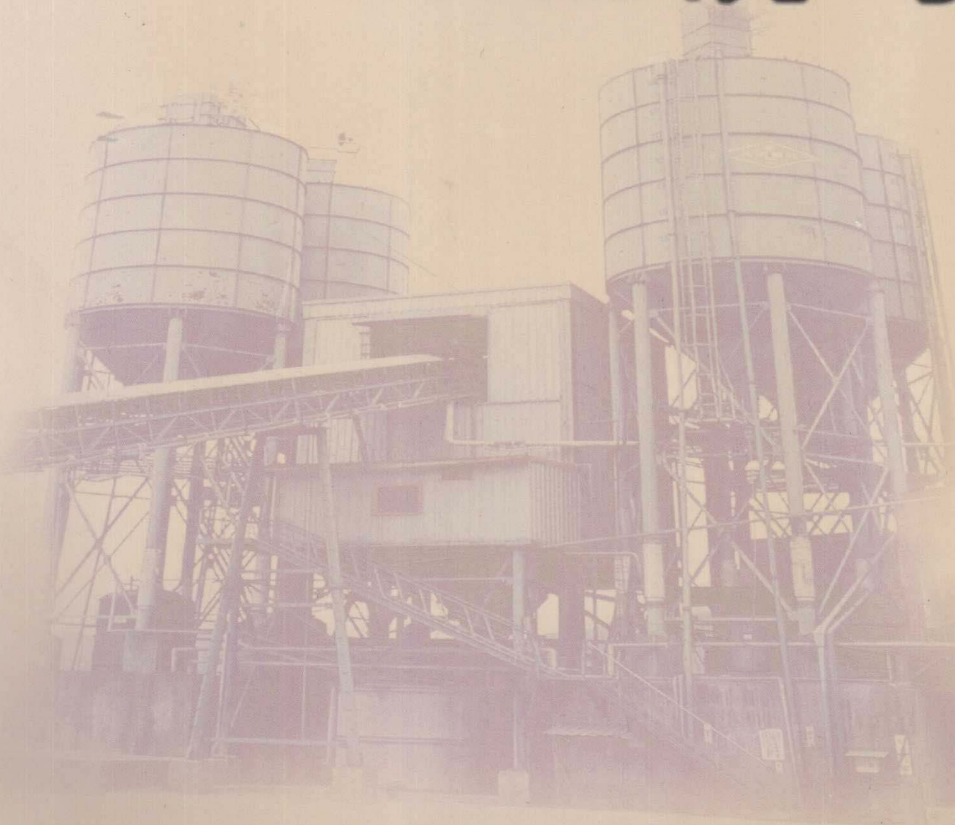


企业

邱晓华 主编

 中国统计出版社
China Statistics Press

经济学



企 业 经 济 学

邱晓华 主编

中国统计出版社

(京)新登字 041 号

图书在版编目(CIP)数据

企业经济学/邱晓华著. —北京:中国统计出版社,2002.9

ISBN 7-5037-3906-1/F·1488

I. 企... II. 邱... III. 企业经济-经济理论 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 069229 号

封面设计/袁玉珠

出 版/中国统计出版社

通信地址/北京市三里河月坛南街 75 号 邮政编码/100826

办公地址/北京市丰台区西三环南路甲 6 号

印 刷/北京柏力行彩印有限公司

开 本/787×1092mm 1/18

印 张/14

字 数/268 千字

印 数/6000 册

版 次 2003 年 2 月第 1 版 2003 年 2 月北京第 1 次印刷

书 号/ISBN 7-5037-3144-3/F·1244

定 价/27.00 元

中国统计版图书,版权所有,侵权必究。

中国统计版图书,如有印装错误,本社发行部负责调换。

前 言

企业作为国民经济和社会的细胞，在促进地区和国家经济发展及社会进步方面发挥着日益重要的作用。市场经济条件下，企业作为市场竞争主体和法人实体，如何根据市场需求，合理配置资源，开展生产经营活动，进行扩张和创新，提高市场竞争力，已成为企业生存和发展的关键。《企业经济学》作为研究企业经济运行规律的一门经济学学科，可以为指导企业的实际运行提供理论依据。

