



普通高等教育“十二五”规划教材



汽车类高端技能人才实用教材

汽车服务企业企业管理

◎ 周晓燕 詹 芸 主编

◎ 魏云暖 韩大六 李晓燕 王丽娟 副主编



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

普通高等教育“十二五”规划教材
汽车类高端技能人才实用教材

汽车服务企业管理

周晓燕 詹 芸 主编

魏云暖 韩大六 李晓燕 王丽娟 副主编



电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

内 容 简 介

全书共 10 章。第 1 章现代企业概述, 主要涉及企业、管理和企业管理的基本知识。第 2 章讨论企业的经营管理, 系统地阐述了从企业创建初期的市场调研、生产系统的设计、产品的市场选择和定位到顾客满意的基本理论和方法。第 3 章讨论了企业的物资管理, 全面地讲述了企业物资、配件、设备管理的方法和技巧。第 4 章讨论了人力资源管理, 从选人、育人、用人、激励人四个方面具体探讨了人力资源管理的方法和技巧。第 5 章财务管理, 讨论汽车服务企业财务系统、企业基层财务活动、企业财务管理的重要指标等内容。第 6 章讨论了汽车服务企业物流系统的管理。第 7 章讨论了汽车企业信息采集的方法、企业信息系统开发的方法及过程。第 8 章从汽车消费信贷及购车手续、汽车保险理赔与服务、汽车检测与维修服务、汽车美容与装饰服务等方面讨论了汽车售后服务的内容。第 9 章讨论了汽车服务企业文化建设基本方法。第 10 章探讨了企业管理创新的意义和方法。

本书各章均有实训操作题, 还提供电子教案, 适合作为大中专汽车类相关专业教材, 也可作为汽车服务企业各层次管理人员、汽车 4S 店、特约服务站经理、员工的学习参考书。

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

汽车服务企业/周晓燕, 詹芸主编. —北京: 电子工业出版社, 2012.8

汽车类高端技能人才实用教材

ISBN 978-7-121-17553-4

I. ①汽… II. ①周… ②詹… III. ①汽车企业—工业企业管理—高等职业教育—教材

IV. ①F407.471.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 150359 号

策划编辑: 竺南直

责任编辑: 王二华

印 刷: 涿州市京南印刷厂

装 订:

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编: 100036

开 本: 787×1092 1/16 印张: 18.75 字数: 480 千字

印 次: 2012 年 8 月第 1 次印刷

印 数: 4000 册 定价: 36.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

出版说明

自 2002 年起,中国汽车行业开始进入爆发式增长阶段。2009 年,中国取代美国成为世界上最大的汽车销售市场,当年中国的汽车产量超过了日本和美国的总和,成为名副其实的汽车产销量双重世界第一。2011 年,平均每月产销量突破 150 万辆,全年汽车销售超过 1850 万辆,再次刷新全球历史纪录。未来十年自主品牌将完成从“中国制造”到“中国创造”的发展过程。预计未来十年,我国汽车市场年均增长率将达到 7.1%,到 2020 年中国汽车市场的销量有望占据全球汽车总销量的一半以上,中国汽车市场前景非常广阔。汽车行业突飞猛进的发展对汽车专业人才特别是高端技能型人才的培养提出了前所未有的高要求。一个是行业的发展和扩张在人才数量上的要求,全国每年汽车专业高端技能型人才的缺口在数十万人;另一个是技术的进步和发展对于人才培养质量的要求,大量新技术、新工艺的应用对于从业技术人员在学科基础理论和职业技能方面提出了更高的要求。

作为全国最大的汽车类高等职业学校,西安汽车科技职业学院近年来根据汽车行业发展的需要,紧贴职业岗位,引进吸收德国奥迪、瑞典沃尔沃、英国捷豹路虎等世界顶尖企业汽车职业教育的先进理念和思想,深入开展教学改革,形成了一套独特的课程体系和教学模式。《汽车类高端技能人才实用教材》就是我们近年来教学改革成果的总结,是课程改革和新的教学模式的具体体现。

