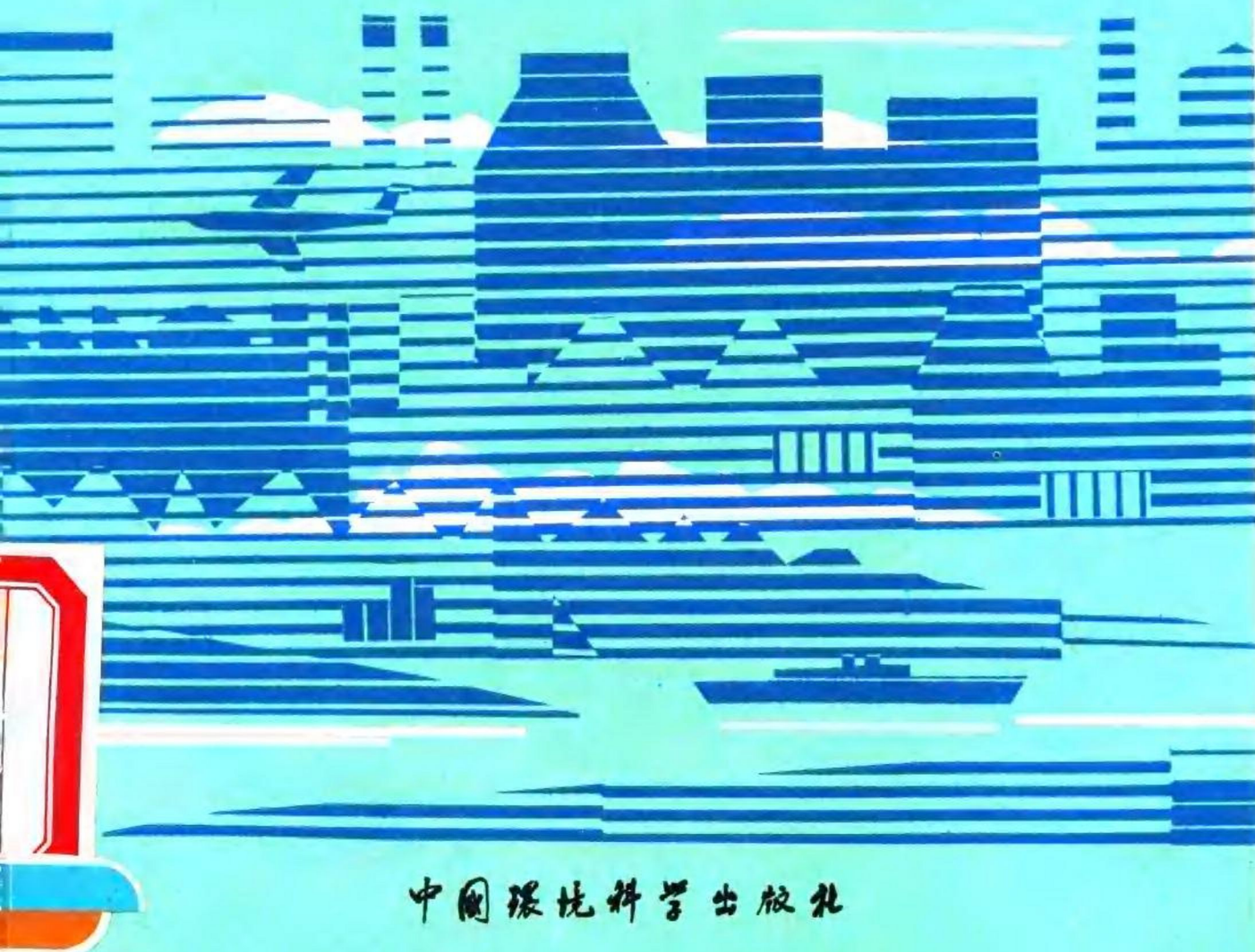


现代企业管理

郑铁梅 主编 王云峰 副主编



中国环境科学出版社



中财 B0005757

现代企业管理

郑铁梅 主 编
王云峰 副主编

中央财经学院图书馆藏书

总号 421402

卷号 F27/614

中国环境科学出版社

1993

(京)新登字 089 号

内 容 简 介

本书全面系统地介绍了现代企业管理理论与方法。重点分析了企业的外部环境及内部的功能、结构和整体运行机制,并分别对企业的市场研究与营销策略、生产组织与控制、企业发展与技术创新、资金筹措与运用以及人力资源的开发与利用等主要管理职能进行了深入而详细的阐述。

本书在结构和内容上摆脱了传统管理教材的束缚,构筑了适应社会主义市场经济的企业管理新框架。既保持理论的系统性,又尽量将先进的管理新观念和成功企业的管理新成果收纳进来,以飨当代读者。

本书以大专院校非管理专业学生为主要对象,同时也可作为管理专业及企业管理人员和技术人员学习的参考用书。

现代企业管理

郑铁梅 主 编

王云峰 副主编

责任编辑 李文湘

中国环境科学出版社出版

北京崇文区北岗子街8号

河北三河市宏达印刷厂印刷

新华书店总店科技发行所发行 各地新华书店经售

1993年8月第 一 版 开本 787×1092 1/16

1993年8月第一次印刷 印张 17

印数 1—4000 字数 414千字

ISBN7-80093-437-3/Z·187

定价:12.80 元

序

《现代企业管理》是高等工科院校非管理专业的一门必选课教材。15年前我院王久征主编过一本这类教材,为全国使用。1987年该教材获国家教委优秀教材奖及国家机械委教材一等奖。我作为编者之一获此殊荣,内心常感忐忑不安,并不是说那本教材有什么不妥之处,只是由于社会的进步,建设的发展,改革的深化,管理的内容日新月异。一本教材应该在实践中不断更新,才能发挥理论的先导作用。本想再作一次修订,但这个愿望由于种种原因未能实现,不能说这不是一件憾事。

