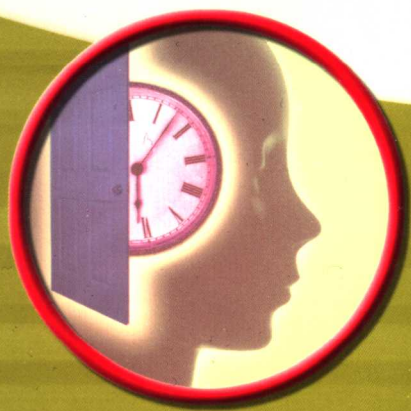


“十一五”
应用型高等院校经管专业规划教材
商务电子化系列

现代企业管理

主编 汤少梁



“十一五”

应用型高等院校经管专业规划教材
商务电子化系列

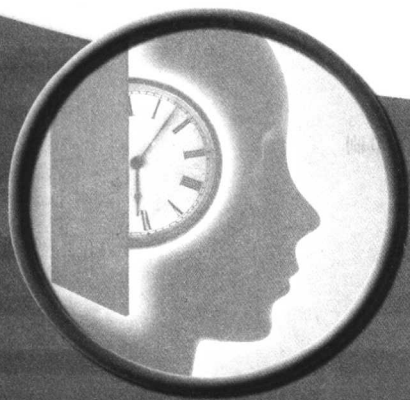
现代企业管理

主 编 汤少梁

副主编 王高玲 肖增敏 崔友洋 罗凤琦
罗 珺 陈丹丹 李湘娟

编 委 (以姓氏笔画为序)

于龙君 刘利利 张荣贵 袁 亮



南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代企业管理/汤少梁主编. —南京:南京大学出版社,
2007. 8

“十一五”应用型高等院校经管专业规划教材. 商务
电子化系列

ISBN 978-7-305-05176-0

I. 现… II. 汤… III. 企业管理—高等学校—教材
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 133676 号

出版者 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093
网 址 <http://press.nju.edu.cn>
出版人 左 健
丛 书 名 “十一五”应用型高等院校经管专业规划教材·商务电子化系列
书 名 现代企业管理
主 编 汤少梁
责任编辑 唐甜甜 编辑热线 025-83594087
照 排 南京南琳图文制作有限公司
印 刷 南京大学印刷厂
开 本 787×1092 1/16 印张 20 字数 470 千字
版 次 2007 年 8 月第 1 版 2007 年 8 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-305-05176-0
定 价 30.00 元
发行热线 025-83594756
电子邮箱 sales@press.nju.edu.cn(销售部)
nupress1@public1.ptt.js.cn

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

“十一五”应用型高等院校经管专业规划教材·

商务电子化系列学术委员会

主任委员 洪银兴(南京大学党委书记,教授、博士生导师)

钱志新(南京大学教授、博士生导师)

委 员 (以汉语拼音为序)

陈传明(南京大学商学院副院长、管理学院院长,教授、
博士生导师)

姜波克(复旦大学教授、博士生导师)

林桂军(对外经济贸易大学副校长,教授、博士生导师)

马君潞(南开大学教授、博士生导师)

王家新(南京审计学院院长,教授)

徐从才(南京财经大学校长,教授)

徐康宁(东南大学经济管理学院院长,教授、博士生导师)

许承明(南京财经大学副校长,教授)

张二震(南京大学商学院国际贸易系主任,教授、博士生
导师)

赵曙明(南京大学商学院院长,教授、博士生导师)

“十一五”应用型高等院校经管专业规划教材·

商务电子化系列编写委员会

主任委员 钱志新(南京大学)

副主任委员 左 健(南京大学)

王传松(南京商友资讯商务电子化研究院)

委 员 (以汉语拼音为序)

曹大友(西南政法大学)

陈林杰(南京工业职业技术学院)

戴延寿(福建漳州职业技术学院)

戴宗群(江海职业技术学院)

窦中华(山东商务职业学院)

都国雄(南京工业职业技术学院)

高秀平(云南交通职业技术学院)

郭献强(河南科技大学)

黄继东(南京大学出版社)

黄卫东(南京邮电大学)

嵇美华(湖州职业技术学院)

江雨燕(安徽工业大学)

靳丽丽(开封大学)

