

中国信息经济学会电子商务专业委员会 推荐用书
全国高校电子商务专业建设协作组



高等院校
电子商务本科系列教材

虚拟企业管理

■总主编 李 琪
■主编 廖成林

Business
Commerce

重庆大学出版社

中国信息经济学会电子商务专业委员会
全国高校电子商务专业建设协作组

推荐用书



高等院校
电子商务本科系列教材

虚拟企业管理

廖成林 主 编

冯根尧 副主编

重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

虚拟企业管理/廖成林主编. —重庆:重庆大学出版社,2004. 10

电子商务本科系列教材

ISBN 7-5624-3285-6

I. 虚... II. 廖... III. 网络企业—企业管理—高等学校—教材 IV. F276.44

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 108306 号

高等院校
电子商务本科系列教材

虚拟企业管理

廖成林 主 编

冯根尧 副主编

责任编辑:梁 涛 陈红兵 版式设计 梁 涛

责任校对:何建云 责任印制 秦 梅

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鸽盛

社址:重庆市沙坪坝正街 174 号重庆大学(A 区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (市场营销部)

全国新华书店经销

重庆大学建大印刷厂印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:17.75 字数:318 千

2004年10月第1版 2004年10月第1次印刷

印数:1—5 000

ISBN 7-5624-3285-6

定价 21.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有 翻印必究

内 容 提 要

本书从现代企业管理理论出发,分析、比较了传统企业的特征与面临的新问题,论证了虚拟经营的必然性,系统地介绍了虚拟经营和虚拟企业管理的基本理论、思路与方法。全书共分10章:第1章介绍现代企业管理的基础理论,第2章分析传统企业的特征及面临的新问题,第3章介绍虚拟经营与虚拟企业的基本知识,第4章介绍虚拟企业的战略管理,第5章介绍虚拟企业的组织管理,第6章介绍虚拟企业的人力资源管理,第7章介绍虚拟企业的生产动作管理,第8章介绍虚拟企业的营销管理,第9章介绍虚拟企业的信任管理,第10章介绍虚拟企业的风险管理。

本书在力求全面、系统的介绍虚拟企业管理基本理论与管理方法的同时,特别注意内容的基础性与通俗性。此外,还特别突出了虚拟人力资源管理、虚拟营销、虚拟企业的战略管理、信任管理与风险管理等内容。其目的是期望有助于读者将虚拟经营的思想与虚拟企业管理的方法更好地结合,使本书具有更强的实用性。

本书适用于工商企业管理、营销管理、电子商务等专业的本科生、研究生和教师使用,也可用于其他专业学生的人文社科知识选修课教材,还可用作各类企业管理者和有关研究人员的参考用书。

高等院校电子商务本科系列教材编委会

顾问

- 乌家培 国家信息中心专家委员会名誉主任, 中国数量经济学会名誉理事长, 中国信息经济学会名誉理事长, 博士生导师。
- 祝家麟 中国计算数学学会常务理事, 国家级有突出贡献的中青年专家, 重庆市工业与应用数学协会会长, 重庆大学党委书记, 教授。
- 李 琪 全国高校电子商务专业建设协作组组长, 中国信息经济学会电子商务专业委员会主任, 西安交通大学教授, 博士生导师。

常务编委 (按姓氏笔画为序)

王学东 李 琪 杨坚争 陈德人 谢 康 谢晋洋

编委 (按姓氏笔画为序)

孔伟成 王学东 王喜成 司林胜 李陶深 李 琪 杨坚争
张小蒂 张志敏 张宽海 杨路明 陈德人 张耀辉 钟 诚
施敏华 党庆忠 秦成德 谢 康 廖成林 廖咸真 魏修建

总 序

从教育部 2000 年首次批准电子商务本科专业开始,到 2003 年底为止,已有近 200 所高校获得开办电子商务本科专业的资格,该专业全国在校学生也已达几万人。但纵观电子商务本科专业的教材建设,尚有不尽如人意之处。虽然自 2000 年以来,国内不少出版社已出版了单本的或系列的电子商务本科教材,但由于教学大纲不统一,编者视角各异,许多高校在电子商务教材的选用中颇感困惑,教学效果不甚令人满意。

