


纺 织 职 业 技 术 教 育 教 材



# 企业管理基础

主编 王毅

副主编 潘绍来 李长遂

 中国纺织出版社

纺织职业技术教育教材

# 企业管理基础

主 编 王 毅  
副主编 潘绍来 李长遂



中国纺织出版社

## 内 容 提 要

本书从培养应用型专门人才的需要出发,主要介绍了现代企业运行与管理中最基本的理论知识、实用技术和方法,内容涉及企业管理基本知识、企业文化与创新、经营环境与战略、营销策划、资金营运、生产运作系统、技术管理、信息管理、人力资源与团队管理等。本书的特点是深入浅出、知识全面、可操作性强,有利于培养学生分析问题和解决问题的能力。

本书适用于高等职业教育类院校非经济、管理类专业学生使用,也可供各类企业管理人员和职工的培训教材。

### 图书在版编目(CIP)数据

企业管理基础/王毅主编. —北京:中国纺织出版社,2005.9

纺织职业技术教育教材

ISBN 7-5064-3494-6/F·0598

I. 企… II. 王… III. 企业管理—技术教育—教材 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 081045 号

---

策划编辑:魏大韬 责任编辑:陈芳 责任校对:俞坚沁

责任设计:李然 责任印制:黄放

---

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

http://www.c-textilep.com

E-mail:faxing@c-textilep.com

北京东远新宏印刷有限公司印刷 三河永成装订厂装订

各地新华书店经销

2005年9月第1版第1次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:15.25

字数:347千字 印数:5000 定价:30.00元

---

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

---

# 前 言

---

由原中国纺织总会教育部组织编写的《纺织企业管理基础》教材,于1990年12月第一版,1996年10月第二版,投入使用以来,先后发行近十万册,受到了好评。该书曾由南通纺织职业技术学院原高级讲师李长遂同志任主编。中国纺织出版社根据新形势和实践的要求,提出对该教材进行再次修订。李长遂同志由于年龄、身体等原因,提出再次担任这个任务有一定的困难,并热情地向出版社推荐了新的主编人选。根据各方面的意见,最后由富有经验的一线教师组成了新的编写组。

为了适应高等职业技术教育发展的需要,编写组经过认真的讨论,并在出版社的支持下,将该教材列入纺织职业技术教育教材。为了更大范围地适应、掌握现代市场经济理论和现代企业管理知识的要求,编写组考虑以整个工业企业管理为目标,将书名定为《企业管理基础》。

本教材是在对有关专业人才培养模式和教学内容体系改革进行充分调查研究和论证的基础上编写的,针对高职教育培养面向生产一线的高等技术应用性人才的目标,紧密结合经济改革发展实际,广泛吸取国内外现代管理理论的精华,如战略管理、人本管理、现代营销、企业核心竞争力、个人与团队管理等,并在案例教学方面做了有益的尝试。

参加编写的有:南通纺织职业技术学院王毅(前言、第一章)、张震(第二章、第七章第三节)、王水华(第七章第一节、第二节、第四节,第八章第三节)、潘绍来(第九章)、顾锦林(第十一章)、智比亚(第四章、第十章);河南纺织专科学校姚文喜(第三章);常州纺织服装职业技术学院余志军(第五章);浙江纺织职业技术学院夏亚芬(第六章);盐城纺织职业技术学院徐宏桂(第八章第一节、第二节)。全书由南通纺织职业技术学院王

毅担任主编,潘绍来、李长遂担任副主编。

由于时间仓促及编者的水平有限,本书不足之处在所难免,敬请各位专家、读者不吝指正。

编者

2005年5月

---

# 目 录

---

<b>第一章 绪论</b> .....	(1)
第一节 企业管理的研究内容 .....	(1)
第二节 管理的基本原理与企业管理的特点 .....	(3)
第三节 《企业管理基础》课程的教学要求 .....	(6)
思考与练习 .....	(7)
<b>第二章 企业制度与管理理论发展</b> .....	(8)
第一节 企业设立及构成 .....	(8)
第二节 企业管理的职能 .....	(14)
第三节 现代企业制度 .....	(17)
第四节 企业管理理论的发展 .....	(26)
思考与练习 .....	(34)
<b>第三章 企业文化与创新</b> .....	(36)
第一节 企业文化 .....	(36)
第二节 企业创新 .....	(43)
思考与练习 .....	(51)
<b>第四章 经营环境与战略</b> .....	(53)
第一节 企业经营目标 .....	(53)
第二节 企业经营环境分析 .....	(54)
第三节 企业经营战略管理 .....	(59)
思考与练习 .....	(67)
<b>第五章 营销策划</b> .....	(70)
第一节 企业营销概述 .....	(70)
第二节 企业营销管理程序 .....	(73)
第三节 企业营销策略 .....	(83)
思考与练习 .....	(91)

