



五”江苏省高等学校重点教材

现代企业管理

XIANDAI QIYE GUANLI

第二版

主编 唐飞 巩维才

中国矿业大学出版社

China University of Mining and Technology Press



“十二五”江苏省高等学校重点教材

现代企业管理

XIANDAI QIYE GUANLI

第二版

主编 唐飞 巩维才

中国矿业大学出版社

China University of Mining and Technology Press

内 容 提 要

本书力求结合管理科学发展的特点,针对我国高校结构调整的需要,注意将管理理论与实践紧密结合,使读者通过本书的学习对企业管理的诸多行为要领有所掌握,并能在实际中加以运用。因此,应用型是本书的主要特点。

本书内容包括:企业概论,管理学原理,战略管理,供应链管理,人力资源管理,生产组织管理,管理数学方法,质量管理,营销管理,技术管理,财务管理,企业管理模拟。每章附有名人名言、引导案例、案例分析和思考与练习题。

本书可作为大专院校非管理类专业学习企业管理的教科书,也可作为自学管理知识的教材或参考书。

图书在版编目(CIP)数据

现代企业管理 / 唐飞,巩维才主编. —2版. —徐州:中国矿业大学出版社,2017.6
ISBN 978-7-5646-3568-8

I. ①现… II. ①唐… ②巩… III. ①企业管理—高等学校—教材 IV. ①F272

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 126990 号

书 名 现代企业管理
主 编 唐 飞 巩维才
责任编辑 姜 华
出版发行 中国矿业大学出版社有限责任公司
(江苏省徐州市解放南路 邮编 221008)
营销热线 (0516)83885307 83884995
出版服务 (0516)83885767 83884920
网 址 <http://www.cumtp.com> E-mail: cumtpvip@cumtp.com
印 刷 徐州中矿大印发科技有限公司
开 本 787×1092 1/16 印张 25.25 字数 630 千字
版次印次 2017 年 6 月第 2 版 2017 年 6 月第 1 次印刷
定 价 39.00 元

(图书出现印装质量问题,本社负责调换)

第二版前言

光阴荏苒,日月如梭,本书自2012年1月出版以来,已经过去了5年时间。2016年12月,有一首著名的励志歌谣《5年前,你在干嘛》这样写道:“5年前,叙利亚还是一个富有国家,卡扎菲还统治自己的王国;全世界都在猜测金正日接班人是谁;诺基亚单季度市场占有率超过四成,刷新历史纪录;苹果4S还没发行,乔布斯还健在;腾讯还没微信……”

在这个日新月异的时代,在5年的时间里,整个商业世界改变很多,企业管理所面对的环境发生了重大的变化,新的商战案例层出不穷,这迫使我们决定对第一版中的相关内容进行调整,并增加新的企业案例。当我们将修订计划申报2015年江苏省教育厅高等学校重点教材立项建设名单(修订教材)时,获得了批准(序号:38),这进一步激励了我们修订本书的信心。

本书第二版延续了第一版的写作风格,注重管理科学理论与实践的紧密结合,注重管理的实践操作与运用,特别突出了应用型的要求,并继续沿用了巩维才教授曾经编写出版的《现代煤炭工业企业管理》、《现代工业企业管理》、《线性规划及其应用》等教材中的内容,在某些章节中反映了煤炭企业管理特点的内容。每章的开头增加了“名人名言”以加强对本章的理论指导,反映本章的主旨和教学目标。同时,每章用“引导案例”增强学生对本章应用的启发性思维,每章最后还列出了多种形式的“案例分析”或“思考与练习题”,启发学生从应用的多个角度独立思考问题。总之,全书内容力求珠联璧合探求向应用型推进。

本书由唐飞副教授、巩维才教授任主编,负责对全书的总纂、整理。第二版在体系结构上依然保持了第一版的关系,主要做了如下变动:将第七章“生产过程中的常用数量分析方法”改为“管理数学方法”,增加了线性规划、盈亏平衡分析、风险型与不确定型决策方法等内容;考虑到精简全书内容的要求,删除了第十二章“设备管理”;将最后一章“企业管理沙盘模拟”改为“企业管理模拟”,将主要内容 by 沙盘模拟改为国际企业管理挑战赛。