当前，加强企业管理、实现企业管理现代化，是我国企业面临的十分紧迫而重要的任务。首先，中国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济体制，在构造市场经济体制宏观框架的同时，必须一方面夯实市场经济体制的微观基础，另一方面要加强企业管理，实现企业管理现代化，即用现代管理的思想、理论与方法进行科学管理，结合我国实际总结行之有效的管理经验。该书以企业生产经营管理活动的各个环节为主线，介绍了企业经济学的基本理论和方法，力求内容体系的科学性和相对完整性，又注重理论的先进性和方法的实用性。本书可作为高等院校经济管理类教材使用，又可作为企业经营管理者们的参考读物。

全书共分十二章，第一章绪论，阐述了企业经济学的研究对象、企业的本质和目标以及企业系统；第二章市场，阐述了市场结构、市场供给和需求以及消费者行为；第三章生产，阐述了生产函数和产量最优组合以及规模收益与技术进步；第四章成本，介绍了成本理论、短期成本和长期成本；第五章营销，阐述了营销与目标市场决策、营销组合策略及营销理论的发展；第六章筹资，介绍了筹资方式、资本成本以及资本结构优化；第七章投资，阐述了投资的意义、投资决策和投资组合；第八章绩效，介绍了企业绩效的意义和影响因素以及企业绩效评估的原则、指标和方法；第九章创新，阐述了创新的基本理论、企业技术创新和企业制度创新；第十章兼并，介绍了企业兼并的基本理论、企业兼并的程序和企业兼并的现实意义；第十一章企业家，介绍了企业家素质、企业家市场以及企业家的激励和约束；第十二章竞争力，阐述了企业竞争力的内涵和影响因素、企业竞争力评估以及提高企业竞争力的途径。

本书由国家统计局副局长邱晓华高级统计师担任主编并负责全书框架的设计，安徽财贸学院马成文教授负责全书的总纂定稿。各章编写的分工是：第一、八章（马成文，安徽财贸学院），第二、九、十章（陈阿兴，安徽财贸学院），第三、四、五、六章（毛盛勇，国家统计局），第七章（陈晓玲，安徽财贸学院），第十一章（张同利，安徽财贸学院），第十二章（程刚，安徽财贸学院）。马成文、陈阿兴、毛盛勇参与了编写大纲的讨论和初稿的讨论。

本书在编写过程中，中国人民大学郑明身教授和贾俊平教授参与了编写大纲的讨论并审定了初稿，提出了许多宝贵意见，国家统计局教育中心张济民副主任、远程教育处石占前处长、教学处丘京南处长、国家统计局办公室陈蔚同志给予了指导和大力帮助，在此一并致以深切的谢意。

本书在编写过程中参阅了大量文献，吸收了许多先进的观点，在此向有关作者深表谢意。由于时间仓促和水平有限，书中有许多不足之处，恳请读者提出宝贵意见。

编 者

2002 年 12 月

目 录

第一章 绪论	1
第一节 企业经济学的研究对象.....	1
第二节 企业的本质和目标.....	6
第三节 企业系统.....	9
第二章 市场	16
第一节 市场结构.....	16
第二节 市场供给和需求.....	24
第三节 消费者行为.....	31
第三章 生产	39
第一节 生产函数.....	39
第二节 生产者均衡.....	45
第三节 规模收益与技术进步.....	51
第四章 成本	55
第一节 基本概念.....	55
第二节 短期成本.....	57
第三节 长期成本.....	63
第五章 营销	72
第一节 目标市场决策.....	72
第二节 营销组合策略.....	80
第三节 营销理论的发展.....	91
第六章 筹资	99
第一节 筹资方式.....	99
第二节 资本成本.....	104
第三节 资本结构.....	111
第七章 投资	116
第一节 投资概述.....	116
第二节 投资决策.....	119
第三节 投资组合.....	133

