



高等教育“十二五”应用型人才培养规划教材

An Introduction of Business Administration

工商管理导论

◆ 从事工商管理专业方向学习的学生和专业人士的重要教材与基础文献。全书概括全面、内容丰富、实用灵活、简明扼要，多层次、多角度地阐释了专业基本概念、主要内容和实用案例。

◎主 编/张建国

◎副主编/黄跃辉 王清娥



WILEY-INTERSCIENCE

An Introduction to Business Administration

工商管理导论

本书是工商管理专业的入门教材，旨在帮助学生了解工商管理的基本概念、理论和实践。本书涵盖了工商管理的基本概念、理论、方法和实践，包括管理学、组织行为学、战略管理、市场营销、财务管理、人力资源管理、运营管理等。本书可作为工商管理专业及相关专业的入门教材，也可供从事工商管理工作的管理人员参考。

作者：[美] 斯蒂芬·P. 罗宾斯
译者：陈维政、王世斌

WILEY-INTERSCIENCE
WILEY

工商管理导论

主 编 张建国
副主编 黄跃辉 王清娥
参 编 贲雪峰 罗 锋
朱晓影 刘新宇

 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 简 介

本书是普通高等教育“十二五”国家级系列规划教材之一，是为适应中国加入世界贸易组织以后对复合型工商人才的需求而编写。全书共 12 章，分为宏观工商管理篇和微观工商管理篇两大部分。在宏观工商管理篇中全面概要地介绍了工商管理的基本概况和历史沿革；工商管理的学科地位与专业设置；工商管理专业就业方向。在微观工商管理篇中对管理学、生产与运作管理、宏微观经济学、人力资源管理、管理心理学、市场营销学、财务管理、领导科学、管理信息系统等工商管理专业的主干课程做了系统的解析。

本书概括全面、内容丰富、实用灵活，简明扼要，多层次、多角度地阐释了专业基本概念、主要内容和实用案例，以帮助学习者更好地认识和理解所学知识，更好地掌握文中的精髓并在实践中将其发扬光大。

本书可作为高等院校工商管理专业的教材，也可作为与工商管理专业相关管理学科方向研究与学习的专业人士的重要参考文献。

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

工商管理导论 / 张建国主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2011. 1
ISBN 978 - 7 - 5640 - 4036 - 9

I. ①工… II. ①张… III. ①工商行政管理—高等学校—教材 IV. ①F203.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 243523 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(办公室) 68944990(批销中心) 68911084(读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京泽宇印刷有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 11

字 数 / 252 千字

版 次 / 2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷

印 数 / 1 ~ 4000 册

定 价 / 22.00 元

责任校对 / 陈玉梅

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题，本社负责调换

前 言

工商管理这一概念起源于美国。随着市场经济的发展,企业的规模日益扩大,经营日趋复杂,迫切需要训练有素的经营管理人才,因此工商管理学科应运而生。首先是宾夕法尼亚大学于1881年创办金融商业学院,设立商业管理学科。19世纪末20世纪初,先进的管理理论的产生,推动了工商管理学科的发展。我国工商管理教育始于20年代初,50年代我国实行高度集中的计划经济模式,企业管理体现出计划经济的特征。随着经济体制改革的深入发展,特别是由计划经济向社会主义市场经济的转变,企业成了社会经济的主体。企业的发展,依赖于管理的科学化、现代化,迫切要求培养大量高层次的经营管理人才。改革开放以来,我国工商管理得到了重视和加强。80年代中期以后,走上了快速、健康发展的道路。工商管理专业在我国从引进到现在也只有15年左右的历史,与其他学科相比目前仍然是一个较为年轻的学科。

本书共分为12章,在宏观工商管理篇中全面概要地介绍了工商管理的基本概况和历史沿革;工商管理的学科地位与学术架构;工商管理的就业方向与工作岗位。在微观工商管理篇中对管理学、生产与运作管理、西方经济学导论、人力资源管理、管理心理学、市场营销学、财务管理、领导科学、管理信息系统等工商管理专业的主干课程做了系统的解析。