<b>第六章 资金营运</b> .....	(96)
第一节 货币时间价值与风险 .....	(96)
第二节 资产管理 .....	(102)
第三节 财务分析 .....	(110)
第四节 资本经营 .....	(119)
思考与练习 .....	(123)
<b>第七章 生产运作系统与过程组织</b> .....	(124)
第一节 生产与运作管理 .....	(124)
第二节 生产系统 .....	(129)
第三节 先进生产系统 .....	(135)
第四节 生产过程组织 .....	(146)
思考与练习 .....	(153)
<b>第八章 企业技术管理</b> .....	(155)
第一节 工艺管理与运转操作管理 .....	(155)
第二节 设备综合管理 .....	(163)
第三节 质量管理 .....	(171)
思考与练习 .....	(183)
<b>第九章 企业管理信息系统与信息化</b> .....	(185)
第一节 管理信息系统概述 .....	(185)
第二节 企业信息化的层次和模式 .....	(187)
第三节 企业信息的应用与发展 .....	(189)
思考与练习 .....	(191)
<b>第十章 人力资源管理</b> .....	(193)
第一节 企业人力资源管理基础 .....	(193)
第二节 绩效考核与薪酬管理 .....	(199)
思考与练习 .....	(207)
<b>第十一章 团队管理</b> .....	(210)
第一节 团队建设 .....	(210)
第二节 团队学习 .....	(219)
第三节 团队激励 .....	(225)
思考与练习 .....	(231)
<b>主要参考文献</b> .....	(233)

---

# 第一章 绪论

---

## ● 本章学习目标 ●

1. 了解管理的目标,掌握管理的基本概念
2. 了解管理的内容和管理科学的研究方法
3. 熟悉企业管理的特点
4. 理解本课程的教学要求

只要有人群,只要有组织,就需要有为提高组织的协作水平和运作效益的管理。现代企业生产的发展和技术的进步,要求有与之相适应的企业管理方式。正是基于这一认识,企业管理知识和管理技能一直是在校大学生所渴求的。

## 第一节 企业管理的研究内容

### 一、企业的基本概念

企业是专门从事生产、流通、服务与经济活动,为满足社会需要并获取盈利,进行自主经营并实行独立核算,具有法人资格的经济组织。

企业的概念包括以下特征:

第一,任何企业都必须是从从事生产、流通或服务性等经济活动的单位,包括物质生产、知识产品生产、提供各种劳务、进行各种方式的流通活动。由于社会经济生活的多样化、复杂化,企业进行的生产、流通活动也是多种多样、错综复杂的。

第二,任何企业的生产、流通或服务性活动都是为了满足社会等方面的需要,而不是为了自身的消费。

第三,任何企业都是以商品生产者和经营者的身份出现在市场上,并通过市场,实现其劳动和劳务价值的,因而必须接受市场法则约束。

第四,企业有自身独立的经济利益。企业对自身的经济活动要进行准确的经济核算,以尽可能少的投入来获取尽可能多的产出。

第五,任何企业都是一个具有法人资格的经济实体,依法独立享有民事权利和承担民事义务。它的经济权益不能被随意侵犯,所拥有的资产不得被随意侵占。



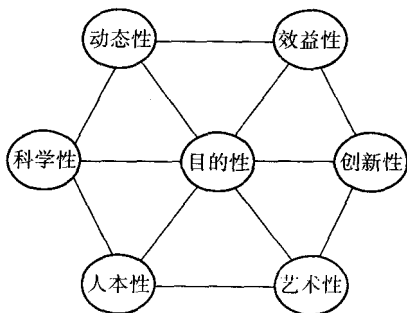
## 二、管理的基本概念

管理是共同劳动的产物,是人类社会普遍存在的活动。凡是有组织、有目的的共同劳动和集体活动,都需要管理,以统一步调,并按一定要求努力达到预期目标。共同劳动和集体活动的规模越大,分工越细,协作面越广,管理工作就越复杂,因而越显重要。所以说,管理就是对共同劳动加以组织指挥,以期达到最大效能的一门科学。人类在管理实践中不断积累经验,从感性认识上升到理性认识,产生了管理思想,并总结出管理活动的规律,逐渐形成了管理理论。