教育部从 2001 年以来,先后在南京审计学院、西安交通大学、华中师范大学和浙江大学等地,召开过全国高校电子商务专业建设工作会议和联席会议,并于第一次全国高校电子商务专业建设工作会议和联席会议上,成立了全国高校电子商务专业建设协作组,旨在通过协作组实现教育部与全国高校中开办电子商务本科专业的单位的紧密联系,在专业建设、教材建设、师资培训、学生学习和实习等多方面起到组织、引导和互助的作用。教育部高教司对电子商务本科专业的师资培训、教材建设等问题给予了极大的关注和指导。2003 年 3 月底,全国高校电子商务专业建设协作组在福建泉州的华侨大学召开了电子商务专业本科教学大纲研讨会,集思广益,基本形成了电子商务本科教学大纲。

重庆大学出版社在 2002 年的首届电子商务联席会议上,就与





协作组常务理事联系,提出要组织力量编写一套电子商务本科专业的教材。到2003年3月,经协商决定:由全国高校电子商务专业建设协作组、中国信息经济学会电子商务专业委员会和重庆大学出版社联合组织编写以讨论后的本科电子商务教学大纲为基础的电子商务本科专业系列教材。

从2003年3月到2004年4月,在重庆大学出版社、全国高校电子商务专业建设协作组和中国信息经济学会电子商务专业委员会的共同努力下,成立了电子商务本科系列教材编写委员会,继而从众多自愿报名和编委会推荐的学校和教师中,选出主编,采取主编负责制,召开写作大纲研讨会,反复征求各方面意见,群策群力,逐步编写出本套电子商务专业系列教材。

该系列教材有如下几点特色:

1. 在专家、学者对教学大纲进行研讨的基础上,吸收了众多学者和学校的意见,使系列教材具有较强的普遍适用性。

2. 集中了协作组和专业委员会内外在电子商务专业教学方面有丰富经验的许多教师、研究人员的宝贵意见,使系列教材有较好的系统性、科学性和实用性。

3. 从教学大纲研讨到编写大纲的讨论,再到按主编负责制进行的编写、审核等,经过一系列较为严格的过程约束,使整套教材趋向严谨和规范。

4. 注重电子商务的理论与实践相结合,教学与科研相结合,课堂教学与实验、实习相结合,把最新的科研成果、实务发展同教学内容有机地结合起来,以促进教学水平的提高。

5. 较全面地包含了我国电子商务教学中的各种课程。不仅把电子商务教学大纲中的各门必修专业课纳入了编写计划,而且还把一些选修课程也纳入了编写计划,从而使开设电子商务本科专业的学校具有更多的选择余地。

应当承认,在全国范围组织编写电子商务新学科的系列教材,碰到的各种困难确实不少。在各方的共同努力下,有些主要困难已被克服,作为系列教材即将面世,但仍有待于逐步完善。我们相信





各教学单位和教师们,在具体授课过程中是会根据教学大纲更好地把握教学内容的。当然,希望本套系列教材的出版,能给开办电子商务本科专业的学校提供尽可能好的教学用书,但这有个过程,还需得到用书单位的宝贵意见,使编者与时俱进,不断修改和完善这套系列教材。

乌家培

2004年3月5日于北京

前言

随着人类社会步入知识经济时代和信息时代,工业经济时代的思维方式、生产方式、生活方式与教育方式正经历着前所未有的冲击和变化,“企业管理”这一经济社会的重要命题和重要人类活动同样也正在经历着前所未有的变革。知识、信息和新技术的不断出现,传统的企业管理思想、方法和管理模式已越来越表现出其局限性和不适应性。人们虽然能广泛而熟练地使用那些科学管理时代的管理方法,但企业的根本问题——生存与发展问题并没有因此而解决。相反,越来越多的企业感受到了空前的生存压力:生产能力的普遍化,使来自于技术的垄断作用大大下降;生产者和各种经营性组织的无限增多,导致市场中充满竞争甚至恶性竞争;在社会整体需求增大、市场总量扩大的同时,企业面临的市场却越来越狭小,微利时代已经出现。究其原因,传统企业面临的这些困境是时代变迁的结果,其性质是原发性的,即是由于传统企业的组织结构、运行模式、思考模式、教育模式等在新的时代条件下的局限引起的。要摆脱这种困境,惟有进行根本性变革。虚拟经营作为一种新的经营模式,虚拟企业管理作为一种新型企业管理模式便应运而生。

对于经济、管理类专业人员而言,掌握现代企业管理理论和方法十分必要。然而,由于历史的原因,传统的企业管理知识体系的局限性越来越明显,对经济管理类专业特别是对电子商务等新的经