本书由张建国教授负责通稿设计、汇总编辑和第一至第四章撰写。黄跃辉老师、王清娥老师分别负责第八章、第九章和第五章、第七章的撰写,贲雪峰老师负责第十章、罗锋老师负责第六章、朱晓影老师负责第十一章、刘新宇老师负责第十二章编写。同时张珊珊博士、张萌老师也参与了本书的修改、校对和统稿等工作。

借此也向为本书做出努力工作的各位老师,以及对本书修改、完善和补充提出宝贵建议与意见的各位同仁致以真挚的谢意。

编 者

宏观工商管理篇

第一章 工商管理的基本概念和历史沿革	3
第一节 工商行政.....	3
第二节 工商企业.....	6
第三节 工商企业管理	12
第二章 工商管理的学科地位与专业设置	18
第一节 工商管理学科概述	18
第二节 工商管理的专业设置	22
第三节 工商管理专业方向的学位与职称	27
第三章 工商管理专业就业方向	32
第一节 工商管理专业就业状况	33
第二节 工商管理发展趋势	36
第三节 工商管理的职业经理人	38

微观工商管理篇

第四章 管 理 学	47
第一节 管理学概述	47
第二节 管理学课程设置	52
第三节 管理学教学大纲	54
第四节 管理学课程案例教学	56
第五章 生产与运作管理	61
第一节 生产运作管理概述	61
第二节 生产运作管理课程设置	71
第三节 “生产与运作管理”教学大纲	76

第六章 西方经济学导论	80
第一节 西方经济学概要	80
第二节 西方经济学教学大纲	90
第七章 人力资源管理	95
第一节 人力资源管理概述	95
第二节 人力资源管理课程设置	101
第三节 “人力资源管理”教学大纲	104
第八章 管理心理学	109
第一节 管理心理学概述	109
第二节 “管理心理学”教学大纲	115
第三节 综合运用各种方法研究人的心理行为	121
第九章 市场营销学	123
第一节 市场营销学概述	123
第二节 市场营销学的产生和发展	126
第三节 市场营销学课程教学大纲	130
第四节 研究市场营销学的意义和方法	134
第十章 财务管理	137
第一节 财务管理概述	137
第二节 财务管理课程设置	141
第三节 财务管理教学大纲	143
第十一章 领导科学	148
第一节 领导科学概述	148
第二节 领导科学的历史形成过程	150
第三节 领导科学教学大纲	152
第四节 科学领导的重要意义	157
第十二章 管理信息系统	160
第一节 管理信息系统概述	160
第二节 管理信息系统课程设置	163
第三节 管理信息系统课程实践教学	165
参考文献	168

宏观工商管理篇

工商管理的基本概念和历史沿革

工商管理这门学科是研究赢利性组织经营活动规律以及企业管理的理论、方法与技术的学科。如何充分调动员工的积极性，如何削减商业成本，如何抓住稍纵即逝的商机，如何根据市场前景制定企业的发展战略，这些都是工商管理需要研究和解决的问题。国家教育部门和各高等院校设立工商企业管理专业教学课程旨在培养适应我国企业改革和发展需要，德、智、体全面发展，具有良好的知识结构，较高的管理素质和较强的创新精神，能独立从事企事业部门管理工作的管理人才。这是与国家提出的“十二五期间”侧重培养公务员、企业管理人才、技术人才、技能人才、社会工作者、农村人才这六支队伍的人才发展规划相适应的。

对于企业管理人才队伍来说，学习和掌握现代管理理论、创新的管理模式、现代信息手段应用以及全球化观点与我国企业管理实践的有机结合，可以不断推动我国企业管理水平的提高，并为我国工商界发展奠定强大的支撑基础。

随着工商管理人才培养的普及和不断扩展，2010年，我国各种管理人员总数达3800万人，其中包括了国家机关的公务员600万人，在未来20年内，即2020年前，我国将继续保持管理人员数量大国的地位。目前我国所需各类管理人员为1000万~1300万人，工商管理已经是中国就业人数较多的行业和热门职业。

广义的工商管理既包括一个国家或一个区域的经济部门所辖的工业企业、商业企业、金融企业、农业企业、服务企业、交通运输企业、建筑企业、邮电通信企业等各种企业组织的宏观指导、政策调控与行政监管，即“工商行政管理”；也包括企业经营管理者对上述企业具体的计划、指挥、领导、组织、协调、控制等经营管理活动，即“工商企业管理”。后者是本书所要探讨与研究的重点。

第一节 工商行政

工商行政管理是指一个国家或一个区域的各种企业组织的宏观指导、政策调控与行政监管。这里须清楚行政管理与工商行政管理这两个基本概念。

一、行政管理

1. 行政管理含义

行政管理（Administration Management）是运用国家权力对社会事务的一种管理活动。

也可以泛指一切企业、事业单位的行政事务管理工作。广义上是指国家政治目标的执行,包括立法、行政、司法等。狭义上是指国家行政机关对社会公共事务的管理,又称为公共行政。

自从产生国家以来,就有了行政管理,但是直到19世纪末才开始形成为一门学科。它经历了从19世纪末至20世纪20年代初的传统管理时期。此期间,德国学者施泰因首先提出“行政学”一词。1887年美国学者威尔逊发表了《行政学的研究》一文。1900年美国行政学家古德诺提出政治与行政分离的主张。1926年美国学者怀特对行政学研究的主要内容作了系统的论述,开始形成行政学的体系。早期行政学以研究政府行政效率和节省开支为目标,主张政治与行政分离,实现组织系统化、工作方法程序化、机关事务计划化、工作要求标准化等,以达到权责分明,追求实效;20世纪20~50年代的科学管理时期,许多行政学家根据泰罗的科学管理理论,把目标分解成若干层次的小目标,并为实现每个目标建立合理的组织机构。从20世纪50年代至今的系统管理时期,许多行政管理学家把20世纪40年代以来出现的信息论、控制论、运筹学等理论和方法用来研究行政管理,同时由于行政管理涉及面愈来愈广,需要考虑的因素愈来愈多,需要把行政管理作为一个系统来研究。

2. 行政管理的特点

行政管理的特点:一是一切行政活动都是直接或间接与国家权力相联系,以国家权力为基础的;二是行政管理是根据国家法律推行政务的组织活动,在执行中又能动地参与和影响国家立法和政治决策,制定政策是行政管理的一种重要活动方式;三是行政管理既管理社会的公共事务,又执行阶级统治的政治职能;四是行政管理要讲究管理的效能和效率,通过计划、组织、指挥、控制、协调、监督和改革等方式,最优地实现预定的国家任务,并达到应有的社会效果;五是行政管理是人类改造社会实践活动的一个特定领域,有它自身发展的客观规律性。

二、工商行政管理

1. 工商行政管理概念

工商行政管理,是指国家为了建立和维护市场经济秩序,通过市场监督管理和行政执法等机关,运用行政和法律手段,对市场经营主体及其市场行为进行的监督管理。中华人民共和国国家工商行政管理总局是国务院主管市场监督管理和有关行政执法工作的直属机构,它既是经济监督机关,也是行政执法机关,还是全国工商行政管理系统的最高职能部门。工商局作为我们国家的政府工作部门,代表国家对经济、文化事务进行规范、引导。工商局是我国的专门行政管理机关之一,它按照我国的行政区划分级设立。工商局一般就这些事务进行管理:消费者权益保护、市场规范管理、企业登记、外资登记、广告监管、个体私营监管、商标注册及商标评审等。

2. 工商行政管理体制发展过程

工商行政管理体制发展沿革大体经历以下几个阶段。

新中国成立初期,国家政务院财经委员会内设有中央外资企业管理局和中央私营企业管理局;1953年两局合并,改称中央工商行政管理局;10年动乱中并入商业部;1978年9月重新恢复,改称为中华人民共和国国家工商行政管理局;1998年党中央、国务院作出决定,改革工商行政管理体制,省级以下机关实行垂直管理;2001年4月国家工商行政管理局升

为国家工商行政管理总局。

根据《国务院关于机构设置的通知》(国发〔2008〕11号),设立国家工商行政管理总局(正部级),为国务院直属机构。各级工商行政管理局,是主管本地域市场监督管理和行政执法工作的政府直属机构,主要职能是:依法确认各类经营者的主体资格,监督管理或参与监督管理各类市场,依法规范市场交易行为,保护公平竞争,查处经济违法行为,取缔非法经营,维护正常的市场经济秩序。

3. 工商行政管理主要职责

工商行政管理主要职责是:

(1) 负责市场监督管理和行政执法的有关工作,起草有关法律法规草案,制定工商行政管理规章和政策。

(2) 负责各类企业、农民专业合作社和从事经营活动的单位、个人以及外国(地区)企业常驻代表机构等市场主体的登记注册并监督管理,承担依法查处取缔无照经营的责任。

(3) 承担依法规范和维护各类市场经营秩序的责任,负责监督管理市场交易行为和网络商品交易及有关服务的行为。

(4) 承担监督管理流通领域商品质量和流通环节食品安全的责任,组织开展有关服务领域消费维权工作,按分工查处假冒伪劣等违法行为,指导消费者咨询、申诉、举报,受理、处理和网络体系建设等工作,保护经营者、消费者合法权益。

(5) 承担查处违法直销和传销案件的责任,依法监督管理直销企业和直销员及其直销活动。

(6) 负责垄断协议、滥用市场支配地位、滥用行政权力排除限制竞争方面的反垄断执法工作(价格垄断行为除外)。依法查处不正当竞争、商业贿赂、走私贩私等经济违法行为。

(7) 负责依法监督管理经纪人、经纪机构及经纪活动。

(8) 依法实施合同行政监督管理,负责管理动产抵押物登记,组织监督管理拍卖行为,负责依法查处合同欺诈等违法行为。

(9) 指导广告业发展,负责广告活动的监督管理工作。

(10) 负责商标注册和管理,依法保护商标专用权和查处商标侵权行为,处理商标争议事宜,加强驰名商标的认定和保护工作。负责特殊标志、官方标志的登记、备案和保护。

(11) 组织指导企业、个体工商户、商品交易市场信用分类管理,研究分析并依法发布市场主体登记注册基础信息、商标注册信息等,为政府决策和社会公众提供信息服务。

(12) 负责个体工商户、私营企业经营行为的服务和监督管理。

(13) 开展工商行政管理方面的国际合作与交流。

(14) 领导全国工商行政管理业务工作。

(15) 承办国务院交办的其他事项。

具体来说,工商行政管理监管内容包括:食品安全监管、商品质量监管、服务消费监管、保护注册商标专用权、广告监管执法、打击传销规范直销、红盾护农、反垄断与反不正当竞争、查处取缔无照经营和社会治安综合治理等工作内容。

第二节 工商企业

要想掌握工商企业管理的基本概念，首先我们要对与“工商企业管理”相关的一些知识有所了解。

一、工商企业的基本概念

1. 工商企业的基本概念与分类

工商企业是从事生产、流通、服务等经济活动，以生产或服务满足社会需要，实行自主经营、独立核算、依法设立的一种营利性的经济组织。简言之，工商企业就是指依法设立的以营利为目的、从事商品的生产经营和服务活动的独立核算经济组织。在商品经济范畴，企业作为组织单元的多种模式之一，是按照一定的组织规律有机构成的经济实体，一般以赢利为目的，以实现投资人、客户、员工、社会大众的利益最大化为使命，通过提供产品或服务换取收入。它是社会发展的产物，因社会分工的发展而成长壮大。

工商企业是独立的营利性组织，其有以下多种分类形式。

(1) 按投资人的出资方式 and 责任形式可进一步分为公司制企业 and 非公司制企业，合伙企业、个人独资企业、个体工商户等就属非公司制企业。

(2) 按投资者的不同可分为内资企业、外商投资企业和我国港、澳、台商投资企业等。

(3) 按所有制结构可分为全民所有制企业、集体所有制企业和私营企业。

(4) 按股东对公司负责的程度不同分为无限责任公司、有限责任公司、股份有限公司。

(5) 按企业管理隶属关系可分为母公司、子公司。

(6) 按规模可分为大型企业、中型企业和小型企业。

(7) 按经济部门或行业类别不同可分为工业企业、商业企业、金融企业、农业企业、服务企业、交通运输企业、建筑企业、邮电通信企业等。

传统的企业大多是劳动密集型，现代的高科技企业大多是知识型创造企业，中国的企业正在向知识经济转型。

社会进入信息时代后，一是要求企业用信息技术来强化企业的管理、生产和经营，企业要创造更多的经济效益就必须借助信息技术来提高企业的生产效率和管理水平。二是进入信息时代又形成了一些新型信息化的网络企业。如软件设计与开发、游戏开发、系统集成、网络工程、企业信息化、网站设计与开发、网页制作、电子商务、通信系统开发集成、自动化控制系统开发与集成、自动化工程、软件销售、技术支持、技术服务、技术培训等。

在 20 世纪后期中国内地改革开放与现代化建设，以及信息技术领域新概念大量涌入的背景下，“企业”一词的用法有所变化，并不限于商业性组织或营利性组织。随着社会发展，真正有发展潜力的企业肯定是公司类型的企业。

2. 工商企业组织形式

根据市场经济的要求，现代企业的组织形式按照财产的组织形式和所承担的法律责任的划分。国际上通常分类为：独资企业、合伙企业和公司企业。

独资企业：西方也称“单人业主制”。它是由某个人出资创办的，有很大的自由度，只要不违法，爱怎么经营就怎么经营，要雇多少人，贷多少款，全由业主自己决定。赚了钱，

交了税，一切听从业主的分配；赔了本，欠了债，全由业主的资产来抵偿。我国的个体户和私营企业很多属于此类企业。

合伙企业：合伙企业是由几个人、几十人，甚至几百人联合起来共同出资创办的企业。它不同于所有权和管理权分离的公司企业，通常是依合同或协议凑合组织起来的，结构较不稳定。合伙人对整个合伙企业所欠的债务负有无限的责任。合伙企业不如独资企业自由，决策通常要合伙人集体做出，但它具有一定的企业规模优势。

以上两类企业属自然人企业，出资者对企业承担无限责任。

公司企业：公司企业是按所有权和管理权分离，出资者按出资额对公司承担有限责任创办的企业。主要包括有限责任公司和股份有限公司。有限责任公司指不通过发行股票，而由为数不多的股东集资组建的公司（一般由2人以上50人以下股东共同出资设立），其资本无须划分为等额股份，股东在出让股权时受到一定的限制。在有限责任公司中，董事和高层经理人员往往具有股东身份，使所有权和管理权的分离程度不如股份有限公司那样高。有限责任公司的财务状况不必向社会披露，公司的设立和解散程序比较简单，管理机构也比较简单，比较适合中小型企业。

股份有限公司是把全部资本划分为等额股份，通过发行股票筹集资本的公司，又分为在证券市场上市的公司和非上市的公司。股东一旦认购股票，就不能向公司退股，但可以通过证券市场转让其股票。股份有限公司的优势是：经过批准，它可以向社会大规模地筹集资金，使某些需要大量资本的企业在短期内得以成立，有利于资本的市场化和公众化，将企业经营置于社会大众的监督之下。当股东认为企业经营不善时，会抛售股票，这成为对公司经理人员的强大外部约束力量。但股份有限公司的创办和歇业程序复杂，公司所有权和管理权的分离带来两者协调上的困难，同时由于公司要向外披露经营状况，商业秘密难于保守。这种组织形式比较适合大中型企业。

公司企业属法人企业，出资者以出资额为限承担有限责任，是现代企业组织中的一种重要形式，它有效地实现了出资者所有权和管理权的分离，具有资金筹集广泛、投资风险有限、组织制度科学等特点，在现代企业组织形式中具有典型性和代表性。

随着我国社会主义市场经济体制的建立和完善及世界经济一体化进程的加快，公司企业将成为我国企业组织形式的主体。公司企业为了扩大规模，必定不断进行再投资，投资过程将会成立众多分支机构。根据分支机构与公司企业是受控还是所属，可分为母子公司与总分公司。如果新办企业是原公司企业所属就称为总公司与分公司的关系；如果新办企业是原公司所控制，则称为母公司与子公司的关系。区分总分公司与母子公司的关键是看新办公司与原公司是否为同一法人主体。一般认为，分公司是总公司的派出机构，与总公司是同一法人实体，从而两者间适用汇总纳税，直接抵扣有关税收规定；而母公司虽然控制着子公司的部分股权，但在法律上认定二者之间是非同一法人实体的关系，因而不能按汇总纳税等规定来处理税务当局与他们之间的关系。一些国家在公司法规中规定，企业之间具有母子关系者必须以一家公司拥有另一家公司至少50%以上的股权为准，而另一些国家则没有明确规定数量标准。但税收协定规定的母子企业的标准，则以“直接或间接控制另一企业的生产经营”为准。

不同的企业组织形式会有不同的税负水平，因此，投资者在组建企业或拟设立分支机构时，就必须考虑不同企业组织形式给企业带来的影响。

从公司企业与合伙企业的比较来看,大多数国家对公司和合伙企业实行不同的纳税规定。公司的营业利润在企业环节课征公司税,税后利润作为股息分配给投资者,投资者还要交纳一道个人所得税。而合伙企业则不作为公司看待,营业利润不交公司税,只课征各个合伙人分得个人收益的个人所得税。例如:某纳税人甲经营一家企业,年盈利400 000元,该企业若采用合伙形式经营(假设由4人合伙设立),依现行税制规定需交纳个人所得税133 250元($400\,000 \times 35\% - 6\,750$),税后利润为266 750元。若按公司企业形式组织经营,则除交纳公司所得税132 000元($400\,000 \times 33\%$)外,税后利润268 000元,假设全部作为股息分配,则还需交纳个人所得税87 050元($268\,000 \times 35\% - 6\,750$),其税后净收益为180 950元($268\,000 - 87\,050$)。与前者相比,多负担所得税85 800元。因此,面对公司税负重于合伙企业的情况,纳税人便会做出不组织公司,而办合伙企业的决策。当然,以什么样的形式组建企业,并不只考虑税收问题。

从子公司与分公司的比较来看,由于各国的税负水平不同,一些低税国、低税地区可能对具有独立法人地位的投资者的利润不征税或只征较低的税收,并与其他国家、地区广泛签订税收协定,对分配的税后利润不征或少征预提税。因此跨国纳税人常乐于在这些低税国家和地区建立子公司或分公司,用来转移利润,躲避高税国税收。当然,子公司和分公司在税负水平上仍有区别,这就要求一个企业在国外或外地投资时,必须在建立子公司和分公司之间进行权衡。子公司是相对于母公司而言,分公司是相对于总公司而言,它们是现代大公司企业设立分支机构常见的组织形式。大多数国家对公司法人(子公司)和分公司在税收上有不同的规定,在税率、税收优惠政策等方面,也互有差别。

二、工商企业存在的本质

1937年,美国经济学家科斯(R. H. Coase)发表的《企业的本质》一文,被认为是对这一问题进行探讨的开端。

在此之前,关于企业本身的性质是什么,是一个被传统的微观经济学理论忽略的问题。在传统的微观经济学理论中,是厂商的生产过程被看成一个“黑匣子”,即企业被抽象成一个由投入到产出的追求利润最大化的“黑匣子”。

1. 交易成本

目前,关于企业性质问题,西方经济学家具有不同观点。相互之间也存在一些争论。一部分西方经济学家主要是从科斯所强调的交易成本的角度来分析企业的性质的。

什么是交易成本呢?任何交易都可以看成是交易双方所达成的一项契约。所谓交易成本可以看成是围绕交易契约所产生的成本。根据科斯等人的观点,一类交易成本产生于签约时交易双方面临的偶然因素所带来的损失。这些偶然因素或者是由于事先不可能被预见而未写进契约,或者虽然能被预见,但由于因素太多而无法写进契约。另一类交易成本是签订契约,以及监督和执行契约所花费的成本。

2. 企业本质

企业的本质是什么?或者说,企业为什么会存在呢?一些西方经济学家认为,企业作为生产的一种组织形式,在一定程度上是对市场的一种替代。可以设想两种极端的情况。在一种极端的情况下,每一种生产都由一个单独的个人来完成,如一个人制造一辆汽车。这样,这个人就要和很多的中间产品的供应商进行交易,而且,还要和自己产品的需求者进行交

易。在这种情况下，所有的交易都通过市场在很多的个人之间进行。在另一种极端的情况下，经济中所有的生产都在一个庞大的企业内部进行，如完整的汽车在这个企业内部被生产出来，不需要通过市场进行任何中间产品的交易。由此可见，同一笔交易，既可以通过市场的组织形式来进行，也可以通过企业的组织形式来进行。企业之所以存在，或者说，企业和市场之所以同时并存，是因为有的交易在企业内部进行成本更小，而有的交易在市场进行成本更小。

3. 市场配置

那么市场配置资源的优势与企业配置资源的优势各在哪里呢？

具体地说，市场主要有哪些优势呢？就是在市场上购买中间产品而言，由于大量的厂商一般从少数几个供应商那里买货，这就有利于这几个供应商实现生产上的规模经济和降低成本。而且，中间产品供应者之间的市场竞争压力，也迫使供应商努力降低生产成本。此外，当少数几个供应商面对众多的中间产品的需求者时，这几个供应商可以避免由于销路有限而造成的需求不稳定可能带来的损失，从而在总体上保持一个稳定的销售额。

企业又主要有哪些优势呢？首先，厂商在市场上购买中间产品是需要花费交易成本的，它包括企业在寻找合适的供应商、签订合同及监督合同执行等方面的费用。如果厂商能够在企业内部自己生产一部分中间产品，就可以消除或降低一部分交易成本，而且，还可以更好地保证产品的质量。其次，如果某厂商所需要的是某一特殊类型的专门化设备，而供应商一般不会愿意在只有一个买主的产品上进行专门化的投资和生产，因为这种专有化投资的风险比较大。因此，需要该专门化设备的厂商就需要在企业内部解决专门化设备的问题。最后，厂商雇用一些具有专门技能的雇员，如专门的产品设计、成本管理和质量控制等人员，并与他们建立长期的契约关系。这种办法要比从其他厂商那里购买相应的服务更为有利，从而也消除或降低了相应的交易成本。

西方经济学家进一步指出，导致交易成本在市场和企业这两个组织之间不相同的主要因素在于信息的不完全性。由于信息的不完全性，契约的任何一方都会努力去收集和获取自己所没掌握的信息，去监督对方的行为，并设法在事先约束和在事后惩罚对方的违约行为，等等。所有这些做法，都会产生交易成本。由于这些做法在市场和企业中会各自采取不同的形式，所以相应的交易成本也就不相同了。特别是在信息不对称的条件下，在市场交易过程中，以上这些做法所导致的交易成本往往是很高的。因此，通过企业这一组织形式，可以使一部分市场交易内部化，从而消除或降低一部分市场交易所产生的高的交易成本。

