

2011
年版

2011年版全国经济专业技术资格考试

本书按照2011年最新大纲和教材编写

工商管理专业知识与实务(中级)

全程应试辅导

成启东 编著

本书五大特点

多

覆盖全部考点，囊括六年真题，解析全部答案

快

迅速掌握重点，快速吃透真题，即刻巩固知识

好

严格依据大纲，结合最新考情，质量精益求精

省

提炼重点难点，有讲有练有解，省时省力省心

全

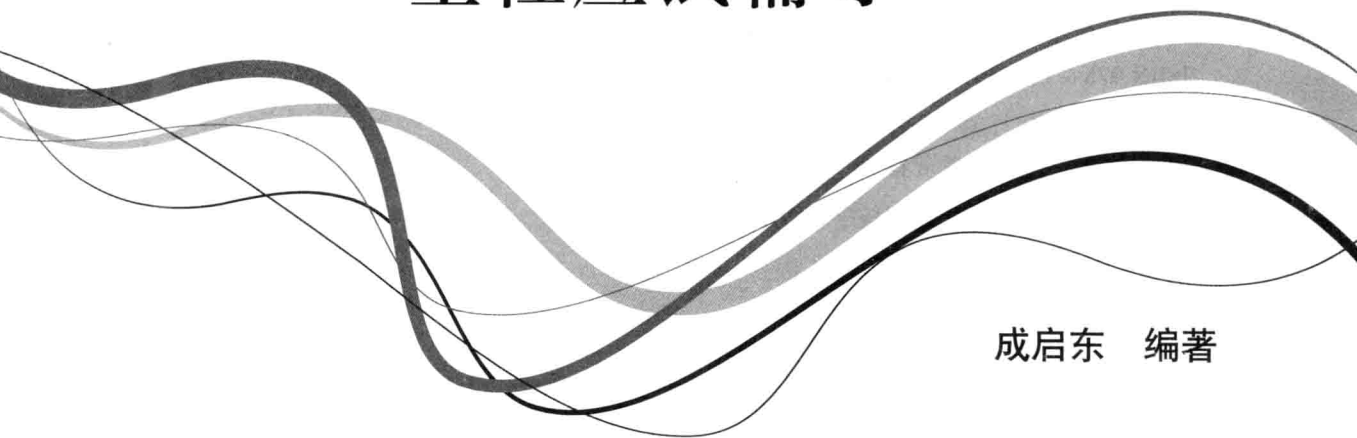
适于考点背诵，包含同步练习，附有模拟试卷

中国宇航出版社

2011年版全国经济专业技术资格考试

工商管理专业知识与实务(中级)

全程应试辅导

A series of overlapping, wavy, horizontal lines in various shades of gray and black, flowing from the left side of the cover towards the right, creating a sense of movement and design.

成启东 编著

中国宇航出版社
· 北京 ·

内 容 简 介

本书以 2011 年全国经济专业技术资格考试大纲和教材为依据,结合历年考试真题,按照“读书、做题、模考”三段学习法的科学思路安排内容,帮助考生把握命题思路、掌握重点、攻克难点,以达到有的放矢、提高效率的效果,是应考者快速贯通考点、顺利通过考试的必备书籍。

版权所有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

工商管理专业知识与实务(中级)全程应试辅导 /
成启东编著. -- 北京:中国宇航出版社, 2011.9

(2011 年版全国经济专业技术资格考试)

ISBN 978-7-5159-0034-6

I. ①工… II. ①成… III. ①工商行政管理-从业人员-资格考核-自学参考资料 IV. ①F203.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 172488 号

策划编辑 董 琳 封面设计 上品设计
责任编辑 董 琳 责任校对 许 磊

出 版 中国宇航出版社

社 址 北京市阜成路 8 号 邮 编 100830
(010) 68768548

网 址 www.caphbook.com

经 销 新华书店

发行部 (010) 68371900 (010) 88530478 (传真)
(010) 68768541 (010) 68767294 (传真)

零售店 读者服务部 北京宇航文苑
(010) 68371105 (010) 62529336

承 印 北京中新伟业印刷有限公司

版 次 2011 年 9 月第 1 版

2011 年 9 月第 1 次印刷

规 格 787 × 1092

开 本 1/16

印 张 17

字 数 525 千字

书 号 ISBN 978-7-5159-0034-6

定 价 35.00 元

本书如有印装质量问题,可与发行部联系调换

序 言

为了帮助参加2011年全国经济专业技术资格考试的广大考生顺利过关，我们组织了有多年考试辅导经验的专家学者，精心编写了这套“2011年版全国经济专业技术资格考试全程应试辅导”丛书。该考试分为初级、中级两个层次，通过该考试是取得相应初级、中级经济技术职称的必备条件。

