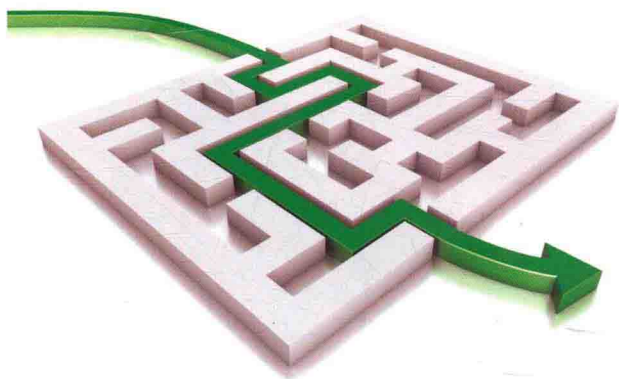




◎ 沈波 蒋新宁 肖立刚 主编 |

企业经营知识与实务

Enterprise Knowledge and Practice



当今，企业经营环境变得越来越复杂，企业之间的竞争也日趋激烈。要想在市场竞争中获得长期的竞争优势和持续稳定的发展，就必须有长远的、全局的、重大的经营目标，并对需要解决的问题进行思考。因此企业经营战略和决策问题比以往任何时候都更加重要。经营战略要求在环境分析、市场调研与预测的基础上制定战略目标，选择战略重点，制定实现战略目标的方针政策以及战略实施的规划，引导企业在激烈的竞争环境里取得长期稳定的发展。



东南大学出版社
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

企业经营知识与实务

主 编 沈 波 蒋新宁 肖立刚

副主编 (按姓氏笔画为序)

刘 杰	安娅燕	孙国楠
肖永红	吴晓晨	汪发成
汪红玲	张承祥	张春玲
周冬梅	胡丽君	



东南大学出版社

SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

• 南京 •

内容提要

《企业经营知识与实务》是高职高专院校工商管理专业的一门专业课,该课程的教学旨在让学生树立现代经营管理的基本理念,理解、掌握并学会运用现代企业经营管理的基本原理、实用知识和应用方法,使学生毕业后能够胜任从事商贸流通和服务类企业经营管理活动的需要。

教材兼顾高职教育和开放教育的教学特点,融合了工商管理系校企合作教材建设团队多年的教学经验和成果,在内容体系、结构和写作方法上力求做到内容新颖、选材得当、突出案例分析和工作中所最常用、最基本、最实务的经营管理知识与应用方法的学习。

教材分为“认识企业、了解经营”“经营环境分析与市场调研”“经营战略与决策”“经营策略”“经营业务管理”“企业的发展和融资、投资分析”“企业跨国经营”“CI与企业文化”“经营活动指标及应用”等九个学习单元内容。各单元编写均在前面提出了本单元学习目标与知识、能力、素质三方面的要求,在各单元末尾按照高职教学规律的要求,以“问一问”“读一读”“想一想”“练一练”“做一做”的形式对各单元重要知识点进行巩固练习,同时编入了与各单元内容紧密相关的思考案例,以便学生课后复习和进行技能训练。

本教材可作为高职高专工商管理、财经、贸易类各专业的教材,也可供开放教育、成人教育、企业培训以及中等职业学校管理类、贸易类各专业选用。

图书在版编目(CIP)数据

企业经营知识与实务/沈波,蒋新宁,肖立刚主编.

—南京:东南大学出版社,2017.9

ISBN 978-7-5641-7381-4

I. ①企… II. ①沈… ②蒋… ③肖… III. ①企业管理 IV. ①F272

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 196988 号

企业经营知识与实务

主 编 沈 波 蒋新宁 肖立刚

责任编辑 陈 跃 (025)83795627

出版发行 东南大学出版社

出 版 人 江建中

地 址 南京市四牌楼 2 号

邮 编 210096

销售电话 (025)83794121

网 址 <http://www.seupress.com>

电子邮箱 press@seupress.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 南京京新印刷有限公司

开 本 700 mm×1000 mm 1/16

印 张 25.5

字 数 587 千字

版 印 次 2017 年 9 月第 1 版 2017 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5641-7381-4

定 价 65.00 元

(凡因印装质量问题,请与我社营销部联系。电话:025-83791830)