人类社会的生存与发展,要依靠人类的集体力量;而集体力量的发挥与发展,则有赖于人群的分工与合作。任何管理都是对某一具体系统的管理,系统理论认为:大系统的功能大于各小系统功能总和。因此,社会集体劳动的生产力,必然超过个人劳动生产力的总和。也就是说,人们的集体劳动,对个人劳动生产力的总和起到放大和增值作用。而放大的倍率则主要取决于管理功能的发挥。因此,管理虽然不能直接生产出知识产品或物质产品,但却决定着对集体劳动

生产能力的放大倍率。许多事实说明,在其他条件相同时,管理水平不同,生产力和效果就不大相同。由此可见,管理的本质乃是放大所管理系统的功效;管理的目的,便在于设法提高被管理系统的功效。因此,管理是人类社会发展客观规律的必然需要。

管理是对组织的资源进行有效整合以达到既定目标与履行相关责任的动态创造活动,这类活动不同于文化、科学和教育活动等,它具有自己的特性,即目的性、动态性、人本性、科学性、艺术性、创新性、效益性。管理的以上特征是相关联的,其关系可用左图表示。



管理特性的相互关系

## 三、企业管理的研究内容

中国企业管理理论的发展,经过了一个曲折的道路,可以划分为“两大时期”。即从 1949 年新中国成立到 1978 年党的十一届三中全会为第一大时期,这一时期是在高度集中型经济管理体制下形成的企业管理理论。其基本特点是企业管理只注意研究企业内部的生产管理,而几乎不研究企业外部的流通领域,形成了生产型的管理理论。第二大时期,是在党的十一届三中全会以后,随着经济管理体制的改革和企业成为自主经营、自负盈亏的市场主体和法人主体,企业管理不仅要重视企业内部的管理,更要重视对企业环境特别是市场的调查和预测,强调经营决策,注重流通领域,因而市场调查、信息预测、产品研究与开发、经营决策、销售服务等便成为企业管理和企业管理理论的重要内容。这一时期可以称为经营型的企业管理理论。与第一时期不完整的企业管埋相比,第二时期才逐步形成较完整的企业管埋理论。理论工作者对我国企业新创造的管理经验进行总结和升华,特别伴随着改革开放,发达工业国家比较成熟的企业管埋理论大量地引进和传播,极大地促进了中国企业管理理论的繁荣和发展。

在市场经济下进行企业管理,其任务概括为:一是制定有远见、切实可行的战略目标;二是建立科学的企业领导体制;三是精心研究市场,并作出快速、灵敏、准确的反应;四是降低成本,提高质量,推动技术进步,增强企业和产品竞争力;五是注重价值形态的管理,注重资产经营,实

现国有资产保值增值;六是建立与市场经济相适应的企业内部各项管理制度;七是开发人力资源,强化以人为中心的管理;八是倡导企业精神,塑造企业形象,提高企业整体素质。<sup>①</sup>

企业管理学在我国是一门年轻的学科,其研究内容的分类有多种,虽然大都从不同的视角去探究,但有一个共同的特点,就是不拘泥和着眼于某一个管理的局部,而是强调企业管理的系统化。

## 第二节 管理的基本原理与企业管理的特点

### 一、管理的基本原理

管理是一门科学,它有自身的特点和规律。管理原理是对管理过程的客观规律的表述,管理原理源于实践,同时也是我们在管理实践中观察、分析和处理问题的理论指导和准绳。

#### (一)系统原理

系统是指由事物间相互依赖、相互作用的各种要素(信息、人力、财力、设备、材料、能源、任务等)组合而成的,具有特定功能的有机整体,如一个公司、一个工厂等。一个大系统可以根据功能的不同再划分成若干子系统,但它们之间又是相互联系和制约的,是处在一个整体之中。科学的管理就是要运用系统原理,以达到放大所管理系统功效的目的。

