



高等职业教育
经济管理类
专业教材

XIANDAI QIYE GUANLI

现代企业管理

杨湘洪 主编



东南大学出版社

高等职业教育经济管理类专业教材

现代企业管理

主 编 杨湘洪

副主编 徐志敏

参 编 (按姓氏笔画排序)

王 靛 王海燕 汪 标

沙梅芳 胡皓炅 顾景林

曹为成

东南大学出版社

内 容 提 要

全书共分为 10 章,内容包括:企业与企业管理、现代企业制度、管理经济学、现代企业人力资源、现代企业营销、现代企业财务、现代企业生产、现代企业质量管理、现代企业信息化、现代企业创新。

本教材的编写者既有长期从事企业管理教学的老师,也有较长时间在企业一线工作后又从事教学的老师,因此本教材较充分地体现了企业管理课程实践性强的特点。

本书把理论和实践有机结合,把传统理论和最新理论成果相结合,在编排体例上也有所创新。每章开始都有案例导入,理论分析中也穿插案例分析,章末列举应用案例。

本书为高等职业教育经济管理类专业基础课教材,也可作为成人教育和培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

现代企业管理 / 杨湘洪主编. —南京:东南大学出版社,
2003.12

ISBN 7-81089-387-4

I. 现... II. 杨... 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(2003)第 104824 号

东南大学出版社出版发行

(南京四牌楼 2 号 邮编 210096)

出版人:宋增民

江苏省新华书店经销 兴化市印刷厂印刷

开本:787mm×1092mm 1/16 印张:15 字数:375 千字

2003 年 12 月第 1 版 2003 年 12 月第 1 次印刷

印数:1~4000 册 定价:23.00 元

(凡因印装质量问题,可直接向发行科调换。电话:025-3795801)

高等职业教育经济管理类专业教材编委会

主 任 宁宣熙

副主任 (按姓氏笔画排序)

王传松 王树进 迟镜莹 杭永宝

钱廷仙 都国雄 詹勇虎

秘书长 张绍来

委 员 (按姓氏笔画排序)

丁宗红 王水华 邓 晶 刘葆金 孙国忠 祁洪祥

阮德荣 华 毅 吴玉林 张 军 严世英 张建军

张晓莺 张维强 张景顺 张 震 单大明 居长志

周忠兴 杨晓明 杨海清 杨湘洪 柳秀春 费 俭

洪 霄 徐汉文 黄宝凤 敬丽华 潘 丰 潘绍来

出版说明

高等职业教育经济管理类专业课程改革与建设研讨会于2003年3月15在南京召开,参加会议的有南京正德职业技术学院、南京工业职业技术学院、南京钟山职业技术学院、南京金肯职业技术学院、江苏经贸职业技术学院、南通纺织职业技术学院、无锡商业职业技术学院、常州纺织职业技术学院、南京商友资讯电子商务应用研究所、东南大学出版社等22所院校经济管理系的系主任和相关代表。

会议讨论了当前高等职业教育的现状、问题以及课程改革、教材编写等相关议题,通过了“高等职业教育经济管理类专业课程建设协作组和教材编委会组建意见”,同意成立“高等职业教育经济管理类专业课程改革与建设协作组和教材编委会”。协作组成员为各院校经济管理系的系主任,编委会成员由协作组成员和教材的主编组成,一致推举宁宣熙教授为“高等职业教育经济管理类专业课程建设协作组”组长和编委会主任,并决定编写高等职业教育经济管理类专业教材,首批出版教材20本。

“高等职业教育经济管理类专业课程建设协作组”首批会员单位名单:

南京正德职业技术学院

南京工业职业技术学院

南京钟山职业技术学院

南京金肯职业技术学院

江苏经贸职业技术学院

南通纺织职业技术学院

南京人口管理干部学院

镇江市高等专科学校

无锡商业职业技术学院

常州轻工职业技术学院

南京化工职业技术学院

常州信息职业技术学院

常州建东职业技术学院

常州纺织服装职业技术学院

常州工程职业技术学院

南京铁道职业技术学院

南京交通职业技术学院

无锡南洋职业技术学院

江阴职业技术学院

淮阴工学院

东南大学经济管理学院高职部

扬州职业大学

南京商友资讯电子商务应用研究所

东南大学出版社

本次教材建设,江苏省各高等职业技术学院领导给予了大力的支持,积极组织教师参加教材的编写。主编既有原本本科院校的专家教授(现受聘于高等职业技术学院任教),也有长期从事高等职业教育的教师,在此向他们表示衷心的感谢!由于时间仓促,本次专业教材建设还有许多不足的地方,敬请广大高等职业技术学院同行提出批评意见,并欢迎加入“高等职业教育经济管理类专业课程建设协作组”,共同开展高等职业教育经济管理类专业课程改革与教材建设。