前言

人类进入 21 世纪以来,新知识、新技术层出不穷,构成社会经济的基本细胞——企业已发生巨大的变化,全球化、信息化、市场化时代中的企业环境、企业文化、战略资源、组织结构、经营管理理念与方式、竞争手段与策略等也都正在发生着一场深刻的变革,从而使企业经营管理面临巨大的挑战。

《企业经营知识与实务》紧扣时代发展与变革的脉搏,比较全面和系统地概述了现代商贸、物流、连锁和各类服务类企业中基层管理和业务岗位在工作中最常用、最基本、最实务的经营管理知识与应用方法,目的是帮助高等职业院校工商管理及相关专业的学生能够系统地学习企业经营管理的基本知识与方法,了解企业目前经营管理的发展现状、问题,为今后职业生涯中从事商贸流通和服务类企业经营管理活动奠定知识和方法基础。为了更好地帮助高职学生学习与掌握企业经营管理的主要内容,本教材不仅在各单元开篇对学习目的与知识、能力、素质等提出要求,而且在各单元结尾按照高职教学规律的要求,以“问一问”“读一读”“想一想”“练一练”“做一做”的形式对各单元重要知识点进行巩固练习,同时编入了与各单元内容紧密相关的思考案例。

本教材共九单元,其基本结构是:第一单元认识企业、了解经营,作为经营管理的入门知识,主要对企业及经营方式、经营职能与经营机制、经营目标与经营计划等基本内容进行介绍;第二单元经营环境分析与市场调研,主要学习企业经营环境及其特点、宏观和微观环境分析的基本因素、经营机会与经营风险分析方法、市场调研与预测的实用方法等;第三单元经营战略与决策,主要让学生了解经营战略的基本理论、竞争战略、战略的评价方法和经营决策的方法;第四单元经营策略,主要学习企业市场营销组合、市场细分与目标市场选择以及产品、价格、促销、渠道等常用策略;第五单元经营业务管理,主要针对



商贸连锁和物流企业中基层业务岗位必备的采购、销售、运输、储存管理知识与方法进行学习介绍;第六单元企业的发展和融资、投资分析,主要学习企业的发展及方式、融资及成本分析、投资决策与风险分析等基本方法;第七单元企业跨国经营,主要对跨国经营的基本知识和跨国经营方式及组织与控制做了简明介绍;第八单元 CI 与企业文化,则对 CI 及功能、CI 与企业文化等知识内容进行基本学习;第九单元经营活动指标及应用,主要对企业经营过程中常用的经营活动的基本指标及应用与分析做了概要介绍。

本教材编写,力求突出以下特点:

(1) 强调基础性、实用性。根据高职学生的培养目标,在内容选择上,力求突出经营管理基本原理、实用方法等基础知识的介绍。

(2) 突出实践性和经营管理技能的培养。本教材各单元都配备与学习内容相关的师生互动问答、案例分析、练习题和应用操作题,同时各学习单元设置若干企业经营专题栏目,以增加学生知识面和经营管理实践的视野,以启发学生的学习兴趣和对自己效果的自我检验和实际应用。

(3) 力求生动、精炼、通俗、简明。本教材编写在内容选择上、叙述方式上以及图表或案例应用上都力求删繁就简、生动活泼,以使经营管理的概念、性质、特点、功能、方法等变得尽可能生动、易于理解与接受。

(4) 紧随时代发展的步伐,本教材大量吸收了 20 世纪 90 年代至 21 世纪以来经营管理发展与变革的新思路、新理论和新方法,反映该领域中最新理论与实践。

本教材由南京城市职业学院工商管理系教学团队与行业专家、企业专家合作编写,以原有教材《企业经营管理概论》为基础并参考了大量经营管理理论相关的著述、教材和期刊文章(见附录参考文献),教材各单元中所使用的案例和大部分专栏阅读文章主要引自参与教材编写教师的备课教案与笔记,其取材溯源于网页,它们主要包括:中国企业网 <http://www.qiye.gov.cn/>; 中国企业管理咨询网 <http://www.consulting-china.cn/>; 管理资源网 <http://www.m448.com/>; 聪慧网企业管理 <http://www.ceo.hc360.com/>; 世界经理人 <http://www.ceconline.com/>; 搜狗百科 <http://baike.sogou.com/> 等。本教