这套系列教材具有以下几个特点:

一是实用性。在编写过程中,从企业岗位需求和学生发展空间两个方面考虑编排内容,既注重专业基础和专业理论的系统性,又重点考虑了职业技能训练的需求,对于学习汽车类专业的学生而言,是一套学习效率很高的教材。

二是通俗性。在编写过程中,充分考虑到高职学生文化基础的现实状况,降低对学生文化基础知识的要求,让大多数学生能够学得懂。

三是系统性。从机械和电子技术基础课程,到汽车的基本理论,汽车的各种技术,再到汽车的最新技术的介绍;从基本的电工、机械实验,到专业实习,再到职业技能实训,形成了一整套较为完备的汽车理论教学和实训教学的体系。

四是适度超前性。除了涉及目前已经应用的各种汽车技术和技能知识之外,还在新能源汽车、先进车载网络技术等方面进行了介绍,为学生开拓了视野,为其将来向行业的深度和广度发展具有一定的引导作用。

五是实践性。力图采用项目教学和任务驱动教学等方法进行编排,强调理论验证实验、基本专业技能实习和职业技能实训的重要性,将实践教学环节贯穿于课程教学的始终。

本套教材紧紧把握高职教育的方向和培养目标，严格按照新的国家职业标准对人才的要求编排内容，贯彻以技能训练为主，着重提高学生操作技能的原则。在技能训练的内容安排上富有弹性，在保证教学的前提下积极培养学生的创新能力。

本套教材内容丰富、图文并茂、体例饱满，选材来源于最新的技术手册；难易适中、应用性强，有利于知识的吸收和技能的迅速提高。可作为高等职业技术学院或应用型本科汽车类各专业的必修课教材，也可作为成人高校汽车类各专业的教材，同时可作为相关从业人员的参考用书。

教材编写过程中，由于各种原因，疏漏和不尽如人意之处在所难免，敬请广大师生提出宝贵意见，以便再版时修订完善。

《汽车类高端技能人才实用教材》编委会



前 言

随着改革开放的深入,我国的汽车工业和汽车服务业得到了飞跃发展,汽车及其相关产业的人才需求也大幅度增长,其中对汽车服务企业人才的需求更加紧迫。

由于汽车服务企业具有服务性工业企业的特征,企业规模越大、人员越多、生产工艺或技术越复杂,就越需要企业管理。企业发展的成败,关键在于企业生产经营管理者的经营理念和管理素质。为此,为了满足培养汽车专业复合型、实用型人才的需要,结合汽车服务企业发展的现状,培养更多“懂管理的技术人员”的同时也培养更多“懂技术的管理人员”,我们编写了这本书。

本书突出职业教育特色,在解决“是什么”的基础上,重点解决“怎么干”的问题,注重培养学生的动手能力和实际操作能力,本教材配有大量案例、图片、补充材料、单据、实训题,注重理论与实践相结合,彰显实践性,参加本教材编写的有多年教学经验的学校老师、多年从事汽车服务企业的高层领导及汽车服务企业人员。

本书体系结构及教学信息的传递更符合高职高专院校学生心理特征和思维发展规律,教学内容更加直观、易懂,易于被学生所掌握。本书知识面广,综合性强,能够满足汽车服务企业各层次管理人员、大中专院校师生、汽车 4S 店、特约服务站经理、员工日常工作和学习的需要。

本书除了每章均配有实训操作题以外,还提供相关电子教案,可登录华信教育资源网(<http://www.hxedu.com.cn>)免费注册下载。

根据每章节内容对现代企业的意义的重要性,建议课时分配如下:第 1 章 10 课时,第 2 章 12 课时,第 3 章 6 课时,第 4 章 10 课时,第 5 章 10 课时,第 6 章 6 课时,第 7 章 4 课时,第 8 章 6 课时,第 9 章 4 课时,第 10 章 4 课时。实训时间也包括在每章节的课时中。总计 72 课时。

