

高职高专财经系列规划教材

高职高专规划教材

企业管理原理与实务

张建华 杨 频 主编



苏州大学出版社

高职高专财经系列规划教材

企业管理原理与实务

张建华 杨 频 主编

苏州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

企业管理原理与实务/张建华,杨频主编. —苏州:苏州大学出版社,2007.3
高职高专财经系列规划教材
ISBN 978-7-81090-832-0

I.企… II.①张…②杨… 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(2007)第 021994 号

企业管理原理与实务

张建华 杨 频 主编

责任编辑 许周鹤

苏州大学出版社出版发行

(地址:苏州市干将东路 200 号 邮编:215021)

常州市武进第三印刷有限公司印装

(地址:常州市武进区湔里镇村前街 邮编:213154)

开本 787mm×1092mm 1/16 印张 18 字数 450 千

2007 年 3 月第 1 版 2007 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81090-832-0 定价:29.00 元

苏州大学版图书若有印装错误,本社负责调换
苏州大学出版社营销部 电话:0512-67258835

高职高专财经系列规划教材

编 委 会

主 编 乔桂明

副主编 张建华 张 炜 浦文倜 朱雪松

编 委 (以姓氏笔画为序)

丛培栋 乔桂明 朱雪松 孙 洁 李 岚

杨 频 时奎敬 沈 健 辛 歆 张 炜

张建华 周 萍 钮立新 浦文倜 高春津

葛宗强

总 序

21 世纪是我国全面建成小康社会,实现中华民族伟大复兴的新时期。在这一新的历史发展阶段,教育作为发展科学技术和培养人才的基础,在经济建设和社会发展具有重要的地位,中央和地方各级政府都把教育摆在了优先发展的位置,“以教兴国”、“以教兴市”已成为社会的共识。当然,随着我国教育的改革与发展,我国的教育体系和教育观念正在发生根本性的转变,精英化教育模式正在被大众化教育模式所替代,经院派教育正在向素质教育和应用性、复合型教育发展。新的世纪、新的目标,我们的教育事业确实面临着更艰巨的任务:提高全民族的素质,造就数以亿计的高素质劳动者、数以千万计的专门人才和一大批拔尖创新人才。

职业教育是我国教育体系的重要组成部分,是国民经济和社会发展的坚实基础,推进职业教育的改革与发展是实施科教兴国战略、促进经济和社会可持续发展、提高国际竞争力的重要途径,是调整经济结构、提高劳动者素质、加快人力资源开发的必然要求,是拓宽就业渠道、促进劳动就业和再就业的重要举措。上世纪末兴起与发展的我国高等职业教育,既是我国高等教育大众化进程的产物,更是职业教育层次上移的必然要求。随着我国高等职业教育从无到有,从试点到大规模发展,高等职业教育的办学理念与培养目标定位已日渐清晰,作为一种新的教育类型,其人才培养的特色已越来越被社会所认可与接受。

高等职业教育的特色在于实践性与应用性。这是传统的普通高等教育所缺乏的,也是学校教育在面向社会过程中最难突破的,但这恰恰是高等职业教育的生命力所在。也许自高等职业教育在我国兴起的那一刻起,高职教育的决策者、高职院校的管理者与从教者,就注定被赋予了教育改革的重任。高等职业教育的每一次探索,每一次创新,必定是一个改革的过程。

体现高职教育特色的教材建设是高职院校实现人才培养目标和保证人才培养质量的重要环节,拥有一套能满足高等职业教育特点的特色教材,是许多高职院校在开展教学改革与人才培养模式创新时所急切希望解决的问题。由

高等职业教育的办学特色所决定,适合于高职教育的教材也应当具有鲜明的实践性与应用性。高职院校在这几年的高职教育实践中,积累了丰富的符合高职教育发展规律的教学经验,较深入地开展了课程教学改革与创新,并把这些经验与教改成果应用于教材建设。在此基础上,我们编撰了“高职高专财经系列规划教材”,整套丛书涉及经济学科与管理学科的各专业基础课程和管理、财会、贸易、物流、营销、电子商务等各专业的专业教材。

