



创新型国际化教育研究项目

企业导论



普通高等教育『十二五』经济管理类规划教材

■ 安义中 李 丹 主 编



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

创新型国际化教育研究项目
普通高等教育“十二五”经管类规划教材

企业导论

安义中 李 丹 主编

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

企业作为向社会提供产品和服务的经济组织已经成为社会的重要形态,影响着社会的方方面面。本书从管理学角度详细地介绍了有关企业的知识,力求向读者描述管理的研究重点迄今主要是企业管理。全书内容涉及概述、企业的组织形式、企业人力资源管理、企业的产品与技术、企业的设立、企业外部环境、企业内部管理、企业的变更与破产等。全书章节结构规范,要点、目标、正文、结论、专栏、问题、案例、关键词、参考文献等均以简洁而明晰的方式进行展示,图表简明而系统,文辞精练,章节要素间逻辑关系缜密,有助于读者系统领悟与推演。

本书可作为经济管理类、工学类各专业大学生、研究生的专业导读性教材,也可作为企业管理者的工作参考用书,还可作为希望对企业有所了解的人士的兴趣读物。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

企业导论/安义中,李丹主编. —北京:电子工业出版社,2011.8

普通高等教育“十二五”经济管理类规划教材

ISBN 978-7-121-14265-9

I. ①企… II. ①安… ②李… III. ①企业管理—高等学校—教材 IV. ①F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第156092号

策划编辑:谭海平

责任编辑:王赫男

印 刷: 三河市鑫釜马印装有限公司
装 订:

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开 本: 787×980 1/16 印张: 18.25 字数: 460千字

印 次: 2011年8月第1次印刷

定 价: 34.60元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

前 言

企业作为向社会提供产品和服务的经济组织已经成为社会的重要形态,影响着社会的方方面面。可以说我们每个人的生活都直接或间接地与企业相关联;大学中的众多学科与专业的研究对象和应用场景均或多或少地与企业活动有联系;我国经济的高速发展得益于企业的贡献。企业是当代社会物质财富的创造者。由于现代科学中解析法的支配作用,长期以来对企业问题的研究均被分解到不同学科门类和若干学科方面,如经济学中的微观经济学、制度经济学,管理学中的市场学、生产组织学、会计学等,无不是以企业中的问题为研究对象的。各学科专业对不同企业问题的剖析使人们对企业中问题本质的认识不断深化,然而由于各学科技术壁垒的阻隔,这一解析亦使得人们,尤其是那些初始进行与企业技术及管理专业相关的学习人员,很难认识企业的全貌,亦很难把握企业的本质。为此,从系统的高度去归纳研究企业这一经济社会技术系统,使初学者从一开始便能比较完整地了解企业全貌,就变得十分必要。

近年发展起来的企业学便是立足于将企业作为研究对象,希望对其本质和状态进行描述的一个学术分支。国际上管理学科的这一研究动向同时也波及国内,我国已有部分高校经济管理学院展开了企业学研究工作。但就其面世成果来看,对企业的描述从经济学、制度经济学、社会—法律等角度展开研究者居多,而真正从管理学角度去观察认识企业的尚少。这一现实与高校学科设置中工学和管理学各专业对企业的认识主要集中在管理方面的要求不甚一致,为此,从管理学角度去认识企业就成为此书的初始编写动机。

著名管理学家彼得·德鲁克(Peter F. Drucker)在他 90 岁高龄时献给社会的名著《21 世纪的管理挑战》一书中对 20 世纪管理学赖以成为科学的假设归纳,为我们从管理学角度认识企业指出了方向,本书的整体结构便是秉承德鲁克教授的基本认识构成的:第一章概论主要对应于“管理主要是企业管理”而设置;第二章企业的组织形式则力图解说“企业应该具有,且必须具有一种恰当的组织形式”这一认识;第三章企业人力资源管理是说明“企业应该具有,或必须具有一种管理人的恰当方式”;第四章企业的产品与技术是基于现行管理学对管理实践分析时给出的“技术和最终用户基本上是一成不变和已知的”假设;第五章企业的设立是针对管理实践中认为“管理的范畴是由法律决定的”假设;第六章企业的外部环境说明“按国家边界划分的经济体是企业和管理依托的‘生态环境’”这一基本认识;第七章企业的内部管理直接说明“管理是对内部的管理”这一管理现实;第八章企业的变更与破产则从法律角度对企业画一个“句号”。