本书由周晓燕和詹芸主编,各章具体编写分工如下:周晓燕(第 2、3 章)、詹芸(第 1、7 章)、韩大六(第 5、6 章)、魏云暖(第 8、9 章)、王丽娟(第 4 章)、李晓燕(第 10 章)。

本书是在西安汽车科技职业学院院长李瑞明、副院长李勇、经济管理系原系主任王忙海等学院领导的关怀下编写完成的。编写过程中,我们走访了大量的 4S 店和汽车服务企业,尤其是庞大汽贸集团股份有限公司、北京现代彤立江 4S 店和北京现代西安沪灞 4S 店的相关领导给我们的调研采访工作提供了极大的便利和帮助,在此一并对他们的热诚表示衷心的感谢!本书在编写过程中参考了大量的资料和文献,由于时间仓促,未能与著作者一一联系,在此表示诚挚的谢意!

由于编者水平有限,书中难免有不当之处,敬请读者批评指正。

编 者

目 录

第 1 章 现代企业管理概述	1
1.1 现代企业	2
1.1.1 概念及基本特征	2
1.1.2 现代汽车服务企业的构成	3
1.1.3 企业的类型	4
1.1.4 汽车服务企业的类型	6
1.2 现代企业制度	6
1.2.1 企业制度的内涵	6
1.2.2 现代汽车服务企业企业制度的特征	7
1.2.3 现代汽车服务企业制度的主要内容	8
1.3 现代企业的法律形式	10
1.3.1 个人独资企业	10
1.3.2 合伙企业	10
1.3.3 有限责任公司	11
1.3.4 股份有限公司	11
1.4 管理与汽车服务企业管理	11
1.4.1 管理	12
1.4.2 汽车服务企业管理	13
1.5 汽车服务企业组织结构设计	16
1.5.1 汽车服务企业组织结构的含义和内容	16
1.5.2 汽车服务企业组织设计的程序	18
1.5.3 汽车服务企业组织设计的原则	18
1.5.4 现代汽车服务企业组织结构演变类型	20
1.5.5 汽车服务企业组织结构的变革	25
本章小结	28
课后训练	28
第 2 章 汽车服务企业经营管理	30
2.1 汽车服务企业市场调研与预测	33
2.1.1 汽车服务企业市场调研	33
2.1.2 汽车市场营销预测	36
2.2 汽车市场细分与目标市场选择	40
2.2.1 汽车市场细分	40
2.2.2 汽车目标市场选择	44



2.2.3 汽车市场定位	46
2.3 汽车服务企业经营计划	48
2.3.1 汽车服务企业经营计划的特点和作用	48
2.3.2 汽车服务企业经营计划的分类	49
2.3.3 汽车服务企业经营计划的内容	49
2.3.4 经营计划制订中的有关工具	52
2.3.5 汽车服务企业经营计划的编制	53
2.4 汽车服务企业的生产组织	53
2.4.1 汽车服务企业服务系统设计	54
2.4.2 汽车服务企业生产能力规划与设备选择	57
2.4.3 汽车服务企业服务流程设计	58
2.5 汽车服务企业运营管理	60
2.5.1 汽车服务企业服务供给与需求管理	61
2.5.2 汽车服务企业的顾客满意管理	63
本章小结	67
课后训练	68
第3章 汽车服务企业的物资管理	69
3.1 汽车服务企业物资管理	69
3.1.1 汽车服务企业物资管理的意义和任务	69
3.1.2 汽车服务企业物资管理的分类、定额管理	70
3.1.3 汽车服务企业物资的采购、仓储、发放的管理	77
3.2 汽车配件管理	79
3.2.1 汽车配件管理的意义和分类	79
3.2.2 汽车配件管理	81
3.3 汽车维修设备管理	90
3.3.1 汽车维修设备的分类	90
3.3.2 汽车服务企业设备管理	90
本章小结	95
课后训练	95
第4章 汽车服务企业人力资源管理	96
4.1 人力资源管理概述	97
4.1.1 人力资源及其特征	97
4.1.2 人力资源管理	100
4.2 人力资源规划与工作分析	102
4.2.1 人力资源规划	102
4.2.2 工作分析	106
4.3 汽车服务企业员工招聘与培训	110
4.3.1 员工招聘	110