编撰特色化的高职教材,是一项艰难的工作。对于高职教育教学中的的一些难点问题,如基础理论的适度性问题,知识点、能力点及岗位针对性的把握问题,理论教学模块与实践教学模块的处理问题;案例教学与课程系统性关系问题,主修课程与辅修课程在教材内容上的取舍,等等,虽然我们尽其所能对其作了较为妥善的处理,但这些问题本身还在探索之中,不完善的方面在所难免。我们真诚希望与从事高等职业教育的各位同仁一起,不断研究经济社会发展的新变化,不断探索高职教育教材建设的新特点,不断开创高职教育办学的新路子。

本系列教材的编撰与出版,得到了苏州大学出版社的大力支持,在此我们表示衷心的感谢。

乔桂明

2006年12月

前 言

中国加入 WTO 以后,企业面临着更加开放的市场环境。面对经济全球化的挑战,面对市场经济大潮的猛烈冲击,现代企业管理正处于新的发展、变化时期,企业管理的体制在全面改革,企业管理的变革在不断加剧,企业管理的创新在不断演进,与此相适应,对企业管理理论的研究也处于不断拓展与深化的阶段。其突出表现是:企业管理的外延在不断扩大,企业管理的内涵在不断丰富,企业管理的体系在不断健全,企业管理的理论在不断升华。企业管理实践的不断创新,企业管理理论的逐步完善,是社会生产迅速发展、市场经济逐步成熟、企业管理体制改革不断深化的要求和结果。企业管理的发展和演化是社会经济环境中各种因素的综合反映和系统表现,并且这些因素具有明显的层次性和广泛的关联性。

管理是人类共同劳动的产物,是一切有组织的协作所不可缺少的活动。企业管理的发展与完善,与社会经济、社会环境的发展、变化是密不可分的。随着社会生产的不断发展,体制改革的不断深化,消费需求的多元变化,生活理念的不断变更,对外开放的不断扩大,市场竞争的日趋激烈,必然会推动企业管理方式的不断创新。在这种态势下,企业管理理论必然会推陈出新,与此相适应,对企业管理和方法的研究也就显得更为必要和迫切。

《企业管理原理与实务》一书正是企业管理实践活动和企业管理理论探索的产物。研究企业管理经济学,主要任务在于探索、揭示企业管理的产生、发展过程,揭示企业管理的运动演变规律,总结企业管理的理论与实践,为市场经济条件下企业管理活动的健康发展和有序运行提供理论指导与技术参考。

本书以管理学的基本原理为依据,以管理活动和管理过程为研究内容,从入世以后企业管理的实际出发,按照建立现代企业制度的要求,根据建立、发展社会主义市场经济的需要,结合我国财政、税收、金融体制改革的具体情况,探索企业管理的基本理论、基本原理,研究企业管理活动的内在联系、内在规律,探求企业管理的先进方法、先进手段,系统归纳管理学界比较成熟的管理理念、

管理模式,选择介绍国内外企业管理的最新研究成果,形成企业管理学的总体构架和学科体系。

本书以入世后企业面临的全新的市场环境为切入点,从管理原理、管理演进、管理制度到战略管理、营销管理、生产管理、创新管理等进行了全面的论述。《企业管理原理与实务》的体系结构共分为四大部分。第一部分,企业管理导论,包括企业的作用与任务,企业管理理论的发展演进过程,现代企业管理的发展趋势等;第二部分,企业管理的基本理论,包括现代企业管理的基本原理,现代企业组织的基本结构等;第三部分,现代企业管理实务,包括现代企业人力资源管理,现代商业企业管理,现代工业企业管理等;第四部分,现代企业经营策略,包括现代企业经营决策、现代企业经营战略、现代企业文化等。

本书注重理论与实践相统一,国内与国际相衔接,历史与现实相交融,当前与长远相结合,内容丰富,结构严谨,图文并茂,新颖实用,注重实践,强调适用,辅以案例,便于研习,信息量大,可读性强,适应面宽。本书每章都附有学习目标、本章小结、典型案例、分析研讨及复习思考等,便于读者抓住重点,领会要点,排除疑点,解决难点。本书既可作为高职高专商贸类专业的教学用书,也可作为企业在职管理人员的业务培训用书,还可作为工商企业领导及各级经营管理人员的参阅读本。

