

现代企业学

刘文
姚慧丽 编著

中国物资出版社

现代企业学

刘 文 编著
姚慧丽

中国物资出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代企业学/刘文,姚慧丽编著. —北京:中国物资出版社,
2003.9

ISBN 7-5047-1976-5

I. 现… II. ①刘… ②姚… III. 现代企业学—高等
学校—教材 IV. F239.0

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 062876 号

责任编辑:钱 瑛
装帧设计:水木时代

中国物资出版社出版发行

网址:<http://www.clph.cn>

社址:北京市西城区月坛北街 25 号

电话:(010)68589540 邮编:100834

全国新华书店经销

北京京丰印刷厂印刷

开本:787×960mm 1/16 印张:21.5 字数:386 千字

2003 年 9 月第 1 版 2003 年 9 月第 1 次印刷

书号:ISBN 7-5047-1976-5/F·0728

印数:0001—5000 册

定价:29.80 元

(图书出现印装质量问题,本社负责调换)

前 言

作为经济学与管理学两大学科在企业研究领域的交汇点,近年来现代企业学受到人们的广泛瞩目。这一理论主要侧重于解答如何认识现代企业、现代企业的本质是什么、现代企业如何管理和经营等等一些基本问题;对这些问题的分析和解答就构成了现代企业学的主要内容。

我国过去一直实行社会主义计划经济体制,对企业、特别是现代企业的本质、特征和作用以及企业的经营与管理方面存在着许多错误的认识。在计划经济时代,企业在生产经营的许多方面都没有自主权,企业内部权责不明,管理混乱,企业长期亏损也无人对此负责。这显然不是我们所说的现代企业。现代企业是建立在合理的产权制度基础之上的,实行经营权和所有权的分离,企业自主经营,自负盈亏,而且还是独立的法人实体。我们现在提出国有企业要建立现代企业制度,就是要求企业通过股份制改造等手段成为真正的现代企业,转变企业的经营机制,提高企业管理水平,以适应社会主义市场经济的发展。现代企业学就是研究现代企业的一些根本问题,有助于我们通过正确的途径去建立和完善现代企业。当然,现代企业学理论目前还处在探索阶段,还不十分成熟,我们编写这本《现代企业学》教材,只能说是一种尝试。

本书以高等院校管理工程专业、工商管理类专业学生为教学对象,全面系统地阐述了现代企业的特性、类型,西方现代企业理论的主要内容,对现代企业制度、发展企业集团、现代企业的组织机构、企业经营与管理等问题做了深入浅出的分析,同时也对企业仿生化研究的成果、企业伦理做了详细介绍,最后阐述了企业发展的新趋势。希望学生通过对现代企业理论的学习,不仅能够了解有关的企业理论和知识,而且能够运用所学理论来分析我国企业、特别是国有企业目前所存在的问题,思考解决之道,这也正是编著者编写这本教材的初衷之一。

本书的编著者是刘文、姚慧丽。其中第一、二、三、四、五、六、八、十一、十二章由刘文编写,第七、九、十章由姚慧丽编写。本书在编写过程中,编者参考了国内外大量文献著作,在此谨对这些文献资料的作者表示衷心的感谢。

由于编者水平有限,书中难免存在不当之处,欢迎有关专家教授和广大读者不吝批评指正,以便不断修订完善。

编著者

2003 年 9 月

目 录

第一章 企业概述	(1)
第一节 企业特征与企业目标.....	(1)
第二节 企业资产.....	(8)
第三节 企业系统结构	(13)
第四节 企业类型	(16)
第二章 企业的创立与调整	(26)
第一节 独立的经济组织	(26)
第二节 设立程序	(37)
第三节 合并与分立	(47)
第四节 整顿	(52)
第五节 解散	(54)
第三章 现代企业理论	(59)
第一节 交易成本理论	(59)
第二节 产权理论	(65)
第三节 委托—代理理论	(76)
第四节 企业家理论与管理者理论	(79)
第四章 现代企业制度	(82)
第一节 现代企业产生和发展的历史	(82)
第二节 现代企业制度的含义	(90)
第三节 现代企业制度的特征	(94)
第四节 现代企业制度的内容.....	(101)
第五章 公司形式及其领导机构	(106)
第一节 公司形式.....	(106)
第二节 公司领导机构的内容和设置.....	(114)
第三节 公司决策机构.....	(118)
第四节 公司执行机构.....	(133)

