

普通高等教育经济管理类专业规划教材

# 现代企业管理导论 第2版

孙义敏 杨 洁 主编

Introduction to  
Modern Enterprise  
Management



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS



普通高等教育经济管理类专业规划教材

# 现代企业管理导论

第2版

主 编 孙义敏 杨 洁  
副主编 刘 宇 马 威  
参 编 李治堂 曹晋红 聂铁力  
王 晖 李晓红



机械工业出版社

本书是为普通高等院校理工科专业“量身定做”的教材，内容包括现代企业与管理、企业制度与企业文化、决策与战略、企业技术创新和产品开发、营销管理、现代企业生产管理、质量管理、人力资源管理、现代企业财务与成本管理。各章内容紧紧围绕现代企业——公司制企业的管理来编写，内容新颖，又贴近我国企业的实际情况；各章后面附有案例分析、思考题和作业题，以便于引导学生掌握内容要点，方便师生使用。通过对本书的学习，能够帮助学生对公司制企业管理的整体及分支系统的管理建立起全面系统的概念。

本书可作为普通高等院校理工科类专业教材，也可作为企业技术人员和管理人员的培训教材及自学参考书。

### 图书在版编目(CIP)数据

现代企业管理导论 / 孙义敏, 杨洁主编. —2版. —北京:  
机械工业出版社, 2009.6

普通高等教育经济管理类专业规划教材

ISBN 978-7-111-26824-6

I. 现… II. ①孙…②杨… III. 企业管理—高等学校—  
教材 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第054885号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑: 曹俊玲 责任编辑: 孙晶晶

版式设计: 张世琴 责任校对: 张晓蓉

责任印制: 李妍

北京汇林印务有限公司印刷

2009年7月第2版第1次印刷

169mm×239mm·24.25印张·472千字

标准书号: ISBN 978-7-111-26824-6

定价: 36.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换  
销售服务热线电话: (010) 68326294

购书热线电话: (010) 88379639 88379641 88379643

编辑热线电话: (010) 88379718

封面无防伪标均为盗版

## 普通高等教育经济管理类 专业教材编审委员会

|        |                |          |
|--------|----------------|----------|
| 主任委员:  | 韩福荣 (北京工业大学)   | 教授、博士生导师 |
| 副主任委员: | 张 群 (北京科技大学)   | 教授、博士生导师 |
|        | 乞建勋 (华北电力大学)   | 教授、博士生导师 |
|        | 吴祈宗 (北京理工大学)   | 教授、博士生导师 |
|        | 余元冠 (北京科技大学)   | 教授、博士生导师 |
|        | 乔 忠 (中国农业大学)   | 教授、博士生导师 |
|        | 葛新权 (北京信息科技大学) | 教授、博士生导师 |
|        | 姚 飞 (北京化工大学)   | 教授       |
|        | 孙义敏 (北京信息科技大学) | 教授       |
|        | 刘家顺 (河北理工大学)   | 教授       |
|        | 魏法杰 (北京航空航天大学) | 教授、博士生导师 |
|        | 刘延平 (北京交通大学)   | 教授、博士生导师 |
|        | 孙国辉 (中央财经大学)   | 教授、博士生导师 |
|        | 孙选中 (中国政法大学)   | 教授、博士生导师 |
|        | 郑文堂 (北京建筑工程学院) | 教授       |
|        | 谢太峰 (首都经济贸易大学) | 教授       |
|        | 林 松 (机械工业出版社)  | 编审       |

委员单位: 北京工业大学经济与管理学院  
北京科技大学管理学院  
华北电力大学工商管理学院  
中国农业大学经济管理学院  
北京理工大学管理与经济学院  
北京化工大学经济管理学院  
北京信息科技大学经济管理学院  
河北理工大学经济管理学院  
北京航空航天大学经济管理学院  
北京交通大学经济管理学院  
中央财经大学商学院



## 编者的话

新世纪伊始,北京地区部分高等院校联合成立了管理类专业教材编审委员会,组织编写出版一套适合各校情况、满足本科层次教学需要的管理类专业系列教材。在各校管理学院、系领导及教师的大力支持和参与下,经过一年多的努力,系列教材终于面世了。