材编写人员分工如下:第一、二、三单元由沈波、肖立刚、蒋新宁、孙国楠编写;第四单元由肖永红、刘杰编写;第五单元由吴晓晨、周冬梅编写;第六单元由汪红玲、蒋新宁编写;第七单元由汪发成编写;第八单元由张春玲、胡丽君编写;第九单元由汪红玲编写,南京现代服务业联合会常务副会长张承祥和南京物流行业协会秘书长安娅燕等行业和企业专家也对教材结构、内容和部分案例做了补充和修改。最后由沈波、蒋新宁、肖立刚进行统纂定稿。

总体来说,本教材展现了当代企业经营管理发展趋势,把知识性、实用性、实践性和操作性有机结合起来,是一本适合高职高专学生、开放教育、成人教育及培训教育学习经营管理理论知识和应用方法的教材。由于编者的水平有限,加之企业经营管理理论与实践在不断发展,书中难免存在不完善之处,恳请读者批评指正。

《企业经营知识与实务》编写组

二〇一七年九月

目 录

学习单元一 认识企业、了解经营	(1)
学习任务一 企业及经营方式	(2)
学习任务二 经营职能与经营机制	(18)
学习任务三 经营目标与经营计划	(31)
单元实训	(38)
问一问	(38)
读一读	(39)
想一想	(44)
练一练	(45)
做一做	(47)
学习单元二 经营环境分析与市场调研	(48)
学习任务一 经营环境	(49)
学习任务二 宏观环境分析的基本因素	(51)
学习任务三 微观环境分析的基本因素	(60)
学习任务四 经营机会与经营风险分析	(65)
学习任务五 市场调查	(69)
学习任务六 常用的市场预测方法	(80)
单元实训	(88)
问一问	(88)
读一读	(90)
想一想	(92)
练一练	(93)
做一做	(95)
实训单元三 经营战略与决策	(96)
学习任务一 经营战略概述	(97)
学习任务二 一般竞争战略	(108)



学习任务三 经营战略的评价方法	(112)
学习任务四 经营决策	(116)
单元实训	(128)
问一问	(128)
读一读	(129)
想一想	(132)
练一练	(141)
做一做	(143)
学习单元四 经营策略	(145)
学习任务一 市场营销组合	(146)
学习任务二 市场定位与目标市场	(150)
学习任务三 产品策略	(161)
学习任务四 价格策略	(174)
学习任务五 促销策略	(180)
学习任务六 渠道策略	(194)
单元实训	(202)
问一问	(202)
读一读	(204)
想一想	(206)
练一练	(212)
做一做	(214)
学习单元五 经营业务管理	(215)
学习任务一 商品采购	(216)
学习任务二 商品销售	(226)
学习任务三 商品运输管理	(245)
学习任务四 商品储存管理	(250)
单元实训	(258)
问一问	(258)
读一读	(259)
想一想	(262)
练一练	(265)
做一做	(266)

学习单元六 企业的发展和融资、投资分析	(267)
学习任务一 企业的发展及方式	(268)
学习任务二 融资及成本分析	(272)
学习任务三 投资决策与风险	(281)
单元实训	(295)
问一问	(295)
读一读	(296)
想一想	(300)
练一练	(302)
做一做	(304)
学习单元七 企业跨国经营	(305)
学习任务一 跨国经营的基本知识	(306)
学习任务二 跨国经营方式	(314)
学习任务三 跨国公司的组织与控制	(322)
单元实训	(335)
问一问	(335)
读一读	(337)
想一想	(340)
练一练	(342)
做一做	(343)
学习单元八 CI 与企业文化	(344)
学习任务一 CI 及功能	(345)
学习任务二 CI 与企业文化	(351)
单元实训	(359)
问一问	(359)
读一读	(360)
想一想	(362)
练一练	(363)
做一做	(364)
学习单元九 经营活动指标及应用	(366)
学习任务一 常用的经营活动的基本指标及应用	(367)



学习任务二 经营活动的效益指标及分析	(374)
单元实训	(385)
问一问	(385)
读一读	(386)
想一想	(388)
练一练	(391)
做一做	(394)
参考文献	(395)



