# 企业调查报告及 企业调查报告(实用11篇)

来源：网络 作者：紫芸轻舞 更新时间：2024-07-26

*报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。企业调查报告及篇一(一)私营企业数量增加，规...*

报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**企业调查报告及篇一**

(一)私营企业数量增加，规模扩大

济制度”以来，私营企业无论在数量上还是规模上都取得了飞速发展。 进入新世纪，关于非公有制经济的一系列重要论述使全社会对私营经济有了一个全新的认识。“七一”讲话肯定了民营创业人员和技术人员、个体户、私营企业主等新的社会阶层中的广大人员也是有中国特色社会主义事业的建设者。这一重大理论突破，无疑使广大私营企业主备受鼓舞，私营企业的发展进入了一个新的发展时期。以下是国家工商行政管理总局公布的数字。

各项指标的绝对数量都有了较大的增长，但是，由于近两年国内需求不太旺，所以除注册资金增幅上升外，其他指标的增幅均略有下降。总体来看，两年中私营企业的发展依然呈稳步增长的态势。

本次抽样调查的数据也证实了这一点。

1.资本规模和经营状况20xx年底，被调查企业的实收资本总额中位数为250万元，比1999年底增长了66.7%；实收资本在1000万元以上的企业比重是18.8%，比1999年底的11%增长了7.8个百分点。由此可见，近两年来私营企业不仅在数量上快速增长，其规模的扩大更是迅速。

由于企业规模的迅速扩大，其销售额和纳税均呈快速增长态势。值得注意的是，与1999年底相比，20xx年的销售额增长了45%，而缴税额却增长了57%。这是由于近两年国家对私营企业的税收征管力度进一步加大，私营企业主的纳税意识逐步增强的缘故。由于市场竞争日益激烈，私营企业的销售利润率逐年下降，1996年为7.9%，1999年为5%，20xx年下降到3.6%。这是一个值得重视的信号。

2.行业和地区分布

比较前后进行的五次私营企业调查、跨度为12年的主营行业变化可以看出，制造业和商业饮食业依然比重最大，分别为38.3%、21.4%。制造业基本上呈逐年递减的趋势，近年来其比重趋于稳定；商业餐饮业原来一直呈增长趋势，但最近一次调查显示，其比重下降得很快，说明有相当大一批从事该行业的私营企业由于行业竞争过于激烈而倒闭或转业。从表1-5中还可以看出，第一产业所占比重虽小，但增幅较大；从事建筑业、交通运输、科研技术的私营企业所占比重有所增加。

从表1-6中看到，绝大部分被调查企业的总部及其生产或经营场地主要集中在城镇，在农村的比例依然很小，只有10.3%和12.4%，其中，中小城市所占比重最大，基本达到了三分之一。

综上所述，私营企业的行业分布正逐步趋于合理，资本规模逐步扩大，偷税、漏税等现象逐渐减少，但企业的经营状况和效益却没有明显改善。企业的管理成本居高不下和产品的科技含量低下是目前私营企业普遍存在的问题。

20xx年至20xx年正是各地国有、集体企业改制的高潮，有8.0%的被调查企业回答他们已兼并或收购破产的国有企业，有13.9%的企业准备兼并或收购国有企业，有2.8%的企业已承包或租赁效益差的国有企业，有6.6%准备承包或租赁效益差的国有企业。

有25.7%的被调查企业是国营、集体改制变为私营企业的，可见私营经济参与国有企业改制数量之多。在这些企业中，以东部地区的被调查企业所占比重最大，占45.6%，中部和西部基本上平分秋色，各为26.6%和27.8%；改制以前原来是国营企业的占25.3%，原来是城镇集体企业的占41.9%，原来是农村集体企业的占32.7%；有60.6%的企业主原来是该企业的负责人，有9.8%的企业主原来是该企业的一般职工，有23.1%的企业主与该企业没有关系，是通过外部收购来的，以其他方式收购的企业主占6.5%。

被调查企业20xx年全年雇佣员工人数的中位数是60人，雇佣半年以上不足一年的员工人数为20人，雇佣半年以下的员工人数为2人。在全年雇佣员工中，有90.6%的企业雇佣了国有企业下岗职工，下岗职工占员工总数的20%(此处采用中位数。由于私营企业之间存在较大差距，不同企业的同一指标很多呈偏态分布，少数畸大畸小的极端数据往往使平均数值受到过大影响而失去代表性，因此在本报告中，我们除使用平均数外，也使用了中位数，即用所有数据中大小居中的数值来表示一般水平，在一些指标中同时列出平均数和中位数，两个数值的差距可以在一定程度上提示数据分布的偏斜程度。)

西部地区的被调查企业在吸纳国有企业下岗职工方面低于一般水平，只有17%，而西部地区是国有企业下岗职工最多的地方，反差很大。从企业的规模看，实收资本在100万以下的被调查企业吸纳下岗职工的能力较强；从部分行业来看，从事商业、餐饮业、房地产和交通运输业的企业吸纳下岗职工的能力远远高于其他行业，而从事制造业和建筑业的被调查企业吸纳下岗职工比一般水平低很多，只有13%-15%，这两个行业在地区分布上并没有畸形分布。这说明，下岗职工中具有一定技术技能的愿转岗的人相对较少，建筑业用工多为农民工。

本次抽样调查显示，被调查私营企业中高科技企业占企业总数的3.84%。与前几次调查相比，高科技企业所占比重明显加大。此外，20xx年有43.6%的被调查企业对新产品、新技术、新项目的研发投入了资金，其投资金额的中位数为30万元，占20xx年销售额的4.5%；有12.7%的被调查企业拥有自己的专利技术。

20xx年高科技企业销售额的中位数是700万元，比整体水平高20.7%，纳税23万元，比整体水平高4.5%，税后利润41万元，比整体水平高95.2%。其资本增值率和利润增值率均高于整体水平，分别为19%和22%。

由于中国已经成为wto的正式成员，所以本次问卷特别设置了与wto有关的问题。有46.1%的被调查企业认为“只要竞争是平等的，本企业就不怕”，有35.3%的被调查企业认为“本企业将在竞争中更好地发展”，只有5.7%的被调查企业认为入世后会对本企业不利。

在与海外合作方面，问卷中有近22%的企业已经或正在着手同海外合资合作，近30%的企业打算在今后三五年内与海外合资合作，只有6.2%的企业不准备同海外合作，另有41.9%的被调查企业没有考虑过这个问题。已向海外投资的企业投资额平均为2.73万美元，占其资本总额的3.1%。已同海外合资合作的企业最多的是制造业，其绝对数占到47.8%；相对比重大的行业主要集中在卫生体育和交通运输业；正在着手与海外合资合作的企业，相对比重较大地集中在农林牧渔和科研技术行业。从数据分析我们还看出，企业规模越大，越希望与海外进行合资合作；企业规模越小，与海外合资合作的兴趣越低。

其它图表：20xx年实收资本总额分组 私营企业规模比较(中位数) 私营企业经营状况比较 20xx年高科技企业与整体水平各项指标比较。

**企业调查报告及篇二**

公司主要从事集装箱船舶装卸业务，同时提供订舱、码头内拆装箱、空箱管理等多元化增值服务。东方海陆坐落于天津港北疆港区东部，拥有4个专业化集装箱泊位。下属部门有技术部 操作部 行政部 财务部 物业部 人事培训部 而物业部作为服务行业来说，应该把业主的事情当成自己的事情来办，政府部门有“群众无小事儿”的服务理念，我们也应该有“业主无小事儿”的服务理念，这也适用于我们物业企业。

一个好的物业公司，该具备哪些工作能力和素质？哪些细节是物业公司在日常管理服务中容易忽略的？如业主投诉处理、社区安全维护、物管公司的专业性和知名度、维修基金运用合理性、物管人员素质、以人为本的服务理念、社区文化建设、公共设施管理、绿化管理、创意服务等方面进行全方位介绍。 为此我对企业物业管理工作中存在的一些问题进行分析考虑并提出相应的对策和建议。

“以人为本”才是正道,以人为本”是物业服务的根本理念。“以人为本”的物业管理，其实就是要做到充分为员工解忧，以广大员工的利益性、便利性为出发,在现阶段，企业对物业服务的需求已经扩大，仅仅是基本的服务已经不能满足他们的需求。物业公司必须进行自我增值，为业主度身定做多样化的服务形式。

创意”考验用心程度,创意服务是在贴心服务基础上的一种增值表现。在房价高企的今天，购房者多是以改善生活条件、追求生活享受的多次置业者，因此，他们对物业管理的质量和服务种类都极为看重。在目前的市场情况下，众多开发商都意识到，小区的物业管理水平如何，将直接影响到 业主是否住得舒心。如在元宵节、中秋节等传统节日举办许多活动，在增加业主过节气氛的同时，也使业主加强了对社区的认同感。 3 及时响应必须要做到及时、有效。无论建议是否合理，物业管理人员都应以理性的思维耐心倾听、询问。在受理了业主的维修通知之后，受理的人员应迅速及时处理。

员工实际技能决定公司专业性物业管理涉及治安、绿化、保洁、家政、房屋及机电维修保养等，这些项目都是专业性很强的独立行业。事实上，专业性是指物管公司里的工作人员实际技能。拿电梯来说，如果一个载人电梯突然出了故障，如果物管公司能够拥有一定的技能，就可以及时救援业主，为 业主提供更加安全和可靠的生活环境。拥有一支既有技术又懂管理、还能提供细节服务的专业级物业管理队伍，这样才能赢得了业主的称赞。

绿化管理要因地制宜小区特定的环境决定了绿化保护必须作为物业管理的首要任务来抓，具体措施包括通过宣传、报道等方式来提高小区居民爱护绿地、爱护家园的意识。其次，绿化养护也很重要，绿化养护既要做到勤，又要注重科学。

做好物业维护最重要物业维修基金的动用，在物业管理的有关条例中有明确的规定，需要得到三分之二以上业主的同意。对物业管理公司来说，在这一过程中，重要的是做好物业的维护，如果出现问题则要作出公正的评估，为业主提供合理的建议，才能在自身的角度上保证物业维修基金的合理运用。并且将维护基金“还之于民”。

“提供安全、舒适的办公环境，善尽企业责任，共享经营成果”顾客第一，服务第一，行动第一”

高科技设施呼唤高素质人才,早期的物业管理很简单，仅仅为户主守楼、护院、收发信件、代收水电费等等。而现在，大量新材料、新技术在建筑工程中运用，大量高科技、智能化的设施、设备进入居民住宅，进入楼堂馆所，从而使得物业管理的范围已扩大到小区安防、清洁、绿化、工程维护、财务统计、社区文化等多个方面，内容涵盖智能化监控、计算机管理、消防巡检、交通指挥、管网维修养护、设备的保养与使用及更新等等。没有高素质的专业人才，很难实现现代化的物业管理。

