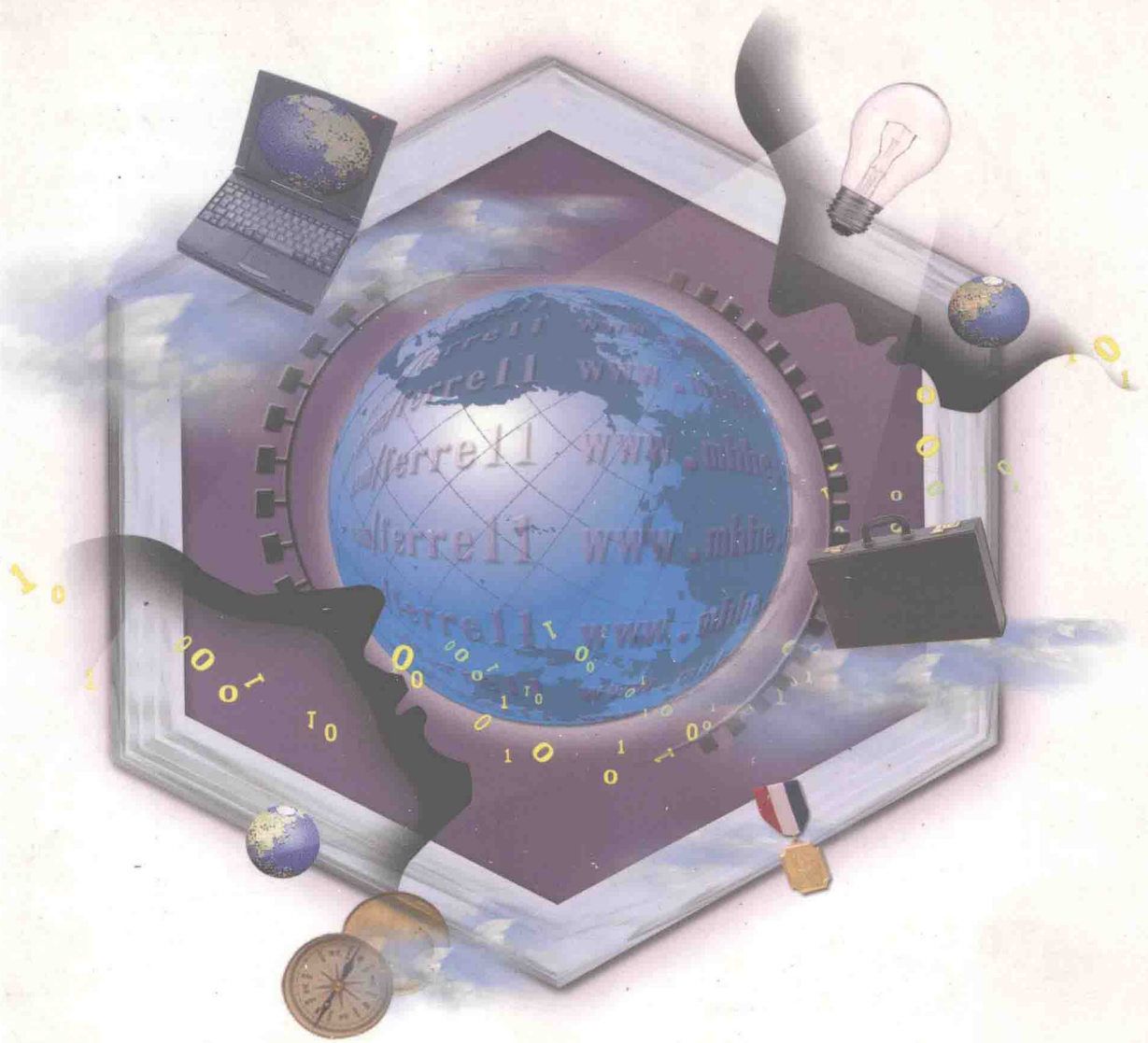


原著 O.C.Ferrell · Geoffrey Hirt · Linda Ferrell



Business A Changing World Fifth Edition

企業概論

企業本質與動態觀點 審訂 于卓民

International Edition

Mc
Graw
Hill

智勝
BEST-WISE

Fifth Edition

企業概論

企業本質與動態觀點

O.C. Ferrell, Geoffrey Hirt & Linda Ferrell

于卓民 審訂

智勝文化



Education

US

Boston Burr Ridge, IL Dubuque, IA Madison, WI New York
San Francisco St. Louis

International

Bangkok Bogotá Caracas Kuala Lumpur Lisbon London
Madrid Mexico City Milan Montreal New Delhi Santiago
Seoul Singapore Sydney Taipei Toronto

企業概論：企業本質與動態觀點 / O. C.
Ferrell, Geoffrey Hirt, Linda Ferrell 著。
一再版。— 臺北市：麥格羅希爾，2007[民
96]
面：公分
含索引
譯自：Business : a changing world, 5th ed.
ISBN-13 978-986-157-346-5 (平裝)
ISBN-10 986-157-346-1 (平裝)

1. 企業管理

494

95021420

企業概論 企業本質與動態觀點

©2006年，美商麥格羅·希爾國際股份有限公司台灣分公司版權所有。
本書所有內容，未經本公司事前書面授權，不得以任何方式（包括儲存
於資料庫或任何存取系統內）作全部或局部之翻印、仿製或轉載。

Original: Business: A Changing World, 5e
by O. C. Ferrell, Geoffrey Hirt, and Linda Ferrell
ISBN: 0-07-297358-7
Copyright © 2006 by The McGraw-Hill Companies, Inc.
All rights reserved