第五节 公司监督机构·····	(141)
第六章 企业管理 ·····	(145)
第一节 企业管理概念·····	(145)
第二节 企业管理职能与企业专业管理·····	(149)
第三节 现代企业管理的基本方法·····	(154)
第四节 企业组织结构设计·····	(163)
第五节 企业内部的组织职权·····	(172)
第六节 企业管理素质与企业文化·····	(176)
第七章 企业经营 ·····	(181)
第一节 企业经营机制·····	(181)
第二节 企业经营机制的类型·····	(188)
第三节 转换国有企业经营机制的途径·····	(191)
第四节 企业经营战略·····	(195)
第五节 企业核心能力·····	(209)
第八章 现代企业集团 ·····	(215)
第一节 企业联合的形式·····	(215)
第二节 企业兼并·····	(219)
第三节 我国企业集团发展的历史进程·····	(224)
第四节 企业集团的内部层次·····	(230)
第五节 企业集团的组织功能及战略作用·····	(233)
第九章 企业生命系统与企业成长 ·····	(238)
第一节 企业仿生化研究与企业生态思想·····	(238)
第二节 企业是生命型企业·····	(241)
第三节 企业生态系统与竞合思想·····	(244)
第四节 企业成长路径与成长模型·····	(253)
第十章 企业创新 ·····	(261)
第一节 企业的生命周期·····	(261)
第二节 企业技术创新·····	(271)
第三节 企业管理与市场创新·····	(279)
第十一章 企业伦理 ·····	(285)
第一节 企业伦理问题·····	(285)
第二节 不道德的企业行为表现·····	(287)

第三节	企业的社会责任.....	(294)
第四节	管理者道德问题.....	(298)
第五节	管理者道德行为的改善.....	(302)
第十二章	企业展望	(308)
第一节	知识经济时代.....	(308)
第二节	电子商务.....	(314)
第三节	企业组织结构的发展趋势.....	(318)
第四节	虚拟企业的出现.....	(323)
第五节	学习型组织.....	(329)
参考文献		(336)

第一章 企业概述

企业作为微观经济单位,从事生产、流通或服务性等经济活动,有着不同于社会其他组织的特征。同时,作为营利性组织,企业有其特定的目标,如谋求股东财富最大化等。从系统的角度看,企业包含着四个流程,构成了企业的系统结构,其功能是将输入转换为输出。企业有不同的类型,不同类型的企业的经营范围、运作特点也是有差异的。

第一节 企业特征与企业目标

一、企业的特征

(一)企业

企业是指从事生产、流通或服务性等经济活动,实行自主经营和独立经济核算,具有法人资格的基本经济单位。它是集合生产要素(土地、劳动力、资本和技术),并在利润动机和承担风险条件下,为社会提供产品和服务。企业包括工业、农业、商业、交通运输业、建筑业、金融业、服务业和其他一切从事生产经营活动的经济组织。

企业作为一个历史范畴,是人类社会一定历史时期的产物。它在工场和手工业条件下形成最初形态,是社会化大生产条件下商品经济发达的产物,是现代社会的经济细胞和国民经济的基本单位。马克思主义认为,企业是在分工和协作基础上产生的,企业的本质是进行商品生产和交换,获取剩余价值。交易成本学派认为,企业产生的原因是由于企业可以节约市场交易的费用,企业的本质是市场机制的替代物。

(二)现代企业

本书所讲的现代企业(Modern Enterprise),是指由一组领取薪水的高、中层经理人员所管理的、企业资产所有者和经营者相分离的多单位企业。现代企业是相对于传统企业(Classical Enterprise)而言的。传统企业是小规模的、由个人拥有和经营的单一单位的企业。现代企业的这个概念包含着两个