行政管理工作可以说是千头万绪、纷繁复杂。企业行政人员每天都面临着大量的、琐碎的、不起眼的事务。但是，这些事务只不过是行政管理这棵大树上的枝枝叶叶而已。概括起来说，行政管理在企业中主要有管理、协调、服务三大功能；其中管理是主干，协调是核心，服务是根本。究而言之，行政管理的实质就是服务。

专门的行政管理部门（通常称为办公室、总经理办公室、行政人事部之类）担负着企业行政管理的组织实施、具体操作，是行政管理工作中的一个部分、一个环节，是整个行政管理系统中的一个小系统。

行政部门应该兢兢业业、认真细致地做好种种行政事务工作，把领导和员工从繁重、琐碎的`行政事务和生活琐事中解脱出来，可以集中精力、轻装上阵，研究国内外市场形势，考虑公司的发展战略，探讨公司的组织架构，任用公司的各级干部，实施公司的经营方针，解决公司所面临的重大问题，以及专心做好每一笔重要业务等等。为了做好纷繁复杂的行政工作，行政部门的领导不能东一榔头西一棒子，茫无头绪地整天瞎忙；或是被领导一会儿支到东，一会儿支到西；结果村村起火，处处冒烟，吃力不讨好，不知道自己整天都忙了些什么。行政部门的领导应该有\"泰山崩于前而色不变\"的定性，不管风吹浪打，胜似闲庭信步，有自己的主见，能够根据事情的轻重缓急，做好安排，指挥若定。为了能达到这种境界，必须建立健全和认真执行行政部门的各项管理制度、岗位责任制度、工作程序以及一系列规范化表格、图表等，从而建立起行政部门的\"法治\"秩序。更重要的是，要培养出一支高素质、高效率的行政人员队伍；同时要搞好科学分工、管理层次和合理授权。一旦行政系统的一系列硬件(如办公设施、生活设施)、软件(如规章制度、工作程序)、人员队伍、分工协作和管理层次等等建立健全起来，整个行政管理体系在很大程度上就会象一部自动机器一样运转，只在较少的场合才需要部门领导和上级领导辅以\"人治\"。一个行政部门的的管理能够做到这种程度，可以算是有一定水平了。 然而，行政部门如果仅仅满足于这样一种管理水平，那还是不够的。行政部门还必须在\"管理\"、\"协调\"和\"服务\"三方面再上一个档次，才算是一个合格的现代企业的行政管理者。

**企业调查报告及篇三**

在我国加快实施“走出去”战略的过程中，身处内陆地区的川企步伐正待进一步加快。为及时了解四川企业当前出国投资(含对外贸易)的意愿和诉求，省统计局民调中心于上月组织开展了四川企业出国投资意愿调查并于昨日发布《20xx年四川企业出国投资意愿调查报告》，结果显示，川内企业仅有两成表示已经“走出国门”或有意愿“走出去”;企业选择发展的地区主要集中在欧盟、东盟、非洲等地区;七成以上企业表示“走出去”会经营现有业务;企业希望获取政策法规、市场动态、产品本地化和知识产权等信息，期盼政府搭建多样化平台，给予审批、帮扶等方面的支持。

一成川企已经“走出去”

还有一成期待“走出去”

据介绍，此次调查通过计算机辅助电话访问的方式，在四川登记注册的大中型企业中进行随机抽样调查，访问对象为熟悉企业出国投资和对外贸易情况的中高层管理人员。访问共接触7535家企业，完成有效样本600个，其中高层管理人员占24.3%，中层管理人员占75.7%。

调查显示，10.0%的受访企业表示已经在海外设立了投资企业、办事机构或与海外有贸易往来;9.7%的企业表示有“走出去”的意愿;另外80.3%的受访企业表示近年没有“走出去”的打算。

在进一步追问没有意愿“走出去”的企业其主要原因时，77.2%的企业表示就目前的情况，还没有“走出去”的必要;其次是选择“缺乏资金”的占25.3%。其他如“找不到合适的商业模式”“对国外市场不了解”等都分别占10%以上。

“走出去”区域

相对集中在欧盟、东盟和非洲

那么，“走出去”到底可以解决哪些问题?川企可以往哪儿走?怎么走呢?报告中的数据同样给出了答案。

在问及受访者“企业走出去主要考虑的`因素有哪些”时，表示“扩大市场空间”的最多，占42.4%;其次是“吸收国外先进技术和管理，提升竞争力”，占33.1%;第三是选择“企业的全球战略需要”的占22.9%。

在问及已经走出去和有意愿走出去的企业“正在或希望在哪些地区或国家发展”时，企业选择面较广。其中，选择欧盟的最多，占33.1%;其次是东盟，占22.9%;第三是非洲，占19.5%;其余如北美、东北亚、南亚、澳大利亚等，都占10%以上。

问及企业“走出去”经营业务有什么变化时，76.3%的受访者表示会经营现有业务，另外23.7%的表示会拓展新领域。经营业务主要涉及装备制造、商贸物流及生产加工。

另外，在问及“企业主要选择从哪些对外通道走出去”时，主要表示通过通达全球的空中走廊、海运和电子商务平台等渠道。

期待政府给予帮助

缩减办理程序所需时间

在问及企业针对“走出去”所选区域主要希望获悉哪些方面的市场信息时，选择“政策法规”的最多，占61.9%;其次是“市场动态”，占57.6%;第三是“产品本地化”，占41.5%;第四是“知识产权”，占39.8%。

在问及受访者“企业走出去主要希望政府给予哪些方面的帮助”时，排在第一的选择是“简化审批手续，缩减办理程序所需时间”，占62.7%;其次是“开展有针对性的帮扶活动，搭建平台”，占57.6%;第三是“进一步完善帮助企业的支持政策”，占46.6%;另希望“提供海外投资审批一站式服务”和“政府牵头组建国际市场调研组织”的也较多，分别占32.2%和28.8%。

在问及受访者“主要希望政府搭建什么样的平台”时，选择“建立出国投资或对外贸易项目库”的比例最高，占46.6%;其次是“多举办培训、论坛等活动”，占38.1%;第三是“加强组织‘一带一路’、自贸区等经贸活动”，占37.3%;其他如“推动境外合作产业园区建设”“设立外商协会，依托商协会或龙头”“深入开展万企出国门活动”等都占25%以上。

在问及受访者“企业主要希望政府完善哪些出国投资或对外贸易方面的政策”时，选择“加大财税支持”的最多，占61.9%;其次是“降低融资门槛”，占50.0%;第三是“加强外汇支持”，占37.3%。

**企业调查报告及篇四**

目前，我县共有物流企业21家，多数是以进行货运代办、货物联托运、信息配载，业务以整车配送和零担快运相结合。从事大型运输、储存、装卸搬运、流通加工等物流企业为主，对我县来说发展相对比较滞后，尤其是现代物流企业尚处于起步阶段。具有一定雏形的物流企业主要有以下几个：

1、张庄木材。张庄乡现有从事木材加工厂家760户，在经营过程中他们除利用本地资源外一般从河北、山东、新乡等地进原木，加工成板皮后销往外地。在进货和销售过程中，都是企业自己组织自己的人力、车辆，实行独自经营。

2、范县稻米。我县有稻米加工企业20余家，各自都是分散经营，去年经过入股整合为6家，并且这6家又经过资金、设备入股的方式成立了一家荣合利稻米加工有限公司，实行统一价格收购，统一向外销售，年产值达到8600多万元。

3、高码头羽绒。高码头乡从事羽绒加工的企业共13家，都是从外地如东北、天津、河北购进原毛，然后加工成半成品销往浙江、上海等地，在购销过程中信息都不能互联，基本上独自经营。

4、王楼乡华祥物流有限公司。占地220亩，受市场价格的影响已基本为半停产状态。投资xx万元的一期工程已全部竣工，共建成大型原油贮油罐两座，可贮原油6000立方米，年运输量达100万吨以上。

5、白衣柳东货运大市场。xx年建成，占地46亩，仓储面积达3000平方米，仓储量7千余吨，主要外运货物有大豆、玉米、小麦、面粉、废旧钢材等，内运货物有化肥、复合肥、煤炭、木材等，辐射台前、南乐、清丰等周边8个县区。该货场年吞吐量3万余吨，营业额达6000万元。

6、白衣祥云复合肥物资配送中心。该中心投资1300万元，占地48.6亩，建成562米的火车专用线一条，高标准仓库4400平方米，可容货物1.2万吨。每月运输量达170个车皮、1万余吨，全年货物吞吐量可达15万吨。

7、濮城君恒集团——军恒化工有限公司。去年开始建设，占地200亩。止目前，已完成投资1000多元,货运仓储面积为1xx平方米,可容货物3万余吨。

从调查的情况看，这些具有雏形的物流企业主要有以下几个特点：

一是物流企业数量少、规模小。调查了解到，我县这20余家从事运输、装卸搬运、储存等物流企业都没有集装箱式运输。全县营运性车辆85%的在个体运输户中，组织化程度低，并且多数是以配货站的形式存在，而多数配货站又以短途运输和简单装卸、仓储为主要经营方式;其中年运输或仓储能力超3000吨的仅4家，无1家资产超5000万元的企业和经营收入超亿元企业。

二是物流效率低，社会化程度不高。目前，我县共计拥有载货车辆10182台，吨位5770吨，这些车辆真正用在物流企业的还不到15%，且隶属不同的系统，有的是企业内部组成的运输公司，有的是邮政、交通系统，有的是个体私营户。业务以整车配送和零担快运相结合，布局比较分散，资源相对不集中，形不成合力，车辆利用率较低。

三是运作层次低、成本高。我县物流企业主要从事运输、储存等粗放式、单一的经营活动，多数为“车队+货场”，处于电话联系、手工操作、人工装卸的运作阶段，流动独立、单向，不能做到信息共享，现有物流企业和物流设施规模都比较小，基本处于零散、量小、无序状态，真正具备物流活动六大要素(运输、储存、包装、装卸搬运、流通加工、信息)为一体的企业没有,第三方物流几近空白,层次较低，物流成本较高。

近年来，我县物流企业虽然得到了发展，但仍属于传统物流阶段，无论是组织结构、运作方式，还是经济效益和社会效益均离现代物流的要求及目标还有很大的距离。

1、对现代物流认识不足。从目前状况上讲，我县物流企业的发展还处于起步阶段，多数企业负责人对物流概念模糊，经营观念淡薄，重视程度相对不够，企业对物流的认识仍然局限于运输、仓储和搬运，没有意识到现代物流和供应链管理对提高生产效率、降低物流成本、提高企业竞争力的重要作用。同时，多数企业都有自己的车队、仓库，不愿把物流业务交给第三方物流企业来运营。如羽绒业、木材业都是自发的组织购销活动，基本上都不符合现代物流企业的经营特点，只能算是具备现代物流企业的雏形。

