



21 世纪高职高专规划教材

● 财经营管理系列

现代企业管理

(第2版)

XIANDAI
GUANLI

严成根 李储东 主 编
胡道成 副主编



清华大学出版社

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>



北京交通大学出版社

<http://press.bjtu.edu.cn>

21 世纪高职高专规划教材·财经管理系列

现代企业管理

(第2版)

严成根 李储东 主 编
胡道成 副主编

清华大学出版社
北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本书针对高职高专教学实际,根据高职经济管理类专业培养目标,结合学生实际情况,以能力培养为主线,构建本教材体系。本书介绍了企业管理总论、企业战略管理、企业决策与计划、企业生产管理、企业物流与供应链管理、物资与设备管理、全面质量管理、人力资源管理、企业营销管理、企业财务管理、企业信息管理等方面内容。教材特点是:内容上尽可能减少与其他教材的交叉与重叠,知识详略得当,重点难点突出,重视学生能力培养和提高。

本教材既适合作为大专院校和专业培训教学用书,也可作为成人教育等在职人员的自学用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

现代企业管理 / 严成根, 李储东主编. —2 版. —北京: 清华大学出版社; 北京交通大学出版社, 2009. 9

(21 世纪高职高专规划教材·财经管理系列)

ISBN 978-7-81123-706-1

I. 现… II. ①严… ②李… III. 企业管理-高等学校: 技术学校-教材 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 134586 号

责任编辑: 吴嫦娥 特邀编辑: 林 欣

出版发行: 清华大学出版社 邮编: 100084 电话: 010-62776969

北京交通大学出版社 邮编: 100044 电话: 010-51686414

印刷者: 北京东光印刷厂

经 销: 全国新华书店

开 本: 185×230 印张: 21 字数: 471 千字

版 次: 2005 年 1 月第 1 版 2009 年 9 月第 2 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-81123-706-1/F·501

印 数: 1~4 000 册 定价: 32.00 元

本书如有质量问题, 请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评, 我们表示欢迎和感谢。

投诉电话: 010-51686043, 51686008; 传真: 010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

出版说明

高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分,它的根本任务是培养生产、建设、管理和服务第一线需要的德、智、体、美全面发展的高等技术应用型专门人才,所培养的学生在掌握必要的基础理论和专业知识的基础上,应重点掌握从事本专业领域实际工作的基本知识和职业技能,因而与其对应的教材也必须有自己的体系和特色。

为了适应我国高职高专教育发展及其对教学改革和教材建设的需要,在教育部的指导下,我们在全中国范围内组织并成立了“21世纪高职高专教育教材研究与编审委员会”(以下简称“教材研究与编审委员会”)。“教材研究与编审委员会”的成员单位皆为教学改革成效较大、办学特色鲜明、办学实力强的高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院,其中一些学校是国家重点建设的示范性职业技术学院。

为了保证规划教材的出版质量,“教材研究与编审委员会”在全国范围内选聘“21世纪高职高专规划教材编审委员会”(以下简称“教材编审委员会”)成员和征集教材,并要求“教材编审委员会”成员和规划教材的编著者必须是从事高职高专教学第一线的优秀教师或生产第一线的专家。“教材编审委员会”组织各专业的专家、教授对所征集的教材进行评选,对所列选教材进行审定。

目前,“教材研究与编审委员会”计划用2~3年的时间出版各类高职高专教材200种,范围覆盖计算机应用、电子电气、财会与管理、商务英语等专业的主要课程。此次规划教材全部按教育部制定的“高职高专教育基础课程教学基本要求”编写,其中部分教材是教育部《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》的研究成果。此次规划教材按照突出应用性、实践性和针对性的原则编写并重组系列课程教材结构,力求反映高职高专课程和教学内容体系改革方向;反映当前教学的新内容,突出基础理论知识的应用和实践技能的培养;适应“实践的要求和岗位的需要”,不依照“学科”体系,即贴近岗位,淡化学科;在兼顾理论和实践内容的同时,避免“全”而“深”的面面俱到,基础理论以应用为目的,以必要、够用为度;尽量体现新知识、新技术、新工艺、新方法,以利于学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力的培养。