本书是集体智慧的结晶,是中国矿业大学徐海学院与江苏建筑职业技术学院教师共同努力的成果。各章编写分工为:唐飞、巩维才编写第一章;涂俊梅、唐飞编写第二、五章;唐飞、巩建信编写第三章;张豆、唐飞编写第四章;靖培星、巩维才编写第六章;张豆、巩维才编写第七章;廉莲、唐飞编写第八、九章;张涵、唐飞编写第十章;赵娜、巩建信编写第十一章;赵娜、袁子桐编写第十二章。

在本书的写作过程中,江苏省教育厅相关专家在立项后给予了相应的指导并提出了宝贵的修改意见,同时中国矿业大学徐海学院相关领导和江苏建筑职业技术学院相关领导也

提供了大量有益的帮助,在此一并表示感谢!

由于经济环境新常态的深化推进,管理科学随时代进程迅速发展,受认知水平所限,书中难免有不妥之处,敬请同行专家、老师、同学对本书提出宝贵意见以便再版时斧正。

编 者

2017 年 5 月

目 录

第一章 企业概论	1
第一节 企业的概念与类型	3
第二节 企业制度与现代企业制度	9
第三节 企业的社会责任	15
第四节 企业现代化的方向:智慧企业	19
第五节 我国企业的现状及其发展趋势	20
案例分析	34
思考与练习题	35
第二章 管理学原理	36
第一节 管理概述	37
第二节 管理者	39
第三节 管理发展史	43
第四节 管理的基本职能	57
第五节 当代管理理论的进展	65
案例分析	67
思考与练习题	68
第三章 战略管理	69
第一节 战略管理概述	71
第二节 战略分析	75
第三节 战略选择	85
第四节 战略实施	92
案例分析	95
思考与练习题	96
第四章 供应链管理	97
第一节 供应链管理概述	99
第二节 供应链采购管理	104
第三节 供应链库存管理	114
第四节 供应链物流管理	123
案例分析	130
思考与练习题	132

第五章 人力资源管理	134
第一节 人力资源管理概述	135
第二节 人力资源规划	139
第三节 工作分析	143
第四节 员工招聘	147
第五节 绩效考核和薪酬管理	154
第六节 人力资源开发与员工培训	162
第七节 人力资源管理的发展趋势	170
案例分析	171
思考与练习题	172
第六章 生产组织管理	174
第一节 生产管理概述	174
第二节 生产系统组织	176
第三节 生产计划与控制	191
第四节 生产现场管理	199
第五节 生产组织管理的发展与变革	202
案例分析	205
思考与练习题	210
第七章 管理数学方法	211
第一节 管理数学方法概述	212
第二节 线性规划	214
第三节 盈亏平衡分析	221
第四节 风险型与不确定型决策方法	226
第五节 网络计划技术	229
第六节 价值工程	242
案例分析	251
思考与练习题	254
第八章 质量管理	257
第一节 质量管理概述	258
第二节 全面质量管理	261
第三节 质量认证与 ISO 9000 族标准	266
第四节 质量管理的七种工具	270
第五节 六西格玛管理简介	281
第六节 质量管理的新发展	284
案例分析	286
思考与练习题	289



第九章 营销管理	290
第一节 营销理论的产生与发展	291
第二节 市场营销环境分析	292
第三节 STP 分析	296
第四节 营销组合策略	302
第五节 新型数字媒体营销	312
案例分析	316
思考与练习题	319
第十章 技术管理	320
第一节 技术管理概述	321
第二节 技术引进、改造与创新	322
第三节 技术标准与标准竞争	329
第四节 知识产权与专利战略	332
案例分析	341
思考与练习题	342
第十一章 财务管理	343
第一节 财务管理概述	344
第二节 筹资管理	350
第三节 投资管理	356
第四节 资金营运活动	360
第五节 利润分配活动	367
第六节 企业税务管理	371
案例分析	373
思考与练习题	374
第十二章 企业管理模拟	376
第一节 GMC 的产品知识点	376
第二节 GMC 中的逻辑线	377
第三节 GMC 的常见战略层面解析	388
参考文献	391

