

# 论现代企业的主要标志

赵红, 曾国平

(重庆大学 贸易与行政学院, 重庆 400030)

**摘要:** 本文探讨现代企业的主要标志, 认为现代企业是建立了现代企业制度, 实行了股份制, 具有法人治理结构, 推行了“五全管理”及具有一个现代企业家群体的企业。

**关键词:** 现代企业; 现代企业制度; 股份制; 法人治理结构; “五全”管理; 企业家群体

**中图分类号:** F406 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-5831(2004)04-0039-03

## On the Main Symbols of the Modern Enterprises

ZHAO Hong, ZENG Guo-ping

(College of Trade and Public Administration, Chongqing University, Chongqing 400030, China)

**Abstract:** This paper studies the main symbols of the modern enterprises. The authors think that modern enterprises are those who have established the modern enterprise system of “clear property rights, obvious rights and responsibilities, separation of government and enterprises, scientific administration”, implemented joint-stock system, carried out legal person governance system, instituted “five whole staff” administration model, and acquired a group of entrepreneurs.

**Key words:** modern enterprises; modern enterprise system; joint-stock system; legal person governance system; “five whole” staff administration; entrepreneur group

我国经济发展正处在一个大的转型期, 宏观经济在转型, 微观经济也在转型。微观经济转型的一个很重要方面是我国企业正从传统企业向现代企业转型。传统企业向现代企业转型主要是指家族式企业向现代企业转型。除此, 笔者认为, 这种转型还应包括从计划经济条件下的公有制企业向市场经济条件下的公有制企业转型, 从封闭式企业向开放式企业转型, 从单一产权型企业向多元产权型企业转型, 等等。这里, 就存在一个什么是现代企业的问题。虽然国际国内对此还没有一个统一的定论, 而且, 现代企业本身就是一个发展的概念。但是, 现代企业的基本特征应该是突出和稳定的。本文试图论述现代企业的典型特征, 以利于诸多企业的顺利转型。

### 一、现代企业的内涵、特点及与传统企业的比较

现代企业是一个发展的概念。其现代性是与传统性相比较而言。现代企业具有动态性, 开放性, 先进性, 并与我国的经济体制改革和我国的现代化进程相一致的特点。就目前而言, 人们普遍采用美国著名企业史学家钱德勒(Chandler)在1977年出版的《看得见的手——美国企业的管理革命》一书中提出的定义: “由一组支薪的、高层经理人员管理的多单位企业即可适当地称之为现代企业。”

在钱德勒现代企业定义的基础上, 许多学者对现代企业与传统企业(古典企业)的区别进行过讨论。归纳起来主要为以下三点: (1) 现代企业规模较大, 具备多种经济功能, 是可跨行业、跨地区经营的多单位企业。而传统企业是规模较小, 功能单一, 劳动生产率低, 市场狭小, 在一个地区经营单一产品系列的单一单位企业。(2) 现代企业是一复杂的管理层级组织, 传统企业是层级组织中的最简单形态。(3) 现代企业由多个投资主体组成, 其资本的所有权与管理权分离。它运用股份制所具有的聚集资本, 分散风险和管理专业化的功能, 建立起“三权分立”的领导机制, 即由董事会行使决策权, 监事会行使监督权, 经理行使指挥权。传统企业的管理者兼有资本所有者身份, 资本所有权与管理权合二为一, 资本积累缓慢, 寿命较短, 在管理上带有浓厚的封建色彩。

此外, 许多学者还对现代企业和传统企业中较为特殊但数量不少的家族制企业进行过比较。认为建立在单一产权制度基础上的家族制管理模式, 对于初创期的企业而言, 满足了企业经营所需要的决策统一性和行为一致性, 基于血缘、亲情关系形成的亲和力, 给企业带来合作博弈的利益, 大大节约了交易费用。但随着企业规模的扩大, 经营领域的拓宽, 市场竞争的加剧, 企业管理的复杂性不断上升, 大多数家

族式成员的能力无法胜任企业发展需要,势必被具有专业知识的职业经理阶层所取代。家族制企业固有的任人唯亲,排外倾向,以及家族成员对自身既得利益的保护,限制了外在人才的引进和才智的发挥,这就势必加剧企业发展日益迫切的科学管理要求与家族管理水平低下之间的矛盾。鉴于此,如何用现代企业制度改革家族制企业,将家族制企业发展为真正意义上的现代企业,具有重大现实意义。

## 二、现代企业的典型特征

现代企业是社会化大生产条件下的企业,也是现代市场经济企业,更是具有现代组织架构的开放型企业,其突出特征有以下几方面。

### (一)建立了现代企业制度的企业

现代企业首先应是建立了现代制度的企业,其主要特征是“产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学”,其基本形式是公司制。