4.3.2 员工培训	114
4.4 薪酬体系设计	118
4.4.1 薪酬体系的作用与意义	118
4.4.2 企业薪酬制度	119
4.5 汽车服务企业绩效考核	125
4.5.1 绩效考核的含义和功能	125
4.5.2 绩效考核的种类和程序	127
4.5.3 绩效考核方法的选择	128
本章小结	129
课后训练	129
第5章 财务管理	131
5.1 财务管理概述	132
5.1.1 财务管理的概念	133
5.1.2 财务管理与企业管理的关系	133
5.1.3 汽车服务企业财务管理系统	133
5.2 汽车服务企业基层工作中的财务活动	135
5.2.1 汽车购销中的结算方式	135
5.2.2 汽车消费信贷	137
5.3 管理者的财务管理	139
5.3.1 管理者必须了解的基本财务知识	139
5.3.2 资金筹集	142
5.3.3 资金管理	143
5.3.4 财务报表	144
5.3.5 税收筹划	160
5.4 集团化企业的财务管理	164
5.4.1 集团化财务管理基本原则	164
5.4.2 集团化财务管理主要内容	165
5.4.3 集团化财务管理主要措施	166
本章小结	167
课后训练	167
第6章 物流管理	169
6.1 物流管理概述	171
6.1.1 物流管理的概念	171
6.1.2 物流管理与企业管理的关系	171
6.1.3 物流基本构成要素概述	171
6.1.4 汽车服务企业物流体系	179
6.2 新车物流	180
6.2.1 新车物流的运输方式	180



6.2.2	公路运输的新车物流成本	180
6.2.3	汽车服务企业新车物流	181
6.3	零配件物流	181
6.3.1	零配件包装	182
6.3.2	零配件运输	183
6.4	汽车 4S 店逆向物流	184
6.4.1	汽车 4S 店逆向物流的来源	185
6.4.2	汽车 4S 店实施逆向物流的途径	186
	本章小结	186
	课后训练	186
第 7 章	汽车服务企业信息管理	188
7.1	概述	190
7.1.1	信息的含义	190
7.1.2	信息的分类及其特征	190
7.1.3	信息加工	192
7.1.4	系统的概念及系统结构	192
7.1.5	价值链和供应链管理	194
7.2	企业信息	194
7.2.1	企业信息概念	194
7.2.2	企业信息的功能	194
7.2.3	企业信息采集	195
7.3	企业信息系统	197
7.3.1	企业信息系统的概念	197
7.3.2	企业信息系统的基本结构	198
7.4	企业信息管理	201
7.4.1	企业信息管理的含义	201
7.4.2	企业信息管理的特征	201
7.4.3	企业信息管理的内容	202
7.5	企业信息系统的开发	203
7.5.1	企业信息系统生命周期	204
7.5.2	信息系统分析	204
7.5.3	信息系统实施	205
7.6	信息系统与企业组织决策	206
7.6.1	企业的基本生产活动——物流和信息流	206
7.6.2	企业信息系统与组织协调	207
7.6.3	信息系统对企业组织的影响	207
7.6.4	信息系统与企业决策	208
7.6.5	企业信息系统建立过程中存在的问题及对策	209