管理系统具有以下特征:

##### 1. 目的性

一个系统,必须有一个(也只能有一个)明确的目的,系统内各部门为了一个共同的目的组合而成一个有机整体,系统的一切活动都是为了实现这一目的,并争取得到最好的效果。不同的系统有不同的目的。

##### 2. 整体性

管理必须有全局观点,必须有一个系统的统筹规划,必须有一个考虑了尽可能多的诸要素的模式。各种要素之间的有机结合,可以产生更高的价值和功能,从而形成最佳功能和最佳模式。

##### 3. 层次性

任何复杂系统都具有一定的层次结构,系统的各层次之间,应该职责分明。设置子系统的目的,是为了达到管理的局部化和简单化,使之能更好地完成任务。因此,既要给子系统必要的权力,防止一切问题上交,又要防止管理层次上的混乱,避免上一层次干预下一层次的工作。

##### 4. 相关性

系统内各要素或子系统之间具有特定的相互依赖关系。例如,工业企业的生产、经营、财务、劳动人事、物资供应、产品销售、技术等各功能子系统的活动是密切相关的。任何一个子系统的功能不健全,都将影响系统的整体功能。

##### 5. 环境适应性

任何一个系统都处于一个更大的系统之中,这就是系统的外部环境。外部环境会对系统产

<sup>①</sup> 陈清泰:《关于企业管理与企业改革的关系》,载《中国工业经济》,1995年第5期

生重要影响,系统也同样会影响该环境。系统不能主动地适应环境,就无法正常运行,甚至走向衰亡。

系统原理主张把管理对象作为一个整体来研究,注重系统内部各要素的合理组合、各层次的合理设置、各子系统的有机联系、系统与外部环境的主动适应,进而寻求系统的优化,因此,它是一种科学的综合分析方法。

## (二)整分合原理

任何一项管理工作,都必须经过从整体上明确分工、在分工基础上有效综合的管理过程,这样才能有效地分解任务,更有效地完成工作。整分合原理有以下三个环节:

### 1. 整体把握

对如何完成整体工作必须有充分细致的了解,然后从整体要求出发,制定整个系统的目标,这就是完成管理任务必须具备的条件。所谓整体把握,就是不仅要掌握本部门、本系统的全部情况,而且必须了解本部门在本行业、本行业在整个社会中所处的地位,只有这样,才能制定出切合实际的系统目标,完成管理任务。

### 2. 科学分解

将整体任务分解成一个个基本组成单位,对其进行明确分工,并使每项工作规范化,建立职责分明的责任制。

### 3. 组织综合

分工并不是管理工作的结束,分工也不是万能的,它也会带来许多新的问题,如分工的各个环节容易产生矛盾和相互脱节,因此还必须进行强有力的组织综合,使各个环节同步协调,有计划地综合平衡发展。

按照以上程序所进行的管理就是有分有合,先分后合的管理。

## (三)反馈原理

反馈,就是控制系统把信息输送出去,又把其作用结果返送回来,并对信息的再输出发生影响,以起到控制作用,达到预定的目的。面对着大量的不断变化的实际情况,要做到管理高度有效,关键是必须建立起一个灵敏、准确、有力的反馈系统,这一反馈系统效益的高低,是一个系统是否具有强大生命力的标志。

现代管理要求管理者要善于捕捉反馈的信息,及时作出相应的变革,不断适应新的变化。决策、执行、反馈、再决策、再执行、再反馈……遵循这一原理不断螺旋上升,使管理活动不断地改进和完善,从而实现预定的目标。

## (四)弹性原理

管理必须保持适当的弹性,以便及时适应客观事物的各种可能的变化,从而实现有效的动态管理,这就是弹性原理。

管理必须保持适当的弹性,这是由管理科学本身的特点所决定的:

### 1. 影响因素多

管理科学所研究的问题,从来不是单因素的,也不是少量因素,而是很多因素在起作用;管理决策总是许多因素合力的结果,人们想要掌握所有因素是不可能的,要百分之百地反映客观规律的管理是不存在的,正因为如此,任何一种管理工作都会有不够完善之处,任何一个管理人员的决策也绝不会是“绝对正确”或“一贯正确”的,因此,管理必须留有余地。

