

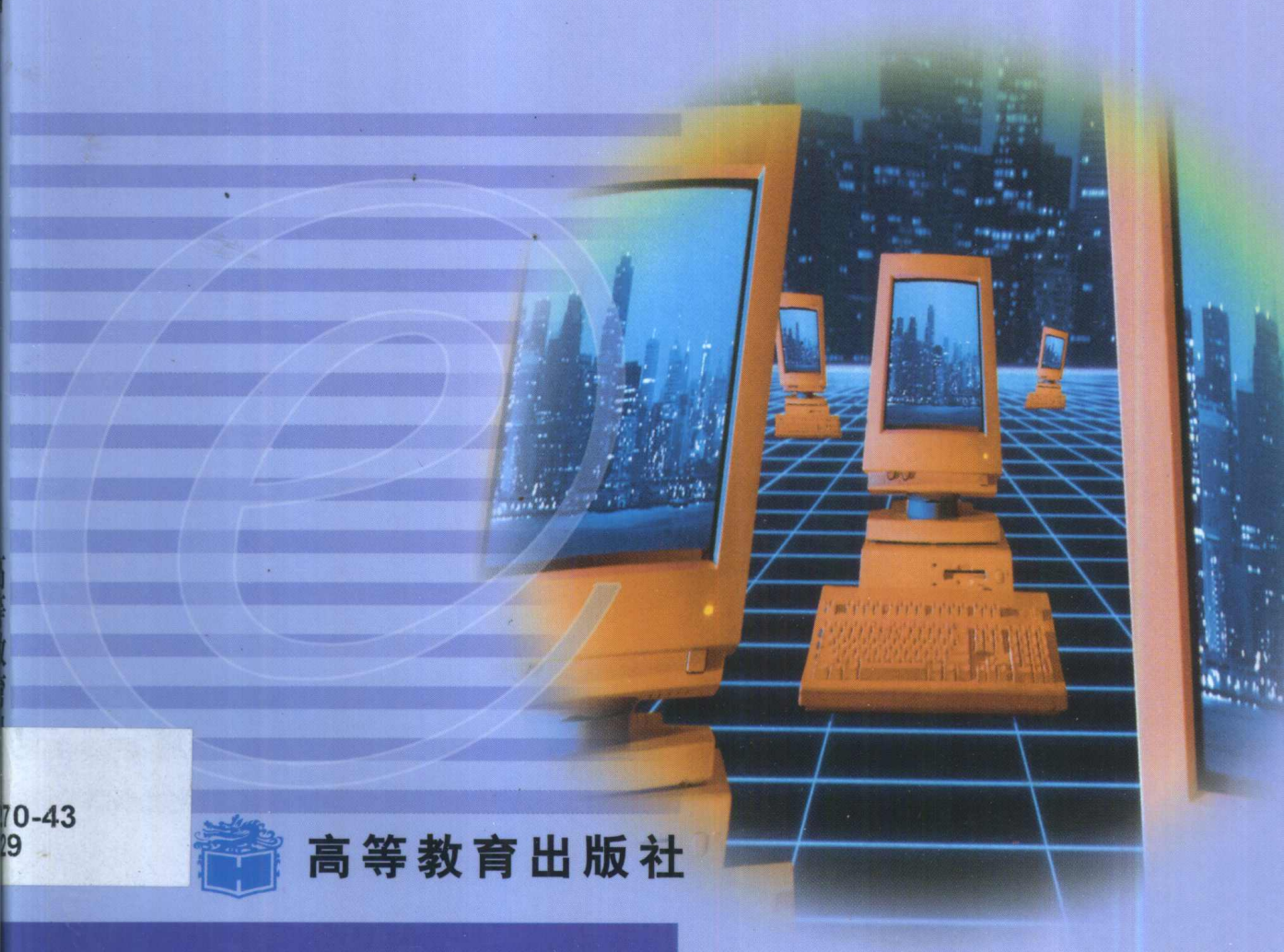


教育部高职高专规划教材
Jiaoyubu Gaozhi Gaozhuan Guihua Jiaocai



知识型 企业管理

汪 治 主编



70-43
9



高等教育出版社

F-270-43
w29

教育部高职高专规划教材

知识型企业管理

汪 治 主编



A1023132

高等教育出版社

内容提要

《知识型企业管理》是教育部高职高专规划教材,是电子商务专业系列教材之一。本书根据教育部《高职高专教育电子商务专业人才培养方案》的要求,从管理学的基本原理出发,结合知识经济时代企业管理的特点与要求,对知识型企业管理的基本内容进行了较为详细的阐述。主要内容有:知识型企业概述、管理的基本原理与职能、知识型企业的组织、知识型企业的经营管理、知识管理、信息管理、知识型企业的人力资源管理、巨变中的企业文化建设等。为了便于理解,本书还配备了内容丰富、针对性强的案例。

本书可作为高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院和民办高校电子商务专业和相关专业企业管理课的教材,也可以作为培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