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 YC 2 1 0 9 8 7 6

作者 O. C. Ferrell, G. Hirt, and L. Ferrell
審訂者 于卓民
合作出版暨發行所 美商麥格羅·希爾國際股份有限公司 台灣分公司
台北市中正區博愛路53號7樓
TEL: (02)2311-3000 FAX: (02)2388-8822
<http://www.mcgraw-hill.com.tw>

智勝文化事業有限公司
台北市100館前路26號6樓
TEL: (02)2388-6368 FAX: (02)2388-0877
智勝網址: <http://www.bestwise.com.tw>
郵撥 / 16957009 智勝文化事業有限公司

總代理 智勝文化事業有限公司
出版日期 2007年1月再版
印刷 盈昌印刷有限公司
定價 新台幣700元

ISBN 978-986-157-346-5

本書之文字、圖形、設計均係著作權所有，若有抄襲、模仿、冒用情事，依法追究。

如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回本公司調換

審訂序

《企業概論：企業本質與動態觀點》(*Business: A Changing World*)是一本適合「企業管理」或「企業概論」這門大專程度課程的教科書，初版時有下列的特色：

1. 強調實務和實做：以個案來佐證論點，並提供很多練習或個案，來增加習者的決策能力；

2. 強調運用科技：設計「學生線上學習中心」，使課堂教學和網路學習產生關聯，亦透過「網際世界」讓學習者瞭解網際網路對企業營運的影響；

3. 強調環境變化的影響：第一章即強調企業營運環境的動態性，在各章中一再觸及來自於競爭、消費者口味、技術等「變化」對所造成的影響。

本書作者在改版時，一方面考慮教師和習者的反映，另一方面亦納入下列的趨勢：

1. 網路和電子商務的發展日益普遍；


2. 公司治理逐漸受到重視；

3. 開發中國家在世界經濟的地位日趨重要，尤其是中國大陸；

4. 委外的興起，已成為企業競爭策略的重要一環。

因此，秉持因應「變化」的精神，本書內容頗能反映全球商業實務的發展，對讀者極有助益。

整體而言，「變遷世界中的企業」、「企業的開始和發展」、「提升品質與競爭力的經營」、「創造人力資源的優勢」、「行銷：發展關係」及「企業融資」等本書含括的六大主題，對初入企業管理之門的人而言，為一頗完整的介紹。當然，若能依各章進度善用「線上學習中心」的資源，習者的收穫將更為豐碩。