雷 兵(河南工业大学)

李 瑞(广东海洋大学)

李应春(福建三明学院)

李朝晖(江门职业技术学院经管系)

梁 郎(河南工业大学)

刘树艳(青岛科技大学)
刘 洋(山东技师学院)
罗福周(西安建筑科技大学)
罗 杰(大庆石油学院)
马海群(黑龙江大学)
任丽萍(山西旅游职业学院)
沈 毅(南京晓庄学院)
汤少梁(南京中医药大学)
唐 焱(芜湖职业技术学院经管系)
王福明(义乌工商职业技术学院)
王 海(宜宾职业技术学院)
王树进(南京农业大学)
王维平(南京信息职业技术学院)
王 耀(内蒙古农业大学职业技术学院)
吴亚红(辽宁信息职业技术学院)
席升阳(河南科技大学)
肖天革(汕尾职业技术学院)
徐存宝(黄河水利职业技术学院)
杨焕春(温州大学)
杨 艳(黑龙江大学)
杨 轶(湖南石油化工职业技术学院)
詹勇虎(南京正德职业技术学院)
詹玉宣(南京商友资讯商务电子化研究院)
曾益坤(湖州职业技术学院)
张 军(常州纺织服装职业技术学院)
张瑞夫(青岛酒店管理学院)
张为波(西南民族大学)
张元智(西北大学)
张 勇(鲁东大学经贸学院)
赵德海(哈尔滨商业大学)
赵晓鸿(内江师范学院)
郑聪玲(浙江工商职业技术学院)
郑继兴(齐齐哈尔大学)
周继雄(武汉理工大学华夏学院)
朱礼龙(安徽科技学院管理学院)

一个全新的视角——商务电子化(代序)

当前,企业信息化正进入一个新的阶段。这个阶段是以信息技术的全面应用为主要特征,把信息技术应用到企业商务活动中,使企业的商务活动都实现电子化,已成为企业的内在要求,也是企业信息化发展的必然趋势。正因如此,我们提出了一个全新的视角:“企业商务电子化”。

一、企业商务电子化的发展背景

“企业商务电子化”是企业应用电子信息技术的发展过程,其基本理念是:以商务活动为体,信息技术为用。企业商务电子化不应当被看成为单纯的技术应用,而应当作为各种商务应用,用信息化手段为商务活动服务,使整个商务活动通过协同集成应用实现全程电子化管理。从这个视角来认识企业信息化是一种全面深化。

企业商务电子化与通常所说的电子商务有很大的不同,从商务活动过程来看,电子商务是一种营销手段,是在互联网上进行商品买卖的贸易活动;从技术角度来看,电子商务是一种技术工具。而企业商务电子化是包含电子商务在内的企业各个商务环节电子技术的全面应用,是企业整个商务活动的电子化管理。

实现各类商务活动的电子化,实现商务活动全过程的电子化,实现商务活动决策管理的电子化,是企业商务电子化的全部内涵。

二、企业商务电子化的发展阶段

企业商务电子化经历了三个发展阶段:

第一阶段,企业办公自动化阶段(OA)。

企业商务电子化的初级阶段是办公自动化(OA),企业中各个部门各自建立信息化系统,以提高办公效率,这是人脑与电脑的对接。

第二阶段,企业内部电子化阶段(ERP)。

为实现企业内部信息共享和资源优化配置,企业内部形成信息网络,配置软件实现电子化运行,建立企业资源计划信息系统(ERP),这是电脑与电脑的对接。

第三阶段,企业供应链电子化阶段(URP)。

企业发展必然要形成经济资源联盟,也就是供应链,实现供应链的全程电子化(URP),更有利于整体信息共享和内外资源的优化配置,这是系统与系统的对接。

三、实现企业价值链的全面增值

企业商务电子化应用的根本目的是实现企业价值链的全面增值,不能给企业带来价值增值的信息化技术是不可能广泛应用和长久发展的。企业经营讲的就是投入产出。企业之所以要投入资金应用信息技术,根本就在于其同商务活动结合之后能够创造新的价值。企业商务