改革开放以来,我国管理学科的发展极其迅猛。在这种形势下,各高等院校普遍设置了管理专业,其发展速度之快,规模之大,是前所未有的。而教材建设一直是专业建设和教学改革의瓶颈。

编委会认为,集中各校优势,通过合作方式实现教学资源优化配置,编出一套适合各校情况的教材,对加强各校的合作交流,推动师资培养,促进相关课程的教学改革,是一件一举多得的好事。

“质量第一,开拓创新”是我们编写这套教材的指导思想,出版精品是我们的奋斗目标。现阶段应该从教材特色做起。有特色才能有市场,才能为各校师生所接受和欢迎。这套教材具有以下特点:一是内容上有创新,在继承的基础上,反映了当代管理学科的新发展;二是适用、好用,教材编写精练,并留有余地,各教材每章后都附有相配套的作业题;三是有理工科特色,合作院校的教学对象多数是理工科学生。

为了确保教材质量,经过编委会遴选,各门课程教材都由资深的教授担任主编,同时各教材编写组成员相对稳定,教材根据使用情况及时修订,使其常用常新,不断提高。

为了配合各校开展多媒体教学的需要,某些教材编写组将合作制作与教材配套的课件,以方便广大师生使用。

机械工业出版社是我国于20世纪50年代初成立的国家级出版社,数十年来,曾出版过许多在国内外有重大影响的科技和经济管理类图书,改革开放以来曾经负责全国理工科院校管理工程专业全国统编教材的出版发行,为我国经济管理类专业的建设和发展作出了重大贡献。这套系列教材出版得到机械工业出版社的大力支持,谨表示衷心感谢!

普通高等教育经济管理类专业教材编审委员会

## 前 言

本书是为普通高等院校非管理类专业,即理、工科专业和其他相关专业开设企业管理课程编写的教材。拟订编写大纲时,在总结以往教学经验的基础上,明确以下指导思想:

首先,从教学对象的培养需要出发,本门课程的主要目标是帮助学生现代公司制企业的管理有一个总体和系统的认识,为今后工作和进一步学习打下基础。因此,本书就一改过去在编写这类教材时过分强调结合专业,以致造成教材内容支离破碎、难以形成系统概念的不足。

其次,我国已经加入WTO,大多数大中型企业在企业制度上已经完成公司制改革,因此,“现代企业”其意义不仅体现在技术特征上,更体现在制度特征和管理特征方面,全书以现代企业管理为主线,并贯穿始终。

第三,管理学是近百年发展最迅速的学科之一。我国企业管理在改革开放形势的推动下,更是一日千里。不断创新是管理的灵魂。因此,本书强调在继承的基础上,力求创新,使其内容反映企业管理发展的新趋势。

第四,教材编写一定要考虑使用的方便,并且有助于引导学生掌握教材的内容要点,为此,本书每章后面都附有案例分析和一定数量的思考题、作业题。

本书自2001年出版以来,受到读者的广泛好评,同时也被一些院校指定为管理类专业考研的主要参考书。

本次修订作了较大修改,增加了“决策与战略”一章,将原来的第八章和第九章合并为“现代企业财务与成本管理”一章,取消了第十章“管理信息系统概论”。其他章节的内容也作了很多修改和补充。

参加本书编写的有:北京信息科技大学孙义敏(第一章、第八章)、刘宇(第七章)、曹晋红(第四章)、聂铁力(第九章)、王晖(第九章),河北理工大学杨洁(第二章、第三章),中国农业大学马威、李晓红(第六章),北京印刷学院李治堂(第五章)。本书由孙义敏教授、杨洁教授担任主编,刘宇教授、马威副教授担任副主编。由于编写大纲的修改,参加教材第1版编写的部分作者虽然未能参加第2版的编写工作,但他们也为本书付出过辛勤的劳动,在此表示感谢。

本书在内容、观点或者文字表述方面肯定会存在一些问题,诚恳地欢迎广大读者批评指正。编写组将根据使用情况和批评意见不断修改完善,精益求精。

编者

2009年4月

# 目 录

编者的话

前言

## 第一章 现代企业与管理 1

|                 |    |
|-----------------|----|
| 第一节 企业与现代企业     | 1  |
| 第二节 现代企业管理与管理职能 | 10 |
| 第三节 现代企业系统与管理系统 | 16 |
| 案例分析            | 21 |
| 思考题             | 23 |
| 作业题             | 23 |