## 2. 不确定性强

管理工作是随着客观条件的变化而变化的,因而管理带有很大的不确定性。管理不仅是多因素起作用,而且是人的社会活动,管理者与被管理者都是活生生能动的人,这就增加了管理的不确定性。这一特点告诉我们,任何一种管理办法都必须随着时间、地点、条件、对象的变化而变化,而不能绝对化、僵硬化。

现代管理的弹性,应当是积极的弹性,即既有积极的目标、计划和指标,又在各管理环节上保持可以调节的弹性,事先准备可供选择的多种方案,充分分析事态的多种可能的趋势,提出可行的紧急处理措施,以保证管理工作的正常运转。

上述介绍的部分管理的基本原理,是管理实践的理论指导。我们应在实践中深入体会,不断积累经验,逐步领悟管理的真谛。

## 二、企业管理的特点

企业管理是企业管理学的实践经验,它们的特点具有一定的一致性,可概括为:

### (一)实践性

任何一门学问都具有实践性,但企业管理学的实践性尤其突出。它的实践性应从两个层面上去理解:一是管理学非常重视管理在管理实践中的应用。任何一种管理理论或方法,任其被描述得多么高深,在实践中未见效果,便不能成立;换言之,管理学是为管理实践服务并要受管理实践的检验的;二是管理学必须反映客观世界的复杂性及现实中的相互制约关系。这使管理学往往不能追求理论上的、纯理性的最优化,不得不退而采取实用可行的,虽非最优但都能使人满意的所谓“有限理性”标准。

### (二)复杂性

企业管理的复杂性一方面来自于企业本身。企业管理,到底是经验,是艺术,还是科学呢?

有人认为,企业管理的成功与否,往往因人而异,因方法而异,没有固定的模式,所以把管理看作是一门领导艺术。由于企业管理有其内在的客观规律性,专门研究其规律性的企业管理学,无疑是一门科学。但企业管理学又与许多其他科学不同,由于经济现象的复杂性和多因素性,客观事物往往有许多是无法定量的目标和因素,因而它不像有些学科那样,可以单纯地通过数学计算得到最佳答案;它也不能为管理者提供解决问题的具体的标准模型,它只是探索企业管理的一般规律,使人们按照客观规律的要求,以实际出发,实行创造性的管理。管理的艺术性适应了千变万化的管理现象,它强调管理的创造性、技巧和经验。管理的科学性则反映了变化纷呈现象中的规律。在管理实践中,两者是相互补充,相辅相成的。

企业管理的复杂性的另一方面在于其是一门集经济学、技术学、数学、心理学、社会学、政治学诸学科之大成的边缘科学或交叉科学,这种综合性,进一步使对管理问题的观察具有多角度性,并因而导致多种解决方案的出现,使问题更趋复杂。

### (三)动态性

这一方面是指管理环境与形势是经常变化的、发展的、不断更新着的,因而不能以僵化的、固定的、静态的眼光来看待;另一方面又是指管理问题往往难于准确的定义,常是含混模糊的,许多事实可做多种解释,因而充满着不确定性。

企业管理的这种特点,启示我们应当以辩证唯物主义的观点来研究管理问题,从实践中来,到实践中去,避免主观性;要全面地分析问题,去把握整体与局部间的关系,避免片面性,要以发展的角度来观察问题,避免僵化性;要学会具体问题作具体分析,避免教条性。

### 第三节 《企业管理基础》课程的教学要求

正是由于企业管理具有实践性、复杂性、动态性等特点,因此这门课程的教学也必须选择相适宜的教学方法。有一种教学方法是我们非常熟悉并经常使用的,那就是课堂讲授法,这种教学方法就是通过教师的精心备课,以课堂讲授的形式,将知识传授给学生,教学过程是单向流动式的,学生可以对尚不明了之处提出问题,听取老师的解答与说明,教师布置适当的课外作业,加上一定的考试来检查学生学习的情况。这种教学方法不失为一种有效的教学方法,但在企业管理课程教学中,人们也总结出了一些其他教学方法。