此外,为了使规划教材更具广泛性、科学性、先进性和代表性,我们希望全国从事高职高专教育的院校能够积极加入到“教材研究与编审委员会”中来,推荐“教材编审委员会”成员和有特色的、有创新的教材。同时,希望将教学实践中的意见与建议,及时反馈给我们,以便对已出版的教材不断修订、完善,不断提高教材质量,完善教材体系,为社会奉献更多更新的与高职高专教育配套的高质量教材。

此次所有规划教材由全国重点大学出版社——清华大学出版社与北京交通大学出版社联合出版,适合于各类高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院使用。

21世纪高职高专教育教材研究与编审委员会

2009年9月

第 2 版 前 言

本教材自 2005 年出版后受到不少高校教师的认可和好评。总的来说符合高等职业教育课程设计风格，教学内容切合财经类专业培养目标，重视启发学生的自主思考，突出案例教学，注重实践能力的训练，教学效果较好。这次修订主要调整一些相对陈旧的案例，根据读者的建议，对部分章节的结构进行了微调，相关的内容进行了修改，使教材内容更加充实，结构更加完善。本版主要修订了第 2 章企业战略管理、第 5 章企业物流管理与供应链管理、第 6 章物资与设备管理、第 9 章企业营销管理、第 10 章企业财务管理、第 11 章企业信息管理。

参与本书修订工作的同志主要有严成根、李储东、胡道成、万根南和葛伟伦。严成根和李储东担任本版主编，胡道成担任本版副主编。在本书修订过程中，参阅了同行相关专家的研究成果，在此表示感谢。

感谢广大读者对本书的关心和支持，编者希望向读者提供优秀书籍。但由于水平有限，书中不免存在不妥之处，恳请广大读者不吝批评指正，并提出宝贵意见和建议。

本书配有教学课件，需求者可登录北京交通大学出版社网站（<http://press.bjtu.edu.cn>）下载，或发邮件至 cbswce@jg.bjtu.edu.cn 索取。

编者
2009 年 9 月

第 1 版 前 言

企业管理理论研究和实践经历了 100 多年,企业管理理论和实践积累了丰富的成果。目前市场有关企业管理方面的教材和书籍也很多,但专门针对高职高专经济类专业教学需要而编写的教材不多,大部分企业管理类教材与有关教材内容交叉、重叠,教材的针对性较差,影响了教材的教学效果。本书在充分研究高职高专专业设计和课程体系的基础上,构建本教材的体系,使之系统地介绍现代企业管理基本理论和基本方法,在兼顾知识体系完整的基础上,侧重生产过程管理。本书主要内容有企业管理总论、企业战略管理、企业决策与计划、企业生产管理、物资管理、设备管理、质量管理、人力资源管理、企业财务管理、信息管理和企业管理展望。

本书在编写上突出以下三个方面的特点。

- 系统性和全面性相结合。通过本教材的学习,学生可系统地掌握企业管理的基本知识、原理方法和技能。
- 实用性和可操作性相结合。本教材着力结合企业管理的实际,重视实例分析和案例实训,达到实践技能的提高。
- 科学性和先进性相结合。本教材力求吸收最新的理论研究成果,融入当前高职教育的培养目标中,使之切合高职的教学需要。

本书由严成根、洪江如担任主编,胡道成、储先兆担任副主编。各章的编写人员分别是:孙方思(第1章)、严成根(第2、9章)、马进华(第3、10章)、储先兆(第4、6章)、胡道成(第5、7、11章)、洪江如(第8章)。本书大纲由严成根拟定,全书由严成根修改、总纂和定稿。本书配有教学课件,可从北京交通大学出版社网站下载或发邮件至 cbswce@jg.bjtu.edu.cn 索取。

