

f-274-4?
w37

高等学校电子商务专业主要课程教材

企业电子商务管理

王学东 主编



A0955589



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

内容简介

本书是在教育部高教司直接指导和支持下推出的面向 21 世纪高等院校电子商务专业主要教材之一。全书共有 10 章, 主要包括企业电子商务的组织形态、电子商务组织与管理体制、电子商务的运营模式、电子商务运作流程、电子商务经营战略、电子商务资源管理、电子商务信息流管理、电子商务物流管理、电子商务资金流管理、电子商务系统评价等内容。本书既可以作为电子商务专业本科生的专业教材, 也可作为其他专业本专科学生、研究生以及企事业单位的实际工作者的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

企业电子商务管理/王学东主编. —北京: 高等教育出版社,
2002

大学本科生用书

ISBN 7-04-010121-1

I. 企… II. 王… III. 企业管理: 供销管理-电子商务-
高等学校-教材 IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 065284 号

企业电子商务管理

王学东 主编

出版发行 高等教育出版社

社 址 北京市东城区沙滩后街 55 号

邮政编码 100009

电 话 010-64054588

传 真 010-64014048

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

经 销 新华书店北京发行所

印 刷 北京民族印刷厂

开 本 787 × 960 1/16

版 次 2002 年 1 月第 1 版

印 张 19.25

印 次 2002 年 1 月第 1 次印刷

字 数 350 000

定 价 16.50 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

出版说明

在世界经济的深刻变化和发展过程中，电子商务已经显示其巨大的现代经济管理的价值和对社会变革的影响力。党和政府高度重视电子商务在我国的发展与应用，国家“十五”规划中明确指出：“通过电子商务特别是企业间电子商务的应用，推动营销、运输和服务方式的变革，降低成本，扩大工业品市场规模。”为了实现我国“以信息化带动工业化”的经济发展战略目标，加速发展电子商务正在成为我国谋求跨越式发展的重要选择之一。

为了满足国家经济发展与建设对电子商务专门人才的迫切需要，教育部根据教学规律正积极建立一套科学、系统、具有可操作性的宏观培养体系规划。在高等教育方面，教育部已经批准13所高等院校正式开办电子商务本科专业教学；同时对电子商务专业学科的建设所涉及的问题，包括理论基础、知识结构、培养目标、课程设置、发展方向等，作了广泛的研究和讨论。2001年6月教育部在南京举办了全国范围的“高等学校电子商务本科专业建设”的专题研讨会。在这次会议上，专家和学者就我国高等院校电子商务本科专业的建设发展方向和任务达成如下共识：

(1) 电子商务专业的培养目标建议为：培养具有扎实的经济与管理理论基础，掌握信息科学技术方法与手段，具备使用现代信息技术开展商务活动的的能力，从事现代电子商务运作与管理的高素质复合型人才。

(2) 电子商务专业的课程设置原则建议为：从学科基础、知识结构和实践需要出发，遵照宽口径、少而精的原则，一方面应当体现这个专业的特点和培养目标，另一方面为各校自己发展特色留有足够的余地。建议专业主干课程为：电子商务概论、电子商务技术基础、网络营销、电子银行与网络支付、电子商务物流管理等。另外，电子商务法、企业电子商务管理、电子商务安全管理、电子商务系统建设与管理、网络经济等可以成为本专业的特色课程。

(3) 电子商务专业的实践要求建议为：要重视本专业的实践环节和学生创新能力的培养，要在多媒体和网络环境下进行教学。鼓励院校积极和社会业界合作，建立教学实验基地。

(4) 电子商务专业的教材建设建议为：尽快出版一套体现专业特色的系列教材，以满足目前迫切的教学需要。

2 出版说明

为了配合高等院校电子商务本科专业的建设工作,高等教育出版社在教育部高教司的指导和帮助下,委托对外经济贸易大学陈进教授牵头,组织西安交通大学、中南工业大学、华东政法大学、上海大学、上海财经大学、华中师范大学、北方交通大学、中央财经大学、北京科技大学、武汉大学等相关教授和学者编写了高等学校电子商务专业系列教材。希望这套教材的出版为我国培养一批电子商务专业人才作一点贡献,同时希望教材出版后能得到广大专家学者和师生的指正。