“产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学”具有中国特色,是为了区别原来计划经济体制下的国有企业及传统的家族制企业,并主要针对国有企业改革提出的。所谓产权清晰,就是要明确投资人、投资主体和投资人代表。投资主体或产权单一的企业是不可能建立现代企业制度的。政企分开是指政府是政权组织,一般应从政治上考虑问题,而不是从经济上指挥企业,行使所有者的权力。因此,政府应尽可能从经济领域退出,把投资权留给自然人或法人,做好本职工作,为企业的发展创造良好的生存空间。管理科学就是要遵循管理理论揭示的客观规律。现代企业要根据公司内外条件,制定长远发展战略,建立符合企业自身情况的组织结构,尊重知识,尊重人才,对生产经营过程、资本运作,产品质量等进行严格控制,努力增加生产,降低消耗,提高经济效益和社会效益。

公司制企业分有限责任公司或股份有限公司。公司是独立于产权者的自然人形式的经济,法律实体,是财产的组织,资本的组织。一般来讲,公司具有两个特点:(1)公司股东对公司的债务所负的责任以他投入公司的股本为限。如果公司经营不善,乃至破产了,股东负的责任也仅为其出资额。(2)公司不是由业主直接管理,而是通过公司治理结构,由专职经理人员经营管理。

### (二)实行股份制及法人治理结构的企业

#### 1. 实行股份制,进行法人治理

股份制在现代企业中起关键性作用。从某种意义上来说,现代企业就是股份公司。它的作用在于吸收股本。马克思在论述股份制的作用时说:“假如必须等待积累去使某些单个资本增长到能够修建铁路的时候,那麽恐怕直到今天世界上还没有铁路。但是,集中通过股份公司转瞬之间就把这种事完成了。”此外,股份制度有自身的特点,既只能转让,不能自由退股,以此保证企业资本的稳定性。

#### 2. 股份制企业的法人治理结构

具有法人治理结构是现代企业的又一特征。法人治理

结构包括股东会、董事会、监事会、经理层,即通常所说的“三会四权”,股东会也称股东大会,是公司的最高权力机构。它具有(1)重大人事决策权;(2)利润分配权;(3)融资及财产处置权;(4)修改章程、财务、投资等重大事项决策权。董事会受股东委托,代表股东意愿,是执行公司业务的决策机构。它的主要职权有:(1)决定公司的经营计划和投资方案;(2)制定公司年度的财务预、决算方案;(3)制定公司利润分配的方案;(4)制定公司变更、重组等重大事项方案;(5)制定公司内部机构、制度及聘任经理层。监事会是公司的监督机构,依法对公司章程行使监督权。其主要职责有:(1)检查公司的财务;(2)依法监督公司的高层管理人员。总经理是公司日常经营管理工作的总负责人。其主要职责有:(1)实施股东会、董事会的决议;(2)主持公司日常生产经营管理;(3)拟订公司内部机构、制度设置方案;(4)提名公司经营层高级管理人员,聘任其他下级管理人员。

### (三)实施“五全管理”的企业

现代企业还必须是管理的现代。管理的内容和方式方法很多,笔者认为,实施“五全管理”是管理现代极为重要的方面。“五全管理”包括“全员质量管理”、“全员营销管理”、“全员财务管理”、“全员培训管理”及“全员人才资源管理”。

#### 1. 全员质量管理

全员质量管理是以质量为中心,全员参与的一种科学的企业管理方法,其目的在于让顾客满意和本企业所有成员及社会受益,使企业做到长期成功。其核心思想是,企业的一切活动都围绕着质量来进行。它不仅要求质量管理部门进行质量管理,还要求从企业最高决策者到一般员工都参加到质量管理过程中来。全员质量管理强调:(1)用户第一的观点,并将用户的概念扩充到企业内部,即下道工序就是上道工序的用户,不将问题留给用户。(2)预防的观点:即在设计加工过程中消除质量隐患。(3)定量分析的观点,只有定量化才能获得质量控制的最佳效果。(4)以工作质量为重点的观念。可以认为,全员质量管理是以人为中心的质量管理,是通过提高员工和企业素质来保证产品质量和服务质量。

#### 2. 全员营销管理

营销观念的竞争是现代企业最高层次,最核心的竞争,决定企业经营的成败。马克思将营销过程称为一次“危险的跳跃”。全员营销管理指公司以市场营销部门为核心,采购、研发、生产作业、物流、人力资源、财务管理等部门统一以市场为中心,以顾客为导向,进行营销管理,参加企业整个营销活动的分析、规划、执行和控制,为顾客创造最大的让渡价值,实现顾客满意最大化,使公司从中获得长远发展和长期利益。它包括以下要点:(1)以市场为中心,以顾客为导向,最终达到顾客满意的目标;(2)职能部门协调一致,在增进企业整体利益的共同目标下,为争取顾客发挥应有的作用;(3)内部营销与外部营销协调一致,形成会员营销的优势;(4)全员参加营销管理;(5)全过程、全环节,全系统的价值链营销管理。

由此可见,顾客满意是全员营销的核心要素和最终目标,亦是实施全员营销的理念依据。因此全员营销的关键是:协调其所有不同的职能部门来满足顾客的需求,要让所有的部门都为顾客设想,以顾客的观点来看待自己的工作,并把顾客满意当作公司多项生产经营活动的中心。因此,非营销管理部门的营销管理定位是:全方位、全过程地参与企业的营销管理,使顾客满意程度最大化。