知识型企业管理/汪治主编. —北京:高等教育出版社,
2002.7

ISBN 7-04-010729-5

I. 知... II. 汪... III. 计算机网络-技术企业-企
业管理 IV. F407.676

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 030984 号

知识型企业管理

汪 治 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

传 真 010-64014048

购书热线 010-64054588

免费咨询 800-810-0598

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 廊坊石油管道印刷厂

开 本 787×1092 1/16

印 张 12

字 数 270 000

版 次 2002 年 7 月第 1 版

印 次 2002 年 7 月第 1 次印刷

定 价 15.50 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

教材建设工作是整个高职高专教育教学工作中的重要组成部分。改革开放以来,在各级教育行政部门、学校和有关出版社的共同努力下,各地已出版了一批高职高专教育教材。但从整体上看,具有高职高专教育特色的教材极其匮乏,不少院校尚在借用本科或中专教材,教材建设仍落后于高职高专教育的发展需要。为此,1999年教育部组织制定了《高职高专教育基础课程教学基本要求》(以下简称《基本要求》)和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》(以下简称《培养规格》),通过推荐、招标及遴选,组织了一批学术水平高、教学经验丰富、实践能力强的教师,成立了“教育部高职高专规划教材”编写队伍,并在有关出版社的积极配合下,推出一批“教育部高职高专规划教材”。

“教育部高职高专规划教材”计划出版500种,用5年左右时间完成。出版后的教材将覆盖高职高专教育的基础课程和主干专业课程。计划先用2~3年的时间,在继承原有高职、高专和成人高等学校教材建设成果的基础上,充分汲取近几年来各类学校在探索培养技术应用性专门人才方面取得的成功经验,解决好新形势下高职高专教育教材的有无问题;然后再用2~3年的时间,在《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》立项研究的基础上,通过研究、改革和建设,推出一大批教育部高职高专教育教材,从而形成优化配套的高职高专教育教材体系。

“教育部高职高专规划教材”是按照《基本要求》和《培养规格》的要求,充分汲取高职、高专和成人高等学校在探索培养技术应用性专门人才方面取得的成功经验和教学成果编写而成的,适用于高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院和民办高校使用。

教育部高等教育司

2000年4月3日

前 言

知识经济与网络时代的到来,不仅改变着人们的观念、生活方式和工作方式,而且正在改变和影响着企业的管理观念、生产方式和经营方式。知识经济时代造就了大批的新型企业——知识型企业,不少传统企业也在逐步向知识型企业转变。在新的经济环境中,知识型企业如何进行有效的管理,跟上时代发展的潮流,已成为一个现实而又迫切的问题。对高职高专院校电子商务等有关专业的教学来说,也必须根据这一新的要求,及时地调整教学内容,以适应社会经济发展的需要。

正是在这一背景下,我们编写了《知识型企业管理》一书。考虑到电子商务等非管理类专业的课程设置中一般只设置一门管理学课程,因此在本书的内容编写中,既编入了管理学基础的主要理论,又结合知识型企业管理的新要求和新内容进行阐述。但限于篇幅,有些内容阐述得简单一些,因此,建议教师在教学中对一些基础内容进行适当补充,举一些新的实例,运用管理软件演示,以利于学生理解。

本书由深圳职业技术学院汪治副教授任主编,并负责全书编写提纲的设计与总纂。具体分工为:汪治负责编写第一章和第二章;郑州工业高等专科学校赵隽副教授负责编写第三章、第五章和第九章的案例二;四川行政财贸管理干部学院的吴斌老师负责编写第四章、第八章和第九章的案例一、案例七;山西阳泉煤炭高等专科学校的赵永刚老师负责编写第六章、第七章和第九章的案例三、案例四、案例五、案例六。

本书在编写过程中始终得到了高等教育出版社付英宝老师和其他编辑的大力支持和帮助。此外,在本书编写中参考、引用了有关著作和教材,在此,一并表示衷心的感谢!

对于编写知识型企业管理的教材,其体系与内容均是一个全新的课题,编写一本适合于高等职业教育的教材更是一次新的尝试。由于时间仓促,加之编者水平有限,缺点和不成熟之处在所难免,敬请各位专家和读者指正。

编 者

2002年2月

目 录

第一章 知识型企业概述	1	一、组织结构设计的原则	45
第一节 知识与知识经济概述	1	二、组织结构设计的程序	47
一、知识的本质与价值	1	三、知识经济下的组织结构	47
二、知识经济的概念与特征	2	第四节 知识型企业的组织	49
三、知识经济时代的特点	5	一、学习型组织	49
第二节 企业与知识型企业概述	7	二、虚拟企业	54
一、企业	7	三、知识联盟	55
二、企业的分类	10	四、项目小组	56
三、知识型企业	11	五、实时企业	58
四、知识型企业的主要特点	14	第四章 知识型企业的经营管理	61
五、知识经济时代企业的生存环境	15	第一节 知识型企业的经营理念	61
第二章 管理的基本原理与职能	19	一、为顾客创造价值	61
第一节 管理的概念与性质	19	二、协同竞争	64
一、管理的概念及一般特征	19	三、内外部经营协调	64
二、管理的特性	20	第二节 供应链管理	65
第二节 管理的基本原理	21	一、供应链与供应链管理	66
一、管理原理的主要特征	21	二、知识型企业的供应链管理	68
二、系统原理及相应的管理原则	22	三、知识型企业供应链的管理模式和管理技术	69
三、人本原理及相应的管理原则	26	第三节 知识型企业的客户关系管理	72
四、效益原理及相应的管理原则	28	一、客户关系管理概述	72
第三节 企业管理的职能	30	二、客户关系管理的意义	74
一、企业管理的基本职能	30	三、客户关系管理的内容	74
二、企业管理的具体职能	31	四、客户关系管理解决方案	75
第三章 知识型企业的组织	39	第四节 知识型项目管理	75
第一节 企业组织结构的演变	39	一、项目管理概述	76
一、古典组织结构	39	二、知识型项目管理	78
二、现代组织结构	40	第五节 知识型企业的风险管理	80
第二节 现代企业组织结构	43	一、风险的概念及分类	80
特征	43	二、知识型企业风险管理	81
一、社会经济领域迅猛发展的主要表现	43	三、企业风险的识别与对策	83
二、现代企业组织结构	44	第五章 知识管理	86
第三节 知识型企业组织结构的	45	第一节 知识管理的基本概念	86
设计	45	一、知识管理的含义	86