高等教育出版社

2001.6.30

前 言

本书是高等教育面向 21 世纪电子商务专业教材建设项目的研究成果之一,是根据 2001 年 6 月“面向 21 世纪电子商务专业(本科)教材建设研讨会”拟定的电子商务专业主要课程教材编写大纲组织编写的。本书主要作为大专院校电子商务专业“企业电子商务管理”课程的教材。此外,本书还可供有关科研、管理人员参考。

本书编写过程中充分注意到国内国外有关电子商务活动及其研究的实际,充分考虑到电子商务专业教育的基础与需要,为拓宽知识面、加强适应能力提供素材,力求做到深入浅出。本书内容可划分为以下几个组成部分:第一部分主要探讨企业电子商务的组织形态,明确虚拟企业、电子商务企业、企业电子商务之间的演进发展与联系,认识企业电子商务的管理对象;第二部分主要是概括和抽象企业电子商务管理原理,阐述企业电子商务组织的管理机制、组织结构、运营模式、运作流程,旨在认清企业电子商务组织管理的内涵和规范要求;第三部分是企业电子商务组织的经营管理内容,分为两个层面予以说明,第一层面从宏观上研究企业电子商务管理的战略,第二层面从微观上研究企业电子商务管理的具体内容,主要以企业电子商务的三流(即信息流、物流、资金流)为主线,集成人、财、物、信息、时间、环境等要素系统,构建企业电子商务的完整管理体系。

本教材在编写过程中,曾引用和参考了大量的文献资料和研究成果。限于篇幅,书后只列出了主要参考文献,如有遗漏,谨向作者致歉。

本书的编写执笔人如下:第一、八章由桂学文编写,第二、三章由王学东编写,第四章由易明、周涛编写,第五章由王战平编写,第六、七章由王学东、易明、周涛编写,第九章由刘刚编写,第十章由王伟军编写。全书由王学东担任主编,桂学文、王战平、王伟军任副主编。整个编写过程得到了高教出版社李冬梅、黄燕老师及对外经贸大学陈进教授的大力支持和帮助,华中师大教务处沈振煜、刘建清、洪早清处长曾给予了大力支持,在此一并致以深深的谢意。

由于编写人员水平有限,书中可能会有错误缺点,恳切希望使用本教材的师生和读者提出批评和改进意见。

编 者

2001.8

目 录

第一章 企业电子商务的组织形态	1
第一节 企业组织形态的演进	1
一、企业组织形态的演进过程	1
二、企业组织形态演进的外在因素分析	4
三、企业组织形态演进的内在因素分析	6
第二节 实体企业组织	7
一、现代实体企业组织的类型	7
二、实体企业组织的特征	10
三、实体企业组织的前景与困境	11
第三节 虚拟组织进程	13
一、虚拟企业的产生与发展	13
二、虚拟企业的特点	15
三、虚拟企业的功能	17
第四节 企业电子商务	18
一、电子商务的发展历程	19
二、企业电子商务的涵义	20
三、企业电子商务的组织要素	20
四、企业电子商务的特征	22
五、传统企业向企业电子商务转型的阶段和层次	23
第五节 电子商务企业	25
一、电子商务企业的概念	25
二、电子商务企业的产生	25
三、电子商务企业的分类	28
四、电子商务企业的特点	29
第二章 企业电子商务组织与管理体制	32
第一节 企业电子商务组织与管理体制的基本含义	32
一、企业 EC 组织与管理体制的关系	32
二、企业 EC 组织与管理体制的意义	33