电子化要使每一经营环节都带来价值的提升,从而实现企业价值链的全面增值,达到企业价值最大化。

企业商务电子化的基本内容主要包括:产品数字化、生产柔性化、管理集成化、经营网络化、决策智能化。产品数字化不仅能实现产品内涵、质量的提升,更重要的是有利于创立企业自主品牌和自主知识产权。生产柔性化提高生产的组织效率,提升了个性化、小批量、周期短、需求急的应变能力。管理集成化使纵向的职能式管理方式转向横向的流程式管理方式,以提高管理效率和市场快速反应能力。经营网络化使企业与外部经营资源协同互动,直接增加企业的经营效益。决策智能化对企业价值链全面增值具有决定性的作用。

企业商务电子化的本质就是将企业商务活动进行全面分解,然后将每项商务活动逐一电子化,通过商务电子化提高其价值,促使价值增值。企业商务电子化的关键在于需求,必须认真研究企业的实际需求,根据需求逐一推进商务活动的电子化,从局部商务电子化到全部商务电子化,最后推进企业价值链的全程电子化,从而实现企业价值的增值。

企业商务电子化从运行方式来讲,就是应用计算机网络与管理软件对企业生产经营各个环节的信息资源进行储存、整理、分析,以满足企业的决策层、管理层、操作层有效地进行管理的需要。综合各种认识,比较好的一种思路就是按照协同化的要求实现企业商务电子化。决定企业信息化水平的不是硬件设施,而是软件应用水平,特别是应用软件的协同程度。

协同化是对企业商务电子化的各类管理系统软件,按照合理的业务流程和进行秩序来规划设计,把所有的管理系统建构在一个统一的计算机网络平台上,实现统一的技术标准和技术规范,达到资源共享,互连互通互动。这就是把各类管理软件按照一个统一的思路和一种切实可行方式,集成为一套相互配套的协同化大系统,可称之为企业信息化集成系统。

协同集成强调的是企业在整个产业链中的协同商务能力,以物流为基础,物流、信息流、资金流、商流四流合一,强调内部协作和外部协同,构成企业应用的“协同系统”(EAC)。“协同系统”旨在增强整个价值链竞争优势,消除重复(即不增值)的活动。

对于需要管理创新的中国企业来说,协同集成系统不单是软件产品,更是为企业引进一种先进的管理思想,导入一套成熟的经营模式、管理方法和手段。这是提升企业商务电子化水平的主导因素。

四、积极推动企业商务电子化

第一,搞好商务电子化规划。

在贯彻“全面规划,分步实施,效益驱动,逐步推广”十六字方针中,重点在全面规划。“全面规划”是企业从全局和长远的目标出发,从企业物力、人力、财力、技术力量的可能性出发,结合国家、地区、行业等企业信息化外部支持系统的发展水平,制定一个企业商务电子化规划。在规划实施中要注重实际需求,从最需要的经营环节落实信息技术应用,从局部电子化到全程电子化,逐步实现企业商务的全程电子化。

第二,组织全员培训。

在企业商务电子化过程中,要贯彻以人为本的原则,使整个电子化建设过程配合以人力资源开发过程。信息化建设是企业战略的重要内容,根据国外企业的经验,应当专门设立“企业信息主管”(CIO)职务。企业信息主管是一位既懂经营管理,又懂信息网络技术的复合型人才,是企业专门负责信息化建设工作的领导,负责制定信息化规划,决定信息化方案,协调信息化进程。要充分调动企业人力信息潜能,人力信息潜能的发挥以培训知识为基础,针对不同层

面、不同岗位的人员进行不同内容、不同形式的培训,以确保每个人都能充分发挥其对信息化建设的促进作用。

第三,实现信息资源共享。

实现信息资源共享,特别是公共性的信息资源共享。加强信息资源开发利用,加快信息的采集、加工、传播、利用等各个环节的产业化步伐,尤其要建立各类重要数据库,促进信息资源交流和共享,为企业商务全面电子化提供一个好的信息资源环境。

五、高等院校的教学要引入和应用商务电子化的理念和方式

企业商务电子化是企业信息化的高级阶段,可以预见,这将对全面提高企业竞争力起到至关重要的作用,为企业增添全新的发展动力。

高等院校的教学也要引入和应用商务电子化的理念和方式。高等院校要培养既有经济管理理论知识,又具备商务电子化应用技能的复合型人才,这是企业和社会对人才的需求,也是教学发展的必然要求。

