

21世纪高职高专系列教材
(市场营销类)

国家级试点专业市场营销示范教材

丛书总主编 彭代武 黄金火

现代企业管理

第二版

主 编 姚 莉

副主编 付家荣 宋茂华



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

21世纪高职高专系列教材
(市场营销类)

国家级试点专业市场营销示范教材

丛书总主编 彭代武 黄金火

现代企业管理

第二版

主 编 姚 莉

副主编 付家荣 宋茂华



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代企业管理/姚莉主编;付家荣,宋茂华副主编. —2版. —武汉:武汉大学出版社,2010.8

21世纪高职高专系列教材(市场营销类)/彭代武,黄金火总主编
ISBN 978-7-307-07973-1

I. 现… II. ①姚… ②付… ③宋… 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(2010)第 127162 号

责任编辑:柴 艺 责任校对:刘 欣 版式设计:马 佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷:湖北民政印刷厂

开本: 720 × 1000 1/16 印张: 21 字数: 374 千字 插页: 1

版次: 2004 年 9 月第 1 版 2010 年 8 月第 2 版

2010 年 8 月第 2 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-07973-1/F · 1380 定价: 28.00 元

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

总 序

江泽民同志在党的十五大报告中指出：“培养同现代化要求相适应的数以亿计高素质的劳动者和数以万计的专门人才，发挥我国巨大人力资源的优势，关系到 21 世纪社会主义事业的大局。”随着社会主义市场经济体制的建立与完善，市场营销在国民经济中发挥的作用越来越大。培养和造就大批高素质的营销专门人才，既是党中央、国务院对我们提出的要求，又是社会经济发展的迫切需要。近几年来，围绕深入贯彻党的教育路线、方针、政策，从经济全球化的发展趋势出发，对高职高专教育市场营销专业人才培养模式的探索，成为开设市场营销专业的高职高专院校教学改革的重要内容。

由于高职高专市场营销专业具有较强的实践性和操作性，因而该专业的人才培养必须适应社会实践变化的要求，按社会主义市场经济的人才需求规律，对专业的教与学进行改革与调整。课程建设与教材建设作为学科建设的重要组成部分，是改革中十分重要和必须首先解决的问题。市场营销专业改革就是要围绕培养合格的市场营销人才这个中心，使课程体系、教学内容和方式进一步得到改善，从而推动专业建设和教学改革的全面展开。

湖北经济学院市场营销专业 1998 年被湖北省教育厅确定为重点专业，2001 年被国家教育部确定为首批改革试点专业，2004 年通过省教育厅专家组验收。其中，实现产学研结合、校企联合培养的“订单”式教育教学模式得到了全社会和专家组的好评与认同。

这套由湖北经济学院牵头组织编写的市场营销专业系列教材，正是该校专业改革试点中教材建设成果的一次展示，是高职高专市场营销专业的示范性教材。第一批推出的教材包括《市场营销导论》、《推销技巧》、《商务谈判技术》、《连锁经营》、《营销调研》、《网络营销》、《现代企业管理》、《服务营销》和《营销策划》。此系列教材是在湖北省教育厅领导的关心和指导下组织编写的，湖北省教育厅高教处对这套教材的编写作了具体部署与安排；全国优秀出版社武汉大学出版社承担了这套教材的出版任务；湖北经济学院工商管理学院市场营销系负责组织和发动全省及外省部分高职高专院校的专业教师进行

目 录

第一章 企业与企业管理概述	1
第一节 企业与企业特征	1
第二节 企业的创立及使命	4
第三节 企业类型与企业系统	8
第四节 管理与企业管理	17
本章案例 英特尔改变公司使命的决策	24
第二章 企业管理基本理论	25
第一节 企业管理的性质、职能、任务	25
第二节 企业管理理论及其发展	28
第三节 现代企业管理原理与方法	33
第四节 企业管理基础工作	38
第五节 企业文化	41
本章案例 微软的经验和管理的基本原则	45
第三章 现代企业制度与国有企业改革	47
第一节 企业制度及其基本形态	47
第二节 现代企业制度	52
第三节 企业领导制度及法人治理结构	54
本章案例 宝钢的企业制度创新	59
第四章 企业组织管理	61
第一节 企业组织概述	61
第二节 组织设计与组织结构	64
第三节 企业组织结构模式	68