三、企业 EC 组织与管理体制的优化标准	33
第二节 企业电子商务组织结构	35
一、企业 EC 组织的趋势变革	35
二、企业 EC 组织结构的设计思想	37
三、企业 EC 组织结构模式	38
四、组织发展	39
第三节 企业电子商务组织的管理机制	43
一、利益分配机制	44
二、权力权威机制	44
三、竞争机制	44
四、激励机制	45
五、信仰机制	46
第四节 企业电子商务组织的管理制度	47
一、制度的一般规定	47
二、企业 EC 组织制度	48
三、企业 EC 人事管理制度	49
四、企业 EC 财务管理制度	49
五、企业 EC 生产与物流管理制度	51
六、市场营销管理制度	53
第三章 企业电子商务的运营模式	54
第一节 企业电子商务系统	54
一、企业 EC 活动系统结构	54
二、企业 EC 系统与社会 EC 系统的关系及 EC 系统模型	56
第二节 企业电子商务系统与社会电子商务系统的连接系统工具	58
一、EDI	58
二、基于互联网的企业电子商务	64
第三节 企业电子商务系统运营模式	67
一、企业 EC 系统内部运营模式	67
二、企业 EC 系统外部的运营与连接	73
三、企业 EC 系统分散网络化运营模式	74
第四节 企业电子商务系统运营方案(案例)	79
一、构建模型	79
二、NonStop 电子商务平台	81
三、NonStop 电子商务解决方案操作环境	82
四、NonStop 电子商务解决方案	82

第四章 企业电子商务运作流程	86
第一节 企业电子商务网络运行平台	87
一、平台一：信息流网络	87
二、平台二：知识流网络	88
三、平台三：资金流网络	90
四、平台四：物流网络	91
五、平台五：契约网络	92
六、五大网络平台之间的关系	93
第二节 企业电子商务网络运作模型	94
一、企业 EC 网络运作模型外模式	95
二、企业 EC 网络运作模型模式	97
三、企业 EC 网络运作模型内模式	98
第三节 企业流程重组	99
一、企业流程重组的概念	100
二、企业流程重组的必然性	101
三、企业流程重组的内涵	103
四、企业流程重组案例分析	108
五、中国企业流程重组	113
第五章 企业电子商务经营战略	115
第一节 经营战略	115
一、战略概述	115
二、经营战略	117
第二节 经营战略环境分析	120
一、宏观环境分析	120
二、行业环境分析	122
三、企业实力分析	124
第三节 企业电子商务经营目标	126
一、企业电子商务经营思想	126
二、企业电子商务经营目标	128
第四节 企业电子商务经营战略	131
一、信息战略	131
二、创新战略	132
三、企业形象战略	134
四、人性化管理战略	135
五、营销战略	136

第六章 企业电子商务资源管理	139
第一节 企业电子商务资源	139
一、企业 EC 资源的涵义	139
二、企业 EC 资源的特点	140
三、企业 EC 资源的类型	141
第二节 企业电子商务人力资源管理	143
一、企业 EC 人力资源管理的涵义	144
二、企业 EC 人力资源的构成	144
三、企业 EC 人力资源结构	146
四、企业 EC 人力资源管理实践	148
五、企业 EC 人力资源管理的有关制度	149
第三节 企业电子商务物力资源管理	151
一、物资消耗定额	151
二、设备的选择与使用	152
三、设备的维护与修理	154
四、设备的改造与更新	156
第四节 企业电子商务无形资产管理	156
一、企业无形资产的概念	156
二、企业无形资产的特征	157
三、企业无形资产管理现状	158
四、企业无形资产管理方法与对策	159
五、企业无形资产管理案例分析	160
第五节 客户关系资源管理	161
一、客户关系管理的概念	162
二、客户关系管理产生的背景	163
三、客户关系管理的内容	164
四、客户关系管理的实施	166
五、Oracle CRM 的组成及各模块的功能	167
六、应用 CRM 改造企业业务流程	170
七、客户关系管理成功应用的案例	172
第六节 企业电子商务运营资本管理	174
一、企业资本运营的特征	174
二、企业资本运营的原则	176
三、企业资本运营的方式	178
四、企业资本运营案例分析：海尔集团的发展与资本运营	185

第七章 企业电子商务信息流管理	190
第一节 信息源	190
一、信息源的概念	190
二、信息源的属性	190
三、信息源的类型	191
四、企业 EC 信息资源管理流程	197
第二节 信息搜集与处理	199
一、企业信息搜集	199
二、企业信息处理	204
第三节 信息存储与检索	206
一、信息存储	206
二、信息检索	210
第四节 信息流管理系统	214
一、企业 EC 信息流	214
二、企业 EC 信息流管理系统构架	216
三、信息流管理系统的运行	217
第八章 企业电子商务物流管理	226
第一节 物流在电子商务中的地位与作用	226
一、物流在电子商务中的地位	226
二、物流在电子商务中的作用	227
第二节 物流活动的基本内容	229
一、运输系统	229
二、仓储系统	230
三、装卸系统	231
第三节 电子商务物流组织模式	232
一、第三方物流业	232
二、企业自营物流	234
第四节 企业的物流运作	235
一、企业物流运作方式与选择原则	235
二、物流运作的内在要求	237
三、企业物流运作的基本思想：供应链管理思想	241
四、物流运作的主要方法	244
第九章 企业电子商务资金流管理	250
第一节 资金流概述	250
第二节 资金流管理	252

