的关系。社会科学研究的一般步骤为：①选择研究主题；②确定研究目标；③提出假设；④查阅有关参考文献；⑤设计研究步骤；⑥收集资料；⑦分析资料；⑧解释资料；⑨研究结论；⑩撰写研究报告。企业研究是社会科学研究的一种，因此，上述的步骤也可以说是企业研究的一般步骤，现概述如下。

(1) 选择研究主题：主题的确认与界定，是任何企业研究的起步，在整个研究过程中，这是重要阶段，只有对问题有了正确认识，以后一连串的步骤才有正确的方向可循，才能顺利完成。

(2) 确定研究目标：对于所要进行的研究主题，应确定最终要达到什么程度及目标。当然要确定研究目标，须根据所能运用的人力、物力、财力及时间等资源而定，不能凭空

想象好高骛远，还要根据研究目标，来设计适当的研究步骤。

(3) 提出设想：解决问题不可能盲目进行，应根据问题及目标，用以往的经验教训，现有原理、原则或理论，设立若干逻辑上认为可能解决问题的设想，作为实际进行收集资料的指南。设想应清楚的说明，以供检定之用，在设想内要把独立变数与应变数清晰的标明。

(4) 查阅有关参考文献：研究者应阅读对所研究的主题有关的文献，以便明了他人所曾研究的结果，做为本研究的依据及参考，并可供日后本研究完成后所获得结果之比较。

(5) 设计研究步骤：此阶段是整个研究过程的枢纽，要对所要进行研究之步骤方法详细规划，包括抽样设计，现场资料收集整理、分析等，都必须在现场调查进行前设计好，供以后按计划执行。若无详细的具体的研究设计和计划，则往往到实际进行研究工作时，会不知所措，致使研究结果达不到预期目标。

(6) 收集资料：根据已拟定的研究设计或计划，进行资料收集工作。资料收集的方法很多，例如历史文件参考法、现场调查法、投射法、问卷调查法、人员访问测量法，等等。在决定资料调查方法时，须考虑研究对象的特性、资料性质、调查人员及经费的限制因素。

(7) 分析资料：将收集到的资料要加以整理、归类与分析。分析资料的方法也很多，同样要考虑研究的目标、资料的特性、选择适当合适的方法。禁忌主观片面，应全面系统适时适地地分析。

(8) 解释资料：资料的解释应有科学的精神与态度，可应用“归纳法”、“演绎法”、“类比法”及一般推论方法进行解释。

(9) 结论：对已设立的设想进行检定，以决定该设想是否成立，或进行某些修改，进而说明该研究结论与现有的事实经验、原理或原则之关系，并提出建议以供有关部门和有关人员参考。

(10) 写成研究报告：将整个研究过程及研究结果，以书面的形式写出来，研究报告的撰写要有一定的格式。其内容要清晰，层次要分明，最重要的，要有针对性，要实事求是。

四、应用研究

这是与“纯学术研究”相对而言。所谓“纯学术研究”，系为拓展尚未开发的知识领域而研究，通常不直接针对或考虑实用问题；而“应用研究”是为解决现实问题而研究，通常要求制定某特定行动或政策。企业经营者须负责营运活动的成败后果，而企业研究者则负责提供各种可行方案和提出说明与建议，协助企业经营者争取优良成果。也就是说，企业研究者的任务在于贡献决策方案的情报、信息、资料，所以经营者要重视研究者并给予充分的协助，使其研究工作能顺利进行，做到经营者与研究者相辅相成，相得益彰。

第二节 怎样进行企业研究

企业研究是个系统工程，有一系列的程序，包括：①特定问题的背景调查；②正式研究方法之设计；③资料搜集的执行；④资料分析及解释。现分别叙述于下。

一、特定问题的背景调查

企业问题的发生，都有复杂背景，研究人员须对整个背景先进行系统性的探讨，才能对问题的本质有所掌握。此种背景分析所需时间的长短，视问题复杂的程度而定。这项工

作做得愈彻底，以后工作就愈容易进行，尤其当研究人员对研究主题了解不多时更应如此。

进行背景调查，通常先收集已存档的次级资料开始，接着，由研究人员去接触消息灵通人士、专家，征求他们的意见，并收集专业书籍、期刊杂志及报纸；最近对有关事物发展的情况；对于技术发展的预期指标；对有关相同企业及企业管理人员进行研究，找出他们的成功和失败的原因等情况。

二、正式研究方法的设计

研究主题的背景经仔细调查后，就可进入正式研究方法设计阶段。此阶段可分为：建立操作程序；将问题进一步细分为几种层次的问题，以确定研究工作目标及资料种类；决定使用何种形式的资料收集方法及抽样方法；选择适当的衡量工具；对衡量工具加以试测，以确保衡量工具适合研究目标；确立分析资料的计划；建立整个研究过程进度表；制定研究经费预算；确定所需研究人员及其他必要的项目。

三、资料搜集的执行

资料收集的工作可从极为简单的观察法，到全面性的普查法，采用什么方法应根据研究方法的设计而定。在资料收集阶段所需的人员薪金、差旅费及其他支出，一般约占研究预算的三分之一左右，通常的经验法则：①研究计划；②资料收集；③分析、解释、报告。三者各占经费的三分之一。