鉴于上述结构,本书可作为经济管理类、工学类各专业大学生、研究生的专业导读性教材,也可作为企业管理者的工作参考用书,还可作为希望对企业有所了解的人士的兴趣读物。

本书的编写大纲由李丹博士和安义中教授共同拟定；第一章至第五章由李丹编写，第六章至第八章由安义中编写。本次再版，作者对书中重要章节的重要观点进行了再次审核和调整，四川大学锦江学院管理系杨力、范涤、王雅萱等老师对资料更新付出了努力。在原著编写过程中曾有数名研究生参与了资料收集，特此一并表示感谢。

因编者水平限制，一定存在诸多不当之处，恳请专家及读者教正。

目 录

第一章 概论	1
1.1 企业的基本概念	1
1.1.1 企业的概念和定义	1
1.1.2 企业的分类	2
1.1.3 企业的特征	2
1.2 企业在国民经济中的地位与作用	3
1.2.1 国有和集体企业在国民经济中的地位与作用	3
1.2.2 民营企业(个体企业)在国民经济中的地位与作用	4
1.2.3 外资企业在国民经济中的地位与作用	4
1.2.4 企业与市场、国家的关系	5
1.3 企业社会中的地位与作用	5
1.3.1 企业与社会的关系及其在社会中的地位	5
1.3.2 企业社会中的责任与作用	6
1.3.3 企业社会责任的评论	7
1.4 企业对个人的影响	9
1.5 企业与管理学科的关系	10
1.5.1 管理理论概述	10
1.5.2 企业管理概述	13
1.5.3 企业管理的基本原理	14
1.5.4 企业管理的基本原则	19
1.6 现代企业制度	20
1.6.1 企业制度和现代企业制度	20
1.6.2 现代企业制度的特征	20
1.6.3 现代企业制度的基本内容	21
1.6.4 现代企业制度的组织形式	22
1.6.5 我国现代企业制度	22
1.7 企业集团	24
1.7.1 企业集团的概念	24
1.7.2 企业集团的基本特征	25
1.7.3 我国企业集团的发展	26
结论	36
第二章 企业的组织形式	37
2.1 组织理论	37
2.1.1 组织理论的历史变迁	38
2.1.2 现代组织理论	38
2.2 组织维度与范式	39
2.2.1 组织设计的维度	39

2.2.2 组织范式的变化	41
2.3 企业组织结构	47
2.3.1 组织的定义	48
2.3.2 组织结构的基本概念	49
2.3.3 组织结构的影响因素	53
2.3.4 组织结构设计	55
结论	72
第三章 企业人力资源管理	73
3.1 人力资源管理系统概述	75
3.2 企业人力资源管理内涵	76
3.2.1 人力资源与人力资本	76
3.2.2 人力资源管理与企业人力资源管理	77
3.2.3 企业人力资源管理的内容及职能	78
3.3 企业人力资源管理的基本原理	80
3.4 企业人力资源管理程序	81
3.4.1 企业人力资源规划	82
3.4.2 企业岗位设计与职务分析	84
3.4.3 人员招聘与配置	88
3.4.4 员工的培训与开发	91
3.4.5 员工的职业管理	93
3.4.6 绩效考核与薪酬管理	95
3.5 企业人力资源优化管理	98
3.6 企业人力资源管理的发展趋势	99
结论	106
第四章 企业的产品与技术	107
4.1 产品的概念与形态	107
4.1.1 产品概述	107
4.1.2 整体产品观	109
4.2 产 品 功 能	113
4.2.1 产品功能的概念	113
4.2.2 产品功能的内涵	114
4.2.3 产品功能优化的意义	115
4.3 产品生命周期	115
4.3.1 产品生命周期理论	115
4.3.2 产品生命周期各阶段的特点	117
4.3.3 延长产品生命周期的策略	118
4.4 新产品开发	119
4.4.1 新产品开发概述	119
4.4.2 新产品开发的意义及存在障碍	120
4.4.3 新产品开发的方式及程序	122
4.5 产品制造技术管理	126
4.5.1 产品制造工艺	126