### 3. 全员财务管理

全员财务管理的精神实质是抓内部管理,突出企业的财务中心地位,把财务管理贯穿到企业生产经营的全过程。企业实行分级归口财务管理办法,做到千斤重担众人挑,人人身上有指标。让每个职能部门、每个职工都来关心财务,关心成本,都来讲节约,抓管理,促效益。

### 4. 全员培训管理

全员培训即把企业建设成一个学习型组织。现代社会是剧烈变化和迅速发展的社会,全球经济的一体化和信息化是现代经济的重要特征。随着信息时代的到来,知识经济正在迅速兴起,越来越成为企业参与国际市场竞争的重要因素。在信息时代,知识和信息越来越丰富,信息技术的发展使得人们获取信息和知识的途径增加,速度加快,这一现象被称之为“知识爆炸”。在应对知识爆炸的过程中,学习的概念不断发展。学习不再意味着个人学习和受教育的行为,而逐渐成为组织的集体活动,成为企业应对剧烈的市场竞争的有力手段。

国内外很多成功的企业有一个共同的特点,就是十分重视职工的学习,努力使企业成为学习型企业。例如,IBM每年在员工培训方面的投入多达20亿美元。全世界排名前10位的企业,100%是学习型企业。我国的海尔、联想、宝钢、小天鹅等著名企业也在实践中积极探索建立学习型组织。可以说,重视员工的学习培训,积极创建学习型企业,是这些企业成功的关键所在。

### 5. 全员人力资源管理

全员人力资源管理指企业应充分认识到人的主观能动性和可激励性,把人作为一种不仅具有工作价值,而且能够创造使用价值的资源,为员工创造良好的工作环境,以人为中心,寻求人与工作相互适应的契合点,在利用经济手段激励员工和利用劳动纪律约束员工的同时,通过提高员工在企业工作的满足感和成就感来调动员工的积极性,把个人的发展与企业的发展有机结合起来,使员工在为创造效益的同时实现其个人价值,获得心理及精神上的满足,从而使他们能够主动挖掘自身的潜能,提高工作的积极性和主动性,为企业创造更大效益。

#### (四)具有一个现代企业家群体的企业

现代企业还必须有一个学习型,谙熟现代经营管理理念

和方法艺术,能适应并驾驭现代市场经济的现代企业家群体。企业家就是在现代企业制度中,善经营,会管理,担当高层经理管理职务的各类人才。他们是企业法人权力和责任的人格化代表,掌握着支配企业供销及人财物等的权力。他们的素质和能力如何,在很大程度上决定着企业经营管理的好坏,决定着企业经济行为是否合理,决定着企业在竞争中的成败和兴衰。

在生产诸要素中,人是现代企业中最重要生产要素。在劳动力群体中,企业家阶层则是重中之重,他们是现代企业发展的灵魂和主导。对于发展经济来说,企业家和他们的创新精神,市场意识,驾驭市场的经验与能力,比物质资本更重要。在经济发展过程中,倘若缺少富有远见卓识,能及时捕捉投资机会,富于开拓精神的企业家阶层,企业管理,经营和效益都难以收到应有的经济效果。

企业家在市场竞争中造就和成长起来。对于一个企业家来讲,除了应具备复合型专业知识,良好品质,及较强合作意识等素质外,具有较强创新意识,创新精神和创新能力非常重要。江泽民曾指出:“创新是一个民族的灵魂,是一个国家兴旺发达的不竭动力,也是一个政党永葆生机的源泉。创新,包括理论创新,体制创新,科技创新及其他创新。”一个优秀的企业家,要努力学用新技术,勇于涉足新领域,不断开发新产品,善于开发新市场,在实践中创造和完善新的企业管理模式和企业运行机制,不断挑战自我,挑战同行。世界著名企业家如比尔·盖茨,松下幸之助等,无一不是成功的创新者。只有不断创新,才能赶上引导现代经济发展的潮流,驾驭企业在市场经济的大潮中发展,壮大。

企业家阶层是社会经济发展的主体。企业家是社会大生产的产物。企业家阶层的形成与发展是市场经济发展的客观要求。无数事实证明,许多锐意改革,开拓进取,效益显著的企业都与企业家的个人素质、领导能力直接有关。在国际上企业家的作用早被肯定。企业领导的素质和行为是调动劳动者积极性,创造企业效益,提高企业整体竞争能力的不可缺少的,甚至是起决定性作用的因素。

#### 参考文献:

- [1]张维迎. 国企攻坚挑战政府职能[J]. 经济纵横, 1999, (1): 94-95.
- [2]储小平. 家族企业研究: 一个具有现代意义的话题[J]. 中国社会科学, 2000, (3): 32-33.
- [3]陈听彬, 周薇萍. 现代企业基本要素之我见[J]. 江西农业大学学报(社科版), 2002, (9): 57-60.
- [4]项润, 高媛. 全员营销[M]. 北京: 企业管理出版社, 1998.
- [5]迈克尔·茨威尔. 创造基于能力的企业文化[M]. 北京: 华夏出版社, 2002.