本书由长期从事管理理论研究和管理工作专家、教授编写,各章编写分工为:张建华编写前言、第一、第二、第三、第七章,杨频编写第四、第五、第六章,范正宇编写第八章,肖祥国编写第九章,王斌编写第十章,刘轩编写第十一章。张建华、杨频担任主编。

本书在编写过程中参考了国内有关企业管理方面的著作、教材,还吸收了部分专家、学者的研究成果,在此一并表示谢忱。

由于编者水平有限,加之时间仓促,缺点、疏漏在所难免,敬请同行专家及广大读者多提宝贵意见,以便修订完善。

编 者

2006 年 12 月

目 录

第一章 企业概述	(1)
第一节 企业的特征	(1)
第二节 企业的类型和特点	(8)
第三节 企业的作用	(20)
第四节 企业的设立	(31)
第二章 企业管理的任务	(41)
第一节 企业管理的性质	(41)
第二节 企业管理的任务	(56)
第三节 企业管理的基础工作	(64)
第三章 管理理论的演进	(80)
第一节 传统管理理论	(80)
第二节 科学管理理论	(84)
第三节 行为科学理论	(92)
第四节 现代管理理论	(115)
第四章 企业管理原理	(128)
第一节 管理原理概述	(128)
第二节 系统管理原理	(132)
第三节 人本管理原理	(134)
第四节 权变管理原理	(138)
第五节 创新原理	(139)
第五章 企业组织结构	(148)
第一节 企业组织及其管理原则	(148)
第二节 企业组织结构	(151)
第三节 企业组织结构类型	(157)
第四节 现代企业组织变革	(161)

第六章 企业人力资源管理	(167)
第一节 人力资源管理概述	(167)
第二节 人员的任用与培训	(170)
第三节 人员的考核与评价	(174)
第四节 人员激励	(176)
第七章 商业企业管理	(186)
第一节 商业企业概述	(186)
第二节 商品购销管理	(207)
第三节 商品储运管理	(217)
第八章 工业企业管理	(228)
第一节 生产过程的组织	(228)
第二节 物资管理	(231)
第三节 设备管理	(233)
第九章 企业经营决策	(238)
第一节 决策概论	(238)
第二节 企业经营决策的流程及影响因素	(240)
第三节 企业经营决策的方法	(243)
第十章 企业战略	(248)
第一节 战略的定义及其理论概述	(248)
第二节 企业战略的特点及其类型	(251)
第三节 战略分析与战略分析方法	(254)
第四节 战略实施与战略控制	(256)
第十一章 企业文化	(264)
第一节 企业文化概论	(264)
第二节 企业文化建设	(268)
主要参考文献	(275)

第一章

企业概述

【学习目标】

通过本章学习,了解企业产生和发展的过程,掌握企业的基本特征,了解企业的主要类型,认清企业的地位作用、责任权力、功能使命,对企业设立变更的程序有清醒的认识和了解。

『第一节 企业的特征』

企业管理的对象是各类企业,要理解企业管理的基础知识,掌握企业管理的基本原理,了解企业管理的基本要领,首先必须要全面、系统、完整地了解企业,认识企业。管理者只有对企业进行深入细致的了解,特别是对企业的责任和使命有全面、深刻的认识,才能为管理的成功奠定扎实的基础。

一、企业的内涵

企业是从事生产、流通和服务等经济活动,以产品或服务满足社会需要并获取盈利,实行独立核算、自主经营、以收抵支、自负盈亏的经济实体,是具有法人资格的基本经济单位。企业是国民经济的基本单位,是现代社会的重要细胞。

作为一个法人实体,企业必须具备以下一些基本要素:

- (1) 拥有一定数量的生产设备和资金;
- (2) 具有从事生产和经营活动的场所;
- (3) 具有一定数量的生产者和经营管理者;
- (4) 具有从事生产、流通等经济活动的能力;
- (5) 进行自主经营、独立核算,并具有法人地位;
- (6) 能自负盈亏、以收抵支并获取利润。