二、知识管理的特点	87
三、知识管理的必要性	87
第二节 知识管理的内容	89
一、企业知识管理中存在的问题	89
二、知识管理的内容	90
第三节 知识管理体系	94
一、知识管理系统的支撑体系	94
二、知识管理的机制体系	95
第四节 知识管理技术	97
一、知识管理技术	98
二、知识管理产品和服务	98
第五节 知识管理的实施要点	100
一、设立知识主管	100
二、建立起知识型企业组织结构	100
三、营造一种有利于企业的知识 资源的开发和利用的环境	101
四、重视知识的价值	101
第六章 信息管理	103
第一节 企业信息化概述	103
一、企业信息化的概念	103
二、企业信息化的作用	105
三、企业信息化建设的关键点	107
第二节 企业信息化的内容和 构成	108
一、企业信息化的内容	108
二、企业信息分类	109
三、业务流程重组对企业信息 化建设的作用	110
四、企业信息化发展的阶段	111
第三节 企业网络管理信息系统	112
一、企业网络管理信息系统的 组成	112
二、企业 Intranet 的功能与作用	113
三、企业 ERP 系统概述	114
第四节 企业网站建设与管理	118
一、企业建设网站的作用	118
二、企业网址域名注册	119
三、企业网站的建立方式	121
四、企业网站的主要内容	122
五、网站推广	123
第七章 知识型企业的人力资源	

管理	126
第一节 行为科学理论概述	126
一、行为科学理论的基本要素和 模式	126
二、行为科学学派的主要理论	127
第二节 知识型企业人才的素质 与特征	129
一、知识经济时代对人力资源的 新要求	129
二、知识型企业人才的基本素质	130
三、提高员工素质的方法	131
第三节 人力资源计划	132
一、人力资源计划的层次	132
二、人力资源计划的程序和内容	133
三、人力资源供求预测	133
第四节 员工的招聘、考核与 选拔	134
一、招聘员工的方法	135
二、员工的考核与选拔	136
第五节 员工的培训与发展	137
一、培训的类型	137
二、培训与发展的方法	139
第六节 员工的需求分析与激励	139
一、员工的需求分析	139
二、薪酬激励	141
三、精神激励	141
四、员工持股和股票期权激励	142
第七节 团队精神与团队管理	143
一、团队时代的来临	143
二、团队精神	144
三、团队建设与管理	145
第八章 巨变中的企业文化建设	148
第一节 知识经济时代企业文化的 重要意义	148
一、企业文化的概念	148
二、知识经济时代企业文化的重要 意义	151
第二节 知识型企业文化的属性	153
一、知识经济时代企业文化 的变革	153

二、知识型企业文化的属性	154
第三节 知识型企业文化的建设	155
一、企业文化建设的内容	155
二、知识型企业文化的定位	156
三、知识型企业文化的建设	157
第九章 案例	160
案例一 惠普咨询公司：惠普 再度腾飞的加速器	160
案例二 施乐公司：知识管理 的成功典范	163

案例三 企业信息化解决方案： 简约商务	166
案例四 西门子的人力资源 管理策略	169
案例五 摩托罗拉如何搞内部激励 ...	170
案例六 上海通用汽车（SGM） 的招聘策略	171
案例七 学海尔该学什么？	174
参考文献	180

知识型企业概述

第一节 知识与知识经济概述

知识经济是以知识为基础的经济。在知识经济社会,知识要素成为经济发展的主要要素,知识经济将作为一种全新的经济形态进入 21 世纪。这一新的经济形态出现之后,将对工业经济时代所形成的价值观念提出挑战,并重构新的价值观念。这种新的价值观念不仅使社会经济结构、产业结构、产品结构发生重大变革,而且将企业带入变革期,其变革的基础就是知识经济。

一、知识的本质与价值

(一) 知识的一般概念

知识,似乎是为人们熟知的较为浅显的概念。但是,当知识进入经济领域,其概念发生了变化。广义地说,知识是人们通过学习,发现及感悟到的对世界认识的总和,是人类认识的结晶。但是,经济学所定义的知识则更侧重于在各种经济活动中起作用的那部分知识。知识是一种有组织的经验、价值观、相关信息及洞察力的动态组合,它所构成的框架可以不断地评价和吸收新的经验和信息,它起源于并且作用于有知识的人们的大脑。在组织结构中,它不但存在于文件或档案之中,还存在于组织机构的程序、过程、实践及惯例之中。这样定义的知识有几个特点:一是知识的内涵是十分复杂的,它既有可编码被记录的内容,也有隐含的难以记录的内容;二是知识既有其内在的稳定结构,也有其动态和变化的一面,而这种结构和内容的变化正是通过学习的机制来实现的;三是知识既有其通用、普遍存在的一面,也有其特殊地存在于某一空间的场景的一面。与知识相关的两个概念是数据和信息。数据一般指的是人们在交流中所涉及的最基本的单位,如数字、词语等;信息则是数据以某种有意义的方式所进行的组合。