本书在编写过程中力求体现以下功能与特点：

第一，与时俱进，紧扣大纲。本书严格按照国家人事部颁布的2011年全国经济专业技术资格考试大纲及统编教材编写，所选习题及答案均以此为依据。

第二，栏目设置科学、合理。本书按照“读书、做题、模考”三段学习法的科学思路相应设置了“考点精讲与真题解析”“同步自测”“模拟试卷”三个栏目，以全程辅导的形式帮助读者按照正确的方法复习备考、集考点背诵手册、练习题集及押题模考试卷三项功能于一体。

第三，贴近实战，准确把握考试难度和命题特点。众所周知，历年真题是最好的练习题。本书在例题的选取上便是以历年真题为主，通过真题演练让考生了解考试的重点、难点、难度等关键问题，有的放矢，切实提高广大考生的应试能力。

第四，答案解析准确、详尽，便于读者自学。大部分考生都是在职人士，主要依靠自学，本书对每道习题都进行了准确、详尽的答案解析，非常便于读者自学。

准确把握学习规律、掌握科学学习方法是顺利通过考试的重要因素。根据我们多年的考试辅导经验，三段学习法是一种行之有效的好方法，即按照读书、做题、模考三个阶段进行复习备考。每个阶段有每个阶段的任务，需要大家尽力去完成，以达到事半功倍的效果。

第一阶段，认真阅读教材。本书“考点精讲”部分，是对指定教材的提炼与归纳，可以帮助读者迅速掌握重点，熟悉常见考点。

同时参照“真题解析”明白考试考什么、怎么考，哪些需要理解，哪些需要熟记，哪些需要再认，哪些需要再现。这对于提高学习质量与效率至关重要。

第二阶段，章节演练。仅仅熟悉考点还远远不够，这只是初步掌握知识结构，必须把知识转化为解题的能力，这就需要进行大量的习题演练。本书“同步自测”提供了大量全面覆盖考点、接近考试真题、难易适中的练习题。同时，我们对每一道习题都进行了深度解析，让大家知其然更知其所以然。学完一章内容后，应该马上进行同步自测，第一时间检验学习效果，迅速发现并解决问题。这是一个不可缺少的信息反馈、建立考点反射的过程。

第三阶段，模拟考试。至少要进行两次模拟考试。因为正式考试是在特定环境下、固定时间内对解题能力的考查，这要求考生必须保证较高的答题速度和正确率。大家可以找一个与考场近似的环境，严格按照规定的时间进行模拟考试。

本书模拟试题在考核重点、题型、题量、难度、命题风格等方面接近真题，是广大读者考前全面检验学习效果的标尺。

对于本套丛书的编写尽管我们已经殚精竭虑，但由于水平有限、时间紧迫，不周之处在所难免，希望大家谅解。我们的联系电话是 13681387472，邮件 suoxh@139.com，欢迎大家联系，我们一定竭诚为您解答。

预祝广大读者顺利通过 2011 年全国经济专业技术资格考试，在新的人生征程中大展鸿图。

编 者

2011 年 8 月于中央财经大学

目 录

第一章 企业战略与经营决策	1
考情分析	1
考点精讲与真题解析	1
第一节 企业战略概述	1
考点一 企业战略的特征与战略管理的方法	1
考点二 企业战略的制定	3
考点三 企业战略的实施	3
考点四 企业战略的控制	4
第二节 企业战略分析	6
考点五 宏观环境分析	6
考点六 行业环境分析	7
考点七 企业内部环境分析	8
考点八 综合分析法	10
第三节 企业战略类型与选择	11
考点九 基本竞争战略	11
考点十 企业成长战略	13
考点十一 企业稳定战略	15
考点十二 企业紧缩战略	16
第四节 企业经营决策	16
考点十三 企业经营决策概述	16
考点十四 企业经营决策过程	17
考点十五 定性决策方法	18
考点十六 定量决策方法	19
同步自测	21
同步自测解析	28
第二章 公司法人治理结构	34
考情分析	34
考点精讲与真题解析	34
第一节 公司治理及其运行机制	34
考点一 公司治理的内涵	34
考点二 公司的内部治理机制和外部治理机制	34
考点三 公司治理的基本模式	35
第二节 公司所有者与经营者	36
考点四 公司的原始所有权和财产所有权	36