7.7 汽车服务企业常用信息管理系统简介	210
7.7.1 办公自动化(OA)的概念、特点及功能	210
7.7.2 汽车配件经营管理的概念及结构	211
本章小结	214
课后训练	215
第8章 汽车售后服务管理	217
8.1 汽车售后服务概述	218
8.1.1 汽车售后服务的内容	218
8.1.2 汽车售后服务的经营模式	219
8.1.3 汽车售后服务的特点	222
8.2 汽车消费信贷及购买服务	223
8.2.1 汽车消费信贷服务	223
8.2.2 汽车购买流程	225
8.3 汽车保险、保修与理赔服务	227
8.3.1 汽车保险概述	227
8.3.2 汽车保险理赔服务	229
8.3.3 汽车保修理赔服务	230
8.4 汽车检测与维修服务	231
8.4.1 汽车检测服务	231
8.4.2 汽车维修服务	234
8.4.3 4S店汽车维修接待流程	237
8.5 汽车美容与装饰服务	243
8.5.1 汽车美容服务	243
8.5.2 汽车装饰服务	245
8.5.3 汽车改装服务	248
本章小结	248
课后训练	249
第9章 汽车服务企业文化建设	250
9.1 汽车服务企业文化概述	252
9.1.1 企业文化的内涵及特征	252
9.1.2 企业文化的形成与发展	254
9.1.3 东西方企业文化比较	255
9.1.4 企业文化的内容	260
9.1.5 企业的功能	264
9.2 汽车服务企业文化建设	265
9.2.1 企业文化建设的原则	266
9.2.2 企业文化建设的程序	266
9.2.3 企业文化建设的方法	268



9.3 汽车服务企业形象设计	270
9.3.1 企业形象概述	270
9.3.2 CIS 企业形象设计的构成	271
9.3.3 企业形象设计程序	272
本章小结	272
课后训练	273
第 10 章 管理创新	274
10.1 企业管理创新	274
10.1.1 管理创新的意义	274
10.1.2 管理创新的含义	275
10.1.3 创新过程的管理	276
10.1.4 创新管理的要素	276
10.2 创造力与创新	280
10.2.1 创造力对公司发展的重要性	280
10.2.2 创造力的三种类型	281
本章小结	285
课后训练	286
参考文献	287

第1章 现代企业管理概述



学习目标

1. 掌握企业、管理及企业管理的概念；
2. 掌握现代企业制度的主要内容及特征；
3. 掌握现代企业的法律形式；
4. 了解企业的特征、构成及类型；
5. 掌握企业组织结构基本类型及其特点。



导入案例

通用汽车公司的组织结构创新

1916年，随着联合汽车公司并入通用，阿尔弗雷德·斯隆出任通用副总裁。作为通用副总裁的斯隆，发觉到通用管理上存在的问题。他先后写了3份分析通用内部管理弱点的报告。但是，总裁杜兰特只是赞赏，不予采纳。到了1920—1921年的经济危机期间，“通用”在经营管理上的问题彻底暴露出来了。公司危机四伏，摇摇欲坠。这时杜兰特引咎辞职，皮埃尔·S. 杜邦兼任总经理。斯隆在他的支持下，开始了改革的进程。这场改革从1921年开始一直持续了10年。

斯隆分析了通用公司的弊病，指出公司过去将领导权完全集中在少数高级领导人身上，他们事无巨细，大包大揽，反而事与愿违，造成了公司各部门失去控制的局面。他认为，大公司较为完善的组织管理体制，应以集中管理与分散经营二者之间的协调为基础。只有在这两种显然相互冲突的原则之间取得平衡，把两者的优点结合起来，才能获得最好的效果。由此他认为，通用公司应采取“分散经营、协调控制”的组织体制。根据这一思想，斯隆提出了改组通用公司组织机构的计划，并第一次提出了事业部制的概念。