第一章 企业概论



【名人名言】

经营企业,是许多环节的共同运作,差一个念头,就决定整个失败。

——日本经营之神 松下幸之助

若不能从根本着手,奢谈企业管理是没有用的。管理没有秘诀,只看肯不肯努力下功夫,凡事求其合理化,企业经营管理的理念应是追根究底,止于至善。

——台湾经营之神 王永庆

企业的情况很复杂,所以应该有壮士断臂的勇气和决心,因为这个放弃减少了对他的很多压力和拖累,使他更有力量,寻找更好的机会来发展。

——四通集团公司董事长 段永基

中国国有企业最大的问题就是没有建立起长效激励机制,因此我不投资管理层不持股的国有企业。

——基石资本掌门人 张维



【引导案例】

阿米巴经营模式与企业转型变革之困

福建省 A 外贸企业集团,成立于 20 世纪 80 年代初,伴随着我国进出口需求的快速增长,发展成为省进出口额第一的大型企业。集团进出口商品经营种类非常广泛,基本涵盖所有产品领域,上至近亿美元棉花的进口,下至几美元灯具的出口。集团所属业务部门数量不断扩大,从四个进口部门,逐步发展成为近五十个外贸进出口部门。

通过分析发现,集团的竞争力体现在两方面:一是拥有大量的银行授信,可以获得较低的贷款利率;二是多年的外贸行业经验,积累了大量外贸专业人才。然而,集团经营就像一盘散沙,这不仅体现在业务结构、经营管理模式上,更是体现在领导班子的经营管理意识以及中层管理人员的经营思维中。集团领导班子对业务部门无法有效管理,更多是“签字”,对风险过高的业务行使否决权;而部门负责人都是“小老板心态”,即“我把钱挣到就行了,你们少管我”。

集团领导班子近年来忧患意识不断增强,逐渐认识到:“很多外贸业务部门更多是依靠影子银行的功能赚钱,在外贸竞争环境不断恶化的未来,很难有生存空间”。这个企业应该怎么办?如何转型变革?

一、经营模式和转型路线之争

通过研讨,集团领导班子认识到目前的发展方向和业务模式是死路一条,对于没有产品优势、外贸服务能力和竞争优势的外贸业务,不但受到工厂和海外客户的双重挤压,还面临互联网金融、电子商务以及大物流系统的冲击。集团战略转型方向由覆盖所有外贸业务领

域,向未来可打造竞争优势的业务领域聚焦;外贸业务转型方向由提供简单的外贸服务,向产业链上下游延伸,逐步掌握产业链话语权,提升产业链竞争优势;外贸业务商业模式由以业务员为核心向组织化过渡,提升外贸业务组织化竞争能力。简单而言,就是专业化、组织化,提升专业领域竞争优势。

战略转型方向既定,经营模式和转型路线成为争议的焦点。很显然,集团目前经营模式与阿米巴看上去有些类似,由独立核算、自主经营的业务部门组成,如何转型成为真正意义上的阿米巴,领导班子多次争论却没有结果。

二、阿米巴经营模式的适用条件

阿米巴经营模式深深根植于日本“经营四圣”^①之一稻盛和夫的经营哲学,该模式有其适用条件。第一,对业务特性有要求,企业存在的本质就是专业化分工加组织化运作,共享资源并共担风险、优势互补;将业务机构分割为小的经营团队有两种方法,一种方法是分割业务链,这对业务链各环节的团队协作要求极高,另一种方法是按产品或业务分割,则要求业务链条不能过长,否则团队规模会过大;因此,一些业务链条较长的企业不适合阿米巴,一些资源性业务也没必要采用阿米巴。第二,对企业一把手的理念和企业文化有要求,企业老板需要从“管事向管人”转变,并具有很强的领导力;同时企业文化从“追求结果向追求过程转变”,企业内部拥有良好的信任关系。第三,对阿米巴团队负责人的企业家精神及管理能力的要求,如果中层业务团队人才匮乏,则会导致有形而无实。第四,对“市场挂钩的核算机制”要求极高,尽管企业可以在外力的帮助下建立,但企业内部对数据的严谨和足够的尊重并非一朝一夕能够达到。

三、A集团经营模式的最终选择

应该说,A集团拥有部分阿米巴的“形”,但与阿米巴的实质相去甚远。最终,A集团确定“三步走”方案:

第一步在2014年前完成。首先是树标杆,选择具有代表性的三个外贸业务部门,在现有部门基础上成立三个事业部,集团组织讨论明确三个事业部的业务发展方向、竞争能力打造措施、人才培养策略,以及事业部重点流程;其次是建体系,打造运营管理体系及绩效考核体系,完善运营信息收集及分析、运营计划编制与目标监控以及目标绩效考核工作;第三是建能力,加强职能部门制度流程建设及专业化能力的提升,包括预算管理能力和人才培养能力、风险管理能力等。

第二步在2015年前完成。首先是重推广,进一步推动新事业部的组建,择机进行业务部门的整合;其次是理文化,加强绩效文化的推广,改变机会主义文化、“你好我好大家好的文化”;第三是细化并达到阿米巴经营核算管理的要求,进一步完善核算机制。

第三步在2017年完成。所有外贸业务部门转型成为事业部,事业部业务定位清晰、内部团队协作高效,事业部负责人拥有很强的事业心及管理能力。更长远来看,基于业务专业化分工的要求,可将事业部逐步细分,衍生出更多的业务团队,从而真正达到阿米巴的管理境界。

(案例来源:谢德建.阿米巴经营模式与企业转型变革之困.企业管理,2014(9):89-91)

^① 在创造“经济奇迹”时代的日本,有四位企业家被称为“经营四圣”,他们分别是:松下幸之助(松下公司)、本田宗一郎(本田公司)、盛田昭夫(索尼公司)、稻盛和夫(京瓷公司)。其中,松下幸之助为“四圣”之首,他奠定了日本商业的精神,在日本也被尊称为“经营之神”。

请思考:如果你是这家企业领导班子的一员,你如何看待并解决上述问题?

第一节 企业的概念与类型

企业是现代社会人类创造物质财富的基地,也是市场经济的基本细胞和竞争主体。企业存在的根本目的是通过创造价值和利润来推动经济的发展。企业管理就是将管理的一般原理、方法与手段应用于企业,以提高企业创造社会财富的效率与效果。企业管理的对象就是企业。

一、企业的概念

(一) 我国经济法对企业的界定

我国经济法认为,企业是指依法设立的以营利为目的从事生产经营活动的独立核算的经济组织。

根据这一定义,企业具有以下特征:

(1) 企业是社会经济组织。企业作为一种社会经济组织,表明其主要从事经济活动,并有相应的财产。因此,企业是一定人员和一定财产的组合。

(2) 企业是以营利为目的从事生产经营活动的社会经济组织。企业从事的生产经营活动是指创造社会财富和提供服务的活动,包括生产、交易、服务等。企业从事生产经营活动是以营利为目的的,是为了赚取利润的。

(3) 企业是实行独立核算的社会经济组织。核算含有计量、记录、计算的意思。实行独立核算即是要单独计算成本费用,以收抵支,计量盈亏,对经济业务作出全面反映和控制。不实行独立核算的社会经济组织不能称其为企业。

(4) 企业是依法设立的社会经济组织。企业通过依法设立,可以取得相应的法律地位,获得合法身份,得到国家法律的认可和保护。

需要指出,目前国内许多企业管理教材认为企业必须具有法人地位或资格,但事实上我国法律以企业是否能够独立承担民事责任而将企业划分为具有法人资格的法人企业与不具有法人资格的非法人企业两种类型。

所谓法人企业,是指具有民事权利能力和民事行为能力,依法独立享有民事权利和承担民事义务的组织;非法人企业,则是以自己的名义从事生产、经营和提供劳务活动,但不承担民事责任的组织。因此,我们这里强调:企业必须依法设立,但并不必然具备法人地位。

(二) 管理学大师彼得·德鲁克的观点

彼得·德鲁克是当代最著名的管理学家,他把管理变成了一门学科(Discipline),从而被誉为“现代管理学之父”,也被称为“管理学大师中的大师”。

德鲁克在奠定了他作为管理学科开创者地位的《管理实践》(*The Practice of Management*)一书中,对“什么是企业”这一问题做了回答。虽然这本著作写于1954年,但时隔60多年,德鲁克的论述依然精辟。

1. 利润的作用

德鲁克认为,不能单单从利润的角度来定义或解释企业。当然,这并不是说利润和

盈利能力不重要,而是要指出:利润不是企业和企业活动的目的,而是企业经营的限制性因素。利润并不能解释所有的企业活动与决策的原因,而是检验企业效能的指标。即使担任公司董事的是天使,他们对赚钱毫无兴趣,但他们还是必须关心企业的盈利能力。企业的问题不在于如何获得最大利润,而在于如何获得充分的利润,以应对经济活动的风险,避免亏损。