高等职业教育经济管理类专业教材编委会

2003年10月

序

高等职业教育是整个高等教育体系中的一个重要组成部分。近几年来,我国高等职业教育进入了高速发展时期,其中经济管理类专业学生占有相当大的比例。面对当前难以预测的技术人才市场变化的严峻形势,造就出大批具有技能且适应企业当前需要的生产和管理第一线岗位的合格人才,是人才市场也是时代的需要。

为培养出适应社会需求的毕业生,高等职业教育再也不能模仿、步趋本科教育的方式,要探索适合高等职业教育特点的教育方式,就要真正贯彻高等职业教育的要求,即“基础理论适度够用、加强实践环节、突出职业技能教育的方针”。为此,有计划、有组织地进行高等职业教育经济管理类专业的课程改革和教材建设工作已成为当务之急。

本次教材编写的特点是:面向高等职业教育系统的实际情况,按需施教,讲究实效;既保持理论体系的系统性和方法的科学性,更注重教材的实用性和针对性;对理论部分实施为实用而设、为实用而教;强调以实例为引导、以实训为手段、以实际技能为目标;深入浅出,简明扼要。为了做好教材编写工作,还要求各教材编写组组织具有高等职业教育经验的老师参加教材编写的研讨,集思广益,博采众长。

经过近一年的努力,首批 20 本教材正式出版发行。这是在 20 多所高等职业院校支持下,几十位高等职业技术学院教师共同努力、上百位有高等职业教学经验的高校老师共同参与高效率工作的结果。

值此出版之际,我们谨向所有支持过本套教材出版的各校领导、教务部门同志和广大编写教师表示诚挚的谢意。

首批教材的出版,只是我们在高等职业教育经济管理类专业教材建设上走出的第一步。我们将继续努力,跟踪教材的使用效果,不断发现新的问题;同时也希望广大教师和读者不吝赐教和批评指正。我们将不断根据新的形势变化与发展要求对教材进行修订,期望它能在几番的磨炼中,成为一套真正适用于高等职业教育的优秀教材。

宁宣熙

2003 年 11 月

前 言

本书是江苏省高等职业院校经济管理类专业系列教材之一,也可作为本科非管理类专业的教材,以及企业管理人员的培训教材。

本教材主要体现了以下几个特点:

一、理论联系实际。在确保阐明基本理论的前提下,收集和插入了大量案例,使学生在缺乏实践的情况下,也能较易理解和掌握理论。在课后的练习中,也安排了理论联系实际的作业,有意识地引导学生用理论去分析实际问题。

二、反映企业管理理论和实践的最新成果。我们在编写中特别注意吸收企业管理理论和实践的最新成果,如“独立董事”、“股份合作制”、“流程再造”、“精益化生产”等,有的理论或实践可能还不够完善,但我们认为只有其主要方面是好的,书中也作了介绍。

三、注意到高等职业教育的特点,在理论的阐述上,尽量写得通俗易懂。

参加本书编写的有:南京工业职业技术学院王靓(第3章);江阴职业技术学院沙梅芳(第8章);无锡商业职业技术学院王海燕(第1章);南通纺织职业技术学院顾景林(第5章);常州工程职业技术学院胡皓灵(第6章);常州纺织服装职业技术学院徐志敏(第7章)、曹为成(第2章);常州轻工职业技术学院杨湘洪(第4章、第10章)、汪标(第9章)。

全书由杨湘洪任主编,负责拟订编写大纲和统稿,副主编徐志敏老师协助工作,汪标老师做了大量的技术性工作。

在本书编写过程中,常州轻工职业技术学院的领导给予了许多关心和支持,东南大学出版社给予了许多帮助和指导,同时也参考了国内外有关专家的教材及文章,在此一并表示衷心的感谢!