第八章 绩效	143
第一节 企业绩效的涵义和影响因素.....	143
第二节 企业绩效测评.....	146
第九章 创新	157
第一节 创新的基本理论.....	157
第二节 企业技术创新.....	160
第三节 企业制度创新.....	166
第十章 兼并	174
第一节 企业兼并的基本理论.....	174
第二节 企业兼并的程序.....	181
第三节 企业兼并的现实意义.....	186
第十一章 企业家	190
第一节 企业家与企业家素质.....	190
第二节 企业家市场.....	194
第三节 企业家的激励和约束.....	201
第十二章 竞争力	208
第一节 企业竞争力的内涵和影响因素.....	208
第二节 企业竞争力评估.....	211
第三节 提高企业竞争力的途径.....	222
附表 复利与折现系数表	230
参考文献	234

第一章 绪论

企业作为基本的社会经济细胞，是生产力发展到一定水平的产物，是分工协作的必然结果，在不同的历史阶段具有不同的组织形式和作用。企业的目标和性质是什么，企业系统由哪些要素构成，企业经济学与其他学科具有何种关系，这些都是企业经济学必须首先说明的基本问题。

第一节 企业经济学的研究对象

一、企业经济学的定义

企业经济学(Economics of Enterprise),又称为管理经济学(Managerial Economics)、公司经济学(Economics of the Firm)、经营经济学(Business Economics),它是二十世纪六十年代发展起来的一门经济学学科,属于应用经济学范畴。

企业是以赢利性为主要目标的经济实体,在其生产经营过程中,企业管理者经常面临各种各样的经营管理问题,比如:如何将企业的经营战略和策略与企业外部环境的变化相协调?如何合理分配和组织人力资源,提高劳动效率?如何筹措和使用企业资本,优化资本结构,提高资本的运营效率和效益?如何以较少的经济资源占用和耗费,实现企业最大的产出?如何运用一定的策略,提高企业竞争力?等等,解决这些问题不仅需要运用有关的管理决策技术和方法,而且更主要的是需要运用经济理论解释这些问题产生的经济原因、所希望达到的经济目标。同时运用一定的技术和方法进行管理决策分析时,也应考虑到其分析过程和分析结果的经济学含义。企业经济学就是关于企业经营管理决策的经济理论和方法,或者说是由与企业经营管理决策最具直接关系的那部分经济理论和方法组成的一门应用经济学学科。它是实现传统经济学(尤其是微观经济学)与企业经营管理决策两者之间有机结合的桥梁。企业经济学在企业经营管理决策中的作用可由图1—1得到反映。