(二) 知识的本质特性

从上述知识概念出发,知识具有以下本质特性:①不可替代性,在经济理论中,所有物品都是可替代的,而每一种知识具有独特性,所以,知识之间难以替代;②不可逆性,人们一旦掌握了某种知识,便不可逆转,不可被剥夺,某种知识一旦被传播,就不可收回;③非磨损性,知识在使用中本身不会被消耗,可重复使用;④可共享性,知识是全人类共同发展、共同享有的,知识产品与物质产品最大的区别在于一般物质商品都有排他性,但一种知识不排除他人可以同样完整地拥有,知识产品可以同时供无穷多的人使用;⑤无限增殖性,知识在生产和传播过程中,有不断增强、丰富的可能性,使用的人越多,其价值越高。

(三) 知识的价值

知识的上述这些特性,决定了知识与一般生产要素相比有本质的区别,这种区别表现为:传统的生产注重的是劳动力、资金、原材料和能源,知识和技术只是影响生产的外部因素;在知识经济中,知识是比原材料、资本、劳动力、能源更重要的经济因素,知识已不是经济增长

的“外生变量”，而是经济增长的内在的核心因素。

经济合作与发展组织在讲到知识的价值与作用时指出，知识是经济增长的重要因素，知识和技术在促进生产率和经济增长中具有重要作用。新的经济增长理论认为，知识可以提高投资的回报，对知识投资可以提高其他生产要素的生产能力，并将这些生产能力转化为新产品和新的工艺流程，使收益递增，而这又可以反过来增进知识的积累。这样，当知识成为主要经济要素后，存在对知识投资持续增加从而导致一个国家经济连续增长的可能性，经济的增长方式会发生根本变化，长期高速增长成为可能。

从知识价值角度看，知识是一种尺度，创新是知识价值的核心，创新越多，知识价值也越高。知识可以从一个企业转移到另一个企业，可以用极少的额外费用重复利用，这可以减轻由于资金和资源紧缺对经济增长的压力。知识的经济价值和知识的社会价值将成为改造经济、改变社会的强大力量。由于知识的驱动，世界经济开始转型，由能量驱动的物质经济转向由知识驱动的知识经济，知识价值将支配整个社会生活和市场经济。

二、知识经济的概念与特征

（一）知识经济的概念

关于知识经济的概念有多种表述。经济合作与发展组织认为，知识经济就是以知识为基础的经济，这种经济直接依赖于知识和信息的生产、分配和使用。有的学者提出，知识经济是指以科学技术为核心的，建立在知识和信息的生产、存储、使用和消费之上的经济。著名学者吴季松博士在《知识经济》一书中提出，所谓知识经济，是指区别于以前的、以传统工业为产业支柱、以稀缺自然资源为主要依托的经济的新型经济，它以高技术产业为产业支柱，以智力资源为首要依托，因此是可持续发展的经济。

简而言之，知识经济是以知识为基础、以智力资源为依托，以现代科学技术为核心，以高技术产业为支柱，建立在知识和信息的生产、分配、使用和消费之上的经济。信息产业是知识经济的基础，具有高附加值的高科技产业集群是知识经济的核心，具有高素质并运用高科技手段处理信息的各类人才是知识经济发展的关键。

（二）知识经济的实质

知识经济的实质主要表现为：

（1）知识经济在资源配置上以智力资源、无形资产为第一要素，对自然资源通过知识和智力进行科学、合理、综合和集约的配置。所以，在知识经济中，对智力资源，即人才和知识的占有就显得尤为重要，从某种意义上说，甚至比工业经济中对稀缺自然资源，如土地、石油等的占有更具有重要意义。

（2）知识经济在生产中以高技术产业为支柱。高技术主要包括：信息科学技术、生命科学技术、新能源与可再生能源科学技术、新材料科学技术、空间科学技术、海洋科学技术、有益于环境的高新技术和管理科学技术（又称软科学技术）。从发展趋势来看，高技术产业化将成为知识经济时代的浪潮。

（3）知识经济是建立在知识的生产、分配和消费的基础之上的。知识经济的生产和消费，一般说来应以高技术产品和通过信息产生的新知识为主。与过去利用传统技术、依靠稀缺自然资源创造物质财富不同，知识经济时代由于知识的开发利用，人们可以凭借知识和智力提高生

产和创造的能力,因而可以从富有自然资源中创造出更多的物质财富。例如,在能源的使用中,人们就可以更多地使用太阳能、受控热核聚变能等,而减少传统的煤和石油等的使用。而且同传统的商品消费相比,知识的消费还具有不随着使用而消失、转化或折旧的特点。随着知识经济的发展,知识消费的公共品、半公共品的数量也大为增加。

(4) 知识经济依靠的是人的智慧,依靠的是创新。高技术是使人的智慧实际化的方法,信息技术是传播人的智慧的最佳手段。

(5) 知识经济以知识创新为主要内容。知识经济兴起于迅速发展并成为未来经济主流的信息技术等高新技术产业,它强调产品和服务的数字化、网络化、智能化,主张敏捷制造和个性化商品的规模生产。知识经济的繁荣不是直接取决于资源、资本、硬件技术的数量、规模和增量,而是直接依赖于知识或有效信息的积累和利用,依赖于知识的不断创新以及知识与经济相结合、相统一,从而带动经济发展的质的飞跃。