二、企业的产生和发展

企业是一个历史范畴,它在一定的经济条件下产生,在一定的经济条件下发展、完善。要研究现代企业,探索科学管理企业的方法和理论,首先必须以历史的、发展的态度对

企业的产生和发展进行考察。通过对企业产生和发展过程的研究,揭示企业发展的规律,提高企业管理的水平。

(一) 企业的产生

从企业产生的历史渊源看,它是生产力发展到一定水平和劳动分工细化到一定程度的产物。企业是作为取代家庭和作坊而出现的一种具有更高生产效率的经济单位。我们知道,从原始社会到封建社会,一直是“牛郎织女”式的男耕女织,自然经济占统治地位。社会生产和消费主要是以家庭为经济单位或是以手工劳动为基础的作坊,这还不是企业。在生产力发展的推动下,在劳动分工越来越细,商品经济不断发展的前提下,资本主义商品经济代替了自然经济,企业才成为社会的基本经济单位。

从企业出现的制度原因来看,企业是商品经济发展到一定阶段的产物。传统的企业理论主要从协作效益、规模经济等生产技术因素方面分析企业产生的根源,把企业看成是一种以最小的投入获得最大的产出的生产函数。但企业的存在还有制度方面的原因。20世纪30年代,由著名学者科斯所开创的现代企业理论从制度分析出发提出了企业起源假设。

任何社会经济活动或协作生产都需要一定的组织方式去调节。科斯发现,现代市场经济中存在着两种基本的组织方式:市场组织和企业组织。在市场经济中,在企业之外,经济活动由市场组织,市场交易以其特有的有效方式,把成千上万的经济活动当事人的活动联系起来,结合成一个社会的经济体系;而在企业之内,市场交易被取消,伴随着交易的复杂,市场结构被企业家所替代,企业家指挥生产。

人类的经济活动可分为两类:一类是人与自然的活动;一类是人与人之间的活动。无论哪一类活动,都会发生一定的费用(成本)。人们在与自然界打交道时,为生产出一定量的产品而在技术上必要的人、财、物的耗费,我们称之为生产费用;而交易费用则是指一切不直接发生在物质生产过程中,而是与人打交道时所消耗的费用。换句话说,我们可以把在直接生产过程之外的一系列费用,包括信息费用、谈判费用、拟定和履约的费用等,都归结为交易费用。著名学者威廉姆森曾形象地将“交易费用”比喻为物质世界中的摩擦力。没有交易费用的世界宛如物质世界中缺乏“摩擦力”那样无法想像。

组织经济活动的方式说到底就是人与人之间发生经济关系、进行交易活动的一种方式。在不同的组织方式下,交易费用是不同的,而节省交易费用能增加当事人的收益。因此,在产权明晰的条件下,人们会对不同的组织方式进行选择,以使交易费用最小化。

市场组织的特点是通过交易来协调社会经济活动。在市场交易中,人们做什么,不做什么,受价格涨落的调节。事实上,所有市场交易活动都是有成本的。在交易中,要发现每一种产品的相对价格,要讨价还价,要签订合约,要监督和保证合约的实施,这些都需付出一定的耗费。当市场交易费用太高,比如,要在连续生产中度量和决定各个独立生产者各自的加工量或部件的价格变量十分困难时,放弃个体生产和部件的市场交易,通过形成一个组织,并允许某个权威(如企业家)来支配资源,就能节约某些运行成本。于是,有组织的企业出现了,企业取代了市场。

企业的特点是权威性和等级制,人们的活动受统一计划或指挥权威的支配。在存在企业的条件下,“企业家”只需在企业外部与其他生产要素所有者签订少量合约,就可以把从事协作生产的一切必要资源置于自己的控制之下,并根据意愿组织生产。这样,少量合约代替了系列合约,较长期合约取代了较短期合约,签约和履约费用可大量节省。而且长期合约

较之于短期合约更能避免或减少交易中的不确定性因素,从而规避交易风险,减少交易成本,降低交易费用。事实上,市场中的交易是要耗费大量成本的。从搜寻交易对象、讨价还价、订立契约,到监督契约执行、维护交易秩序、解决交易纠纷以及对违约加以惩罚等,都需支出费用。而在一定范围内,企业内的交易要简单得多:工人之间的固定分工节约了寻找交易对象的费用,经理对工人的指挥代替了讨价还价,工人和其他生产要素所有者与企业之间的长期合同减少了在市场中多次反复地订立契约的麻烦,因而人们很自然地要选择企业的形式。也可以说,企业的存在节约了交易费用。总之,企业出现的制度原因在于企业可以低于市场的交易费用完成同样的交易活动。

