

企 业 文 化 精 品 丛 书

陈 解 编著

企 业

与法律环境



清华大学出版社

企业文化精品丛书

企业与法律环境

陈 解 编著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书着重讲述与企业的经济活动最相关的一些法律,不拘泥于法律条文,而主要阐释其中的法理或寓意。重点介绍,企业法、合同法、代理法和破产法等涉及企业经营最重要的法律,同时,对诉讼法、票据法和其他的相关法律也给予相应的介绍。对于涉外经营的企业,国际私法和国际经济法也是很重要的,本书在相关论述时有所涉及。

本书适合于企业管理人员、大专院校相关专业学生阅读参考。

版权所有,翻印必究。

本书封面贴有清华大学出版社激光防伪标签,无标签者不得销售。

图书在版编目(CIP)数据

企业与法律环境/陈解编著. —北京:清华大学出版社,2004.4

(企业文化精品丛书)

ISBN 7-302-08112-3

I. 企… II. 陈… III. 企业法—基本知识—中国 IV. D922.291.91

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 011185 号

出 版 者:清华大学出版社

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

社总机:010-62770175

地 址:北京清华大学学研大厦

邮 编:100084

客户服务:010-62776969

责任编辑:徐学军

封面设计:扣 西

印 刷 者:北京四季青印刷厂

装 订 者:三河市金元装订厂

发 行 者:新华书店总店北京发行所

开 本:160×230 印张:20.5 字数:376 千字

版 次:2004 年 4 月第 1 版 2004 年 4 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-302-08112-3 F·744

印 数:1~5000

定 价:33.00 元

本书如存在文字不清、漏印以及缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010) 62770175-3103 或 (010) 62795704

企业文化精品丛书

编委会

顾问 于光远 黎 明

主编 罗长海 林 坚

编委	王 洪	王宏家	王耀德	毛世英	左美云
	有 非	刘戟锋	李 进	李笑天	李建军
	严莉莉	陆道生	罗长海	林 坚	杨 杜
	杨爱华	胡茂元	施蔷生	徐正初	徐 刚
	徐学军	徐治立	高洪深	莫 臻	曾华锋

总 序

21 世纪的起始阶段，是生产力成果“阳光普照”的阶段。“楼上楼下，电灯电话，遍及山村渔港”；“卧室客厅厨房，空调彩电冰箱，已是万家百姓寻常”。人们刚用上“掌上电话（手机）”，就看到了“掌上电脑”的曙光。生物工程提供了丰衣足食的保障，转基因药物给绝症患者带来了生命的希望。社会生产力的发展，是人类幸福之源；时代精神的发展，是人类进步的导向。

科学技术是第一生产力，现代企业则是把科技甘泉引入寻常家庭的宽阔导流渠。没有电力企业，没有家电企业，没有 IT 企业，没有生化企业……便没有今天每家每户随处可见的具有科技含量的家用电器、通信工具、个人电脑、保健食品，等等。有了企业的生产经营活动，科学技术就不仅仅是表现为深奥玄妙的麦克斯韦电磁理论、薛定谔量子力学方程、爱因斯坦狭义与广义相对论、沃森-克里克 DND 双螺旋结构模型，也不仅仅是表现为设计十分完美的巴贝奇差分机、很有理论深度的图灵机，而是具体表现为给人们带来实惠的产品和服务。

企业作为社会生产力的最终承担者，一方面在全社会享有很高的声誉和评价，另一方面也面临着巨大的压力。因为企业的一切活动，都受到“优胜劣汰”这个市场竞争规律的支配。任何一个企业，如果能够看准大众所需要的产品和服务是什么，又能够用科技手段把这类产品和服务“优质”地生产出来，源源不断地供应给社会，而且体现了先进文化的发展方向，那么这个企业就是一个优质企业，就能够在竞争中赢得市场，获取回报，大获全胜，促进社会文明的发展。相反，如果一个企业看走了眼，把大众需要什么看错了，或者没有能力提供社会所需要的优质产品和服务，或者坚持保守、落后的“文化”，那么这个企业就是一个劣质企业，就没有市场，没有利润，就必然失败，被淘汰出局。