2、物流基础设施和硬件薄弱。我县的物流企业运输条件除了公路初具发展雏形外，还没有高速公路，铁路运输设施还不配套，其基础设施和装备的内在质量差，缺乏具有现代物流企业经营等方面的条件，如华祥物流公司、军恒化工有限公司在车辆、场地、仓储等配套设施方面，新技术、新设备应用相对较少，功能单一，运作效率低;物流的硬件技术，如包装、装卸、运输、储运、流通加工等所涉及的各种机械设备、运输工具、场站建设以及服务于物流所必需的网络信息设施，制约了物流功能的发挥和效率的提高。

3、用于物流流通的货源不足。由于基础条件差，总量小，特别是我县工业集中区战略正在实施阶段，没有形成企业集群效应和产品链式延伸，现有资源优势未能转化为产业优势，市场货源有限，大宗货物少，制约了现代物流企业的发展。

4、政策性支持欠缺。目前我县基本上没有物流企业发展的具体保障措施，现在亟待出台一些相应政策，支持和规范物流业的发展。

5、物流人才缺乏。专业的物流人才在我县还是空白，目前，我县从事物流企业的人员文化水平基本上为初中、高中毕业生，其从业人员素质偏低，中高级物流人才缺乏，已成为制约我县现代物流企业发展的一个突出“瓶颈”。

我县物流企业的发展要通过政策扶持、鼓励、引导等措施整合、改造和提升现有的物流资源，转变为现代物流企业;同时，要求企业有物流效益总成本观念，加强物流成本核算，把物流业务交与第三方物流企业来运作，切实提高企业核心竞争力。

1、加大物流理念的宣传和推广力度。采取多种宣传形式，使企业认识到现代物流业的发展能有效地帮助企业降低物流成本，提高企业的效益和增强企业竞争力，提高经济运行的技术和效益。通过宣传，争取更多的企业将原材料、成品等的流通从货物自运中剥离出来，交与第三方物流企业，使我县物流企业依托工业企业进、出货物量大中发展壮大，在行业范围内树立起大购大销的现代物流理念。

2、完善和构建物流企业发展基础设施平台。一是完善基础设施建设，优化运输结构，积极引导县内物流企业向工业集中区集聚，推进物流企业的重组、整合，共享基础设施及配套服务，发挥濮台铁路大宗货物中长距离运输、公路中小批量货物中短途运输优势，加快货物综合流转速度，提高货物运输和配载效率。二是引导企业发展电子商务，建立健全物流信息交换标准体系，整合各企业物流信息资源，实行订单处理一体化、仓储管理职能化、货物跟踪全程化、客户咨询自动化，提升物流企业管理水平。

3、大力发展现代物流企业。一是改变传统运输、仓储、装卸、配送各个环节分割运作的观念，从整体上改造提升传统物流企业，鼓励企业引入现代物流理念，应用现代信息技术与管理手段，推动传统物流企业转型，尤其是推动有条件的运输、仓储和代理等企业向第三方物流企业发展。二是鼓励拥有自己物流车队的企业剥离业务和资产，借鉴现代物流模式，组建独立运作、独立核算、具有行业特色的第三方物流企业。同时，通过整合物流资源，采取兼并、联合等形式进行资产重组和业务整合，发展一批大型化、社会化、专业化物流企业。

4、强化现代物流企业发展政策和措施。一是建立政府引导和宏观调控为主的政策平台，制定扶持物流产业发展的政策措施和规范产业发展的管理办法。二是建立物流企业人才引进和培养政策，提高从业人员的知识水平和管理能力，全面提升物流企业的竞争力，使我县的现代物流企业健康和可持续的发展。

**企业调查报告及篇五**

近年来，为了解决生产经营融资难题，越来越多的中小企业利用动产抵押向银行借贷，有效地拓宽了企业融资渠道，实现了金融危机后期平稳较快发展的良好势头。同时，在基层工商部门登记企业动产抵押业务过程中，发现部分动产抵押融资行为出现违规操作现象，给抵押市场造成不公平竞争问题，带来较多融资风险隐患。针对以上问题，荣成市工商局开展了一次企业动产抵押登记情况调研活动，全面分析了当前企业动产抵押登记工现状，查找了企业动产抵押融资行为中存在的问题，并提出今后做好动产抵押登记工作的几点建议。

今年1-7月份，荣成市局受理动产抵押登记业务43笔，企业融资额度达7.2亿人民币，同比增长80%。从抵押额度分析，融资额度1亿元以上的1笔，1000万—1亿元之间的16笔，100万—1000万的20笔，100万以下的6笔；从抵押物性质分析，生产设备抵押31笔，产品抵押5笔，半成品抵押1笔，原料抵押6笔；从抵押人性质分析，个人独资企业抵押2笔，公司抵押33笔，全民所有制企业抵押 1笔，个体工商户抵押1笔；从抵押人经营规模分析，中小企业办理抵押业务28笔（20xx年销售额低于3000万元），融资额度总计达2.6亿元，抵押业务量和融资额分别占全部抵押的65.1%和36.1%；从抵押人办理动产抵押登记的连续性来看，20xx年新开展的动产抵押登记业务7笔，此前办理过动产抵押登记业务的36笔，其中22家企业最近3年连续通过动产抵押贷款融资。

近几年，企业动产抵押融资业务快速增加，逐渐呈现出以下五个发展趋势。

（一）融资额度大幅增长。20xx年，荣成市局共办理企业动产抵押登记业务49笔，为企业融资5.7亿元；20xx年，办理动产抵押业务56笔，融资7.15亿元；20xx年，办理动产抵押登记53笔，融资6.2亿元；20xx年1—7月份，该局共受理动产抵押登记业务43笔，帮助企业融资7.2亿元，融资额度同比增长80%，超过20xx年度全年融资总量。

（二）抵贷比例下降明显。今年以来，随着国家存贷款利率不断上调，各家银行为了减少坏账风险纷纷提高贷款标准，企业用于抵押的抵押物所能贷到的款项大幅减少，抵贷比例同比下降明显。20xx年，该局受理的动产抵押登记中企业抵押物平均抵贷比平均为48%；20xx年为44%；20xx年为41.4%；20xx年上半年平均抵贷比不足32%，相比前几年大幅下降。

（三）反担保行为增长迅速。20xx年-20xx年，荣成市局共受理含有反担保合同的抵押贷款等级业务2笔，20xx年受理反担保抵押登记业务3笔。20xx年，该局受理的反担保抵押登记大幅增加，仅1—7月份即受理含有反担保合同的抵押登记业务11笔，占到同期所有动产抵押登记业务的25.6%。

（四）混合抵押比例增长较快。部分资力雄厚、资金需求较大的企业集团，银行给予对应的诚信额度较高，企业用厂房、设备、产品等物资作为抵押（包含动产设备和非动产厂房）的混合型抵押贷款行为越来越多。20xx年，荣成市工商局办理的动产抵押业务中，抵押物为动产、非动产混合抵押样式的为3起，20xx年为5起，20xx年前7个月已经受理7起，混合抵押比例逐渐增加。

（五）融资成本大幅增加。去年以来，随着多家银行推行“紧缩银根”政策，中小企业贷款的财务负担不断加大，部分企业办理动产抵押贷款融资业务更多求助于担保公司或小额贷款公司。同时，担保公司在从事担保业务时往往收取企业高额手续费，而小额贷款公司的贷款利率往往比银行同期利率高出较多，高昂的手续费和贷款利率进一步加重了中小企业的融资成本压力。

（一）部分银行违规扩大抵押物范围。部分银行将养殖企业养殖海产品所用的架子绳、塑料漂等作为抵押物资为企业办理动产抵押贷款融资服务。《动产抵押登记办法》对办理动产抵押登记的范围定义很明确：“企业、个体工商户、农业生产经营者以现有的以及将有的生产设备、原材料、半成品、产品抵押的，应当向抵押人住所地的县级工商行政管理部门办理登记”。该办法将抵押物范围限于生产设备、原材料、半成品、产品。类似架子绳、塑料漂等物品，虽然是企业在养殖过程中所用的器具，却既不属于生产设备和原材料，更不是产品和半成品，因此不得用于动产抵押。

（二）重复抵押现象缺少法律监管依据。由于《动产抵押登记办法》没有关于禁止重复抵押的规定，按照“法不禁止即允许”的原则，工商部门应该允许企业以同一资产实施重复抵押行为，但重复抵押登记给融资带来较大风险，同时对动产抵押市场秩序造成较大冲击，给工商监管工作造成较大压力。20xx年，该局在审核中发现2户企业办理动产抵押登记时抵押物资多次重复抵押，但法规并未明文禁止重复抵押，但出于化解登记风险的考虑，该局未对上述企业实施登记。

（三）银企借贷不规范现象缺乏监督。由于部分银行为争取客户，未硬性要求企业进行抵押物评估，今年来工商部门登记的动产抵押登记企业中，超过1/3的企业未对抵押物资进行价值评估。同时，银企双方的动产抵押贷款协议一经签署即生效，在工商部门登记备案只是增加了“不得对抗善意第三人”的法律效力。因此，工商部门对银企双方不合常理的抵押行为无监管权限，给银企双方利用动产抵押串通、套取资金留下了可能，一定程度上增加了工商部门的追责风险。

（四）中小企业办理动产抵押困难增加。中、工、建、农四大国有商业银行在从事放贷业务时普遍存在“抓大放小”现象，对实力雄厚、规模较大的大企业青睐有加，但对资金需求更为急迫的中小企业则要求苛刻。中小企业普遍存在融资困难的问题。特别今年以来国家为调控宏观经济，几次调高存贷款利率，并将银行的存款准备金率调高至有史以来最高位。各大商行在银根紧缩的情况下，进一步提高了中小企业融资的要求。即使完全符合《动产抵押登记办法》规定，中小企业通过动产抵押融资的难度也极大。

（一）强化走访宣传，提高企业认识。针对当前中小企业融资难的问题，建议工商部门积极通过动产抵押登记帮扶企业融资。通过向中小企业发放宣传资料、召开座谈会等多种形式加强宣传，组织企业负责人学习《物权法》、《担保法》、《动产抵押登记办法》等法律法规，提高企业对动产抵押登记工作的认知度。同时，加强对辖区企业的走访调研，详细了解企业生产经营、资金运营情况和发展中面临的困难和问题，及时向企业详细介绍办理动产抵押登记业务的有关政策、具体流程及应提交的资料等，积极鼓励企业合理利用现有设备、产品或原材料进行抵押，以解决企业资金短缺的难题，提高资金使用效率。

（二）加强内部激励，提升登记质量。建议制订《协助企业融资扩产计划》及《奖励办法》等规章制度，强化工商部门内部激励。建议将各工商所协助企业办理动产抵押登记贷款业务量纳入年终考核，对在宣传咨询和业务办理中表现突出的工商所和个人在年终评优、先进评选中给予加分、嘉奖、物质奖励等相应表彰，充分调动全市工商系统特别是基层工商所对企业动产抵押登记贷款业务的工作积极性和创造性，严格把关、热情服务，真正提升登记质量，推动动产抵押登记工作向纵深开展。