考点五 公司财产权能的两次分离	36
考点六 公司经营者的含义、特征和作用	37
考点七 公司经营者的素质要求、选择方式和激励约束机制	38
考点八 所有者与经营者的关系	40
第三节 股东机构	41
考点九 股东的含义、分类和构成	41
考点十 股东的法律地位、权利和义务	41
第四节 董事会	44
考点十一 董事会的地位、性质、职权和运行准则	44
考点十二 董事和独立董事	46
考点十三 有限责任公司、股份有限公司和国有独资公司 董事会运行规则	48
第五节 经理机构	49
考点十四 董事会与经理的关系	49
考点十五 经理的职权、义务、责任和选择	49
第六节 监督机构	50
考点十六 监事会和监事会制度	50
考点十七 有限责任公司、股份有限公司和国有独资公司监事会的组成、 性质、职权和运行规则	51
同步自测	52
同步自测解析	56
 第三章 市场营销与品牌建设	61
考情分析	61
考点精讲与真题解析	61
第一节 市场营销概述	61
考点一 市场营销的含义	61
考点二 市场营销的功能与作用	61
考点三 市场营销的管理与任务	62
第二节 环境分析与市场定位	64
考点四 环境分析	64
考点五 市场细分	65
考点六 目标市场	65
考点七 市场定位	67
第三节 市场营销策略	67
考点八 产品策略	67
考点九 价格策略	69
考点十 渠道策略	71
考点十一 促销策略	72
第四节 品牌与品牌战略概述	73
考点十二 品牌的内涵	73
考点十三 品牌的作用	74
考点十四 品牌效应	75
考点十五 品牌战略	76

第五节 品牌战略的实施	77
考点十六 品牌打造	77
考点十七 品牌战略的类型	78
考点十八 品牌的维护	79
考点十九 品牌拓展	80
同步自测	81
同步自测解析	82
 第四章 生产管理与控制	 84
考情分析	84
考点精讲与真题解析	84
第一节 生产计划	84
考点一 生产能力的概念、种类、影响因素与核算	84
考点二 生产计划的概念与指标	87
考点三 生产计划的编制	89
考点四 产品生产进度的安排	89
第二节 生产作业计划	90
考点五 生产作业计划的概念与特点	90
考点六 期量标准	91
考点七 生产作业计划编制	91
第三节 生产控制	92
考点八 生产控制的概念	92
考点九 生产控制的基本程序	92
考点十 生产控制的方式	93
第四节 生产作业控制	94
考点十一 生产进度控制的概念、目的和内容	94
考点十二 在制品控制	94
考点十三 库存控制	95
考点十四 生产调度	97
第五节 现代生产管理与控制的方法	98
考点十五 MRP、MRP II 和 ERP	98
考点十六 丰田生产方式和看板管理	101
同步自测	104
同步自测解析	106
 第五章 物流管理	 108
考情分析	108
考点精讲与真题解析	108
第一节 物流管理概述	108
考点一 物流及企业物流的基本概念	108
考点二 企业物流的内容	109
考点三 企业物流的分类	110
考点四 考点企业物流的作业目标	110

第二节 企业采购与供应物流管理	111
考点五 企业采购管理的含义、特征及功能	111
考点六 企业采购管理的目标和原则	112
考点七 企业采购管理的业务流程	112
考点八 企业供应物流的基本任务及其作用	112
第三节 企业生产物流管理	113
考点九 企业生产物流概述	113
考点十 准时制生产 (JIT)	114
第四节 企业仓储与库存管理	117
考点十一 企业仓储管理	117
考点十二 企业仓储管理的主要业务	117
考点十三 企业库存管理与控制	118
考点十四 经济订货批量模型	119
第五节 企业销售物流管理	120
考点十五 企业销售物流概述	120
考点十六 企业销售物流的组织	120
考点十七 企业销售物流管理	122
考点十八 企业销售物流管理效果的评价	123
同步自测	123
同步自测解析	125
 第六章 技术创新管理	127
考情分析	127
考点精讲与真题解析	127
第一节 技术创新的含义、类型与过程	127
考点一 技术创新的含义	127
考点二 技术创新的类型	128
考点三 技术创新的过程	129
第二节 技术创新组织与管理	133
考点四 技术创新与企业组织结构的互动	133
考点五 企业内部的技术创新组织模式	134
考点六 企业外部的技术创新组织模式	135
考点七 企业 R&D 管理	137
第三节 技术转移与技术交易	139
考点八 技术转移	139
考点九 技术交易	143
考点十 国际技术贸易	144
第四节 技术创新与知识产权管理	146
考点十一 知识产权的含义与特征	146
考点十二 技术创新与知识产权制度的关系	146
考点十三 企业知识产权保护策略	147
考点十四 技术合同的类型	148
考点十五 技术合同管理	150
同步自测	150
同步自测解析	155