## 第二章 企业制度与企业文化 26

|          |    |
|----------|----|
| 第一节 企业制度 | 26 |
| 第二节 企业文化 | 37 |
| 案例分析     | 54 |
| 思考题      | 56 |
| 作业题      | 56 |

## 第三章 决策与战略 59

|            |    |
|------------|----|
| 第一节 经营环境调查 | 59 |
| 第二节 经营环境预测 | 66 |
| 第三节 决策     | 74 |
| 第四节 企业战略   | 94 |
| 案例分析       | 98 |
| 思考题        | 99 |
| 作业题        | 99 |

## 第四章 企业技术创新和产品开发 103

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 第一节 技术创新的概念及创新理论      | 103 |
| 第二节 现代企业产品开发          | 110 |
| 第三节 模仿创新和技术引进         | 121 |
| 第四节 价值工程思想在技术创新过程中的应用 | 126 |

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 第五节 工业产权保护 .....          | 131 |
| 案例分析 .....                | 136 |
| 思考题 .....                 | 138 |
| 作业题 .....                 | 138 |
| <b>第五章 营销管理</b> .....     | 140 |
| 第一节 营销管理概述 .....          | 140 |
| 第二节 市场营销机会分析 .....        | 146 |
| 第三节 市场细分与目标市场 .....       | 149 |
| 第四节 市场营销策略 .....          | 153 |
| 第五节 市场营销组合决策 .....        | 157 |
| 案例分析 .....                | 167 |
| 思考题 .....                 | 169 |
| 作业题 .....                 | 169 |
| <b>第六章 现代企业生产管理</b> ..... | 172 |
| 第一节 现代生产管理概述 .....        | 172 |
| 第二节 现代生产系统的设计与组织 .....    | 182 |
| 第三节 现代企业生产计划与控制 .....     | 195 |
| 第四节 几种典型的现代生产管理方式 .....   | 210 |
| 案例分析 .....                | 223 |
| 思考题 .....                 | 224 |
| 作业题 .....                 | 224 |
| <b>第七章 质量管理</b> .....     | 227 |
| 第一节 质量与质量管理 .....         | 227 |
| 第二节 质量管理方法 .....          | 238 |
| 第三节 六西格玛管理 .....          | 255 |
| 第四节 质量管理体系 .....          | 269 |
| 案例分析 .....                | 284 |
| 思考题 .....                 | 284 |
| 作业题 .....                 | 284 |
| <b>第八章 人力资源管理</b> .....   | 286 |
| 第一节 人力资源概述 .....          | 286 |
| 第二节 工作岗位分析 .....          | 289 |
| 第三节 人力资源计划 .....          | 297 |
| 第四节 绩效考评 .....            | 307 |

|                              |            |
|------------------------------|------------|
| 第五节 员工激励与薪酬管理 .....          | 313        |
| 案例分析 .....                   | 325        |
| 思考题 .....                    | 326        |
| 作业题 .....                    | 327        |
| <b>第九章 现代企业财务与成本管理 .....</b> | <b>329</b> |
| 第一节 财务管理概述 .....             | 329        |
| 第二节 财务管理基础知识 .....           | 332        |
| 第三节 财务管理的基本观念 .....          | 347        |
| 第四节 现代企业成本管理 .....           | 353        |
| 案例分析 .....                   | 371        |
| 思考题 .....                    | 373        |
| 作业题 .....                    | 373        |
| <b>参考文献 .....</b>            | <b>378</b> |

## 第一章 现代企业与管理

### 引 言

“在每个企业中，管理者都是赋予企业生命、注入活力的要素。如果没有管理者的领导，“生产资源”始终只是资源，永远不会转化为产品。在竞争激烈的经济体系中，企业能否成功，是否长存，完全要视管理者的素质与绩效而定，因为管理者的素质与绩效是企业唯一拥有的有效优势。”

“管理层逐渐成为企业中独特而必需的领导机构是社会史上的大事。自从 20 世纪初以来，很少见到任何新的基础机构或新的领导团体，像管理层一样，在如此短的时间内快速诞生。在人类历史上，也极少看到任何新机构这么快的变得不可或缺；甚至更加突现的是，这个新的机构在形成过程中遇到这么小的阻力、这么少的干扰、引发这么少的争议。”