第一章 企业与企业管理概述

【教学目的与要求】明确企业的概念、起源及其特征；了解现代企业的责任、权利和利益；掌握企业的类型划分以及企业系统及其系统特征；深入理解管理的内涵、特征，并明确企业管理各基本要素的功能。

企业管理的对象就是企业，因此，全面正确地认识企业是研究和搞好企业管理的立足点与出发点。本章主要论述企业的含义和属性、企业的创立与使命、企业类型等内容，以便能对企业有较全面的了解，为学习企业管理打下基础。

第一节 企业与企业特征

企业是现代社会经济的基本单位，它在一定的环境中生产和发展，并根据社会需要和自身目标进行选择、决策。企业管理是国民经济诸管理中的基础管理，基础管理的优劣，不仅反映国民文化的程度和政府的效能，而且直接影响各个方面的效益水平，企业活力决定国民经济的活力。

一、企业的含义

企业是从事生产、流通、服务等经济活动，以产品或劳务满足社会需要并获得赢利，自主经营、自负盈亏、依法设立的经济实体，是社会经济的基本单位。

企业是一个经济概念。企业（firm，在西方经济学中又称为厂商）是自商品经济产生之后就存在的一种经济组织形式。在现代市场经济中，企业已经成为最为重要的经济组织。但是，企业是什么？这个看起来很简单的问题并不容易回答。因为站在不同的角度，人们所看到的是企业的不同性质，给企业所下的定义也就必然不同。据一些西方经济学家统计，仅在经济学领域，理论家给企业所下的定义就达几十种。

古典经济学家和当代产权经济学家给企业所下的定义影响较大。古典经济学对企业的分析框架是一个生产单位，认为企业的功能是把土地、劳动、资本等生产要素投入转化为一定的产出，将企业的本质归结为技术关系。在每一种既定的技术条件下，都存在一个与之对应的生产函数。技术进步就决定着投入与产出的对应关系。古典经济学从技术这一生产力的角度来定义企业符合企业产生与发展的历史，有一定的科学性。但它不能解释为什么在同一技术条件下、同一行业中，企业的规模会不同，甚至同一企业在不同的时期有不同的规模边界。

产权经济学认为，企业是一种制度，是市场的替代物。企业最本质的功能不是它的技术特征，而是它的“取代市场，节约交易成本”的制度特征。产权经济学发现：古典经济学将企业当作一种生产函数来处理是不完全的，因为人们既可以结合成企业来进行生产，实现自己的利益；也可以依靠市场，通过出售自己的产品来实现自己的利益。那么，为什么人们要结合为企业，并且企业的规模还大小不等，内部包括的生产过程多少不一呢？产权经济学认为主要是交易费用的影响。企业的本质是替代市场的一种制度。当代产权经济学对企业本质的观点抓住了现代企业的特征，对于我们认识企业的内部结构，确定企业的合理边界，把握企业的行为模式有着现实意义。

我国在很长的一个时期实行的是计划经济体制。虽然我们也将众多的生产单位称为企业，但是我们并没有将其当作市场经济中那样的企业来对待。我国对企业本质的重新认识是随着社会主义经济改革实践的不断深入而深入的。随着对社会主义经济的重新认识 and 社会主义市场经济体制的确立，随着企业改革的不断深入，我们认识到，企业是一个独立的经济主体，是市场经济的微观基础。时至今日，我国理论界形成了这样一个基本上为各方都能接受的企业定义：企业是一个独立的商品生产者，是以营利为目的，自主经营、自负盈亏、自我约束、自求发展的经济实体。

二、企业的特征

（一）企业是一个和商品生产相联系的历史概念，它是商品生产的产物

人类社会生产活动是社会活动。生产力发展水平不同，社会化程度不同，生产组织的形式也不同。任何一个社会形态，总有与它的生产力水平相适应的一定形式的基本生产单位。企业是商品经济发展到资本主义机器大工业时代的产物，随着商品经济的高度和机器的采用，逐渐出现了资本主义生产方式，社会生产组织形式发生了根本变化。社会生产的基本单位由家庭或作坊