(三) 知识经济的特征

知识经济与以往经济形态有很大的不同。因此,与劳力经济、资源经济形态相比较,知识经济形态具有以下特征:

(1) 知识经济是信息化经济。知识经济是微电子技术、信息技术充分发展的产物,是信息社会的经济形态。在信息社会,信息技术在全社会广泛渗透和使用,信息技术对于政治、经济、社会、文化、道德等的影响是全面的、全方位的;信息产业成为国民经济主要经济部门;信息和知识成为重要的资源和财富,国与国、地区与地区、企业与企业之间的差距,主要表现在对信息与知识的生产、传播、使用能力上的差异;拥有先进的信息网络,信息流动速度加快;全社会生产自动化程度大大提高,自动化技术将在社会管理、经济管理、企业生产管理等全面普及;信息、知识应用于制造业、服务业的速度大大加快,知识商品化、信息商品化的能力大大提高,进而引起全球经济增长方式发生根本性变革;经济的发展日益与信息技术的发展不可分,生产、分配、消费的每一个环节,都伴随着信息流,伴随着信息的获取、加工、传输、储存以及使用,使整个经济信息化、数字化。

(2) 知识经济是网络化经济。当人类跨入信息时代,一方面,信息化建立了企业与市场之间的桥梁,企业可以快速、准确地了解市场动态和顾客需求,传统的大规模生产和推销可能被灵活、高效的信息服务取代;另一方面,信息技术由过去的大型主机统一处理信息和发布指令,发展到个人电脑成为信息形成、处理、发布和传输的主要角色,提高了人与人之间交换信息及协调合作的水平,使众多电脑组成的网络成为商业活动中的最佳媒体。

(3) 知识经济是产业结构高级化经济。由于高技术的应用,推动产业结构转向高级化,特别是信息技术的广泛应用,加速了产业结构高级化的进程。信息技术作为一种知识产品,具有投入少、产出多、资源可重复使用和复制的特点,其产业规模的扩展程度完全取决于对知识的理解和运用。信息技术的运用必将使经济系统在产品、服务、效率、企业形象、生产、流通、交易等概念及操作方面都面临着深刻的变革。

(4) 知识经济是“轻型经济”。由于知识在产品中的含量增大,产品的附加值成倍提高,人们将这种以知识投入带来优化的经济称为“轻型经济”或“减少原材料的经济”。以美国为例,其国内生产总值如果以吨位来衡量,几乎同 100 年前差不多,但其实际价值却增长了 20 倍。

(5) 知识经济使管理和决策知识化。在知识经济中,知识管理对经济发展越来越重要。西

方国家一些大公司为尽快获得、掌握和保存最有价值的知识，专门设立了一批新式高级经理职务，即知识主管，如智力资本主管。这些人给公司提供的不仅是数据，而且是经过提炼和创造的智力资本。

(6) 知识经济是创新经济。知识经济是以创新的速度、方向决定成败的经济，它改变了过去那种以资源、资本的总量或增量决定成败的模式，以创新优势来弥补资源和资本上的劣势。创新是知识经济的灵魂，是知识经济发展的内在驱动力。加强创新，就可以在市场竞争中掌握主动。以往的劳动力经济和资源经济的发展固然离不开创新，但是，这些技术创新所经历的时间相对比较漫长，范围相对比较有限。而知识经济的技术创新速度大大加快，范围将涵盖全社会，技术创新成为经济增长的最重要的动力。一个企业竞争力的大小，取决于技术创新能力的强弱，一个缺乏创新能力的企业，将失去存在的根基。在技术和产品生命周期日益缩短的知识经济时代，惟有全面创新，包括技术创新、制度创新、产品创新、市场创新、管理创新等，以及将这些创新互相结合，并形成一种持续创新机制，使技术与经济、教育、文化有机结合，综合协调，一体化发展，才能赢得和保持竞争优势。

(7) 知识经济是智力支撑型经济。知识经济是一种以智力资源的占有、配置、生产、分配、使用为最重要因素的经济。在知识经济中，智力、知识、信息等无形资产的投入起决定性作用。用知识提供智力、添加创意成了知识经济活动的核心问题。财富和权力的再分配取决于拥有的信息、知识和智力。智力既是个人的特殊财富，又是企业拥有的一种资本。智力资源的多寡、智力资源开发和利用程度的高低决定着企业面向未来的竞争优势。正是由于智力资源对于经济发展的特殊重要性，现在世界各国对于智力资源的开发越来越重视。因此，知识经济实质上是依靠智力支撑的经济。

(8) 知识经济是知识产业化经济。知识与经济在其共同的发展过程中，随着知识经济化、经济知识化的不断发展，形成了知识经济一体化的知识产业。这一新兴的知识产业现象是人类文化、经济生活全方位进步的结果，是在新技术革命的背景下，知识物化的结果。知识产业化突出地表现为知识产业群的兴起，它以文化、智力、知识、人才、信息、科技、创意构成新兴产业的最基本的经济要素。

(9) 知识经济以电子和信息技术为推动力。随着半导体技术、信息传输技术、多媒体技术、数据库技术、数字压缩技术以及语音识别技术、虚拟技术、显示技术、自动翻译技术等迅速发展，出现了数字化、网络化、信息化大趋势，再一次改变了人类的生产、工作和生活方式，如工人离开车间，通过信息操作机器生产，出现车间无人化。