利润不是原因,利润是结果——是企业在营销、创新和生产力方面的绩效结果。同时,利润也是对企业经营绩效的检验方式。企业的首要任务是求生存,即企业经济学的指导原则不是追求最大利润,而是避免亏损。企业必须设法赚取额外的资金,才足以承担企业运营中不可避免的风险,而这种风险预备金唯一的来源就是利润。的确,企业不仅需要为自己的风险做准备,还必须面对亏损,因为在经济的新陈代谢中,总是会有些企业亏损累累,销声匿迹。企业必须负担社会成本,对于学校、军备等有所贡献,即企业必须赚钱缴税。最后,企业还必须创造资本,以满足未来成长、扩张所需。但最重要的是,企业必须有足够的利润来承担风险。因此,虽然追求最大利润是否为企业经营的动机仍值得商榷,但是企业绝对需要赚取足够的利润以承担未来的风险,至少需要获取必要的利润以保存生财资源,继续在现有行业中生存。企业通过对“必要的最低利润”设定严谨的限制,并检验其有效性,来影响企业的行为和决策。

2. 企业的目的:创造顾客

如果想知道企业是什么,则必须先了解企业的目的,而企业的目的必须超越企业本身。事实上,由于企业是社会的一分子,因此企业的目的也必须在社会之中。关于企业的目的,只有一个正确而有效的定义:创造顾客。

市场是由企业家创造的。企业家必须设法满足顾客的需求,而在他们满足顾客的需求之前,顾客也许感觉到那种需求。就像饥荒时渴求食物一样,不能满足的需求可能主宰了顾客的生活,在他清醒的每一刻,这种需求都盘旋在他的脑海中。但是,在企业家采取行动满足这些需求之后,顾客才真的存在,市场也才真的诞生,否则,之前的需求都只是理论上的需求。顾客可能根本没有察觉到这样的需求,也可能在企业家采取行动——通过广告、推销或发明新东西创造需求之前,需求根本不存在。每一次都是企业的行动创造了顾客。

顾客决定了企业是什么,因为只有当顾客愿意付钱购买商品或服务时,才能把经济资源转变为财富,把物品转变为商品。企业认为自己的产品是什么,这并不是最重要的事情,对于企业的前途和成功尤其不是那么重要。顾客认为他购买的是什么,他心目中的“价值”何在,却有决定性的影响,将决定这家企业是什么样的企业,它的产品是什么,以及它会不会成功兴旺。

因此,企业要努力为顾客创造价值。顾客是企业的基石,是企业生存的命脉,只有顾客才能创造就业机会。社会将能创造财富的资源托付给企业,也是为了满足顾客需求。

3. 企业的两项基本功能:营销和创新

由于企业的目的是创造顾客,因此任何企业都有两项基本功能,而且也只有这两项基本功能:营销(Marketing)和创新(Innovation)。

营销是企业的独特功能。企业之所以有别于其他组织,是因为企业会营销产品或服务,而政府、军队或学校都不会这么做。任何通过营销产品或服务来实现本身目的的组织都是

企业。任何一个不从事营销或偶尔从事营销的组织都不是企业,也不应该把它当成企业来经营。

但是,单靠营销无法构成企业。在静态的经济中,不会有“企业”,甚至不会有“企业家”,因为在静态的经济中,“中间人”只不过是收取中介费用的“经纪人”罢了。

只有在不断扩张的经济中,或者至少是视变化为理所当然且乐于接受改变的经济中,企业才可能存在。企业是经济成长、扩张和改变的具体器官,所以,企业的第二个功能是创新,也就是提供更好、更多的商品及服务。对企业而言,只提供产品和服务还不够,必须提供更好更多的产品和服务才行。我国企业青岛澳柯玛曾经提出了一句极为经典的广告词:“没有最好,只有更好!”