#### 一、管理类案例教学的特点

人们在教学实践中总结出了一种案例教学法。案例就是为了某种既定的教学目的,围绕着一一定的问题,面对某一真实的情景所作的客观描述。作为专供管理教学用的案例,有如下特点:

##### 1. 管理教学案例必须以事实为依据

与创作小说不同,案例在情节上不得虚构;出于保密需要,名称与数据可加以掩饰;必要时对素材可以删减合并,但基本事实应来自管理实践。管理教学案例应是对事实的自描式记录,因为目的是要使学生身入其境,融入到一种真实的管理情境中去。

##### 2. 案例中应包含一个或数个管理问题

因为教学目的是使学生演习并学会如何解决管理问题,所以在案例设计上加入了管理问题。

##### 3. 案例需有明确的教学目的

案例准备用于哪些章节,拟使学生借此验证、操作和运用什么概念、理论或工具,想让他们通过分析、讨论,掌握和提高哪些知识与技能,讲授者事先应心中有数。

管理类案例教学的意义在于:

首先,它可以培养学生独立地、综合地解决管理问题的能力。我们已经知道管理问题复杂而影响因素多,无简单通则可为凭借,必须依靠自己的知识与技能,去选取对策。对同一问题,不同的人可能采取不同的办法而获成功,这是因这些人各具不同的长处和经历。同学们通过众多不同案例的学习,会渐渐归纳和领悟出一套适合于本人特点的分析与解决问题的思维方法与程序。

其次,案例教学法要求学员在小组和全班大量相互交往的背景下学习案例,这便能全面提高口头与书面表达能力、说服别人及为自己论点辩护的能力,听取别人意见和在群体中搞好协作与团结等综合人际交往之效,而这种能力正是管理能力中不可缺少的。

此外,案例也有增进知识,扩大信息库的功能。对于从未有过管理实践的学生,案例使他们取得接近真实的体验,打开了眼界,增长了知识,并能起举一反三,触类旁通的启迪作用。

## 二、管理类案例教学的要求

管理类案例教学的典型过程有四个环节：

首先，学生个人阅读案例与分析准备。这是必不可少的，通常是在课外事先进行的。此环节上教师的工作，主要是布置启发思考题与推荐参考文献，以及要求和指导学生写分析提纲。

其次，小组讨论。这与班级讨论不同，教师一般不在场，人数又少，参与者的顾虑与压力少而小，可以畅所欲言，充分交流。小组讨论应争取达成共识，并进行学习任务分工。学习任务分工是指在查阅参考文献、图表绘制等工作上进行分工，以及推举在班级讨论中以全组名义发言的代表。教师一般应允许同一小组中学生的书面报告使用同样的图表，以鼓励学生锻炼协作能力，但书面报告必须由个人分别完成。

再次，个人书面报告。口头发言不能代替书面分析，后者不但能锻炼书面表达能力，而且使学生分析更条理化、更精确、更具逻辑性。考虑到书面报告有一定的工作量，所以教师可要求每个同学只完成几个案例的分析报告。

最后，全班课堂讨论。这是师生所作努力的集中表现，也是教学功能发挥得最完善、最充分的环节。典型的课堂讨论常包括下列各阶段：首先是“摆事实”，即让学员简要地回顾案例中的主要情节。然后开始“找问题”，问题可能不止一个，这就要梳理出主要矛盾、次要矛盾。下一步即开始“查原因”，即追查问题产生的根源，这也很可能是多方面的，要逐一剖析，分清主次。于是便可对症下药地列出针对性的对策建议。所判“决策”当然不止一种，这便要对照权衡，“析利弊”。在此基础上，便可“作决策了”，最后，有时还可加一步“拟行动”，把决策变成为具体的行动计划。

## 三、教学中各种教学方法的综合使用

案例教学确实是适应管理教学特点的一种有效而独特的教学方法，然而案例法绝不是唯一有效的管理教学方法，不能取代和排斥其他的教学方法。

在教学中涉及一些需要综合运用一些知识、问题又不甚鲜明清晰、可作多种解释的教学内容，运用案例教学法较好。但对于问题比较单一，使用定量手段较多的内容，案例教学法似乎就不太适合了。因此教学中要根据课程的内容、时间、特点，教师本人经验与长短处等，酌情采用最适宜的教学方法，这样才能各显所长，互为补充，提高教学效果。