如果老师在使用本教材过程中发现问题或不足,或者有什么好的建议和意见,请你一定不吝赐教,及时和我们联系(E-mail: YXH@CZIL.EDU.CN),我们表示万分感谢!

多媒体教学课件下载地址 <http://www.syinfo.net>

编 者
2003.8

目 录

1 企业与企业	(1)
1.1 现代企业	(2)
1.1.1 现代企业的涵义	(2)
1.1.2 现代企业的构成要素和形式	(2)
1.1.3 现代企业环境	(4)
1.1.4 企业与环境的关系	(5)
1.2 企业管理的性质和职能	(6)
1.2.1 企业管理的内涵	(7)
1.2.2 企业管理的性质	(7)
1.2.3 企业管理的职能	(7)
1.3 企业管理理论的发展过程	(9)
1.3.1 企业管理活动的产生和早期管理理论	(9)
1.3.2 古典管理理论	(9)
1.3.3 行为科学理论的创建	(10)
1.3.4 现代管理理论的发展	(12)
1.4 企业管理的发展趋势	(13)
1.4.1 21 世纪初的企业环境	(13)
1.4.2 企业经营战略的发展趋势	(14)
思考题	(16)
2 现代企业制度	(18)
2.1 现代企业制度概述	(19)
2.1.1 现代企业制度的内涵	(19)
2.1.2 现代企业制度的基本特征	(20)
2.2 现代企业制度的基本内容	(21)
2.2.1 现代企业法人制度	(22)
2.2.2 现代企业产权制度	(23)
2.2.3 现代企业组织制度	(23)
2.2.4 现代企业管理制度	(24)
2.3 现代企业制度的基本组织形式	(25)
2.3.1 法人公司制的作用	(25)
2.3.2 公司的主要形式	(25)
2.3.3 公司的组织机构及其各自的职能	(28)
2.4 现代企业制度与我国国有企业改革	(32)
2.4.1 建立现代企业制度是国有企业改革的必由之路	(32)
2.4.2 国有企业改制的主要任务和实质	(35)

2.4.3 国有企业的公司化改造	(35)
思考题	(38)
3 管理经济学	(40)
3.1 管理经济学概述	(41)
3.1.1 管理经济学的内涵	(41)
3.1.2 管理经济学基本分析方法	(42)
3.2 需求理论与分析	(43)
3.2.1 需求与需求曲线	(43)
3.2.2 供给曲线	(44)
3.2.3 市场短缺、均衡与过剩	(44)
3.2.4 需求分析	(45)
3.3 成本利润分析	(47)
3.3.1 管理经济学中常用的几个成本概念	(47)
3.3.2 成本曲线	(48)
3.3.3 成本利润分析方法	(49)
3.4 市场结构与企业决策	(50)
3.4.1 完全竞争市场下的企业决策	(51)
3.4.2 完全垄断市场下的企业决策	(53)
3.4.3 垄断竞争条件下的企业决策	(54)
3.5 风险决策分析	(55)
3.5.1 风险的涵义	(55)
3.5.2 风险的衡量	(56)
3.5.3 风险决策方法	(57)
思考题	(58)
4 现代企业人力资源	(60)
4.1 人力资源管理概述	(61)
4.1.1 人力资源管理	(61)
4.1.2 人力资源管理的任务和原理	(65)
4.2 现代企业人力资源计划	(67)
4.2.1 人力资源计划的内容及意义	(67)
4.2.2 人力资源计划制定的程序	(68)
4.2.3 人力资源的供求预测	(68)
4.3 工作分析和人员的招聘与培训	(69)
4.3.1 工作分析	(70)
4.3.2 人员招聘	(72)
4.3.3 员工培训	(73)
4.4 员工的考核和薪酬管理	(74)
4.4.1 员工的考核	(74)