济管理类专业人员而言,这种缺陷可能会是致命性的。因此,必须从知识体系的重构开始,以新知识、新技术去取代和置换老知识、老技术,从而建立起能适应时代的新思维模式。本书正是基于此目的而编写的。

作为一个新的且有价值的命题,“虚拟企业管理”已受到广泛关注和较多的研究,其中不乏学术性和专业性很强的研究。但是,对于广大的非专业人士和非专职研究人员,尤其是面对广大的经济管理类知识求索者,他们更需要基础性、普及性和实用性较强的读物。因此,本书以教材形式出现,正是为了满足这类读者需要。

全书共分为10章:第1章主要介绍与虚拟经营和虚拟企业管理有关的现代企业管理的基础理论,如组织理论、交易费用理论、价值链理论、企业核心能力理论、业务流程再造理论、学习型组织和合作战略理论等,其目的是为读者深入理解虚拟企业及其管理搭建理论平台。第2章主要是对传统企业进行分析。首先,分析传统企业的组织机构、管理模式及其基本特征;其次,分析传统企业管理的基本内容;最后,面向未来,分析传统企业存在的问题及面临的挑战,论证了企业虚拟经营的历史必然性。第3章简明介绍虚拟经营和虚拟企业的基本问题。首先界定了虚拟经营和虚拟企业的概念,然后介绍了虚拟企业的运行方式、资源特征、组织特征和管理模式,最后简要分析虚拟经营和虚拟企业的相互关系。第4章重点介绍虚拟企业的战略管理。本章并未从严格的战略管理体系角度系统介绍有关战略管理问题,而是有选择地分析了虚拟企业的战略特征、战略管理的基本过程、战略选择的基本思想与方法等,并较详细地介绍了基于共生理论的虚拟企业战略管理思想。第5章主要是分析虚拟企业的组织管理问题。首先,简明介绍虚拟企业的组织结构;其次,分别介绍虚拟企业的个体和群体管理基本思想与方法;最后,对虚拟企业组织系统管理及其变革问题进行分析。第6章介绍虚拟企业的人力资源管理。分析了现代人力资源管理的变化,介绍了虚拟企业人力资源的特征及其管理模式。第7章介绍虚拟企业的生产运作管理。首先,介绍了虚拟企业的总体框架及其生命周期



模型。然后分别介绍了虚拟企业的产品研发、业务外包、合作伙伴选择及其生产计划与控制等方面的思路与方法,并简要介绍了虚拟制造系统的基本知识。第8章介绍虚拟企业的营销管理。在对传统营销的分析对比的基础上,界定了虚拟营销的基本内涵,介绍了虚拟营销管理的基本工作及其营销策略。第9章介绍虚拟企业信任管理。分析了“信任”和“虚拟企业信任”的区别与联系,介绍了建立虚拟企业信任机制、信任关系产生机制和信任关系保障机制的有关问题。第10章介绍虚拟企业的风险及其管理。首先,介绍企业风险管理的一般问题;其次,介绍虚拟企业的风险及其成因;最后,介绍了虚拟企业风险管理的一般方法。

本书求内容系统、完整,又特别注意基本思想、基本知识和基本方法的介绍,即强调其基础性和普及性。正是基于这样的考虑,本书力争简化较深的理论分析和定量方法介绍,以方便更多的初学者学习。此外,在内容的取舍上也进行了一些尝试,增加或者强化了一些内容,如虚拟营销、虚拟人力资源、虚拟企业的信任和虚拟企业的风险管理等部分,使其与同类书相比较有一些特别的关注点,我们期望借此更好地突出其个性与应用性。

本书是在本套系列教材总体编写思想指导下,经过编委会及各编者共同努力完成的。由于本书编者分别来自不同学校,直接沟通较为不便,加上编写时间仓促,因此,整体构架不可谓最优,但我们认为是基本可以满足教学要求的。

本书由廖成林任主编,冯根尧任副主编。其中,廖成林编写第1章、第6章、第8章、第9章和第10章,冯根尧编写第2章、第7章,徐玲玲编写第5章,周述文编写第3章、第4章。

需要特别说明的是,本书所涉及的命题是一个极富挑战性的命题,无论其思想性、知识性,还是技术性,都充满着新意。各位编者虽然对此命题有一定的认识,但与许多研究者一样,仍不敢称得上对此有很深和到位的研究。因此,与其说我们在编书,不如说我们做整合工作,即将其他学者、研究者的研究成果整合起来,让更多的人分享。从这个意义上讲,本书的编者绝不仅是上述几位,相反,是



所有被本书所采用的成果的原创者们。虽然没有在此一一列出,但在参考文献中列出的或没被列出的作者们都是本书的实质性编者。我们谨在此向他们致以衷心的感谢!