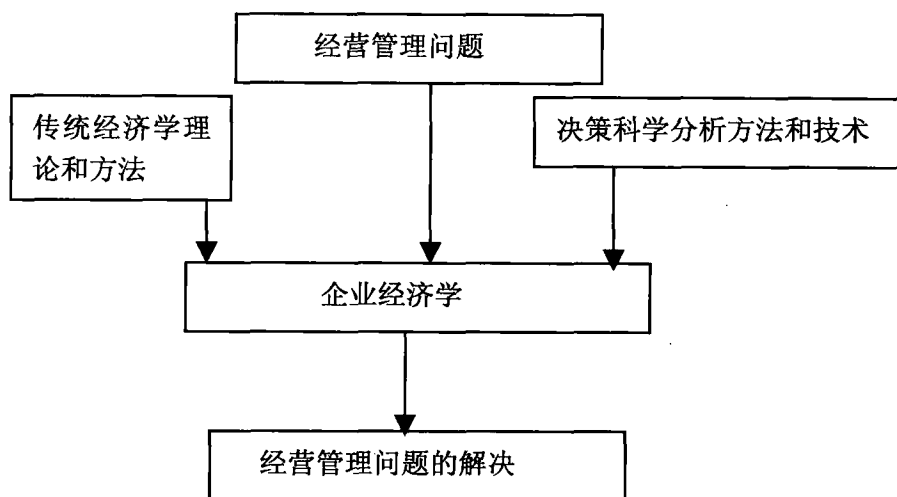


图 1—1 企业经济学在企业经济管理决策中的作用

二、企业经济学与其它学科之间的关系

（一）企业经济学与微观经济学的关系

微观经济学是一门研究单个经济单位经济行为规律的学科,研究的对象是包括居民、家庭、企业在内的个体经济单位,研究的重点在于这些个体的市场行为。微观经济学在研究企业时,把企业看作是具有同质性的,或者说是抽象意义上的企业。在企业与市场关系方面,微观经济学认为,企业及其经营活动完全由市场力量所决定,企业对市场只能作出被动地反映,企业生产什么、生产多少、为谁生产等全部由市场来决定。企业的产品能否成为现实产品必须经过市场的检验,企业只有对市场变化作出积极地反映,才能实现对其资源的高效配置。在获取信息方面,微观经济学假定企业生产经营者能够掌握“完全信息”,如能够准确掌握产量与要素投入量之间的技术比例关系、商品价格和生产要素价格的变化、每一价格水平下消费者对产品的需求量等信息,从而可以作出最优决策。在企业目标方面,微观经济学认为利润最大化是企业追求的唯一目标,企业作为一经济人总是力图以最小的要素投入获取最大的利润。

企业经济学研究的对象是企业,研究的重点是企业自身行为以及企业运行中的各种经济关系。企业经济学在研究企业时把其看作是现实的企业,并认为不同的企业具有不同的性质和特点,在规模效益、运行机制、占有资源、

竞争能力、营销策略、市场约束等方面存有差异。在企业与市场关系方面，企业经济学把市场看作是影响企业系统运行的外部环境因素，并认为企业系统运行模式的选择、企业经营战略和营销策略的制定等要受到市场因素的影响，但不完全由市场来决定，而在相当程度上还要受到企业内部条件的制约。同时，在一定条件下，企业对市场还具有一定的能动作用，其主要表现在：一是，大型企业或垄断型企业在一定程度上可以控制和支配市场，将市场作为谋取经济利益的工具；二是，企业可以通过产品创新等来创造市场、引导市场；三是，企业管理者通过合理调配企业内部资源来节约交易费用，进而降低生产经营成本，使企业替代市场。在获取信息方面，企业经济学认为，企业生产经营要受到企业外部政治的、经济的、社会的、自然的、科技的等各种因素的影响，关于这些因素变化的完备信息，企业是不可能完全掌握和控制的，企业只能利用不完备、不确定的信息进行决策。在企业目标方面，企业经济学认为，现实生活中企业的目标往往不是唯一的，除利润目标外，还可能有扩大市场覆盖率和占有率、承担更多的社会责任等作为一定时期的目标。同时在追求利润目标时，由于受多种因素尤其是不可控因素的制约，企业经营管理决策所得到的利润往往是满意的利润，而非最大利润。

微观经济学属于理论经济学范畴，为企业经济学提供理论基础，企业经济学的一些经济原理和方法则来自微观经济学，尤其在需求、生产、成本、市场结构等方面。企业经济学属于应用经济学范畴，它将微观经济学的一些经济原理和分析方法应用于企业经营管理实践，用以解决实际经营管理中存在的问题。微观经济学与企业经济学在研究对象、研究范围、研究内容及学科性质等方面是存有较大差异的。

（二）企业经济学与企业管理学的关系

企业经济学与企业管理学在学科门类、研究内容、研究范围等方面存在着严格的区别。在学科门类上企业经济学属于经济学学科，而企业管理学则属于管理学学科。在研究内容上，企业经济学是从经济性角度研究如何处理企业运行中各种经济关系，以使企业在内在动力和外部压力共同作用下经济利益达到最大化，而企业管理学则是研究如何将企业占用的各种资源，在时间和空间上科学合理地进行计划、组织、协调和控制，以达到生产经营上的高效率和经济上的高效益。在研究范围上，企业经济学只是研究生产、需求、市场、筹资、投资、成本、绩效、企业家、竞争力等经济方面的问题，而企业管理学则研究生产、产品、质量、物资、销售、财务、人事劳动、技