第七章 人力资源规划与薪酬管理	161
考情分析	161
考点精讲与真题解析	161
第一节 人力资源规划	161
考点一 人力资源规划的含义与内容	161
考点二 人力资源规划的制定程序	162
考点三 人力资源需求与供给预测	163
第二节 绩效考核	165
考点四 绩效与绩效考核的含义	165
考点五 绩效考核的内容和标准	166
考点六 绩效考核的步骤和方法	166
第三节 薪酬管理	167
考点七 薪酬的概念与构成	167
考点八 薪酬的功能	168
考点九 企业薪酬制度设计的原则和流程	168
考点十 企业薪酬制度设计的方法	170
第四节 企业劳动合同管理与劳动争议处理	173
考点十一 企业劳动合同管理	173
考点十二 企业劳动争议处理	181
同步自测	186
同步自测解析	191
 第八章 企业投融资决策及重组	198
考情分析	198
考点精讲与真题解析	198
第一节 筹资决策	198
考点一 资本成本	198
考点二 个别资本成本率的计算	199
考点三 综合资本成本率的测算	200
考点四 杠杆理论	201
考点五 资本结构理论	203
考点六 筹资决策的定性分析方法	204
考点七 筹资决策的定量分析方法	205
考点八 公司上市筹资	205
第二节 投资决策	206
考点九 现金流量的内容及估算	206
考点十 项目投资决策评价指标	207
第三节 企业重组	209
考点十一 企业重组的含义	209
考点十二 收购与兼并的含义与类型	210
考点十三 并购动机	211
考点十四 并购的财务分析	212

考点十五	分立的含义及种类	213
考点十六	公司分立的动机	214
考点十七	公司分立不同手段的优缺点比较	215
考点十八	资产置换与资产注入	216
考点十九	债转股与以股抵债	216
考点二十	价值评估基本方法	217
同步自测		218
同步自测解析		223
模拟试卷（一）		228
答案速查与精讲解析（一）		236
模拟试卷（二）		243
答案速查与精讲解析（二）		252

第一章 企业战略与经营决策



考情分析

第一章是管理学基础知识,涵盖了企业战略的环境分析、选择、制定、实施与控制,以及企业经营决策等重要内容,本章主要多以单选题、多选题、案例题出现。

最近三年本章考试题型及分值

年 份	单项选择题	多项选择题	案例分析题	合 计
2008 年	14 题 14 分	2 题 4 分	2 题 4 分	18 题 22 分
2009 年	15 题 15 分	2 题 4 分	1 题 2 分	18 题 21 分
2010 年	10 题 10 分	2 题 4 分	3 题 6 分	13 题 20 分



考点精讲与真题解析

第一节 企业战略概述

考点一 企业战略的特征与战略管理的方法

(一) 企业战略的特征与层次

企业战略是指企业在市场经济竞争激烈的环境中,在总结历史经验、调查现状、预测未来的基础上,为谋求生存和发展而作出的长远性、全局性的谋划或方案。

1. 企业战略的特征

企业战略的特征如表 1-1 所示。

表 1-1 企业战略的特征

企业战略的特征	含义
全局性与复杂性	根据企业总体发展的需要而制定的,它所追求的是整体效果,因而是一种总体决策。全局是由若干局部所组成,战略的制定、实施和评价都是一个复杂的系统工程
稳定性与动态性	企业战略制定的着眼点在未来而不是目前,需要考虑长远的效益,因此,企业战略实施过程具有较强的稳定性。但是,如果企业内外部环境发生较大的变化,企业战略必须能够随之修改,因此,战略又具有动态性的特点
收益性和风险性	企业战略的目标是达成企业发展的愿景和未来目标,因此,对企业自身而言,企业战略能够带来显性或隐性的收益。同时,随着环境动态性的增强,许多事物具有不可测性,环境的不确定性因素增多,因此企业战略的制定及实施具有一定的风险性