方面的含义:它由许多不同的营业单位所组成,且由各层级经理人员所管理。

现代企业包含着许多不同的营业单位,且每个单位都有自身健全的管理机构,实行独立核算,都是作为独立的企业而运转的。这些独立运转的营业单位,经营于不同地点,通常进行不同类型的经济活动,生产经营不同类型的产品和服务。现代企业这种多单位结构,最终发展成公司企业的事业部体制。由此分权的事业部型公司管理结构代替了集权的功能式单厂管理结构,最终奠定了近70年来公司企业管理的基本模式。在传统企业中,几乎所有的高层经理都是企业的所有者,他们不是合伙人就是主要股东,而现代企业是由各层级管理人员所管理。这些层级的管理人员分为高、中、基层,其中高、中层经理构成一个全新的企业家阶层,管理和协调各单位的工作。这种管理层级制使企业从传统的“企业主企业”演化为现代的“经理人员企业”。

(三)企业特征

企业作为微观经济单位,在不同社会制度下,它不仅具有不同的、特殊的社会特征,而且也具有共同的基本自然特征。如果舍去特殊的社会特征,就会发现它们具有以下共同的基本特征。

1. 商品性

首先,企业是劳动的产品,具有价值。企业的生产资料是劳动的产品,企业的商标、信誉、产品设计和质量以及管理等,是企业素质的无形资产,也是人们长期经营和劳动的结果。不同的劳动强度,不同的努力程度,不同的经营技能,可以使起点相同、外部条件相同的企业获得不同程度的发展,具有极不相同的生产能力和营利能力。劳动的这一属性使企业具有价值。其次,企业能满足社会的需要,对社会有用,具有使用价值。人们在创立、经营、使用企业的过程中,可以生产产品,提供服务,创造财富,获取利润。企业的这种有用性,使企业具有使用价值。再次,企业可以交换,具有交换价值。企业商品可以通过实际易手或者合同、契约的形式,实现整体式、分割式、分期式、观念式和三权分离等形式的交换。企业可以具有不同的创利能力,生产不同的产品,提供不同的服务,而它们在企业产权交易市场上却都可以表现为价格形态,用货币进行交换,具有交换价值。这是因为它们都是劳动的产品,具有价值,可以进行比较。企业的交换价值是企业价值的表现形式。所以,企业是价值和使用价值相统一的劳动产品,是集生产资料和劳动力于一体的特殊商品。

2. 营利性

现代企业作为商品生产经营者,是一种追求利润的营利性的经济组织。作为以营利为目的的经济组织,它不同于历史上的经济组织。历史上的经济组织,虽然也是一种社会经济组织,但是由于它们并不是从事商品生产和获取

利润,所以不是企业。同时,它也不同于文教、科研、卫生机构等事业单位以及党政机关和社会团体。这些单位不直接从事商品生产经营,不以营利为目的,因此,都不是企业。另外,以营利为目的的企业,可以是从事物质资料生产的,如工业企业、农业企业、建筑企业等,也可以是从事流通的,如批发企业、零售企业等,可以是从事金融业务的,如银行、保险公司等,也可以是从事其他服务行业的,如咨询企业、租赁企业等。企业作为经济组织,在生产和经营条件既定的情况下,总是力图达到总收益和总成本之间的差额。企业具有占有和创造财富、实现财富增值的能力,是社会基本经济单元,这也是企业存在的最基本条件。企业作为微观经济组织,其营利的合法性和合理性得到社会的普遍认同,并以此建立了评价企业的主要标准。