术设备、管理制度等管理方面的问题。一般来说，企业管理研究的范围比企业经济学研究的范围要广泛一些。

企业管理学在研究企业经济活动管理时，往往需要运用一定的管理模型，如最优生产模型、定价模型、存储模型、成本控制模型等，在构建这些模型时，需要借助于企业经济学所提供的经济理论分析所研究问题（因变量）的影响因素，将起主要作用或决定作用的影响因素作为自变量纳入模型之中。同时建立的经济管理模型必须具有较完整的经济意义，符合经济理论的要求。可见，企业经济学可以为企业管理学提供经济理论基础，而企业管理学在一定程度上可以看作是企业经济学的具体展开和运用。

三、企业经济学的研究内容

随着经济、社会 and 科技的发展以及企业经济活动的范围扩大，作为对企业经济活动进行理论概括的企业经济学的内容也日益丰富。在本书中，主要介绍以下内容：

第一章，绪论。主要介绍企业经济学的定义、与其它学科之间的关系、企业的性质和目标、企业系统等内容，通过本章学习，可对企业经济学和有关的企业基本理论有一个概要性认识。

第二章，市场。市场是影响企业系统运行的最直接因素之一，市场经济条件下，企业必须以市场为导向，按消费者需求组织生产经营活动，解决为谁生产、生产什么、生产多少等问题，这就要求对所面临的市场环境有所了解。本章主要介绍市场结构的含义、类型及影响因素、市场供给的性质、市场供给曲线和供给弹性、市场需求的性质和影响因素、市场需求曲线和需求弹性、市场供求规律、消费行为等方面的内容。

第三章，生产。企业是通过向市场提供以一定的产品（或服务）来满足消费需求的，这就要求企业合理配置其占用的经济资源将产品（或服务）生产出来。本章主要介绍生产函数、边际收益递减规律、生产者均衡、规模收益和技术进步等方面的内容。

第四章，成本。企业在生产经营过程中，伴随着人、财、物的占用和消耗，不可避免地发生一定的成本费用。由于成本是利润的抵减项目，是制约企业实现盈利目标的基本因素，因此了解成本的性质、类型及影响因素等，对企业经营管理者十分必要。本章主要介绍成本的性质和类型、短期成本和长期成本等方面的内容。

第五章，营销。现实生活中，由于受所占用的资源条件的限制，每个企

业都是以特定的产品（或服务）满足特定消费者的某种特定需求，这就要求了解市场营销机会，开发出适销对路的产品，并通过合理的定价及采取适当的促销手段和分销渠道，将产品提供给消费者。本章主要介绍营销与目标市场决策、营销组合策略和营销理论的发展等内容。

第六章，筹资。企业进行生产经营活动离不开资金的支持，企业通常根据其生产经营、对外投资以及调整资本结构的需要依法多渠道筹集资金。在筹资过程中，要注意合理确定筹资规模，选择恰当的筹资渠道，降低筹资成本。本章主要介绍企业的筹资方式、资本成本和资本结构等内容。

第七章，投资。投资是企业获取利润的基本手段，也是降低经营风险的基本方法。由于投资的方式和种类不同，所产生的投资收益和和投资风险也不同，企业要进行有效的资产组合，在投资风险不变或者降低的情况下，使投资收益达到最大。本章主要介绍企业投资的意义和类型、投资决策的基本方法和投资组合理论等内容。

第八章，绩效。企业进行生产经营活动和投资活动的最主要目的是为了获取一定经济利益，企业的所有者、投资者、债权人以及政府有关部门等对企业的经营业绩和效益十分关注，通过对企业绩效进行分析评估，进而作出不同的决策。本章主要介绍企业绩效的含义和影响因素、企业绩效评估的指标和方法等内容。

第九章，创新。科技和社会的发展以及消费需求的复杂多变，要求企业不断地进行创新。创新是企业成长和发展的源泉和动力，是企业增强其市场竞争能力的基本手段，是企业获取最大经济利益的根本保证。本章主要介绍企业创新的基本理论、技术创新和制度创新等内容。

第十章，兼并。兼并是企业实现其规模快速扩张的主要方式，也是企业获取竞争优势的重要手段。兼并有利于实现资源优化配置，提高存量资产的利用效率。本章主要介绍企业兼并的兼并理论、企业兼并的程序和企业兼并的现实意义等内容。