(10) 知识经济是可持续发展的经济。知识经济是促进人与自然协调、可持续发展的经济。知识经济是以知识为基础，它所依赖的生产资料不再是以资金、设备和原材料为主，而是以人的知识为主。知识经济产生在多种自然资源近乎耗竭、环境危机日益加剧的时代，它把科学与技术融为一体，反映了人类对自然界与人类社会的科学、全面的认识。事实上，要实现经济的可持续发展，仅仅对环境污染进行控制是不够的，必须在能源、运输、制造业、建筑业和农业技术等方面进行全面彻底的改革。这就要求以先进的科学技术为手段，使人们能够更有效地使用能源，用清洁可再生能源代替矿物燃料，研究开发效率更高的材料，实行封闭的工业生态循环，把污染控制在第一发生现场。知识经济将科学、合理、综合、高效地利用现有资源，同时开发尚未利用的自然资源来取代已近耗竭的自然资源。

三、知识经济时代的特点

(一) 知识密集化

知识经济时代,产品的制造转向知识密集型产品(如智能机、医药、飞机),伴随而来的是柔性的工作组织,比如灵活的工作时间、场所,新的计酬制度。在这种情况下,制造业中劳动力成本大大降低,诸如保健、教育和休闲娱乐等服务业快速发展,产品研究开发和营销的社会地位越来越突出,知识密集型的服务业为制造业和消费提供大量需求,投资流向高技术商品和服务部门,特别是信息和通讯业,发达国家在这方面投入研究和开发的费用已经达到国内生产总值的2.3%。随着低成本宽带通讯能力的不断增加,服务活动范围已超越国界。

(二) 市场开放化

在知识经济时代,随着经济全球化的进程,世界各国将进一步开放自己的市场,形成世界市场全方位开放的格局,具体表现为:一是世界市场开放,即世界市场对世界上任何一个国家,不论是社会主义国家还是资本主义国家、发展中国家还是发达国家、大国还是小国,都是开放的,任何国家都可以自主地进入或退出这个市场。二是企业产品和劳务开放,即世界市场对任何从事制造业、服务业和其他行业生产的企业也都是开放的,它们的产品和劳务都可进入这个大市场。

(三) 能力综合化

知识经济的特点之一是经济发展是人类知识能力的大综合。在知识经济时代,人们的系统综合能力、知识整合能力、扩大视野能力、思维能力等有了长足进步,并开始升华。系统综合能力已成为知识经济社会中具有较高逻辑能力的人的鲜明标志。

(四) 决策知识化

知识经济的一个最主要的特征是经济决策系统化。在知识经济时代,智囊系统和知识系统在决策中发挥着重要作用。它们努力适应知识经济社会复杂多变的大生产、大经济 and 领域多的社会生活的决策要求。决策系统置于社会—文化—经济大系统中,在控制获得、组织协调、人员分配以及指导、领导和激励等方面,把个体成效与整体成效、短期成效与长期成效、组织成效与管理成效结合,组成一个科学的知识决策系统。

(五) 投入无形化

知识经济时代的资产的投入,无形资产占有相当大的部分。无形资产是指不具备物质实体的资产,主要有著作权、专利权、商标权、服务标记、计算机软件、企业管理系统、专有技术、专营权、生产许可证、进出口许可证、矿业权、国家赋予的税赋优惠权、商誉、优惠的融资条件、土地使用权、企业员工的知识和头脑中的构想、见解等。这些都是知识经济时代的重要无形资源和资产。在知识经济时代,商品的价值中知识投入占有很大的比例。一个企业的真正价值不仅在于企业拥有的生产线等方面,更重要的是企业所控制的资料库、社会知名度和专利权等无形资产。

(六) 资源共享化

人类可赖以生存的资源有三种:可再生资源(包括动物、植物等和风力、水力、太阳能等),非再生资源(包括金属和非金属矿藏以及石油、天然气、煤等),知识资源。由于知识的发展,人类在开发可再生资源(农业经济)和非再生资源(工业经济)之后,开始有意识地进行知识资源的

开发和利用。在知识经济社会里，知识是一种全世界可以共享的资源，可以称为“公众资源”。知识无国别，正如海洋、南极、月球等资源一样，属于全人类共有。知识“无国界”，是知识经济社会的特点。由于在知识经济社会里，实现了经济全球化，必然导致知识世界的“共同体”的出现，知识产品在世界范围内循环和交流。这就像 20 世纪末，国际互联网在世界范围内建立起来一样，是因为这一技术知识在世界范围内已开始流通。

（七）经济全球化

经济的全球化表现在如下几个方面：

（1）商品国际化。经济全球化是从商品流通领域开始的。商品国际化越发展，表明世界越开放。在知识经济时代，世界贸易将飞速发展，世界的出口贸易量将大为提高，而且大大高于同期的世界生产总值的增长率。各国生产和消费对国外资源的依赖程度在不断提高。

（2）资本国际化。资本国际化是加快经济全球化进程的重要步骤。在知识经济时代，国际间的直接投资的迅速增长和跨国公司蓬勃发展，从对外直接投资的规模来看，全球对外直接投资总额会不断提高，经济发达国家的资本输出量也会不断提高。国际资本的形式日益多样化，资本流动已经成为支配世界经济力量的主要方式。