3. 增值性

一般商品的使用价值在消费和使用过程中会失掉,而企业商品则不同。从整个商品体看,它的价值和使用价值不仅不会丧失和减少,恰恰相反,它在经营和新旧资产的更替中,不断增大,生产能力和创利能力不断增强。企业商品的增值性是通过个别资本的积累来完成和体现的。在人类社会的发展过程中,当生产的发展出现了剩余产品以后,积累就成为社会生产发展的必然规律,扩大再生产就成为社会再生产的重要特征,剩余产品为积累提供了源泉。同时,积累和发展是企业的一项重要功能。为了使企业有更强的应变能力和竞争能力,能获得更多的利润和更有利的发展条件,也迫使企业具有积累冲动,在扩大再生产中,不断把更多的利润转化为新的生产要素。从实物形态看,企业旧有生产资料不断减少和报废,但从价值形态看,通过折旧基金形式又不断进行着固定资产更新和价值补偿,企业在经营和资产更新中不断把更多的利润转化为积累,不断投入更多的活劳动,使企业商品体形成一种内在的自身的增值。增值性是企业的重点。如果企业商品在使用和消费中出现管理不善、经营失当、掠夺式使用等行为,从而导致企业商品的增值功能萎缩又迟迟不能复苏,就会丧失其存在的条件,最终被兼并甚至破产。

4. 独立性

首先,独立核算。企业必须具有独立的资产、负债、基金;是责权利相结合的经济实体;能够进行独立、完整的会计核算;在银行开有独立户头,可以对外办理结算;能独立计算并考核盈亏和经济效益。其次,自负盈亏。企业作为商品生产经营者,遵循等价交换原则,按价值规律办事,改善经营,以收抵支,承担盈亏责任。企业的生存和发展,员工的收入和福利,都取决于企业的盈亏状况。独立核算,自负盈亏是市场经济条件下企业的重要特点,是提高企业经济效益和国民经济效益的手段。再次,自主经营。国民经济是一个极其复杂的

大系统,企业的条件千差万别,社会需求复杂多变,任何国家机关都不可能完全了解和迅速反馈这些信息。由国家直接经营各种企业,会不可避免地产生主观主义和官僚主义,压抑企业的生机和活力。作为企业,要独立核算,自负盈亏,必须自主经营,具有自主经营权。企业自主经营是企业实现自负盈亏、自我改造、自我发展,成为商品生产者、商品经营者的基本要求。

5. 效率性

企业既是效率的产物,而它的本质又在追求效率,企业是商品生产的物质承担者,也是商品价值的承担者。企业的效率状况决定着生产商品价值的高低。价值规律是调节商品生产的基本规律,而价值规律本身就是效率规律,这一规律在调节企业的生产经营过程中,本质上要求企业追求效率。因为,商品的价值量是由社会必要劳动时间决定的,某个企业生产商品的个别劳动时间如果高于社会必要劳动时间,该企业就不能获得利润甚至亏损。反之,就能获得利润甚至高额利润。企业要降低个别劳动时间,就必须提高劳动生产率。各个企业为了获得利润甚至高额利润,必然会设法提高劳动生产率,降低个别劳动时间。因此,效率是企业的生命。

二、企业目标

对于企业目标,一般有这样三种观点:一是利润最大化;二是股东财富最大化;三是利益的满足。在现实经济生活中,企业还可能以政治利益最大化、管理者个人报酬最大化、内部人报酬最大化、个人股东财富的最大化等为目标。

(一)利润最大化

有人认为,企业的目标应是企业利润的最大化。这是最为典型的一种看法。利润最大化是指企业的利润额在尽可能短的时间内达到最大。将利润最大化作为企业的目标有其可取之处。因为利润是企业新创造价值的一部分,是企业的新增财富,它是企业继续生存与发展的必要条件。劳动产品超过维持劳动的费用而形成的剩余,以及社会生产基金和后备基金从这种剩余中的形成和积累,过去和现在都是一切社会的、政治的和智力的继续发展的基础。但是,对利润最大化并不能绝对化,片面地、单纯地强调企业的利润最大化的目标,可能会产生许多问题。

一是利润最大化作为企业的目标往往致使企业在追求最大化利润的过程中忽视企业的社会责任与企业获利之间的关系,即人们通常所讲的唯利是图。有的能够使企业获利、企业又有能力投资的项目并不一定都是企业可以投资的。这种项目往往是由于企业的道德或企业的社会责任不许可、有损企业的

