

商业企业概述

商业企业文化

商业企业管理现代化

商业企业的战略管理

商业企业的经营决策

商业企业市场营销管理

商流管理

物流管理

商业企业的服务管理

商务谈判的组织与管理

商业企业的人力资源管理

商业企业资金管理

现代商业企业 XIANDAI SHANGYE QIYE GUANLI 管理

■ 主 编 胡文君
副主编 汪晓鲁
陈文富
王渭泉

上海辞书出版社

现代商业企业 管理

XIANDAI SHANGYE QIYE
GUANLI

主 编 胡文君
副主编 汪晓鲁
陈文富
王渭泉

上海辞书出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代商业企业管理/胡文君主编. —上海:上海辞书出版社,2007.12
ISBN 978-7-5326-2391-4

I. 商... II. 胡... III. 商业企业—企业管理 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 164602 号

责任编辑 张良一

装帧设计 何香生

出版人 张晓敏

现代商业企业管理

上海世纪出版股份有限公司 出版、发行
上海辞书出版社
(上海陕西北路 457 号 邮政编码 200040)
电话: 021—62472088

www.ewen.cc www.cishu.com.cn

上海长鹰印刷厂印刷

开本 787×1092 1/16 印张 24.25 插页 2 字数 620 000

2007 年 12 月第 1 版 2007 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5326-2391-4/F·217

定价: 52.00 元

如发生印刷、装订质量问题,读者可向工厂调换。

联系电话: 021—58670433

编审委员会名单

主 任：吕勇明

副 主 任：胡文君 沈品发 陈文富 王春华

编 委：陈锡时 王渭泉 管汝诚 汪晓鲁 周建平 汪鲲华
吴 双 项清清

本 书 主 编：胡文君

本书副主编：汪晓鲁 陈文富 王渭泉

序 言

改革开放以来,上海商业持续快速发展,经过10年左右时间,基本完成了发达国家50年的业态演进过程,成为上海服务业的重要产业。2006年,上海商品销售总额突破了1.5万亿元,社会消费品零售额突破了3000亿元,商业增加值突破了1100亿元。国际商业的各种先进业态,在上海都有它的踪迹;商业与其他产业的融合也日益扩大和紧密。商业的持续发展也在增加税收、稳定就业和节能降耗等方面发挥了积极作用,为繁荣市场、促进消费作出了贡献。

我国“入世”以后,国际商业跨国公司的进入,既有力地促进了我国商业现代化的进程,也使我国国内商业企业面临新的竞争和挑战。通过多年建设,我们商业设施的硬件建设已逐步缩小了与国际现代商业的差距,但从内涵发展看,我们商业领域还缺乏具有丰富经验、现代化管理知识、专业化管理能力的职业化管理人才。管理人才的不足将是影响继续加快商业发展的“瓶颈”。我们不仅需要培养一批CEO及企业高级主管,更需要培养一大批企业的中级、初级管理人员,形成结构层次合理的管理人才团队。

为此,我们需要借鉴发达国家商业人才的培养模式,以尽快培养出一批符合现代商业企业管理要求的人才,尽快提升整个行业的管理水平。这是我们商业行政主管部门、各商业行业协会、商业企业各级管理人员应共同承担的重要责任。

上海市商业企业管理协会继《现代商业企业管理》(初级)执业资格培训教材出版后,又与上海师范大学商学院合作,主编了《现代商业企业管理》(中级)教材,并计划编写高级教材。这是从我国国情出发,借鉴国内外先进商业企业的管理经验,有利于提高现代商业企业管理水平,培养大批现代商业企业管理人才,推动商务部开展的商业企业评等定级工作的进一步深化。编写这样一套针对性强、实务操作案例多、学习培训效果较好的培训系列教材,是一件利商、利企和利人才的好事,我们应当给予大力的支持。