（3）生产国际化。生产国际化的物质基础是工业的大规模生产。在知识经济时代，以往一个国家内部范围的分工与协作关系，发展成为国家之间的国际分工和协作，各个国家的生产活动进一步纳入国际范围的再生产过程。知识经济时代初的 21 世纪，跨国企业将更大量产生。世界成为跨国企业的“王国”，成为各国的“国中之国”。跨国企业的发展促进了生产的国际化，各国在生产过程中的相互渗透，随着跨国公司内部和跨国公司之间所进行的资本与技术的流动和转移而加速，资本国际化促进生产国际化，而生产国际化又加速资本国际化的进程，资本和生产国际化加速世界贸易的发展。“全球工厂”大量出现，越来越多的产品成为“全球产品”、“万国产品”。

（4）技术国际化。技术国际化是指一个国家或地区向另一个国家或地区有偿转移技术，其中包括技术引进和技术输出两个方面。知识经济时代科学技术的复杂化，将导致技术生产国际化，一些重大的开发和研究项目，成为“全球共同课题和交换材料”。技术国际化的发展，使国际技术贸易的平均增长率比国际直接投资的增长率更快。

（5）经纪国际化。在知识经济时代，经纪将无国界，经纪充分世界化，每一个经纪人的头衔前都加上“国际”两字。由于在知识经济时代全球经济实现了网络化，因此，商业经纪联合迅速地国际化。商业、服务业、娱乐业、信息业以及贸易、投资、股票、证券等，都将出现经纪国际化的突出特征。

（6）劳务国际化。知识经济时代国际劳务大流动，劳务输出贸易在世界贸易总额的比重越来越大，增长速度也比国际贸易增长速度快。

（7）金融国际化。在知识经济时代，国际金融市场将实现全球一体化。金融国际化突出表现为国际金融市场的规模迅猛膨胀，世界年融资总额(净额)和年外汇交易总额的增长率大大超过生产和贸易的增长率。国际金融、资本市场的改革创新加速了国际金融资本市场的扩展趋势，使一国的货币、证券、股票市场同他国市场的相互关联和相互作用空前紧密，而且使外汇市场成为国际游资频繁跨国流动的“传送带”，使各国的贸易以及生产、投资乃至就业水平越来越直接地受国际金融环境的影响和制约。另外，在国际银行业对世界经济各领域发挥越来越

重要作用的同时，世界各国对资本国际移动的限制渐渐放松，使世界一些主要国际金融中心越来越形成一个紧密联系、相互影响和统一的全球性金融市场。

（八）发展持续化

在知识经济社会，虽然经济的发展需要大量的资源，但由于这一时期科技的高度进步，自然资源的开采会不断减少，人类使用的是利用智力型的开发出的资源，如核聚变能、太阳能等。经过人类创造后开发出来的二次再生资源是大量的，它可以不断满足人类生活和生产的需要，可以说是永不枯竭。因此，知识经济社会的资源利用是可持续发展的利用。

第二节 企业与知识型企业概述

企业是社会的基本经济单位，而管理理论是随着企业的发展而不断丰富和完善的。因此，只有正确地认识企业，才能深刻理解管理的基本理论及重要性。

一、企业

（一）企业的含义

企业是在社会化商品经济条件下，以独立占有的财产为基础，以盈利为目的，自主地从事生产、流通、运输、服务等经济活动的社会微观经济组织。

1. 企业是经济实体

企业不同于事业单位、公益和政府部门。在市场经济条件下，企业追求经济效益和获得盈利是第一位的。因为这是企业生存和发展的基础，也是检验企业所生产的产品或服务能否满足社会需要的标准。企业对社会贡献越大，则所得到的利润越多。企业若无盈利，不仅不能扩大再生产，而且连职工生活水平也难以提高。税收是国家财政收入的重要来源，企业利润的减少将导致国家和地方财政收入的减少，从而使国家和地方的发展停滞。从这一点来说，企业获得合理的利润，不仅是企业的目标，而且也是企业对社会承担的责任。

2. 企业必须自主经营和自负盈亏

在市场经济条件下，企业要获得好的经济效益，就要使自己的产品和服务在品种、质量、成本及服务上能适应社会和消费者的需要。因此，企业要独立地根据市场需求，制定正确的经营策略。对市场环境的变动及时主动地作出反应，即具有经营决策权；企业在自主经营的前提下必须进行独立核算，承担其自主经营所产生的结果，这就是自负盈亏。如果企业只负盈、不负亏，就不可能有负责任的经营行为和正确地使用自主权。

3. 企业必须做到自我发展和自我约束

在市场经济条件下，企业的发展主要依靠自身的能力，通过商业银行的贷款、发行股票、债券等方式来筹集资金，并对投资者承担一定的责任。自我约束主要是指企业的生产经营活动必须在依法经营、照章纳税的前提下进行，使其在满足社会需要的同时承担社会责任。满足社会需要不仅指满足顾客和用户的需要，而且包含了满足股东、银行、职工、交易对象、政府机关、周围居民等一切与之相关的社会团体的需要。当然他们的需要有时是不一致的，甚至是相互矛盾的，但企业必须经过权衡在一定程度上满足了他们的需要以后，才能正常运转，获得利润，得以生存和发展。这就决定了企业不能只为自身谋取利益，而是要肩负兼顾各方面利益的

社会责任。企业的社会责任还表现在为社会提供就业机会、防止环境污染、节约国家资源和为社区建设作出贡献上。

4. 企业一般是法人

所谓法人是指具有一定的组织机构和独立财产，能以自己的名义进行民事活动，享有民事权利和民事义务，依照法定程序成立的组织。一般应具有以下几个条件：①必须正式在国家政府有关部门注册备案完成登记手续；②应具有专门的名称、固定工作地点和组织章程；③具有一定的组织机构和独立财产，实行独立核算；④能独立对外开展活动。