逐步演变成由资本家雇用大批工人、使用现代化生产设备、高度社会化的企业。世界上第一个工厂企业是 1771 年在英国建立的。企业从其诞生到现在一直处于不断发展之中,具体形态变得越来越丰富多样。由于资本的集中和积累,企业规模和组织形式也在不断发展和变化。

(二) 企业具有两重性质

商品具有两重性,作为商品生产者的企业,同样具有生产力和生产关系两重性。在现代市场经济中,企业不仅是社会生产力最微观的组织形式,而且也是社会生产关系最基本的实现形式。

从生产关系方面来看,决定企业性质最主要的因素仍然是企业生产资料的所有制属性。站在产权经济学的立场上来分析,企业是由出资人、劳动者、经营者构成的一个契约,企业家居于这个契约的中心,在企业中,出资人的利益居于最重要的地位。

从生产力的角度来看,企业作为生产力组织形式和商品经济的基本单位,其技术和组织特征是:

(1) 企业是从事生产、流通、服务等活动的经济组织,它聚集一定数量的劳动者,为共同的生产目的服务并组成特殊的生产经营体系。

(2) 企业生产经营的成果(产品或劳务),通过交换与消费者或其他生产单位发生经济联系,满足一定的社会需要,同时获得赢利。

(3) 企业具有独立的经济权益,为了自身的发展,为了获得更多、更大的利益,它主动地、积极地发展自己的生产力。

(4) 企业是社会经济的细胞、社会生产力的源泉,是人类物质财富的直接创造者,企业生产力的总和构成社会生产力。企业又是国民经济的细胞,在整个社会经济中具有举足轻重的地位和作用。企业的素质和效益是整个经济效益的基础。一个国家综合国力的大小,主要取决于该国企业经济力量的大小。

(三) 企业是社会经济的基本单位

企业是一个自主经营、自负盈亏,具有自我改造和自我发展能力,有独立的经济利益的经济实体。

1. 企业必须是以营利为目的,从事商品生产和经营的经济组织

企业区别于从事非经济活动的学校、医院、政府机关等单位,区别于政党、军队等政治组织,以及宗教团体等社会组织。只有那些从事商品生产和经营的经济组织,才能划到企业这个范畴内。

2. 企业必须是自主经营、自负盈亏的经济组织

营利性的经济组织并非都能称为企业。一些工厂或分公司虽然独立核算，盈亏也同其经济利益挂钩，但是，它们不拥有属于自己的资产，投资决策权等一些重要的经营管理权掌握在它们上面的公司手中，不能也不应该承担自负盈亏的责任，因而不可能完全自主经营。所以，这些工厂、分公司不能称为企业，它们上面的公司才是真正企业。

3. 企业必须是具有法人资格的经济组织

即企业必须严格依照法律规定的程序依法设立，具有法人资格，取得社会的承认，履行义务，拥有相应的权利，并受到法律的保护。

总之，企业是人类社会生产力发展到一定阶段的产物，特别是商品经济发展到一定程度的产物。尽管从其诞生至现在一直处于不断发展之中，具体形态变得越来越丰富多样，但就其本质而言，它始终是从事商品生产和经营的经济组织。

第二节 企业的创立及使命

一、企业的创立

创办一个企业不仅可以带来新的产品、服务和物质财富，推动技术创新和组织的变革，而且能够创造大量就业机会，使社会收入的分配更趋公平。那么如何才能更好地创立一个企业呢？众多企业家的成功经验告诉我们，以下几项内容是必不可少的。

（一）选择合适的行业

当今社会的发展使得行业之间分工越来越细，各种新的行业层出不穷。在这些行业之间既存在着差异，又有着千丝万缕的联系。面对日益复杂多变的经营环境，企业如果贸然进入，必将付出惨痛的代价。怎样降低创业风险？如何对行业进行理性的分析评判？只有当我们对某一行业有了全面系统的了解，并确信自己可以在该行业获得一席之地，才可以开始创业。

（二）确定可行的战略

面对瞬息万变的各种机遇和挑战，如何巧妙地回避风险，抓住机遇，迅速形成强大的竞争优势，成为企业创业成败的关键。为此，创业者必须根据对外部环境和内部条件的系统分析，确定企业发展的总体战略目标和方针，制定有效的战略方案，使企业获得有利的竞争地位，并确保这种优势能够长期保持下去。