本书在编写过程中广泛参考了国内外教材和书籍,借鉴和吸收了同行的研究成果。限于篇幅,除少数文献在书末列出之外,不能全部列出,在此一并致谢。

由于编写时间仓促,编写水平有限,不妥之处在所难免,恳请广大读者批评指正。

编者
2005 年 1 月

目 录

第1章 企业管理总论	(1)
1.1 企业与现代企业制度	(1)
1.1.1 企业的概念与类型	(1)
1.1.2 现代企业制度	(3)
1.1.3 管理层收购	(6)
1.2 管理的含义与职能	(7)
1.2.1 管理与企业管理的含义	(7)
1.2.2 管理的特点与必要性	(7)
1.2.3 管理的职能	(9)
1.3 管理者	(11)
1.3.1 管理者的定义与分类	(11)
1.3.2 管理者的职责和技能	(13)
1.4 管理理论的产生与发展	(14)
1.4.1 古典管理理论阶段	(14)
1.4.2 现代管理理论阶段	(17)
1.4.3 当代管理理论的发展	(22)
1.5 企业管理组织	(25)
1.5.1 企业管理组织的概念	(25)
1.5.2 管理组织的构成及其作用	(25)
1.5.3 现代企业管理组织设计的内容和原则	(26)
1.5.4 企业管理组织结构的形式	(29)
案例分析	(33)
本章练习题	(36)
第2章 企业战略管理	(38)
2.1 企业战略管理概述	(38)
2.1.1 企业战略的概念	(38)
2.1.2 企业战略管理及其特点	(38)
2.1.3 战略管理的作用	(40)

2.2 企业战略环境分析	(40)
2.2.1 企业战略环境的含义	(40)
2.2.2 企业战略环境分析的基本模型	(41)
2.2.3 企业外部经营环境分析	(42)
2.2.4 企业内部经营环境分析	(46)
2.3 企业战略与管理过程	(50)
2.3.1 企业战略的结构	(50)
2.3.2 企业总体战略	(50)
2.3.3 竞争战略	(53)
2.3.4 影响战略选择的主要因素	(56)
2.3.5 企业战略管理的过程	(58)
案例分析	(58)
本章练习题	(61)
第3章 企业决策与计划	(63)
3.1 企业决策概述	(63)
3.1.1 决策的定义	(63)
3.1.2 决策的分类	(64)
3.1.3 经营决策	(64)
3.2 企业经营决策的方法	(66)
3.2.1 决策方法的种类	(66)
3.2.2 确定型决策	(66)
3.2.3 风险型决策	(69)
3.2.4 不确定型决策方法	(71)
3.3 企业计划管理概述	(73)
3.3.1 企业计划与计划管理	(73)
3.3.2 企业计划的类型与内容	(73)
3.3.3 企业计划管理的原则	(74)
3.4 企业经营计划的编制与执行	(75)
3.4.1 企业经营计划的内容	(75)
3.4.2 企业经营计划指标	(75)
3.4.3 企业经营计划的编制和执行	(76)
案例分析	(79)
本章练习题	(81)

第4章 企业生产管理	(83)
4.1 企业生产管理概述	(83)
4.1.1 企业生产管理的有关概念	(83)
4.1.2 企业生产管理的内容、目标与基本问题	(86)
4.1.3 现代生产管理与传统生产管理的区别	(87)
4.2 生产过程组织	(88)
4.2.1 生产系统与生产管理系统	(88)
4.2.2 组织生产过程的基本要求	(92)
4.2.3 生产过程组织的基本内容	(93)
4.2.4 生产过程的组织形式	(97)
4.3 生产计划与生产作业计划	(99)
4.3.1 生产计划	(99)
4.3.2 生产作业计划	(103)
4.3.3 生产作业的控制	(105)
4.4 网络计划技术	(106)
4.4.1 网络图	(107)
4.4.2 网络图时间的计算	(107)
4.4.3 网络计划和优化	(110)
4.4.4 网络计划技术的工作步骤	(110)
案例分析	(111)
本章练习题	(112)
第5章 企业物流与供应链管理	(114)
5.1 企业物流管理概述	(114)
5.1.1 物流和供应链管理	(114)
5.1.2 企业物流及其分类	(117)
5.1.3 企业物流管理	(117)
5.2 企业供应物流管理	(118)
5.2.1 供应物流的概念	(118)
5.2.2 供应物流过程	(118)
5.2.3 供应物流管理的几个关键问题	(119)
5.3 企业生产物流管理	(123)
5.3.1 生产物流概述	(123)
5.3.2 生产物流管理的关键内容	(124)
5.3.3 典型生产物流及装备	(126)