由于编者水平和客观条件的一些影响,本书的缺点和错误在所难免,恳请广大读者不吝指正。

编 者

2004 年 8 月



目 录

第1章 现代企业管理的理论基础	1
1.1 组织理论	1
1.2 交易费用理论	5
1.3 价值链理论	12
1.4 企业核心能力理论	15
1.5 业务流程再造理论	17
1.6 学习型组织	21
1.7 合作战略理论	28
本章小结	30
思考题	31
第2章 传统企业管理概述	32
2.1 概述	32
2.2 传统企业管理的基本内容	38
2.3 传统企业面临的挑战	47
2.4 传统企业的必然选择:虚拟经营	49
本章小结	60
思考题	60
第3章 虚拟经营与虚拟企业	61
3.1 虚拟经营概述	61



3.2 虚拟企业概述	69
3.3 虚拟企业的运行方式	76
3.4 虚拟企业的资源	76
3.5 虚拟企业的组织特征	81
3.6 虚拟企业的管理模式	83
3.7 虚拟经营与虚拟企业的关系	88
本章小结	91
思考题	92
第4章 虚拟企业的战略管理	93
4.1 虚拟企业的战略特征	93
4.2 虚拟企业的战略过程	97
4.3 虚拟企业的战略选择	99
4.4 基于共生理论的虚拟企业战略管理	104
本章小结	113
思考题	114
第5章 虚拟企业的组织管理	115
5.1 虚拟企业的组织结构	115
5.2 虚拟企业的个体管理	121
5.3 虚拟企业的群体管理	126
5.4 虚拟企业组织系统管理	132
5.5 虚拟企业的变革与发展	139
本章小结	143
思考题	143
第6章 虚拟企业的人力资源管理	144
6.1 现代企业人力资源管理概述	144
6.2 虚拟企业人力资源的特征	152
6.3 虚拟企业人力资源管理	160
本章小结	166





思考题	167
第7章 虚拟企业的生产运作管理	168
7.1 虚拟企业运作总体框架	168
7.2 虚拟企业的产品研究与开发	171
7.3 虚拟企业的业务外包	173
7.4 虚拟企业合作伙伴的选择	177
7.5 基于供应链管理的虚拟企业生产计划与控制	181
7.6 虚拟制造系统	186
本章小结	191
思考题	192
第8章 虚拟企业的营销管理	193
8.1 营销的实质	193
8.2 传统营销的基本特征与问题	195
8.3 虚拟营销的基本内涵	197
8.4 虚拟营销运行与管理	199
8.5 虚拟企业的营销策略	201
8.6 虚拟企业的品牌策略	206
本章小结	211
思考题	212
第9章 虚拟企业的信任管理	213
9.1 关于“信任”的概述	214
9.2 虚拟企业中的信任	217
9.3 虚拟企业信任机制的建立	224
9.4 虚拟企业信任关系的产生机制	230
9.5 虚拟企业信任关系的保障机制	236
本章小结	240
思考题	240



第 10 章 虚拟企业的风险及其管理	242
10.1 企业经营风险管理概述	242
10.2 虚拟企业的风险及成因	247
10.3 虚拟企业风险控制与管理	254
本章小结	260
思考题	260
参考文献	262

第 1 章

现代企业管理的理论基础

本章要点:

介绍了组织理论、交易费用理论、价值链理论、企业核心能力理论、业务流程再造理论、学习型组织、合作战略理论、共生理论等 8 个方面。重点掌握企业组织的演变过程及其规律、价值链与现代组织运行关系、企业核心能力内涵及特点、业务流程再造的基本思想及其主要内容、学习型组织与现代组织运行机制的关系、合作战略的基本概念、共生理论的基本思想等。

建议学习方法:

参考文献查阅、理论对比分析、结合实际讨论

1.1 组织理论

1.1.1 组织理论发展综述

“组织”是两人或两人以上为实现共同的目标而形成的有机整体。每个组织都有自己特定的目标,按 B·M·格罗斯(1968)的观点,组织目标主要有以下几类:利益的满足、劳务或商品的产出、效率或获利的可能性、组织生存能力的投资、资源的调动、对法规的遵守、合理性。组织目标及其实现受到组织环境及其组织内部结构的影响与制约,因此,任何组织必须根据组织目标和组织环境及其变化,选择和改进组织形式。