（三）出台优惠政策，扩大抵押范围。建议在法律法规允许范围内进一步出台优惠政策，帮助企业拓宽融资渠道，提高资金使用效率。一是适度扩大动产抵押人范围。鼓励较大的个体工商户和农资产品生产经营者积极办理动产抵押登记业务，从金融机构获得资金支持。二是适度扩大动产抵押物范围。鼓励企业以半成品和成品作为抵押屋子办理动产抵押融资，扩展企业抵押物范围，有效盘活企业资金，提高资金使用效率。三是适度扩大抵押权人范围。针对目前开展动产抵押登记业务金融机构较少的现状，建议工商等职能部门充分发挥自身职能，积极协调各大商业银行、担保公司、小额贷款公司、村镇银行等金融机构受理动产抵押登记贷款业务，进一步扩大抵押权人范围，方便企业特别是中小企业办理动产抵押贷款融资业务。

（四）强化服务指导，防范信贷风险。进一步加强行政指导，完善服务措施，助推动产抵押登记业务发展。对有意办理抵押登记贷款业务的企业实行“一对一”贴心服务，指派专人全程帮扶企业完善相关材料、指导企业填写《企业动产抵押物登记申请书》。进一步提高服务效率，对申请材料齐全、程序合法的企业，当场予以办理登记，减少企业往返次数。定期组织召开“银、企”双方信贷联席会议，加强彼此沟通和协调，建立合作关系。同时，完善“三回访”制度：加强对金融部门、抵押企业和抵押行为的回访力度，及时化解矛盾，消除隐患、防范信贷风险。回访金融部门，确保资金按时到位，保障抵押企业的正常生产经营;回访抵押方，防止抵押物转移、变卖和非法转让；回访抵押行为，对银企双方的抵押行为进行监督，及时提醒办理变更、注销申请，切实保障银企双方的合法权益。

（五）严格把关手续，规范登记程序。进一步规范受理、审查、归档、查阅等工作制度，做到人员、责任、职能到位，有章可循，把好受理关、审查关和审批关，对办理动产抵押物登记的银企双方提供的借款合同和抵押合同做到“三查三看”，即查有无禁止抵押的物品，看是否超出抵押物登记的范围；查提供的资料，是否有虚假成份；查同一企业过去的抵押资料和记载，看是否有重复抵押的现象。仔细审查企业抵押合同条款，对财产所有权不明确等不符合法律规定的不予登记。同时，深入企业核对抵押物实样，对企业资信情况进行确认，确保抵押登记的准确性、合法性，建立抵押登记台账，对抵押物价、抵押周期长的登记开展检查回访，及时掌握抵押物变动情况，指导企业做好变更、注销等手续，从而保障债权人和债务人双方的合法权益。

（六）灵活掌握尺度，积极助企融资。由于“银行整体授信，企业混合抵押”情况越来越多，给工商机构办理动产抵押业务带来了一定困难。按照《动产抵押登记办法》的规定，工商部门依据职能对企业利用动产进行抵押融资进行备案管理，对于混合了非动产的抵押物无权予以登记，这在一定程度上阻碍了企业融资发展。针对此种情况，建议进一步推广“混合抵押，剥离备案”的方法，即剥离企业抵押物中的非动产部分，只对其动产部分进行登记管理。指导企业和银行依据动产部分评估价值折合融资额度重新签订抵押协议，在法律允许范围内积极帮助企业融资。

**企业调查报告及篇六**

前言：施工成本综合地反映了施工活动中的劳动消耗和物资消耗，是用于施工和管理的一切费用的总和。施工成本划分为直接成本和间接成本两部分，直接成本由人工费、材料费和机械费组成。间接成本是指直接从事施工的单位为组织管理在工程施工中所发生的各项支出。本次调查以问卷方式为主，辅以对典型项目的现场调研。

1.1 人员结构落后，制约着成本管理水平的提高通过本次调查不完全统计，该施工企业现有大专以上学历的人员不到20％，具有中高级职称的专业技术人员不到10％，懂经营和技术、会管理的复合型工程管理人才更是凤毛麟角，精通金融、法律和工程索赔的高级人才更是奇缺。同时该施工企业由于历史包袱沉重，经营压力较大，劳动力资源价格普遍低于市场价格，导致劳动力资源紧张，施工人员素质下降，员工素质的偏低不仅影响责任落实与执行力等管理问题，而且严重制约成本管理水平的提高。

1.2 体制机制问题，造成成本控制积极性不高

体制落后，权力集中在企业中上层，对项目部的控制过严过死，内部审计确认盈利后，层层扣款，分解到项目部时利润微乎其微，还迟迟不予兑现，项目部成本控制积极性普遍不高。部分项目经理成本效益的意识还没有树立，干活不算帐的情况仍然存在。近年来，该施工企业一直都在探索体制改革。

1.3 项目施工成本管理方法落后，成本监管滞后

在整体管理水平落后的形势下，成本管理方法也不够科学。相关控制审批手续往往只是走程序，职责不清，不能达到预期的目的。项目部内部管理人员沟通不畅，起不到互相监督的作用。而作为成本控制的重要监督部门――内部审计部门的工作主要停留在事后审计阶段，监管滞后。

1.4 施工成本管理的奖惩措施不到位

施工现场成本浪费现象频发，却得不到应有的惩罚，而采用先进的施工工艺和方法降低成本，也得不到相应的奖励，导致职工成本控制的积极性不高，不仅不支持施工成本管理工作，而且还可能会产生抵制情绪，觉得成本控制只是领导层的事情，对职工个人来说意义不大，使施工成本管理工作难以顺利开展。

2.1 领导需重视，制定积极的措施控制成本

首先，领导层要有决心和信心，全力支持成本控制。其次，企业应从人力、物力等方面加大对成本管理的投入，从思想和行动上重视成本管理。可抽选高素质的人员成立专门的成本控制部门；还应将内部审计关口前移，加强事前和事中控制，强化审计对成本的控制和监督作用；全体职工都应该具有控制成本的意识，减少施工现场浪费，养成节约成本的好习惯。

2.2 成本控制的分解落实是多层次的

项目部是成本控制的核心，企业应该给予项目部相对应的成本控制权力。成本控制既包括企业对项目部成本的控制，还包括项目部对作业班组成本的控制及作业班组对作业人员的成本控制，要做到责任成本分解到人，人人身上都有成本控制责任，从而避免只管干活不管算帐的现象，最大限度地挖掘潜力，降低成本。

2.3 制定并执行合理的激励制度

成本控制任务要和经济利益挂钩。及时地对责任主体进行客观公正的考核，落实奖惩措施，只要其完成责任范围的各项指标，就应根据完成程度给予奖励，如未完成，就应根据事先约定的方法和力度给予惩罚。严格落实奖惩制度，才能使每一个责任主体都能积极参与到成本控制中去。

2.4 采取技术措施控制项目成本

生产力的提高是伴随科学技术水平及操作技能的提高的。应用新的施工技术是提高生产力的有效途径。首先，施工准备阶段，应对工程成本目标进行预先估计、分析和计量，并将有关成本的控制责任分解落实。其次，在施工过程中，研究制定各种降低消耗、提高工效的新工艺、新技术，多施工方案比选，确定有利于缩短工期、提高质量、降低成本的最佳方案。

2.5 采取预算措施控制项目成本

2.5.1 人工费控制

人工费的控制最有效的途径是采用科学的管理方法。施工任务与收入挂钩，才能有效地调动作业人员的积极性。提高作业效率、合理安排施工工序也是降低人工费支出的有效途径。

2.5.2 材料费的控制

材料费一般占工程费比重很大，加强项目部的材料采购和收、发存管理，成本自然降低。首先是对材料用量的控制，按定额确定材料消耗量，实行限额领料制度。加强周转料管理，延长周转次数等。其次是对材料价格进行控制。参考市场行情，货比三家，择优选购。避开钢材价格波峰期获得低价位；集中提交材料计划，获得批量价格；节省运输费用降低钢材的使用价格。

2.5.3 机械费的控制

通过合理施工组织、机械调配，提高机械设备的利用率和完好率，同时，加强现场设备的维修、保养工作、经常性修理等各项费用的开支管理，避免不正当使用造成机械设备的闲置；加强租赁设备计划的管理，充分利用社会闲置机械资源，从不同角度降低机械台班价格。

2.5.4 间接费的控制

一个工程项目尽量由一个项目部组织施工。减少管理机构和人员的重复设置；外地施工管理人员减少回鞍次数降低差旅费的支出；压缩办公用品的开支，网络办公节约长途话费等等。

2.6 建立成本控制体系

以施工预算收入为中心，建立包括目标成本管理体系、动态成本管理体系、成本后评估体系以及责任成本体系的成本控制体系。分别从事前、事中、事后反馈以及责任与激励机制方面进行管理。逐步积累成本控制的经验和完善成本信息数据库，从而有效地控制成本。

结束语：

从该企业的成本管理现状调查情况来看，提高成本管理水平是施工企业走向现代化管理的重要内容，也是提高经济效益的最有效途径，它涉及面广，潜力大，可挖掘性强。施工企业在成本管理实践中不断加大力度，不断总结和完善，就一定能在激烈的市场竞争中站稳脚跟，开辟出新的天地。

**企业调查报告及篇七**

为了更好的了解企业文化的本质及其作用，本人于x年x月至x月x日通过访问法，资料搜集法对xxxx科技有限企业进行调查。总体来说企业文化，很广泛从多方面对于企业的发展提出理念，对于人才的要求有独到的见解。然而企业的文化管理方面的存在一些问题，就这些问题而展开分析，并提出改进的建议。

一、xx市xx科技有限企业概况

（一）以品质为基础

企业逐步健全推行质量保证体系，在管理上坚持：”优秀人才、优秀品质、优秀服务”。产品的质量是我们的诚信。推行：零缺陷服务，为用户提供满意度。

（二）以创意为发展

勇于创新，创新是高科技企业的灵魂，是企业保持旺盛生命力的基础，是取得竞争优势、立于不败之地的法宝。时刻虚心学习、永远大胆创新，是每一个员工的责任。

（三）以成果分享为共同目标

一个成功的企业，只有不断的分享，在此过程中也要不断的接受批评，而管改进自我，以优秀的成果造福客户。服务客户、服务社会。

一个企业的文化体现在管理上。对于以上企业文化的分析，发现企业文化在管理方面的存在一些问题：

三、xxxx科技有限企业企业文化管理问题及其原因

（一）企业的管理制度 不够健全

企业文化中可以看出，对于企业利益与品质的保证较多的，相对而言对与员工利益的保证就十分欠缺。比例过分的失调，很显然只有的体制实行起来，不能灵活应对，涉及范围太校现在市场发展迅速，而企业不能够与时俱进，对于制度给予相应的改善。陈旧的制度导致员工工作缺乏动力，也使得许多员工也抱着混口饭吃的态度工作。很多员工认为自己在企业的发展空间小，不能够很好的体现自身的价值，在企业文化中也提到了“优秀人才”但是根据调查很多人都没有受企业任何专业的培训。这也暴露的体制不能够很好实施的缺点。