(二) 企业的发展

企业是社会生产力发展、进步的结果,是产品经济发展到一定历史阶段的产物,同时,企业又是一个动态变化的经济组织,它随着人类社会的进步、生产的发展、科学技术水平的提高而不断地发展、进步。纵观企业的发展过程,大致经历了以下几个发展阶段:

1. 手工业生产发展阶段

手工业生产阶段主要是指从封建社会的家庭手工业出现到资本主义初期的工场手工业形成这一发展阶段。人类社会进入封建社会,生产的基本形式是个体家庭小手工业。封建社会后期,随着生产力的发展,社会分工的深化,在原有的个体家庭小手工业的基础上,逐渐产生了新的生产组织形式——家庭手工业作坊。在家庭手工业作坊里,业主与员工的关系多为父子、师徒等,形成了初步的分工与协作,其生产的目的不再是用于个人消费,而是拿到市场上去卖,去获取盈利。这个阶段可以说是企业的萌芽。

到18世纪末,随着资本的集中和劳动的商品化,伴随着大量小手工业者的分化和破产,工场手工业这种新的生产组织形式出现了。许多手工业工人受雇于一个资本家,在一个工场里从事商品生产。他们或是由不同工种的手工业工人共同完成一个产品的制造;或是由同一工种的手工业工人进行劳动分工,各人进行不同的操作,并使这些不同的操作在空间上并列在一起,以致形成各种专门的职能。工场手工业在生产过程中进一步细化了分工,同时把过去的手工业结合在一起,它的出现标志着生产组织形式的飞跃。工场手工业有如下特点:

(1) 工场手工业的规模扩大,到17世纪,英国有的工场手工业雇佣几百名工人,成为大型工场;

(2) 产业结构发生变化,在采矿、冶金、金属加工、制盐、造纸等行业,普遍建起手工业工场;

(3) 工场内部形成分工,一般按某一产品生产要求,分解为若干作业阶段;

(4) 工场手工业开始采用机器,如18世纪初,英国一家大型呢绒工场已拥有600多台织布机。

工场手工业与家庭手工业作坊相比,已经有了很大的进步。两者的区别很多,主要有这样几点:

(1) 生产经营的目的不同。家庭手工业作坊生产经营的主要目的是为了换取自己所需要的生产、生活资料,而工场手工业生产经营的目的则是为了取得利润。

(2) 经营者的身份不同。在家庭手工业作坊中,手工业者既是劳动者又是管理者,管理还未成为一种专门的职能。而工场手工业的工场主则已摆脱了体力劳动,自己对整个企业

的生产经营活动进行计划、组织、指挥、协调、监督。

(3) 经营者的性质、素质不同。家庭手工业作坊的经营者既是作坊的主人,又是学徒、帮工的师傅,它主要是凭借作坊主人的技艺把大家联系起来的。而工场手工业者的主人则不一定需要技术,只要有资本就行。工场主与工人的关系也不再是师徒关系,在这里,工人只是出卖自己的劳动力,劳动力已经成了商品。在工场手工业中,把大家联系在一起的主要是资本的作用。

(4) 生产的形式、规模不同。工场手工业的规模由于资本的增多,比家庭手工业作坊的规模要大。此外,在工场手工业中已经有了分工,而家庭手工业作坊则没有分工。

工场手工业虽然创造了比家庭手工业要高得多的劳动效率,但是,工场手工业的技术基础仍然是手工业劳动和手工工具,因而它对提高劳动生产率所起的作用毕竟是有限的。为了适应市场对商品的日益扩大的需要和攫取更多的剩余价值,于是,企业又进入了新的发展阶段。