5.4 企业销售物流管理	(127)
5.4.1 销售物流的概念	(127)
5.4.2 销售物流模式	(127)
5.4.3 销售物流管理	(128)
5.5 企业供应链管理技术	(130)
5.5.1 快速反应法	(130)
5.5.2 有效客户响应法	(132)
5.5.3 物料需求计划法	(133)
5.5.4 配送需求计划	(135)
案例分析	(136)
本章练习题	(137)
第6章 物资与设备管理	(139)
6.1 物资管理概述	(139)
6.1.1 物资和物资管理的基本概念	(139)
6.1.2 物资管理的任务和作用	(141)
6.1.3 物资消耗定额	(141)
6.1.4 物资储备定额工作	(142)
6.2 物资的过程管理	(143)
6.2.1 物资供应计划的编制	(143)
6.2.2 物资采购	(145)
6.2.3 物资库存控制	(145)
6.2.4 仓储管理	(146)
6.3 设备管理概述	(147)
6.3.1 设备管理	(147)
6.3.2 设备的分类	(148)
6.3.3 设备管理的内容和任务	(149)
6.3.4 设备管理水平考核指标	(150)
6.4 设备的选择使用与维护修理	(151)
6.4.1 设备的选择	(151)
6.4.2 设备的经济评价	(152)
6.4.3 设备的合理使用	(153)
6.4.4 设备的维护与修理	(155)
6.4.5 设备的磨损规律	(155)
6.4.6 设备的寿命	(157)

6.4.7 设备的故障规律	(157)
6.4.8 设备的维护保养	(158)
6.4.9 设备的检查	(159)
6.4.10 设备修理与维修制度	(160)
案例分析	(162)
本章练习题	(163)
第7章 质量管理	(165)
7.1 质量管理概述	(165)
7.1.1 产品、质量的概念	(165)
7.1.2 质量管理的发展	(166)
7.2 全面质量管理	(167)
7.2.1 全面质量管理的概念与特点	(167)
7.2.2 全面质量管理的基本内容	(170)
7.2.3 PDCA 循环	(174)
7.3 质量管理常用的统计分析方法	(176)
7.4 质量成本	(184)
7.4.1 质量成本的概念和内容	(184)
7.4.2 故障成本与鉴定成本、预防成本的关系	(185)
7.4.3 质量成本适宜区域的确定	(186)
7.4.4 质量成本指导原则	(187)
7.5 ISO 9000 质量管理系列标准	(187)
7.5.1 企业实施 ISO 9000 标准的意义	(187)
7.5.2 2000 版 ISO 9000 族标准简介	(188)
7.5.3 2000 版 ISO 9000 族标准的特点	(189)
7.5.4 2000 版 ISO 9000 族标准的质量管理原则	(191)
7.5.5 ISO 9001:2000 标准	(192)
7.5.6 质量认证	(193)
案例分析	(196)
本章练习题	(197)
第8章 人力资源管理	(199)
8.1 人力资源管理概述	(199)
8.1.1 人力资源的界定	(199)
8.1.2 人力资源管理概述	(200)

8.2 人力资源规划与预测	(204)
8.2.1 人力资源规划的含义	(204)
8.2.2 人力资源规划的内容	(204)
8.2.3 人力资源规划的作用	(206)
8.2.4 人力资源规划的过程	(207)
8.2.5 人力资源预测	(210)
8.2.6 人力资源需求预测	(211)
8.2.7 人力资源供给预测	(213)
8.3 工作分析	(216)
8.3.1 工作分析的定义	(216)
8.3.2 工作分析的内容	(216)
8.3.3 工作分析的意义	(216)
8.3.4 工作分析相关术语	(217)
8.3.5 工作分析的基本程序与方法	(218)
8.3.6 职位说明书的编写	(220)
8.4 人员招聘、开发与培训	(221)
8.4.1 招聘概述	(221)
8.4.2 员工培训概述	(224)
8.5 员工激励	(229)
8.5.1 员工激励的含义	(229)
8.5.2 员工激励的原则	(230)
8.5.3 员工激励的意义	(230)
8.5.4 员工激励的类型	(230)
8.6 薪酬管理	(230)
8.6.1 薪酬概述	(230)
8.6.2 薪酬水平和结构管理	(232)
8.6.3 薪酬制度	(233)
8.7 绩效管理	(235)
8.7.1 绩效评价	(235)
8.7.2 评价标准的确定	(237)
8.7.3 绩效综合评价	(239)
案例分析	(244)
本章练习题	(246)