随着现代科学技术发展速度的加快，企业之间的相互竞争越来越激烈。任何一项最新的科技成果，企业只有最先、最全面、最透彻地掌握了它，才能抓住机遇；如果不能掌握它，那就会遇到威胁；虽然能够掌握它，却掌握

得慢了一步、或者掌握得不全不透，那就将处于前途未卜的提心吊胆状态之中。企业作为生产力的最终承担者，必须有永不停留地紧紧追赶第一生产力的精神和实际行动！“你不能休息，否则你就永远休息。”这既是企业家发自内心的感叹，也是真正卓越的企业家的行动座右铭。

企业是实现生产力的承担者，是市场经济的主体，是改变世界、优化社会的根本力量。把企业办好，不仅是企业家及其所率全体员工的事，也应该是全社会的事。事实上，无论在哪个国家，政府、大学、研究院（所）……都非常关注企业的发展。我们这套《企业文化精品丛书》的作者，主要来自理论学术界，多年来一直在关注、研究企业的状况和发展，一直在探索企业文化的前进方向和轨迹。我们是怀着对在复杂多变的市场竞争中摸爬滚打、奋斗不息的企业家及其所率全体员工的崇高敬意，是抱着为搞好中国企业文化建设、为增强企业的持续竞争力贡献一份力量的强烈情感，是带着为企业管理的教学和研究提供多角度的参考资料的责任感，而细心梳理企业发展的来龙去脉，认真总结企业兴衰成败的经验教训，系统考察企业文化及相关问题，努力揭示企业文明竞争取胜的客观规律，辩证把握企业与各方面的关系，进而撰写这套书的。这份感情，是我们推出丛书的心理根基。

企业作为生产力的最终承担者，其开展的种种活动本质上属于经济活动，这是没有疑义的。但企业的经济活动要能在市场竞争中形成优势、取得成功，就必须有经济之外的支撑点或立足点。在大约 300 多年的近现代企业发展史上，确实有过主要立足于政治上先进而使企业取胜的阶段，也有过主要立足于军事上强大而使企业取胜的阶段。但这样的阶段已经成为过去。现在是和平与发展的时代，企业只有主要立足于文化上优秀、战略上领先，才有可能在复杂多变的市场竞争中赢得优势，取得胜利。企业文化是时代的召唤，我们的《企业文化精品丛书》正是应召而为，应运而生。

马克思主义认为，经济是基础，政治、军事、文化是建立在经济基础之上的上层建筑，经济基础决定上层建筑，但上层建筑对经济基础有着不容忽视的巨大反作用。企业经济活动寻求经济之外的支撑点，实质上就是要充分发挥上层建筑对经济基础的积极的反作用。政治、军事、文化对经济发展所起的作用，虽然从总体上来说，都属于上层建筑对经济基础的反作用，但这三者的内容、表现和本质迥然不同。先进政治的内容、表现和本质，就是能够战胜和改革阻碍生产力发展的体制。军事强大的内容、表现和本质，就是能够战胜和消灭敌人。而优秀文化或先进文化的内容、表现和实质，则是体现时代精神，能够战胜自己，超越自我，持续发展。

在今天这个和平与发展为主导的时代的市场竞争中，如果想要避免被淘

汰出局，企业基本上不必预防被政治剥夺，基本上不必预防被军事侵吞，而是必须预防自己在文化上的落后。在今天的市场竞争中，如果想要成功取胜，企业不应该指望政府来告诉你该采取什么样的所有制形式、该生产什么样的产品、该采取何种经营战略，更不应该指望依靠军事力量押运来大量廉价的原料和劳动力，依靠这类“指望”来竞争取胜的时代已经过去了。在立足于文化先进而取胜的市场竞争阶段，企业应该依靠善于学习、战胜自己、超越自我来竞争取胜。中国许多企业有着悠久的历史传统文化，孕育形成了振奋向上的企业精神，企业如同有了核动力而持续发展壮大；许多新兴企业吸收了中外优秀文化的精华，在发展过程中“有所创造，有所发明”，形成了独具特色的企业文化，呈现出蓬勃发展向上的好势头；但也有一些企业，由于受传统落后“文化”惯性的制约，而走入了死胡同。事实证明，能否建设先进的、恰当的企业文化，具有决定企业生死存亡的重要意义。