学习单元一

认识企业、了解经营

人民邮电出版社



学习任务与目标

学习企业经营管理首先必须对企业及其经营管理的基本知识进行认识,本单元就是通过对企业、现代企业、企业组织、经营管理职能、经营机制、经营理念、经营计划、经营创新这些基本知识进行学习,使学生能够了解现代企业和经营管理知识的基本知识,为毕业后从事企业经营管理或个人创业发展奠定认知基础。



学习目标

一、知识目标

1. 了解企业的含义、特征、类型
2. 理解企业的经营方式
3. 熟悉企业经营理念
4. 理解经营与管理的关系

二、能力目标

1. 初步学会辨别不同公司的类型及特点
2. 能够运用基本经营知识来制定创业计划与目标

三、素质目标

1. 初步掌握判断经营机制是否健全的标准
2. 能够运用经营理念思考如何创业和职业发展规划





学习任务一 企业及经营方式



案例引入

联想控股有限公司

联想控股有限公司(以下简称“联想控股”)于1984年由中国科学院计算技术研究所投资20万元人民币,柳传志等11名科研人员创办。经过29年的发展,联想控股从单一IT领域,到多元化,到大型综合企业,历经三个跨越式成长阶段。2012年,联想控股综合营业额2266亿元,总资产1872亿元。目前,联想控股员工总数约为58000人(含国际员工8300人)。联想控股先后打造出联想集团(Lenovo)(HK0992)、神州数码(HK0861)、君联资本(原联想投资)、弘毅投资和融科智地等多个行业内领先的企业,并培养出多位领军人物和大批优秀人才。联想控股对企业机制体制有着深刻的理解,创造性地设计了公司治理结构,高度重视并充分发挥人的作用,为员工创造事业舞台,极大地激发了企业活力;同时,运用多年从事实业与投资所积累的对企业管理规律的认识、优秀的企业文化和良好的品牌声誉,正致力于打造出更多的卓越企业,实现产业报国的理想。

2010年,联想控股制定了中期发展战略:通过购建核心资产,实现跨越性增长,2014—2016年成为上市的控股公司。

为了实现中期战略目标,目前联想控股采用母子公司的组织结构,业务布局包括核心资产运营、资产管理、“联想之星”孵化器投资三大板块。其中,核心资产运营是联想控股实现中期战略目标的支柱业务,包括IT、房地产、消费与现代服务、化工新材料、现代农业等五大行业,它与资产管理板块(含君联资本、弘毅投资)、“联想之星”孵化器投资板块形成良好的互动。资产管理板块将持续创造现金流,为核心资产的运营和孵化器的投资提供资金保障;与此同时,资产管理还扮演了核心资产项目储备库的重要角色。

君联资本和弘毅投资分别成立于2001年和2003年,是联想控股旗下专事风险投资和股权投资及管理的成员企业,首期基金均来自联想控股。基于联想控股的根文化和多年积累的对企业管理规律的深刻认识,以及品牌、资金、资源等强有力的支持,君联资本和弘毅投资不断实践、创新,现已成为业内领先企业,不仅为投资人创造了优良的回报,还打造出了一支专业的投资和顾问团队。

1. 核心资产运营

核心资产运营是联想控股实现中期战略目标的支柱业务,通过战略投资的方式,在具备长期发展潜力的行业,投资或建立有远大目标的企业,搭建更有利的资源平



台,不断培育和提升企业竞争力,实现其更长远的发展,使之成为行业内领先的企业。目前成员企业包括:联想集团、融科智地、丰联集团、苏州星恒、增益供应链、安信颐和、神州租车、弘基企业、联合保险经纪、拉卡拉、正奇金融、联泓集团、佳沃集团等企业。

2. 资产管理

资产管理板块包括资金管理、基金投资、少数股权投资及投后管理、法务支持四大职能。资金管理职能包括公司总体融资和资金配备,以及母子公司日常资金管理;基金投资职能包括对旗下君联资本和弘毅投资及其他基金的投资和日常管理;少数股权投资职能为联想控股直接从事的财务性投资及投后管理工作;法务支持职能为联想控股各类业务的法律规范性提供专业支持。