謹識於政治大學商學院

2006年11月1日

企業概論

Part 1 變遷世界中的企業

Chapter 1 企業和經濟的動態性 2

- 1.1 緒論 4
- 1.2 企業的本質 4
- 1.3 企業的基本經濟概念 9
- 1.4 美國的經濟 23
- 1.5 你可以在課堂上學習到商業知識嗎？ 29

Chapter 2 企業道德和社會責任 40

- 2.1 緒論 42
- 2.2 企業道德和社會責任 42
- 2.3 企業中道德扮演的角色 43
- 2.4 社會責任的本質 57

Chapter 3 無國界世界中的企業 78

- 3.1 緒論 80
- 3.2 國際企業的角色 80

- 3.3 國際貿易障礙 84
- 3.4 貿易協定、聯盟及組織 91
- 3.5 參與國際企業（國際市場進入策略） 99
- 3.6 國際企業策略 105

Chapter 4 資訊科技與電子商務的管理 118

- 4.1 緒論 120
- 4.2 科技對我們生活的影響 120
- 4.3 資訊管理 122
- 4.4 網際網路 124
- 4.5 電子商務 130
- 4.6 法律和社會議題 138

BUSINESS

角色扮演：**National Farm and Garden 公司 154**

Part 2 企業的開始和發展

Chapter 5 所有權型態 156

- 5.1 緒論 158

- 5.2 獨資 158
- 5.3 合夥關係 163
- 5.4 股份有限公司 168
- 5.5 其他型態的所有權 177
- 5.6 企業所有權的潮流：合併和併購 180

Chapter 6 小型企業、創業精神及連鎖加盟 194

- 6.1 緒論 196
- 6.2 創業精神和小型企業的本質 196
- 6.3 擁有小型企業的優點 201
- 6.4 擁有小型企業的缺點 205
- 6.5 創立小型企業 208
- 6.6 小型企業的未來 215
- 6.7 「縮小」大型企業 218

角色扮演：Human Response 公司 229

企業概論

Part 3 提升品質與競爭力的經營

Chapter 7 管理的本質 232

- 7.1 緒論 234
- 7.2 管理的重要性 234
- 7.3 管理的職責 235
- 7.4 管理的型態 241
- 7.5 管理者的來源 253
- 7.6 決策制定 254
- 7.7 管理的現實面 259

BUSINESS

Chapter 8 組織、團隊合作及溝通 270

- 8.1 緒論 272
- 8.2 組織文化 272
- 8.3 組織結構的發展 273
- 8.4 指派任務 276
- 8.5 分派職責 280
- 8.6 組織結構的類型 284
- 8.7 組織內團體與小組的角色 288

8.8 組織內部的溝通 291

Chapter 9 管理服務及製造作業 306

- 9.1 緒論 308
- 9.2 作業管理的本質 308
- 9.3 規劃與設計作業系統 314
- 9.4 管理供應鏈 320
- 9.5 品質管理 328

企業概論

角色扮演：**McDougal** 飛機公司 341

Part 4 創造人力資源的優勢

Chapter 10 激勵員工 344

- 10.1 緒論 346
- 10.2 人群關係的本質 346
- 10.3 激勵員工的歷史演變 348
- 10.4 激勵員工理論 352
- 10.5 激勵員工策略 360

BUSINESS

Chapter 11 人力資源管理 374

- 11.1 緒論 376
- 11.2 人力資源管理的本質 376
- 11.3 人力資源需求的規劃 377
- 11.4 招募和甄選新進員工 377
- 11.5 開發員工能力 383
- 11.6 員工酬償 388
- 11.7 勞資關係 395
- 11.8 多元化勞動力的重要性 399