2. 工厂发展阶段

随着资本主义制度的发展,西方各国相继进入工业革命阶段,工场手工业逐步发展到建立工厂制度,作为真正意义上的企业产生了。在工业革命中,一系列新技术的出现,大机器的普遍采用,特别是动力机的使用,为工厂制度的建立奠定了基础。1717年,英国阿可莱特在克隆福特创立了第一家棉纱工厂,从此集中生产的工厂在英国迅速增加。到19世纪30年代,机器棉纺织代替手工棉纺织的过程在英国基本完成,工厂制度在英国普遍建立。18世纪德国手工业有了初步发展,到19世纪40年代,建立了工厂制度。到19世纪50年代至60年代,由于资产阶级革命完成,各国出现了工业化的高潮,工厂大工业迅速发展,工厂制度在采掘、煤炭、机器制造、运输、冶金等行业相继建立。工厂制度的建立是工场手工业发展的质的飞跃,它标志着企业的真正形成。

工厂生产时期有如下特征:

- (1) 工厂资本雄厚,小型生产者很难与之竞争;
- (2) 机器生产,节省人力,生产效率显著提高;
- (3) 形成了一批掌握生产技术和生产工艺的产业工人队伍;
- (4) 工厂内部分工深化,生产走向社会化。

工厂企业与工场手工业有重大的区别:

(1) 工厂以蒸汽、电能等为动力,采用机器进行生产,工厂就是人们借助于水力、蒸汽力或任何其他机械动力发动的机器来工作,把原材料制造、加工为产成品,使用机器是工厂和工场手工业的根本区别。

(2) 随着科学技术广泛应用于生产,工艺和生产方法也发生了变革,一些新型材料,如合金钢、塑料、聚合物、半导体等,在生产中大量运用。

(3) 工人的分工和协作受机器的制约,工场手工业的分工是以工人为起点的,劳动资料的运动从工人出发,分工是局部工人的结合。在机器大工业中,分工是以机器为起点,机器按生产工艺的要求,生产过程的联系表现为各个机器之间的联系。这种联系摆脱了人的自然条件的限制,受机器设备运转的支配,人的分工协作必须符合这种规律。

(4) 管理更加复杂,更加发展,工厂内部自下而上形成了一个完整的管理系统。工厂一般都按产品或工艺的要求分为若干车间、工段、生产小组。随着生产规模的扩大,有的企业

还把若干工厂联合成一个总厂。随着工厂规模的扩大,管理的方式也发生了变化。在工场手工业中,一般采用直线式的等级管理方式,即由工厂主、监工、工头层层对工人的生产活动进行管理。在工厂制度中,管理组织不仅划分为分厂、车间、工段、小组,并且分化出各种专业职能,出现执行这些职能的专业人员,如核算人员、计划员、材料员,等等。由此管理方式也逐步由直线等级式管理变为职能式的等级管理,管理更加细密,更加合理。

3. 企业生产发展阶段

从工厂生产时期过渡到企业生产发展阶段,是企业作为一个基本经济单位的最后确立和形成阶段,也是企业成熟化的重要阶段。在资本主义经济发展中,工厂制度的建立,顺应了商品经济发展的潮流,促进了生产力的大发展。特别是19世纪末20世纪初,随着自由资本主义向垄断资本主义的过渡,工厂的发展十分迅猛,并产生了一系列变化,这一系列变化正是工厂生产时期过渡到企业生产时期的主要特征,这也标志着作为一个基本经济单位的企业最终确立和形成。

企业生产时期的主要特征是:

(1) 生产规模空前扩大,产生了垄断企业组织,如托拉斯、康采恩等。托拉斯是在卡特尔、辛迪加等企业集团以后发展起来的更高级的垄断组织形式。随着股份公司的出现,使资本的集中达到空前的规模,继之而来的是垄断组织的出现,大企业集团是伴随着企业之间的吞并而形成的。早期的吞并是通过企业间商品的相互杀价实现的,到后来是通过购买相互的股票、掌握控制权来实现的。托拉斯就是在这样的背景中形成的。它是由许多生产同类商品或是生产上有密切联系的企业,为了垄断商品的生产与销售而结成的联合企业集团。参加托拉斯的各个企业缺乏独立性,业务活动都由托拉斯理事会统一经营。企业集团的产生使企业发展的规模越来越大,以后又进一步发展成为包括若干托拉斯在内的更大的康采恩集团。