按新的发展要求,迫切需要编写出版商务电子化新型系列教材。新型的系列教材,不应是纯信息技术的教材,而应当是将经济管理理论与信息技术、商务电子化技能密切结合,系统反映经济管理理论中的最新成果和商务电子化应用的最新要求,并实现两大知识体系与应用技能全面结合的管理学教材,是既能适应课堂教学,也能满足实验实训环境教学与指导的教材。

南京商友资讯商务电子化研究院与南京大学出版社合作,决定组织编写出版“‘十一五’应用型高等院校经管专业规划教材·商务电子化系列”,这是一件具有开创性意义的工作。“‘十一五’应用型高等院校经管专业规划教材·商务电子化系列”的出版和在高等院校的教学引入商务电子化的理念和方式,也必将对培养和造就既有经济管理理论知识,又具备商务电子化应用技能的复合型人才产生积极的作用,这是广大企业和社会所十分欢迎的。

原江苏省发展和改革委员会主任
南京大学教授、博士生导师
“十一五”应用型高等院校经管专业规划教材·商务
电子化系列编写委员会主任



2007年8月

当前,经管类专业的教学已进入一个全面创新的新阶段。在计算机网络条件下建立模拟的实验实训环境,是信息技术革命在经管类专业教学中的一种创新。这对经管类专业的教学来说,是一次颠覆,是培养应用型、技能型、复合型经济管理人才的重要方式。

经管类专业的实验实训环境的形成不仅仅是实验实训方式的创新,而且必将推进课程体系、教学内容和教学方式的创新。可以预见,经管类专业教学将会发展为课堂教学与实验实训环境教学并重,乃至以实验实训环境教学为主的教学方式。

与此同时,以信息化为特征的现代技术手段也进入了企业生产和流通的各个环节,国内外的许多企业都把信息技术应用到各类商务活动中。实现商务电子化,这是企业信息化发展的必然趋势,也是企业信息化的核心所在。高等院校经管类专业的教学应当要适应商务电子化发展对人才的需求。

“商务电子化”与通常所讲的“电子商务”有着质的区别。从商务过程来看,电子商务是一种营销手段,是在互联网上进行商品买卖的贸易活动;从技术角度来看,电子商务是一种技术手段和技术工具。而商务电子化是包含电子商务在内的企业各个商务环节电子技术的全面应用,是企业整个商务活动的电子化和信息化管理。

在高校教学与企业应用两大需求的导向下,为培养既有经济管理理论知识,又具备商务电子化应用技能的复合型人才,经管类专业传统的教材已经不能适应新的教学方式的需要了。按新的发展要求,南京大学出版社与南京商友资讯商务电子化研究院合作组织有关应用型高等院校编写了“‘十一五’应用型高等院校经管专业规划教材·商务电子化系列”教材。

这套“商务电子化”系列教材分为本科与高职高专两类,具有以下特色:

(1) 实验实训教学——现代教育技术推进全新的教学模式

本系列教材,为配合实验实训教学,要求实例采用视频演示的方式来讲授知识,提供课堂实例的多媒体视频演示与实验的全程录像,更方便老师授课和学生自主学习,也推进了现代教育技术在教学中的应用。

同时,对于实验条件相对落后的学校来说,也是一个很好的互补。学生通过实验录像,可以看到真实的实验环境,巩固学习效果。

(2) 教改课题——提供教师交流平台

作为中国高等教育学会教育科学“十一五”规划重点研究课题——“商务电子化条件下经管类专业课程改革与实践”——的主要科研成果,本系列教材顺应了当前经管学科的教学改革大潮,在“十一五”规划的大局下,定位于全面提升学生的执业能力。全体编写人员旨在打造兼具实用性、创新性,反映最新教改成果,体现先进技术的技能型教材。

(3) “双证”培训体系——增强学生就业竞争力

作为中国信息产业部推广“技能+学历”的“双证”培训体系的重要合作伙伴,本系列教材在编写时也充分考虑到了相关行业的职业资格认证要求,对与职业资格认证有关的课程,在内容安排和习题设置上与相关认证紧密结合,使学生对相关职业资格认证有一个清晰的了解,以帮助学生获取“双证书”——学历证书和职业资格证书,增强学生的就业竞争力。