随着岁月的流逝,管理界新人辈出,终于在今天实现了这个愿望。由郑铁梅、王云峰等编著的《现代企业管理》脱颖而出,奉献在广大读者面前。

党的“十四大”提出了“我国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济体制,以利于进一步解放和发展生产力”。确认社会主义市场经济体制,是实践发展的结果,也是对社会经济发展认识的深化,它具有重大的理论意义和实践意义,把我国社会主义建设推向了一个新的历史阶段,并为建立具有中国特色的社会主义经济管理科学指明了方向,确定了新的内容。

社会主义市场经济体制代替了传统的、僵化的计划经济体制,意味着竞争代替了指令,选择代替了配额,它要求建立一个以公有制为主导,多种经济成分共同发展的所有制结构,作为市场经济运行主体的工业企业由行政附属物转变成自主经营、自负盈亏、自我发展和自我约束的独立的商品生产者和经营者。随着市场作用的不断增强,市场范围的不断扩大,企业管理人员不仅应在观念上转变,而且应该学会那些过去十分陌生而未来却十分重要的经济管理理论和方法。

这本教材的特点:一是联系了我国国情,在社会主义市场经济体制下,发挥微观运行主体的作用;二是根据各专业学生对企业管理知识的需要和课时的限制,抓住重点,系统展开,既重视市场对生产力发展的拉动作用,又考虑技术进步对生产力发展的推动作用,特别强调管理各项职能的发挥,实现资源的最优配置;三是对传统的内容作了较大的变动。

在当前改革的大潮中,人人都要学习,作为未来的工程技术人员,不仅应掌握专业技术,也应具备适应市场经济体制要求的经济管理基础知识。对于正在从事企业管理工作的工程技术与管理人员,知识更新也是十分紧迫和必要的。

愿这本教材能起到作者预期的作用。

张贤模

1993年4月于天津

前 言

20 世纪末叶,我国企业的发展迅猛异常,外商投资企业从无到有,如今已有数万家活跃在我国和经济舞台上;乡镇企业从小到大,它不仅为千百万农村剩余劳动力提供了就业出路,而且已成为我国中小企业的代表,在国民经济中发挥着生力军的作用;国有大中型企业经过深化改革,已经摆脱僵化的经营机制,展现出新的生机,其中一些杰出企业已在发展跨国经营的道路上迈出了成功的步伐,这些企业必将成为我国产业参与国际竞争的主力军;此外目前尚处于萌芽的私营企业,其发展亦将对我国经济特别是第三产业的发展产生积极影响。总之,伴随社会主义市场经济体制的建立与完善,我国企业将会获得更大的发展,呈现出更加蓬勃旺盛的生机。我国企业的发展不仅将有力地推动社会生产力的发展和科技的进步,而且将会对社会生活产生重大影响,使越来越多的人与企业联系起来。

在此新形势下,无论是即将步入企业工作的大中专学生或是正在企业从事科技和管理工作的人员,无不关注我国企业在新环境中生存与发展的条件和内部运行机制。《现代企业管理》正是适应这一需求而编写出版的。本书的主要对象是大专院校非管理专业的学生,亦可作为管理专业学生、企业管理人员和科技人员自学参考用书。

本书从结构体系、内容和写作手法上均力求摆脱传统企业管理教材的束缚,形成一种新风格。概括之有以下特点:

第一,讲求系统性。企业是个多目标、多因素的复杂系统,本书在结构安排上,首先给出企业系统及其管理的整体框架,然后从市场经济要求出发对企业的营销、生产、科技、财务及人事等主要管理职能的基本管理思路和内容进行系统阐述。力求全书内容具有系统性和逻辑性。

第二,力求内容简明扼要。企业管理内容十分丰富,但在有限的篇幅内只能择其精华,在讲明基本原理和方法的基础上,本书对一般内容的论述尽力简明扼要。读者如能结合书后所附主要参考资料学习本书,则会收效更佳。

第三,注重信息传递。管理的观念不是永恒不变的。随着时代的前进,新的观念与成果会不断涌现。本书在介绍企业管理基本理论和方法的同时,有意选纳了国外某些著名学者与成功企业的新观念和新成就,其目的在于传递信息,开扩视野,引起思考,得到启迪。

尽管编者具有良好的愿望。但由于研究深度、知识和经验有限,不妥之处在所难免,欢迎读者批评指正。

本书由河北工学院郑铁梅任主编、王云峰任副主编。各篇作者:第一、二篇王云峰、第三篇郑铁梅、第四篇胡宝民、第五篇王征、第六篇刘辰生。由河北工学院张贤模主审。

本书的写作得到了河北工学院张闽教授、苗长润、陈煜及张金锁等副教授的关心与支持,在此一并致谢。

编 者

1993 年 3 月 于天津

目 录

第一篇 导 论

第一章 企业及其外部环境·····	1
第一节 企业的基本概念·····	1
第二节 企业发展的外部环境·····	4
第二章 企业内部结构和管理特征 ·····	10
第一节 现代企业的内部结构 ·····	10
第二节 现代企业管理特征 ·····	14