一、资金流管理的意义	252
二、资金流管理的内容	253
三、网络经济对资金流管理的影响	254
四、现代企业资金流管理的体系建设和模式	258
第三节 资金流管理系统	261
一、现代资金流管理系统的发展	261
二、MRPⅡ系统的资金流管理	262
三、ERP系统的资金管理	265
第四节 资金流控制	273
第五节 电子商务对资金流管理的影响	274
一、电子商务改变了传统的现金管理策略	274
二、电子商务促进了日常现金管理的调度能力	275
三、电子商务降低了资金的划转成本	276
四、电子商务缩短了现金流转期限，从总体上提高了现金流转效率	276
第十章 企业电子商务系统评价	278
第一节 企业电子商务系统评价概述	278
一、电子商务系统与传统信息系统的联系与区别	278
二、企业电子商务系统评价的各个阶段及类型	279
第二节 评价的原则	281
一、客观现实性	281
二、系统性	281
三、层次性	281
四、动态性	282
五、可操作性	282
第三节 评价的内容	282
一、技术评价	282
二、应用效果评价	284
第四节 评价的方法	286
一、综合评价方法	286
二、经济效益评价	287
第五节 评价指标体系	290
一、系统性能指标	290
二、与直接经济效益有关的指标	291
三、与间接经济效益有关的指标	291
参考文献	293

第一章 企业电子商务的组织形态

第一节 企业组织形态的演进

一、企业组织形态的演进过程

(一) 关于企业组织形态的基本认识

企业是一个动态概念。早期的企业概念重在强调这一经济组织的性质，而随着社会经济的发展、企业组织制度的演进，企业的内涵变得越来越丰富。现在，企业是指在生产、流通、服务等领域从事某种商品经济活动，实行自主经营、独立核算，具有法人资格的经济组织。企业的组织形式也变得越来越多样化。

与企业组织形态密切相关的概念是企业组织形式。在众多的文献中，这两个概念是同义语。然而，在当前，随着虚拟企业、网络企业等新型企业类型的产生，两者之间的差别开始引起人们的重视。企业组织形式属于企业制度范畴，它是随着生产的不断发展而发展的。在新古典经济学家那里，除了市场以外没有任何其他的组织和制度，企业被设定为市场游戏规则中一个无内在结构的质点。自从1937年科思在他那篇以《企业的性质》为题的著名论文中，独出心裁地提出“什么是企业，企业为什么产生”这个平常而深奥的问题之后，经济学家对企业组织形式的演进问题才正式开始深入地研究。企业组织形式强调企业的外在形状和内部结构与联系，而企业组织形态强调企业组织的外部形状，其特征通过不同时期具体的企业组织形式的内容来反映，所以两者的联系是十分紧密的。两者的区别，我们认为，企业组织形式强调对企业内部产权关系、组织结构、管理体制等方面内容的界定，它是一个以横向考察企业特征为主的概念；而企业组织形态强调企业组织的外部形状，与不同时期的生产力发展水平相适应，企业的组织形态在不同时期表现出不同特征，它是以纵向考察企业特征为主的一个概念。

(二) 企业组织形态演进的阶段划分

基于以上认识,我们认为企业组织形态的演变经历了由家庭手工劳动到工场作坊,到简单的工厂制度,到合股公司,到股份公司,到企业集团,到虚拟企业,到电子商务企业以及企业电子商务等多种形态。这些企业组织形态可以从不同角度进行划分。

从企业发展历史的纵向考察,企业组织形态经历了以下几个阶段:

1. 家庭手工业阶段

在近代社会的初期,封闭式家庭手工业在工业生产中占统治地位。家庭手工业组织形式简单,基本上不需要组织费用,具有活力与动力,在当时是一种有效的组织形式。但是,随着生产力和社会分工的发展,工业生产内部开始出现了生产社会化的萌芽,主要表现在:手工工具的专门化,手工生产过程可分性的明朗化,产品由独立手工业者个人产品变成手工业者联合产品的条件成熟。这样,在客观上要求微观经济组织形式必须进行变革,以适应社会生产力发展的需要,于是手工工场就应运而生了。

2. 手工工场阶段

手工工场与家庭手工业相比,是企业组织形态的一种突破,因为它是建立在分工合作的基础上的,这时为了使生产过程能够连续下去,就必须组织协调各部分生产活动。正如马克思所说的,“工场手工业分工通过手工业活动的分解,劳动工具的专门化,局部工人的形成以及局部工人在一个总机构中的分组与结合,造成了社会分工过程质的划分和量的比例,从而创立了社会劳动的一种组织”。^①

3. 以机器生产为基础的工厂制度阶段

工厂制度的确立使企业组织形态的演变进入了一个新阶段,和手工工场相比,它是一种巨大的进步,表现在:第一,手工工场的技术基础是手工的,管理组织也是经验型的,而在工厂制度中,物质技术基础是机器生产,要求运用科学知识来指导;第二,与手工工场相比,机器大工业的出现,一开始就要求较大规模的生产和经营,要求较大的资本,因为机器本身的性质决定了只有扩大到一定规模,才具有经济性;另外,与手工工场相比,工厂制度具有很强的扩张性。一个部门的变革、发明,必然引起或带动相关行业的变革,发生部门的前向和后序联系,使得国民经济成为一个整体。

4. 公司阶段

随着社会生产力的发展,资本的有机构成不断提高,企业规模相应扩大,

^① 马克思:《资本论》第一卷,第403页。

进入障碍增加，经营风险也越来越大，这样，以单个资本为基础的责任无限的工厂制度无法适应生产力进一步发展的要求，于是公司制度就产生了。所谓公司，是商品经济发展到一定阶段依法成立的以营利为目的的法人组织。一般说来，公司是由两人(自然人或法人)以上、以一定形式出资联合而成的企业。公司有多种形式，按公司股东对公司债权人所负的责任不同，可以分为无限公司、有限公司、两合公司、股份有限公司和股份两合公司；按公司的从属关系，可以分为母公司与子公司；按公司财产所有制的不同，可以分为国营公司、私营公司以及各种形式的合营公司；按公司的国籍不同，可以分为本国公司、外国公司与跨国公司。公司的出现克服了工厂制度的不足。公司(尤其是股份公司)是以资本联合为基础的一种企业组织形式，一般说来，公司是多单位的企业，公司内组织协调部分地替代了市场协调，成为资源配置的手段。公司制与工厂制度相比，是企业组织形态的又一次创新，表现在：第一，通过公司制特别是股份公司，实现了资本的集中，从而扩大了投资领域和能力，能够充分实现规模经济；第二，分散了经济风险，使资本所有者能够进入高风险领域，而只承担有限责任。

5. 跨国公司与企业集团阶段

在科学技术进步的推动下，企业规模不断扩张，资源与产品都要求在更大范围内流通与配置，经济全球化趋势增强，于是出现了跨国公司和企业集团。这些公司或企业集团尽管所占的企业数百分比很小，却占很大比例的国民产出。这种巨大企业是一个包括多产业、多环节、多功能的复杂的企业组织形式，是企业组织形式演变的高级阶段，是纵向联合、横向联合、多样化经营的结果，在技术进步、制度变革等方面都对整个社会产生巨大的影响。

6. 以虚拟企业为主的阶段

我们将 20 世纪 90 年代以来，以现代信息技术为主的科学技术推动、以动态联盟为主要形式、以电子商务为发展方向的虚拟企业、电子商务企业以及传统企业的电子商务化改造都归并到这一阶段。由于全书的重点在于探讨这些新型的企业组织形式及其管理，也为了保持内容的完整性，有关内容将在后续章节阐述。