(4) “职业性”设计实例与实验——重视对学生职业技能的培养与训练

本系列教材的编写以“提高学生实践能力,培养学生的职业技能”为宗旨,编写体例包括导入案例、教学知识点、案例分析、关键词、延伸阅读书目、复习与思考等部分。同时,按照企业对经管专业学生的实际需求来设计实例与实验,使学生能够在了解相关理论的基础上,具备相应的实际操作技能。

(5) 立体化的教学资源网——提供网站优质服务与教学支持

面对“十一五”规划的新形势,为了继续深化课程与教学改革,更深入地解决课改与教改中的重点与难点问题,我们不仅提供优秀的纸质主教材,还将提供电子教案、教学大纲、实验录像、视频演示、网络课程等教学配套资源,形成纸质出版物、电子音像与网络出版物等有机结合的立体化教学解决方案。老师可以通过网络平台,获得更多、更好的教学资源;学生通过网络平台,随时随地都可以进行学习。网络平台方便师生进行信息交流,实现资源共享。

愿“商务电子化”系列教材能为新的时代背景下,我国经管类专业的课程与教学改革的发展做出应有的贡献。同时,这套教材还在不断的完善中,欢迎各高等院校的教师共同参与。

南京大学出版社

2007年8月

前言

企业是社会生产力发展到一定水平的产物,是商品生产与商品交换的产物,随着生产力的发展、人类社会的进步,企业经历了手工业、工业时代,步入了信息时代,企业管理问题也随之进入信息时代。随着全球化市场的形成,以企业信息化及电子商务为代表的现代化浪潮席卷而来,在竞争激烈和瞬息万变的全球市场背景下,企业管理问题中所要考虑的核心因素也在发生着一定的变化。企业要生存、要发展,就必须以主动的姿态适应大环境的发展,参与全球市场竞争。在新的形势下,企业必须抓住机遇,迎接挑战,从根本上提高本企业对于瞬息万变的市场的应变能力,取得竞争的优势。因此,面对国际化的挑战,我国的企业不仅要看到产品和技术上的差距,更深层次的还要看到在管理的理念和方法上的差距。

本书立足于企业信息化及电子商务的时代背景,从新时期我国企业的新问题出发,在现有企业管理的基本理论框架下,结合电子商务在我国企业应用的最新进展以及为企业管理带来的新发展来阐述,使企业管理理论在信息时代得到升华,是一本富有时代特色的现代企业管理理论教程。本书共由十四章组成,每章开始均提供了引导案例以便将问题形象化,每章之后都附有思考题和经典案例讨论,以方便读者检验学习的效果。

本书由汤少梁总体设计策划,参与编写的人员均为在企业管理以及电子商务、企业信息化等领域从事教学研究和实际工作的人员。参加编写工作的人员分工如下。第一章:汤少梁、王高玲、于龙君;第二章:崔友洋;第三章:汤少梁、袁亮;第四章:肖增敏;第五章:李湘娟;第六章:罗凤琦;第七章:汤少梁、张荣贵;第八章:肖增敏;第九章:崔友洋;第十章:罗凤琦;第十一章:罗珺;第十二章:罗珺;第十三章:陈丹丹;第十四章:王高玲、刘利利。由于编写体例所限,本书参考的部分文献和网络资源无法一一列出,再此表示诚挚的感谢。