社会形象或法律所限制等。如开赌场、开办黄色场所、贩毒、对环境有严重污染的项目,等等。

二是使企业目光短浅,获利行为短期化,使企业往往为获取一些近期利润而忽略或放弃长远利益,即人们通常所讲的只顾眼前利益,不顾长远利益,并忽视预期利润所产生的时间因素,未能充分考虑货币的时间价值。比如,3年末获得利润9000万元与3年中每年年末获利3000万元相比较,要对哪个方案对企业、对出资者而言更有利的问题作出正确的回答,必须要考虑货币的时间价值。

三是以总额形式作为企业的目标,忽视投入产出关系,即忽视股东投入企业的资本与所获取的利润之间的关系,而若将不同的资本额条件下所获取的不同利润总额或绝对额进行比较显然并无可比性。

四是为获取最大化利润而忽视企业(实际上是股东与债权人)为此所承担的风险。比如,企业为获取最大化的利润而过度负债,过度使用财务杠杆,或致使企业管理当局在追求利润最大化的过程中忽视其决策对股价的不良影响,忽视因追求最大化的利润而带来的较大的风险对股市上潜在的投资者的不良心理影响,从而使企业的股价下跌,使股东遭受损失。又如,一个企业在通常的情况下每股盈利为0.85元,如果将企业的盈利目标确定为每股1.00元,要冒比通常的情况大得多的风险,那么,这种目标就是企业不宜追求的。

此外,利润最大化目标也会受到诸如管理者、资源等一些因素的制约。在现代企业中,所有权与控制权相分离,管理者最为关心的往往不是出资者利益的最大化,而是自身利益及其这种利益保障的最大化,而利润最大化会带来一定的风险,这种风险是管理者所不愿意承担的;有时,即使有的投资项目风险小、获利大,但企业也往往会因为无法筹措到足够的资源——资金而不得不舍弃。

(二) 股东财富最大化或企业价值最大化

这种观点认为:企业应该力图使股东在企业中的财富价值最大化。这一观点强调的是企业普通股价格即企业市场价值的最大化。企业是出资者(股东)投资创办的,出资者之所以出资创办企业,是为了让企业为其创造财富,使其财富增值。出资者(股东)利益的最大化就是出资者财富的最大化。而出资者财富的衡量标准对于上市公司而言应为股票价格。股票价格反映了股东及潜在的投资者对企业(上市公司)价值所作出的评价。

这一目标的优点在于:它能够较好地反映管理当局的盈利业绩、企业目前与未来的获利能力、预期的收益、企业获利的风险、货币的时间价值等因素及其变化。

(三)利益的满足

这种目标强调的是适当的成果,以使股东和管理当局的各自利益都得到满足。它只追求股东和管理当局各自利益的折中,并没有使各自利益最大化。利益的满足目标常被认为是协调企业管理人员的最好的目标,可以消除管理人员之间的矛盾,但这一目标也被认为有矛盾只能在某种程度上得到解决、含糊不清等缺陷。现实中的企业目标并不像人们在理论上所概括的那么单纯。

企业管理当局在管理企业时的实际或潜在的管理目标往往不同于出资者的目标,且这种目标往往是不公开的。在现实经济生活中企业目标至少存在着以下几种情况:

1. 政治利益最大化

在原有的产品经济体制下,企业不成其为真正的企业,而是政府机构的附属物和基层组织,在这种情况下,企业的目标是政治利益的最大化。经过17年的经济体制改革,尤其是在我们已经明确要建立社会主义市场经济体制以后,企业的目标不是政治利益的最大化已经成为共识。但是这并不等于人们对什么是企业的目标这一问题达成了一致的认识,也不等于在一些实际上是行政性公司的“企业”中和在一些具有一定行政级别的企业中的管理当局不把行政职务的升迁等自身的政治利益最大化作为目标。在一些行政性公司(这种行政性公司可能以总公司或诸如集团公司、控股公司、企业集团等名称出现)中,更是如此。在有的行政性公司中,甚至在某些有一定行政级别的国有企业中,管理当局的目标并不一定是利润最大化、出资者财富的最大化或是每股盈利的最大化,而是个人行政职务的升迁。也许管理当局也强调下属企业要盈利,给下属企业下达一定的利润目标,给自己确定一定的加总的利润目标;也可能管理当局也强调所谓的国有资产的保值增值,但强调这些目标的目的则是为了个人在行政职务方面的升迁,是以不影响个人行政职务升迁为前提的。当某项重大决策有利于出资者而有可能对管理者个人的行政职务的升迁产生不良影响时,管理当局往往会作出放弃的决定。这种目标可能是中国的行政性公司或类似的组织及有的国有企业所特有的。