第9章 企业营销管理	(248)
9.1 营销管理概述	(248)
9.1.1 市场概论	(248)
9.1.2 市场营销的概念与内容	(249)
9.2 市场机会分析	(249)
9.2.1 市场机会的概念	(249)
9.2.2 市场营销环境	(250)
9.3 目标市场策略	(251)
9.3.1 市场细分	(251)
9.3.2 目标市场选择	(252)
9.3.3 市场定位	(253)
9.4 市场营销组合	(254)
9.4.1 产品策略	(254)
9.4.2 价格策略	(257)
9.4.3 渠道策略	(258)
9.4.4 促销策略	(259)
案例分析	(261)
本章练习题	(262)
第10章 企业财务管理	(264)
10.1 财务管理概述	(264)
10.1.1 财务管理的概念与特征	(264)
10.1.2 财务管理观念	(265)
10.2 资金时间价值的计算	(265)
10.2.1 资金时间价值的概念	(265)
10.2.2 资金时间价值的特点	(265)
10.2.3 资金时间价值的表现形式	(265)
10.2.4 资金时间价值的有关计算	(265)
10.3 筹资管理	(268)
10.3.1 资金筹集的概念	(268)
10.3.2 筹资渠道与筹资方式	(268)
10.3.3 资金成本	(269)
10.4 资产管理	(270)
10.4.1 流动资产资产管理	(270)
10.4.2 固定资产管理	(271)

10.5 利润管理	(272)
10.5.1 利润的概念	(272)
10.5.2 利润的构成	(272)
10.5.3 利润分配	(272)
10.6 财务分析	(273)
10.6.1 财务分析的概念	(273)
10.6.2 财务分析的内容	(273)
10.6.3 偿债能力分析	(274)
10.6.4 营运能力分析	(275)
10.6.5 盈利能力分析	(276)
案例分析	(277)
本章练习题	(278)
第11章 企业信息管理	(280)
11.1 企业信息概述	(280)
11.1.1 信息的含义	(280)
11.1.2 企业信息的含义	(280)
11.1.3 企业信息特征	(281)
11.2 企业信息管理流程	(282)
11.2.1 企业信息采集	(282)
11.2.2 企业信息加工	(286)
11.2.3 企业信息存储	(288)
11.2.4 信息传播	(290)
11.2.5 信息利用	(291)
11.2.6 信息反馈	(293)
11.3 企业信息管理系统	(294)
11.3.1 企业信息管理系统概述	(294)
11.3.2 企业信息管理系统的作用	(295)
案例分析	(296)
本章练习题	(299)
第12章 企业管理趋势	(300)
12.1 我国企业管理的发展历程和取得的主要进展	(300)
12.1.1 我国企业管理的发展历程	(300)
12.1.2 我国企业管理取得的主要进展	(302)

12.1.3	我国企业管理现代化水平不断提高的基本经验	(305)
12.1.4	全面提高企业管理现代化水平的途径	(306)
12.2	国际企业管理新趋势	(309)
12.2.1	创新型管理	(309)
12.2.2	企业重建是一场管理革命	(309)
12.2.3	注重全球战略	(310)
12.2.4	跨国多元文化管理	(310)
12.2.5	对企业经营者的素质要求更高	(311)
12.2.6	建立跨职能的机动组织	(311)
12.2.7	企业管理从产品驱动到顾客驱动	(311)
12.2.8	环保日益为人们所重视	(312)
12.3	对21世纪企业管理的展望	(312)
12.3.1	经营战略全球化	(312)
12.3.2	竞争理念双赢化	(313)
12.3.3	企业组织学习化	(313)
12.3.4	管理行为人性化	(314)
12.3.5	经营决策知识化	(314)
12.3.6	风险管理超常化	(315)
12.3.7	管理手段信息化	(315)
12.3.8	顾客服务个性化	(316)
12.3.9	生产模式柔性化	(316)
12.3.10	管理文化兼容化	(317)