4.5.2 产品制造设备	128
4.5.3 产品制造流程	130
结论	140
第五章 企业的设立	142
5.1 企业与公司的区别	142
5.2 公司创立筹划：创立目的、战略思维、市场定位、设立要素、组织形式和制度安排	144
5.2.1 公司的创立目的	144
5.2.2 公司的战略思维	144
5.2.3 公司的市场定位	145
5.2.4 公司的设立要素	145
5.2.5 公司的组织形式	149
5.2.6 公司的制度安排	151
5.3 公司设立要素	152
5.3.1 有限责任公司的设立	152
5.3.2 股份有限公司的设立	158
5.4 公司设立的法律程序	165
5.5 公司设立中的政府监管	166
5.6 企业的制度安排	167
5.6.1 股东会和股东大会控制层面的制度安排	168
5.6.2 董事会层面的制度安排	169
5.6.3 监事会层面的制度安排	169
5.6.4 全面确立董事、监事和高管人员对公司承担的义务	170
结论	174
第六章 企业外部环境	175
6.1 企业外部环境概述	175
6.1.1 企业外部环境	175
6.1.2 外部环境的特点	176
6.1.3 研究外部环境的意义与作用	176
6.2 企业外部环境要素认识	177
6.2.1 企业外部环境要素及分类	177
6.2.2 外部一般环境	178
6.2.3 外部特殊环境	184
6.3 企业所处的行业结构分析	189
6.3.1 行业的性质	190
6.3.2 行业发展动力分析	191
6.4 外部环境分析预测方法	192
6.4.1 预测方法与技术	192
6.4.2 企业外部环境关键战略要素预测	193
6.4.3 企业外部环境分析	194
6.4.4 企业外部环境评价技术	195
结论	205

第七章 企业内部管理	206
7.1 企业内部管理概述	206
7.1.1 企业内部管理及其意义	206
7.1.2 企业内部管理的要素及其内涵	207
7.2 企业内部要素管理	210
7.2.1 企业市场营销管理	210
7.2.2 企业财务管理	213
7.2.3 企业生产管理	215
7.2.4 企业技术与研究开发管理	218
7.2.5 企业信息资源管理 (IRM)	221
7.3 企业内部管理活动	224
7.3.1 企业活动及企业内部管理活动的概念	224
7.3.2 企业的资源管理活动	225
7.3.3 企业的过程管理活动	229
7.3.4 企业的组织管理活动	230
7.4 企业优劣势分析	232
7.4.1 企业核心竞争力与企业价值链分析	232
7.4.2 企业资源价值分析	236
7.4.3 企业市场分析	236
7.4.4 内部因素评价 (IFE) 矩阵	236
结论	252
第八章 企业的变更与破产	253
8.1 企业变更与破产的概述	253
8.2 企业变更的模式	254
8.2.1 基本模式	254
8.2.2 主流模式	255
8.2.3 其他模式	255
8.3 企业购并与分立	257
8.3.1 企业购并	257
8.3.2 企业分立	261
8.4 企业解散和清算	263
8.4.1 企业解散的原因	263
8.4.2 企业解散后的清算	264
8.5 企业破产	265
8.5.1 企业破产的意义	265
8.5.2 破产制度与民事诉讼和执行制度的比较	267
8.5.3 企业破产的原因	267
8.5.4 破产的流程	268
结论	278
参考文献	280

第一章 概 论

要点:

- 企业的概念及分类。
- 企业在国民经济和社会中的地位与作用。
- 企业与管理的关系。
- 现代企业制度的特征和内容。
- 企业集团的概念和基本特征。

目标:

通过本章学习,你应该能做到:

1. 掌握企业的基本概念及分类。
2. 了解企业在国民经济和社会中的地位与作用,以及企业对个人的影响。
3. 掌握管理理论及企业管理的概念、基本原理和基本原则,理解企业与管理学科的关系。
4. 掌握企业制度与现代企业制度的概念、特征、基本内容和组织形式。
5. 了解我国现代企业制度及国有企业发展。
6. 掌握企业集团概念和基本特征,了解我国企业集团的发展。

1.1 企业的基本概念

1.1.1 企业的概念和定义

自1904年凡勃伦(Thorstein B. Veblen)的《企业论》问世及1937年科斯(Ronald H. Coase)的《企业的性质》等开创性论著出版以来,关于企业的本质、界限和定义就成为讨论的热点。科斯认为企业可以作为价格机制的替代物而存在。詹森和马克林认为,企业是一种组织,这种组织和其他许多组织一样,是一种法律虚构,其职能是为个人之间的一组契约关系充当联结中枢(Nexus)。威廉姆森(Oliver E. Williamson)认为企业的本质在于通过订立长期的契约关系以节约交易费用。马克思在其著作《资本论》第三卷中使用了“企业”的概念,区分了“政府经营的企业”、“公司的企业”、“私人企业”和“社会企业”。

《中国企业管理百科全书》对企业的定义是:企业是从事生产、流通等经济活动,为满足社会需要并获取赢利,进行自主经营、实行独立经济核算,具有法人资格的基本经济单位。《中华人民共和国全民所有制工业企业法》规定:“企业”是依法自主经营、自负盈亏、独立核算的社会主义商品生产和经营单位。