第十一章，企业家。企业的运行是在企业家的直接组织领导下进行的，企业家的素质、企业家的激励与约束对于企业能否正常运转、能否实现企业目标关系甚大。本章主要介绍企业家的定义、企业家素质及其测评指标和方法、企业家的激励与约束等内容。

第十二章，竞争力。市场经济条件下，企业竞争力的强弱不仅直接关系到企业的生存与发展，而且也是企业潜在投资者关注的问题。提高企业竞争

力，是企业管理者努力实现的企业基本目标之一。本章主要介绍企业竞争力的内涵和影响因素、企业竞争力评估的指标与方法、提高企业竞争力的途径等内容。

第二节 企业的本质和目标

一、企业的形成与发展

企业是个历史概念，是生产力发展到一定水平的产物，它作为协作劳动的一种组织形式，是分工发展的必然结果。

手工作坊。随着生产力的发展尤其是金属工具出现以后，手工业逐渐从农业中分离出来，并得到迅速发展，手工作坊逐渐成为社会的基本经济单位。手工作坊是以作坊主自身的技艺为中心建立起来的，大多采取师傅带少数徒弟的方式为周围居民提供某种特殊的产品，作坊内部不实行分工，生产规模小、效率低，以谋生为主，没有追逐利润的条件。

手工工场。随着生产力和商品经济的发展，手工作坊内部开始实行分工，生产规模不断扩大，且逐渐以追逐利润为生产目的，便逐步演变为手工工场。手工工场是在分工与协作基础上组建起来的劳动组织，其内部的劳动关系表现为资本雇佣劳动关系，一些人专门提供资本，一些人专门提供劳动。由于是建立在分工与协作的基础上，使得手工工场的劳动效率比手工作坊大大提高，生产规模逐步扩大，反过来又进一步促进分工的发展，管理活动也逐渐从生产活动中独立出来，管理成为工场主的一项基本工作。手工工场生产的主要目的是通过商品生产和交换，获取利润，工场主一般作为资本的提供者，他对企业的盈亏承担责任。手工工场已基本具备了资本主义工业企业的特征，可以看作是人类历史上最早的企业。

工厂。随着产业革命的来临，分工和专业化劳动的进一步发展，工场手工业逐步让位于工厂生产。工厂这种组织形式是以机械劳动取代手工劳动，按照机器设备、生产工艺和产品要求组织生产，它内设车间、工段、班组和操作岗位，并形成规模化生产，其生产效率较之于手工工场大幅度提高；它还逐步实行职能化管理，建立了如生产管理、人员管理、供应管理、销售管理、财务管理等组织部门；为满足机械化、大规模、高效率分工与协作生产的需要，工厂内部还逐步建立起一套严格的规章制度。工厂是资本主义产业革命时期工业企业的主要组织形式。

公司。随着资本主义的发展，工厂的规模不断扩大，专业化分工越来越细，工厂这种组织形式在资金筹集、产品销售等方面存在种种不适应性，一种新的组织形式——公司便应运而生。公司的具体形式具有多样性，它可以是进行产品加工制造的工厂，也可以是从事商品贸易的商行，还可以是提供资金融通的金融组织，或者其它经济组织。公司可以采取所有权与经营权相分离的形式，通过发行股票或债券筹集业务经营所需的资本。公司是以赢利为目的的经济实体。随着经济和社会发展，公司的内部利益约束机制逐步建立，法人治理结构日益完善。公司的出现标志着现代企业的形成。

企业的形成与发展是劳动分工与协作的结果，是生产力和商品经济发展的产物，其组织形式的演变经历了较长的历史过程。

二、企业的本质

企业在现代经济和社会中的作用是空前的，它可以提供就业机会，以更高的效率为社会提供物质产品和服务，可以将科学技术转化为生产力等，企业的出现和发展在促进经济发展和推动社会进步方面起到了十分积极的作用。关于企业的本质，由于人们认识的角度和深度不同，进而产生不同的观点。代表性的有：马克思主义企业观、古典经济学企业观、新制度经济学派企业观。