创新可能表现在更低的价格上,也可能表现在更新、更好的产品上(即性价比更高),或提供新的方便性、创造新需求上,有时候则是为旧产品找到新用途。

此外,企业必须掌握创造财富的资源,以达到创造顾客的目的。因此,企业重要的管理功能之一,就是有效地利用一切创造财富的资源,从经济角度来说,则称之为生产力。生产力意味着所有生产要素之间的平衡,能以最少的努力,获得最大的产出。

4. 补充:企业的三个基本职能部门

对于企业组织主要包括哪些职能部门,德鲁克并未进行论述。这里,我们补充介绍现代管理学家对于这一问题的看法。

一般认为,企业组织通常包括三个基本的职能部门(见图 1-1):财务会计部门(Finance & Accounting)、生产运作部门(Production & Operations)、市场营销部门(Marketing)。其中,财务会计部门的主要职责是负责预算,确保以较低的成本筹措到资金,分析投资方案,并将资金在企业组织内部进行合理的分配;生产运作部门的主要任务是将投入的各种生产要素转化为产出,即创造出产品或服务;市场营销部门主要负责对消费者需求作出预测,组织销售企业的产品或服务,其本质在于获得顾客。



图 1-1 企业的三个基本职能部门

二、企业的类型

在现实生活中,我们最经常听到的企业类型非“公司”莫属,但是公司并非企业的全部。由于企业所处环境的复杂性以及生产发展所带来的企业活动的多样性,使我们可以从多个视角将企业划分为不同的类型(见表 1-1)。

这里我们重点介绍表 1-1 中第一种分类方法,即根据企业财产构成和所承担法律责任的不同,将企业分为公司、合伙企业和个人独资企业三种类型。

(一) 公司

公司是由若干个出资者(股东)出资兴办并组成一个法人,能够独立自主经营、自负盈

亏,对共同出资经营的财产享有民事权利、承担民事责任的经济实体。

表 1-1

企业的分类

企业分类标准	企业类型
根据企业财产构成和所承担法律责任	① 公司;② 合伙企业;③ 个人独资企业
根据企业资产的所有制性质	① 国有企业;② 集体所有制企业;③ 私营企业;④ 混合所有制企业
根据企业所属经济部门	① 农业企业;② 工业企业;③ 建筑安装企业;④ 运输企业;⑤ 商业企业; ⑥ 邮电企业;⑦ 旅游企业;⑧ 金融企业;⑨ 咨询企业
根据生产力各要素所占比重	① 劳动密集型企业;② 技术密集型企业;③ 知识密集型企业;④ 资源密集型企业
根据企业经营规模	① 大型企业;② 中型企业;③ 小型企业
根据产品的经济性质	① 工业品生产企业;② 消费品生产企业;③ 军工品生产企业

公司具有以下特征:① 依法设立。公司必须依法定条件、法定程序设立。一方面,要求公司的章程、资本、组织机构、活动原则等必须合法;另一方面,要求公司设立按照《中华人民共和国公司法》规定的程序,进行工商登记。② 以营利为目的的经济组织。公司的营利性特征要求公司必须从事经营活动,获取利润,并将其分配给公司的股东。这是公司区别于以行政管理为目的的国家机关、不以营利为目的的事业单位以及社会团体法人的重要特征。③ 以股东投资行为为基础设立。公司由股东投资行为设立,股东投资行为形成的权利是股权。根据我国《公司法》规定,公司股东依法享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利。④ 具有法人资格。公司是法人企业,应当符合《中华人民共和国民法通则》规定的法人条件,有独立的法人财产和独立承担民事责任。这是公司在性质上区别于个人独资企业、合伙企业等非法人企业的重要方面。

公司是在西方发达国家出现并发展起来的,目前已经发展成为一种占有绝对统治地位的企业组织形式,是现代企业的典型形态。我国《公司法》是 1993 年 12 月 29 日由第八届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过并公布的,之后第九届、第十届和第十二届全国人民代表大会常务委员会分别于 1999 年 12 月 25 日、2004 年 8 月 28 日、2005 年 10 月 27 日和 2013 年 12 月 28 日对《公司法》进行了四次修订。《公司法》第 2 条规定:“本法所称公司是指依照本法在中国境内设立的有限责任公司和股份有限公司。”国有企业按照《公司法》的规定改建为公司的,适用《公司法》。外商投资的有限责任公司和股份有限公司适用《公司法》,但是,有关外商投资的法律另有规定的,适用其规定。

1. 有限责任公司

有限责任公司(简称有限公司)是指由 50 个以下的股东共同出资设立,股东以其认缴的出资额为限对公司债务承担有限责任,公司以其全部资产对其债务承担责任的企业法人。

有限责任公司具有以下特征:

(1) 股东责任的有限性

有限责任公司股东均负有限责任,即股东仅以其认缴的出资额为限对公司债务承担责任。公司的债务完全以公司独立的资产清偿。

(2) 设立程序的简便性

由于有限责任公司不发行股票,不向社会公开募集资本,这决定了它的设立方式只有发

起设立,即由股东共同制定章程,缴纳出资,经验资机构验资,最后由指定的代表或委托的代理人向公司登记机关申请设立登记,公司即告成立。

(3) 股东人数的相对稳定性

我国《公司法》规定有限责任公司的股东为 50 人以下,取消了原有限责任公司股东最少为 2 人的下限,允许设立一人公司。

有限责任公司股东人数最高限额由法律严格规定,使得股东人数相对稳定,而不像股份有限公司股东人数是无上限的。股东人数的相对稳定性,决定了股东间的关系较为密切,股东出资的转让也受到严格限制。

2. 股份有限公司

股份有限公司(简称股份公司)是指全部资本由等额股份构成,通过发行股票筹集资本,股东以其所认购股份对公司承担责任,公司以其全部资产对公司债务承担责任的企业法人。

股份有限公司具有以下特征:

(1) 资本划分为等额股份

股份有限公司将资本总额划分为若干等额的股份,每股面值金额与股份数的乘积即是资本总额。

(2) 可以通过发行股票筹集资本

股份有限公司可以采取公开向社会发行股票的方式筹集资本,这为股份公司从事较大事业筹集资金开辟了广阔的渠道。

(3) 股东人数不限

股份有限公司的股东人数可以在一定范围内无限大,这样便于吸引更多的人向公司投资。但是,我国《公司法》对股份有限公司的发起人人数做了规定,即有 2 人以上 200 人以下作为发起人,并且其中必须有半数以上的发起人在中国境内有住所。

(4) 股票可以自由转让,而无须经过其他股东的同意

这个特征有两层含义:股票可以自由转让,除国有股转让需要履行必要的批准手续外,股东可以随时转让所持股票;股票转让价格可由转让方和受让方自由确定,除国有股的转让价格有特殊要求外,只要转让方和受让方同意,股票转让价格可高可低。这既可以使投资者在转让中获利,也可以使投资者在转让中赔本。

(5) 生产经营以及财务公开

由于股份有限公司的股东人数多、流动频繁,因此各国法律都要求股份公司应将其生产经营以及财务向社会公开。我国《公司法》明确规定,股份有限公司编制的年度资产负债表等会计报表要定期向社会公开披露,并应在股东大会年会召开 20 日前备置于公司住所,供股东查阅。

这里我们还要提及一个经常遇到的公司概念:上市公司。简单地说,上市公司是指其股票在证券交易所上市交易的公司。根据上述分析,我们可以知道:上市公司一定是股份有限公司,而不能是有限责任公司;有限责任公司要想上市,必须首先改制为股份有限公司。

(二) 合伙企业

合伙企业是指由两个或两个以上的合伙人订立合伙协议,共同出资、合伙经营、共享收益、共担风险,并对合伙企业债务承担无限连带责任的营利性组织。

合伙企业具有以下特征：

(1) 由各合伙人组成

这是一项法律原则，合伙企业不是单个人的行为，而是多个人的联合。因此，一个合伙企业至少有 2 个或 2 个以上的合伙人，其中合伙人必须是自然人。

(2) 以合伙协议为法律基础

合伙协议是各合伙人按照自愿、平等、公平、诚实信用的原则，就合伙企业的基本问题，按照法定的内容和要求所订立的书面法律文件。合伙企业正是通过合伙协议这一法律形式将合伙人联结起来的营利性组织。因此，合伙企业是一种典型的“契约式企业”，这是它区别于公司这种“股权式企业”的重要特征。

(3) 内部关系属于合伙关系

所谓合伙关系，就是共同出资、共同经营、共享收益、共担风险的关系。

(4) 合伙企业是非法人企业，不具有法人地位

(5) 合伙人对合伙企业债务承担无限连带责任

合伙企业是以合伙人个人财产为基础建立的，合伙人的共同出资构成合伙财产。合伙财产虽然由合伙企业使用与管理，但它属于合伙人所共有，仍然与合伙人的个人财产密切相关，所以，各合伙人必须以其个人财产承担合伙企业的债务，即当合伙企业的财产不足以清偿其债务时，合伙人应当以自己的个人财产承担不足部分的清偿责任。