第二篇 市场研究与营销策略

第三章 市场机会分析 ·····	19
第一节 市场机会的寻求与选择 ·····	19
第二节 购买者行为分析 ·····	23
第三节 竞争者分析 ·····	27
第四章 目标市场研究与选择 ·····	32
第一节 市场需求研究 ·····	32
第二节 目标市场与竞争位置选择 ·····	36
第五章 营销战略设计 ·····	44
第一节 市场地位与营销战略 ·····	44
第二节 产品寿命周期与营销战略 ·····	52
第三节 进入国际市场战略 ·····	57
第六章 营销策略管理 ·····	62
第一节 产品策略与产品管理 ·····	62
第二节 分销策略与渠道管理 ·····	69
第三节 价格和促销策划 ·····	73

第三篇 生产组织与控制

第七章 生产系统与生产率 ·····	81
第一节 生产系统功能与结构 ·····	81
第二节 生产类型及其特点 ·····	85
第三节 生产率与生产率管理 ·····	88

第八章 生产过程组织与作业控制	95
第一节 合理组织生产过程的基本要求	95
第二节 生产场地布置	96
第三节 生产过程的时间组织	107
第四节 生产作业控制	114
第九章 产品质量及其控制	119
第一节 产品质量及其影响因素	119
第二节 质量统计与控制方法	122
第三节 产品可靠性与质量认证	133
第十章 产品成本及其控制	139
第一节 产品成本的构成与成本费用分类	139
第二节 产品成本控制	143

第四篇 企业发展与技术创新

第十一章 技术创新概述	150
第一节 技术创新的意义	150
第二节 技术创新的基本概念	154
第三节 国内外技术创新概况	162
第十二章 技术创新策略与创新项目选择	167
第一节 技术创新策略	167
第二节 技术创新项目的选择	172
第三节 技术创新项目的评价方法	175
第十三章 技术创新资源管理	179
第一节 技术创新资金来源与经费管理	179
第二节 科研人员创造力的开发	183
第三节 科技信息管理	188

第五篇 资金筹措与运用

第十四章 财务管理及其主要职能	194
第一节 资金是企业生存发展的基础	194
第二节 资金运动过程与资金运动特征	197
第三节 财务管理的主要职能	200
第十五章 资金来源与融资决策	205
第一节 资金需求与融资渠道	205
第二节 资金成本分析	209
第十六章 投资决策与资金运用策略	215
第一节 资金运用的管理	215

第二节	流动资金管理策略.....	217
第三节	投资项目管理.....	225

第六篇 人力资源开发与利用

第十七章	现代企业人事管理的特点与内容.....	234
第一节	现代企业人才需求的特点.....	234
第二节	人事管理理论及其发展概况.....	237
第三节	企业人事管理的内容及其发展趋势.....	240
第十八章	人员招募与使用.....	243
第一节	职位分类与人员功能测评.....	243
第二节	人员招募渠道.....	249
第三节	人事考核.....	252
第十九章	企业文化与人才潜能的发挥.....	257
第一节	企业文化的概念与内容.....	257
第二节	企业文化对人才成长的影响.....	260
主要参考资料.....		264

第一章 企业及其外部环境

当代企业家和企业管理学者在其实践和理论研究中都十分重视和强调这样一个事实：企业生存在一个变幻莫测的外部环境之中。他们中有的人还把企业外部环境与企业的关系形象地比喻为海洋和在海洋中航行的船只。目的是使人联想起这样两种情况：海洋能载舟，顺其规律者可乘浪远行；海洋也能覆舟，因为海里有看不见的礁石和难以对付的巨浪。经营企业如同在海洋中驾驶舟船。只有掌握了环境变化规律，才可能做到“适者生存”。探讨企业外部环境，如同航海爱好者探索海洋奥秘一样有趣而富有意义。但对尚未涉足企业界和企业管理知识领域的人而言，探讨企业外部环境之前首先要弄清企业的基本概念。其道理如同爱好航海先要懂船。

第一节 企业的基本概念

如果从社会上流传的各类企业管理书籍中，寻找关于企业的定义，将会发现定义形式多的令人困惑。这不值得奇怪。如果再浏览一下其他社会科学书籍中的定义，会发现同样的问题。这连社会科学家自己也不否认。国外曾有经济学家形容“经济”一词定义之多时言称：有多少个经济学家，就有多少种关于“经济”的定义。因此，学习社会科学（包括管理科学）时要掌握两个要点：一是不要过分强求某个名词术语定义的形式统一，而要注意思考它的内涵；二是要学会将概念与现实相联系。

一、企业及其组织形式

下面首先给出关于企业的最简单的定义。然后围绕该定义要点展开一般讨论。最后将抽象的企业概念具体化，即将视点转向现实中广泛存在的企业的组织形式。

企业是营利性经济组织

现实社会中存在各种各样的组织。这些组织可概括为两大类：经济组织和非经济组织。非经济组织普遍存在于上层建筑和意识形态领域，如政府组织、军队组织、国家安全组织、党团组织、社团组织、宗教组织等等。非经济组织是国家安全、稳定、团结和协调运行的重要保证。经济组织在组织目标和行为特征上均与非经济组织有区别。经济组织是适应经济活动需要而产生的。其目标和行为特征是：通过对各种资源的开发和有效利用，创造能够满足人类物质和精神生活所需要的各种产品，或称创造价值。这之中注意两点。第一，所谓资源是广义的，不仅指自然资源如土地、森林、矿产，还包括资金、劳动力、知识和技术。第二，所谓产品也是广义的，不仅指物质产品，还包括精神产品和各类服务。根据这一定义，工厂属经济组织，因为工厂通过对原材料的加工，制造人类生活和生产所需要的物质产品；商店和物资商行也是经济组织，因为商店和物资商行利用周转资金从某些地区的