尽管企业的定义各有不同,但其主要包括如下内容。

(1) 企业是以赢利为目的的经济实体。它主要从事生产、流通、服务等经济活动，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，以区别于一般的事业或行政单位。任何企业的生产、流通或服务性活动都是为了满足社会某方面的需要，而不只是为了自身的消费。

(2) 企业必须依法设立。依法设立就是要符合国家法律规定：一是要符合法律规定的设立企业的条件；二是要依照国家法律法规规定的程序设立。任何企业都是以商品生产者、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。

(3) 企业应实行独立核算，自负盈亏。独立核算就是单独计算生产经营活动的成本费用，单独核算盈亏，对经营活动成果做出单独全面反映。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。

(4) 企业是从事生产经营活动具有法人资格的经济单位。一是企业必须从事生产经营活动，否则不能称之为企业；二是企业应是一个经济实体，这种经济实体应具有法人资格，依法独立享有民事权利和承担民事义务，它的经济利益不能随意被侵占。

1.1.2 企业的分类

根据世界各国国情不同、经济发展阶段不同、政府的政策目标不同，企业的分类标准和方法也随之不同。如对中小企业的划分，巴西等拉美国家为了扩大就业，中小企业都采用企业雇用人数为标准；而新加坡主要致力于促进投资和产业发展，确定中小企业时，对其固定资产的起点有较高的限制，对企业产品技术含量高低、企业成长性等有一定的限制；韩国为鼓励各种形式的联合，规定中小企业联合后若干年内仍属中小企业，而不论其规模大小。

实行市场经济的国家，普遍采用企业资产所有者形式这个标准作为划分企业的基本标准，并由此把企业划分成三种基本形态：个人业主制企业、合伙制企业和公司制企业。根据企业经营的业务来考察，主要可划分为工业企业、商业企业、金融企业、信托企业、咨询企业和多种经营企业等。另外，从企业经营的范围来考察，可分为地区性企业、跨地区企业、全国性企业和跨国企业等。

新中国成立以来，随着经济形式的变化和不同的经济发展阶段，企业的分类标准也有所不同。目前主要是按企业所有制性质、企业组织形式、生产经营规模、行业、地域、资本来源、企业发展等标准进行划分。按照企业组织形式划分，可分为单厂企业、多厂企业、联营企业和企业集团；按照企业规模来比较，可划分为大型企业、中型企业、小型企业；从企业所有制性质的角度，可分为国有企业、集体企业、民营（个体企业）、混合所有制企业和外商独资企业等。

1.1.3 企业的特征

根据企业的定义以及分类，我们认为企业一般具有以下特征。

(1) 组织性

企业不同于个人、家庭，它是一种有名称、组织机构、规章制度的正式组织；而且，它不同于靠血缘、亲缘、地缘或神缘组成的家族宗法组织、同乡组织或宗教组织，而是由企业所有者和员工主要通过契约关系自由地（至少在形式上自由）组合而成的一种开放的社会组织。

(2) 经济性

企业的本质是一种经济组织，以经济活动为中心，实行全面的经济核算，追求并致力于不断

提高经济效益,因此它不同于行政、军事、政党、社团组织和教育、科研、文艺、体育、医药卫生、慈善等组织,也不同于政府和国际组织对宏观经济活动进行调控监管的机构,它是直接从事经济活动的实体,和消费者同属于微观经济单位。

(3) 营利性

企业是以赢取利润为直接、基本的目的,利用生产、经营某种商品的手段,通过资本经营,追求资本增值和利润最大化。

(4) 独立性

企业还是一种在法律和经济上都具有独立性的组织,它作为一个整体在社会上完全独立,依法独立享有民事权利,独立承担民事义务、民事责任。它拥有独立的、边界清晰的产权,具有完全的经济行为能力和独立的经济利益,实行独立的经济核算。

1.2 企业在国民经济中的地位与作用

虽然世界大多数国家在经济体制、政治文化等方面存在差异,但作为国民经济基本细胞的企业,在各自国家的经济运行中,都是市场经济的主要参加者,是社会生产和流通的直接承担者,是推动社会经济技术进步的重要力量,在保持自己旺盛生命力的同时,努力在新一轮的经济全球化的竞争格局中实现可持续发展,为本国国民经济的持续发展、经济振兴和全面繁荣的最终实现做出了举足轻重的贡献,对整个社会经济的发展与进步有着不可替代的作用。

随着 21 世纪的到来,知识经济已经成为全球不可遏制的发展潮流,信息技术的突飞猛进、日新月异使得经济发展的传统模式面临越来越严峻的挑战。在这样一个时代背景下,作为适应市场经济运行规律的企业,面对令人眼花缭乱、变幻莫测的经济全球化景象和接踵而至、目不暇接、一波又一波推动经济出现超常规发展的新技术革命,各国企业的生存和发展,对其经济建设能否最终取得辉煌的成就,具有深远而重大的意义。