上海市经济委员会副主任



2007年10月

目 录

第一章 商业企业概述	1
第一节 商业企业的内涵与外延.....	1
第二节 商业企业的开办.....	10
第三节 现代商业企业制度.....	12
第二章 商业企业文化	18
第一节 企业文化的涵义与功能.....	18
第二节 企业文化建设的内容.....	28
第三节 商业企业文化建设的原则和实施.....	38
第三章 商业企业管理现代化	45
第一节 现代商业企业管理的原理与职能.....	45
第二节 现代商业企业的管理方法.....	48
第三节 管理现代化的主要内容.....	53
第四节 现代管理分析方法介绍.....	59
第五节 商业经营方式的现代化.....	68
第四章 商业企业的战略管理	80
第一节 商业企业的经营战略.....	80
第二节 商业企业经营策略.....	92
第三节 商业企业经营环境.....	98
第四节 商业企业经营机会与风险.....	105
第五章 商业企业的经营决策	111
第一节 商业企业经营决策的过程.....	111
第二节 决策的前提和条件.....	117
第三节 商业企业经营决策的方法.....	126
第四节 商业企业决策报告与评估.....	131
第六章 商业企业市场营销管理	138
第一节 消费者与市场.....	138
第二节 市场定位.....	150
第三节 市场营销组合策略.....	161

第四节 营销策划	180
第七章 商流管理	191
第一节 商业经营活动概述	191
第二节 商业企业采购业务管理	196
第三节 商业企业销售业务管理	207
第八章 物流管理	219
第一节 物流的概念与发展	219
第二节 物流运输管理	223
第三节 物流库存管理	229
第四节 物流配送管理	235
第五节 第三方物流管理	242
第九章 商业企业的服务管理	246
第一节 服务的特点与组成	246
第二节 服务战略	248
第三节 服务流程设计	252
第四节 服务质量管理	256
第五节 顾客满意管理	260
第六节 顾客等候时间管理	264
第七节 无形资产管理	266
第十章 商务谈判的组织与管理	278
第一节 商务谈判的原则与成功模式	278
第二节 谈判人员的组合	285
第三节 谈判环境因素的调研与分析	293
第四节 制订可行的谈判方案	297
第五节 谈判活动管理	303
第十一章 商业企业的人力资源管理	309
第一节 商业企业人力资源管理的任务和内容	309
第二节 商业企业人力资源规划	309
第三节 商业企业岗位分析	313
第四节 人员的招聘与甄选	315
第五节 人员的培训与开发	323
第六节 绩效管理	326
第七节 薪酬管理	331

第十二章 商业企业资金管理.....	336
第一节 商业企业资金管理目标及理财观念.....	336
第二节 商业企业资金筹集的管理.....	350
第三节 商业企业资金运用的管理.....	365
参考资料.....	377
后记.....	378

第一章

商业企业概述

第一节 商业企业的内涵与外延

一、商业企业的概念

所谓商业企业,是指具有人力、财力、物力等物质生产力,以及科学技术、经营管理、企业精神、职工积极性、企业应变创新能力等精神生产力和协调的公共关系,自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束地经营商品流通,以满足消费需要、协调生产关系、取得利润为目的的市场主体,具有独立民事权利和民事义务的企业法人。

综上所述,商业企业的概念应该包括以下几方面的内容:

(一) 必须具有人力、物力、财力等物质生产力和科学技术、经营管理、企业精神、职工积极性、企业应变能力等精神生产力和协调的公共关系。

现代企业的生产力是多因素、多层次、复杂多变的有机结合的大系统。它不仅包括劳动者、劳动资料和劳动对象等物质因素,而且包括精神因素,其中以科学技术、企业经营管理这两大因素尤为重要。物质生产力是系统的硬件,精神生产力则是软件。科学技术是渗透型的生产力因素,它渗透并融化于物质生产力之中。提高了商业的科技含量,让商业运行中的经营与管理更好地融为一体,成为企业发展的动力和源泉。企业经营与管理这个因素是具有组织型的生产力因素,把人的精神力量转化为物质生产力。企业经营能力的提高,要求有协调的公共关系来促进,硬件中的劳动力当然是指人,人创造了物质文明和精神文明,反过来物质文明和精神文明又决定了现代人的特点。并随着现代物质、精神文明的发展对人的要素本身也提出了更高的要求。软件和硬件的结合使得生产力和公共关系系统形成良性的运转。经营能力和协调的公共关系是商业企业作为经营商品流通的经济组织不可缺少的条件。

(二) 必须是自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的市场主体。

所谓自主经营,是指商业企业按照现代市场经济的经济主体自主化要求,在国家宏观指导下,根据市场的需求,自主地对经营战略、产品的定价、参加平等竞争等方面作出决策,并组织实施的经营权。这是现代商业企业作为独立的市场主体所必需的主要自主权。当代市场经济是一种交换经济,一切利润都是通过交换体现的,同时也是通过交换实现相互的承认和合作。商业企业的自主权主要体现在市场的经营权上。企业的自主经营权主要体现在以下几个方面:

1. 自主确定经营范围,除了国家明文规定不允许经营的以外,都可以经营。
2. 有权自主选择经营的方式。当代企业经营方式也是各不相同,种类繁多,批发企业可以零售,零售企业可以批发;可以集约经营,可以连锁经营、跨国经营、分销、包销等多种形式。
3. 企业有权拒绝任何单位和部门强令收购和销售商品以及为企业指定供货单位或供货

渠道(除了政府委托收购的商品外),拒绝未经省级政府批准设立的任何检查站的检查和处罚。

4. 经营的商品除了国务院物价部门和省级政府物价部门管理的政府定价和政府指导价的商品外,企业有权自主定价。

5. 对于国家已经放开的商品定价,各部门不得用毛利率、差率、限价等管理方式加以限制。

6. 企业可以自行选择外贸代理公司从事进出口业务,或在进口业务中采取境外采购、产地进货、买断经营、总代理、总经销等经营方式。

何谓自负盈亏,是指商业企业能够对其经营后果独立地享有相应权益和对企业财产损失承担民事责任的行为或能力。这一点也是商业企业作为法人的标志。

自我发展,是指现代商业企业能在市场竞争中,通过提高资金使用效益,推进技术进步、强化管理,提高竞争能力,实现企业财产的增值能力。企业的自我发展能力,在很大程度上取决于国家和企业之间的分配关系以及企业对于所占有、支配的财产能否有效运用,将其效用发挥到最大化。

自我约束,是指现代商业企业能自觉遵守国家法律法规,正确处理国家与企业、企业与职工、企业与消费者等关系,兼顾全局利益和局部利益、眼前利益和长远利益,自觉规范企业行为。

(三) 商业企业必须是企业法人,能够在独立享有民事权利的同时也能承担民事义务。这是商业企业作为法人的标志和关键所在。

现代商业企业作为法人出现是当代市场经济的要求,所谓法人,是与自然人相对的概念,是法律赋予的人格,能以自己的行为享有民事权利和承担民事义务的组织。法人根据不同的依据可以划分为不同性质的法人,企业法人是法人的一种形式,所以其具有法人的一般特性,有自己独立的财产、组织机构和场所,能以自己的财产和行为享有法律上的权利和承担法律上的义务的主体。同时,也具有其区别于其他法人的特性,符合国家法律规定资金数额、组织章程,有组织机构和办公场所,经工商登记后取得法人资格等。

现代市场经济中要求商业企业具备法人资格。其中很重要的一点就是要求产权清晰,权责明确,分清财产界限。企业必须具有独立的财产;可以分清企业责任还是企业组建者个人责任,如果说企业不具有独立的财产,那么企业财产可以看作是其组建者的财产;反之,组建者的财产也被视作企业的财产,在这产权不清的情况下,一旦企业经营陷入困境或面临破产,将严重危及个人(企业组建者),这种情况不利于分散风险,对市场经济的运行和社会的稳定都会带来不利的后果。法人,有自己独立的财产和经费是其必要条件。商业企业也应该如此,这也是保证商业企业顺利实现自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的实质条件。

二、商业企业的职能

商业企业的职能与任务主要包括经营与管理两大方面,以下主要围绕这两方面的内容展开。

(一) 商业企业经营的职能

商业企业经营的职能,指的是商业企业经营工作中的职责和发挥的功能。商业企业经营的职能包括:市场调研与预测职能;经营决策和媒介商品交换等三种职能。

1. 市场调研与预测职能

(1) 市场调研是对消费者和本企业的市场经营策略收集、整理和分析所需市场信息,以便

掌握市场的现状和发展趋势的一种企业经营职能。

商业企业的经营目的决定了商业企业要承担和发挥市场调研的职责和功能。因为,一方面要取得较多的经济效益,另一方面要尽可能满足用户和消费者的需要,而商业企业面对的市场具有不确定性,商品供求的纷繁复杂,给企业经营带来风险。企业要规避或减弱风险就必须要对市场进行调研,了解和掌握市场供求的发展变化,进一步预测市场风险,为企业制定经营决策提供依据,实现企业经营目的。

(2) 市场预测是指通过相关市场信息的分析,对市场未来的发展变化提出合乎逻辑的推断。

由于企业的经营目的需要相当长的时间努力才能完成并达到,因此商业企业必须承担起市场预测的职能。制定和执行阶段性的经营决策目标和方案,尽最大努力振奋全体员工为之奋斗,以逐步实现企业的经营目标。在多种决策目标中根据预测选择更为合适的方案,有利于花费较少的精力、财力、物力达到更好的效果。因此,商业企业必须承担和发挥市场预测的职能。