4.4.2	员工的激励	(76)
4.4.3	现代薪酬管理	(77)
	思考题	(79)
5	现代企业营销	(80)
5.1	现代企业营销概述	(81)
5.1.1	营销的涵义	(81)
5.1.2	营销管理的任务	(82)
5.1.3	营销管理的指导思想	(83)
5.1.4	大市场营销	(84)
5.2	现代企业营销环境分析	(84)
5.2.1	营销环境分析的意义	(84)
5.2.2	宏观环境分析	(85)
5.2.3	微观环境分析	(86)
5.3	现代企业营销管理程序	(87)
5.3.1	分析营销机会	(87)
5.3.2	选择目标市场	(88)
5.3.3	市场定位	(89)
5.4	营销策略	(90)
5.4.1	产品策略	(90)
5.4.2	定价策略	(92)
5.4.3	分销渠道	(93)
5.4.4	促销策略	(96)
	思考题	(99)
6	现代企业财务	(101)
6.1	企业财务管理概述	(101)
6.1.1	财务管理的概念	(101)
6.1.2	财务管理的内容	(103)
6.1.3	影响财务管理的基本因素	(104)
6.2	企业筹资管理	(106)
6.2.1	企业筹资渠道与筹资方式	(106)
6.2.2	筹资原则	(108)
6.2.3	影响企业筹资的因素	(108)
6.2.4	资金需求量预测	(109)
6.2.5	筹资方案的选择——最佳资本结构	(110)
6.2.6	筹资风险的预测和控制	(111)
6.3	企业投资与用资管理	(112)
6.3.1	流动资产的管理	(112)
6.3.2	固定资产的管理	(114)

6.3.3	无形资产管理	(115)
6.3.4	其他资产	(115)
6.3.5	对外长期投资	(116)
6.3.6	企业清算	(116)
6.4	成本、费用、销售收入和利润管理	(117)
6.4.1	成本与费用管理	(117)
6.4.2	销售收入与利润管理	(118)
6.5	财务分析与评价	(120)
6.5.1	财务分析的意义	(120)
6.5.2	财务分析的内容	(120)
6.5.3	财务分析与评价的指标体系	(121)
	思考题	(125)
7	现代企业生产	(126)
7.1	现代企业生产运作管理和生产过程的组织方式	(127)
7.1.1	生产运作管理与生产过程概述	(127)
7.1.2	生产过程组织和生产方式	(130)
7.2	生产管理系统	(133)
7.2.1	生产计划系统的层次	(133)
7.2.2	年度生产计划的制定	(134)
7.2.3	生产能力分析	(136)
7.2.4	主生产计划的制定	(136)
7.2.5	生产作业控制	(137)
7.3	企业资源计划	(138)
7.3.1	物料需求计划	(140)
7.3.2	制造资源计划	(144)
7.3.3	企业资源计划	(147)
7.4	新型生产方式	(148)
7.4.1	JIT 生产方式	(148)
7.4.2	精益生产方式	(152)
7.4.3	敏捷制造	(153)
7.4.4	大规模定制	(154)
	思考题	(155)
8	现代企业质量管理	(157)
8.1	现代企业质量管理概述	(158)
8.1.1	质量的概念	(158)
8.1.2	质量管理的发展阶段	(159)
8.1.3	质量管理职能	(161)
8.2	现代企业全面质量管理	(162)

8.2.1	全面质量管理概念及特点	(162)
8.2.2	全面质量管理的内容	(163)
8.2.3	全面质量管理的基础工作	(164)
8.3	现代企业质量体系与质量认证	(167)
8.3.1	企业质量体系	(167)
8.3.2	产品质量认证	(171)
8.3.3	ISO9000 质量管理和质量保证系列标准	(173)
8.4	现代企业质量管理的常用方法	(175)
8.4.1	主次因素排列图法	(175)
8.4.2	因果分析图法	(177)
8.4.3	分层图法	(178)
8.4.4	直方图法	(180)
8.4.5	控制图法	(180)
8.4.6	散布图法	(185)
	思考题	(186)
9	现代企业信息化	(188)
9.1	企业信息化的层次与内容	(189)
9.1.1	生产作业层的信息化	(189)
9.1.2	管理办公层的信息化	(191)
9.1.3	战略决策层的信息化	(192)
9.1.4	协作商务层的信息化	(193)
9.2	企业信息化的发展阶段	(194)
9.2.1	诺兰模型	(194)
9.2.2	系统进化模型	(195)
9.2.3	渐进式企业信息化模型	(196)
9.3	企业信息化的模式	(198)
9.3.1	企业 - 行业互动模式	(198)
9.3.2	挑战 - 反应模式	(199)
9.3.3	雁行模式	(199)
9.3.4	地域互动模式	(200)
9.4	企业信息的应用与发展	(201)
9.4.1	知识共享系统	(201)
9.4.2	电子商务系统	(202)
9.4.3	售点系统	(204)
9.4.4	办公自动化系统	(205)
	思考题	(205)
10	现代企业创新	(207)
10.1	企业创新的主要内容以及相互联系	(207)