（引自（美）彼得·德鲁克《管理实践》，齐若兰译，机械工业出版社，2006 年版）

## 第一节 企业与现代企业

### 一、企业的形成与发展

#### （一）企业的产生

由许多人集合在一起，生产某种产品或提供某种服务，他们生产的产品和提供的服务并不是为了自身的需要，而是向社会提供，为满足消费者的需求，这便是企业。那么企业是怎样产生的呢？

在自然经济占统治地位的社会里，社会生产和消费以家庭或手工作坊为单位，它们都不是企业。在资本主义社会，企业作为取代家庭经济和作坊而出现的一种具有更高生产效率的经济单位，也成了社会的基本经济单位。

现代市场经济理论分析了企业产生的经济动因。商品经济初期，生产钟表的业主必须向生产钟表零件的业主购买所需要的零件。在这个过程中，除了零部件的价格外，还要发生许多交易费用，诸如发现价格、获取市场信息的费用以及进行交易谈判和履行合同的费用等。为了降低交易费用，生产钟表的业主尝试着自

己生产钟表零部件来取代市场购买。当生产规模达到一定程度以后,生产钟表的业主会发现,在自己生产钟表零部件时,虽然要增加内部管理费用,但比起市场购买所花的交易费用能节省许多,此时比家庭作坊规模大、效率高得多的企业就产生了。起初出现的企业规模比较小,多数是手工工场,产业革命后,随着技术的进步和市场的扩张,资本主义生产开始转向大机器生产,企业生产经营规模迅速扩张,大型工厂的出现为现代企业的诞生奠定了基础。

## (二) 企业的概念与特征

### 1. 企业的概念

企业作为向社会公众提供产品与服务的组织,它必须承担社会责任,为此,企业有严格的规定性。

企业是集合生产要素——土地和自然资源、劳动力、资本、技术和信息,并在利润动机和承担风险的条件下,为社会提供产品和服务的单位。它具有独立的商品生产者和经营者的法律身份,是现代经济的细胞和基本经济单位。

(1) 作为企业必须拥有一定的生产要素。土地和自然资源、劳动力、资本是传统企业的生产要素,技术和信息则是现代企业的生产经营要素。

(2) 企业的设立必须具备以下条件:产品和服务为社会所需要,有生产设备、原材料、能源、交通运输等必要条件,有自己的名称和经营场所,有符合国家规定的资金,有自己的组织机构和员工,有明确的经营范围等。

(3) 企业是营利性机构,它向社会提供产品和服务,目标是获取利润。为了获取利润,企业必须具有效率。企业的效率来自制度效率和经营效率两个方面。制度效率是由土地、资本、劳动力等生产要素的集合方式决定的;经营效率是由企业的管理方式和有效性决定的。企业的效率可以保证企业获得利润、克服市场风险,并得到长期稳定的发展。

(4) 企业向社会提供产品和服务,满足人们的物质和文化需要,企业的健康发展也为国家提供稳定的税收和为社会提供充分的就业机会,从而实现企业存在的社会价值。

### 2. 企业的特征

企业作为一个独立的经济组织具有以下特征:

(1) 企业是法人。企业能以自己的名义进行民事活动并承担责任,享有民事权利与义务。企业要成为法人必须依法向工商部门登记注册,应有专门的名称、固定的工作地点与组织章程,具有独立的财产,实行独立核算和自主经营等。

(2) 企业拥有经营自主权。企业作为一个经济实体,必须拥有独立的生产经营自主权,包括经营决策权、产品决定权、产品销售权、人事权和分配权等。

(3) 企业必须实行独立核算,自负盈亏。企业作为营利性机构,获取利润是其生存和发展的条件。为此,企业必须实行独立核算,力争以尽可能少的人力、

物力、财力的投入,获得尽可能多的利润。但经营的结果,取决于企业经营管理的水平,可能盈利,也可能亏损,但这些都应由企业自己负责。如果出现亏损,而又无法扭亏为盈,企业就会破产倒闭。