我们这套丛书的选题，就是围绕企业如何战胜自己、建设先进的企业文化而展开的。具体来说，就是要论证和说明：一个公司或组织，应该如何构建符合社会发展方向的、具有自身特色的、先进的企业文化（《企业文化要义》、《企业文化建设个案评析》），如何优化自己的企业形象（《企业形象原理》），如何适应知识经济时代的要求进行管理（《企业知识管理》），如何锤炼自己为社会和为大众服务的精神、形成定位准确的企业理念（《企业服务哲学》），如何转变观念并建立先进的企业价值观念体系（《企业价值观精论》），如何升华自身的伦理道德境界（《信用时代的企业伦理》），如何与时俱进、不断创新（《企业创新之路》、《企业文化与技术创新》、《企业文化与制度创新》），如何提高自身的心理素质（《企业与心理》），如何紧紧追随第一生产力进入网络信息时代（《企业与网络》），如何遵守法律并运用法律来保护自己（《企业与法律环境》），等。

这套丛书，我们筹划已久。早在 20 世纪 90 年代前半期，就提出过设想和方案。或许过于超前，或许缺乏认同，当时并没有成功。但有关论题，却一直在有关作者的研究视野和思考酝酿之中。随着我国“建立社会主义市场经济”这一改革目标的逐步落实，企业文化越来越受到我国各种公司、组织及管理学界的重视。一种共识已经形成：没有先进的企业文化，公司、组织便无法竞争取胜；不懂企业文化的管理者，肯定不是一个优秀的管理者，也不能称为一个合格的企业家；如果职工不关心企业文化，公司、组织就不会有光辉灿烂的未来；不学企业文化的学生，就不能算是企业管理及相关专业的合格的学生。这些年里，关于企业文化的书陆续出了不少，企业文化建设实践也取得了一定成绩。在这个大背景下，我们重新提出了出版一套《企业

文化精品丛书》的构想，在选题方向上有所拓展，所幸得到了清华大学出版社的大力支持。十年向往，终成现实！

十年磨一剑，冒昧称精品；不敢自得意，还望多批评！

我们理解的丛书精品，应该是“容易懂，耐咀嚼，出新意，能实行”。所以，如果丛书的作者不能厚积而薄发、深入而浅出，故弄玄虚，使人难以搞懂，请业界读者尖锐批评；如果丛书作者写出来的文字，索然无味，不耐看，经不起推敲，一驳即倒，请尖锐批评；如果丛书作者所持的观念，毫无新意，全是照抄照搬别人的东西，请尖锐批评；如果丛书作者提出的见解，不能实行，不能检验，完全“空对空”，请尖锐批评！我们视批评为厚爱。我们一定不辜负来自任何方面的批评，战胜自己，超越自我，继续前进！

罗长海 林坚

2004年3月16日

前 言

企业文化建设离不开正当的法治精神、强烈的法律观念、良好的法律环境和完善的法律制度。

法治文化是企业文化的重要方面，企业文化精神包含法治精神。注重公平诚信，坚持守法经营，并有效地运用法律维护企业的权益，减少企业的损失，是企业文化的应有之义。

市场经济是法治经济。依法治国，营造良好的法律环境和法律氛围，是经济发展的客观需要，也是社会文明进步的重要标志，更是企业改革和发展的基本保障。企业的经营活动必须以法律为基础，企业应该全面地掌握法律，特别是与企业相关的经济法律如《公司法》、《合同法》等。政府和社会必须为企业经营活动提供良好的法律环境。

法律环境对企业生产经营活动的影响具有如下特点：一是直接性，即国家法律环境直接影响着企业的经营状况；二是难预测性，对于企业来说，很难预测国家政治法律环境的变化趋势；三是不可逆转性，法律环境因素一旦影响到企业，就会使企业发生十分迅速和明显的变化，而这一变化企业是驾驭不了的。客观地讲，我国目前为企业活动提供的法律环境并不能令人满意。其一，我国相应的经济法律体系还不健全，一些与社会主义市场经济体制相适应的法律尚未出台。其二，政府部门还习惯于对企业的具体经营活动横加干预。其三，我国很多企业缺乏依法经营和依法维护自身合法权益的意识和能力。