10.1.1	企业创新的涵义	(207)
10.1.2	制度创新是企业创新的核心	(209)
10.1.3	管理创新是企业创新的保证	(211)
10.1.4	技术创新是企业创新的目标和物质保证	(215)
10.2	建立学习型组织的企业	(216)
10.2.1	学习型组织的涵义	(218)
10.2.2	五项修炼——企业建立学习型组织的有效途径	(219)
10.3	企业流程再造(BPR)	(221)
10.3.1	流程和企业流程再造	(221)
10.3.2	企业流程再造的原则和方式	(222)
	思考题	(223)
	参考文献	(225)

1 企业与企业 管理

【学习目标】

- ◎ 了解现代企业的概念和特征,理解现代企业系统的构成要素和形式。
- ◎ 能够分析现代企业的运作环境,了解企业与环境的关系。
- ◎ 掌握企业管理的概念、构成要素、企业管理的职能。
- ◎ 了解企业管理理论的发展演变以及未来企业管理发展的趋势。

【导入案例】

工人们为何不满?

高明最近由大冶某总公司委派到下属的油漆厂,担任油漆厂厂长助理,以协助厂长搞好管理工作。高明毕业于某名牌大学,主修企业管理,来油漆厂之前曾在公司企业管理处负责人力资源管理工作。这次来油漆厂工作,他信心十足。

到油漆厂上班的第一周,高明深入车间体察“民情”。一周后,他不仅对工厂的生产流程已了如指掌,同时也发现了存在的问题:生产效率低下,工人们怨声载道。工人们认为在车间工作又脏又吵,工厂对他们工作的环境压根就没有改善性措施,冬去夏来,他们常常要忍受气温从冬天的零下 10°C 到夏天的 40°C 的剧烈变化,而且报酬也少得可怜。

在第一周里,高明还看到了工人们的有关记录,从中获悉以下信息:

工厂以男性工人为主,约占92%。50%的工人年龄处于25至35岁,36%在25岁以下,14%在35岁以上。工人的文化程度低下,66%的工人小学毕业,初高中毕业占32%,具有中专、技校学历的仅占2%。任职时间较短,50%的人在油漆厂工作仅1年或更短,30%的人工作不到5年,工作5年以上的仅占20%左右。

高明将他一周来所了解的情况向钱厂长做了汇报,同时向他提出自己的一些想法:“钱厂长,与车间工人们在一起,我发现他们的某些需要没有得到满足,我们厂要想真正把生产效率搞上去,必须首先想办法去满足他们的需要。”没想到钱厂长却振振有词地说:“要满足工人们的需要?你知道,他们是被金钱驱动着,而我们是被成就激励着。他们所关心的仅仅是通过工作获得外在的报酬,如能拿到多少工资,他们根本不关心内在的报酬。”钱厂长稍稍停顿了一下,语气更加激愤:“小高,你在车间一周也看到了吧?工人们很懒,他们逃避责任,不全力以赴。问题在于,他们对工作本身根本不关心。”

钱厂长的一席话使高明颇为吃惊,他认为钱厂长对工人们的评价不太正确。通过与工人们一周的接触,他觉得他了解工人,也相信工人。

于是,高明准备第二周向所有的工人发出调查问卷,以便确定出工人们有哪些需要,并找到哪些需要已被满足,哪些未被满足。他希望通过问卷调查结果来说服厂长,重塑油漆厂工人的士气。在问卷中,他根据对工人工作的重要程度排列了15个因素,每个因素都涉及

到他们的特定工作。

调查问卷的结果显示,工人们并不认为他们懒惰,只要工作合适,他们并不在乎多做额外工作。工人们还要求工作具有挑战性、创造性,并激发他们的潜力。比如:他们希望工作复杂多样,能让他们多动脑筋,并提供良好的回报。此外,工人们表达了工作中需要友情的愿望,他们乐于在良好的合作关系中工作并互相帮助、分享快乐和分担忧愁,并且能了解到怎样才能把工作做得更好。