本书可以作为高等学校经济管理类专业本科生和研究生的教材,还可供广大企业管理实践者的理论学习之用。希望本书在读者求知路上能助一臂之力。

学无止境,书中问题在所难免,殷切希望读者提出宝贵意见和建议。

汤少梁

2007-5-27 于南京

目 录

第一章 现代企业管理概论.....	1
第一节 现代企业的概念与特征.....	2
第二节 企业管理的基本原理.....	4
第三节 现代企业类型.....	7
第四节 现代企业制度概述	11
第五节 现代电子商务与企业再造	14
第六节 企业管理学的研究对象与方法	17
第二章 管理理论的形成与演变	22
第一节 中国古代的管理思想	22
第二节 西方早期管理理论	26
第三节 西方现代管理理论学派	35
第四节 当代管理理论发展及电子商务化趋势	42
第三章 企业战略管理	46
第一节 企业战略管理概论	47
第二节 企业外部环境分析	49
第三节 企业内部环境分析	52
第四节 企业总体战略与竞争战略	56
第五节 企业战略的选择与制定	60
第六节 企业战略的实施与控制	62
第七节 企业电子商务战略	64
第四章 经营决策与计划	69
第一节 企业决策概述	70
第二节 企业经营决策的方法	74
第三节 企业计划管理概述	79
第四节 企业经营计划的编制与执行	82
第五节 网络计划技术	84
第五章 生产管理	91
第一节 企业生产管理概述	91
第二节 生产过程组织	93
第三节 生产计划与生产作业计划	97

第四节	现代生产管理方式和管理模式简介	99
第五节	电子商务在生产制造中的应用	100
第六章	质量与标准化管理	106
第一节	质量与全面质量管理	107
第二节	全面质量保证体系	113
第三节	质量管理常用的统计控制方法	115
第四节	ISO9000 质量管理系列标准	119
第五节	电子商务企业的质量管理	121
第七章	营销管理	129
第一节	市场营销职能和营销管理过程	130
第二节	市场营销机会分析	132
第三节	市场细分与目标市场	134
第四节	市场营销策略的制定	136
第五节	市场营销方案的设计	140
第六节	网络营销	145
第八章	物流及供应链管理	150
第一节	物流与供应链管理概述	151
第二节	生产物流与销售物流管理	154
第三节	电子商务条件下的企业资源规划系统	157
第四节	物流运作与电子化管理	161
第五节	客户关系管理与电子商务管理模块	164
第九章	人力资源管理	172
第一节	人力资源管理概述	173
第二节	工作分析与设计	176
第三节	人力资源的招聘与培训	179
第四节	人力资源的绩效考评与薪酬管理	183
第五节	电子商务环境下人力资源管理	189
第十章	财务管理	195
第一节	财务管理概述	196
第二节	筹资管理	201
第三节	投资管理	205
第四节	财务报表与财务分析	207
第五节	电子商务在财务管理中的应用	212

第十一章 企业文化管理	217
第一节 企业文化概述.....	218
第二节 企业文化的结构.....	220
第三节 企业文化的功能.....	223
第四节 现代企业文化的发展趋势.....	228
第五节 电子商务企业的文化特色.....	231
第十二章 信息资源开发与企业信息化	237
第一节 信息资源概述.....	237
第二节 信息资源规划管理.....	242
第三节 管理信息系统结构与应用.....	243
第四节 企业管理信息化.....	250
第五节 电子商务信息技术.....	253
第十三章 企业国际化管理	258
第一节 国际经营环境的变化及趋势.....	259
第二节 国际化管理的特征.....	261
第三节 国际化管理的技术与方法.....	266
第四节 电子商务与企业国际化管理.....	275
第十四章 管理创新	281
第一节 管理创新的概念.....	281
第二节 管理创新的基本内容.....	283
第三节 管理创新的过程.....	288
第四节 管理创新的组织与实施.....	290
第五节 电子商务管理创新.....	292

第一章 现代企业管理概论

【学习目标】

1. 理解现代企业的概念和特征,了解现代电子商务在企业再造中的影响,了解企业管理学的研究对象和基本方法;
2. 熟悉现代企业管理的基本原理和企业制度;
3. 掌握现代企业的分类。

导入案例:联合邮包服务公司“刻板”的时间表

联合包裹服务公司于1907年作为一家信使公司成立于美国,是一家全球性的公司,其商标是世界上最知名、最值得景仰的商标之一。作为世界上最大的快递承运商与包裹递送公司,其同时也是专业的运输、物流、资本与电子商务服务的领导性的提供者,每天都在世界上200多个国家和地域管理着物流、资金流与信息流。作为世界最大的包裹递送公司和全球领先的专业运输和物流服务的供应商,UPS通过结合货物流、信息流和资金流,不断开发物流、供应链管理和电子商务的新领域。