马克思主义认为，企业是劳动分工和协作的产物，是一种具有更高劳动生产效率、从事商品生产和交换的经济单位，赢利是企业的基本目标。在资本主义社会，企业是资本家通过提供资本和雇佣工人，榨取剩余价值，获取利润的桥梁和手段。在社会主义市场经济条件下，企业是自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的经济法人实体和市场竞争主体。

古典经济学认为，企业是一个追求利润最大化目标的理性经济人，它按照自身利益最大化原则和市场结构，决定自己的竞争行为，并通过获取充分的信息来安排自己的投入和产出水平，以及对环境的变化作出适当的反映。企业的本质特征就是按照利润最大化原则，利用一定的技术将土地、劳动、资本等要素投入转化为产出。

新制度经济学学派代表人物科斯（R. H. Coase）认为，“在企业之外，价格变动决定生产，这是通过一系列市场交易来协调的。在企业之内，市场交易被取消，伴随着交易的复杂的市场结构被企业家所取代，企业家指挥生产。”也就是说，在利用市场来配置资源时，价格机制的运行是有成本的，如信息费用、谈判费用、履约费用等，但如果通过企业这个组织并由企业家来

支配资源，企业内部的组织费用（企业内部管理所需的费用支出）就会低于市场交易费用，企业是以市场交易的“内生性”来克服市场缺陷的，因此，“企业的显著特征就是作为价格机制的替代物”^②。张五常认为，企业本质上是一种合约，是一种在内容和形式都与市场不相同的合约。企业合约是关于生产要素交易的合约，通常以相对长期的形式而存在，并且是一系列合约的组合。而市场合约则是关于产品和服务交易的合约，常以短期的形式存在。实际中，人们通常根据交易的对象和费用不同，在企业 and 市场之间选择不同的合约。

人们对企业性质的认识，随着生产力和市场经济的发展而不断趋于深化。

三、企业的目标

企业目标是对企业经营管理理念的表述，对于解释企业的存在、发展以及企业行为的选择非常重要。关于企业目标，由于认识的角度、广度和深度不同，人们对此有着不同的看法。利润最大化、股东财富最大化、管理者报酬最大化、每股盈余最大化、个人股东财富最大化、内部人报酬最大化、政治利益最大化等都可以作为企业目标，但比较有代表性的主要是前两种：

（一）利润最大化

把利润最大化作为企业的目标，是最为流行的一种观点。这种观点认为，企业是一个经济单位，其利用一定技术将资本、劳动、土地等生产要素组织起来进行生产经营活动就是为了实现价值增值。利润作为企业经济活动效果的综合反映，其大小直接关系到企业的生存和发展。赢利是企业赖以生存和扩张的必要条件，并且只有赢利企业才有可能为推动社会进步作出贡献。同时，只有把利润最大化作为企业的目标，才能对企业的行为作出合理地解释和判断。

事实上，把利润最大化作为企业目标，具有一定的局限性，这是因为：

(1)由于社会经济环境复杂多变，大量不确定的因素经常使企业作出的决策难以保证实现最大利润；(2)企业作为社会的一员，其追求的目标不应仅仅是经济目标，还应该承担一定的社会责任，如维护公共道德、增进社会福利、保护生态环境等，把利润最大化作为企业的目标，容易导致企业唯利是图；(3)把利润作为企业唯一的经济目标过于单一。事实上还存在其他经济目标，如每股盈余最大化、股东财富最大化、管理者报酬最大化、市场份额最大化等。通常企业经营管理者会在不同企业经济目标之间寻找平衡，照顾到各利益集团（经理、股东、债权人、雇员、顾客）的利益，而不是单纯寻求利润最大化，等等。

（二）股东财富最大化

把股东财富最大化作为企业目标，在西方较为典型。这种观点认为，企业是属于股东的，股东投资创办企业的目的就是让企业为其创造财富，使其财富增值。企业的经营管理者应致力于股东财富的最大化。能否使股东财富增加，是企业所有者对企业经营管理者绩效好坏评价的最主要标准。同时，由于股东财富一般是由企业普通股票的市场价格来衡量的，股东及潜在投资者通常根据企业股票价格的水平高低和变动状况，对企业目前及未来的获利能力、预期收益、投资风险、企业内在价值等进行评判，以便作出是否对企业进行投资或扩大投资的决策。从这方面来讲，把股东财富最大化作为企业的目标是具有积极意义的。但是在企业所有权与经营权相分离的情况下，单纯追求股东财富最大化，会影响经营管理者积极性。