2. 企业战略的层次

企业战略一般分为三个层次：企业总体战略、企业业务战略和企业职能战略，如图 1-1 所示。

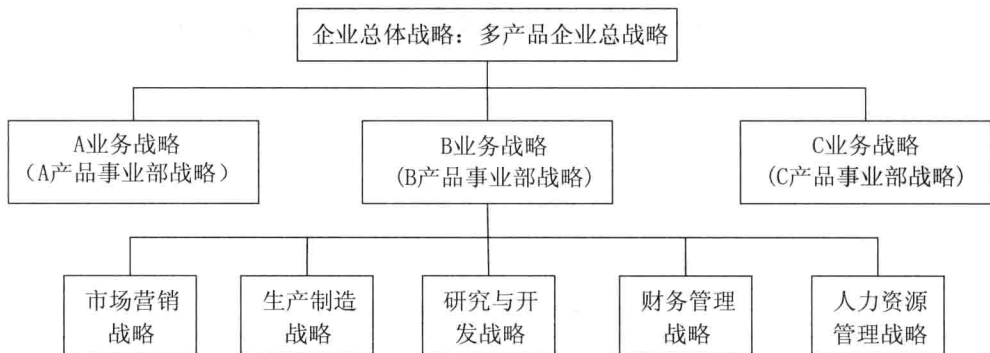


图 1-1 企业战略层次图

(1) 企业总体战略。一般是以公司整体为研究对象，研究整个企业生存和发展中的一些基本问题，它是企业总体的最高层次的战略，是整个企业发展的总纲，是企业最高管理层指导和控制企业的一切行为的最高行动纲领。企业总体战略决定和揭示企业的目的和目标。

(2) 企业业务战略（竞争战略或事业部战略）。是企业内部各部门和所属单位在企业总体战略指导下，经营管理某一个特定的经营单位的战略计划。企业业务战略是位于经营层面的战略，它的目的（或重点）是改进一个业务单位在它所从事的行业中，或某一特定的细分市场中所提供的产品和服务竞争地位。它是在总体性企业战略的指导下，经营某一特定经营单位所制定的战略计划，是企业总体战略之下的子战略。

(3) 企业职能战略。是为实现企业战略而对企业内部各项关键职能活动作出统筹安排，包括生产制造战略、市场营销战略、财务管理战略、人力资源管理战略和研究与开发战略等。企业职能战略主要解决资源利用效率问题，使企业资源利用效率最大化。

【例 1-1】某家电企业决定进军医药行业，这属于（ ）层次的企业战略。（2010 年单选题）

- A. 总体战略 B. 职能战略 C. 业务战略 D. 重组战略

【解析】A 企业总体战略决定和揭示企业的目的和目标，A 选项入选。

【例 1-2】某食品生产企业决定进军家电业，该企业的这项战略属于（ ）。（2009 年单选题）

- A. 企业业务战略 B. 企业职能战略
C. 企业竞争战略 D. 企业总体战略

【解析】D “食品生产”企业进军“家电业”，该战略属于关系到整个企业发展的总体战略。本题考核企业战略的层次。

（二）企业战略管理的内涵

企业战略管理是指企业战略的分析与制定、评价与选择以及实施与控制，使企业能够达到其战略目标的动态管理过程。首先，企业战略管理是企业战略的分析与制定、评价与选择、实施与控制，三者形成一个完整的、相互联系的管理过程。其次，企业战略管理是把企业战略作为一个不可分割的整体来加以管理的，其目的是提高企业整体优化的水平，使企业战略管理各个部分有机整合以产生集成效应。最后，企业战略管理关心的是企业长期稳定和高速度发展，它是一个不断循环往复、不断完善、不断创新的过程，是螺旋式上升的过程。

考点二 企业战略的制定

一个战略的制定过程实际上就是战略的决策过程,如果企业不能对战略制定的所有工作进行科学有序的管理,企业就难以及时有效地制定出正确的经营战略。其基本步骤如下:

- (1) 确定企业的愿景、使命和战略目标。
- (2) 准备战略方案。
- (3) 评价和确定战略方案。

考点三 企业战略的实施

企业战略实施是企业战略管理的关键环节,是动员企业全体员工充分利用并协调企业内外一切可利用的资源,沿着企业战略的方向和途径,自觉而努力地贯彻战略,以期待更好地达成企业战略目标的过程。