3. “联想之星”孵化器投资

“联想之星”孵化器投资通过“创业培训、天使投资、开放平台”三位一体的创新模式,积极推动高科技成果产业化和早期科技企业的孵化,在科技成果转化的问题上寻求实质性突破,解决科技创业所面临的人才、资金、资源等困难。其中,创业培训包括“联想之星”创业 CEO 特训班(于 2008 年由中国科学院和联想控股共同发起)、区域短训班和“联想之星”创业大讲堂等多种形式;联想之星创业联盟则为结业后的学员提供持续和全方位的创业支持;天使投资首期基金 4 亿元人民币,以投资和专业增值服务助力初创期科技企业。

如今,联想控股已发展成为一家大型综合企业,经过 30 多年的不断实践、探索和总结,在四个方面取得了一定的突破:率先走出了一条具有中国特色的高科技产业化道路,不论是联想集团“贸—工—技”实践,还是联想控股后来开展的风险投资以及“联想之星”,都在积极推动中国科技企业的更大发展;成功实施了股份制改造,使员工成为企业的主人,为公司的长远发展奠定了坚实的基础,也为中国科研院所高科技企业的机制改革探索了一条道路。立足中国本土市场,在与国际 PC 巨头的竞争中一举胜出,带动了一大批民族 IT 企业的发展。之后,联想集团国际化的成功,为中国企业“走出去”树立了信心,积累了宝贵经验。总结出了以“管理三要素”为核心的企业管理的一般性规律,形成了联想的核心竞争力,培养出了一批领军人物。

30 多年来,联想控股始终为成为一家“值得信赖并受人尊重”的企业不懈努力:遵纪守法、照章纳税;提供高质量的就业机会,注重人才的培养和激励,为有能力的人提供广阔的事业发展舞台,打造优秀的企业文化;倡导良好的商业道德,在企业运营的多个层面持之以恒地践行社会责任;利用多年积累的资源与经验,扶助创业,助力更多的中小企业成长壮大,同时,也在支持教育、弘扬正气等方面进行了长期持续的关注与投入。联想控股坚信:“做好人、做好事、为社会做出好样子”的精神将会在联想人中代代相传。联想控股正在朝着愿景进发:以产业报国为己任,致力于成为一家值得信赖并受人尊重,在多个行业拥有领先企业,在世界范围内具有影响力的国际化控股公司。



【案例思考】通过联想控股的发展历程,谈谈你对企业的特征、功能、使命、任务的认识。

一、企业和现代企业

(一) 企业及特征

企业,是指商品经济中以盈利为目的,在市场上独立从事商品生产、流通、服务等经营活动的经济组织。企业是现代社会的一个经济细胞,它是生产社会化和商品经济的产物。企业具有以下特征:

(1) 经济性。企业是从事经济性活动的组织,这是企业的首要特性。作为企业,它或者从事商品生产,或者从事商品交换(流通),或者为社会公众、团体和个人提供服务,或者充当商品生产和流通的媒介。总之,通过商品生产、流通或服务,为消费者(个人或组织)提供使用价值,借以实现自己价值的活动,即为经济性,也可称之为商业性。

(2) 营利性。企业是从事经济性活动的组织,但并非一切从事经济性活动的组织都是企业。作为企业,还必须具有营利性。就是说,企业是为盈利而经营的经济组织。有些组织,虽然从事经济性活动,但如果不以营利为目的,就不能叫企业。这是区别企业组织和事业单位的主要依据。

(3) 独立性。企业实行独立核算、自主经营、自负盈亏,是独立的法人组织。企业不是行政机关的附属物,不隶属于行政部门领导。相应地,企业也没有行政官员和行政级别,企业的拓展也没有行政边界。

(二) 企业的产生、功能和使命

1. 企业的产生与发展

社会的生产力水平决定社会基本经济单位的组织形式。企业是社会生产力发展到一定水平的结果,是商品生产与商品交换的产物。社会的基本经济单位在经历了原始社会的氏族部落、奴隶社会的奴隶主庄园、封建社会的家庭和手工作坊等形式的演进后,在资本主义社会诞生了企业这种现代形式。

随着生产力的发展、社会的进步,企业形式也得到不断的发展与完善。企业的演进主要经历了三个阶段:

(1) 工场手工业时期

这是指从封建社会的家庭手工业到资本主义初期的工场手工业时期。16世纪至17世纪,一些西方国家的封建社会制度向资本主义制度转变,资本主义原始积累加快,大规模地剥夺农民的土地,使家庭手工业急剧瓦解,开始向资本主义工场制转变。工场手工业是企业的雏形。