(4) 企业是纳税单位。税收是国家财政的主要来源,企业作为国家的经济基础,有缴纳税收的义务,必须照章向国家纳税。在市场经济中,这是企业与国家之间的唯一经济关系。

### (三) 企业的演变

企业从最初出现到今天的现代企业,经历了较长的历史演变。从其生产技术与生产组织的发展来看,经历了手工工场—机器工厂—现代公司等几个阶段;从其资产所有者的形式考察,又经历了个人业主制、合伙制和公司制三种形式。

#### 1. 个人业主制企业

个人业主制企业是指由个人出资兴办,并由个人控制的企业。这种企业是自然人,不具有法人资格。它是最早产生也是最简单的企业形态。早期的手工工场多数属于业主制企业。由于它规模比较小,开办时需要的资金少,开设容易,经营灵活,即使在今天,业主制企业也普遍存在。这类企业业主对债务承担无限责任,因而经营风险大,再加上规模有限,生产经营能力弱小,企业很难发展壮大。

#### 2. 合伙制企业

合伙制企业是指由两个以上业主共同出资兴办的企业。企业为出资人共同所有,共同经营,所获利润共同分享。合伙制企业的规模也比较小,通常在广告事务所、商标事务所、会计事务所、零售商店等行业中较为常见。其优点是扩大了资金来源和信用能力,由于多名业主共同管理,提高了经营管理能力,也增加了企业扩大与发展的可能性。但是,合伙制企业仍然是自然人,出资者对企业债务承担无限责任,且合伙人有连带责任,企业寿命不容易持久,企业规模受到限制。

#### 3. 公司制企业

为了克服前两种企业投资少、规模有限的局限性,人们开始探寻新的企业形式。19世纪中期,英国与欧洲其他国家先后完成了产业革命,机器大工业广泛建立,生产的社会化程度极大提高,企业也得到迅速发展,但此时的股份公司在法律上仍然被当做合伙制企业。到1856年,英国议会确认了注册公司只负有限责任,并且公布了第一个现代公司法,即有限责任公司形式的公司法,公司制企业就这样正式建立起来了。对此,美国的巴特勒(N. M. Butle)评价“有限责任公司是近代最伟大的一个发明,甚至连蒸汽机和电的发明都不如有限责任公司来得重要”。

公司制企业是依法集资联合组成的,有独立的注册资产,自主经营,自负盈亏的法人企业公司。这种企业更能适应市场经济发展的需要,是现代企业的主要形式。

## 二、现代企业与现代企业制度

### (一) 现代企业的特征

现代企业不仅仅具有现代化的生产技术,它的企业制度和企业管理也是现代的和先进的。其特征表现为以下几个方面:

#### 1. 技术特征

现代企业是科学技术和生产力发展到一定阶段的产物,因而它的生产技术必定是现代的。在传统企业中,技术虽然也是生产要素之一,但是生产活动主要依靠劳动者的体力和技能,采取粗放经营方式。而在现代企业中,技术跃居为生产要素的首位。它和其他生产要素不是相加的关系,而是相乘,即具有放大的作用。可以形象地表示为如下关系:

现代企业生产力 = (土地 + 自然资源 + 劳动力 + 资本) × 技术 × 科学管理

现代企业最早采用的科学技术是使用机器体系完成产品生产过程的。随着科技的发展,现代企业越来越多地采用自动化电子控制设备和机器人,同时由于计算机技术的迅速发展,计算机在生产和管理过程中被广泛应用,各种自动化技术日趋成熟,完全由计算机控制的自动化工厂也已经出现。

#### 2. 制度特征

现代企业经过长期的发展形成了十分规范和完善的企业制度,包括企业的产权制度、公司组织制度和管理制度。企业的产权制度是企业制度的核心,它不仅解决了社会资本的募集问题,满足了大量投资或企业迅速扩长的需要,同时从法律上保证了投资人的利益,打破了传统企业中投资人直接经营管理企业的管理体制,实现了所有权和经营权的相互分离。公司股东拥有法人财产终极所有权,参与股东大会投票和公司分红;股东大会选举产生董事会及由其任命的经理拥有企业的经营权。