将上述形态按照企业组织的实体化程度、企业之间以及企业内部部门之间关系的稳定程度，可以划分为实体企业和虚拟企业与实体企业并存两大阶段。在实体企业阶段，企业组织形态经历了从企业的胚胎——家庭手工劳动到企业集团的漫长时期。虚拟企业与实体企业并存阶段开始于 20 世纪 90 年代，有人预计，21 世纪是虚拟企业占主导地位的时期。从目前情况看，实体企业与虚拟企业还处于并存状态，而且随着以计算机技术、通讯技术、网络技术为主的现代信息技术的发展与广泛应用，电子商务活动的开展，新兴的企业组织形态

——电子商务企业以及传统企业的电子商务化改造，使得企业组织形态的家族中增添了新的成员。由于电子商务企业和传统企业电子商务化的“虚拟化”特征，我们把它也归并到虚拟企业占主导的时期。

二、企业组织形态演进的外在因素分析

（一）社会生产力发展的推动

企业组织形态的变化，首先是社会生产力发展的结果，生产力是推动一切发展的原动力。企业是一个历史概念，它是生产力发展到一定水平的产物，是商品生产的产物，随着商品生产的发展而发展。在资本主义社会以前，企业仅是个别的、少数的、简单的经济组织。从原始社会到封建社会，自给自足的自然经济占统治地位，生产和消费主要以家庭为经济单位，这样的单位不是企业。而当时专为奴隶主、封建主服务的，以手工劳动为基础的作坊，也与现代的企业有较大的差别。随着社会生产力的发展，生产效率的提高，社会分工的细化，一方面自给自足的生产中开始出现了剩余产品，这为商品的产生创造了条件；另一方面，商人阶层的产生，有效地搭建了生产与销售的桥梁，使专门从事生产或流通的经济组织的出现成为可能。

在社会生产力中，最富革命性的因素是科学技术。科学技术的发展与广泛利用，不仅提高了劳动的生产效率，而且改变了生产组织的形态。与早期的商品生产相适应的生产组织的规模小、专业化程度低、组织结构以血缘关系为纽带。工业革命后的生产组织发生了历史性变革：生产工序上一个个局部工人使用简单工具的手工操作，让位于按照科学原理设计的人机结合的生产系统，工人的分工与协作受机器和机器体系的制约，以血缘关系为纽带的组织结构让位于以机器和生产工艺为纽带的组织安排，生产与运作管理较之以往更为复杂。当信息革命的浪潮席卷而至后，计算机技术、网络技术、通讯技术得到空前发展和广泛应用，它对生产经营活动的渗透，导致企业组织形态又一次发生了根本性变革，企业内部、企业与企业之间、生产经营者与消费者之间的联系与合作更为紧密，固定厂房、固定办公地点等企业的基本设施要素变得不再重要，以产品、项目为纽带的动态企业组织逐步取代了传统的企业组织，“虚拟化”成为企业发展的一大趋势。

（二）生产关系变革的要求

企业组织形态本身属于生产关系的范畴，它受社会经济制度的影响也是明显的。在资本主义社会，私人占有生产资料，因此其企业组织形式是建立在资本主义私有制基础上的，是资本关系的表现形式。资本关系随商品经济的发

展,依次经历了私人资本、合伙资本、股份资本、国家资本、国际资本的发展。与之相适应,企业组织形式也出现了独资企业、合伙企业、股份制企业、国有企业、社团企业、国际垄断组织等多样化的企业。上述企业组织形式的变化,只是企业资本适应生产社会化、生产国际化的变化而出现的经济现象,并没有从根本上改变私有制的性质。在社会主义社会,以公有制经济为主体,与之相适应的企业组织形式也是社会主义的企业组织形式,受公有制经济特征的影响。在我国,随着社会主义经济的发展,企业形式不断变化,先有国有企业、集体企业或合作企业,改革开放后,出现了私营企业、中外合资经营企业以及外国独资企业等。但是,国有和集体经济始终是社会经济的骨干和基础,国有经济在国民经济中占主导地位。