（三）创建组织与队伍

当创业者制定出切实可行的战略方案后，有效的人力资源管理将提高创业成功的可能性。因为任何战略在最初都只是个美好的愿望，要想将它变为现实必须依靠一支高素质的员工队伍。只有企业的各个部门、各个岗位都配置了合适的人员，企业的各项工作才能按战略设计的要求正常运转。因此，创业者必须在最短的时间内，集合最优秀的人才，把企业的远景化为众人的目标，团结奋斗，实现企业和员工的共同发展。

（四）筹措必要的资金

企业在初创时期必须对资金的筹措制定详细周密的计划，做好充分的准备，以应对随时可能发生的不可测事件。具体来讲就是，首先，明确所筹资金应包括员工工资报酬、生产费用、固定资产投资、市场营销费用及日常管理费用等几个方面，同时应该做好在一段时间只有支出而无收入的心理准备。其次，若感到资金缺口明显，则应设法收缩原创业计划的规模，以适应投资额，以免产生较大风险。最后是应树立严格的成本控制观念。分析主要开支，以确定能否以更低的费用取得同样的或更好的效果。

二、企业的使命

（一）企业使命的概念

企业使命是企业在社会经济生活中所担当的角色，是企业区别于其他企业而存在的理由。一般来说，企业使命不是企业经营活动具体结果的表述，而是企业开展活动的方向、原则和哲学。作为一个寓个体于社会的双重存在的企业，它的经营目标从根本上说不是取决于服务方向、行业特点这些具体的物化的因素，而是取决于企业所追求的宗旨、企业的价值观这些观念性因素。

美国管理学者金尼斯（M. E. Ginnis）研究认为一个好的企业使命应具备以下条件：

- （1）应该明确企业存在的目的；
- （2）应该既允许企业创造性发展，同时又限制企业进行一些冒险行动；
- （3）应该使本企业区别于其他同类企业；
- （4）应该作为评价企业现在和未来的活动的框架；
- （5）应该清楚明白，易于为企业所理解。

由于企业的经营环境、市场地位、消费者需要等发生变化，企业使命部分或全部会过时，不再适宜，这时便需要对企业使命进行调整。

（二）企业使命的内容和构成要素

企业使命，主要包括三个方面的内容或九个基本要素。

三个方面的内容是企业生存目的、企业经营哲学和企业形象。

（1）关于企业生存目的。美国著名管理学家德鲁克认为，企业存在的主要目的是创造顾客，只有顾客才能赋予企业存在的意义。虽然顾客所购买的是实实在在的产品，但顾客认为有价值的从来不是产品，而是一种效用，是一种产品或服务给他带来的满足程度。顾客是企业生存的基础和理由。因此，决定企业经营什么的应该是顾客，顾客愿意购买产品或服务才能使资源变为财富，将物变成产品。根据这一原理，在确定企业生存目的时，就应该说明企业要满足顾客的哪种需求，而不是说明企业要生产什么产品。西奥多·莱维特（Theodore Levit）提出了下述观点：企业的市场定义比企业的产品定义更为重要。如埃克森公司的企业使命强调“提供能源而不是出售石油和天然气”。

（2）关于企业经营哲学。企业经营哲学是对企业经营活动本质性认识的高度概括，是包括企业的基础价值观、一致认可的行为准则及共同信仰等在内的管理哲学。它主要通过企业对外界环境和内部环境的态度来体现。

（3）关于企业形象。企业形象是社会公众和企业员工对企业整体的看法和评价。良好的企业形象意味着企业社会公众心目中留下了长期的信誉，是吸引现在和将来顾客的重要因素，也是形成企业内部凝聚力的重要原因。因此，企业在设计使命和指导方针时，应把社会信誉和形象置于首位。

九个基本要素包括：顾客——谁是企业的顾客；产品或服务——企业的主要产品或服务是什么；市场——企业服务于哪一区域或顾客；技术——企业采用的基本技术是什么；对生存、发展和赢利的关注——企业对经济目标的态度；经营哲学——企业经营的理念；价值观和行为准则、自我意识——企业的长处、短处和竞争优势是什么；公众形象——企业希望的公众形象是什么；对员工的关注及其他利益相关者的协调——企业对员工的认识 and 态度怎样、企业使命的表述是否有效地协调和反映了有关利益主体的要求。