2. 管理者个人报酬的最大化

即管理人员福利与利益的最大化。比如,以管理者报酬最大化为企业管理目标的管理者总是以能够给他们带来最多的工资和足够的“支出账户”作为他们的决策依据的。如果他们觉得股东不能满足他们的利益,他们将通过增大其“支出账户”来满足自己的需要。这就是所谓的“费用偏好”。费用偏好涉及企业的管理目标。管理目标不同于股东的目标。如果管理人员追求其自己的目标而非股东的目标,那么,管理人员所要最大化的是什么?西方经济学家认为

是费用偏好。管理人员从一定类型的费用中获取价值,特别是公司的汽车、办公家具、办公地点、自主决定的投资基金,对于管理人员具有价值,是超出其生产率和业绩而来的价值。

3. 内部人报酬最大化

内部人可被定义为企业的管理当局与企业的全体员工。内部人报酬的最大化肯定不会是股东或出资者所期望的企业目标,但在企业尤其是在中国的许多国有企业和一些由原有的国有企业改组而来的股份有限公司或有限责任公司中大量存在。在这些企业中,管理当局往往忘记企业还有出资者,出资者的合法权益需要保障,往往认识不到或忽视出资者财富最大化等企业目标。管理当局心目中的管理目标就是使企业内部人报酬的最大化,如工资水平的提高、奖金水平的提高、员工福利水平的提高,等等。有的企业甚至通过操纵国家股的转让(如以较便宜的价格将本企业的一部分国家股“转让”给职工持股会或类似的机构)来使企业内部人合法地享有企业的利润,提高内部人的收入水平。

4. 企业各利益主体目标的实现

包括企业出资者在内的企业各主体的经济利益是在一定的社会制约下得到不同程度的实现的。企业是由企业的出资者、管理当局及员工以及其他有关方面按照约定的契约关系,根据法律规定所拟制的法人。而企业的出资者、管理当局与企业员工有着不同的行为目标、利益目标及相应动机。我们如果承认企业是不同利益目标的利益主体的组合,就要研究如何使企业的目标能够符合企业出资者的目标,这样就有个相应的法人治理结构、相应的运营机制以及相应的分配政策问题。此外,还应该认真研究出资者(股东)与债权人、管理人员、员工等各方面的关系、矛盾及其调和的问题。

在现实经济生活当中,我们讲国有企业和股份制企业中的国家股时,往往将国家这一出资者排除在企业之外,不强调企业出资者的利益,不强调企业出资者的财富的最大化问题,而往往只含糊地强调企业利益,实际上是片面地强调管理者利益、职工利益,片面地强调企业内部人的利益。

企业的目标在现实中是一种综合的目标而从来就不会是单一的,更不会是某种单一目标的最大化。所谓最大化通常仅存在于理论的分析语言之中。企业的现实目标是各利益主体通过各自所求目标的妥协而形成的一种目标。既然企业是不同利益主体的契约组合,既然我们承认不同利益主体有不同的目标,在分析企业目标时就要考虑构成企业的不同利益主体的利益,要考虑形成一定企业目标的利益机制。

在市场经济条件下,企业是按照两种契约原则(利益原则与社会原则)由

不同利益主体组成的契约组合,企业既受经济利益的约束,又受社会的约束。企业是盈利性机构,具有盈利性的特点,要有其盈利目标,它同时又是社会组织,有着其应有的社会责任与社会目标。为了实现企业的盈利目标,往往必须考虑其社会责任与社会目标,否则盈利性目标也难以达到。企业总是存在于一定的社会之中,它必然会和社会的其他构成单位——企业外的个人、集团、组织发生某种社会性的相互作用,因而它与社会环境显然也具有一定的社会关系。无论在中国还是在当今西方国家,企业充当着相当重要的角色,在解决许多由于工业化带来的问题(如环境污染、一些社会问题)方面起着重要的作用。由于社会舆论的压力、股东的要求、立法机关及行政部门的催促和强制,为了企业长期的利润或保护现有的利润,使得企业不得不常把资源分配于社会用途。