角色扮演：eQuality Assured 413

Part 5 行銷：發展關係

Chapter 12 顧客導向的行銷 416

- 12.1 緒論 418
- 12.2 行銷的本質 418
- 12.3 行銷策略的發展 425
- 12.4 行銷研究與行銷資訊系統 433

- 12.5 購買行為 436
- 12.6 行銷環境 438

Chapter 13 行銷策略的內涵 450

- 13.1 緒論 452
- 13.2 行銷組合 452
- 13.3 產品策略 453
- 13.4 訂價策略 463
- 13.5 配銷策略 466
- 13.6 促銷策略 475

企業概論

角色扮演：RedRiverShops.com 491

Part 6 企業融資

Chapter 14 貨幣和金融體系 494

- 14.1 緒論 496
- 14.2 貨幣在金融體系裡的角色 496
- 14.3 美國的金融體系 504

Chapter 15 會計和財務報表 528

- 15.1 緒論 530
- 15.2 會計的本質 530
- 15.3 會計程序 537
- 15.4 財務報表 541
- 15.5 比率分析：財務報表的分析 553

Chapter 16 財務管理和證券市場 570

- 16.1 緒論 572
- 16.2 管理流動資產和負債 572
- 16.3 管理固定資產 580
- 16.4 以長期負債融資 583
- 16.5 以股東權益融資 587
- 16.6 投資銀行 588
- 16.7 證券市場 590

角色扮演：Dana 時裝設計公司 605

BUSINESS

附錄 A	創業計畫書	607
附錄 B	個人生涯規劃	617
索引		627
	中英文索引	628
	英中文索引	638

企業概論

變遷世界中的企業

變遷世界中的企業

Chapter 1

企業和經濟的動態性

Chapter 2

企業道德和社會責任

Chapter 3

無國界世界中的企業

Chapter 4

資訊科技與電子商務的管理

企業和經濟的動態性

Chapter 1

本章大綱

- 緒論
- 企業的本質
 - 企業目標
 - 企業活動與參與者
 - 為什麼要研究企業？
- 企業的基本經濟概念
 - 經濟體系
 - 自由企業體系
 - 供給和需求的力量
 - 競爭的本質

經濟循環和生產力

- 美國的經濟
 - 美國經濟簡史
 - 創業家的角色
 - 美國經濟中政府的角色
 - 倫理和社會責任在企業裡的角色
- 你可以在課堂上學習到商業知識嗎？

學習目標

閱讀完本章後，你應該能夠：

- 定義企業、產品和利潤的基本觀念。
- 指出企業的主要參與者和活動，並解釋研讀企業的重要性。
- 定義經濟，並對四種不同的經濟體系作比較。
- 描述自由企業體系裡，供給、需求和競爭的角色。
- 解釋和評估經濟健康的原因和方法。
- 認識美國經濟的演變，並探討創業家在經濟裡的角色。
- 評估小型企業所有人的處境，並提出行動方案。

衛星廣播電台帶來更多元化的選擇

長久以來，任何人只要擁有一台收音機，就可以免費接聽無線電廣播。但是現在，有兩家公司大膽下注，認為消費者會願意付錢接聽衛星廣播。衛星廣播產業已經擁有數百萬名的付費聽眾，它提供了數百個音樂、新聞、喜劇及脫口秀頻道，其中包括全天候專門播放古典樂、藍調、搖滾、新電子、雷鬼、鄉村及百老匯舞台音樂的眾多頻道。而某些頻道所提供的多種音樂或喜劇，通常無法吸引足夠聽眾來支持傳統廣播電台，但這種私密的服務，甚至可以提供一些比商業電台要來得大膽、具有爭議性的內容。

例如 Sirius 公司的衛星廣播是提供只有簡短引介的無廣告中斷的頻道，XM 公司的衛星廣播則提供有現場主持人，比較相似於傳統廣播電台的節目。雖然 XM 公司在開播時有零落的濃縮廣告，現在也改以無廣告的方式來播出。這對居住在偏遠地區而無法接收傳統廣播頻道的聽眾來說，尤其感到滿意，因為他們可以隨時收聽最喜歡的節目。