在发达的市场经济国家，没有庞大的行政管理机构，经济关系和经济活动主要是通过一系列法律来规范和调整的。由于法律文本浩如烟海，法律关系错综复杂，了解并熟悉企业的法律环境，对于企业的各种经济活动既是十分重要的，也很不容易。面对复杂的法律环境和激烈的市场竞争，在美国，许多企业是今天开业，明天就关门，企业的平均寿命仅为6年。不过，在美国，靠白手起家，在几年之内成为亿万富翁的也大有人在。美籍华人王安博士，从600美元创业，几年之内即具有上亿美元资产，20年后，其企业资产达30多亿美元。但是，他的公司在他去世后不到两年就破产了。当然，

像洛克菲勒家族企业那样的常青树也不少。为什么不同企业的命运如此不同呢？我们可以从中国古代“庖丁解牛”的故事得到启示。文惠君从庖丁解牛的故事中悟出了养生之道，那么，企业家从中可以悟出什么道理呢？其实，人世的错综复杂与牛身的复杂结构有异曲同工之妙。没有摸清道理的人，在世上横冲直闯，只会徒然地损耗形神；相反，摸清了道理并按道行事的人则可以顺心如意，立于不败之地。对于企业来说，经营管理或在市场上运作，就好比庖丁解牛。法律之于市场，恰似骨架之于牛身。如果摸清了企业的法律环境，就不会与法律发生碰撞，也就不会出现“割”和“折”，而是游刃有余了。所以，实行依法治国，建设社会主义法治国家，保证我国企业生产经营活动的顺利进行，并且使企业成为历久不衰的常青树，关键是要深入地了解企业所需要的法律环境并共同努力为企业营造良好的法律环境。为此，要注意以下几点：

第一，要加快市场经济法律体系的建设，为企业平等参与市场竞争提供全面的法律依据。

随着社会主义市场经济的进一步发展和完善，我国企业面向市场的生产经营活动需要更多的法律支持和法律保护。随着经济全球化和中国加入世界贸易组织，我国企业参与国际经济活动的规模和范围在不断扩展，将不可避免地面对许多经济纠纷和法律问题。如果没有相应的法律保护，我们的企业将因失去法律依据而承担相当大的风险，国家也会因此蒙受损失。因此，国家必须加紧进行经济方面的立法工作，以适应市场经济深入发展和经济的全球化需要以及 WTO 规则的要求，保证我国企业在国内外经济活动中得到法律的支持和保护。

第二，政府要彻底转变职能，为企业面向市场的生产经营活动创造良好的法治环境。

在市场经济建设中，政府如何发挥宏观管理职能，始终是广大企业比较关心的问题。在市场经济条件下，政府应该更多的为企业的改革和发展提供政策、法律等方面的前提服务。比如，出台相应的法规，帮助企业解决政企不分、产权不明等关键问题，使其建立起真正的现代企业制度。同时，政府应让企业成为独立自主的法人和市场经济的主体，在国家法律和宏观政策的框架内自主经营。至于企业愿意和谁联合，委托谁代管或者买卖兼并等具体的经营问题，都应该让企业自己做主。政府对市场经济的行政管理和宏观调控也应通过法律手段来进行。

第三，企业要努力建设法治文化，完善企业法律顾问制度，提高自身依法经营的意识和能力。

我国企业面对市场经济转型和加入 WTO 的挑战，必须依靠法律来规避风险，因此必须注重企业法治文化建设，建立和完善法律顾问制度。企业法律顾问作为一种专门职业，早就受到国外企业的重视。近年来，我国政府一直在努力推进这项工作，出台了《企业法律顾问管理办法》，大多数企业都逐渐体会到了法律顾问的重要作用。企业法律顾问的职责侧重于法律咨询服务，但不是单纯为企业领导和业务部门解答法律问题，而是参与企业经营决策，为企业做好有关法律问题的防范工作，填补经营管理中的漏洞，防止或尽量减少易引发纠纷的因素出现。因此，引进和培养高素质的法律顾问是企业实现依法经营和自我保护的有效途径。