2. 经营决策

在市场调研与预测的基础上,企业决策层会根据预先制定的目标,提出多种可供选择的市场运行方案,在这些方案中选定更为合适的决策方案,并付诸实践的过程称之为经营决策。

商业企业之所以要承担和发挥决策职能,是由于企业需要解决决策目标问题时会有很多可供选择的行动方案,企业决策层的作用就是负责从中选定合适的解决方案,保证决策目标的顺利实现。

3. 媒介商品交换

媒介商品交换指的是生产和消费之间的交换关系由商业企业媒介而成。它是商业企业经营的一项基本职能。

商业企业在社会再生产中的地位决定了商业企业在经营活动中要承担和发挥媒介商品交换的职能。社会再生产过程包括生产、分配、交换和消费四个环节,商业企业在经营活动中就是处于连接生产和消费的中介地位,理应承担媒介商品交换的职能。

生产和流通的关系,从静态来看,生产决定流通,生产的规模、结构决定了流通的规模和层次;但是,从动态方面看来,流通是前一个生产的结束,同时也是后一个生产的开始,决定后一个生产的规模。由于在生产和消费之间存在着时空上的间隔,市场经济是市场化经济,产品要成为商品,不可能直接从生产者到达消费者,必须经过市场,由商业企业充当媒介作用,才能真正实现生产和消费的联系。综上所述,商业企业的经营活动必须高度重视实现媒介商品交换这一职能的重要性。

商业企业经营的三个职能的关系是,既相辅相成又相互牵制,其中经营决策是重中之重,是核心;市场调研与预测和媒介商品交换这两者为经营决策的制定和执行提供信息参考。市场调研与预测做得科学充分,有利于为企业经营提供准确的决策依据,从而也更有利于企业经营目标的实现;既定的经营决策在商品交换中得到很好的执行,企业的经营决策目标就能得以实现。

(二) 商业企业管理的职能

商业企业管理的职能指的是商业企业的管理活动应承担的责任以及应发挥的作用。包括:规划、组织、指挥、协调和控制这五方面内容。

1. 规划职能

规划是为了实现企业可持续发展的目的,制订分阶段目标规划和引导企业有限的管理资源尽可能流向使用效率和企业利益最高的企业管理职能。

一般来讲,企业规划是通过加强思想政治建设,人力资源管理、物资规划以及资金的筹备、运用、保值增值规划等方面来实现的。

商业企业加强规划职能对微观经济能够起到调控企业自身的作用。商业企业在运用市场机制调节微观市场时有时会出现偏差。原因是市场功利心强,企业容易只看眼前利益,忽略长期利益,造成急功近利的行为。企业之间的竞争发展到极端,会导致市场垄断而扭曲价格,阻碍企业提高效益和社会繁荣进步。所以规划职能能够及时弥补这一缺陷。

2. 组织职能

组织是按照实现企业长期目标的分阶段目标的要求,将企业内部的人们在共同劳动中的相互关系结合而成为一个整体的职能。

组织职能具有灵活性和协同性这两大特性。灵活性是指企业必须适应市场的变化做出灵活的调整;协同性是指企业各个部门及员工之间通过组织必须为实现企业共同目标而协同配合,发挥巨大的凝聚力。

企业要实现分阶段的目标,需要全体员工共同参与,相互配合才能完成。无论在整个企业的经营中还是在企业管理中都要做到既分工又合作;要想完成企业目标,每个岗位、每个人都必须承担起一定的岗位职责。如何建立现代企业制度,落实每个人完成任务的职权等,这些都需要靠发挥商业企业的组织职能来完成。

3. 指挥职能

指挥是指企业领导者在企业管理过程中施加个人对企业的影响,引导和推动企业完成目标的职能。

指挥职能具有统一性而不是双重性,即不能多头领导、政出多门,以免造成混乱;自上而下或自下而上的双向性,而不是仅仅自上而下的单向性。

企业内部全体成员在共同劳动中的分工与协作是一个非常复杂的过程,要发挥好各个部门的积极性、主动性、协调性,就必须要有有一个统一的指挥。只有这样各部门之间的协作才能做到目标一致。