国有和集体企业、民营(个体企业)和外资企业在我国国民经济的运行中分别做出了各自不同的贡献,具有各自特别的地位与作用,下面分别予以说明。

1.2.1 国有和集体企业在国民经济中的地位与作用

公有制经济是我国社会主义经济制度的基础,在国民经济中居主导地位,国有经济能否控制国民经济的关键领域和部门,对经济发展起主导作用是关键,而国有经济的优势与主导作用主要是通过国有和集体企业表现出来的。国有和集体企业以其雄厚的资产、先进的技术、较高的经营管理水平和良好的企业素质,为国家提供主要的财政收入来源,它的存在和发展,对于壮大国有经济,保持国民经济持续、快速、健康的发展,发挥着重大作用。所以国有企业无可替代地成为我国国民经济的支柱。

同时,国有企业在国民经济中的支柱地位决定其所具有的重要作用如下:

(1) 国有企业是我国国有经济的骨干和中坚力量,对国有经济乃至整个国民经济具有龙头作用。

(2) 国有企业是国内市场乃至国际市场的主力,对我国在世界经济格局中取得应有的地

位具有关键作用。

(3) 国有企业的资产、技术、产品的优势代表着我国经济的可持续发展能力,具有保障我国经济持续、快速、健康发展的重要作用。

(4) 国有企业是我国经济结构调整的主导力量,对于实现企业的优胜劣汰、优化资源配置,提高国有经济的整体质量和素质,具有重要的意义和作用。

1.2.2 民营企业(个体企业)在国民经济中的地位与作用

经过二十多年的改革和发展,民营经济已成为国民经济的重要组成部分,在国民经济 GDP 中所占比重以及拥有的资产占全社会资产的比重逐年提高,民营企业已逐渐显露出它在优化资源配置、提高经济效益以及维护供需平衡、扩大就业、稳定社会等方面的重要作用,成为国民经济中最为活跃的经济增长点,并无可非议地成为社会主义市场经济的重要组成部分。非公有制经济是我国社会主义市场经济的重要组成部分。对个体、私营等非公有制经济要继续鼓励、引导,使之健康发展。这是为了满足人们多样化的需要,增加就业,对促进国民经济的发展具有重要作用。

民营企业在国民经济生活中的作用主要如下:

(1) 民营企业(个体企业)在经济社会发展中,表现出了公有制经济所不可替代的作用。充分调动了生产者的积极性,促进了生产力的发展,吸收了城乡分流人员,减轻了社会的压力。

(2) 市场经济体制的建立也离不开民营企业的发展。民营企业作为非公有制经济形态,它与市场经济天然相容,互为发展条件,其一切生产经营活动都必须通过市场去实现。因此,建立市场经济体制,决不能将非公有制经济排斥在外。

(3) 民营企业的发展正从发展初期向发展中期转变,即由依靠领导人关系的协调建立制度向建立完善的制度性保障过渡,民营企业正向着更合理、更科学的方向发展。

1.2.3 外资企业在国民经济中的地位与作用

我国经济发展战略的重要组成部分之一就是发展开放型经济、积极引入外资、利用外资企业的特殊地位与作用为国民经济的发展做出更大的贡献。随着社会和经济的不断发展,外资企业正日益成为推动我国国民经济增长与发展不可或缺的重要力量,在国民经济中的地位逐步提升。

(1) 外资工业的迅速扩张促进了我国的工业化进程。统计分析表明,外商企业工业总产值增长对全部工业总产值增长的贡献率逐年增长,成为国民经济产值增长的重要组成部分。

(2) 外商投资经济成为不可缺少的税收来源。我国涉外税收中 95% 左右来自外商投资经济。外商投资经济工商税收在工商税收总额中的比重逐年提高,成为国内工商税收中增长最快的税源。

(3) 外资企业创造了就业机会。随着我国外资规模的不断扩大,外资企业吸收的劳动力数量逐年增加,如果将直接或间接从事与外资企业有关配套加工、服务等活动以及参与利用国外贷款、援助项目的劳务人员计算在内,利用外资已经解决了就业问题。

(4) 外资企业的发展推动了我国产业结构的优化升级。长期以来进入我国的外商投资主要集中在第二产业和第三产业,通过扩大投资对这些产业的规模扩张和结构的升级起到了重要作用。在第二产业中,机械、运输设备、电子及通信设备等资金密集型产业是外商投资的热点产业,其比重一般占第二产业外商投资的近三成左右,是带动机电产品类产业发展和出口增长的主要因素。