本书以企业法治文化建设为发端，着重讲述那些与企业的经济活动相关最紧密的法律，不拘泥于法律条文，而主要阐释其中的法理或寓意。一般地说，企业法、合同法、代理法和破产法等是涉及企业经营最重要的法律，本书重点涉及这些法律部门。同时，诉讼法、票据法和其他的相关法律也是比较重要的，本书对它们也给予相应的介绍。虽然对于涉外经营的企业，国际私法和国际经济法也是很重要的，但限于篇幅，本书没有专门谈及，只在相关论述时有所涉及。

目 录

第一章 法助企业矗立于天下

——企业法律制度的基本问题 1

第一节 企业与企业法 1

第二节 企业设立的法律制度 10

第三节 现代企业制度法治化 19

第四节 企业法律实务 24

第二章 财富生产需要契约精神

——企业与合同法 33

第一节 从君子协定到经济契约精神——合同法常识 33

第二节 从纸上谈兵到付诸实践——合同的订立与履行 40

第三节 处理合同的技巧——合同的变更、转让与合同的终止 56

第四节 合同使用的法律环境——解释、管理与责任 65

第三章 维系企业生命的法宝

——企业与产品质量法 79

第一节 产品质量及其法律 79

第二节 产品质量法律责任 86

第三节 产品质量法律义务 94

第四节 依法提高产品质量 98

第四章 商业社会无须事事躬亲

——企业与代理法 106

第一节 代理制度的兴起 106

第二节 代理面面观 111

第三节 代理合同与连带责任 120

第四节 对外贸易中的代理制 128

第五章 企业运转的润滑油

——企业与票据法 136

第一节 票据及其法律 136

第二节	汇票的使用程序·····	147
第三节	本票与支票的法律问题·····	157
第四节	企业使用票据的法律环境·····	161
第六章	企业及其产品的标志	
——	企业法与商标法·····	169
第一节	商标及其法律常识·····	169
第二节	商标使用法律问题·····	175
第三节	商标权利的法律保护·····	185
第四节	申请和保护商标的策略·····	190
第七章	企业经营切勿走入误区	
——	企业与反不正当竞争法·····	199
第一节	识别不正当竞争行为·····	199
第二节	商业诽谤及其法律责任·····	205
第三节	商业秘密及其法律保护·····	210
第四节	违法竞争应负法律责任·····	221
第八章	衰落企业的“安乐死”	
——	企业与破产法·····	228
第一节	破产法概述·····	228
第二节	企业破产的一般程序·····	236
第三节	企业破产实例分析·····	246
第九章	企业经营处处需讲法	
——	企业法律安全的周边事项·····	257
第一节	印章与发票的法律常识·····	257
第二节	依法使用证据解决纠纷·····	263
第三节	电子商务中的法律问题·····	271
第十章	法律快刀斩乱麻	
——	依法解决企业纠纷的程序·····	283
第一节	解决企业纠纷概述·····	283
第二节	经济诉讼的一般程序·····	290
第三节	解决企业纠纷策略·····	305
参考文献	·····	312
后 记	·····	314

第一章 法助企业矗立于天下

——企业法律制度的基本问题

企业究竟起源于什么时候？企业的生存和发展需要什么样的法律环境？

在公元前 18 世纪的《汉穆拉比法典》中，就有关于自由民和自由合伙的记载。我们知道，合伙企业是现代企业的一种形式，那么企业的历史就有近 4 000 年了。当然任何事物都是发展变化的，企业以及企业法律制度也是一样，我们现在的企业及企业法律制度与那时的企业及其法律制度也不一样，我们只是为了便于理解，借用现在的名词去说明过去的事。那么，《汉穆拉比法典》有关自由民合伙的规定，应该就是最早的企业法律制度了。除此之外，古希腊人把各方合伙人的全部财产投入合伙的称为“共同体”。罗马共和国末期以后，商品经济关系空前发达，罗马法中把合伙作为一种无需任何法定形式的诺成契约，罗马人常采取合伙的形式，经营奴隶、粮食、油店。另外，他们还以“船舶共有”的方式进行航海经商，船舶共有人须对受其委托的航海者在航海经商中所负的债务承担连带责任。除了合伙以外，独资经营在任何时代都有。至公元 17 世纪，随着公司的出现，现代企业制度开始发展并逐渐地成熟起来。