指挥根据强制性程度的大小可以分为:命令、指示、建议或指导。

现代商业企业管理的指挥职能必须遵守以下原则:(1) 统一性。企业分工越来越细,协作关系纷繁复杂,要想在这个经济活动中协调一致,企业不能多头领导,政出多门,避免下级无所适从。(2) 权威性。不管用哪种指挥形式都要以一定的权威性为基础。指挥的权威性一般是以下述几种权力为基础:强制权,下级不服从上级指挥要实施惩罚措施;奖励权,对优秀的事迹要建立物质和精神荣誉的奖励;法定权,领导地位的高低决定着权力的大小;专长权,领导者个人所具有的专业知识技能而赢得的权力;影响权,领导者个人高尚的品德和个人素质对部下产生的影响力而赢得的权利。以上所讲的几种权力有的是由组织因素所决定的,有的却是由领导者个人因素所决定的。指挥者的权威性依靠组织因素固然重要,但是真正高明的指挥者的权威性是靠个人正确的指挥逐渐形成的。(3) 科学性。及时掌握情况,注意指挥对象的性格和特点,使指挥更加贴近实际。(4) 明确性。指挥内容必须明确,不能模棱两可,以能够被指挥对象正确执行。(5) 示范性。指挥者要身先士卒,以身作则,要求别人做到的自己首先应该带头做好。(6) 强制性和说服教育相结合。不能一味强调指挥的强制性,同时应该注意做好说服教育、鼓励等工作,让指挥对象心悦诚服。

4. 协调职能

协调是指通过企业管理,形成一种和谐合作的人际关系,更好地为实现企业目标服务。

协调职能具有整体性和平衡性。整体性指目标一致;平衡指行动一致,按比例发展。

现代商业企业管理为什么要承担并发挥协调职能。有以下两点原因:首先,健康协调的人际关系是市场经济得以健康发展的重要前提。市场经济是人与人之间通过交换而展开的一种经济活动,任何人都离不开他人而存在,只有通过人与人之间的协调与合作,才能开展正常的经济活动。其次,良好的协调,可以促进全体企业成员的团结合作。企业内部人际关系融洽,各自心情舒畅,大家才能把心思都放在工作上,企业才能形成凝聚力。

5. 控制职能

控制是指为了保证实现企业目标,对目标执行情况进行检查、监督和调节的职能。控制职能具有全面性和有效性的特点。

商业企业面临的市场变化具有不确定性,企业在制订和执行经营决策过程中可能会忽略一些不可预料的不利因素,因此在分阶段执行中会出现不同程度的误差,需要发挥控制职能,及时调节,保证企业目标的实现。

控制方式按照企业运行过程的环节不同可以分为:事前控制、事中控制、反馈控制。

事前控制是指针对投入过程的控制,能够防止不必要的经济损失,具有预测性。事中控制是指针对运行过程的控制,它能较快发现误差,及时得以矫正。反馈控制是指针对产出过程,通过检查分析运行结果,发现和纠正偏差,并将经验教训反馈到下一个周期的管理中。

商业企业管理几个方面的职能是相互联系的整体,在实践经营管理活动中应加以综合运用,使企业发挥更大的优势,在激烈的市场竞争中立于不败之地。

三、商业企业的种类

在当代市场经济环境中,商业企业的种类很多,为了便于理解和掌握各种类型的商业企业,将它们根据不同的依据进行分类:

(一) 按所有制和所有制实现形式分类

生产资料所有制和生产资料所有制的实现形式,是既有联系又有区别的两个概念。所有制实现形式是指在一定的生产资料所有制下的企业资本的组织形式。同一所有制在不同企业可以有多种实现形式,不同所有制可以采取同一的实现形式。

按照所有制分类,可以分成两类:一种是公有制商业企业,包括国有商业企业和集体商业企业,同时还包括混合所有制企业中国有和集体成分;另一种是非公有制商业企业,包括私营企业、混合所有制商业企业。

按所有制实现形式分类,可分为国有独资有限责任公司、股份有限公司、有限责任公司、集体所有制商业企业、股份合作制商业企业、私营商业企业、三资商业企业等。

1. 国有独资有限责任公司

国有独资有限责任公司是指国家单独出资,由国务院或者地方人民政府授权本级人民政府国有资产监督管理机构履行出资人的有限责任公司。国有独资公司投资主体单一,即只有国家一个股东。国有独资公司章程由国资委制定或者由董事会制定,报国资委批准。国有资产监督管理机构履行出资人职责。