上述九个方面是绝大多数企业所共同关注和重视的，也是企业经营中首先要解决的基本问题，是构成企业使命的基本要素。因此，在评价企业使命陈述时，可以将是否包括这些因素作为评价的重要指标。

企业的使命同企业的目标是紧密联系的。企业的目标是企业使命的具体体现。人们对企业使命的认识，必须基于企业的宗旨、价值观等这样一些抽象范畴的分析。企业使命的实现必然涉及企业的具体服务方向和服务范围的选择，

但它在选择服务方向和服务范围时，又不能局限在企业能为顾客提供哪些服务和把现在已经在做的事情做好，而是要切实了解顾客需要我们做什么，以顾客的需要为导向，做企业应该做的事情。

（三）企业使命的作用

正确而清晰的企业使命是企业经营成功的起点，是企业战略的一个重要组成部分。以文字形式表述出来的企业使命有以下作用：

（1）能够明确地指出企业未来的发展方向，为有效分配和使用企业资源提供一个基本的行为框架，避免偏离企业发展方向的经营行为。

（2）能使企业的相关利益主体都有机会了解企业的经营宗旨和方向，有利于协调他们之间的关系，使大家的思想行动都统一到公司的宗旨和方向上来，形成整体力量。

（3）有助于界定企业的经营领域，从而为企业开展战略环境分析界定了范围。

（4）它是企业确定战略目标的前提和选择战略方案的依据。

（5）有利于树立自身形象和顾客对企业的辨识。

三、企业的责任、权利和利益

社会主义企业为了实现自身的任务，既需要向社会和国家承担应负的责任，又必须拥有完成自身任务的权利，并获得应有的利益。企业应以责任为核心，以权利为条件，以利益为动力。

（一）企业的责任

企业的责任是指企业在从事生产经营活动和处理对外经济关系时应履行的义务。企业的责任主要是：

（1）按照市场需要或国家要求，努力生产和提供社会需要的产品或服务；

（2）合理地使用人力、物力和财力，努力进行技术改造和创新，推动科技进步，提高产品质量和服务质量，严格依法订立和履行合同，全心全意为用户服务；

（3）认真贯彻执行国家法律法规和方针政策，依法按时足额缴纳税金，接受财税、审计、劳动工资和物价等机关的监督和检查；

（4）保障国有资产保值、增值，并对经营性亏损承担经济责任；

（5）提高劳动生产率、节约能源和原材料、降低成本，不断提高企业和

社会经济效益；

(6) 搞好劳动保护和环境保护工作，贯彻安全生产制度、改善劳动条件，做到安全生产和文明生产，保证员工身心健康，维护社会利益；

(7) 加强员工思想政治教育、法制教育、爱国主义教育、科学文化教育和技术业务培训，提高员工队伍素质；

(8) 在发展生产和提高经济效益的基础上，相应地增加员工收入，搞好集体福利和社会保障事业，逐步提高员工的物质文化生活水平。

(二) 企业的权利

企业为了更好地担负盈亏责任，必须享有相应的经营权利。根据国家法律规定，企业的经营权是指企业对其经营管理的财产有占有、使用和依法处置的权利。具体来说，企业享有以下 14 项经营权：(1) 生产经营决策权；(2) 产品、服务定价权；(3) 产品销售权；(4) 物料采购权；(5) 进出口权；(6) 投资权；(7) 自有资金支配权；(8) 资产处置权；(9) 联营、兼并权；(10) 劳动用工权；(11) 人事管理权；(12) 工资、奖金分配权；(13) 内部机构设置权；(14) 拒绝摊派权。

(三) 企业利益

企业利益是企业行使自己权利和履行自己应负责任时所取得的合法经济收入。企业经营管理得好，经济效益高，经济收入多，反之则少。企业的权利、责任和利益是统一的。有责无利，企业履行自己应负的责任没有保证和动力；有权有利而无责任，企业的财产就不会增值，甚至受到破坏和侵蚀。因此，企业的经营利益同经济权利一样，应受到国家法律的保护，任何单位和个人都不得侵犯。