(一) 企业战略实施的步骤

战略实施流程主要包括三个步骤,如图 1-2 所示。

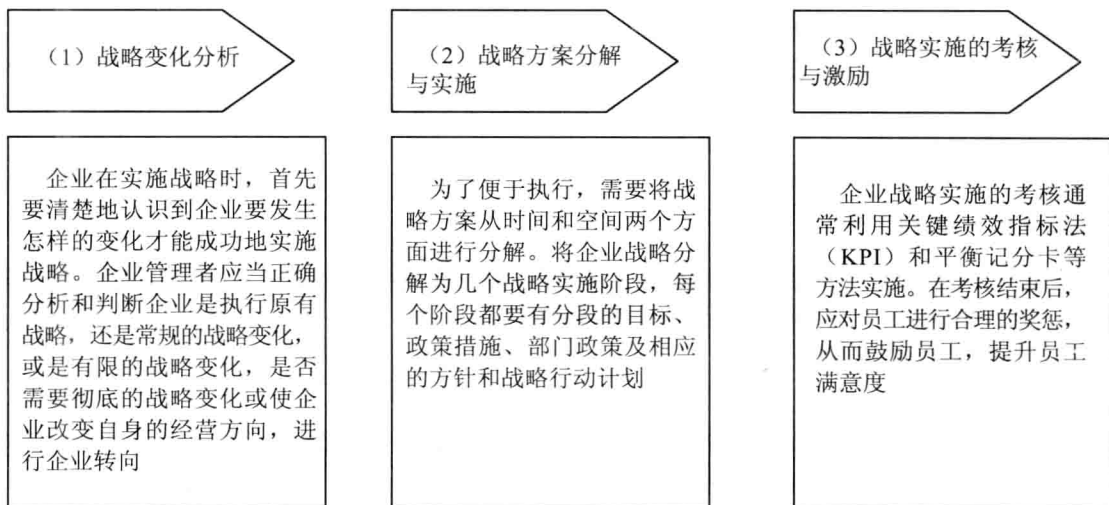


图 1-2 战略实施流程

(二) 企业战略实施的模式

在企业战略实践中,战略实施有五种不同的模式:

1. 指挥型

战略制定者要向企业高层领导提交企业战略的方案,企业高层领导经研究后作出结论,确定战略后,向企业管理人员宣布企业战略,然后强制下层管理人员执行。这种模式的特点是企业管理者考虑的是如何制定一个最佳战略的问题。

2. 转化型

转化型模式是从指挥型转变来的。该模式十分重视运用组织结构、激励手段和控制系统来促进战略实施。在原有分析工具的基础上增加了三种组织行为科学的方法:①利用组织机构和参谋人员明确地传递企业优先考虑的事务和信息,把注意力集中在所需要的领域;②实施规划系统、效益评价以及激励补偿等手段,以便支持实施战略的行政管理系统;③运用文化调节的方法促进整个系统发生变化。该模式的缺点是:如过分强调组织体系和结构,有可能失去战略的灵活性,

因此该模式较适合于环境确定性较大的企业。

3. 合作型

该模式把战略决策范围扩大到企业高层管理集体之中,调动了高层管理人员的积极性和创造性。协调高层管理人员成为管理者的工作重点。它的不足之处是,战略是不同观点、不同目的的参与者相互协商后的产物,可能会降低战略的经济合理性。这种模式比较适合于复杂而又缺少稳定性环境的企业。

4. 文化型

该模式是把合作型的参与成分扩大到了企业的较低层次,力图使整个企业人员都支持企业的目标和战略。这种模式的不足之处在于,企业员工必须有较高的素质,企业采用这一模式要耗费较多的人力和时间,强烈的企业文化可能会掩盖企业中的某些问题。

5. 增长型

在这一模式中,企业的战略是从基层单位自下而上地产生。它的关键是激励管理人员的创造性,制定与实施完善的战略,使企业的能量得以发挥,并使企业实力得到增长。这种模式对管理者的要求很高,要能正确评判下层的各种建议,淘汰不适当的方案。

【例1-3】企业在战略实施过程中,深入宣传发动、使所有人员都参与并且支持企业的目标和战略,这是()战略实施模式。(2007单选题)