工厂购买商品,然后转售给其他地区需要这些商品的消费者和工业用户。学校是经济组织,因为学校通过积累和传播知识,为社会培养有一定文化水平和专业特长的人才;医院也是经济组织,因为医院利用各种医疗设备和技術为患者提供医疗保健服务等等。总之,经济组织实质是构成国民经济的基本单元,或称细胞,分布在国民经济的三大产业(农业、工矿业、服务业)及其衍行业。然而,并非所有经济组织都以营利为目标。换言之,并非所有经济组织都是企业。经济组织中有些组织是非营利性的,如上面提到的医院和学校。尽管医院和学校也都需要活动和发展经费,而且要靠向患者和学生收费方式筹集所需大部分经费,但开办医院和学校的主要目的不是赚钱或赚取利润。赚钱和以赚钱为目标是有本质区别的。后者是企业的特征,也是经济组织中企业单位与事业单位在实质上的区别。

营利是创造社会财富的需要

只要懂得一些经济常识,便知道利润不仅是扩大社会再生产,而且是增加社会财富的需要。从某种意义上讲,增加和创造社会财富是人类生存的一种义务。因为生活在地球上的每一个人都希望生活能一天比一天好。但好的生活所需要的一切,不可能不付代价便可轻易取得。自然界的资源要靠人类自己去开采,知识和技术也要靠人类自己去发现、积累和创造。一句话,社会财富来源于人类有组织的劳动。人类不仅要靠有组织的劳动换取一定的财富,而且要靠有组织的劳动不断增加财富的数量以满足人口不断增长的需要,不断增加财富的质量以满足人类不断更新和发展的需要。所以,从劳动创造财富这一角度,又可将企业看作人类劳动组织的一种形式。

从宏观上看,创造财富是各种经济有机体相互协调作用的过程和结果,而营利是实现这一创造过程和取得这一结果的必要手段。以工业企业为例,营利实质是企业通过有效的生产经营活动,使自己产出的产品价值不仅能够补偿耗费价值,而且有所剩余。剩余价值不但是扩大再生产和企业发展的源泉,而且是对社会的贡献。但从微观的企业角度看,上述创造财富和营利间的目的与手段关系正好相反。即从企业角度看,创建企业的目的是为了营利,为社会提供有价值的产品是企业获利的必要手段。

营利者要承担社会责任

上述宏、微观的认识矛盾在现实经济运行中可以得到有效调解,其主要方法是:一方面,国家通过立法和经济杠杆约束企业行为,并为企业行为导向;另一方面,企业要承担社会责任,接受政府和公众监督。换言之,既然企业是营利性组织,其追求利润的动机便无可指责。这就如同在运动场上,每个参赛者都期望获胜是一样的道理。但在追求利润过程中,企业必须规范和约束自己的营利行为。遵纪守法,遵守社会公德。例如,企业不能因自身利益而破坏生态环境,也不能采取不正当竞争行为,如欺诈、侵权等以达到损人利己的目的。否则不仅法律和社会公德不容,而且也会损害企业自身的长远利益。此外,企业还应做到自觉维护社会整体利益。当企业利益与国家利益发生矛盾时,应能做到牺牲企业利益以保国家利益。

企业组织形式与企业类别

企业有多种组织形式。可以按行业特点、所有制性质、企业规模和投资者数目等标准对常见企业形式进行分类。

(1)按行业特点划分,有工业企业、建筑企业、流通企业、运输企业、金融企业、邮电企业、旅游企业、出版企业等。其中工业企业和建筑企业属第二产业,其他企业属第三产业

在工业企业中又有机械企业、电子企业、化工企业、纺织企业、冶金企业等等。

(2)按所有制性质划分,有全民所有制企业(现已改称国有企业)、集体所有制企业和个体企业。我国改革以来,企业的所有制结构发生了较大变化。以工业企业为例,1990年我国有全民所有制工业企业10.44万个,占1.3%;集体所有制工业企业166.85万个,占21%;个体工业企业617.6万个,占77.6%;其他类型工业企业(指由不同所有制企业创办的合营企业,包括中外合营企业)0.88万个,占0.1%。企业总数已接近796万个。各类企业的产值比重分别为54.6%、35.6%、5.4%和4.4%。产值总额已接近24000亿元。

(3)按企业规模划分,有大型企业、中型企业和小型企业。我国划分企业规模一般综合考虑产值、利税、固定资产原值和职工人数等几项因素。1990年我国全部工业企业中有大中型企业1.35万个,约占总数的0.002%,产值所占比重为43%。在417082个独立核算的工业企业中,有大型企业3965个,占总数的1%,产值占34.8%;有中型企业9450个,占总数的2%,产值占19.8%;有小型企业403667个,占总数的97%,产值占45.4%。总的来看,由于乡镇企业的崛起,我国大中型企业的地位正在下降。国际上通行按销售额或营业额多少划分大中小企业。世界最大企业目前是美国的通用汽车公司,该公司1991年的销售额达1237亿美元,利润44.5亿美元,雇员达77.5万人,资产超过1700亿美元。

(4)按投资者数目划分,有独资企业和合资企业。独资企业是由一个投资者(一人或一个单位)投资、经营和承担债务的企业形式。在我国有私人独资企业、单位独资企业和外商独资企业三种类型。合资企业是由两个或两个以上的投资者(个人或单位)根据协议共同投资、经营和承担债务的企业形式。在我国有私人合资企业、单位合资企业和中外合资企业三种类型。