(5) 外资企业在地区经济发展中的作用日趋明显。由于东部沿海地区的率先开放及其特殊的

经济、地缘、人才优势,使其首先成为直接投资溢出效应的最大受益地区。

(6) 外资经济对我国技术进步的促进作用明显。近几年,在华设立研发中心的跨国公司企业迅速增加,从我国利用外商投资中来自欧美跨国公司投资、设立独资企业的比重明显上升,进入我国的外资技术含量正在不断提高,对国内技术进步的作用日趋明显。

(7) 外资企业发展对市场经济体制改革与完善发挥了重要作用。外资流入本身带来了先进的生产组织和管理模式,通过扩散效应和示范效应,促进了国内管理水平的提高,推动了我国经济体制改革和市场化的进程。

1.2.4 企业与市场、国家的关系

企业是国家经济的细胞,它构成社会生产分工协作系统的基本元素,企业与市场、国家构成相互制约、相互存在的关系。

(1) 企业市场的关系

企业是为了市场的需要而存在的,也可以说企业是服务于市场的。市场有着不同的需求,而企业是为了满足市场的种种需求而发展壮大的。当然市场没有了需求,企业也就不会存在。

(2) 企业与国家的关系

国家对企业的管理主要是宏观经济的调控和行政管理,体现国家的意志,具有权威性、指导性,主要从国家全局和巩固社会主义经济制度的角度出发来管理和指导企业。这种调控职能主要是计划协调、经济调节和经济监督。国家的行政管理主要是工商行政、环保和劳动部门,对企业的创建、关闭、商标、广告、环保、用工制度等进行管理和服务,保证企业正常业务的开展。在国家实施对企业的管理中比较重要的是产业组织政策,它是国家产业政策的重要组成部分。其实质是国家通过协调竞争与经济规模的关系和矛盾,维持市场秩序,利用市场机制发展经济,直接目标是促进实现有效竞争。企业在处理与国家的关系上主要是在遵循国家政策法律的前提下,注意研究国家的新政策,特别是产业政策,从而制定有利于本企业生存和发展的策略。同时还要不断地调整企业内部结构,运用企业机制不断适应国家出现的管理新方式、新政策。企业还应运用法律手段维护自己的合法权益,拒绝有关部门的不合理摊派和干预。

1.3 企业社会中的地位与作用

1.3.1 企业与社会的关系及其在社会中的地位

彼得·德鲁克(Peter F. Drucker)在谈到“企业是什么”这个问题时强调指出,企业的本质在自身之外,即在社会之中,企业是一个以满足社会需求为目的,把人们联合起来的社会机构。或者说,企业是一种社会组织,即人文组织,而不是一个单纯的经济组织。人文组织是任何行业不可或缺的,它是工业区别于工场手工业的重要特征,同时也是现代工业,尤其是大规模生产行业的基础和意义所在。事实上,企业不能独立于人而存在。人作为具有独立生命的能动主体,自有其存在意义。企业作为许多能动生命的集合体,必然带有某些不同于这其中每一个体的存在意义。这为企业在社会中的地位与作用做出了很好的诠释。

企业在本质上是一个作为植根于社会和社区而受到公众利益影响的“社会机构”。如果将企业组织作为一个社会机构来考察,那么企业一旦创立,就开始独立于其所有构成要素,表现出自身的整体特性,这是由企业作为复杂人文系统具有的“突现”(Emergence)性质所决定的。企业的存在是因为它能组成一种自发行动的社会团体,这种团体由组织原则加以结构化,而这种结构化不能还原到个人。随着社会历史的变迁,原来由群体和家庭执行的社会使命,有很大一部分已由现在的组织特别是由企业行使。因此,德鲁克认为,维系企业这样一个生产性单位的存续与统一对于社会而言,意义是深远的。

社会是一个有机整体,企业则是构成这个有机整体的单元。同时,企业又是一定社会中的企业,不能脱离社会而孤立地存在。企业与社会的这种关系,决定了它们之间的彼此相互作用、相互影响,同时又受到各自发展规律制约的对立统一关系。

其一,从企业与社会联系方面看,企业是社会的组成部分,企业活动是社会生产的基础层次和单位形式,社会的发展依赖于企业的发展壮大;同时,企业之所以不能孤立存在于社会,是因为企业还是一定生产关系的产物,企业中的劳动者是以一定的生产关系结合在一起的,这种关系要求企业必须在一定的生产关系的约束下对企业劳动者的利益负责,对企业劳动者的生存和发展承担责任,而这种责任正是企业社会责任的一种体现。