（二）企业员工对企业文化认识不足

很多企业员工认为企业文化，那是企业高层的事情，与自己没有多大的利益关系。也不会想花时间在这上面。更多是考虑与自己利益相关的事情。企业在企业文化上的宣传力度很欠缺，在调查过程中也有高层说到：现在工作繁忙，很难有时间去做文化建设的宣传和配合工作，对于如何宣传企业文化感到束手无策。还有些人认为企业子要效率好，那么企业文化就会自然形成。这也是现在阶段绝大多企业的想法。

（三）在建立企业文化上没有良好的沟通平台

企业自身对于企业文化的了解十分的欠缺，以利益为第一，员工对企业目标缺乏具体的了解，没有形成企业的共同价值观，危机而感缺乏，企业的归属感不强，时常表现出持才傲物、工作上由于分工不太合理，出现了互相推工作的情况，经常以“很忙”来拒绝参加院内的文娱活动。

同事间往往只存在工作关系，缺乏润滑。中层领导班子的管理能力问题突出，院中层领导班子成员大多是由专业技术拔尖的员工担任，他们的普遍特点是工作压力、工作责任越来越多，管理任务繁忙，对于管理上的知识没有系统的学习和研究。所以导致了企业与员工矛盾重重。

四、完善xx市xx科技有限企业的企业文化管理的建议 （一）企业管理制度 的完善

管理制度要形式多样，机制灵活，却又不失威信。涉及企业本身的利益以及员工的利益。注重管理水平的提高，贯彻落实各项规章制度，同时要取得全体员工的一致认可，追踪全球最新技术、经营管理理念。给予员工不断的培训、深造机会，激发工作热情和创新活力。坚持以人为本，广为接纳和储备具有先进管理经验和技术专长的科技人员，形成良好的人才知识结构，为企业创造更多财富。

（三）加强对于企业文化的宣传

首先明确企业的奋斗目标，召集员工对于企业文化的共同学习，使其对于企业文化有深入的了解。不定期询问员工意见，还可以同时创业企业文化特色如： 人本文化特、色整体文化特色、创新文化特色、求实文化特色、服务文化特色等，让员工参与其中。找到属于自己的文化特色。使企业文化深入人心。

（三）建立双向沟通的模式，让员工与企业间形成良好沟通

企业对于自身的文化要有深入的了解。对于员工要给予人性化的管理，不定期了解员工对于企业的看法，认真的考虑或者采取接纳。让员工对于企业有较强的归属感，企业对于员工给予更多积极的关注，可以公开的鼓励员工，挖掘他们的潜在的能力。在节假日给予适当的问候。开展各种活动，拉近员工与企业之间的距离。良好的沟通与合作使企业内运作顺畅，增加效益。以上是我通过对于xxxx科技有限企业在企业文化方面调查之后的所感。通过这次的调查过程认识到企业文化实质是以企业管理哲学和企业精神为核心，凝聚员工归属感、提高积极性和创造性的人本管理理论。

优秀的企业文化应该是以人为本、以价值观塑造为核心的文化管理，是对人的管理与对物的管理的有机结合。一个企业具有良好的企业文化才能在现在商业场上立于不败之地。

企业调查报告2 一、产业结构不够合理，重复建设较为普遍

一是产业结构层次较低。我镇企业大多集中在加工制造业这种传统的劳动密集型产业上，其产品大多停留在简单制作的水平上。相当数量的企业技术装备水平低，产品质量、产品附加值低。二是重复建设，重复投入。由于我国消费品市场和资金市场的不成熟，容易形成短时期内的消费热点，短期的利润促使大量资金迅速涌入，在这个过程中，政府也缺乏宏观的经济引导，此后随着生产能力的扩大，需求趋于饱和，在此情况下，企业不得不展开低水平的竞争。三是产业关联度低。在纵向合作上，即在关联的企业之间，没有建立起合作关系，缺乏统一的技术和质量标准；在横向合作上，即在生产相同或类似产品的企业之间缺乏明确的市场分工,没有在信息、人员培训等方面共享社会资源。例如我镇的一定数量的砖厂，就存在制造水平低，重复建设，关联度低等问题。

究其原因，一是多数企业主要集中在生产基础产品的产业上，这些产业对企业的规模、技术、资金、劳动力素质的要求都不高，产业的进入壁垒低，生产经营以“低质跑量”为主，在消费的短期热点中，容易造成持续上项目而形成行业的恶性竞争。二是从产品价值链的角度看，我镇仍处于赢利较少的生产制造环节，而利润丰厚的研发、设计以及市场营销、品牌推广等环节基本没有涉及。三是由于大量企业处于高度专业化分工状态，其固定资产专用程度较高，一旦出现全行业衰退或企业亏损,经营者也很难使设备转用或转卖，所以企业只能艰难维持经营，或偷工减料以求降低成本，使市场上产品质量不断退化。这种局限于中低档生产制造环节，处于产品价值链的低端部分，缺乏自主品牌和市场影响力，企业所获得的附加值和利润偏低就是必然结果了。

二、科技创新能力不足，产品更新换代缓慢

我镇企业大多没有自己的核心技术和知识产权，只是以目前市场上极为普遍的甚至于落后的技术作为生产工艺，品牌意识不强。由于自主创新能力不足，缺乏对技术创新投入的力度，产品更新换代缓慢,仅仅依靠低价取胜。这在我镇企业中是极其普遍的现象，调查的这些企业中，大部分只有1-2名技术人员，有的甚至没有技术人员，这造成了企业缺乏发展后劲，缺少自己的核心竞争力，在经历短暂的辉煌后，发展动力不足，甚至会出现消亡的现象。

究其原因，一是企业起点低、实力小，大多缺乏自主创新能

力，绝大部分企业都没有自己工艺人员，更别提研发人员。就经济大环境来看，以技术研发为主体的人才倒三角的高新技术企业往往具有更强的活力和潜力。二是高素质的专业技术人才和经营管理人才太少，员工素质普遍较低，大多数人只有初中及以下的文化程度。三是缺乏公共的技术创新平台，不能使企业有效的和高校等科研单位直接挂钩，把最新的技术成果直接转化为生产力。四是大型公司为了保持其技术优势，一般都把核心技术和关键工艺严格控制在内部，我镇企业很难获得相关资料。例如我镇德利煤化有限公司就难以获得附加值很高的针状焦的生产工艺。

三、发展理念不够超前，管理方式普遍落后

我镇企业大多仍沿用家族式管理方式，这一管理方式为企业建立之初的生存与发展曾做出过很大贡献。但是，在当前形势下，特别是在企业发展的中期，这一管理方式往往容易转化为消极的阻滞，容易造成经营效率的低下和激励机制的偏颇。同时，大部分企业主小农意识严重,“小富即安、小进即满”的心态制约了企业的进一步发展。调查中发现，部分企业完全有可能通过融资等手段进一步扩张，但由于担心怕“外人”来分蛋糕，为了避免风险，企业只愿维持现状，不想再去进一步发展。

为更好的了解企业文化的本质及其作用，本人于x年x月至x月x日通过访问法，资料搜集法对xxxx科技有限公司进行调查。总体来说企业文化，很广泛从多方面对于企业的发展提出理念，对于人才的要求有独到的见解。然而企业的文化管理方面的存在一些问题，就这些问题而展开分析，并提出改进的建议。

一、xx市xx科技有限公司概况

xxxx科技有限公司成立于20xx年，位于xx市福田区益田路，法定代表人是刘某某，注册资本（万元）100，企业的经营范围：兴办实业（具体项目另行申报）；服装设计，国内商业、物资供销业（不含专营、专卖、专控商品）；计算机系统集成；弱电工程设计；计算机软件、硬件产品的开发与设计；微波产品、电子产品的技术开发及销售（不含限制项目）。

二、企业企业文化的简要介绍

（一）以品质为基础

企业逐步健全推行质量保证体系，在管理上坚持：”优秀人才、优秀品质、优秀服务”。产品的质量是我们的诚信。推行：零缺陷服务，为用户提供满意度。

（二）以创意为发展

勇于创新，创新是高科技企业的灵魂，是企业保持旺盛生命力的基础，是取得竞争优势、立于不败之地的法宝。时刻虚心学习、永远大胆创新，是每一个员工的责任。

（三）以成果分享为共同目标

一个成功的企业，只有不断的分享，在此过程中也要不断的接受批评，而管改进自我，以优秀的成果造福客户。服务客户、服务社会。

一个企业的文化体现在管理上。对于以上企业文化的分析，发现企业文化在管理方面的存在一些问题：

三、xxxx科技有限公司企业文化管理问题及其原因

（一）企业的管理制度不够健全

企业文化中可以看出，对于企业利益与品质的保证较多的，相对而言对与员工利益的保证就十分欠缺。比例过分的失调，很显然只有的体制实行起来，不能灵活应对，涉及范围太校现在市场发展迅速，而企业不能够与时俱进，对于制度给予相应的改善。陈旧的制度导致员工工作缺乏动力，也使得许多员工也抱着混口饭吃的态度工作。很多员工认为自己在企业的发展空间小，不能够很好的体现自身的价值，在企业文化中也提到了“优秀人才”但是根据调查很多人都没有受企业任何专业的培训。这也暴露的体制不能够很好实施的缺点。

（二）企业员工对企业文化认识不足

很多企业员工认为企业文化，那是企业高层的事情，与自己没有多大的利益关系。也不会想花时间在这上面。更多是考虑与自己利益相关的事情。企业在企业文化上的宣传力度很欠缺，在调查过程中也有高层说到：现在工作繁忙，很难有时间去做文化建设的宣传和配合工作，对于如何宣传企业文化感到束手无策。还有些人认为企业子要效率好，那么企业文化就会自然形成。这也是现在阶段绝大多企业的想法。

（三）在建立企业文化上没有良好的沟通平台

企业自身对于企业文化的了解十分的欠缺，以利益为第一，员工对企业目标缺乏具体的了解，没有形成企业的共同价值观，危机而感缺乏，企业的归属感不强，时常表现出持才傲物、工作上因为分工不太合理，出现了互相推工作的情况，常常以“很忙”为由来拒绝参加院内的文娱活动，同事之间往往只存在工作关系，缺乏润滑。中层领导班子的管理能力问题突出，院中层领导班子成员大多是由专业技术拔尖的员工担任，他们的普遍特点是工作压力、工作责任越来越多，管理任务繁忙，而对于管理上的知识没有系统的学习和研究。所以导致了企业与员工矛盾重重。

四、完善xx市xx科技有限公司的企业文化管理的建议

（一）企业管理制度的完善

管理制度要形式多样，机制灵活，却又不失威信。涉及企业本身的利益以及员工的利益。注重管理水平的提高，贯彻落实各项规章制度，同时要取得全体员工的一致认可，追踪全球最新技术、经营管理理念。给予员工不断的培训、深造机会，激发工作热情和创新活力。坚持以人为本，广为接纳和储备具有先进管理经验和技术专长的科技人员，形成良好的人才知识结构，为企业创造更多财富。