(2) 工厂制时期

18世纪,西方各国相继开展了工业革命。大机器的普遍采用,为工厂制的建立奠定了基础。1771年,英国人理查德·阿克赖特(Richard Arkwright, 1732—1792)



在克隆福特创立了第一家棉纱工厂。19世纪三四十年代,工厂制度在英、德等国家普遍建立。工厂制的主要特性是:实行大规模的集中劳动;采用大机器提高效率生产;实行雇佣工人制度;劳动分工深化,生产走向社会化。工厂制的建立,标志着企业的真正诞生。

(3) 现代企业时期

19世纪末20世纪初,随着自由资本主义向垄断资本主义过渡,工厂自身发生了复杂而又深刻的变化;不断采用新技术,使生产迅速发展;生产规模不断扩大,竞争加剧,产生了大规模的垄断企业;经营权与所有权分离,形成职业化的管理阶层;普遍建立了科学的管理制度,形成了一系列科学管理理论,从而使企业走向成熟,成为现代企业。

2. 企业产生的制度分析

传统的企业理论从协作效益、规模经济等生产技术因素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。而科斯理论则从制度分析了企业的产生根源。

1937年,著名经济学家罗纳德·科斯(Ronald·Coase)在《企业的性质》一文中首次提出交易费用理论,该理论认为,市场和企业是两种不同的组织劳动分工的方式(即两种不同的“交易”方式),企业产生的原因是企业组织劳动分工的交易费用低于市场组织劳动分工的费用。所谓交易费用是指企业用于寻找交易对象、订立合同、执行交易、洽谈交易、监督交易等方面的费用与支出,主要由搜索成本、谈判成本、签约成本与监督成本构成。企业运用收购、兼并、重组等资本运营方式,可以将市场内部化,消除由于市场的不确定性所带来的风险,从而降低交易费用。总之,企业和市场是两种可以相互替代的资源配置组织机制,由于存在有限理性、机会主义、不确定性与小数目条件使得市场交易费用高昂。为节约交易费用,企业作为代替市场的新型交易形式应运而生。交易费用决定了企业的存在,企业采取不同的组织方式最终目的也是为了节约交易费用。企业出现的制度原因就是在于企业可以以低于市场交易的费用完成同样的交易活动,科斯的这一思想为产权理论奠定了坚实的基础。

企业“内部化”市场交易的同时产生额外的管理费用。当管理费用的增加与市场交易费用节省的数量相当时,企业的边界趋于平衡(不再增长扩大)。所以科斯的理论还说明了企业的边界,就是在企业内部组织一笔追加的交易费用刚好等于在市场上完成这笔交易的费用的地方,就是企业的边界所在。

3. 企业的功能与使命

企业的基本功能就是从事生产、流通和服务等经济活动,把社会的有限资源转换为满足社会需要的商品和服务,以实现企业的经济效益和企业的社会效益。

所谓企业使命是指企业在社会经济发展中所应担当的角色和责任。企业的使命是指企业的根本性质和存在的理由。任何企业都必须“服务社会,发展自己”,服务社会是企业发展自己的前提,发展自己是服务社会的结果。



(三) 现代企业特征

现代企业是建立在现代社会劳动分工的基础上,拥有现代企业制度、现代自然科学技术、现代经营科学技术的经济组织。作为现代企业,除了具有企业的一般特点外,还应具有下列几个基本特征。

1. 拥有现代企业制度

现代企业制度主要包括以下两个方面:

(1) 完善的企业法人制度

公司式企业按财产组织形式和所承担的法律标准来划分,可以为独资企业、合伙企业、股份制企业。

独资企业也称个人业主制企业,指业主一人出资兴办,财产完全归个人所有并由个人直接经营的企业。业主享有企业的全部经营所得,同时对企业的债务承担无限责任。这种企业不具有法人资格,在法律上为自然人企业或公司。

合伙企业,是指由两个或两个以上的个人共同出资兴办、共同经营的企业。合伙人按合伙协议享受企业的全部经营所得,并按合伙协议对企业债务承担无限责任。这种企业不具有法人资格,在法律上为自然人企业或公司。