由于合伙企业规模较小、资本需要量也较少，并且具有组织简便、灵活等优点，因此它一直是中小企业普遍采用的企业形态。典型的合伙企业如律师事务所、会计师事务所、资产评估师事务所、医生诊所等。

(三) 个人独资企业

个人独资企业是由一个自然人投资，财产为投资者个人所有，投资人以其个人财产对企业债务承担无限责任的经营实体。

个人独资企业具有以下特征：

(1) 是由一个自然人投资的企业

即设立个人独资企业的只能是一个自然人，国家机关、国家授权投资的机构或国家授权的部门、企业、事业单位等都不能作为个人独资企业的设立人。

(2) 投资人对企业的债务承担无限责任

即当企业的资产不足以清偿到期债务时，投资人应以自己个人的全部财产用于清偿。因此，在权利、义务上，企业和个人是融为一体的，企业的财产即投资者的财产，企业的责任即投资人个人的责任。

(3) 个人独资企业的内部机构设置简单，经营管理方式灵活

(4) 个人独资企业是非法人企业，不具有法人资格

个人独资企业没有独立承担民事责任的能力，但是，它却是独立的民事主体，可以自己的名义从事民事活动。

在市场经济国家中，个人独资企业通常存在于零售商店、自由职业、个体农业等领域。虽然这种企业形式数量庞大，占企业总数的大多数，而且是最早的企业形式，但由于规模小而且发展余地有限，在整个经济中并不占据支配地位。

第二节 企业制度与现代企业制度

一、企业制度概述

(一) 企业制度的概念

企业制度是指以产权制度为基础的企业组织制度,包括企业运行制度和管理制度。它是一种企业财产的组织形式和企业运营机制,或是财产的实现形式。

在经济社会中,人们占有财产的最根本目的是要通过这种占有获取经济利益。而企业制度就是在社会生产力发展的一定阶段上,人们这一愿望在微观经济领域所借以实现的必然形式。

企业制度与所有制形式、上层建筑并无必然的因果关系。在同一种社会制度下,可以实行不同的企业制度;同一种企业制度,也可以适用于不同的社会制度。一个企业适宜何种制度,取决于其生产规模、生产特点、生产力的发展程度,而不是所有制。因此,我国企业虽然身处社会主义公有制环境下,但是仍然可以借鉴使用发达资本主义国家的企业制度。

(二) 企业制度的内容

企业制度包含的内容比较广泛,但概括起来基本可以分为四个方面。

1. 企业的经济形态

企业的经济形态是以出资的主体来划分的,其核心是企业的产权问题(即企业产权制度)。企业的经济形态是企业制度最基本的内容,对企业制度的其他方面具有决定作用。

2. 企业的经营形态

企业的经营形态是指企业的经营方式,主要包括企业“由谁经营”和“如何经营”这两个问题。企业的经营方式与企业经济形态密不可分,是企业制度的一项重要内容。

3. 企业的法律形态

企业的法律形态是指对一定经济形态的企业进行相应的立法,使其成为社会公认的企业形态,并具有法律的保护和约束。它是企业的经济形态和经营形态的法律表现形式,是企业制度不可缺少的内容。目前我国关于企业的立法有《公司法》、《合伙企业法》、《个人独资企业法》和《企业破产法》等。

4. 企业的管理制度

企业的管理制度主要是指企业的内部组织制度和各种经营管理制度,包括企业内部的治理组织结构、领导与管理体制以及人力资源管理制度、分配制度、财务会计制度等。

二、企业产权制度

产权(Property rights),即财产所有权,是指财产所有人依法对自己的财产享有占有、使用、收益和处分的权利。产权主要包括三种形式:国有产权、集体产权和私有产权。

产权制度,是以产权为依托,对财产关系进行合理有效的组合、调节的制度安排。具体表现为建立在一定的生产资料所有制基础上的,对财产占有、使用、收益和处置过程中所形成的各类产权主体的地位、行为权利、责任、相互关系加以规范的法律制度。

企业产权制度,就是企业的财产制度,它决定了企业财产的组织形式和经营机制,是企业