（三）加强对于企业文化的宣传

首先明确企业的奋斗目标，召集员工对于企业文化的共同学习，使其对于企业文化有深入的了解。不定期询问员工意见，还可以同时创业企业文化特色如：人本文化特、色整体文化特色、创新文化特色、求实文化特色、服务文化特色等，让员工参与其中。找到属于自己的文化特色。使企业文化深入人心。

（三）建立双向沟通的模式，让员工与企业间形成良好沟通

企业对于自身的文化要有深入的了解。对于员工要给予人性化的管理，不定期的了解员工对于企业的看法，认真的考虑或者采取接纳。让员工对于企业有较强的归属感，企业对于员工给予更多积极的关注，可以公开的鼓励员工，挖掘他们的潜在的能力。在节假日给予适当的问候。开展各种活动，拉近员工与企业之间的距离。良好的沟通与合作使企业内运作顺畅，增加效益。

企业调查报告4 为贯彻县党政联席会关于手套行业发展问题的有关精神，按照县委、县政府的要求，我镇及时组织经贸委人员对全镇手套生产企业进行调查摸底，摸清了手套生产企业的个数、经营情况、市场情况及发展趋势。现报告如下：

一、手套生产企业现状

全镇手套生产企业可以说只有xxxx工贸有限公司一家，其余均为作坊式加工，不能称之为企业，为此，只能以这家公司为例进行分析。

xxxx工贸有限公司位于疃里镇前贾村327国道南侧。公司成立于20xx年5月，6月正式投产。公司占地30000平方米，建筑面积12000平方米，现有职工150人，主要生产防滑手套等产品。设备齐全、配套，固定资产475万元。通过调查发现，工作中存在的问题是：

1、思想不够解放。在全县上下“解放思想、干事创业”的良好氛围下，特别是县委、县政府出台了一系列鼓励民营经济发展的优惠政策，给全县经济注入了活力，激发了企业内部潜力。作为三园公贸内部，还存在着发展定位不高、怕担市场风险的错误认识，没能把握住机遇，导致企业发展不快。

2、产品科技含量底。三园公贸属于劳动密集型企业。产品科技含量不高，需要的是技术熟练的年轻工人。但随着近几年青岛、胶东等地的快速发展，工人报酬高，大部分工人都远赴外地打工，导致我们当地劳动力市场人员不足，使现有的设备不能全部正常运转，影响了企业的高速度发展。3、缺乏高素质的管理人才。现在的私营企业的管理大多还是家族式的粗放管理，企业内高素质、经营理念先进的管理人才较少，加上企业疏于对人才的培训，导致企业不能形成一支高效的管理人才队伍，使企业负责人大事小事一肩挑，抽不出较多的时间研究市场、充电学习，管理水平得不到快速提高。

二、下步工作的打算 1、发展思路：

用足用好县委、县政府的各项优惠政策，加强企业的内部管理，促进生产机制的高效运转，提高产品数量，提升产品质量，扩大市场占有率，利用自主出口权的优势，使产品迅速打入国际市场。全力推进外贸出口，扩大出口创汇额，使三园工贸成为疃里镇的知名龙头企业，带动一方经济的发展。

工作目标是：按照超常规、高速度、跨越式发展的总体要求，预计年产品数量达到15万打，产值突破500万元，实现利税80万元，出口创汇突破20万美元。2、具体工作措施：(1)进一步解放思想、树立抢机遇、大发展的意识。县委、县政府对企业发展越来越重视，对企业制定的政策越来越优惠。各级领导对企业发展越来越关心，为企业出谋划策，增强了我们干事创业的信心和决心。给我们企业的发展、招商引资提供了一个较大的发展空间。所以我们要牢牢把握住这个千载难逢的机遇，以思想的大解放促进经济的大发展，增强压力感和紧迫感，坚定发展的决心和信心。

(2)加大企业投入，增加企业效益，带动经济发展。充分利用我县全力推动招商引资的优势，与韩国客商积极洽谈、合作，投资150万元新上一条牛仔裤服装生产线，把企业发展成集手套加工，服装生产多个品种共存，互助互补的企业集团。

(3)积极推进外贸出口。在镇党委、政府的大力支持下，企业实现了外贸出口10万美元，但其余的多为代理出口。明年，将充分利用已有的自主出口权积极向国外市场进军，打出产品品牌，使代理出口变为自主出口，增加企业效益。(4)加强企业内部管理。向发达地区、县内的先进企业学习，努力探索先进的管理经验，建立现代化的管理模式。培训提高现有人才，引进科技人才，向管理要质量，向先进机制要产量，向科技、人才要效益。最大限度地调动每一位员工的积极性，挖掘他们的潜力，激发他们干事创业的激情。

**企业调查报告及篇八**

全县共有餐饮企业14家，职工2168人，其中建立工会的企业6家，入会职工482人，25—200人规模企业6家，25人以下企业8家，其中国有控股企业1家，股份制企业3家，个体企业8家。

截止20xx年12月，建立工会的6家餐饮企业共有职工520人，会员482人。6家餐饮企业工会组织基本健全，能够履行工会的基本职责。

6家餐饮企业共有工会干部18人，而且全部为兼职工会干部。

从调查情况来看，6家餐饮企业工会基本上做到了权为职工所用，利为职工所谋，工会干部们都能坚持为职工办实事办好事，主要从以下几个方面发挥了作用。一是认真宣传贯彻《工会法》、《劳动法》、一系列法律法规，让职工了解法，掌握法，并能运用法律的武器维护其合法权益。二是克服来自各方面的阻力和压力，积极推行劳动合同制度，建立了有效的监督检查机制。三是不断开展职工安全教育，确保了职工生命安全。总之，在维护职工合法权益、协调劳资关系、促进企业健康发展方面，这些新建企业工会取得了一些成绩。

这几家企业虽然建立了工会组织，但工会主席在企业中并未取得实质性的地位，他们的政治和经济待遇没有真正得到落实。其原因就在于6家餐饮企业的工会干部虽然是为工人维权的干部，但更是端着老板给的饭碗的雇员，因此在工作和维权中往往处于两难的境地。由于工会职务兼职化，工会工作业余化，劳动关系复杂化，使这些工会干部难以站在与企业主平等的位置上，旗帜鲜明地替职工说话办事。

一些新建企业成立了工会组织后，确实开展了一些困难救助和文体活动，但工作缺少有效的载体，没有真正发挥出工会的各项职能作用。还有的虽建立了职工代表大会制度，但对职代会的工作职权、程序、组织制度等基本知识缺乏足够了解，作用发挥的也不大，各项职权并未认真履行落实，致使一些职代会成为“摆设”。这些问题产生的原因就在于企业的各项决策还是由经营者一个人说了算，工会所开展的各项活动也还是受制甚至听命于企业主，因此企业一旦发生劳资纠纷，往往无视工会组织的存在，职工的合法权益无法得到保证。所以工会在以民主议事会、协商对话会等形式对企业实行民主管理时受到障碍，难以调动员工积极性，实现劳资双赢的目的。

其原因是由于这些工会干部都是“打工一族”，要想真正维护职工的合法权益，替职工说话，就要冒着被解聘的危险，而且还会得罪老板；不替职工说话，不维护职工的权益，自己就会受到道德和良心的谴责，在私下里也常常被员工们所批评与议论。所以为了保住自己的饭碗，决大多数工会主席都不敢与老板轻易闹翻。当老板与员工之间真正产生利益矛盾或劳动纠纷时，许多工会干部都是巧妙圆滑地、胆战心惊地周旋于两者之间进行维持。他们既不敢得罪老板，也不情愿得罪职工群众。因此许多职工都反映，现在的非公企业工会的职责不是维护，而是维持。所以在维权方面，许多工会干部处于一种尴尬的境况，无法真正履行工会的维护职能。

据调查，餐饮业工会干部文化水平都比较低，最高学历是高中，初中学历者比比皆是，这就造成了工会干部法律、经济以及管理知识的缺乏。同时由于都是新上任，对工会工作不甚了解，所以在具体工作中表现为不善干、不敢干也不会干。在参与协调老板与员工的工作关系中也显得无能为力或束手无策，有的在具体利益维护中谨小慎微，畏首畏尾；大有“多一事不如少一事”的消极思想。这些都严重影响了工会基本职能的发挥和工作的开展。

就是要用党的方针、政策和国家的法律、法规来引导企业主要依法维护员工权益的目的。工会工作在非公有制企业中能否顺利进行，各项活动能否正常开展，在很大程度上取决于企业主的理解与支持，反之就会阻碍工会工作的开展。所以我们要通过各种形式和途径加大宣传力度，在社会上广泛宣传组建工会工作是促进企业经济发展，保持社会稳定的一项不可缺少的重要工作。纠正推行建会影响企业的投资环境，增加劳资矛盾等不正确的认识。要积极引导企业主和经营者进行民主管理理念、工作内容、方式方法的宣传，让他们认识民主管理是促进企业发展的动力，把发展企业的理念确立在以人为中心，双赢互利上来。

就是协调好餐饮企业的劳动关系。工会是劳动关系矛盾的产物，协调劳动关系是工会工作永恒的主题。这一点对非公企业工会尤其重要。企业的发展必须以和谐稳定的劳动关系为前提条件。目前我县大多数非公企业一般经营规模不大，管理水平不高，职工综合素质不强，工会工作力量比较薄弱，使得职工的合法权益得不到应有的保障，从而导致一些非公企业劳动关系紧张。工会作为职工合法权益的代表者、维护者在非公企业中要积极推动企业依法建立职代会、平等协商和集体合同等民主管理制度，并以此作为参与协调劳动关系的基本途径和主要手段，实现劳资双方由对抗转为对话，由对立转为合作，建立和谐的企业劳动关系促进企业的和谐发展。

要加强我们工会干部的自身素质。实现工会工作的新突破和新跨越，关键在于工会自身，关键于在干部作风。要加强对工会干部的.业务培训，将上岗培训与经常性的轮训结合起来；要将工会知识与现代管理知识培训结合起来，加强对党的方针政策、工会业务、劳动法律、工资和社会保障等知识的学习；要提高工会干部思想素养和法制水平，着力提高工会干部的综合能力。同时在提高素质的培训中，使工会干部树立参与维护意识，提高参与维护能力，增强参与和维护责任。通过多种途径和措施，下大力气才能建设一支政治立场坚定、业务能力过硬、群众观念牢固、工作作风严谨、想干事、会干事、能成事的高素质工会干部队伍。

**企业调查报告及篇九**

随着我国经济的不断发展，我国人民的生活水平进一步得到提高，人们对乳制品的需求也不断扩大，乳制品越来越多地成为我国人民特别是城市居民的生活必需品。正因为我国的乳制品消费市场广阔，更多的乳制品企业在我国得到了不同程度的发展，其中包括不少外来乳制品企业。乳制品行业已经成为我国食品行业中增长最大的行业，为我国经济的发展作出了巨大的贡献。但是，中国乳制品行业也面临着产品生产结构性过剩，生产大规模扩张，产品结构不适应消费者需求的不良局面。为此，我们小组决定对伊利集团的产品进行市场调查。调查时间是20xx年11月，调查方式为问卷式访问调查，我们制定了问卷150份，收回有效问卷132份。各项调查工作结束后，我们将调查内容予以总结，调查报告如下。