(5)股份制企业。这是从合资企业演化过来的一种新型企业组织形式。由于这种组织形式使得投资者的产权关系进一步规范化,所以它能吸收更多的投资者加入,扩大资本联合的规模。我国的股份制企业主要有股份有限公司和有限责任公司两种组织形式。

二、公司类型与特征

公司是一法律术语,成立公司表明企业组织在法律上的规范化。公司术语有法定公司 and 公司法人两层含义。前者指依据《公司法》成立的公司类型,通常包括无限公司、有限公司、两合公司、股份公司和股份两合公司。相互之间的主要区别是股东承担的债务责任不同。后者是法定公司中具备法人资格的公司,即上述五类公司中的有限公司和股份公司。下面着重介绍这两类公司的特征。另外三类公司中,无限公司在概念上与有限公司相对立;两合公司是无限公司与有限公司的結合;股份两合公司是无限公司与股份公司的結合。限于篇幅,不再详述。

有限责任公司

有限公司又称有限责任公司。有限责任公司是指由两个以上股东共同出资,每个股东以其所认缴的出资额对公司承担有限责任,公司以其全部资产对其债务承担责任的企业法人。其基本特征是:全部资产不分为等额股份;公司向股东签发出资证明,不发行股票;公司股份的转让有严格限制;限制股东人数,并不得超过一定限额;股东以其出资比例,享受权利,承担义务。一般而言,有限公司设立和管理制度较股份公司简便。如今,有限公司

在西方发达国家已成为最重要的一种企业组织形式,其数量远远超过股份公司。例如 80 年代初德国大约有 6000 家股份公司,而有限公司却达 15 万家之多。法国的股份公司仅为 3 万家左右,有限公司是其 10 倍,在 30 万家以上。造成这一情况的主要原因,是这种公司形式比较适合中小企业的需要。

股份有限公司

股份公司又称股份有限公司。股份有限公司是指全部注册资本由等额股份构成并通过发行股票(或股权证)筹集资本的企业法人。其基本特征是:公司的资本总额平分为金额相等的股份;股东以其所认购股份对公司承担有限责任,公司以其全部资产对公司债务承担责任;经批准,公司可向社会公开发行股票,股票可以交易或转让;股东数不得少于规定的数目,但没有上限;每一股有一表决权,股东以其持有的股份,享受权利,承担义务;公司应将经注册会计师审查验证过的会计报告公开。

总之,由于股份公司赖以存在和发展的基础是股东的入股资金而不是股东本人的信誉、身份、财产状况和工作能力,所以公司能够公开向社会集资。同时,由于法律允许股东自由转让股份即股票,又不限制股东最多人数,所以公司可以拥有成百上千互不相识的股东,不仅可广泛吸收社会资金,而且利于分散投资风险,组成大规模企业实体。故股份公司是适合于大企业的公司形式。但是,股份公司也存在明显缺陷。由于资本规模大、股东人数多,公司生产经营活动和发展方向容易被少数股东控制,形成垄断势力而损害多数股东的利益。同时,股东彼此没有信任基础,由于可自由转让股票,因此易于导致公司股东对公司缺乏责任感。而且,股东流动性大,公司难于控制和进行组织管理。

第二节 企业发展的外部环境

在讨论外部环境及其作用力之前,首先分析企业与外界存在的联系。这些联系既是企业对外界存在依赖性的表现,又是导致环境力发生作用的根本原因。现实中,企业与外界主要存在四方面的联系,如图 1-1 所示。

(1)企业与其用户之间的双向联系($G(S) \longleftrightarrow M$)。即企业向用户出售产品(G)或服务(S)并接收用户所支付的货币(M)。

(2)企业与其供应商之间的双向联系($M \longleftrightarrow R$)。即企业从供应商那里购买各种物质资源(R)并支付给对方货币(M)。

(3)企业与中间商之间的双向联系($G(S) \longleftrightarrow M$)。有时企业产品(G 、 S)需要通过中间商或中介机构转售,对方支付货币(M)给企业以购买转售对象。

(4)企业与政府部门之间的双向联系($T \longleftrightarrow S, G \longleftrightarrow M$)。一方面,企业向政府缴纳税收(T),政府利用所得税金收入向国民提供各种公共服务(S);另一方面,政府从企业那里用货币(M)购买政府机构及其雇员所需要的各种工作物品(G)。

由此可见,企业与外界联系的形式主要是企业之间商品(包括 G, S)和生产要素(包括 R, M)的双向流动。由于社会上通常存在数十万个图中所示的公司 X 和同样以公司等形式存在的供应商、中间商和用户,所以从宏观上看,全社会的商品及生产要素流动形式和流动内容极为复杂。而且,由于存在各种阻碍流动的因素,在不同国家和地区,商品及生产要素自由流动的程度(即实际流动量和流动速度)有很大不同。造成这一不同的最大障碍

因素,即本节所讨论的宏观环境因素。包括自然与科技环境、人口与经济环境、政治与法律环境、文化与社会环境等。在图 1-1 中用来自四个方向的箭头作了表示。下面讨论这些环境因素对企业发展可能造成的直接或间接影响。