由此,高明得出了一个简单的结论,即导致工人怨恨情绪和低的生产效率的最主要的原因是报酬低、工作单调和人情冷漠。

对组织中人的不同看法,将直接影响到管理者的管理行为。通过本章的学习,可以应用本章所论述的X理论、Y理论、需求层次论、双因素论等内容进行解释和分析。

1.1 现代企业

1.1.1 现代企业的涵义

现代企业是在市场经济条件下,以满足社会需要和获得盈利为目的,以自己可以独立支配的财产为基础,从事物质产品的生产、流通或服务性工作,实行自主经营、自负盈亏,独立核算,并具有法人资格的经济组织。

现代企业是在社会化大生产条件下,生产力和商品经济发展到一定阶段的经济组织。可以从以下几方面来理解:

1) 现代企业是以满足社会需要和获得盈利为目的的经济实体

企业不同于社会上的事业单位和政府部门,它必须追求经济效益和获得盈利,利润既是企业新创造的价值,也是社会对企业所生产的产品或提供的服务能否满足社会需要的认可和报酬。

2) 现代企业必须自主经营、自负盈亏,实行独立核算

企业要实现生产经营的目标,就要保证自己的产品和服务在品种、质量、价格和供应时间上能适应社会的需要。为此,企业必须对市场和社会环境的变动及时主动地做出反应,即要具有经营上的自主权。企业有了生产经营的自主权,就要对企业生产经营的后果负完全的责任,自负盈亏,这就要进行独立的经济核算。

3) 现代企业作为具有法人资格的主体,必须具有法人地位

所谓法人是指具有一定的组织机构和独立的财产,能以自己的名义进行民事活动,享有民事权利和承担民事义务,依照法定程序成立的组织。一般应符合以下几个条件:

(1) 正式在国家政府有关部门注册备案,完成登记手续。

(2) 用专门的名称,有固定的工作地点和组织章程。

(3) 具有一定的组织机构和可以独立支配的财产,实行独立核算。

(4) 能以自己的名义独立对外开展各种经济活动。

1.1.2 现代企业的构成要素和形式

1) 现代企业的构成要素

现代企业具有明显的系统特征,即集合性(整体性)、相关性、目的性和动态环境适应性。

根据系统理论,可以把企业看成一个“输入—转换—输出”的过程。系统的输入就是从社会环境中取得企业生产经营活动的一切资源要素,然后按照人们预定的目标将诸要素有机地结合起来,生产出新的产品或劳务,实现物质的转换,最后再向社会输出,以满足用户、市场或社会的需要,并取得经济效益。企业系统的基本构成要素可以概括为:

- (1) 人力 包括操作人员、技术人员、管理人员及其知识和技能。
- (2) 财力 指企业生产经营活动所需的资金。
- (3) 物力 包括土地、建筑物、机器设备、仪表、工具、天然资源或外购原材料、半成品或成品等劳动手段和劳动对象。
- (4) 信息 包括企业内外的各种情报、数据、资料、图纸、规章制度等,它是人、财、物诸要素运动状态的反映,是维持现代企业正常营运的神经系统。
- (5) 时间 它是一种特殊的资源要素。企业要获得成功,必须抓住时间,充分利用时间。

企业具备了人、财、物、信息和时间,只是有了顺利地进行生产经营的基本条件;而要达到生产经营的预期目标,提高生产经营的有效性,还必须依靠管理,把上述诸要素科学地、有机地组织起来,形成一个系统。

现代企业系统的运作过程如图 1.1.1 所示。

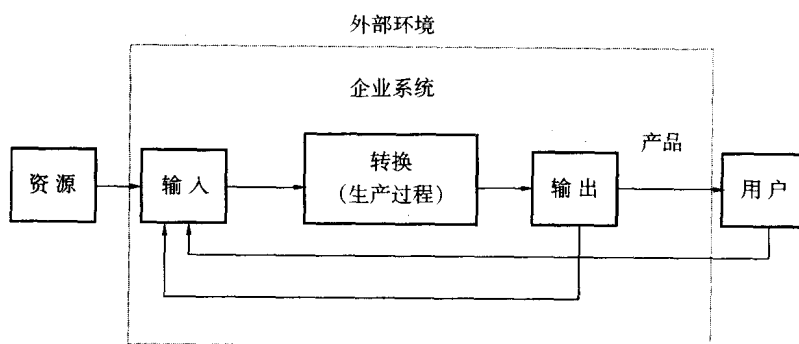


图 1.1.1 现代企业系统的运作过程

2) 现代企业的基本形式

在社会主义市场经济条件下,现代企业的形式一般是以所有制性质、财产组织形式和所承担的法律 responsibility 来划分的。

(1) 国有企业 它是由代表全民的国家作为所有者的一种企业形式,其基本特点是:国家作为全体人民的代表拥有企业的财产所有权,并运用多种手段管理企业的生产经营活动。国有企业是国民经济的主导,在我国社会经济的多种所有制企业形式中,发挥着主力军的作用。