（一）性别构成比例（问卷问题1）

根据调查数据显示，在我们所调查的消费者中，有90人曾经购买过伊利产品，其中男性为 60 人，占伊利消费者人数的67% ；女性为 30 人，占伊利消费者人数的 33% 。

（二）年龄构成（问卷问题2）

其中18岁以下为14人，占伊利消费者人数的15%，18至24岁38人，占伊利消费者人数的42%，25至30岁13人，占伊利消费者人数的14%，31至40岁8人，占伊利消费者人数的8%，41至50岁13人，占伊利消费者人数的14%，50岁以上4人，占伊利消费者人数的7%。

（一）消费需求调查

1、根据调查显示消费者选择伊利乳制品所考虑的因素中，品质仍然占申通快递客户满意滴调研报告最大比重。(问卷问题6)

其中品质占34%，接下来是口味25%，价格占到22%，品牌13%，其他6%。经过数据分析我们能够了解到，消费者购买伊利乳制品所考虑的最主要因素是乳制品的品质，口味和价格也是考虑的重要因素，而品牌则不是考虑的主要因素。因此，伊利不仅要加强品牌宣传力度，更要注重产品的品质，运用国际水平的工艺技术，为消费者提供天然无污染的绿色产品，不断生产出适合消费者口味的产品。同时，运用强大的资金运作实力发挥价格优势，这样伊利才可能占有更广阔的市场，成为市场竞争中的主导者。

2、价格是消费者考虑购买商品的重要因素，商品价格的高低对消费者是否购买这一商品产生最直接的影响。因此，我们对伊利产品价格展开了调查。（问卷问题7）

经过调查，60%的人认为伊利产品价格偏贵，另外，36%的人认为伊利产品价格一般，只有4%的人认为伊利产品价格便宜。这说明伊利产品在价格方面还应做出适当的调整，减轻消费者的消费压力。

3、包装是一件商品的重要组成部分，因此我们针对伊利乳制品包装展开了一项调查，结果如下：（问卷问题8）

软包装比较收到消费者的青睐，占到总数的35%，瓶装占20，罐装、袋装、其他则均占15%。经过数据分析我们能够了解到，在消费者青睐的伊利乳制品包装中软包装仍然是主流，其他包装也占据一定比例，所以，企业在保持原有优势的基础上，继续寻求新颖，备受消费者青睐的包装。

4、消费者青睐的伊利产品

90名伊利产品的消费者中有85人表示喜欢液态奶，有60人表示喜欢冰淇淋，有54人表示喜欢奶粉，有56人表示喜欢奶酪，表示还喜欢伊利其它产品的有32人。（问卷问题4）

消费者比较青睐伊利的液态奶和冰淇淋，伊利公司可以加大对液态奶和冰淇淋的生产。

**企业调查报告及篇十**

指导教师

系别/班级

姓名（学号）

关于合肥美的公司生产运作情况的调研

随着服务业的兴起，生产的概念已经扩展，不再只是工厂里从事的活动，而是一切社会组织将其主要资源投入进去进行的最基本的活动。在现今的生产运营中，如果一个企业不能提供与其生产运营相配套的服务，那么这个企业势必被淘汰。我们都知道美的集团占据了家电行业的领先地位，它屡屡上演“挑战行业老大”的传奇，堪称家电行业的全能王。但是我们不禁会问其凭借什么使得美的产品具有如此之强大的市场影响力“美的模式”是最佳的战略模式吗？所以，我们一行人来到了我们学校附近的美的（电冰箱）集团，对美的集团内部的生产运作状况展开了调查研究，并对调查结果进行分析。

20xx年3月2日

合肥经开区美的（电冰箱）集团

1、调查合肥美的集团的生产运作流程，了解其产品生产以及服务运作的类型。

2、总结美的集团生产运作方式的优缺点，给出针对性建议。

3、此次调研可以让我们直观了解到美的（电冰箱）集团内部的运作流程，在学习书本理论知识的同时也加深了我们对制造型企业的进一步了解。

4、我们希望看到美的集团在生产过程中的优缺点，从而在学习书本知识时可以提出自己独特的见解与解决方法，在无形中锻炼了我们独立分析问题、解决问题的能力，从而提高自身素质。

6、此次调研可以让我们了解到一个成功的企业需要什么类型的人才，从而在以后的学习当中有意识培养自己的某方面的能力，为以后就业做一个好的铺垫。

7、进行调研能在一定程度上提高我们的实践能力，沟通表达能力等各方面能力。

资产包括小家电、地产与机电装备等资产。品牌之间的协同效应日趋显著，集团整体发展势头良好。

就品牌而言，美的延伸进入风扇、空调、冰箱、洗衣机、小家电、豆浆机等领域，近年来屡屡上演“挑战行业老大”的好戏。除了空调领域处于第二的位置，美的在以电饭煲为主的小家电领域位居第一，并先后成功切入了微波炉、豆浆机等此前一家独大的市场，成为行业第二。目前，美的正准备进入加湿器等领域，向行业老大亚都发起攻击。

公司结构上可大致可分为五个主要部分：

行政管理层面 销售层面 生产层面技术层面资金管理层面

基本职能体现为：

1.行政管理层，其主要职责为：

(1)企业的规划、决策、管理、监督、考核

(2)人员聘用与任免以及相关的人事管理

(3)公关与企业形象推广、相关社会活动

(4)融资、引资

(5)福利、后勤

(6)党建、工会

(7)建设和形成企业精神和文化

2.销售层，其主要职责为：

(1)产品销售

(2)市场开发新产品推广

(3)情报收集

(4)形象推广

(5)产品监测

(6)库品管理

(7)用户服务

3.生产层，其主要职责是：

(1)设备采购、使用和管理

(2)原料采购、使用和管理

(3)生产组织、管理

(4)生产人员管理和考核

(5)生产成本管理、考核

(6)库品管理

(7)外协加工管理、检测

(8)产品检测、质量保证。追求质量、效率、成本、安全、创新。

4.技术层，其主要职责是：

(1)为生产提供技术支持和保证

(2)为销售提供技术支持和保证

(3)情报收集、分析、处理、解析

(4)技术创新、新产品开发

(5)生产过程和生产产品的质量监测

(6)人员技术培训

5.资金管理层，其主要职责是：

(1)常规财务工作

(2)资金使用的管理、监督、指导、考核、预警

(3)融资、引资

(4)生产经营成本的核算、考核

1、以“成本领先”为导向的内部资源整合，通过对产业环节内部的资源整合提高效率，制造利润空间，同时与市场战略配合，形成从生产成本到营销成本的全面领先优势。而这种全面领先的优势，又将反过来带动其技术与品牌的积累与发展。

2、交易过程具有高度的透明性和开放性特征，各部门之间信息透明度高。

3、运营调节具有较强的针对性和快速灵活性，可以根据需要快速调整生产和人员安排、改变生产计划。

4、围绕白色家电产业的多元化进展迅速。

5、运营方式具有典型的计划经济特征

销售部门根据用户和市场的需要，向生产（采购）部门提出“订货合同”,生产（采购）部门根据“订货合同”，购置材料，组织生产，交付合格产品。技术部门负责提供技术支持和保障并监督生产过程。资金管理部门负责提供所需的资金和相关流通操作，负责成本、利润的核算和考核，同时监督资金的使用。行政管理部门负责监督、指导、协调、考核。

6、需求具有单向性（不可选择性）和相互依赖性特征

例如：销售和生产之间、销售和财务之间、生产和财务之间就是处于这样的关系状态。

7、拥有较强的品牌收购和战略整合能力。

1.这种有计划、有目的、可控制的生产方式，具有明显的运营优势。有利于形成程序化规范管理和程序化流水线作业模式。有利于提高生产效率、降低成本、提高资金的使用率、减少损耗等。有利于规模化生产的形成。有利于企业的整体扩张。

2.对管理者的管理思想、管理水平、管理方式、管理艺术要求较高。制度化管理、质量效率管理、满工作量管理、工时考核管理、任务承包管理、责任承包管理、工作时间管理、信仰精神管理、“突击队式”管理等各种有针对性的管理方式应运而生。管理的科学性、有效性、针对性、及时性将显得尤为重要。同时，开展人性化管理，充分调动人的积极性和主动性，利用好人的趋同性和依赖性，形成良好的企业文化，树立企业精神和信仰，也会对企业可持续发展产生重要和积极的影响。

3、虽然美的是多元发展，但焦点较为明确，那就是白色家电。相比之下美的的主要对手海尔、tcl等的经营领域都宽泛得多，美的的聚焦优势得以体现。

4、根据不同的市场需求，生产调度调整反应较快，人员调整、调动相对较容易。例如：不需要合同，一张文书，一纸调令，甚至一个电话就可解决问题。即由需求的产生，到转化为生产过程（操作），到产生成品（结果）的效率相对较高。

业。相比之下，海信在收购科龙之后的品牌整合则缺乏实质，浪费了大好时机和难得的品牌资源。

生产质量、生产效率都将非常有利。这些对企业的发展，特别是高质量、规模化的持续有效发展至关重要。

1.多数成员对外界的市场变化不敏感，仅仅关心自身利益和身边环境变化。企业应对市场变化以及在这种变化中的竞争能力往往把握在少数人手中，他们的思想、能力、工作热情和方法等往往决定着企业的命运。即关键部门对个人能力的依赖性较强，是应力相对集中的节点，有一定的脆弱性。

2.权利相对集中，容易造成重大的管理和决策失误。

3.个体发展空间受到一定的限制，可能导致个体的灵活性不强，竞争性不强，主动性不强，容易造成人浮于事。自主创新的动力不强，容易满足现状。责任心不强，容易造成事不关己的现象。如果管理引导不利，将产生极为不利的负面影响。

4、从全球企业的商业实践来看，采用专业化的组合是多元化企业获得和保持竞争力的有效方式。美的当前的品牌布局，仅能说在此方向上迈出了半步，真正形成专业化组合，还需更大整合力度。

5、美的当前的误区之一在于以企业为单位展开整合，而非以品牌为单位展开整合，因此，美的在洗衣机领域的整合仅仅完成了一半。从企业层面看，美的把荣事达、美的品牌的洗衣机资产注入小天鹅公司，小天鹅公司成了一个专门生产洗衣机的公司。但从品牌层面看，市场上仍然有荣事达、美的、小天鹅品牌的冰箱出售，只不过是由美的电器生产。因此，从消费者认知来看，品牌整合前后并无任何区别，小天鹅、荣事达品牌仍然既代表冰箱，又代表洗衣机。