由此可见，企业法律制度是一个不断发展的过程，企业的法律形态也是一个不断发展的过程。而在这个过程中，就像人一刻也离不开空气一样，企业也一刻离不开法律，企业在其生命周期中的每一阶段都有其相应的法律环境。所以，可以说是“法助企业矗立于天下”。

第一节 企业与企业法

企业是一个开放系统，企业的生存和发展都离不开一定的法律环境条件。法律环境是指法律的内容及其实施对相关事物所形成的外部客观条件和基本氛围。与企业经营活动相关的法律，如公司法、反不正当竞争法、商标法等是企业开展经营活动的基本法律环境。法律是制约企业经营的重要外部条件，企业既要受到它的保护，又要受到它的限制，企业必须在法律规定的准则指导

下开展经营活动。特别是作为企业本身,它的成立、变更以及消亡,就更加离不开规范其自身的法律——企业法了。

一、企业的一般问题

(一) 企业的含义

纵观历史长河,企业随着社会发展而不断变化。欧洲文字中用以指称企业的单词“enterprise”早在中世纪就已出现,“enterprise”一词最初是指具有一定风险的工作,如海上运输,后来一般泛指艰巨、复杂或冒险性的事业。尽管这个词的原意与今天已大不相同,但它所强调的风险性却仍然隐含在现代企业的经营活动之中。汉语中“企业”一词则是近代从日文中引入的,《辞源》中将其解释为以营利为目的的组织。

企业是一个历史范畴,它是社会经济发展到一定历史阶段的产物,是现代社会化大生产和商品经济的产物。在以自然经济为主的奴隶社会和封建社会,是不会产生现代企业组织的。只有到了资本主义社会,由于生产力的巨大进步、商品经济的广泛发展,社会基本经济单位才发生了根本性的变化。适应了生产力的要求,在生产资料资本主义私有制的基础上,出现了大量的现代化的资本主义企业,这为资本家提供了不断榨取剩余价值、不断攫取高额利润的最有利、最有效的结构条件和生产场合。因此,在资本主义发展过程中,企业也得到不断更新和发展,由早期的单一独资企业,到合伙企业,到有限责任公司、股份公司,逐渐形成以公司为主的多种企业形式并存的经济格局。社会主义社会是以社会化大生产、以生产资料公有制为基础的,所以企业这种经济组织形式也必然大量存在着并不断地发展着。

由于各国的法律不同,对企业概念的理解也不尽相同,例如,在有的国家,企业与公司就是同义词。而在我国,企业的涵义要比公司广泛得多。一般而言,企业指在社会分工的条件下,依法设立,从事商品生产、流通或服务性经营活动,实行独立经济核算,以营利为目的的经济组织,如工厂、矿山、农场、铁路、航空公司、银行、贸易公司等。

(二) 企业的特征

(1) 企业是以营利为目的的。企业是以一定的生产和经营方式组成的,从事商品生产或商品经营以及提供劳务或服务的社会组织体,因此,营利是必然的。但以营利为目的仅仅限于生产经营领域,而不在于利益的归属和利润

的分配及用途。因此,“营利”的普遍概念应当是为销售而制造或购进商品,或者为获得金钱而提供劳务,并以利润多少为衡量效益的尺度。

(2) 从企业结构来看,企业是由物质部分——生产资料 and 人的部分——劳动者和经营者组成的,但并不是这两部分的简单相加,而是凭借一定的生产方式和经营方式成为不可分割的有机整体。至于企业财产的归属以及企业是否应该对这些财产享有所有权,这是因企业法律形态而异的问题。但企业财产的共性在于,它们都已脱离消费领域,置于一个经济实体的支配之下,而且筹集企业财产的目的与组建企业的宗旨是一致的。