股份制企业是由两个或两个以上的出资者以一定的形式共同投资、按照一定的法律程序组建、以盈利为目的的法人企业。作为现代企业,必然是法人企业。法人企业是赋予企业以法人资格的企业。企业法人是作为一个完全不依赖于它的投资者(出资者)而独立存在的实体,它占有和支配企业的全部财产,拥有企业产权,承担企业的债权和债务,能独立地同其他企业和个人发展各种经济关系。它像自然人一样,在法律上具有权力能力和行为能力,它能以本人的名义在银行开户借款,对外订立合同等。它的全部财产的所有权属于企业法人。

企业法人制度是指依照法律建立起来的、使其人格化并具有独立法人地位的企业制度。在这种制度下,股份制企业具有两个方面的特征:①企业是人格化的法人,具有法人地位,是独立的民事主体,自主地对外开展活动。②企业承担有限责任,即投资者(出资者)对企业以自己的投资额(出资额)为限承担责任。有限责任制度通常包括两层意义:一是企业以全部法人财产为限对其债务承担有限责任;二是,企业破产清算时,投资者(出资者)只以其投入企业的投资额(出资额)为限,对企业债务承担有限责任,不涉及出资者其他资产。

(2) 科学的企业经营制度

所谓科学的企业经营制度是在企业法人制度的基础上,根据科学经营原理而建立起来的规范的企业经营结构制度、规范的企业经营责权利制度及科学的企业决策、管理、监督、改善制度。因此,科学的企业经营制度包括以下三项内容。

① 规范的企业经营结构制度

规范的企业经营结构制度是指企业的各机构能形成有效的互相制衡和互相约束的机制。要形成规范的企业经营结构制度,必须满足以下两个要求:A. 企业所有



权和企业经营权相分离;B. 企业经营权与企业管理权相分离。只有在企业所有权和企业经营权、企业经营权和企业经营权真正分离的情况下,才能形成真正的企业所有者机构即企业最高权力机构(股东大会或股东代表大会)、企业经营者机构即企业决策机构和工作监督机构(董事会)、企业管理者机构即企业执行或管理机构(经理及经理委员会)及企业监督者机构即企业产权监督机构(监事会),并使这四个机构互相制衡和互相约束,从而达到有效地调节企业所有者、经营者、管理者、监督者之间的关系的目的是。

② 规范的企业责权利制度

规范的企业责权利制度是指企业的最高权力机构——股东大会或股东代表大会、企业经营(者)机构——董事会、企业的管理(者)机构——经理及经理委员会、企业的监督(者)机构——监事会的责、权、利清晰明确并且相互统一的制度。股东大会或股东代表大会享有企业最终决策权及产权监督权,承担最终决策和产权监督失误的责任,并享有最终决策权和产权监督成功带来的利益。一般来说,股东大会或股东代表大会的责权利就是股东的责权利。董事会拥有企业完整的经营权,主要是决策权和工作监督权,承担因经营失败所带来的责任并享受经营成功带来的利益。经理及经理委员会享有企业的管理权即执行或实施企业决策的权利,并承担因经营失败所带来的责任。监事会拥有专门的产权监督权,并承担因专门的产权监督失败而带来的责任,享有因专门的产权监督成功而带来的利益。

③ 科学的企业决策、管理、监督、改善制度

企业决策、管理、监督、改善制度是指人们在企业决策、企业管理、企业监督、企业改善过程中应遵循的规范或安排。一般来说,科学的企业决策、管理、监督、改善制度主要包括民主的企业决策制度、统一集中的管理制度、严格的企业监督制度、全员参与的企业管理制度等内容。

2. 拥有现代自然科学技术

自然科学技术在企业特别是现代企业中起着越来越重要的作用,它使企业的生产力和经济效益得到迅速提高。在现代企业中,先进的自然科学技术主要体现在这几个方面:①先进的生产工具及劳动工具;②先进的(生产)工艺技术;③高水平的自然科技人才。

3. 拥有现代经营管理水平

在现代企业,现代经营管理水平主要体现在以下几个方面:

(1) 拥有现代经营思想

经营思想是指经营意识、经营理念或观念。先进的经营思想是现代企业经营的灵魂。总体来说,现代经营思想包括人本思想、科学和民主决策思想、系统思想、创新思想等。

(2) 拥有现代经营人才

企业的成败主要取决于企业经营的成败,而企业经营的成败则取决于企业是否