- A. 指挥型 B. 转化型 C. 合作型 D. 文化型

【解析】D 文化型模式是把合作型的参与成分扩大到了企业的较低层次,力图使整个企业人员都支持企业的目标和战略。在该模式中,管理者起到指导者的作用,通过灌输一种适当的企业文化,使战略得以实施。

考点四 企业战略的控制

战略控制,是指企业战略管理者及参与战略的实施者根据战略目标和行动方案,对战略的实施状况进行全面评审,及时发现偏差并纠正偏差的活动。

(一) 战略控制的原则

1. 确保目标原则

战略控制过程是确保达成企业目标的过程,通过执行战略计划确保战略目标的实现。既要控制短期性经营活动,也要控制长期性战略活动。

2. 适度控制原则

控制过程要严格但不乏弹性。控制切忌过度,只要能保持与目标的一致性,保持战略实施的正确方向,就应尽可能少地干预实施过程中发生的问题。否则,控制过多可能会引起混乱和目标移位。

3. 适时控制原则

控制要掌握适当时机、选择适当的时候进行战略修正,要尽可能避免在不该修正时采取行动或者在需要纠正时没有及时采取行动。

4. 适应性原则

控制应能反映不同经营业务的性质与需要。经营业务有大有小,对达成组织目标的影响力有轻有重,应视各部门的业务范围、工作特点等制定不同监控标准和方式,才能适应不同经营业务的需要。

(二) 战略控制的流程

战略控制的目标就是使企业战略的实际实施效果尽量符合战略的预期目标。为了达到这一点,战略控制过程可以分为四个步骤,如图1-3所示。

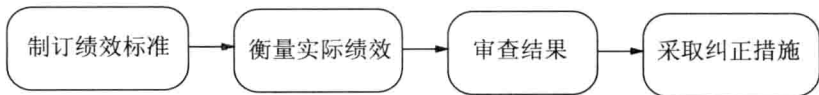


图 1-3 战略控制的流程

战略控制过程实际上是一个不断肯定与否定的循环过程。在这一过程中，不仅要发现问题，找到原因，纠正偏差，而且也应该肯定成绩，总结经验，以资激励。

（三）战略控制的方法

战略控制需要综合、正确地运用各种现代化的控制方法，而且控制方法的选择恰当与否将直接关系到控制的效果。

1. 杜邦分析法

美国杜邦公司开发使用的杜邦分析法财务控制系统在国际上已得到广泛的承认。如图 1-4 所示，杜邦分析法利用几种主要的财务比率之间的关系来综合地分析企业的财务状况，从而用来评价公司赢利能力和股东权益回报水平，从财务角度评价企业绩效和战略实施状况。