6、此外，即使在洗衣机领域，品牌也显得过多，至少美的洗衣机完全无必要存在，它所起到的作用无非是为小天鹅洗衣机增加一个对手。在此情况下，即使小天鹅公司的洗衣机总销量超过海尔成为第一，也难说美的在洗衣机领域建立起强大的品牌。

1.优化行政管理层，聘用优秀人才，特别是关键人物如总经理或常务副总经理。让“精灵”变成“精神领袖”，成为公司这一庞大社会体系有效运转的强有力的动力。即一个特殊的领导者，决定一个特殊企业的前途和命运。

2、以销促产，以销定产。因而销售环节不约而同的就成为各公司、企业的运营“龙头”，是否有一支强劲有效的销售队伍，直接关系到公司的经营和效益，影响着公司的发展和未来。公司应该找准市场定位，关注市场变化，为消费者打造个性化商品需求。

3、拥有一个强有力的“心脏的根本归根结底是生产。公司内部要加强生产的组织管理、员工的素质和对企业的情感培养、生产设备的合理配置。

4、美的的品牌整合应该回到以品类为基础的轨道上来，首要的工作是为冰箱、洗衣机建立主导性的专家品牌。实际上，小天鹅在高档洗衣机领域具有良好的心智资源，小天鹅应该成为高档洗衣机领域的专家品牌，而不应该再出产小天鹅冰箱。这样小天鹅在与海尔的竞争中将体现出优势，成为该领域的第一。

5.科学技术是第一生产力。技术是发展的“动力”，技术是运营的“保障”，

**企业调查报告及篇十一**

成立青年科技攻关小组，组织青年科研骨干开展科技创新，努力提高产品科技含量，促进企业经营和发展，是团组织服务科教兴国战略的重要措施和途径。在科学技术日新月异的当今时代，如何在引导青年开展科技攻关中提供更加切实有效的服务。如何在企业的改革和发展中拓宽团的工作领域，充分发挥团组织的助手和后备军作用，是当前各级团组织面临的重要课题。为此，我们就目前我市企业开展青年科技攻关活动的总体情况深入到华盛公司、制药集团、金港科技等企业进行了深入细致的调研。

近年来，伴随着国企改革的步伐，企业团组织在企业中的职能、性质、地位都发生了极大的变化，各级团组织积极适应新的变化，通过成立科技攻关小组，开展科技创新，在服务企业发展、服务青工成长成才方面发挥了积极的作用，同时，也极大地拓宽了团的工作领域，为团组织赢得了一席之地。主要表现在以下几个方面：一是青年科技攻关小组在企业的生产与经营中发挥了积极的作用。如华盛公司团委组建的电厂科技攻关小组三年来共开展了重油改造、锅炉三次风管改造、输灰机改造、循环水泵ups电源改造、射水抽气器改造、凝汽器胶球清洗装置改造、主蒸汽保温改造等30多个较大的科学技术改造项目，近100项小改革，处理大小缺陷1万多项，共为电厂节约生产成本400多万元；铝厂科技攻关小组开展了调整阳极换极模式、阳极钢爪保护环等27项技术革新，共为企业创造效益1000多万元。制药集团滴眼剂车间qc小组“降低f57—a灌封机灌封穿漏率”为企业创造效益400多万元，金港科技攻关小组钻研并发明了适用于石油化工领域的防爆水封缸，为企业创造效益200多万元；二是培养了一大批青年岗位能手。近五年来，我市涌现出了市级青年岗位能手200多名，伍雄等30余名青工被评为省级青年岗位能手，刘训生今年还被评为全省十大杰出青年岗位能手；三是推出了一大批优秀科研成果。今年以来，市制药集团滴眼剂车间qc小组科研成果“降低f57—a灌封机灌封穿漏率”在二oo三年全国医药质量管理小组成果发表交流会中荣获一等奖及最佳制片奖，该小组还被命名为国优qc小组，此外，该公司小容量注射车间qc小组“控制装量，提高利巴韦林注射液灯检合格率”获三等奖。华盛公司《60ka自焙槽预焙改造综合技术》获湖北省重大科技成果奖。金港科技公司科技攻关小组发明的防爆水封缸获得了由国家知识产权局颁发的发明和实用新型两项专利证书，该公司“十佳青年” 朱维斌和朱自清以《催化裂化装置低压瓦斯全回收系统研究》获得了市政府颁发的科技二等奖；四是初步构建了较为完善的青年科技攻关活动运行机制。各级团组织结合企业生产经营的实际，不断完善科技攻关活动的组织机构和科研程序，已建立起较为完善，操作性较强的科技攻关活动运行机制，促进了青年科技攻关活动的稳步发展，也有效地促进了企业青年创新创效活动的深入开展。如潜江制药集团团委八年来，每年都组织开展qc成果发布会，展示科技攻关小组的科研成果，华盛公司团委的每个科技攻关项目从立项到最后的验收，都要经过严格的把关，各攻关小分队在进行项目的实施过程中实行层层监督，严格分项目的三级验收制度等。

当前，我市企业青年科技攻关活动发展呈现出蓬勃的生机，但是，通过调研，我们也发现部分企业青年科技攻关活动明显滞后，面临着一些突出的问题，主要表现在以下几个方面：

1、青年科技攻关活动缺乏稳定性。青年科技攻关小组的每个攻关项目从立项到最后的验收，都要经过严格的把关，从项目的来源到论证问题的现状和研试的目的意义，从技术内容到技术方案、路线，都要经过严谨的论证，在实施过程中更必须有必不可少的人力、物力的投入。而这几年随着企业的改革，一部分企业依法破产，一分部企业成为改制企业，一部分企业变卖给私营业主变为私营企业，导致许多企业规模不够大，科技投入不足，企业抗风险力相对较弱，经营发展很不稳定，部分非公有制企业还未建立起团组织，这些都成为青年科技攻关活动发展的制约因素。在企业发展还不够稳定的情况下，企业主难免会对建立团组织，对投入大量的资金开展科技攻关活动持保守态度。

2、团的组织活动和基地建设与青年科技攻关活动的需求不相匹配。多年来，企业团组织在加强青工思想政治教育，服务企业精神文明建设，营造企业文化等方面积累了较为丰富的实践经验，有一套行之有效的工作机制，但在组织青年科技攻关活动等方面措施不多，力度不大，又没有相应的基地或组织将青年科技人才网络起来，在青工开展创新和将创新成果转化为现实生产力等方面，缺乏有效的服务，无法满足那些有创新技能与热情的青工创新发展的需求，或者只能在极低限度提供一些低层次的服务。

3、团干部的素质与青年科技攻关活动的发展不相协调。青年科技攻关活动关键是提高企业产品或生产流程的科技含量，节能降耗，促进企业效益的提高，这就在客观上要求企业团干部必须具备较高的科技意识和科技素质，在组织、指导、参与科技攻关活动中能够发挥“领头雁”的作用。但是，当前各企业团干基本上是从办公室从事行政管理、公文写作、新闻宣传等方面的青年人中产生。其工作视野、工作思路与科技攻关活动不相协调，间接影响了科技攻关活动的深入开展。

4、团的对象的流动性与青年科技攻关活动的发展不相适宜。企业改制后，青年员工表现出更强的择业自主性和流动性，企业内青年科技骨干、团干部变动相对更加频繁，加上部分员工对科技攻关活动的认识淡薄，积极性不高，这就使得团组织开展科技攻关的活动缺乏基础，难以持续发展。

1、坚持党建带团建，进一步加强企业团建工作，优化开展青年科技攻关活动的环境。青年科技攻关活动是团组织组织、发起并指导开展的活动，是共青团组织在新时期服务企业改革与发展，实现企业团建工作创新的新方法新举措。要促进青年科技攻关活动的进一步深入开展，团组织必须主动切入，争取党组织的重视和支持，紧紧依靠党建带团建，为青年科技攻关活动营造良好的发展环境。当前，一是要大力消除团建空白点，做好非公有制企业的建团工作。各级团组织要及时对本地非公有制企业建团工作给予指导和帮助，做到“成熟一个，建立一个”，“建立一个，巩固一个”，“巩固一个，提高一个”，力争在符合条件的非公有制企业都建立起团组织；二是要探索团建新模式。要积极探索独立建团、乡企（村企）联合建团、挂靠建团、行业建团、区域建团、跨区组建等建团模式，实现团建工作的网络式立体覆盖。只有坚持党建带团建，建立起能真正发挥作用的团组织，青年科技攻关活动才能健康发展。

2、探索发挥作用的新途径，促进青年科技攻关活动的内容创新。青年科技攻关活动要保持长久的生命力，就要不断创新活动方式与内容，积极探索发挥作用的新途径，以作为赢得地位。一是要从企业实际和青年实际出发。科技攻关小组开展创新活动，不能为了创新而创新，而要和企业的生产经营的实际结合起来，实实在在的为企业发展做实事。二是要丰富活动的形式。要探索具体有形的活动载体来推动青年科技攻关活动，尝试推行《青年岗位建功成才手册》，把创新战略和青工的成才、企业人才的培养结合起来；实施青年“创新项目制”，运用现代管理手段，广泛开展项目征集与申报，公开招标与投标，审定与实施的做法；实施青年科技攻关活动“项目化运作”，切实完善创新过程，通过发放“青年创新项目书”等方式引导青工结合岗位、企业实际，以市场为导向，分析查找技术、管理等日常工作中存在的突出问题，申报创新课题，再根据青年申报的创新课题，确定企业所需，青年所能的攻关项目，签定攻关合同；三是在开展活动过程中，要与长期以来团组织已形成的品牌项目，如“五小竞赛”和“导师带徒”、“争当青年岗位能手”等群众性的技术创新活动有机结合起来，调动全体青工参与科技攻关。

3、探索建立科学高效的运行与管理机制，加强对青年科技攻关活动的指导与管理。要把建立科学有序的活动机制摆在重要的工作位置，加强对青年科技攻关活动的规范管理。一是要建立起活动的组织机制。要在各企业中成立起以党政领导牵头、团组织具体协调、有关职能部门共同参与的活动组织领导小组，在青年职工中积极成立创新协会、攻关协会、攻关小组、qc小组等创新组织；二是要建立起活动的评价机制。通过各级科技部门评估机构和企业中的生产、技术、质量、管理、营销、服务等部门建立相应的评估体系，制订以效益为评判标准的青年科技创新成果评价办法，对青年科技攻关组织和群众性的青年创新成果进行评估确认，促进创新成果考评工作的科学化、规范化和制度化建设；三是要建立起活动的激励机制。各级团组织要加大活动表彰力度，并出台有关奖励政策，企业团组织要积极争取领导支持，制定实施有关推进青年创新活动的政策，并把活动纳入企业奖励体系之中，在学习深造、收入分配等方面向优秀青年人才倾斜，激发广大青工参与科技攻关活动的积极性；四是要建立起活动的保障机制，通过积极争取党政组织和各方面支持，在科技攻关活动的政策、经费、阵地、宣传、成果转换等方面创造条件。要力争建立起青年科技攻关活动的专项基金，为活动的开展优化环境、提供保障。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn