

商業管理

黎明西叢書

商業管理

李權時 著

上海黎明書局發行

中華民國二十六年四月再版

自序

我寫這本很簡括而淺近的小冊子的動機，一如我寫「經濟學原理」及「財政學原理上卷」的動機，是在乎製造國貨教科書或講義。我的動機似乎是對的，不過我的工作是否滿意，那我當然是「當局者」，還要請「旁觀者清」，來指正的。我自己很覺得我這本小冊子是只能作爲大綱或 Syllabus 看待，不足列於著述之林的。現在因學校授課有急需，故貿然先行印發；發揚補充，請俟諸異日，是爲序。

中華民國二十三年正月

著者識於江灣復旦大學院長室

目次

自序·····	一
---------	---

第一章 緒論

一、商業管理的意義·····	一
二、商業管理與經營經濟學·····	三
三、商業管理與企業家或產業行政者·····	五
四、商業管理內容的分段或分帶·····	七
五、企業家職務的鳥瞰·····	八
六、如何造就一國的企業家或產業管理家·····	一八

七、中古時代的老闆與近世企業家的比較·····	二一
八、研究商業管理學或經營經濟學的方法·····	二五

第二章 企業家與自然環境(上)

一、決定工廠地址之要素的鳥瞰·····	二七
二、交通與工廠地址的關係·····	三〇
三、初設者的推動力與工業模仿的習慣·····	三一
四、分業中心點的經濟利益·····	三二
五、上海爲中國工商業中心點的理由·····	三三
六、商業中心點的地址·····	三五
七、金融中心點的地址·····	三六

八、工商企業地址在一城市內的選擇·····	三九
九、零售商店的地址·····	四〇
十、各種企業地址的選擇·····	四一
十一、工廠應設在城市郊外抑鄉下乎·····	四四

第三章 企業家與自然環境(下)

一、工廠的建築及設備問題·····	四九
(甲)工廠房屋之主要的機能或功用·····	四九
(乙)總經理與建築師·····	五〇
(丙)單位壓力·····	五一
(丁)第一樓與底層·····	五二

(戊) 廠屋的高度與寬度·····	五三
(己) 廠屋的長度·····	五四
(庚) 層樓的多少·····	五四
(辛) 建築的種類·····	五六
二、工廠的佈置問題·····	五七
(甲) 工廠佈置與廠屋·····	五七
(乙) 廠內各生產中心點的分析·····	五七
(丙) 工作順序的排佈·····	五八
(丁) 聯絡調整·····	六一
(戊) 廠內運輸·····	六二
(己) 順序佈置與種類佈置·····	六三

(庚)工廠順序佈置的幾種方式·····	六五
---------------------	----

第四章 企業家與生產技術問題

一、生產的意義·····	七一
二、生產方法的演進·····	七二
三、工程學的意義及分類·····	七三
四、機械生產的後果·····	七八
五、近世製造的程序·····	八〇
六、生產管理與工業的性質·····	八〇
七、製造業的五個機能·····	八一
八、製造業機能之逐漸託讓或分化·····	八二

九、幾種比較的工具·····	八四
----------------	----

(一)檢查出品·····	八四
--------------	----

(二)生產的圖表監督或生產進行圖·····	八八
-----------------------	----

(三)時間研究·····	八九
--------------	----

(四)動作研究·····	八九
--------------	----

(五)分類標誌·····	九〇
--------------	----

(六)成本會計·····	九〇
--------------	----

第五章 企業家與市場問題

一、中古時代商人之萬能和近世商人之分工·····	一〇七
--------------------------	-----

二、分工後的合作問題·····	一〇八
-----------------	-----

三、近代市場結構的背景·····	一〇八
四、從事市場分配者的功能·····	一一〇
五、銷售方法·····	一一一
六、廣告方法與效果·····	一二二
七、交易所產生的條件·····	一二三
八、批發商的種類·····	一二四
九、製造家與批發商之間的分配機關·····	一二四
十、批發商的功用·····	一二五
十一、零售商行的種類·····	一二七
十二、函售公司的起因及其擴充營業的方法·····	一二八
十三、百貨商店的特點·····	一二九

十四、製造家與百貨商店的利害衝突·····	一二〇
十五、連鎖商店的起因及其種類·····	一二〇
十六、製造廠的銷售管理·····	一二二
十七、出品市場的研究或分析·····	一二四
十八、監督銷售人員的測量工具·····	一二五
十九、監督廣告的測量工具·····	一二五
二十、如何決定出品的售價·····	一二六
二十一、採購部的職責·····	一二七

第六章 企業家與職工管理

一、職工管理的意義·····	一二九
----------------	-----

二、職工管理的重要……………一二九

三、工廠內一個完備的職工管理部的組織……………一三〇

第七章 企業家與金融問題

一、企業家與金融組織……………一三九

二、企業家與徵信所及調查所……………一四一

三、企業家的理財工具……………一四三

第八章 企業家與風險問題

一、近代企業所負的風險……………一四五

二、消費者與生產者的隔離足以增加風險……………一四七

三、企業對付風險的方法·····	一四七
------------------	-----

四、企業對付風險的人員·····	一四九
------------------	-----

第九章 企業家與企業組織問題

一、企業組織的分類方法·····	一五一
------------------	-----

二、企業生產規模有太小的原因·····	一五三
---------------------	-----

三、大規模生產與小規模生產利弊的比較·····	一五七
-------------------------	-----

四、私人企業和政府企業的比較·····	一六〇
---------------------	-----

五、營利的企業和合作的企業比較·····	一六一
----------------------	-----

六、個人企業的利弊·····	一六三
----------------	-----

七、合夥企業的利弊·····	一六四
----------------	-----

八、股份有限公司之佔優勢·····	一六七
九、股份有限公司的利弊·····	一六九
十、股份兩合公司設立之目的·····	一七〇
十一、公司聯合的企業·····	一七一

第十章 企業家與綜合管理問題

一、管理者的思考或判別事理的分析·····	一七三
二、綜合管理政策的種類·····	一七五
三、幾種企業內部辦事的組織·····	一七六
四、綜合管理的幾個管理原則·····	一七七
五、綜合管理測量的工具·····	一七八

第一章 緒論

一 商業管理的意義

商業管理英文叫做 Business Administration，德文可以叫做 Betriebs-Verwaltung。英文 Business 和德文 Betrieb 的意義，是包括商品貿易和實業管理（實業是包括農工商漁林礦等業在內）而言的，或至少是包括工業管理而言的。而漢文之中所謂「商」，本來也是分做廣狹兩義的。狹義的「商」，當然是僅指「懋遷有無」或賣買商品而言；廣義的「商」，則是兼指金融業，運輸業，交通業，堆棧業，保險業，採礦業