(三) 社会需求变化的促进作用

社会需求是不断发展变化的。这种变化从两个层面得以反映:一是社会需求量的增加。随着社会分工的发展,生产的社会化程度的提高,人们的消费需求越来越社会化、商品化,而且社会化、商品化的需求随着经济的发展呈扩张之势。当市场需求大时就可以容纳多个达到经济规模要求的企业;而市场需求小时,甚至达不到单个企业规模的要求,则只能容纳小规模企业。二是社会需求质的变化。随着经济的发展,消费者收入的增加,消费需求从生存型向享受与发展型转变,产品的生命周期缩短,需求的多样化、个性化趋势增强,这影响到企业,使企业生产与经营由大批量、固定化生产经营转向多品种、小批量和弹性化生产经营上来,企业在内部组织管理和外部联系上出现柔性化趋势。

(四) 市场发育和竞争环境的影响

市场环境对企业的组织形式也有重大影响,因为企业的最终目的是利润的最大化,在生产环节创造产品价值后,还必须借助产品市场以实现其价值。同时,随着企业生产经营规模的扩大,企业生产对要素市场的依赖也越来越强,要素市场的完善能保证企业生产经营所需的资金、人员、厂房等生产要素,是生产经营的必要前提。市场发育程度高、体系完善,特别是企业产权市场和债券、股票等长期资本市场的形成,有利于加速企业兼并和促进企业向联合化、集团化方向发展。在充分竞争的市场环境下,企业为了提高生存与发展能力,必然按照生产社会化的要求促进专业化协作和生产集中化、集团化,从而促进企业组织形式的变革朝着合理化方向演变。

(五) 企业创新理论的推动

1912年,著名经济学家约瑟夫·熊彼得在其德文版著作《经济发展理论》中

首先提出了“创新理论”(Innovation Theory)。他认为创新是企业家对生产要素的新的组合。第二次世界大战后计量经济学的广泛应用和产权理论的兴起,给创新理论在两个方面的发展提供了新的理论支撑。其一,技术创新与扩散、技术创新与结构得到了深入研究,综合成以技术变革和技术推广为对象的技术创新经济学。其二,D. C. 诺思等人把产权理论和交易费用概念引入到对制度形成和制度变迁的分析中,形成了制度创新经济学。按照经济主体的不同,创新可以分为企业创新、政府创新、个人创新等,而其中最核心的是企业创新。企业创新包括制度(组织)创新、技术创新、市场创新和管理创新,后来的研究者们为了在制度创新和技术创新之间找到推动经济增长的根本力量,而将上述四类创新归结为技术创新和制度创新两大类,认为制度(组织)创新、管理创新和市场创新的大部都直接涉及人与人之间的关系格局的变化,按照马克思主义的观点属于生产关系范畴,而将这三者称为广义制度创新。^①

企业创新理论的发展,为企业组织形态的演变提供了理论支撑。

三、企业组织形态演进的内在因素分析

(一) 资本的积聚与集中,带来了企业组织形态的变化

马克思的资本积累理论告诉我们,对剩余价值的无限追求和激烈竞争的外在强制,促使资本家拼命地扩大生产规模,社会化大生产改变了资本的有机构成,提高了社会劳动生产率,因资本积累,即单个资本因剩余价值资本化而增大则成为资本扩大再生产的源泉。资本集中,即分散的单个资本联合成一个更大的资本,这是扩大资本最有效的办法,股份公司和企业联合体是其主要表现形式。自由竞争是资本主义和一般商品生产的基本特征,信用制度是促成竞争的有力杠杆。由于竞争和信用,必将出现以强食弱的结果,这就促成了股份公司和企业集团的建立和发展。从1865年出现于法国的卡特尔算起,企业集团在130年间经历了卡特尔、辛迪加、托拉斯、康采恩这一从低级到高级、从高级到垄断的发展过程。而当代,在经济全球化以及现代信息技术的推动下,企业组织形式又出现了新的变化。如果说跨国公司只是企业集团在地域上的拓展,虚拟企业则是企业与企业之间或者企业内部的动态联盟,它的形成与解散是随时的。而在信息技术和社会需求变化的推动下产生的新型企业——电子商务企业以及传统企业适应新形势改造的结果——企业电子商务化,则是企业组织形态中出现的新现象。它们是资本积聚与集中与其他因素共同起作用的结

^① 常修泽等:《现代企业制度创新论:中国企业制度创新研究》,天津人民出版社1994年版,第9页。