其二,从企业与社会区别来看,企业毕竟不等于社会,企业只是社会的一个层次,一种组织。企业发展的目标在于企业自身利益的最大化,诸如利润、利润率等;社会发展目标则在于社会成员共同利益的提高,诸如整个社会的生活质量的提高、生活环境及个人的发展条件的改善等。然而,企业的活动是以社会为背景的,因而,企业的利益就不能不受社会利益的约束,企业的目标就不能不受社会目标的约束,这种约束使得企业利益、企业目标在某种程度上要服从于社会利益和社会目标。此外,企业活动的经济外部性质所导致的负效应,如环境污染、资源开发等公害,其实质是将企业成本的一部分转嫁到社会,并对社会生活的质量和可持续发展产生现实的和未来的负面影响,这种企业利益和社会利益的冲突客观上要求企业以承担在环境、资源方面的责任的形式服从社会目标。

其三,从社会整体运行角度看,社会是按一定的组织形式建立起来的,对社会的组织与管理是社会运行的客观需要。从这个意义上讲,企业作为社会生产的基本组织形式和基础层次,也必须在分担社会运行成本方面承担责任。

1.3.2 企业在社会中的责任与作用

从社会学的角度来说,企业是一个基本的社会组织,企业作为一种经济组织是人类社会最基本、最普遍的社会组织,担负着为人们提供衣食住行和休闲娱乐等物质生活资料的任务,履行社会的经济功能。因此,企业的管理影响着整个社会的运行。

企业运行在一定的社会环境中。为了实现目标和完成任务,企业必须创造一个适合其生存、发展的和谐的社会环境。但这必须以维护社会、公众利益作为自己最高的价值标准,追求公众利益与企业利益的和谐一致,强调企业与社会,公众利益一致性下的发展。这样就会为企业营造一个和谐融洽的社会环境,也促使整个社会形成和谐安定、协调有序的良好氛围。所以,对企业进行有效的管理,能为我们创造一个和谐的社会环境。

无论是从企业经济行为本身,还是从更大的社会系统范围来看,企业在社会中的作用主要表

现为承担一定的社会责任。企业作为一个经济实体,其“经济人”的角色决定了它必须追求利润,实现企业价值最大化。但是,企业的价值最大化并不等同于利润最大化,而是在实现利润最大化的过程中,取得企业品牌、美誉度、社会形象等的最大化。这就需要企业主动承担相应的社会责任,也即由“经济人”向“社会人”转变。所以,企业所扮演的角色既是一个“经济人”,同时也是“社会人”。

企业来自社会,也必须回馈社会,这是一种新形势下的社企关系。企业效益不等于社会效益,局部利益不等于全局利益。而企业的生死存亡,发展壮大或被淘汰出局,都要由社会来承接。更主要的是,企业是社会的细胞,离开社会资源,企业的发展就成了无源之水、无本之木,没有一个好的环境,企业也难以生存。因此,企业与社会是共荣的关系,市场经济下的企业与社会甚至有着更密切的关系,而不是变得相对疏远。

此外,企业的社会责任意识也关系到整体社会经济运行成本的高低。企业承担必要的社会责任,尽管会付出一定的成本,可能会影响到自身的盈利,但它的服务却降低了整个社会的经济运行成本,服务了社会。从这一点上来说,它的社会效益是巨大的。

由此可见,社会责任的承担,对企业而言是“一本万利”。同时,承担社会责任,又会向社会证明自身的社会责任感,证明自己能够在经营活动中把公共利益和社会整体利益放在重要的位置,从而带来社会公众的认同。而且,企业主动承担社会责任也是展示自身实力的绝佳手段,能够为企业创造良好的外部氛围。因此,企业不仅要学会怎样赚钱,还要学习如何花钱,即取之于社会,用之于社会。企业积极主动承担相应责任,是其进步、文明的标志,可以赢得公众信赖,不断做大做强。因此,自觉履行社会责任,既是社会的客观要求,也是企业自身发展的需要。

下面就企业对投资者、消费者、企业职工、债权人、政府和社会所具有的责任分别进行阐述:

(1) 企业对投资者具有社会责任。这是企业最基本的社会职责。企业的这种社会责任就是为投资者提供较高的利润和企业资产的保值与增值,以确保投资者在企业中的利益。

(2) 企业对消费者具有社会责任。就是要对消费者履行在产品质量或服务质量的承诺,保证提供优质产品和满意的服务,不得欺诈消费者和牟取暴利。

(3) 企业对企业职工具有社会责任。这种社会责任要求企业对企业职工的安全、福利、教育等方面承担义务。

(4) 企业对债权人具有社会责任。就是要按照债务合同的要求,按期保数地还本付息,为债权人提供借贷安全。

(5) 企业对政府具有社会责任。这要求企业按照政府有关法律、法规的规定,照章纳税和承担政府规定的其他责任义务,并接受政府的依法干预和监督,不得逃税、偷税、漏税和非法避税。