康采恩是资本主义企业的一种更大规模的垄断组织形式,是由工业企业、商业公司、银行、运输公司和保险公司等不同经济单位组成的。参加康采恩的企业在形式上虽保持独立,但实际上已完全附属于康采恩中占统治地位的资本家集团。康采恩的垄断程度高,规模达到空前的地步。例如,当时德国的西门子电气康采恩,有30多万名职工;美国的电话电报公司有百万人;日本的松下电器有150多家海外公司、50多家海外工厂,像一个小王国一样。康采恩公司通常由一个母公司、若干个子公司组成,还通过购买其他公司股票的办法,把它们纳入康采恩范围,受其控制,成为它的“参股公司”,并由此发展成为更大的康采恩集团。

(2) 不断采用新技术、新设备,不断进行技术革新,使生产技术有了迅速发展。

(3) 建立了一系列科学管理制度,并产生一系列科学管理理论,企业从传统经验型管理进入科学管理阶段。

(4) 企业的管理权与所有权分离,企业里形成了一支专门的工程技术队伍和管理队伍。同时,随着职工队伍的技术水平的提高,整个企业素质也有了明显提高。

(5) 企业之间的竞争激烈,加速了企业之间的兼并,使生产进一步走向集中。同时,企业向外发展,跨国公司开始出现,并且不断发展。公司大量倒闭,公司之间兼并频繁。

(6) 企业的社会责任改变,不仅在整个社会经济生活中的作用越来越大,而且渗透到政治、经济、军事、外交、文化等各个方面。

企业的发展历程表明,制约和推进企业发展的因素是多方面的。例如,社会发展的客观

需要,市场发展、变化对企业提出的新要求,经济发展带来的文化、观念、道德等方面的变化对企业发展的影响等。但是,推动和制约企业发展的根本因素是技术革命。自人类社会经济生活中产生企业 300 多年以来,至少经历了四次技术革命。第一次技术革命是 300 年前以大机器为中心的技术革命;第二次技术革命是 100 多年前以重工业技术为中心的革命;第三次技术革命是第二次世界大战之后的一系列技术革命;第四次技术革命是当前高新技术的产生和发展,如生命科学、信息工程、材料科学等。从企业发展的角度看,每次技术革命必然伴随一场空前规模的产业调整:一方面一大批适应社会经济发展需要的新企业迅速崛起,开拓出一系列新的生产领域;另一方面传统企业在技术、设备、工艺和管理上进行一系列的根本性改革,使社会生产力产生质的飞跃。

三、企业的一般特征

作为依法设立、独立经营、自负盈亏,为社会提供产品、为公众提供服务、为政府提供利税的法人实体,企业具有下述一般特征:

(一) 经济性

企业首先是一个组织,即有着一定目标、是按照一定规则结合起来的组织群体。在这个组织中,有领导也有一般成员,每个人都有明确的分工和职责范围,通过一套规则将他们联系起来,共同劳动,合理分工。其次,企业是经济性的经营组织,即从企业的地位上说,企业是社会经济活动的细胞,通过自身的行为实现社会资源的配置;从企业的作用上说,企业承担着社会再生产过程中的生产、分配和流通职能,是实现经济增长,满足社会物质、文化需要的基本组织方式;从企业的目标上说,企业的组建是为了盈利,企业的一切行为都围绕着这一目标,遵循所费小于所得的原则进行。企业不同于事业单位、政府部门的重要区别之一,就是它必须追求经济效益,获取盈利。盈利是企业创造附加价值的重要组成部分,也是社会对企业所生产的产品和服务能否满足社会需要的认可和报酬。在市场价格体系理顺的情况下,一般来说,为社会作出贡献与企业取得合理利润,两者应当是一致的。企业供应的产品和服务越能满足社会的需求,所得到的利润应越多;反之,利润小的企业对社会的贡献自然就要小一些。亏损的企业不仅不能为社会创造财富,反而在消耗和浪费社会资源。企业没有盈利,不仅企业自身不能扩大再生产,职工生活水平难以提高,而且将会导致国家和地方财政收入减少,从而使国家和地方的经济建设发展受到限制,甚至停滞或倒退。从这个角度看,从事经济活动获得合理的利润,既是企业的目标,也是企业的重要特征。