第三节 企业类型与企业系统

一、企业类型

由于现代经济生活十分复杂，作为基本经济单位的企业有很多类别，为了更深入地研究企业管理的特点和规律，也需要将企业进行分类研究。目前，按不同的分类原则，有以下几种企业分类，如表 1-1 所示。

表 1-1

企业分类

企业分类原则	企业类型
根据企业财产构成和所担负的法律责任	(1) 独资企业 (2) 合伙企业 (3) 公司企业
根据企业所属经济部门	(1) 工业企业 (2) 农业企业 (3) 运输企业 (4) 建筑安装企业 (5) 邮电企业 (6) 商业企业 (7) 旅游企业 (8) 金融企业
按生产力要素比重	(1) 劳动密集型企业 (2) 资金密集型企业 (3) 知识技术密集型企业
根据企业经营规模	(1) 大型企业 (2) 中型企业 (3) 小型企业
根据企业经营方式	(1) 国有国营 (2) 国有民营 (3) 民有民营 (4) 私有私营
根据组织结构类型	(1) 企业集团 (2) 公司 (3) 总厂 (4) 工厂

下面对主要几种分类进行介绍：

(一) 不同经济部门企业

在企业满足社会生产、生活不同的特点基础上，可将企业按经营内容、经营方向、经营特点以及技术基础的不同，划分为工业企业、农业企业、商业企

业、交通运输企业、建筑安装企业、旅游企业和金融企业等不同类型的企业。

（二）不同资源密集型企业

按照企业生产要素的密集程度划分，可分为劳动密集型企业、资金密集型企业 and 知识密集型企业。

1. 劳动密集型企业

劳动密集型企业的划分依据为：（1）按企业投入的技术装备等固定资产和劳动力配合比例划分，即单位劳动力使用技术装备等固定资产量少的企业；（2）按生产经营成本构成来划分，即成本中活劳动消耗所占比重较大的企业；（3）按资本有机构成高低来划分，即有机构成低的企业。发展劳动密集型企业对那些资金短缺、技术基础薄弱而劳动力资源丰富的发展中国家来说，是经济发展的一项重要策略。不能把发展劳动密集型企业与提高劳动生产效率、实现企业现代化对立起来。凡是可用半机械化、机械化、自动化代替手工劳动的企业要尽可能地实现技术改造。在发展过程中，要适应生产力发展的实际水平和可能条件，采用适宜技术，才会有好的经济效果。

2. 资金密集型企业

资金密集型企业是指单位产品所需投资较多、技术装备程度较高、用人少的企业。它是相对于劳动密集型企业而言的。通常把钢铁工业企业、重型机械制造企业、汽车制造企业、石油化工企业等划入资金密集型企业。

资金密集型企业一般具有劳动生产率高、物资消耗省、单位产品成本低、竞争能力强等优点，但是它需要大量的资金，技术装备复杂，还要有掌握现代技术的各类人才、相应的配套服务设施，否则就难以发挥其应有的经济效果。资金密集型企业的单位产品所需投资多，因此企业的技术装备程度也往往比较高，故又称为技术密集型企业。由于技术密集型企业同知识密集型企业相近，有人就把技术密集型企业作为知识密集型企业的别称，或称之为知识技术密集型企业。

3. 知识技术密集型企业

知识技术密集型企业是指综合运用先进的、现代化的科学技术成就的企业。这类企业一般具有需要综合运用多门学科的最新科学研究成果，技术装备比较先进、复杂，投资费用大，中高级科技人员比重大，操作人员也要求有较高的文化科学知识，使用劳动力和消耗原材料较少，对环境的污染较少等特点。这类企业有电子计算机企业、飞机和宇宙航空企业、大规模和超大规模集成电路企业、原子能企业、电子计算机软件设计企业、技术和管理的咨询服务企业等。

从发达国家的经济发展过程来看,其经历了一个从劳动密集型企业向资金密集型企业过渡的过程,而且随着现代科学技术的发展,知识技术密集型企业对于那些拥有强大智力优势和雄厚科技基础的发达国家和地区有着重要意义。