#### 3. 管理特征

现代企业的管理是现代化的管理。现代企业生产的社会化程度空前提高,其外部和内部的分工协作更加细致和紧密,要求企业的生产与经营有严格的计划性、比例性和节奏性,这必须通过管理现代化来实现。企业管理现代化就是适应现代生产力发展的客观要求,运用科学的思想、组织、方法和手段,对企业的生产经营进行有效的管理,创造最佳经济效益的过程。其中,管理思想现代化是先导,管理人才现代化是关键,管理体制现代化和管理制度现代化是保证,管理方法现代化和管理手段现代化是条件,最终实现管理工作高效化和经济效益显著化。

## （二）现代企业制度

现代企业制度是指在市场经济条件下，以规范和完善的法人制度为主体，以有限的责任制度为核心，以有限公司为典型的产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学的一种新型的企业制度。它具有以下特征：①产权特征。在公司制企业中产权关系是清晰的，企业财产的所有权属于投资者，企业拥有出资者投资形成的全部法人财产权，成为享有民事权利、承担民事责任的法人实体。②责任特征。在公司制的企业中，出资者按投入企业的资本享有所有者权益，公司破产时，出资者只以投入公司的资本额对公司债务负有限责任，同样，公司也仅以其全部资产对公司的债务承担有限责任。③保值增值特征。公司制企业以其全部法人财产依法经营、自负盈亏、照章纳税，对出资者承担资产保值、增值的责任。因此公司制企业必须以资产的保值、增值为主要经营目标。④效益特征。公司制企业应该完全按照市场需求组织生产和经营，积极参与市场竞争。优胜劣汰是市场竞争的规则，没有效益的企业会被淘汰。效益驱动是市场经济的内在动力。党的十四届三中全会通过的《关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》中明确指出，要把现代企业制度作为国有企业改革的方向。具体地说，我国所要建立的现代企业制度，就是适应社会主义市场经济要求，以规范和完善的企业法人制度为主体，以有限责任制度为核心的新型企业制度；这是既符合国情，又能与国际惯例衔接的具有中国特色的现代企业制度。这是建立社会主义市场经济体制的中心环节。

## 三、现代企业经营

### （一）现代企业经营概述

#### 1. 经营的概念

现代企业是在市场环境中自主经营、自负盈亏的经济实体。经营就是企业根据市场需要，运用掌握的人、财、物、技术和信息等资源，向社会提供产品和服务，并且取得经济效益和社会效益的活动。现代企业的经营包括两个层次的运筹与管理。首先是资产经营，就是以产品与服务的开发、生产和销售为主体的经营活动，通过企业有效的经营，最大限度地实现产品价值的增值；其次是资本运营，就是以企业的资本运动为对象，通过有效的经营，最大限度地实现资本增值，获得良好的投资回报。当然这两个层次的经营是相互关联、密不可分的。它们之间相互影响、相互促进。

#### 2. 企业经营的外部环境

任何企业的经营都是与外部环境紧紧联系在一起的，企业外部环境对企业的经营产生重大的影响。企业外部环境可以分为一般环境因素（宏观环境因素）和任务环境因素（核心环境因素）两类。

（1）一般环境因素。一般环境因素是指对所有企业都产生影响的环境因素。

虽然这些因素对企业的影响不直接,但是它们将决定企业的长远发展方向。

1) 经济环境。企业所处的经济环境通常包括所在国家或地区的经济制度、经济结构、物质资源状况、经济发展水平、国民消费水平等方面。尤其是利率、通货膨胀率、居民可支配收入、股市指数和经济周期等对企业经营发展都将产生重大影响。

2) 政治环境。政治环境包括所在国家或地区的政治制度、政治形势、政策方针和国家法令等,这些因素都会对企业产生一定影响。企业主要关心政治的稳定性、政策的一贯性和一致性以及政府的干预情况等。

3) 社会环境。社会环境主要是指企业所在国家或地区的人口、文化教育水平、传统风俗习惯以及人们的道德观念和价值观念等。这些因素对劳动力的数量和质量、就业机会、所需商品和服务的类型等方面会产生直接的影响。

4) 科技因素。科技因素是指企业所在国家和地区的科学技术水平、科学技术政策、科学潜力和技术发展动向等。20 世纪下半叶科技因素变化最迅速,只有那些能适应技术进步的企业,才可在激烈的竞争中占据更加有利的地位。一般来说,技术进步从劳动力、劳动资料、劳动对象等方面推动了生产力的发展,不同的技术条件和技术过程又要求不同的管理方式和方法。