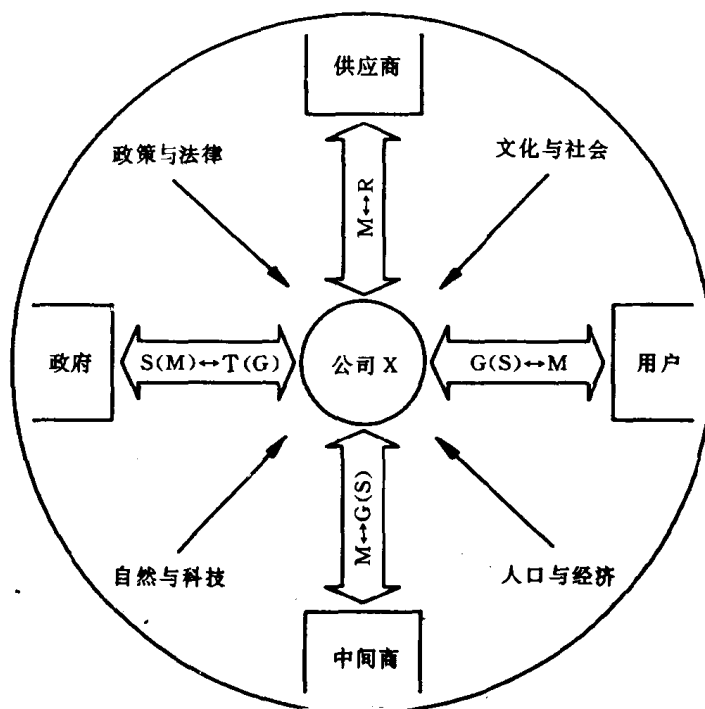


图 1-1 企业的外部环境

一、自然与科技环境

自然环境包括两方面的构成要素：一是地理位置及其地形、气候特征；二是资源禀赋条件即国土上蕴藏的矿产和能源。这两者均可影响一国企业的经商条件。以地理条件为例，地形平坦或沿海地区容易建设公路和港口，而公路和港口直接关系到商品和生产资源流动所必需的交通环境。回顾历史，那些早期发展起来的工业国家（如英、美两国）正是凭借这方面的优势，抢先实现了商品及各种资源在国内外大范围和大规模的自由流动，并从中获得了巨大的经济好处。反过来，由于气候条件恶劣和境内多山或多沙漠，某些赤道国家和山区及沙漠国家至今仍在贫困线上苦苦挣扎。

资源禀赋条件是影响个人致富、企业成功和国家富裕的又一重要自然因素。这方面最典型的例子要数那些拥有丰富石油资源的中东国家。那里的居民和企业几乎都靠石油发大财。相反，一些资源极其短缺的国家和地区却长期不能摆脱贫困的阴影。从历史上看，国家之间为争夺资源曾多次爆发战争。如今，尽管为争夺资源的局部战争仍时有发生，但从总体上看，各国在弥补资源禀赋条件不足方面所采用的方式已经变得更加文明。人们已学会更多地运用对外贸易、对外投资和发展科技的方式获得本国或本地稀缺的资源，或相对减少该种资源的使用。其中的对外贸易方式可称作最传统的方式，其特点是进口本国或本地稀少的自然资源，如原材料。对外投资则属较先进的方式，其特点是到本国稀少的原

材料或能源产地投资办厂,将产品运回国内或就地加工出售。上述两种方式,其区别只是获取稀少资源的途径不同,但是都未摆脱对稀缺资源的依赖。相比之下,发展科技的方式或称原材料和能源方面的科技革命,则是现代企业所应大力采用的、从根本上解决本国或本地资源禀赋条件不足问题的最先进方式。如今,世界上有数不清的科学家、工程师和企业家在为自然资源(包括能源)的开发和更有效地利用而奋斗。他们既致力于发现新材料和新能源,又在原材料和能源的节约和代用上展开科技和市场竞争。由于他们的努力,使整个世界经济发生了前人未能预料的巨大变化。例如,70年代中期曾有不少人预言,到80年代中期各种原材料将出现世界性的严重短缺。然而,10年之后的现实与这个预言完全不同。现实是:世界上所有非农业的初级产品,无论是林产品、矿产品或金属制品都处于需求疲软状态。需求疲软导致了世界贸易中初级产品价格的不断下跌。这方面最值得回味的例子是美国的钢消耗量。1960年美国钢的消耗量是1.2亿吨;到1989年,尽管美国经济较1960年增长了2.5倍,而钢的消耗量却减少到0.85亿吨。钢是如此,其它任何一种自然资源包括石油,也是如此。事实上,在整个20世纪的和平年代,单位产品的原材料使用量一直在下降。国际货币基金组织(IMF)在1985年的一项研究中计算出其下降速度为每年1.25%。这意味着到1985年,每单位工业产出所需的工业原材料不超过1900年的2/5。而这种下降仍在加快。更令人惊叹的例子是日本。1984年日本每单位工业产出所消耗的原材料仅相当于11年前即1973年的60%!之所以会有这些情况,答案是由于科技进步的巨大推动作用。工业生产正稳步地从原材料密集程度较高的产品和工艺,转向原材料密集度低得多的产品和工艺。这种产业结构方面的革命首先表现在新型工业的诞生,尤其是高技术工业的诞生及其重要作用。高新技术产品在原材料消耗上较传统产品具有强大优势。如在一个半导体芯片中,原材料价值只占其总价值的1%~3%;而在一辆汽车中这个比例是40%。在锅碗瓢盆中该比例高达60%。其次,传统工业产品,无论新型产品或老产品其原材料消耗也在降低。如50至100磅重的光纤电缆所传送的电话信息量能抵得上一吨重铜线电缆所传送的信息量。而生产100磅的光纤电缆所需的能源只相当于一吨重铜线电缆的1/2。同样,塑料正日益取代汽车车体中的钢,而生产前者所需的原材料和能源价值只相当同等功能的后者的一半。总之,科技革命已使自然资源在国际竞争中的重要地位大大下降。代之而起的是科技重要地位的上升。用一种形象的说法,当代科技革命如同一股滚滚向前的大潮,每个国家和每个企业都不可能逃避这股大潮的冲击。重视科技进步的企业将能立足于潮头并随之前进;忽视科技进步或科技实力薄弱的国家和企业只能在大潮之中挣扎,甚至会被大潮吞噬。