需要注意的是,企业承担社会责任和确定其社会目标,除了法律所规定的之外,必须是企业自身为实现其确定的目标而采取的一种主动的行动,而绝不是人们通常所说的不合理的摊派,更不能用企业应该承担一定的社会责任作为少数一些政府部门不合理摊派的理由。

第二节 企业资产

一、资产概念

资产的概念从不同的角度可以得出不同的定义方法。在会计学中资产被表述为以货币计量,能为企业提供经济效益的经济资源;在经济学中资产被表述为资本或财富;在法学中则将资产表述为财产权利。

(一)会计学中的资产概念

会计学将资产作为负债和所有者权益的总和,会计恒等式表述为:资产=负债+所有者权益。实际上在会计学中资产被认为是以各种形态被占用或运用的资金的存在形态,但是资产即资金运用的概念是有明显局限性的。首先,会计学强调的是资金实际投入和运用,没有资金的投入和运用就没有资产,因而把一部分实际经济生活中确实存在的没有占用或耗费资金,或者资金耗费无法估量的资产排除在核算内容之外。其次,会计学强调的是单项资产,忽视了作为若干单项资产组合在一起的整体资产的价值。最后,会计学对资产的计价强调历史成本原则,因而对资产的实际价值不能完全有效地反映。

(二) 经济学中的资产概念

我们这里讲的资产涉及经济学的主要对应概念是财产、效用和稀缺性。

1. 资产和财产的关系

资产概念有广义和狭义之分。经济学中的资产概念是广义资产的概念,泛指一切财产,即一定时点的财富存量,由一定数量的物质资料和权利构成;资产就是财产的同义语。狭义的资产概念,是指被用于经营并能在经营中增值的财产。这种资产的显著特征是能保值增值。当把它作为生产资料同劳动力相结合时,就能转移旧价值并且形成新价值;当把它作为生活资料用于人们的生活消费时,就能实现劳动力的再生产。显然,并不是所有的财产都具有这些功能。

2. 资产与效用和稀缺性的关系

资产必须具有能为控制主体带来效益的效用,也就是说,资产必须具有效用,但不是所有具有效用的东西都能成为资产。只要是具有效用的经济资源,无论其存在形式如何,是有形的,还是无形的;无论其构成方式如何,是单项的,还是整体的;无论其来源如何,是投资的、借贷的,还是接受馈赠的,都具有作为资产的前提。效用是经济资源成为资产在自然属性上的必要条件。

效用物并非就是资产,要成为资产还必须在社会属性上存在着稀缺性。道路交通对于企业是有效用的,但由于各个其他企业也拥有道路交通权,因而,道路这种效用物对企业来说不是资产。稀缺性意味着获得经济资源要付出代价,这与该项经济资源最初形成和控制是否具有代价没有本质的联系。在国家无偿授予企业土地使用权,并且企业间土地转让实行无偿划转时,土地使用权并不能成为企业的资产。而当国家对土地使用实行收费制度时,土地使用权也随之成为企业的资产。可见,稀缺性是经济资源成为资产在社会属性上的充分条件。

经济学所说的资产,是那些既具有自然属性上的效用性,又有社会属性上的稀缺性的经济资源。

(三) 法学中的资产概念

资产在法学意义上是一组权益;我们这里的资产涉及的法学相关概念是产权、所有权、控制权等。

1. 产权和所有权的关系

法学中的产权概念是:产权即财产所有权以及和财产所有权相关的财产权;财产所有权是产权的主体,其他形式的产权是由所有权派生的。产权理论表述的产权概念是:资产需经过一定方式归属于特定所有者和经营者支配、控