四、分析、解释及报告

分析资料可引导出原先所要求的各种不同资料之衡量结果以及所发现的关系。至于研究的新发现，我们还应做理论推演及因果关系的解释。最后应将整个研究过程、发现、解决、建议写成报告，向主要管理人员提出，供作决策的参考。

第三节 研究题目的来源及题目的选择

一、题目的来源

一般寻找题目应从下列几方面考虑：

1. 从技术的发展进步及社会发展的趋势中寻找问题

技术的发展进步，会影响产品的生命周期，改变市场的竞争结构及需求特性。在这种新旧交替的过程中，常可发现许多问题，探讨这些问题的答案，是促进企业发展的最重要的源动力。技术的发展进步，会带来许多问题，企业若能善加适应及运用，则可发现有很多的机会，否则就会失去机会。

另外，社会发展是人类社会必然的现象。社会是企业存在及发展的生态大环境。如水之于舟，能载之，亦能覆之，若顺流则事半功倍，若逆流则事倍而功半。企业应对社会发展的趋势，随时保持高度的警觉，并研究其发展方向与速度，以便灵活地调整经营的策略。

2. 从研究报告、专题讨论、专家演讲或学术论文中寻找问题

无论是政府机构、高等院校、企业组织或学术研究团体，经常会对先进技术理论的发展应用和发展趋势以及企业中共同遇到的普遍的困难问题举办研讨会，或进行有计划、有系统的调查研究，撰写成报告或论文，这些场合或文献，常能提出许多高明的见识可供进一步研究。甚至有些比较严肃的论文的结尾还会列出一些有待进一步研究的问题（课题）。

3. 接受某些企业家或理论专家的指导以决定研究题目

某种企业家或理论专家，包括院校教授，他们本人在所从事的专业领域内的认识相当深入，在他们的头脑中，充满

了有待研究解决的问题。例如国际贸易专家可能建议研究者深入分析某项产品在国内生产的成本结构，并与他国生产者进行比较，发现此项产品的竞争力。又如财务专家可能建议研究者对有关机器设备更新重置，进行整体性的研究，以分析其成本与效益；再如人事管理专家可能建议研究者针对某些技术人才缺乏和某些专业人员过剩的问题进行探讨。行销专家要求研究某个行业甚至某家工厂，应采取的策略，以平衡其产销体系等等。

二、研究题目的选择

研究人员从上述各方面的调查研究中会发现和收集若干可供研究的题目，但研究人员还必须再考虑各种有关的因素后，才能在可供研究的题目中选定一个真正要研究的课题，并进行论证：

1. 是否有研究的价值

研究的题目如果与当时企业或工厂的需要有密切关系，便能引起企业界的关切，其研究的结果亦能有益社会经济的发展。如果研究的题目系针对理论上的争论点，成为有待开发的领域，则其研究结果可能在学术界、理论界很有意义，对人类文明的发展有所贡献。一般企业是欢迎实际应用的研究结果的。这也是社会上大量需要的。

2. 是否具有研究的可能性

在企业研究的过程中，经常会遇到的困难是资料残缺不全或不可靠，或甚至于根本无法收集。没有资料便无法进行分析，提出结论。因此，在选定题目之前，一定要事先考虑到资料收集是否有无法克服的困难。其次，亦须考虑到人力、财力及时间等资源的限制，因资源有限，即使题目很有价值及研究人员也很感兴趣，也难达到有意义的真实结果。

3. 考虑研究者本身的学识能力

研究题目的价值及研究的可能性，是选择题目的客观限制，而研究者的兴趣及学识能力，则为主观限制。研究者一方面考虑客观的因素，另一方面亦须权衡本身的兴趣及学识能力，不可能超出所能负担的范围太多，应本着实事求是的精神，否则难免顾此失彼，漏洞百出，而使研究价值丧失殆尽，也浪费了人力、财力和宝贵的时间。

三、设想的建立

研究者选定了研究主题，也初步收集了有关资料后，对问题的答案就有了一个初步的认识，这就形成了“设想”。设想通常可分为三种：描述型设想；关系型设想；解决型设想。

1. 描述型设想

这类设想的内容主要是说明一些变数的存在，大小形式及分布情形。例如：采用整体规划技术可以降低企业的总成本，并可以提高企业应变的能力。此外，有的描述型设想也可以疑问句的形式出现，例如：面对A产品（宝石礼品盒）的购买决策，单位、会议、一般市民，对此产品有何种程度的认识？

2. 关系型的设想

这种设想的内容系建立两种变数之间的关系，例如：资金雄厚的投资者，对风险的敏感度较不灵敏”。在这个设想中投资者的富有程度是一个变数，对风险的敏感度是另一个变数，设想中认为这两个变数之间具有反方向变化的关系。不过，虽然这种关系意味着某种程度的相互作用，但却无法指出二者之间因果关系的主从。

3. 解决型设想

这种设想说明或强烈暗示因一种变数的存在或变动，可