5) 法律环境。法律环境是指所在国家或地区的法律行为准则、执法力度、法律意识及所参与签订的国际性条约和协议等。任何企业的活动都要受到相应法律规范的制约。随着我国加入 WTO 以及企业经营的国际化,要求企业更加关注各国的法律环境,避免不必要的经营障碍。

(2) 任务环境因素。任务环境因素是指对某些企业产生影响的环境因素。同一般环境因素相比,它对企业的影响更为直接和具体。任务环境因素主要包括资源供应者、服务对象(顾客)、竞争对手、政府管理部门和社会特殊利益代表组织等。

1) 资源供应者。资源供应者是指向企业提供各种资源的个人和单位,即为企业输送设备、人力、原材料、资金、信息、技术和服务的个人或单位。这些供应者的数量、结构、供应能力、供应条件、供应时间以及资源的质量都直接影响企业的运作方式和成本的高低。

2) 服务对象(顾客)。服务对象是指接受企业提供产品或服务的个人和单位,如企业的客户、商店的顾客、银行存款和贷款客户等。顾客因素主要包括顾客数量、顾客需求的强度、顾客需求的发展趋势和变化规律等。客户的存在是任何组织生存和发展的原因,因此,企业必须深入市场,分析顾客的心理,掌握顾客需求的变化,及时推出新产品、新服务,确保向顾客提供满意的商品和优质的服务。

3) 竞争对手。竞争对手是指与企业在资源和服务对象的取得、分配和使用

方面争夺的对手,它涉及竞争对手的数量、竞争能力、市场竞争的强度与结构等方面的因素。任何一个企业都不可避免地会有一个或多个竞争对手。了解对手和研究对手是在竞争中取胜的重要条件。

4) 政府管理部门。政府管理部门是指中央及各级政府部门的相应机构,如工商行政管理部门、卫生防疫站、物价部门、税务部门等。因为它们拥有行政权利,可以制订有关的政策法规,对违反法律的企业采取必要的行动,从而直接影响企业的行为和收益状况。

5) 社会特殊利益代表组织。社会特殊利益代表组织是指代表着社会上某一部分人的特殊利益的群众组织,如妇联、工会、消费者协会、环境保护组织等。这些组织直接向政府主管部门反映情况,或者通过各种宣传工具制造舆论,以引起人们的广泛注意,对特定组织的经营活动施加影响。

## (二) 现代企业资产经营与资本运营

从历史上看,资本运营与生产经营是同时出现的。在个人业主或合伙制阶段,企业的所有者和经营者是合一的,因此,资本运营和生产经营都是由所有者同时进行。随着股份公司和证券市场迅速发展,所有者原有的经营管理企业的权利转变为由职业经理行使,这时企业经营分离为资本运营和资产经营(生产经营)两个层次。企业所有者的资本运作主要包括参与企业重大决策、决定公司经营计划和投资计划、决定增减资本和发行公司债券,以及根据公司实现和预期收益进行追加投资或撤回投资等。公司经营者按资本经营的要求,侧重抓生产经营,组织实施经营计划和投资计划,实施增减资本和公司发行债券方案,以及采取加速资本周转的措施等。

### 1. 资本运营与资产经营的区别

(1) 经营对象不同。资本运营的对象是企业的资本及其运动。投资者投入企业的货币、土地使用权、实物和技术等都可以通过评估作价并以货币的形式表现出来。资本运营侧重企业经营过程的价值,追求资本的增值。而生产经营的对象则是产品及其生产销售过程,经营的基础是厂房、机器设备、产品设计、工艺、专利等。生产经营侧重企业经营过程的使用价值,追求产品数量和品种的增多、成本的降低、质量的提高。

(2) 经营领域不同。资本运营主要在资本市场上运作,资本市场不仅包括证券市场和长期信用资本的借贷,还包括非证券的产权交易活动。通过资本运作,企业可以筹得更多的自有资本,或者将资本投向盈利更高的领域,从而使企业的利润大大增加。而企业生产经营涉及的领域主要是产品的生产技术、原材料的采购和产品销售,主要是在生产资料市场、劳动力市场、技术市场和商品市场上运作。

(3) 经营方式不同。资本运营要运用吸收直接投资、发行股票、发行债券、