(二) 企业的目的

企业的基本目的是“利润最大化”，因为只有利润最大化才能保证企业的“生存”与“发展”。为达到这一最终目的，企业在发展的过程中，还必须追求以下多重中间目标。

1. 提高生产率水平

企业为社会提供产品和服务需消耗一定的资源，只有提高劳动生产率，才能少投入、多产出。

2. 革新的目标

企业是在不断变动的社会、经济、技术等环境中生存的。面对外部环境的变化，企业为求生存，必须一方面适应变化，一方面进行革新，如新产品的创造、市场销售方式革新、财务管理及人事管理的革新等。

3. 组织设计的目标

企业是一个团队，其生产需由多人联合完成。为了避免个人机会主义，必须通过有效的组织结构使个人目的与企业目的协调一致，这是企业生存不可缺少的前提条件。

4. 基准收益率目标

当企业收益率低于基准收益率时，企业再投资将减少，企业发展受到限制，且因股息降低、股票价格低落，企业的筹资、融资亦将变得困难，因此，确保企业满足基准收益率是绝对必要的条件。

5. 弹性目标

企业生存环境的不确定性会使生产经营面临各种风险，如经济周期、季节变动、经济结构变动及政治变动等。所谓企业的弹性即指以最小限度的损失来应付这些不可预测的事件。

6. 市场的目标

“创造顾客”，扩大市场容量，是企业的重要目的之一。

7. 发展的目的

企业为了追求发展，必须扩大再生产，开发新产品，搞研究开发、人才培养，等等。由于企业发展会导致短期收益率下降，因此，发展的目的必须与收益的目的相互协调。

(三) 现代企业的特征

1. 生产规模化

现代企业为了提高生产效率，均需借助大量专门设备和专门人才以大规模生产减少单位成本，大规模定制生产将成为现代企业的特征之一。

2. 大量采用高新技术

现代企业不仅普遍拥有比较复杂的技术装备，以机器代替人力，而且随着科学技术的进

步，特别是以电子计算机为主要标志的世界新技术革命，促使企业生产技术发生质的变化。机械体系将日益被自动化体系所取代，“用机器生产机器”将过渡到“用机器操纵机器”。过去的机器是人手的延长，今天的机器是人脑的扩大。在现代企业中，知识和智力开发越来越成为决定生产力发展速度快慢、经济竞争力高低的关键因素。

3. 重视研究与开发(R&D)和市场营销

为了迎接技术进步和知识经济的挑战，企业会日益重视面向发展的研究与开发及面向需求的市场营销这两头活动，即出现许多所谓的“哑铃型”企业，而与之配合的是重视产品标准化和生产高效率环节的“橄榄型”企业。

4. 劳动分工精细，劳动协作紧密，生产组织严密

现代企业对于职责、工作、机器和工具的分工更加精细，生产任何一种产品、完成任何一项任务，都是许多不同专业、不同工种的体力劳动者和脑力劳动者共同协调劳动的结果。分工的精细化，必然带来协作的紧密化，这是现代生产过程所使用的机器体系的客观要求所决定的。分工的结果要求合作加强，为实现合作一致，必须有严密的组织。

5. 严格的比例性和高度的连续性

由于现代企业的生产是采用各种机器和机器体系，这使得生产过程各部分和各环节之间的联系主要表现为各种机器设备之间的联系。各种机器设备只有按照一定的比例配备，并各自按一定的速度运转，生产才能顺利进行。当然，企业生产经营过程中，也有人与机器之间、人与人之间的比例关系问题。这些比例关系处理得好不好，直接影响劳动效率。同时，现代企业各生产环节、各工序之间在时间上是前后紧密衔接、不能中断的，劳动对象在生产过程中始终处于运动状态。这就是说，现代企业生产过程具有高度的连续性。随着科学技术的发展，以及采用流水生产线等先进的生产组织形式，对连续性的要求不断提高，同时，对管理也提出了更为严格的要求。

6. 广泛的外部联系和灵活的适应性

现代企业作为市场竞争主体，在经济活动中必然同其他企业、有关部门保持广泛的经济、技术联系。专业化愈发展，生产社会化程度愈高，企业同外部的这种联系就愈广泛、愈密切。加强同外部环境各个方面的密切联系，既是企业生存和发展的必要条件，又是国民经济其他部门正常运行的保证。同时，现代企业面对瞬息万变的市场，必须具有适应市场变化的能力，灵活调整自己的产品和服务。

7. 企业规模向两极分化

在市场经济不断发展的新形势下，企业规模有两极分化的趋势：一方面，企业向大型化发展。现代企业发展的趋势明显表现出集团化、多元化、国际化的趋势，涌现出许多集团型企业。企业规模的扩大有利于生产要素的优化组合、资源的合理配置，有助于实现规模效益，增强企业整体实力，加快技术改造和新产品开发，提高企业的竞争力。另一方面，在现实的经济生活中，也产生了一批知识、技术密集，专业化程度高，规模较小的企业。小型化、微型化企业以其投资少、见效快、适应性强、机动灵活、效率高和效益好的优势，在市场竞争中显出勃勃生机。未来的挑战是如何把小的优点和大的长处融为一体，基本的出路是基于现代信息和通讯技术发展虚拟型组织或企业。