第三节 企业系统

由系统论我们知道，所谓系统，一般是指具有特定功能的、相互间具有有机联系的若干要素所构成的整体，其存在的基本条件主要有三个：一是，它必须由两个或两个以上要素所构成；二是要素之间存在着一定的有机联系；三是它具有特定的功能，并由其内部的有机联系和结构所决定。依据系统的内涵来分析认识企业，可以看出企业也是一个系统，它是由人、财、物、信息等基本要素所构成并按照一定方式进行配置且与外界环境协调变化的、为实现一定经营目标的人造动态开放系统。

一、企业系统的构成要素

要素是构成系统的基本单位，是系统存在的基础和实际载体。显然，认识企业系统应该从了解企业系统的构成要素开始。一般来讲，企业系统主要是由劳动者、物质资料、资金和信息等四大要素所构成。

劳动者。劳动者是指企业的全体职工，包括管理人员、工程技术人员、生产人员等。劳动者是企业进行生产经营活动的主体，是构成企业系统的首要要素，劳动者数量的多少和素质的高低（包括管理素质、业务技术素质、思想素质和身体素质等）最直接影响和决定着企业系统的运行效率和运行效果。

物质资料。物质资料是指企业占有和使用的各种劳动资料和劳动对象，包括土地、建筑物、机器设备、原材料、辅助材料、燃料动力、工艺技术等，这些都是企业进行生产经营活动不可或缺的物质条件，是构成企业系统的物

的因素。企业占用的物质资料的数量规模和质量状况也影响和决定着企业系统的运行效率和运行效果。

资金。资金是指企业占用的各种劳动资料和劳动对象的货币表现，从价值形态看，企业的生产经营活动过程实际上是合理分配和使用资金以实现价值增值的过程。资金也是企业系统必不可少的一个基本要素。按其存在形式不同，企业的资金可以分为固定资金和流动资金，其中流动资金又可分为货币资金、生产资金和商品资金等。资金的数量、构成和利用效率对企业系统运行产生着重要影响。

信息。信息是指企业为有效开展生产经营活动所获取的各种情报、消息的统称。在信息经济条件下，信息不仅是企业的一种重要资源，同时是企业系统的一个基本要素。按其来源不同，信息可以分为企业外部信息和企业内部信息。从企业外部信息中可以发现市场营销机会、避免营销环境威胁，从企业内部信息中寻找企业生产经营存在的问题、提高企业内部工效。信息的完备程度和开发利用状况通过企业管理决策对企业系统运行的效率和效果影响越来越大。

上述四种要素在企业系统中相互作用、相互依赖，作为一个有机整体，影响和决定着企业的生产经营活动，影响和决定着企业目标的实现。

二、企业系统的功能和结构

（一）企业系统的功能

任何系统都是为实现某一特定的功能而存在的，企业系统也是如此。企业系统的功能表现为：通过提供适合市场和社会需求的产品和服务，实现企业自身经济利益最大化，并履行必要的社会责任和义务。市场经济条件下，企业作为经济实体和市场竞争主体，其进行生产经营活动的主要目的是获取利润并努力使之最大化。盈利是企业系统的基本功能，也是企业在激烈市场竞争中得以存在的必要条件。那种把应由政府和社会履行的职能赋予企业的行为是不正确的，它既不符合社会分工的要求，也不利于企业的成长。当然，企业系统除具有追逐最大利润这一基本功能外，还具有辅助功能，即要承担必要的社会责任和义务，如增加社会就业、保护生态环境、维护社会公德和促进所在地区发展等。

（二）企业系统的结构

系统论认为，系统功能的实现，必须以一定的结构为基础，并且系统的结构往往决定系统的功能。系统的结构是指系统内部各要素相互联系、相互作