1920年12月30日，斯隆的计划得到公司董事会的一致同意。次年1月3日这个计划开始在通用公司推行。

斯隆在以后的10年中，改组了通用汽车公司。斯隆将管理部门分成参谋部和前线工作部（前者是在总部进行工作，后者负责各个方面的经营活动）。这种做法大家很熟悉，在19世纪较大的铁路公司里已经成形。现代军队，特别是普鲁士军队也率先使用了这种组织形式，许多概念同时在工业公司里获得发展。斯隆也确实用过军事方面的例子来说明他正要在通用汽车公司里干什么。

斯隆在通用汽车公司创造了一个多部门的结构。他废除了杜兰特的许多附属机构，将力量最强的汽车制造单位集中成几个部门。这种战略现在人们已经熟悉，但在当时是第一流的



主意并且出色地执行了。多年后斯隆这样说明：“我们的产品品种是有缺陷的。通用汽车公司生产一系列不同的汽车，聪明的办法是造出价格不同的汽车，就好像一个将军指挥战役，希望在可能遭到进攻的每个地方都要有一支军队。我们的车在一些地方太多，而在另一些地方却没有。首先要做的事情之一是开发系列产品，在竞争出现的各个阵地上应对挑战。”

斯隆认为，通用汽车公司出产的车应从凯迪拉克牌往下安排到别克牌、奥克兰牌，最后到雪弗兰牌。这是20世纪20年代早期的产品阵容。以后有了改变，即1925年增加了庞蒂艾克牌，以填补雪弗兰和奥尔兹莫比尔之间的缺口；奥克兰被淘汰了，增加了拉萨利，后来也被淘汰了。

每个不同牌子的汽车都有自己专门的管理人员，每个单位的总经理之间不得不进行合作和竞争。这意味着生产别克牌的部门与生产奥尔兹莫比尔牌的部门都要生产零件，但价格和式样有重叠之处。这样，许多买别克牌的主顾可能对奥尔兹莫比尔牌也感兴趣，反之亦然。斯隆希望在保证竞争的有利之处的同时，也享有规模经济的成果。零件、卡车、金融和通用汽车公司的其他单位差不多有较大程度的自主权，其领导人成功获奖赏，失败则让位。通用汽车公司后来成为一架巨大的机器，但斯隆力图使它保有较小公司所具有的激情和活力。

斯隆的战略及其实施产生了效果。1921年，通用汽车公司生产了21.5万辆汽车，占国内销售的7%；到1926年底，斯隆将小汽车和卡车的产量增加到120万辆。通用汽车公司现在已拥有40%以上的汽车市场。1940年该公司生产车180万辆，已达该年全国总销量的一半。相反，福特公司的市场份额1921年是56%，1940年是19%，不仅远远落后于通用汽车公司，而且次于克莱斯勒公司居第三位。这是美国商业史上最戏剧性的沉浮升降之一。

（本案例来自百度文库）

1.1 现代企业

1.1.1 概念及基本特征

1. 企业与汽车服务企业

企业是以营利为目的，为满足社会需要，依法从事商品生产、流通和服务等经济活动，实行自主经营、自负盈亏、自我发展的法人实体和市场竞争主体。

作为一个企业，必须具备以下基本的条件：

- ① 拥有一定数量、技术水平的生产设备和资金；
- ② 具有开展一定生产规模和经营活动的场所；
- ③ 具有一定技能、一定数量的生产者和经营者；
- ④ 从事社会商品的生产、流通、服务等经济活动；
- ⑤ 具有法人地位，进行自主经营、独立核算；
- ⑥ 生产经营活动的目的是获取利润。

2. 汽车服务企业

这里所讲的汽车服务企业，就是为潜在和现实汽车使用者或消费者提供服务的企业，主要是指从事汽车经销的企业和为汽车使用者或消费者提供备件、维修服务、保养服务及其他服务的企业，属于服务业企业。