(3) 从组织形式来看,企业的外延要比公司广泛。在我国,公司尚不是企业的主要形态,到目前为止,非公司形态的企业仍然为我国企业的一种组织形式。目前,在我国法律中明确规定的公司形式只是有限责任公司和股份有限公司。

(4) 企业是一种具有独立的民事主体地位的契约组织。像一些企业的分支机构,尽管它们具备人和物两大要素,并且是一个以营利为目的的关系性契约组织,但由于它们没有独立的民事主体地位,因而它们不是企业。而且,从企业存续的时间看,企业必须有明确的存续期限,或者虽无明确期限,但必须有法定的为法律认可的企业终止的原因和程序。

(5) 企业是依法设立的经济组织。企业作为社会的基本细胞,其行为对社会具有重大的影响。除了企业内部的利益关系外,企业与银行等债权人、与技术监督部门等国家机构、与消费者等客户、与同行业竞争者之间等等,存在着更多的各种复杂的关系,如果这些关系得不到恰当的处理,将会给社会造成极大的混乱。所以,国家对企业的设立有严格的法律要求。企业必须按照国家法律的规定设立,才能够取得从事生产经营活动的合法资格,得到国家相关法律的保护,享有其独立的企业权益,并承担其相应的义务。

(三) 企业制度

企业制度是指以产权制度为基础和核心的企业组织和管理制度。构成企业制度的基本内容有三个:一是企业的产权制度;二是企业的组织制度;三是企业的管理制度。

企业制度是一个内涵丰富、外延广泛的概念。它包含以下几个方面的含义:

(1) 从企业的产生来看,作为生产的基本经济组织形式,企业从诞生之初,就被作为一种基本制度即企业制度而确立下来。

(2) 从法律的角度看,企业制度属于企业经济形态的法律范畴,从世界各国的情况看,通常都是指业主制企业、合伙制企业和公司制企业三种基本法律

形式。

(3) 从社会资源配置的方式上看,企业制度是相对于市场制度和政府直接管理制度而言的。市场制度是指在市场处于完全竞争状态下,根据供求关系,以非人为地决定的价格作为信号配置资源的组织形式。政府直接管理制度是指国家采取直接的部门管理,用行政命令的方式,通过高度集中的计划配置资源的组织形式。

当市场交易成本小于企业组织成本时采用市场制度最好;反之,当市场交易成本大于企业组织成本时,采用企业制度则最好。由于政府直接管理制度不但要规定人们干什么还要规定怎样干,因此政府直接管理成本很高,在大多数情况下,政府直接管理是低效的。只有当政府直接管理成本既小于市场交易成本,又小于企业组织成本时,政府直接管理的资源配置方式才是有效率的。政府从直接管理转为间接管理,则有利于降低政府管理费用。因为,一般来说,政府直接管理的成本比较高,而政府间接管理的成本则相对较低,所以,企业制度的引入,作为市场制度和政府直接管理制度的一个中间层次,有利于降低政府的管理成本。

二、企业的类型

对企业进行分类,即是从不同的角度以不同的标准对企业进行划分,以从各个层面去理解和把握企业的特质与属性。下面仅对我国的企业加以分类。

(一) 按所有制性质分类

按所有制性质分类,企业可分为国有企业、集体企业、私营企业、混合企业。

国有企业又称为全民所有制企业,是指所有权为国家所有,依法登记注册,自主经营,自负盈亏,独立核算的生产经营组织。国有企业具有法人资格,以国家授予其经营管理的财产承担民事责任。国有企业财产属于国家所有,对国家负责,经营目标是确保国有资产保值增值。

集体企业即集体所有制企业,是指所有权属于人民群众集体所有,依法登记注册的生产经营组织。它目前我国主要分为农业中的集体所有制和工商业中的集体所有制,其中农业中的集体所有制现在主要是指家庭联产承包责任制。

私营企业是指生产资料属于私人所有,依法登记注册的生产经营性组织。私营企业的所有权由于属于私人企业主,其资金规模一般不大。