二、人口与经济环境

人口环境对企业的重要性与人在经济生活中的双重身份有关。其一,作为劳动者,人口是劳动力资源的构成基础;其二,作为消费者,人口是市场的构成基础。从劳动力资源角度分析,人口环境由劳动者数量、劳动者质量(或称素质)和劳动者工资水平三项因素构成。其状况决定一国或一地的生产规模、产业结构和生产成本。例如,我国拥有6亿左右的社会劳动者,生产潜力在世界堪称最大。但这之中有4亿是乡村劳动者,乡镇企业拥有最丰富的劳动力资源。而且由于我国乡村劳动者的平均工资水平很低,所以在我国对外开

放以后,外国投资者纷纷将劳动密集型产品转移到我国沿海地区大中城市周围的乡村,促进了这些地方的乡镇企业的迅速发展。相反,西欧和北欧的一些发达国家,劳动力资源普遍缺乏。但这些国家由于公民普遍受教育程度较高,所以劳动者素质较高。其中最典型的例子是德国。德国的职业技术教育在全世界独具特色,所以它不仅拥有世界上最优秀的科学家和工程师,而且拥有世界上最优秀的技术工人和技师,后者是德国机电产品享誉世界的关键。正因如此,德国中小企业在发展高新技术产品方面表现出强大优势。本书第五章还将继续讨论这些企业的经验。总之,在未来年间,劳动者素质的总体水平将在国际竞争中占据主导地位。此外,分析人口环境影响时,还要注意从市场角度考虑人口结构和人口流动性的重要作用。有关这方面的内容将在第三章详细讨论。

市场构成因素除人口之外还有购买力。而购买力则是受制于宏观经济环境的重要因素。具体而言,社会购买力的大小取决于全社会平均的收入水平;而全社会平均收入水平的高低又取决于全社会所创造价值的多少。这是从静态即某特定时间讨论购买力问题。如果从动态看,社会购买力是随经济发展不断增长的。经济发展速度对购买力乃至市场需求的增长具有决定性意义。因而,发展中国家政府和企业都期望本国经济能以持续而稳定的高速度增长。这是国内经济形势好的重要标志。不过,经济形势只构成经济环境的一个方面,除此之外,经济环境还有其他方面的构成要素,如经济结构。下面举例说明经济结构及其变化所产生的重大影响。前已述及,由于原材料世界市场需求疲软引得价格下跌。按照以往的经济规律,原材料价格如此急剧而持续的下降,将在 18 个月至 2 年半的时间里,不可避免地带来工业经济世界性的萧条。然而,这一规律在当前却没有发生作用。大多数国家的工业生产一直在持续而稳定的增长。尽管有的发达国家的增长速度很慢。对这种违背历史规律的经济现象的唯一解释是:原材料部门处在工业经济部门中心地位的历史已经过去。所以它的变化不可能再对整个工业经济部门发生决定影响。原材料部门在工业部门地位下降是工业部门内部结构发生变化的结果。另一个例子发生在制造业内部。长期以来人们已形成这样的观念:制造业提高劳动生产率会导致失业率上升。因为自动化将使制造企业减少对蓝领工人的雇用。但 70 年代以后的现实与人们的传统观念已完全不符。1973~1985 年间,美国制造业在生产增长 40% 的同时裁减了 500 万蓝领工人,但美国的就业总人数,在这 12 年里却增长了 1/3,从 8200 万人增至 11000 万人,其增长速度相当之快。而且增长中的绝大部分是在非制造业中,尤其是在非蓝领工作领域中。回顾历史,不难发现这样一个事实:在本世纪 20 年代,美国每 3 个劳动力中有 1 个是制造业的蓝领工人,即制造业蓝领工人占美国全国劳动力总数的 1/3,到 50 年代则降到 1/4,到 80 年代中期又降到 1/6。在所有发达国家均存在同样的趋势。据这些国家的权威人士估计,到 2010 年发达国家制造业就业人数在劳动力总人数中所占比例将小于 1/10。在一些主要工业部门中,这种下降趋势将更为明显。例如汽车工业,即使那时生产较 80 年代中期增长 50%,它所雇用的蓝领工人也不会超过现在人数的 1/3。事实上,新增就业者的工作领域:一是制造业原有企业中增加的非蓝领工作;二是新创建的中小制造企业中的蓝领和非蓝领工作;三是第三产业中增加的各种工作。表面看来这是就业结构的变化,实质是产业结构变化的结果。这表明整个制造业出现以下三种趋向:

第一,发达国家的工业生产已由劳动密集型为主转向知识密集型为主。

第二,中小型制造企业有可能取代巨型制造企业在世界工业经济中的主导地位,成为

发达国家经济发展的原动力。

第三,客观上已存在两种截然不同的制造工业,一种是以物质为基础的传统制造工业,在本世纪前 75 年里推动了经济的增长;另一种是以知识和信息为基础的新型制造工业,如制药、电信、分析仪器、计算机信息处理装置等。这种工业正发展为经济增长的中坚力量。