3. 汽车服务企业的特征

(1) 经济性

企业是从事经济活动的组织,通过商品生产和流通,为消费者提供商品、服务等使用价值,实现自身价值。

(2) 独立性

企业包括法人企业和非法人企业。就法人企业而言,它具有完全独立的法律人格,有独立的财产,独立进行经济活动,以自己的财产独立承担责任。就非法人企业而言,虽然它们的财产与投资者的个人财产不完全分离,也不能独立承担责任,但在存续期间,非法人企业也可以以自己的名义开展经济活动,即企业的形态、设立、运行都必须符合法律规定。

(3) 营利性

企业是营利性机构,以追求经济利益为最终目标。营利性是企业的基本特征,企业利用人、财、物等要素从事活动的目的就是营利,这使得企业区别于其他社会组织。其他社会组织虽然为了其自身运转,也必须参加一定的经济活动,但由于不是以营利为目的,所以不是企业。例如,一些社会公益组织。

(4) 竞争性

企业是市场中的经营主体,同时也是竞争主体。竞争是市场经济的基本规律,企业要生存、要发展,就必须参与市场竞争。企业通过自己有竞争力的产品或服务在市场经济中求得生存与发展。

(5) 系统性

企业是以人为核心的各种资源组成的有机系统,有明确的目标,有系统化的组织体系,有自我生存发展的能力,是一个生态有机体。企业不可能独立于社会而存在,企业是一个向社会开放的系统,必须履行自身的社会义务,还要承担相应的社会责任。企业的系统性要求企业的管理者在自我发展实现经济利益的同时还要兼顾社会利益。

1.1.2 现代汽车服务企业的构成

现代企业具有明显的系统特征,具有整体性、相关性、目的性和动态环境适应性等特征。因此,也可以把企业看成一个“输入→转换→输出”的开放式循环体,而整个过程的前提是企业从事生产经营活动所必需的一切要素资源,只有拥有了这些资源,汽车服务企业才能合理地配置,按照预定的目标向消费者提供新的产品或服务,满足社会需要,获得经济效益。

1. 要素

(1) 人

人,包括企业的生产操作人员、技术人员、销售人员和经营管理人员,也包括由人组成的组织单位与机构。企业人员是推动企业运营的主体。企业人员数量、素质及各类人员的比例反映了企业运行所需要的知识和技能,也反映了企业的执行力。

(2) 财

财,包括支撑企业建立与运营的各类资金。资金是企业拥有或控制的各种经济资源的货币表现。现代企业的生产经营活动过程从价值形态上来看,实际上是资金运动和价值增值的过程。资金运动速度的快慢,是衡量企业经济效益和经营管理水平的重要标志。





(3) 物

物,包括企业系统中的各种劳动资料和劳动对象,是企业从事生产经营活动必不可少的物质条件,包括企业的土地资源、厂房、物资、机器设备、仪表工具、天然资源、外购原料等。这些物质条件的水平反映出企业系统的技术能力,也是企业正常运营的条件、手段与保证。

(4) 信息

信息对于企业的运营具有重要的作用。企业一切经营活动与外部环境的反馈都是靠信息完成的,企业一切决策与经营活动的实施也是靠信息实现的。

上述构成企业的四个要素相互作用相互影响,共同形成一个有机整体,缺一不可。

2. 系统

系统是由相互依赖的若干要素为了实现一个共同的目标而结合在一起的有机整体。企业是一个追求经济目的的社会技术系统,由各种人员、技术设备和其他物质要素构成,是一个不断与其环境进行物资、人员、能量和信息交流的开放系统。对一个开放系统应该用开放的系统观点来看待,企业内部有很多子系统包括:物资采购系统、物资管理系统、生产系统、财务系统、人事系统等。这些子系统之间有很多物资和信息的交流。企业要向外界开放,要受到社会各方面的影响,包括政府政策、社会公众、合作伙伴、供应商、销售商、协作部门的影响。所以,企业是一个闭环的开放系统,如图 1-1 所示。