(二) 自主性

作为经济实体,企业除了要具有独立法人的自主权利与责任所要求的自主行动之外,还要有经营企业的自主权。

由于企业是在市场中运作的,面对的是市场中各种各样的需求、稍纵即逝的机会、优胜劣汰的竞争,经营决策既需要有效性,又必须强调高效率,这也要求企业对其经营要有充分的自主性,不应受到其他方面的直接干预。同时对于企业经营者来说,自主经营除了行动的自主性之外,还意味着与自主经营相对应的“自觉”负责。为此,企业必须要自主经营,自负盈亏,自我发展,自我约束。在市场经济条件下,企业作为市场的基本经济单元和最重要的竞争主体,必须要独立自主地开展活动,要依据价格、供求等市场信号的变化自觉调节自身的经营活动,提高企业的竞争力,并对其经营后果承担全部责任,做到责、权、利的相互对等。

同时,要有效地约束企业的行为,防止企业滥用权力,确保企业正确行使自主权,以保证企业健康、有序地发展。

(三) 合法性

企业是依法从事经济活动的组织,是独立地享有民事权利和承担民事义务的法人实体。

法人实体是指在法律上将企业人格化,使其同自然人一样成为法律规定的权利主体,具有独立的行为能力,能够享有民主权利和承担民事义务。这是企业拥有独立支配的财产,自主开展生产经营活动,获取自身利益的前提条件。企业法人的设立、变更,必须遵照有关法律、法规的规定,按照一定的程序,经行政主管部门审查、批准并注册登记后方才有效。企业的合法性具体包括:

(1) 具有合法的独立财产。这是企业法人作为民事主体的根本保证。

(2) 具有合法的名称、组织章程、经营机构和经营场所。企业名称是企业法人区别于其他法人的标志,组织章程与组织机构是企业法人正常运作所必须的职能机构,经营场所是企业拥有自己独立业务和财产的象征。

(3) 必须依法经主管机关核准登记。只有核准登记的企业,才拥有法人资格,才能独立从事经营活动。

(四) 营利性

营利与盈利是既相互联系,又略有区别的两个不同的概念,营利是谋求利润,盈利是取得利润。前者强调的是过程,后者强调的是结果。在社会主义市场经济条件下,追求盈利是企业的目的。盈利的取得要以企业营利性的经济活动为基础,所谓营利性是指企业具有其独立的经济利益,在生产经营活动中,通过主动积极地扩大生产能力,不断改善经营管理,以最少的物质消耗与劳动消耗获取最大的利润。总之,富有成效的营利性的经济活动是盈利的前提,是企业实现财富增值的保障。企业不能有效地开展营利性的经济活动,就不能实现盈利,也就失去了存在的意义。企业经营的主要目的就是获取盈利,以自身的盈利来保证企业的生存和发展。强调企业以盈利为主要目的,并不否认企业作为一个社会组织应当承担的责任和义务。相反企业只有盈利,才能不断发展、壮大,才能更好地承担起社会责任和义务。

(五) 责任性

满足社会需要是企业的基本目标,是企业的基本特征,也是企业的基本责任,对于“为满足社会需要”应作广义理解,它不仅指满足顾客和用户的需要,而且还包括满足股东、银行、职工、供应商、交易对象、同行业竞争者、政府、社区以及周围居民等一切与之相关的社会团体的需要。企业最终要以自己的产品和劳务服务于社会。企业和任何其他社会组织一样,是社会需要的产物。生产性企业为社会提供所需的商品,非生产性企业为社会提供所需的服务。尽管不同的企业提供的产品差异很大,但共同的特点是企业的以自己的产品和劳务服务于社会,使企业获得生存和发展的保证。企业只有经过努力,满足了社会各方面的需要,才能正常运行,获取利润,进而得以生存和发展。这就决定了企业不能只为自身谋利益,而是要肩负兼顾各方面利益的社会责任。企业的社会责任还表现在防止环境污染、节约国家资源、为社会提供就业机会和为社区建设作出贡献上。

(六) 能动性

企业是一个能动的机体。企业的能动性表现为对外部环境的适应能力、自我改造能力、