总之,经济结构的变化对整个经济生活的影响是巨大的。认清这一点,企业才能选择好发展目标。

三、政治与法律环境

社会经济与政治从来就是密不可分的。就本国范围讲,政府目标与政策取向能够从根本上决定企业的发展方向;从更大的范围讲,一国政局的稳定性及政府政策的连续性直接关系到外国投资者要冒政治风险的程度。任何投资者都不愿到那些政局混乱或不安定的国家冒险投资。而且,精明的企业家绝不可能是政治上的糊涂虫。有经验的企业经营者不仅关心国内外经济形势的变化,同时对国际国内政治形势的变化具有相当的敏感性。1978 年后,我国政府坚持改革开放政策,并致力于国内政局的长期稳定,这对改善我国的投资环境起了非常重要的作用。1992 年党的“十四大”明确提出我国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济,这一重要目标的确立立即引起全世界对我国的注目。当年我国新批外商投资企业 4.7 万个,超过前十几年的总和。政府目标与政策对一国经济及企业发展的重要性由此可见一斑。

在任何一個实行法制的国家,公民和社会组织的行为须符合法律规范。企业也不例外。法律对企业的重要性至少表现在以下三个方面。

第一,由于企业间商务纠纷的不可避免性,需要通过法律规范企业间合同行为和违约仲裁方式。

第二,企业需要依靠法律保障公平竞争。

第三,企业需要依据法律承担对消费者和公众长远利益的责任。

法律对企业不仅是一种制约,更是一种保障。有经验的企业都善于运用法律保护自己的权益。而对于那些志在向海外发展的外向型企业而言,熟悉外国法律制度更成为必不可少的重要环节。换言之,在国外做生意时,有很多法律制度方面的问题需要咨询法律专家。世界各国现行法律制度有很多不同,英美国家采用以传统惯例为判决基础的习惯法,称英美法系;世界其他大多数国家包括我国采用以成文法规或法典为判决根据的成文法,称大陆法系。成文法一般包括三种法典:商法、民法和刑法。商法典就其内容而言,包括商业登记、公司、票据、保险和海商五项内容。我国是民商合一的国家,没有单独制订商法典,有关内容统归在民法之中。

虽然每个国家都有习惯法或成文法式的独立商法或有关商法方面的内容,但不论是在合同、销售协议方面,还是在其他法律问题方面,这两种法都有相当大的差别。例如,在实行成文法的国家,有些协议需经正规的公证人公证或登记注册方能生效;而在实行习惯法的国家,同一协议只要协议可以被证明,就受到法律制约和保护。通常,企业需聘请外国法律的律师帮助处理某些涉外合同。此外,发生商务纠纷时由哪种法律裁判亦很重要。因

为没有专管国际贸易的完整法规据以制定国际商法,有经验的企业很注意在合同中清晰注明审判权条款,即由哪国法律审理。审判权条款并不总能解决法律问题,如果没有援引有关法律条款或合同规定事项未被指定在该国生效的话,审判权条款形同虚设。再进一步,如果在民事基础上不能解决争端,企业通常有两条出路:起诉或请有关机构仲裁。由于打官司不仅花费大、拖延时间和容易使事情恶化,很多国际企业宁愿选择仲裁解决。企业要对国际国内一些仲裁机构有必要的了解。目前,我国正处在法律不断健全过程之中,与企业商务有关的法规已陆续出台。这些法律对改善国内经商环境必将起到重大促进作用。

四、文化与社会环境

讨论文化社会环境,首先须明确文化的概念。一般人认为,文化意指对生活、知识或社会风俗的不同方式所作的价值判断。一个人有无文化,其差别在于他是否已经获得某一方面的专门知识以及良好教养。而历史学家则把文化理解为某一文明社会的特征,如希腊文化是与古希腊社会的文学、艺术特征相联系的。但对企业经营者来说,这两种定义都过于狭窄。企业经营者更乐意采纳人类学家对文化的定义,即文化是人类环境的人造部分,是人类的知识、信仰、伦理、艺术、法律、风俗以及人作为社会成员所获得的一切能力和习惯的总和。由于文化是人类的全部社会传统,即全部知识和习俗的总和,它包括精神的和物质的,从吃到穿,从家用技术到工业技术,从礼节形式到大众传播,从工作节奏到日常规矩等一切东西。每一群人或每一个社会都有属于自己或本社会的文化。这种文化上的差异,从两方面导致了企业经营活动的复杂性:

第一,具有不同文化背景的顾客和用户,对同一产品的理解和偏好不同。

第二,不同国家和地区人们的经商习惯和商务礼仪不同。

因此,要实现扩大市场这一发展目标,企业经营者、特别是外向型企业的经营者和科技人员,有必要增进对外国及本国各个地区文化特征的了解。目的有两个,一是增强企业与外国人及外地人进行商务交往的能力;二是增强本企业产品对外国及外地市场需求的适应能力。否则,可能在扩大市场过程中,由于未能逾越有关国家或地区的文化障碍而失败。举例说,假如一个经理出访外国时对于诸如食品口味、服装式样以及基本思维方式等方面的差异处处显得格格不入,语言沟通生硬,缺乏足够的耐性和必要的妥协精神,那么他就很少有可能获得满意的谈判结果。总之,在商务活动中不断增进对文化环境的理解和适应能力是企业不断发展的重要保证。