然而，這兩家公司都還沒有賺錢。最初的業務成長緩慢，可能是因為收聽它們所提供的頻道需要裝設體積龐大的接收器，而且價格高昂。現在，Sirius 和 XM 兩家公司都已推出價格合理的「隨插即用」式接收器，讓聽眾可以隨身攜帶，從車上帶入家裡或辦公室。再者，因為和汽車製造商間所簽署的獨家合約，也讓愈來愈多的新車都配備有衛星廣播接收器。

Sirius 和 XM 兩家公司都面臨來自傳統商業性調頻(FM)廣播電台的競爭，因為大多數的消費者衝著免費，還是持續地收聽傳統廣播頻道。然而，有些人則認為衛星廣播為市場帶來了較多的選擇，尤其是許多廣大市場（地區）都受到單一媒體公司的主導。例如：Clear Channel 傳播公司就擁有美國廣播電台總數的 1/10，長久以來，已被指責在某些地區擁有過多電台而形同獨占事業，限制了消費者對於新音樂的接觸。此外，Sirius 和 XM 兩家公司也面臨來自 MP3 的競爭，因為使用者可以播放從網路上下載的音樂。

雖然對 Sirius 和 XM 兩家公司的生存仍有疑慮，許多投資人卻願意對衛星廣播的持續成長下注。畢竟，擁有超過 1 億家庭用戶和 2 億汽車用戶（還不包括遊艇、休旅車及其他交通工具）的潛在市場，這項產品的成長潛力顯然是可期的。

1.1 緒論 Introduction

本章藉著檢視企業及經濟的基本概念導引讀者進入商業的領域，首先介紹企業的本質，包括其目標、活動及參與者；接下來，再描述經濟學的基本概念，並將其應用於美國此一經濟體；最後，則是討論本書的架構和章節安排。

1.2 企業的本質 The Nature of Business

企業

嘗試藉由提供滿足人們需要的產品來獲利的個人或組織。

產品

一項具有提供滿足和效益的有形及無形特質的產品或服務。

利潤

製造、銷售的花費與顧客付費的差距。

非營利組織

可能提供貨品或服務但不以賺取利潤為主要目標的組織。

企業(business)嘗試藉由提供滿足人們需要的產品來獲利，而它們花費心力的成果就是**產品(products)**，其具有實體（有形）及非實體（無形）的特質，可以提供利益給消費者或滿足消費者的需求。以消費者的立場來說，當你在購買產品時，買的是你認為該產品可以提供的效益和滿足。例如一個Subway 三明治是買來充飢的，而一輛保時捷的多用途休旅車，則可以滿足交通的需要，以及呈現某種地位形象的渴望。

大部分的人總是將「產品」和實體的貨品，如汽車、電腦、麵包、夾克等，聯想在一起。然而，當人或機器提供或處理某項對顧客來說是重要的東西時，產品也可以是一項服務（例如乾洗、照片沖洗、醫生檢查、電影明星或籃球員的表演等，都是服務的例子）。同理，產品也可能是一個點子，舉例來說，顧問及律師就都是靠想出點子來解決問題的。

1. 企業目標

所有企業都以賺取**利潤(profit)**為主要目標，企業有權保留及使用其所獲得的利潤（在合法範圍內），因為利潤即其冒著風險供應產品的報酬。而所謂的利潤，即製造、銷售的花費與顧客付費的差距。如果一家公司花費2美元在製造、訂價、促銷及配銷上，售價為2.75美元，則該企業每銷售一個產品可以賺取0.75美元。然而，並非所有的機構都是企業。**非營利組織(nonprofit organizations)**——例如綠色和平(Greenpeace)、特殊奧會(Special Olympics)、其他慈善機