(三) 不同生产组织形式的企业

按照企业的生产组织形式不同,企业可分为单厂企业、多厂企业、经济联合体和企业集团等类型。

1. 单厂企业

单厂企业是指一个工厂就是一个企业。这种企业由在生产技术上有密切联系的若干车间和一些管理部门、服务部门所组成。单厂企业必须独立地承担财产责任与经营责任,有独立的权利和利益,具有法人地位。

2. 多厂企业

所谓多厂企业,是指由两个以上工厂组成的企业。多厂企业不同于行政性的工业公司,它不是行政管理机构,而是企业性的实体公司。它是按照专业化、联合化及经济合理的原则,由若干个分散的工厂所组成的经济法人组织。多厂企业的主要形式有:

- (1) 同类产品或相同工艺技术的工厂组成的专业公司,如电力工业公司。
- (2) 由工艺过程前后衔接的工厂组成的联合公司,如钢铁联合企业。
- (3) 装配厂和所需零部件的生产厂联合组成的总厂或公司,如汽车工业公司、计算机公司等。
- (4) 建立在物资综合利用基础上的联合企业,如石油化工联合企业等。
- (5) 把科研单位与生产企业,或把新产品研制厂与产品制造厂联合起来,组成的专业公司或联合公司。

3. 经济联合体

经济联合体是松散的、相对稳定的经济联合组织。其特点是参加联合的各方本着自愿、互利、效益原则,在生产、科研、技术、设备、人力、物资及销售等方面彼此联合。联合各方独立核算、自负盈亏,按照等价有偿原则,在各成员之间进行产品配套、物资协作以及技术转让等生产经营活动。联合各方的联合内容与项目一律用合同固定下来。

经济联合体的主要形式有:生产要素的联合,工艺的联合,工业和商业、工业和外贸的联合,农、工、商的联合,生产、科研、销售的联合以及跨行业、跨地区的联合等。

4. 企业集团

企业集团是以资本为纽带联结起来的若干独立企业法人所组成的集合体,

是独立核算企业的复合组织，它是一种具有较紧密联系的企业群体组织，它的核心是技术、经济和资金实力较雄厚的集团公司。集团公司本身是企业法人，且通过控股、参股，控制和影响一批企业的经营方向甚至经营活动。参加企业集团的成员企业，按不同的情况，形成紧密程度不同的多层次结构，一般有三四个层次，如集团公司（核心层）、控股层（紧密层）、参股层（半紧密层）、协议层（松散层），通常称为母公司、子公司、关联公司等不同层次。企业集团因其以控股、参股为其主要的资本联结形式，并在经营上共担风险，在利益上共负盈亏，一般也没有期限上的规定，因此具有长期可靠的稳定性。

企业集团有不同的经营形式，有的以生产为主，有的以贸易为主，有的是科、工、贸结合，也有的兼有工、农、商、科技、外贸、运输、金融的综合形式。

（四）不同规模的企业

按照企业规模划分，可分为大型企业、中型企业和小型企业。

将企业规模粗分为大、中、小型三类，是国际上普遍使用的方法，但区分标准不大一样。总的来看，企业规模主要可以用企业拥有的职工人数、固定资产原值以及企业年销售额和利润额等指标来衡量。具体的数量标准并不是绝对的，而是相对的，往往因不同的国家、不同的时期、不同的部门和行业而异。

（五）不同经营方式的企业

随着经济体制改革的不断深入，所有制改革是一条根本出路。产权制度改革势在必行。根据党的十七大精神及国有经济有进有退、有所为有所不为的方针，我国正在积极探索公有制的多种实现形式，积极发展混合所有制经济，积极支持个体经济、私营经济的加快发展。我国宪法规定，在法律规定范围内的个体经济、私营经济是社会主义经济的重要组成部分。

（六）不同企业财产组织形式和法律形式的企业

根据国际惯例，世界各国最流行的划分企业类型的方法，是将企业划分为独资企业、合伙企业、公司企业三种。详细分析见第三章有关内容。

二、现代企业系统及特征

所谓系统，是指由若干个相互联系、互相依存的部分组成的，具有特定的某种功能的有机整体。在自然界和人类社会，一切事物都是以系统的形式存在的，任何事物也都可以看作一个系统。企业系统是为实现其特定功能由许多车间、职能部门等组成的人造系统，它有明显的系统特征：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，可以把企业看作一个