尽管企业的内部交易会消除或降低一部分市场交易成本，但是，与此同时也带来了企业所特有的交易成本。导致企业这一缺陷的主要原因也同样在于信息的不完全性。具体地说，首先，企业内部存在着各种契约关系，其中包括企业与劳动者的契约关系、企业与管理者的契约关系等。企业要对其所雇用的工人、产品推销员，直至经理等各类人员的工作进行监督，同时还要诱导他们为企业努力工作。所以，企业在签订契约，以及在监督和激励方面要花费成本。其次，一方面，企业决策者往往要从下级获取信息；另一方面，企业上层的决策信息又要通过向下级传递而得到实现。这两个不同方向的信息传递，都会因企业规模扩大所带来的隶属层次的增多而被扭曲，从而导致企业效率的损失。再次，企业的下级往往出于利己的动机向上级隐瞒或传递错误的信息，以使上级作出有利于下级的决策。或者，下级对上级的决策仅传递或执行对自己有利的部分。这些都将导致企业效率的损失。由此可见，企业

的扩张是有限制的。根据科斯的理论，企业的规模应该扩张到这样一点，即在这一点上再增加一次内部交易所花费的成本与通过市场进行交易所花费的成本相等。

三、工商企业的作用与特点

1. 企业的作用

企业的作用如下：

- ①企业作为国民经济的细胞，是市场经济活动的主要参加者。
- ②企业是社会生产和流通的直接承担者。
- ③企业是推动社会经济技术进步的主要力量。

总之，企业对整个社会经济的发展与进步有着不可替代的作用，从一定意义上讲，企业素质的高低，企业是否适应市场经济发展的要求，直接关系到国民经济状况的好坏和社会的长治久安。

随着发展形势的变化，传统意义上的企业已经消亡，无论从形态还是本质上看，亟须突破传统概念上的企业定义的思维定式。

2. 企业的特点

目前有关学者总结出的当前企业特点如下。

第一，企业的契约性。企业是一个契约性组织。法律契约、行为契约、心理契约等始终贯穿于企业运营管理的主线。

第二，企业的市场性。企业是一个市场性组织。过去，企业作为契约性组织由上级负责；现在，企业是市场性组织，人对市场负责，市场化程度的高低决定了企业盈利能力的高低。

第三，企业的学习性。企业是学习型组织。过去认为企业是制造产品的，现在看来，企业是制造思想的。企业内部有两条价值链：一是意识形态价值链，由信息和知识到能力，再到思想；二是物质形态价值链。

第四，企业的虚拟性。企业的一个发展趋势是向虚拟化组织方向发展。采取虚拟生产、虚拟营销、虚拟运输、虚拟分配的企业不断出现。

第五，企业的模糊性。企业的另一个发展趋势是向无边界组织发展。过去认为企业是有边界的，后来发展了，企业成为无边界的，再后来，企业既有边界又无边界，边界模糊，一切都模糊化。现在看来，一个企业边界，按照边际成本乘以边际收益来看，许多企业边际成本小于边际收益，或者边际成本为零。边际收益不变，那么边际成本、边际收益递增的规律发挥主导作用，即边界可以无限大，这对于企业的运作意义是很大的。

第六，企业的系统性。企业是一个系统性的组织。现在的企业分成两条线：一条线是产品和服务；另一条线是使企业具有持续竞争力的保障系统。一般来讲，国外成功的大企业都是系统化运作，讲究系统性。

第七，企业的网络性。企业是网络化组织。价值链组织对于一个企业来说还不够，它不一定形成一个圈环。成为网络组织，使企业成为链主，企业和网主企业就要对价值链的运作整合，这样企业就可以成为一个联合体。对于中国企业来讲，应该融入这个网络，融入更大的、更多的价值网络。

第八，企业的全球性。企业是全球性组织。过去企业根据木桶理论决定最短的那根怎么