(6) 企业对社会具有责任。主要指的是企业对社会慈善事业、社会公益事业以及社会、环境可持续发展方面的责任。

1.3.3 企业在社会中责任的评论

在计划经济体制下,企业没有自主权。其结果是,一方面企业发挥着大量的本应属于政府或社会的作用,如企业办学校、企业办医院、企业安置离退休职工等;另一方面,企业对本应由企业发挥的社会作用,又没有很好地担负起来,如企业的盈利目标和资产的保值增值目标。随着市场经济体制的逐步建立,上述情况虽有所好转,但是企业在社会中的作用又出现了新的更复杂的

问题。针对投资者、债权人、消费者、企业职工、政府的社会责任,虽然目标较为明确,但是有的企业为了自身的利益,侵吞投资者资产、拖欠债款、销售假冒伪劣商品、损害职工福利、偷税漏税等逃避社会责任的现象仍时有发生。而对社会,诸如慈善捐助、安置职工就业、保护生态环境等自愿性社会责任则有所弱化。国内外的经验表明,企业经营和发展必然要受到社会因素的影响和制约,与社会发展、社区建设相适应已成为现代企业成功的重要因素。

专栏 1-1

企业社会责任的体现

污染、矿难、毒粉丝、毒奶粉、特氟龙、苏丹红、石蜡油……这些频频出现、触目惊心的字眼使人们对“企业社会责任”、提高企业“公民责任”的呼声日益高涨。2007年5月在北京召开的《财富》全球论坛上,商务部研究院跨国公司研究中心主任王志乐说,就中国的本地公司而言,部分企业的社会责任意识不强,仍然处在“股东利益最大化”的层面。王志乐认为,一个企业大致会经历三个发展阶段:纯粹赚钱、追求规模与“企业公民”时期。

企业对社会责任的缺失,主要原因有以下三个方面:一是在认识上对企业的社会责任较为模糊,将企业的社会责任视为企业之外的事情,以为企业承担社会责任就是企业利用业余时间为企业外尽一些公益义务。二是只看到企业社会责任给企业造成社会成本的负担,而没有看到企业社会责任给企业提供的发展机会,于是将企业的社会责任推向政府、推向社会。而在经济体制还不完善、社会保障体系并未健全的情况下,其结果是造成企业社会责任的“真空状态”,企业政府两不管。三是有些企业只是追求自身的经济利益,这种经济学上的“失德行为”,其结果是逃避社会责任,损害投资者、消费者、企业职工、债权人、政府和社会的利益。

要解决目前企业社会责任中存在的问题,应在澄清关于企业社会责任模糊认识,增强企业承担社会责任意识的前提下,建立起企业社会责任的约束和监督机制。第一,要明确以政府为企业社会责任的约束和监督机制的基础层次。要求政府从维护社会利益和保证社会运转的需要出发,以社会公众利益代表和社会公共管理的身份,以国家立法的形式和行使政府权力的形式,建立规范的企业社会责任的法律、法规约束体系,并强化执法力度。这一层次的约束是形成企业社会责任的约束和监督机制的基本前提和保证。国际标准化组织(ISO)从2001年开始着手进行社会责任国际标准的可行性研究和论证,并专门成立了社会责任顾问组。2004年6月最终决定开发一个适用于包括政府在内的所有社会组织的“社会责任”国际标准化组织指南标准,由54个国家和24个国际组织共同参与制定,编号为ISO26000,2010年11月1日,国际标准化组织(ISO)在瑞士日内瓦国际会议中心举办了社会责任指南标准(ISO26000)的发布仪式,该标准正式出台。该标准的诞生将会在更大范围更高层次的意义上推动全球社会责任运动的发展,并将获得各类组织的响应与采纳。第二,企业应从自身的长远生存和发展考虑,在社会中树立良好的企业形象,提高承担社会责任的意识,强化企业自律精神,并从经济和组织形式上,保证社会责任的具体落实。第三,要加强社会对企业承担社会责任的监督,充分发挥舆论媒介、消费者协会和工会等社会团体的作用,形成多层次、多渠道的监督体系,以促成企业承担社会责任的社会环境。

总之,企业社会责任的约束和监督机制是以政府、企业、社会三者合理的关系为基础,由法律强制、行政干预、经济调控、企业自律和社会监督等方式相结合而形成的一套多层次的约束和监督机制体系。