## 思考与练习

1. 简要说明企业管理的任务是什么？
2. 根据企业管理的特点，简述应如何去学好企业管理课程？

## 第二章 企业制度与管理理论发展

### ● 本章学习目标 ●

1. 了解企业设立的条件、企业的类型及构成要素
2. 理解现代企业的基本特征和运作环境
3. 掌握企业管理的职能、企业管理理论的发展动态
4. 理解现代企业制度的内涵及特征,掌握其基本内容和特点

### 第一节 企业设立及构成

#### 一、企业设立的基本条件

在我国,申请登记企业,必须具备《民法通则》、《公司法》、《公司登记管理条例》及《中华人民共和国企业法人登记管理条例》等有关法律法规所规定的条件,经过主管机关核查登记后才能确立法人资格,从事经营活动。企业一般应符合下列条件:

- (1)有符合规定的名称和章程。
- (2)有企业经营管理所需的财产,并能够以其财产独立承担民事责任。
- (3)有与生产经营规模相适应的管理机构、财务核算机构、劳动组织以及法律或者章程规定必须建立的其他机构。
- (4)有必要的与经营范围相适应的经营场所和设施。
- (5)有与生产经营规模和业务相适应的从业人员,其中专职人员不得少于 8 人。
- (6)有健全的财会制度,能够实行独立核算、自主经营、自负盈亏、独立编制资金平衡表或资产负债表等财务报表。
- (7)有符合规定数额并与经营范围相适应的注册资本,其中生产性公司的注册资本不得少于 50 万元(人民币,下同),以批发业务为主的商业性公司的注册资金不得少于 50 万元,以零售业务为主的商业性公司的注册资本不少于 30 万元,咨询服务公司的注册资本不得少于 10 万元,其他企业法人的注册资金不得少于 3 万元;国家对企业注册资金数额有专项规定的企业按规定执行。
- (8)有符合国家法律、法规和政策规定的经营范围。
- (9)法律、法规规定的其他条件。

## 二、企业的类型

为了更好地研究企业经营管理的规律性,不断提高企业管理的现代化水平,可以对企业按照不同的标准进行分类。

### (一)按财产组织形式和承担的法律责任的划分

#### 1. 独资企业

独资企业是指由单一投资主体出资兴办,并完全归出资人所有和控制的企业。有国有独资企业、法人独资企业和个人业主企业三种形式,目前,普遍发展的是个人业主企业。

个人业主企业也称自然人企业,一般不具备法人资格。这类企业由业主个人出资并管理,享受全部经营成果,同时承担全部经营责任,甚至是无限连带责任。个人业主企业比较适合零售分散的小规模经营,分布在农业、建筑业(主要是建筑手工业)、商业(主要是零售商业)以及其他服务行业领域。

这类企业的主要特点是:

(1)企业的资产来源于个人。业主个人集财产所有权、经营权于一身,产权可自由转让,业主可按自己的方式来经营,经营方面的制约因素少、决策迅速、经营灵活、盈利归业主个人所得,业主也不必承担双重纳税,其企业的保密性最好。

(2)个人业主需对企业全部债务负无限责任。当企业的资产不足以清偿债务时,法律强制业主以个人的财产负责赔偿。由于企业的规模有限,要扩大企业资本,完全得依靠利润的再投资,所以这种企业的发展往往是有限的。同时企业的寿命一般不长,如果业主无意经营或遇其他意外,企业的寿命也即将终止,因此企业的雇员及债权人都要承担较大的风险。

#### 2. 合伙类企业

合伙类企业是指由两个或两个以上的个人共同出资、联合经营的企业。在这类企业中,合伙人共同承担盈亏责任,分享利润。合伙性企业大体有三种类型:一种是所有合伙人共同出资,共同经营,他们既是所有者,又是经营者和劳动者;另一种是由部分合伙人出资承担盈亏责任,部分合伙人经营;还有是以上两种情况中任一种加上一些雇工。合伙生产企业一般适合那些资本需求量不大,经营规模不需要太大,管理不复杂,不需要设立管理机构的生产 and 经营企业,对于一些在经营上个人有决定作用的行业,如律师事务所、会计师事务所、广告事务所、经纪行等,常采取合伙经营的形式。