(2) 集体所有制企业 这是生产资料归劳动群众所有的一种企业形式,其特点是:生产资料归企业全体成员共同占有、使用和支配;企业的生产经营收入除上缴给国家一定的税金外,其余的全部归集体所有,可以自由支配和使用。

(3) 独资企业 是指由一人出资兴办,财产完全归个人所有,由个人经营和控制的企业。这种企业不具有法人资格,在法律上为自然人企业。其特点是:自然人因素对企业影响大;资本少;企业规模小;决策简便;经营灵活;业主承担无限责任。

(4) 合伙制企业 它是由两个或两个以上的个人联合经营的企业,合伙人分享企业所得,并对经营亏损共同承担责任。它可以由部分合伙人经营,其他合伙人仅出资并共负盈亏,也可以由所有合伙人共同经营。多数合伙制企业规模较小,但也有的合伙制企业规模较大,合伙者人数较多。

1.1.3 现代企业环境

1) 宏观大环境

企业运作的宏观大环境包括政治法律因素、社会文化因素、技术因素及经济因素。

(1) 政治法律因素 首先是政治因素,是指执政党的政治观点、方针、政策。其次是法律因素,它强制规定企业可以干什么、不可以干什么及怎么干,包括国家及地方政府制定的法律、法规、条例等约束形式,如《企业财务通则》《广告法》《公共场所禁烟规定》等。

(2) 社会文化因素 社会文化因素由企业所在社会的习俗、道德、价值观及人口统计特征所构成。从作为市场主体的消费者行为看,它是消费心理的一个基础。社会文化因素还影响员工行为并决定经理的管理方式。

(3) 技术因素 技术是指企业将资源转化为其产品或服务所凭借的手段。从人类文明史来看,新技术的发明、发现呈加速增长,尤其是信息技术的不断更新极大地改变了企业的生产及管理模式。任何一个企业都生长在一个技术高速变化的环境中,不进则退。

(4) 经济因素 经济环境状态可用经济景气概念测度。经济景气是衡量一个国家或地区经济运行态势的综合性指标,包括宏观经济景气和微观经济景气两方面。

宏观经济景气通常是以一系列相互联系的经济指标组成一个科学的监测评价体系,来综合显示宏观经济运行处于是否正常的状态。这些经济指标包括工业增加值、固定资产投资、消费品零售总额、企业存款、银行货币支出、财政支出、进口额、工资性支出、物价指数等12项。

微观经济景气通常是以一套科学的问卷调查方式取得企业家或消费者对经济变动,尤其是微观经济变动的主观感受与判断,用以反映经济运行态势。

经济景气状况影响企业经营运作。我国国家统计局及卡斯特经济评价中心已开始景气研究,定期在《经济日报》公布。

2) 企业运作环境

在国际化政治法律、社会文化、技术及经济因素背景下,企业所具体面对的环境是其运作环境,包括客户(中间商客户、终端用户或消费者)、供应商、竞争者、政府部门、新闻媒介、社区、社会团体以及除供应商外的其他业务关联单位。

对特定企业的生存与发展有种种影响的组织或机构的集合构成其运作环境系统。

(1) 客户 客户是购买某企业产品或服务的组织或群体。对于某企业,客户包括两层涵义:一是指一级购买者,即中间商;二是指终端用户,含工业用户和消费者。客户就是市场,掌握了客户就等于掌握了市场。

(2) 供应商 供应商是向某企业提供资源的组织,还包括向企业供应资金的供应机构,如银行、投资公司、股东等;人力资源供应者,如人才中心、学校、培训机构等;还有供应信息的机构,如市场研究公司、商情杂志社等。

(3) 竞争者 竞争者是与某企业在客户及资源上有争夺关系的组织,如可口可乐与百事可乐、娃哈哈与乐百氏。竞争者主要体现于同行之间。除此之外,生产替代品或替代服务