国有独资有限责任公司特点:

(1) 所有权结构方面。国有独资有限责任公司是物权和出资权的双重复合,企业资产属

于企业法人所有,国家作为出资者享有出资权。

(2) 责任性质方面。国有独资有限责任公司存在的前提是经营具有风险性,国家只按出资额承担有限责任。

(3) 利益分配方面。国有独资有限责任公司是利税分流的,国家作为一般管理者,要向企业征收税金,作为所有者则享有对利润的占有权。

2. 股份有限公司

股份有限公司是通过向公众发行股票以筹集资金。将公司全部股本分为等额的股份,股东以其所持有的股份对公司承担责任,公司以其全部资产对公司的债务承担责任。股票是有价证券,持有股票的股东有取得一定金额利益的权利,代表一定的财产权,股东可以要求公司分配红利,可以将股票转让、赠与、继承、质押。股份有限公司大大拓展了企业筹资渠道,促进了所有权与经营权的分离,为现代企业制度的发展创造了条件。

3. 有限责任公司

有限责任公司由 50 个以下股东出资设立,各股东以其出资额为限对公司债务承担清偿责任,公司以其全部资产对公司债务承担责任的企业。有限责任公司和股份有限公司的股权按照投资主体的不同,有四种形式:

(1) 国家股。是有权代表国家投资的机构或部门向公司投资形成的股份。

(2) 法人股。是企业法人以其依法可以支配的资产向公司投资形成的股份,或具有法人资格的事业单位和社会团体以国家允许用于经营的资产向公司投资形成的股份。

(3) 个人股。是以个人合法财产向公司投资形成的股份。

(4) 外资股。是经过批准由外国投资者向公司投资形成的股份。

4. 集体所有制商业企业

集体所有制商业企业是生产资料归劳动群众集体所有、共同劳动并实行按劳分配的社会主义经济组织。包括供销合作社、合作商店、乡镇集体商业企业等多种形式。

集体所有制商业企业实行自主经营、自负盈亏、自筹资金、自己管理的管理体制。

集体所有制商业企业具有投资少、见效快、点多面广、经营灵活等特点,能在很大程度上解决农村剩余劳动力就业问题。因此要大力发展集体所有制商业企业,更好地服务人民。

5. 股份合作制商业企业

股份合作制商业企业是一种利用现代股份经济的组织形式而发展起来的,实行企业经营管理与社会行政管理分离原则能促进经营能力发展的公司所有制实现形式。其特点有:

一是劳动合作与资本合作相结合。企业职工既是劳动者又是生产资料的所有者。企业的所有要素投入折成标准的股份,明确界定投资入股者的股权份额,通过股份的联合,实现劳动者个人财产、集体财产及各种要素的联合。二是按劳分配与按资分配相结合。在我国股份合作制中,所有投资者仅以出资额为限承担有限责任,设立股份合作制企业有利于明确现有集体企业的产权,有效地解决企业资产无人负责的问题。

6. 私营商业企业

私营商业企业是私营企业主占有生产资料和雇佣必要的劳动者,占有他们劳动剩余价值的商业企业。私营业主也可能参与管理劳动,但他们独享利润。因此私营商业企业是私有制性质的企业。

从私营商业企业的性质来看,主要有以下几种类型的商业企业:

(1) 合伙企业

合伙企业,是指依法在中国境内设立的,由两个或两个以上合伙人订立合伙协议,共同投资、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。合伙是商品经济发展条件下,商品经营者之间积聚资本联合经营的一种初级表现形式,有着悠久的历史。与其他形式的企业相比,合伙企业具有以下特征:

① 从组织形式上看,它是由两个或两个以上的合伙人通过签订合伙协议而设立。合伙企业不像个人独资企业那样可由一个人投资设立,而是要有两个或两个以上的合伙人才能组建。合伙企业要以合伙人之间订立合伙协议为前提,合伙协议是明确合伙人权利义务的根据,无合伙协议也不能成立合伙企业。② 从财产上看,因两个或两个以上合伙人共同出资,故他们对合伙企业的财产享有共有权。合伙人对企业承担完全出资的义务,至于合伙人的出资方式、出资期限、出资数额等情况由合伙协议约定。③ 从经营上看,合伙企业由合伙人合伙经营。合伙经营就是合伙人按照合伙协议的约定或者法律规定执行合伙企业事务。所有合伙人都能参与合伙企业的经营,不因出资的多少而受到影响。④ 从收益和风险上看,合伙人共享收益、共担风险。合伙企业由合伙人共同出资、合伙经营,因而合伙企业在生产经营过程中产生的收益和风险,也应由全体合伙人共同享有、共同承担,具体按照合伙协议约定的比例确定;合伙协议未约定利润分配和亏损分担比例的,由各合伙人平均分配和分担。⑤ 从责任形态上看,合伙人对合伙企业债务承担无限连带责任。在合伙企业存续期间,合伙企业的财产属于合伙人共有,而对合伙企业的债务,首先应当以合伙企业的全部财产进行清偿,当合伙企业的财产不足以清偿时,各合伙人连带承担以自己全部财产负清偿责任的义务。这是合伙企业区别于有限责任公司、股份有限公司、国有企业、集体企业等组织的最基本特征。⑥ 从法律人格上看,它不具备法人资格。合伙企业是自然人以合伙协议的形式组建的,且是以合伙人个人财产承担无限连带责任,因此,法律不赋予合伙企业以法人资格。⑦ 从清算程序上看,它不能以破产方式进行清算。合伙企业不具有法人资格,在债务承担上又负无限连带责任,而我国《破产法》只适用于具有法人资格的经济实体,故合伙企业不能以破产方式进行清算。

(2) 个人独资企业

个人独资企业是指依法在中国境内设立,由一个自然人投资,财产为投资人个人所有,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。

个人独资企业是企业的基本组织形式之一,它与其他形式的企业相比具有以下特征:

① 从组织形式上看,它是由一个自然人投资设立。这一点区别于合伙企业。合伙企业必须有两个以上的合伙人才能组成一个企业,私营企业的投资人可以是一个人,也可以是若干人。② 从财产上看,因投资人为一个人,故该投资人对其投资的个人独资企业的财产享有完全的所有权。③ 从责任形态上看,投资人以其本人财产对个人独资企业债务承担无限责任。投资人若以家庭共有财产作为出资的,以家庭共有财产对企业债务承担无限责任。这是区别于有限责任公司和股份有限公司等企业形式的基本特征。

(3) 有限责任公司

我国公司法对有限责任公司有以下规定:

① 公司名称标明有限责任公司或有限公司字样;② 有符合规定的公司章程;③ 股东符合法定人数;④ 股东出资达到法定最低限额;注册资本取得合法验资证明;⑤ 股东人数在3人以上的,股东向股东以外的人转让股权,应当经其他股东过半数同意;⑥ 不得减少注册资本金;⑦ 不得向社会发行股票。

7. 三资企业

三资企业是指中外合资企业、中外合作企业和外商独资企业。

(1) 中外合资企业

中外合资企业(以下简称合营企业)是指我国合营者和外国合营者依照中国的法律、法规的规定,在中国境内设立的共同投资、共同经营,并按出资比例分享利润、分担风险的企业。

中外合资企业的特征表现在:

① 合营企业的形式为有限责任公司。合营各方以各自认缴的出资额为限对企业的债务承担责任。

② 合营企业是中国法人。合营企业在中国境内设立,受中国法律的管辖和保护,一切活动应遵守中国法律、法规的规定。

③ 合营企业的最高权力机构是董事会。合营企业不设股东会,董事会决定合营企业的一切重大问题。董事会职权按合营企业的章程决定。

(2) 中外合作企业

中外合作企业(以下简称合作企业)是指中外合作双方根据中国法律的规定,在合作企业合同中约定投资或者合作条件、收益或者产品的分配、风险和亏损的分担、经营管理的方式和合作企业终止时财产的归属等事项的企业。

中外合作企业的特征主要有以下几个方面:

① 合作企业是契约式企业。合作各方在企业中的权利和义务、企业产品的分配、风险和亏损的承担、经营模式、终止时的清算等事项都由双方通过订立合同的方式约定。

② 合作企业的组织形式灵活。合作企业可以分为依法取得中国法人资格的合作企业 and 不具有法人资格的合作企业。取得法人资格的合作企业为有限责任公司,除合作企业合同另有约定外,合作各方以其投资或者提供的合作条件为限对合作企业承担责任。合作企业以其全部资产对合作企业的债务承担责任,并由董事会管理。

不具有法人资格的合作企业及其合作方,依据中国民事法律的有关规定,承担民事责任。企业设立联合管理机构。联合管理机构由合作各方委派的代表组成,代表合作各方共同管理合作企业,决定合作企业的一切重大问题。