这类企业的主要特点是:

(1)企业的资产来源于几个合伙的投资者。与业主企业相比,合伙投资的资金来源和信用能力占有一定优势,增加了企业扩大和发展的可能性。同时企业的经营决策,由全体合伙人协商共同决定,从而提高了决策能力。由于合伙企业是按合伙人分得的利润支付所得,没有双重纳税之虑,承担的税赋较低。

(2)合伙人需对企业的债务共负无限和连带责任。当企业资不抵债,其他合伙人无力赔偿他们应承担的那一部分亏损额时,有能力的合伙人有义务用自己的财产予以补足,直至清偿所有债务为止。其企业的稳定性也较差,每当合伙人退出或接纳新合伙人时,都需重新谈判并建立一种新的合伙关系;管理上也易出现问题,企业的发展规模有所局限性。

#### 3. 公司制企业

公司制企业是指由两个以上股东共同出资,依照法定条件和程序而设立的,具有“法人”资



格,能独立对自己经营的财产享有民事权利,承担民事责任。根据股东对债务所负的责任的不同,可将公司分为无限责任公司、有限责任公司和股份有限公司,其中后两种形式是目前公司制企业的主要形式。

按照公司的全部资本是否为等额股份并是否通过发行股票筹集资本,公司分为有限责任公司和股份有限公司。有限责任公司限制股东人数,公司的资产不分为等额股份,不发行股票。股份有限公司的股东有下限,无上限,资本总额平分为金额相等的股份,可以向社会公开发行股票,且可交易或转让。有限责任公司和股份有限公司是我国《公司法》上指定可在我国设立的公司。另外,无限责任公司是指全体股东就公司债务对公司的债权人承担连带无限责任。

公司制企业的主要特点有:

(1)企业以其全部资产对公司债务承担有限责任,企业的组织结构相对规范严密,机构之间有严格分工和制约,因此管理效率高,发展的可能性大,企业的寿命比较长;同时筹资范围广,股份可以转让,从而可分散企业经营的风险。

(2)由于需要特定条件程序的设立,企业的组成难度大,政府限制多;同时财务的保密性不佳,并需要双重纳税等。

## (二)按照生产资料所有制形式划分

### 1. 国有企业

国有企业是指企业经营管理的财产归国家或代表国家行使管理职能的政府部门或机构所有的企业,过去称为全民所有制企业,即企业的生产资料归社会全体劳动人民所占有的企业。

现阶段,国有企业不仅采取国有独资所有制形式,还可以通过资本经营和资产重组,发展股份制企业,或联营或合资,向具有国际竞争力的大型企业集团方向发展。小型国有企业也可以通过多种形式改造为股份合作制等多种企业制度形式。

### 2. 集体所有制企业

集体所有制企业是指有组织的劳动者投资办的社会化程度比较低的公有制企业,如城市中的街办企业,农村中的乡镇企业等,乡镇企业是典型的集体所有制企业。

### 3. 股份制企业

股份制企业是指通过股东投资对生产经营要素实行社会占有与联合使用,从事生产经营活动并按投资入股的份额,参与企业的管理和分配的一种企业组织形式。股份制企业的股东,可以是有权代表国家投资的政府部门或机构、企业法人,具有法人资格的事业单位和社会团体,也可以是自然人,所以股份制企业是一种混合的所有制形式。

### 4. 私营企业

私营企业是指由公民个人投资,雇工 8 人以上的盈利性经济组织。私营企业也叫民营企业,属于私有经济性质。私营企业的组织形式灵活,可以成为业主企业、合伙企业和有限责任公司三种。目前私营企业得到国家政策上的大力扶持而得以迅速发展。

## (三)按照企业集约程度,即构成最终企业实体数量的多少和形式划分

### 1. 单一企业

单一企业是指由一个人或一个店构成的企业。单一企业经营范围和产品都比较狭窄,规模较小,专业化程度较高。其特点是:可以组织大批生产,劳动生产率高,有利于降低产品成本。但生产的品种单一,回旋余地小,适应市场需求变化的能力差。单一企业必须独立地承担财产