



新一代高职教育信息通信规划教材

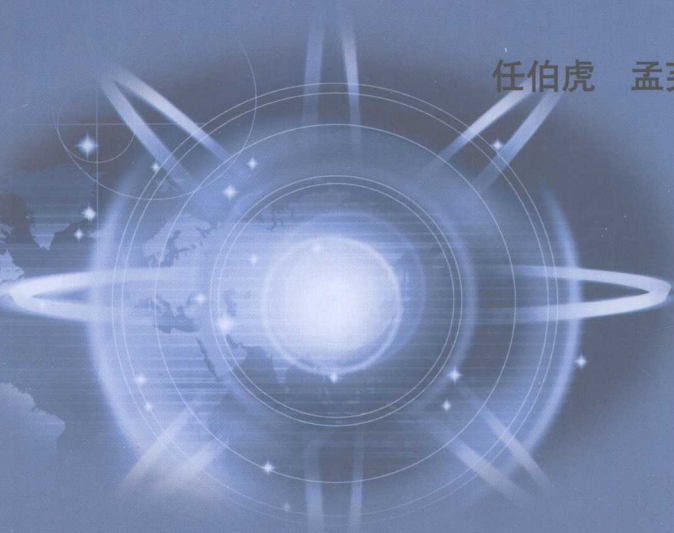
通信企业管理

TONGXIN QIYE GUANLI

TONGXIN QIYE GUANLI

惠亚爱 主 编

任伯虎 孟芙蓉 陈 怡 丁海防 副主编



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

新一代高职教育信息通信规划教材

通信企业管理

主 编 惠亚爱

副主编 任伯虎 孟芙蓉 陈 怡 丁海防

北京邮电大学出版社

· 北 京 ·

内 容 简 介

本书是通信类高职院校管理和营销专业的基础课教材。主要包括:通信企业产品管理、资费管理、服务过程组织、服务质量管理、人力资源管理、财务管理、物资管理和设备管理等。注重理论与实际相结合,浅显易懂,实用性强。为便于学习,每章后附思考与练习题。

本书是通信类高职高专管理和营销专业的教学用书,也可以作为通信企业管理人员和营销人员的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

通信企业管理/惠亚爱主编. —北京:北京邮电大学出版社,2007

ISBN 978-7-5635-1528-8

I. 通… II. 惠… III. 通信—邮电企业—企业管理 IV. F626

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 174913 号

书 名: 通信企业管理

作 者: 惠亚爱等

出版发行: 北京邮电大学出版社

社 址: 北京市海淀区西土城路 10 号(100876)

北方营销中心: 电话: 010-62282185 传真: 010-62283578

南方营销中心: 电话: 010-62282902 传真: 010-62282735

E-mail: publish@bupt.edu.cn

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京源海印刷有限责任公司

开 本: 787 mm×1 092 mm 1/16

印 张: 9.25

字 数: 222 千字

印 数: 1—3 000 册

版 次: 2007 年 11 月第 1 版 2007 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5635-1528-8

定价: 16.00 元

· 如有印装质量问题,请与北京邮电大学出版社营销中心联系 ·

新一代高职教育信息通信规划教材

编 委 会

主 任：肖传统

副主任：张孝强 张干生 孙青华 严潮斌

委 员：（以姓氏笔画为序）

王立平 王巧明 王晓军 王 颖 宁 帆

刘翠霞 李 飞 李文海 苏开荣 吴正书

李转年 迟学芬 吴瑞萍 张一鸣 张敏华

张献居 张新瑛 杨 泉 顾生华 孟祥真

徐淳宁 曹晓川 蒋青泉 傅德月

秘 书：王琴秋

前 言

本书由长期从事通信企业管理教学与理论研究的教师编写,在保持理论的全面性和准确性的基础上,加强了针对性、实用性和适度超前性,主要特点有:

1. 行业针对性强。全书以六大通信运营商为主线,特别是以中国电信为主线,对通信运营企业的管理从产品管理、资费管理、服务过程组织、服务质量管理、人力资源管理、营销管理、财务管理、物资和设备管理、通信企业文化等几个方面作了全面的阐述,使在校学生对通信企业的内部管理有一个整体的印象。

2. 注重实用性。作为一本高职高专的教材,教学的立足点应该是使学生具备一定的理论知识的同时对所学知识具有一定的实际应用能力,因此本书还配备了适当的案例和练习题,以加强学生对所学理论知识的实际应用能力,培养学生分析问题和解决问题的能力。

3. 适度的超前性。随着我国通信业新的竞争格局的不断加剧和形成,企业内部的各项管理工作也面临着严峻的挑战,各种管理思想和方法需要不断进行调整,才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。因此,只有跟踪管理发展的新动态,才能使学生学有所获、学有所用。

4. 本书根据高职高专学生的培养目标,将现代企业管理理论与通信企业的实际相结合,深入浅出,重点突出,不但适合高职高专营销、管理等各专业学生的学习需要,还可供通信企业管理人员以及营销人员学习及培训使用。

全书共10章,其中第1、6、7章由惠亚爱编写;第2、4、5章由任伯虎编写;第3、8章由孟芙蓉编写;第9章由陈怡编写;第10章由丁海防编写。

本书在编写过程中得到了中国电信集团陕西电信有限公司咸阳市分公司和其他通信运营商有关领导和员工的大力帮助,在此表示衷心的感谢。

由于作者水平有限,时间仓促,书中难免有不妥和疏漏之处,敬请读者批评指正。

编 者

目 录

第 1 章 通信部门与通信企业

1.1 通信部门概述	1
1.2 通信服务特点及其影响	2
1.3 通信的作用与任务	4
1.3.1 通信在国民经济中的作用	4
1.3.2 社会主义通信的基本任务	5
1.4 通信企业管理的性质	6
1.4.1 通信企业管理的性质	6
1.4.2 我国通信企业的根本任务	8
1.5 通信企业管理的内容和职能	9
1.5.1 企业管理的一般概念	9
1.5.2 企业管理的基本内容	9
1.5.3 企业管理的职能	10
1.6 企业管理的组织机构和规章制度	12
1.6.1 企业管理的组织机构	13
1.6.2 企业内部的规章制度	15
本章小结	16
思考与练习题	16

第 2 章 通信企业产品管理

2.1 通信产品的概念及类别	17
2.1.1 通信产品的概念	17
2.1.2 通信产品的类别	17
2.2 通信产品的特点及计量	18
2.2.1 通信产品的特点	18
2.2.2 通信产品的计量	19
2.3 各通信运营商核心产品与业务简介	19
2.3.1 中国电信集团公司	20
2.3.2 中国移动通信集团公司	22
2.3.3 中国网络通信集团公司	24
2.3.4 中国联合通信有限公司	24
本章小结	25

思考与练习题	25
--------------	----

第3章 通信企业资费管理

3.1 通信产品成本管理	26
3.1.1 通信产品成本的概念	26
3.1.2 通信产品成本的构成	26
3.1.3 通信产品成本的特点	27
3.2 通信资费管理	28
3.2.1 通信资费的含义	28
3.2.2 通信资费体系	28
3.2.3 通信资费水平的决定因素	29
3.2.4 通信资费结构理论	30
3.3 电信业务的定价方法与电信资费	31
3.3.1 电信业务的定价方法	31
3.3.2 通信资费	33
本章小结	35
思考与练习题	35

第4章 服务过程管理

4.1 服务过程管理的含义	37
4.2 服务过程的时间管理	37
4.2.1 三种类型的支持	38
4.2.2 把握真实瞬间	38
4.2.3 重视顾客资源的过程管理	39
4.2.4 通信服务时间的合理调配	39
4.3 服务过程的空间管理	40
4.3.1 服务环境的设计	40
4.3.2 信息沟通展示	42
本章小结	43
思考与练习题	43

第5章 电信企业服务质量管理

5.1 电信服务质量管理的含义	44
5.1.1 电信服务质量的定义	44
5.1.2 电信服务质量管理的内涵	44
5.2 我国电信服务质量管理的发展	44
5.3 电信企业服务质量管理的内容	45
5.3.1 制度建设保证质量	46
5.3.2 标准提升与服务优化	46

5.3.3 客户投诉管理	51
本章小结	51
思考与练习题	51

第6章 通信企业人力资源管理

6.1 人力资源概述	53
6.1.1 人力资源的内涵	53
6.1.2 人力资源管理与开发的目标与任务	54
6.1.3 人力资源管理与开发的对策研究	55
6.1.4 全球人力资源发展趋势	55
6.2 薪酬制度	56
6.3 人员选聘、录用与培训	57
6.3.1 人员招聘概述	57
6.3.2 人员招聘的决策	58
6.3.3 人员招聘的渠道	59
6.3.4 人员的录用	64
6.3.5 员工的培训	67
6.4 绩效管理	71
6.4.1 绩效评估概述	71
6.4.2 绩效评估的方法	74
本章小结	77
思考与练习题	78

第7章 营销管理

7.1 市场营销计划	80
7.1.1 市场营销计划的定义与作用	80
7.1.2 市场营销计划的内容	81
7.1.3 市场营销计划的步骤	83
7.2 市场营销实施	85
7.2.1 市场营销实施的概念	85
7.2.2 市场营销实施的过程	85
7.2.3 市场营销实施中的问题及其原因	86
7.3 市场营销控制	87
7.3.1 市场营销控制的过程	87
7.3.2 市场营销控制的方法	87
本章小结	91
思考与练习题	91

第8章 通信企业财务管理

8.1 通信企业财务管理概述	92
8.1.1 财务管理的基本概念	92
8.1.2 通信财务管理的内容	92
8.1.3 通信企业财务管理的任务	92
8.1.4 通信企业财务管理的原则	93
8.2 通信企业的资金管理	93
8.2.1 通信企业资金的构成	93
8.2.2 通信企业资金的循环和周转	93
8.3 固定资金管理	94
8.3.1 固定资产的概念与来源	94
8.3.2 固定资产的分类、计价、折旧和修理	95
8.3.3 固定资产的周转	97
8.3.4 固定资产的管理要求	97
8.4 流动资金管理	98
8.4.1 流动资金的概念	98
8.4.2 流动资金的循环周转	98
8.4.3 流动资金的分类	98
8.4.4 流动资金的来源	99
8.4.5 流动资金管理要求	99
8.5 财务报告	99
8.5.1 财务报告的概念	99
8.5.2 财务报告的意义	100
8.5.3 财务报告的分类	100
8.5.4 财务报告的主要内容	100
8.5.5 财务报告的编制要求	100
本章小结	100
思考与练习题	101

第9章 通信企业物资管理与设备管理

9.1 物资管理体制	102
9.1.1 现代企业的物资概念	102
9.1.2 通信企业物资管理的意义	102
9.1.3 通信企业物资管理的内容	102
9.1.4 通信企业物资管理的基本原则	103
9.2 物资消耗定额和物资储备定额	103
9.2.1 物资消耗定额管理	103
9.2.2 物资储备定额管理	104

9.3 仓库管理	106
9.3.1 仓库管理的含义	106
9.3.2 仓库管理的意义	106
9.3.3 通信企业仓库管理的内容	107
9.4 设备管理	108
9.4.1 设备与设备管理概述	108
9.4.2 设备的综合管理	109
本章小结	110
思考与练习题	110
 第 10 章 通信企业文化	
10.1 通信企业文化内涵	112
10.1.1 通信企业文化的概念	112
10.1.2 通信企业文化的研究对象	114
10.1.3 通信企业文化的特征	116
10.1.4 通信企业文化的作用	119
10.1.5 21 世纪通信企业文化发展的趋势	120
10.2 通信企业文化建设	122
本章小结	129
思考与练习题	129
 参考文献	 133

第1章 通信部门与通信企业

1.1 通信部门概述

通信部门是指从事信息传递、办理通信业务的企事业单位的总和。在我国,通信部门主要包括邮政和电信两部分,通信工业、通信基本建设、通信教育和通信科研机构等亦是通信部门的组成部分(本书以六大通信运营商特别是中国电信为主)。

社会主义通信部门的任务是迅速、准确、安全、方便、经济地传递信息,加快党和国家方针政策的传递过程;把社会生产、分配、交换和消费等环节有机地联系起来,加快社会生产过程和流通过程;加强人民群众之间的联系。

社会主义通信部门具有以下经济特征:以生产资料公有制为主要形式;人们在生产中建立了同志式的互助合作关系;实行“各尽所能,按劳分配”为主的分配原则;通信部门的发展在国家统一领导下,有计划、按比例地进行;通信生产的目的是不断满足社会和人们对通信日益增长的需要。自从中华人民共和国建立以来,我国通信部门就具备了上述特征。我国通信部门是社会主义性质的,它像工业部门一样是我国社会主义经济的重要组成部分。

社会主义经济包括两大门类:其一是物质生产部门,如工业、农业、建筑业、交通运输业、通信业、商业等部门;其二是非物质生产部门,如公用事业、保险业、教育、科学研究、卫生事业等。物质生产部门是创造社会总产品的部门,它包括两部分:一为创造新的实物产品的部门,二为执行生产性的部门。工业、农业和建筑业是直接生产新的实物产品的部门;交通运输业、通信业和商业是执行生产作业的部门。

通信部门和工业部门一样,其形成是社会分工发展的结果。通信生产和工业生产一样具备物质生产所共有的特点,依照政治经济学的阐述,形成物质生产活动的主要共同点有三。其一,当劳动者运用劳动手段作用于劳动对象时,能使对象发生某种预期的物质形态变化。例如,从地下开采出煤炭,将钢坯加工成零件,或者使原有化学元素发生化合与分解等。通信生产活动的结果就是将用户委托寄发的信件或其他信息,通过通信企业职工的业务处理,运用各种传输设备或运输手段,把它交付给所指定的接收信息者。对于这种把信件或其他信息,由一个地点转移到另一指定地点的活动过程,马克思称之为实现了空间、场所的变化,也就是使劳动发生了一种预期的物质形态变化。由此可见,通信生产劳动属于物质生产劳动。其二,生产活动的结果能满足人们在生产上或生活上的某种需要,即生产物具有使用价值。煤炭可以提供能源,零件可以组装成机器设备,用来满足人们的需要。通信生产活动的结果是满足人们信息传递的需要,它的使用价值就是信息的空间、场所的变更。其三,这种劳动不仅创造了使用价值,而且能生产价值和为社会提供新的价值。通信生产劳动为社

会提供的通信产品作为一种商品,其价值增值过程与任何商品无异。通信职工的生产劳动,不仅创造了使用价值,而且能生产价值和为社会提供新的价值。

综上所述,可以得出结论:通信部门是物质生产部门之一。

通信部门是物质生产部门之一,其与工业等物质生产部门不同的是,工业部门是从事实物产品生产的经济组织,通信部门则是从事生产性作业的经济组织。

我国政府把整个通信部门都作为物质生产部门来进行管理。例如,通信产品全部列入社会总产品,国家对通信部门下达生产任务,要求其向国家上缴利润和税金。

为了对全社会的经济结构进行更细的科学分类,以理顺各类产业之间的关系,我国经济学界在研究我国社会经济结构时,使用第一产业、第二产业、第三产业的分类方法,通信部门则属于第三产业第一层次。其具体内容如下。

第一产业:农业(包括林业、牧业、渔业等)。

第二产业:工业(包括采掘业、制造业、自来水、电力、蒸汽、热水、煤气)和建筑业。

第三产业:除上述第一、第二产业以外的其他各业。

根据我国的实际情况,第三产业可以分为两大部分:一是流通部门,二是服务部门。具体又可分为四个层次。

第一层次:流通部门,包括交通运输业、通信企业、商业饮食业、物资供销和仓储业。

第二层次:为生产和生活服务的部门,包括金融、保险业、地质普查业、房地产业、公用事业、居民服务业、旅游业、咨询信息服务业和各类技术服务业等。

第三层次:为提高科学文化水平和居民素质服务的部门,包括教育、文化、广播电视事业,科学研究事业,卫生、体育和社会福利事业等。

第四层次:为社会公共需要服务的部门,包括国家机关、党政机关、社会团体,以及军队和警察等。

由此可见,将非直接物质生产部门划入第三产业,以区别直接物质生产部门,对国家加强工业产值和国民生产总值的统计工作是有利的。这种分类方法同样说明,通信企业是社会生产的一般条件,通信部门属于物质生产部门,而且是国民经济和社会发展中的先行部门。尤其在信息社会,生产和生活的任一过程都离不开信息的交换。信息是一种非常重要的资源,对信息的获取、传递和处理能力,标志着一个国家经济和社会发达的程度。所以,当今世界的通信业为许多国家所重视而大力发展。

1.2 通信服务特点及其影响

在 1.1 节里,已经得出通信部门是物质生产部门的结论,并指出了它与工业部门等一般物质生产部门的不同,现在讨论通信生产的特点及其影响。

第一个特点:通信产品不具实物形态,只是提供一种服务,称之为有益效用,这是最基本的

的特点。
通信部门生产过程的结果(即通信产品)就是作为劳动对象的信息及其他邮件的场所变动。通信职工的具体劳动创造的使用价值,不同于一般物质生产部门,不是在生产过程中通

过活劳动在劳动对象上带上加工过后的痕迹(如形状的变化或自然属性的变化),而是表现为劳动对象实现了一种人们预期的效果——有益效用。这种有益效用就是通信职工的劳动成果,它不是实物产品,只是一种服务,也就是人们常说的通信服务。

这一特点对实际工作有何影响和要求呢?

(1) 由于通信产品是通信服务,在形式上与服务部门提供的服务有相同之处,因此,通信部门不仅有生产的职能,而且有服务的职能。故通信部门必须讲求服务质量,要在网点的合理布局、居民对通信的享用水平等方面,考虑方便用户;与用户打交道的话务员、营业员等必须讲求服务态度;服务场所必须讲求文明整洁等。

(2) 由于人们使用通信工具是为了克服空间距离、节约时间、交换信息等,因此,以最快的速度达到这一目的就成了用户的最大希望。为此,通信部门必须根据生产能力的可能,制定各种业务的科学合理的时限指标,并且力求不断完善,这就要求通过技术进步来提高劳动生产率,从而加快传递速度。

(3) 由于通信生产过程的结果只是场所变更的有益效用劳动对象,不应有任何物理的和化学的变化。否则,不仅会造成用户的经济损失,甚至会造成严重的政治损失。比如信息复制,就要做到复制的信息准确无误,要根据国家法律,实现通信内容的保密。这就是对通信服务准确和安全的要求。准确和安全这两项要求必须体现在生产组织、劳动组织、设备配备、规章制度等各个方面,并严格考核,使之得到充分的保证。

第二个特点:通信产品的生产过程与它的消费过程是不可分割的。

一般工业的生产和消费,表现为两个在空间上和时间上相分离的行为,而通信业的生产和消费这两种行为是合二而一的。例如电话通信,提供电路的生产过程与通话人进行通话的消费过程是不可分割的。

这一特点对实际工作有何影响和要求呢?

(1) 由于生产过程与消费过程不可分割,通信产品的质量具有特殊的重要性。因为它不像工业产品可以调换、修理或削价处理,通信产品质量的不合格,往往不能在事后补救。故在通信管理工作中,将通信质量指标放在考核通信企业各项指标的首位。当通信质量与产品量、成本、劳动生产率、利润等经济指标发生矛盾时,一般地说,都应服从质量指标的要求。

(2) 由于某一通信产品的生产和消费行为是同时发生的,就是说,当用户交来信息时,这一件通信产品的生产过程才能开始,而当它的生产过程结束,消费过程也完成了,因此,通信企业没有制造产品的原材料库和半成品库等仓储设施,仅有辅助材料库。同时,通信企业也没有一般工业企业的供销活动。所以,通信部门的物资供应管理、财务管理和成本管理等都与工业企业不尽相同。

第三个特点:通信业务量的不均匀性造成通信生产的不均衡性。

人们使用通信是从实际工作需要出发的,它带有一定的随机性。所以,通信用户对通信的需要,在一昼夜内各小时、一星期内各天、一年内各个月份都是不均匀的,这就造成了通信业务量的不均匀性,使通信企业无法组织均衡生产。但是,通信企业不能因此对用户的需要给以积压,而要立即加以满足,或在尽可能短的时间内加以满足。

这一特点对实际工作有何影响和要求呢?

(1) 社会对通信需要的不均匀性造成了通信业务量的不均匀性,这就要求通信企业组

织生产时,要尽量适应通信业务量不均匀的特点,为此就要认真研究和掌握业务量的变化规律,即业务忙闲规律。每项业务都可以找出其忙闲规律,如一昼夜各小时的业务量与当地的上下班时间有关。故要加强业务量变化规律的研究,搞好业务预测工作,制定科学的作业计划,合理组织劳动,实行合理兼职,提高劳动生产率和设备利用率。

(2) 通信业务量的不均匀性造成生产组织和劳动组织的复杂化。既要保证信息的必要传递速度,又要考虑合理地使用人力、物力资源,这就要求通信企业承包的生产能力应当有一定的后备力量,保证业务量在规定的时限内能满足需要。

第四个特点:通信企业是全程全网、联合作业。

传递信息的生产过程是在消费者双方之间进行的,如在发方与收方之间、主叫用户与被叫用户之间进行的。因而传递信息的过程一般要由两个或两个以上的通信企业参加,才能完成传递信息的全过程,而要保证全国甚至全球任意两地之间都能进行通信,就要求全程全网、联合作业、协同动作。

这一特点对实际工作有何影响和要求呢?

(1) 必须组织全国统一完整的通信网,以保证国内每一地点都能与其他任一地点进行通信。因此,不仅对全国通信网的组织原则、组织形式要有统一的规定,而且对技术规范、设备运行与维修标准也要有统一的要求和规定。同时,还要建立健全调度制度。国际间的通信还要考虑与通信国家间的技术标准的统一。对此,通信部门的计划管理、技术管理和质量管理等都要给予保证。

(2) 除市话、农话等通信外,一个完整的信息传递过程要由相关的两个或两个以上企业共同参加才能完成。其中的一个企业只能完成整个生产过程的一部分,例如,只完成同一信息传递的出口阶段(受理发出)、进口阶段(接收)或转口阶段(路由经转)。如果某一企业不能全面地完成任务,则整个生产过程也就不能很好地完成。因此,要求各企业的全体职工必须牢固树立全局观念,坚决反对本位主义、分散主义;还必须坚决贯彻各级网的业务处理制度,以及电路调度制度;要在劳动组织、劳动竞赛和奖惩办法中体现这一要求。

(3) 多数通信业务虽由两个或两个以上通信企业共同完成,但收取资费却是由出口企业按完整的通信一次计收的。而各企业担负的出口、进口、转口任务往往又是大小不等的,这就使得一个企业的营业收入与劳动耗费应得的收入不符。因此,产生了资费收入再分配的客观需要。

1.3 通信的作用与任务

1.3.1 通信在国民经济中的作用

众所周知,通信系统好比人的神经系统,把各种信息传到各个部位,使整个人体协调动作。在当今社会化大生产过程中,人们必须协调动作,而要协调动作,就需要信息的传递,这就离不开通信工具。早在一百多年以前,马克思在《资本论》中明确地把通信事业和交通运输业并列为“社会生产过程的一般条件”。

通信是现代社会中必不可少的基础结构,是国民经济的“神经系统”。它通过提供优质、高效、低耗的通信手段,把社会生产、分配、交换和消费这四个环节有机地联系起来,节约了时间,缩短了空间,加快了社会生产过程和流通过程。

通信对社会的政治、经济基础、文化、军事等方面都能产生巨大的效益,包括能用数字表达的巨大社会经济效益、企业经济效益和不能用数字表达的其他社会效益。

在社会经济效益方面,苏联的研究结果是:1卢布的电信投资可为国民经济节省3卢布。我国目前还没有精确的数据,但根据推算,1元的电信投资可为社会创造3.5元的价值。通信的社会经济效益,突出表现在以下几个方面。

(1) 提高社会劳动生产率

据国外统计,交通运输用通信指挥调度,运能可提高50%以上;基建施工用通信指挥调度,效率可提高15%。

(2) 节约人力和资金

充分利用长途电话和会议电话,约可减少50%的出差费和会议费,同时还可以大大减少对交通运输部门的压力。

(3) 加快资金周转

假定我国外贸一年出口200亿美元,如果把银行同国外的联系信件加快传递一天,按国际上1万美元一天3美元的利息计算,一年就可增加外汇收入600万美元。同样,国内流动资金如能加快千分之一到百分之一,一年就可节省出几亿元到几十亿元的资金。

(4) 节约能源

利用通信代替出差联系工作,可以节省大量交通能源。据美国有人估算,利用通信代替出差联系工作,每天可节约全国当日石油总消耗量的7%;日本电信界认为,用电话、传真等通信代替各项业务面谈,可节省交通能源60%。

以上所述,只是就传统的意义而言,如果和计算机联网,对信息的获取、存储、检索、处理给社会带来的效益,将更加大大地提高。

应当看到,通信科学技术是当代发展最活跃的科技工作者领域之一。在国外,人们把能源科学、材料科学和信息科学比作近代科学的三大支柱。随着半导体技术、计算机技术、激光技术的迅速发展,出现了数据通信、卫星通信、光通信、3G等新技术、新业务,并且正向数字化的方向发展。科学技术越现代化,社会生产活动越自动化,越是讲究工作效率和提高劳动生产率,对传递生产、经营、管理等各种信息的需要就越迫切,通信的重要作用也就越明显。

1.3.2 社会主义通信的基本任务

中国共产党第十三次全国代表大会规定了我们党和国家在社会主义初级阶段的基本路线:领导和团结全国各族人民,以经济建设为中心,坚持四项基本原则,坚持改革开放,自力更生,艰苦创业,为把我国建设成为富强、民主、文明的社会主义现代化国家而奋斗。并指出,要加快发展以信息传播体系为主轴的通信业。通信的基本任务就是根据党和国家规定的基本路线和经济发展战略,根据客观规律的要求,并结合通信部门的特点来制定。我国社会主义通信在新的历史时期的根本任务是:自力更生,艰苦奋斗,尽快实现通信的现代化,为建

设社会主义的物质文明和精神文明提供优质、高效、低消耗的通信服务,以满足社会各部门和广大人民群众对通信日益增长的需要。我国通信业的这一根本任务,还可以概括为以下几项基本任务。

第一,要更好地为党和国家对通信的需要服务。党、政、军各级领导机关是通信部门的重点服务单位,特别是中央一级的通信必须优先保证,如设专线、提前接续等。各种政治通信和机要通信都必须确保通信质量,不能发生任何失密或其他事故。因此,在人员设备等的配备上,都需要有特殊规定,不能按一般的经济手段处理。报刊发行是一项政治性很强的通信工作,应保证有最高的效率和质量。

第二,要更好地为国民经济各部门对通信的需要服务。党的十三大报告在关于经济发展战略一节中强调指出,要加快发展以信息传播体系为主轴的通信业。这是党和国家对通信业的重要性和先行地位的充分肯定。作为通信业本身来讲,则应有计划、有步骤地改造通信网,采用新技术,为加快生产过程和流通过程,提高社会劳动生产率和社会经济效益做出积极的贡献。通信的发展,既要先行,又要充分认识这个先行是在社会主义初级阶段基础上的先行。要坚持为整个国民经济发展服务的方向同其他方面协调发展。要努力提高经营管理水平,增进社会经济效益和自身经济效益。要在农村电话等薄弱环节上下工夫。

第三,要更好地为广大人民群众对通信的需要服务。随着两个文明建设的发展,必然带来了广大人民群众对通信需要的大量增长。人们在交往、旅行、采购和求医,以及文化娱乐中,都希望广泛利用通信工具,以节省时间和费用。这就要求通信部门千方百计地改善现在的享用水平,大量增加为居民服务的通信设施,大量开办新业务,并且在资费制度上做较彻底的改革。

第四,要更好地为我国人民与世界各国人民的政治、经济、文化和各种友好往来对通信的需要服务。这就要求我国的通信技术水平和服务质量尽快达到国际水平。

1.4 通信企业管理的性质

1.4.1 通信企业管理的性质

1. 社会主义通信企业的一般特征

社会主义通信企业是生产资料为全民所有制的经济组织,在国家统一计划指导下,实行独立经济核算、具有法人资格、从事通信生产和经营活动的基本单位。从这个定义出发,任何一个社会主义通信企业都必须具备以下三个基本特征。

(1) 通信企业所承担的社会分工是从事通信生产和经营,即从事信息传递、办理通信业务的物质生产单位。这是通信企业与工业、农业、商业等企业的区别所在。

(2) 通信企业作为经济组织,它讲究生产经营活动的经济效益,实行独立经济核算。这是其与事业单位的区别所在。

(3) 为了使通信企业的生产经营活动取得良好的经济效益,并与企业所承担的经济责

任相适应,必须赋予其必要的独立经营的权利和地位。它具有法人资格,能够独立地同外部单位开展有关的经济联系。

2. 通信企业管理的性质

(1) 管理的自然属性

所谓自然属性,是指与生产水平和生产社会化程度有关、而与企业的生产关系及社会制度无关的那些属性。现代通信企业的自然属性是多方面的。这里将最重要的几方面列举如下。

① 生产经营活动的高度社会化

现代通信企业生产经营活动的高度社会化表现在两个方面。一方面,在企业内部实行精细的劳动分工和严密的协作;另一方面,企业与外部的协作关系越来越广泛。生产经营活动社会化程度的不断提高,使企业内各部门、各劳动者之间,以及企业与外部单位之间的协调工作变得更为重要,因而对现代化通信企业的管理提出了更高的要求。

② 现代科学技术在企业生产经营活动的各个方面得到广泛的应用

在生产方面,数据通信、卫星通信、光通信、电子邮政等新技术得到了广泛应用;在管理方面,现代科学方法和科学手段得到了应用,如现代管理十八法和电子计算机在企业管理上得到了应用。为适应现代通信企业的不断发展,就必须不断提高职工的政治和技术素质。

(2) 管理的社会属性

所谓社会属性,是指由通信企业的生产关系与社会制度所决定的那些属性。我国的通信企业是生产资料全民所有制的企业,因而它的社会属性与资本主义企业有着本质的区别。这些区别主要表现在如下几方面。

① 企业的经营目的方面

资本主义通信企业的经营目的是为了攫取最大限度的利润;社会主义通信企业的经营目的是为了能够更好地满足社会 and 人民群众的物质和文化生活对通信的需要。

② 企业同国家的关系方面

资本主义通信企业是以生产资料私有制为基础的,资本家只要不违反法律,国家无权对企业的经营活动进行干预。社会主义通信企业,是在国家计划指导下,实行独立的经济核算,当企业利益与国家利益发生暂时矛盾的时候,企业利益必须服从国家利益。一般情况下,国家、企业、职工三者利益是能够兼顾的。

③ 企业内职工的地位和分配原则方面

在资本主义企业内部,资本家同工人之间的关系是剥削与被剥削的关系,他们之间的矛盾是根本利益上的矛盾。为了欺骗工人,资本主义企业也搞一些参与管理的“民主”形式,但这并不能改变工人阶级被统治的地位。在社会主义通信企业中,广大职工是国家和企业的主人,企业内职工之间的关系是平等的互助合作的同志关系,企业职工实行“各尽所能,按劳分配”的分配原则。

综上所述,通信企业管理具有三个特征和自然属性、社会属性两重性质。只有加深理解企业管理的三个特征和两重性,才能坚持社会主义方向,管理好社会主义通信企业。