③ 合作企业的分配形式由合同约定。中外合作者依照合作企业合同的约定,分配收益或者产品,承担风险和亏损。

中外合作者在合作企业合同中约定合作期满后合作企业的全部固定资产归中国合作方所有的,可以在合作企业合同中约定外国合作者在合作期限内先行回收投资的方法。合作企业合同约定外国合作者在缴纳所得税前回收投资的,必须向财政税务机关提出申请,由财政税务机关依照国家有关税收的规定审查批准。

外国合作者在合作期限内先行回收投资的,中外合作者应当依照有关法律的规定和合作企业合同的约定对合作企业的债务承担责任。

(3) 外商独资企业

外商独资企业(以下简称外资企业)是指依照中国有关法律在中国境内设立的、全部资本由外国投资者投资的企业,不包括外国的企业和其他经济组织在中国境内的分支机构。

外资企业的特征主要有以下几个方面的内容:

① 外资企业是中国法人。② 外资企业的全部资本由外国投资者投入。外国投资者是指外国的公司、企业、其他经济组织、外国的自然人,它以盈利为目的,不同于政府间的援助。

③ 外资企业的投资属于直接投资,同时从事生产经营活动,是两人合资的企业。

(二) 按在商品流通中所处的地位和作用分类

按在商品流通中所处的地位和作用分类,可将商业企业分为批发企业和零售企业。

1. 批发企业

批发企业就是向生产企业或其他批发企业购进国内外商品,以大宗的、整批的交易批量,供应零售企业或其他批发企业用作转卖或供应生产企业用作进一步加工的商业企业。它处于商品流通的起点或中间环节,是组织国内外批发商品流通的枢纽。

2. 零售企业

零售企业是以商品或服务直接供应居民用作生活消费或供应集团单位用作非生产消费的商业企业。零售企业处于商品流通的终点,是处理直接消费的。

零售企业与批发企业的区别主要体现在以下方面:

(1) 销售对象不同。零售企业的销售对象是居民或社会集团单位;批发企业的对象是商业企业或生产企业。(2) 销售数量不同。零售企业主要是零星的商品销售;批发企业的销售数量则是大批。(3) 销售结果不同。零星企业是商品流通过程的终止;批发企业是商品流通过程的继续。

零星企业按经营商品种类和销售方式可以分为九大类:专业商店;综合商店;百货商店;网上购物商店;超级商店;邮购商店;折扣商店;自动售货机;租赁服务商店。

(三) 按经营规模分类

商业企业按照经营规模可以分为大型、中型和小型三种类型。

1. 大型企业

由于我国经济体制改革是以发展社会主义市场经济为目标,因此,国有企业与集体企业加总起来的公有成分以及合资企业中国有与集体的成分在资金总量上要占主体地位,对国民经济的发展要充分发挥支柱作用。

今后一个时期内我国要按照现代企业制度的要求,培育和发展大型企业集团。具体讲就是要组建一批以资产为纽带,通过市场形成,突出主业,增强企业竞争优势,联合一批中小企业,以支柱产业、骨干企业和名牌产品为依托,以跨行业、跨地区、跨所有制、跨经营为特征,以扩大国内外市场占有率为目标的综合性、多功能、混合经营型的大型企业集团和跨国公司。组建大型企业集团的目的是:提高企业组织化程度,达到集约经营的目的;发挥促进生产要素合理流动和国有资产的重新组合、商业资本与其他资本的結合,提高规模效益,增强国际竞争能力的作用。

组建大型企业集团或跨国公司是市场体系发育和生产要素流动性提高的需要。它实际上是企业重组性质,就是对原有的、现存的企业所掌握运用的各类资源要素,通过购并或剥离等经济手段重新组合。它将影响企业内外关系的调整和重新定位,涉及企业内部职工、管理人员、投资者、债权人等多方权益,引起企业经营与管理各方面的变化。

2. 中型企业

中型企业除其中因组建一批大型商业企业集团而被改组、吸收、兼并外,其余一般可以采取独立经营或连锁经营方式升级为大型商贸集团。

(1) 连锁经营的概念

连锁经营自 1859 年起源于美国,是通过兼并、加盟、市区企业联手发展,把店名、信息汇集、广告宣传、员工培训、管理规范一致化,通过建立计算机网络系统,把复杂的活动分解为像工业生产流水线上每一个环节那样相对简单有序,从而达到提高协调运作能力、加快发展速