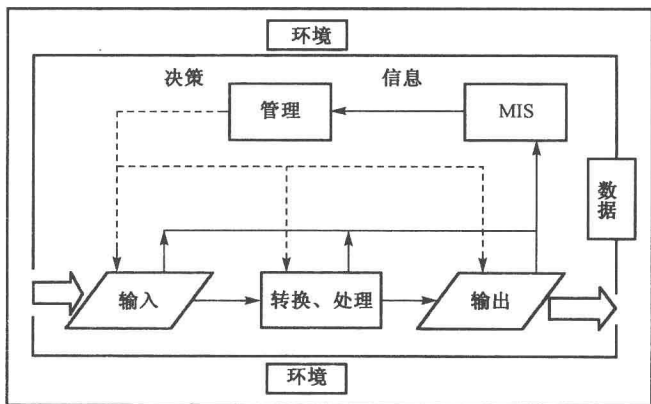


图 1-1 汽车服务企业系统流程图

1.1.3 企业的类型

在市场经济条件下,企业作为生产经营的主体,拥有一定法律形式下自主经营和发展所必需的各种权利和义务。由于现代经济社会十分复杂,因此作为基本经济单位的企业有着多重属性与复杂形态,按照划分标准不同企业的类型也多种多样。

1. 按企业制度分类

按不同的企业制度,可将企业分为个人业主制、合伙制和公司制三种基本类型。

(1) 个人业主制企业

个人业主制企业是指个人出资兴办,完全归个人所有和控制的企业,在法律上称为自然人企业,也称个人企业或独资企业。





(2) 合伙制企业

合伙制企业是由两个以上企业主共同出资,为了利润共同经营,并归若干合伙人共同所有的企业。合伙人出资可以是资金或其他财物,也可以是权利、信用和劳务等。

(3) 公司制企业

公司制企业的特征是由许多人集资创办并且组成一个法人的企业,在法律上具有独立人格,这是公司制企业与个体企业、合伙制企业的重要区别。个体企业和合伙企业都是自然人企业,而公司则是法人企业。

2. 按照生产资料所有制的性质分类

按照生产资料所有制的性质分类可将企业划分为国有企业、集体所有制企业、个人私营企业、混合所有制企业等。

(1) 国有企业

国有企业是国家作为全体人民的代表拥有企业的财产所有权,企业规模较大,技术设备较为先进,技术力量强,是国民经济的主导力量。

(2) 集体所有制企业

集体所有制企业简称集体企业。在集体企业里,企业的生产资料归一定范围内的劳动者共同所有。我国集体所有制企业存在着多种具体形式,乡镇企业是集体所有制企业的典型代表。

(3) 个人私营企业

个人私营企业是指企业的生产资料属于私人所有,并主要依靠雇员从事生产经营活动的企业。目前,我国私营企业一般有三种形式:独资企业、合伙企业和有限责任公司。

(4) 混合所有制企业

混合所有制企业是指具有两种或两种以上所有制经济成分的企业,如中外合资经营企业、中外合作经营企业以及多种经济成分的股份制企业。

3. 按照企业所属产业行业分类

按照企业所属产业行业分类可将企业划分为农业企业、工业企业、服务类企业。

(1) 农业企业

农业企业是指从事农、林、牧、渔业生产的企业,为社会提供农副产品,具体可细分为种植、畜牧、林业和捕捞企业。

(2) 工业企业

工业企业是指从事工业品生产的企业,为社会提供工业产品和工业服务,具体可细分为冶金、制造、采矿、建筑、机电、化工、纺织企业。

(3) 服务类企业

服务类企业是指为社会提供服务的企业,具体可细分为金融保险、交通运输、住宿餐饮等企业。

按照产业行业划分企业类型,有利于明确企业的经营范围,使企业按照自己的目标市场选择正确的经营策略,实施具有特色的经营管理战略。

4. 按照生产力各要素所占比重分类

按生产力各要素所占比重可将企业分为劳动密集型、资金密集型和技术密集型企业。