参考文献	(318)
------------	-------

第 1 章

企业管理总论

学习目的

通过本章的学习,使学生了解企业及现代企业制度的概念,掌握管理及管理者定义及分类,熟悉企业管理组织及其结构形式,认识企业管理理论的产生与发展的客观规律。

关键术语

现代企业制度 管理的职能 管理者 管理理论 企业管理组织结构

1.1 企业与现代企业制度

1.1.1 企业的概念与类型

1. 企业的概念

企业是从事生产、流通、服务等经济活动,以产品或劳务满足社会需要,以盈利为目的,自主经营、自负盈亏、独立核算、依法设立、具有法人资格的一种营利性组织。

企业的概念中主要包括以下几个方面的内容。

① 企业必须拥有一定的资源(人、财、物、信息等),是一个以盈利为目的的经济实体,是从事生产、流通、服务等经济活动的组织。

② 企业是依法设立、自主经营、自负盈亏、独立核算的经济组织,具有独立的经济权益。

③ 企业的生产经营成果(产品或劳务)通过交换与消费者或其他生产单位发生经济联系,在满足社会需要的同时获得收益。

④ 企业是国家的基本经济单位,是社会经济力量的基础。

2. 企业的类型

按照财产的组织形式和所承担的法律 responsibility 不同,企业通常分为 3 类:个体企业、合伙企业、公司企业。

1) 个体企业

个体企业, 又称独资企业、单个业主制企业。企业是业主个人财产, 由业主直接经营。业主享有该企业的全部经营所得, 同时对他的债务负有完全责任。如果经营失败, 出现资不抵债, 业主要用个人的财产来抵偿。这样, 就使业主的所有私人财产都是有风险的。这是企业组织最早出现的、最简单的形式。

2) 合伙企业

合伙企业, 又称合伙制企业。合伙企业是由两个或两个以上的个人共同出资、共同经营的企业。合伙人分享企业所得, 并对营业亏损共同承担责任。它可以由一位合伙人经营, 其他合伙人仅仅出资并共负盈亏; 也可以由所有合伙人共同经营。某一合伙人的退出或更换, 必须征得其他合伙人的同意, 方可进行。

3) 公司企业

公司是指以盈利为目的, 依公司法组织登记成立的企业。

公司的优点有以下 5 个方面。

① 责任的有限性。股东以其出资额为限对公司承担责任。

② 出资者所有权与企业法人财产权的分离性。股东不直接经营企业, 持所有权的股东只作为一个整体, 间接地、观念地、抽象地支配着公司的财产, 而公司则靠“法人治理结构”来管理, 由各方面的专家共同承担起公司的经营管理职能, 两者之间形成委托代理关系, 委托人(出资者)和代理人(经理人员)各自追求自己的目标, 并通过复杂的授权与控制, 建立了一套有效的激励制衡机制。

③ 资本的稳定性。出资者一旦购买公司的股票而成为股东, 其股份一般不允许兑回, 从而使公司具有资本的稳定性。

④ 所有权的可转移性。在大多数情况下, 股票可以自由买卖、抵押等。这样, 股东就可以根据自己的意愿转移自己所拥有的那部分公司的所有权。

⑤ 寿命的持续性。只要经营得好, 不亏损, 不破产解散, 公司的寿命就可以不断延续, 股东或高级职员的死亡、退出、股权的转手等, 对公司的生存不构成威胁。

公司的缺点有以下两方面。

① 公司的设立和解散程序复杂, 都要通过一定的法定程序。

② 股东购买股票, 只为取得股利和从股票升值中获利, 对公司缺乏个体企业和合伙企业下所有者同企业之间的血肉相连的关系。

公司作为法人实体, 它的资产与出资人的个人财产相分离而存在, 属于公司所有。公司可以通过两种途径获得资金: 一种是通过出售公司股票; 一种是通过借贷, 通常是通过发行债券来获得长期借款。因此, 它便于把社会上的一些游资吸收过来, 使公司能筹集到巨额资金, 以扩大企业规模。市场经济条件下社会化大生产发展所提出的资本集中的要求与资本属不同所有者之间的矛盾, 为公司的存在与发展提供了客观必要性。公司这种企业组织形式自身的一系列优点为公司的发展提供了微观上的可能性。而信用制度的发展, 公司立法的逐步