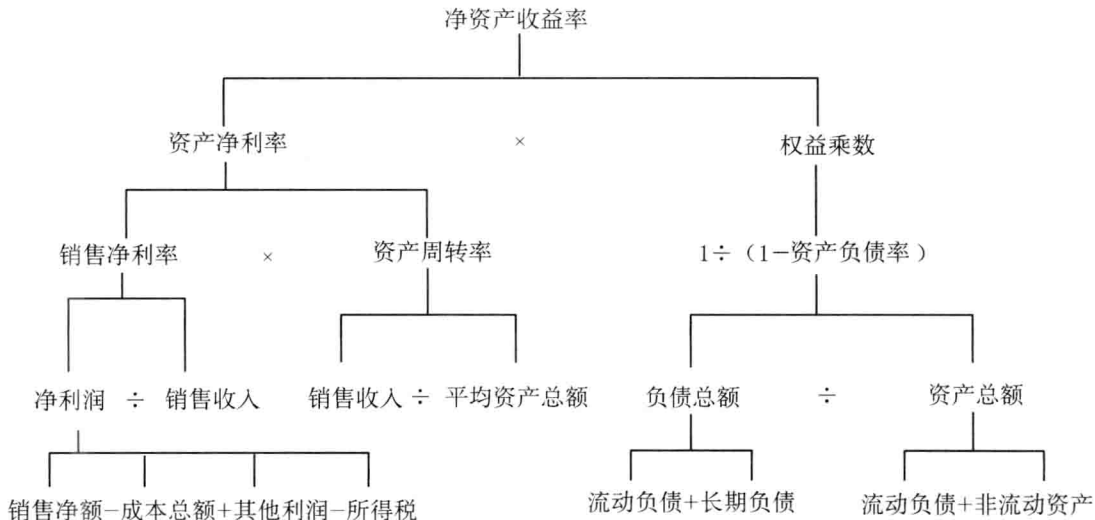


图 1-4 杜邦分析法

【例 1-4】企业通常运用各种现代化的控制方法进行战略控制。运用杜邦分析法旨在进行（ ）。（2009 年单选题）

- A. 质量控制 B. 进度控制 C. 财务控制 D. 工艺控制

【解析】C 杜邦分析法是一种用来评价公司赢利能力和股东权益回报水平，从财务角度评价企业绩效的经典方法。企业可通过该方法详细了解企业的经营状况，进行财务控制。

2. 平衡记分卡

平衡记分卡是将组织的战略落实为可操作的衡量指标和目标值的一种新型绩效评价方法。设计平衡记分卡的目的就是要建立“实现战略引导”的绩效监控系统，从而保证企业战略得到有效的执行。因此，人们通常称平衡记分卡是加强企业战略执行力的最有效的战略控制工具。

平衡记分卡的设计包括四个方面：财务角度、顾客角度、内部经营流程、学习与成长。

3. 利润计划轮盘

利润计划轮盘是由哈佛商学院工商管理学教授罗伯特·西蒙斯 1998 年在《利润计划要诀》

一文中提出的一种基于企业战略的业绩评价模式,它是一种主要应用于战略业绩目标的制定和战略实施过程控制的战略管理工具。

利润计划轮盘由利润轮盘、现金轮盘和净资产收益率轮盘三部分组成。这三个轮盘就像齿轮一样相互咬合成一个整体的三个循环,其中任何一个轮盘的数量发生了调整和变化,就会导致所有变量的改变,管理者在制定利润计划之前,必须对三个轮盘进行分析。

第二节 企业战略分析

考点五 宏观环境分析

战略环境分析是企业战略管理的基础,其任务是根据企业目前的市场“位置”和发展机会来确定未来应该达到的市场“位置”。战略环境分析主要包括宏观环境分析、行业环境分析和企业内部环境分析。

宏观环境是指在国家或地区范围内对一切产业部门和企业都将产生影响的各种因素或力量。宏观环境分析包括政治环境、经济环境、社会文化环境和科学技术环境分析。

(一) 政治环境分析

政治环境是指制约和影响企业的各种政治要素及其运行所形成的环境系统。政治因素对企业的生存和发展带来了异常巨大显著的影响,同时影响企业生存和发展的其他社会因素也会因为政治条件及状况的不同而对企业产生不同的影响。政治环境分析主要分析国内的政治环境和国际的政治环境。具体而言,政治因素分析包括:

1. 企业所在地区和国家的政局稳定状况

区域政治环境稳定是企业战略发展必不可少的稳定前提,保障企业实现自身的利益。

2. 政策的连续性和稳定性

政策的连续性和稳定性有利于保护消费者、保护环境、调整产业结构、引导投资方向。

3. 政府对企业行为的影响

作为供应者,政府拥有自然资源、土地和国家储备等,其决定与偏好极大地影响了一批企业的战略;作为购买者,政府很容易培养、维持、增强、消除许多市场机会,如政府购买。

此外,政治环境因素还包括国际政治形势及其变化,主要有:国际政治局势、国际关系、目标国的国内政治环境等。

(二) 社会文化环境分析

宏观环境中的社会文化因素主要包括两大类,即人口统计因素和文化方面的因素。前者包括人口出生率、人口的年龄结构、性别结构、劳动力资源结构、教育程度结构、人口质量、人口城市化等。后者包括人们的价值观念、工作态度、消费倾向、伦理道德、风俗习惯等。

1. 人口环境

(1) 人口数量。一个国家或地区的人口总量决定着该国家或地区许多行业的劳动力供给状况和潜在市场容量。市场是由具有购买欲望同时又有支付能力的人口构成的。

(2) 人口的地域结构。人口的地域结构同产业结构有密切联系,在我国已出现人口由农村流向城市,由第一产业流向第二产业、第三产业,由经济欠发达地区流向经济较发达地区的趋势。

(3) 人口质量。人口质量主要指人口的身体素质、思想道德素质和文化科学技能素质,这是就个体人口质量来说的。

2. 文化因素

文化对于人们认识经济发展规律、调整人们的经济活动、加速或延缓经济发展有重大影响。

(1) 文化传统。文化传统对企业的影响是间接的、潜在的和持久的,文化传统的基本要素包