联合邮包服务公司(UPS)雇佣了15万名员工,平均每天将900万个包裹发送到美国各地和180个国家。为了实现他们的宗旨——“在邮运业中办理最快捷的运送”,UPS的管理当局系统地培训他们的员工,使其以尽可能高的效率从事工作。让我们以送货司机的工作为例,介绍一下他们的管理风格。

UPS的工业工程师们对每一位司机的行驶路线进行了时间研究,并对每种送货、暂停和取货活动都设立了标准。这些工程师们记录了红灯、通行、按门铃、穿院子、上楼梯、中间休息喝咖啡时间,甚至上厕所时间,将这些数据输入计算机中,从而给出每一位司机每天中工作的详细时间标准。

为了完成每天取送130件包裹的目标,司机们必须严格遵循工程师设定的程序。当他们接近发送站时,他们松开安全带、按喇叭、关发动机、拉起紧急制动,把变速器推到一档上,为送货完毕后的启动离开做好准备,这一系列动作极为严格。然后,司机从驾驶室出溜到地面上,右臂夹着文件夹,左手拿着包裹,右手拿着车钥匙。他们看一眼包裹上的地址,把它记在脑子里,然后以每秒3英尺的速度快步走到顾客的门前,先敲一下门以免浪费时间找门铃。送货完毕,他们在回到卡车上的路途中完成登录工作。

这种刻板的时间表是不是看起来有点繁琐?也许是。它真能带来高效率吗?毫无疑问!生产效率专家公认,UPS是世界上效率最高的公司之一。联邦捷运公司平均每人每天不过取送80件包裹,而UPS公司却是130件。在提高效率方面的不懈努力,为UPS

公司带来了丰厚的利润。

在现代经济社会中,企业是当今社会劳动组织的主要形式,对社会有十分重要的价值。有的企业成功实现了赢利,有的企业却惨淡经营、入不敷出;有的企业基业常青,表现出旺盛的生命力,有的企业却昙花一现,被淘汰出局。企业的存在和发展成为世人关注的焦点。

第一节 现代企业的概念与特征

一、企业的产生与发展

企业是社会生产力发展到一定水平的产物,是商品生产与商品交换的产物,是现代社会的经济单位。封建社会曾出现了家庭和手工作坊,但生产的目的是为了自身的需要,没有多余的产品用于商品交换,并没有形成社会的经济单位,因此严格意义上并不是企业。

随着生产力的发展、人类社会的进步,企业的发展大体经历了以下几个时期。

(一) 工场手工业时期

工场手工业时期主要是指从封建社会的家庭手工业到资本主义初期的工场手工业的这段时期。16世纪至17世纪,一些西方国家的封建社会制度向资本主义制度转变,资本主义原始积累加快,农民的土地被大规模地剥夺,从而使家庭手工业急剧瓦解,开始向资本主义工场手工业转变。

与家庭手工业相比,工场手工业有以下特点:一是工场手工业摆脱了家庭手工作坊的限制,使得规模很快扩大;二是资本主义工场可以涉及许多家庭手工业无法进入的行业,如采矿、冶金、金属加工等,使产业结构发生了变化;三是资本主义工场普遍用机器替代部分手工作业,使生产效率得到了提高;四是资本主义工场内部已经逐步形成了分工,这时的工场手工业已经具备了企业的雏形。

(二) 工厂时期

18世纪,随着资本主义制度的发展,西方各国相继开展了工业革命,大机器的普遍采用,为工厂制的建立奠定了基础。19世纪三四十年代工厂制度在英、德等国家普遍建立。工厂制的主要特征是:实行大规模的集中劳动;采用大机器高效率生产;实行雇佣工人制度;劳动分工深化,生产走向社会化。

工厂制的建立,标志着企业的真正诞生。

(三) 现代企业时期

19世纪末20世纪初,随着自由资本主义向垄断资本主义过渡,工厂自身发生了复杂而又深刻的变化,这些变化主要表现在:不断采用新技术,使生产迅速发展;企业规模空前扩大,出现了垄断组织;经营权与所有权分离,形成职业化的管理阶层;普遍建立了科学的管理制度,形成了一系列的科学管理理论;企业之间的竞争加剧,兼并与重组加速,出现了大量跨国公司。

在这一时期,企业逐步确立为一个社会的基本经济单位。