

创世纪工商管理译库

主 编：廖 理

跨越黄金 之 门



BUSINESS

变动商务世界中的新规则

[美] O. C. 费瑞尔 杰弗瑞·赫特 著

A CHANGING WORLD

创世纪工商管理译库

跨越黄金 之 门



BUSINESS

变动商务世界中的新规则

[美] O.C. 费瑞尔 杰弗瑞·赫特 著

CHANGING WORLD

李 睿 译

图书在版编目(CIP)数据

跨越黄金之门 变动商务世界中的新规则/[美]O.C. 费瑞尔,
杰弗瑞·赫特著;李睿译. - 北京:社会科学文献出版社,2002.11
(创世纪工商管理译库)
ISBN 7-80149-682-5

I. 跨… II. ①O… ②杰… ③李… III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 010791 号

·创世纪工商管理译库·

跨越黄金之门

变动商务世界中的新规则



著 者:[美] O.C. 费瑞尔 杰弗瑞·赫特

译 者:李 睿

策 划:创世纪工作室

责任编辑:李玉平 屠敏珠

责任校对:刘玉霞

责任印制:同 非

出版发行:社会科学文献出版社

(北京建国门内大街5号 电话 65139963 邮编 100732)

网址: <http://www.ssdph.com.cn>

经 销:新华书店总店北京发行所

排 版:北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷:北京增富印刷有限责任公司

开 本:787×1092 毫米 1/16 开

印 张:34.25

字 数:656 千字

版 次:2002 年 11 月第 1 版 2002 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 7-80149-682-5/F·222 定价:49.00 元

著作权合同登记号:图字 01-2002-5270 号

版权所有 翻印必究

主 编：廖 理

出版人：谢寿光



创世纪工作室

GENESIS

先锋阅读·激情创造

genesis2001cn@yahoo.com.cn

策 划：路卫军 周 丽

责 编：屠敏珠

统 筹：王莉莉

特邀策划：王云珍

 社会科学文献出版社

BUSINESS: A CHANGING WORLD

O. C. Ferrell•Geoffrey Hirt

Third Edition

ISBN: 0-07-228881-7

Copyright © 2000 by the McGraw-Hill Companies, Inc.

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. All Rights reserved.

No part of this publication may be reproduced or distributed in any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and SOCIAL SCIENCE DOCUMENTATION PUBLISHING HOUSE, CASS.

本书中文简体字翻译版由社会科学文献出版社和美国麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司合作出版。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

前 言

《跨越黄金之门 变动商务世界中的新规则》第2版出版后，我们高兴地发现，该书简明的排版使教师不必急于匆匆浏览完全书，并可在一个学期之内讲完所有的内容。今天，技术的发展，特别是互联网，使我们能够将本书涉及的主题、内容，以及学习工具扩展到课本内容以外，同时帮助学生懂得如何在真实的商业活动中竞争。鉴于以往的成功，我们知道继续利用先进的技术手段使第3版更具活力、更有价值是非常重要的。

在进行大量研究并采纳了书评家的建议之后，第3版《跨越黄金之门 变动商务世界中的新规则》反映了21世纪商业活动中存在的令人兴奋的挑战。本书的16章内容继续涵盖教师们认为对进入竞争激烈的商业世界来说必须了解的主题，并对学习工具做了改进，加入了新的专题版块。

新增的在线学习中心 Ferrell/Hirt Website with Online Learning Center 提供了与本书内容紧密结合的在线商业教育材料。它是一个互动网站，附有网站地图，提供了每章的学习模式。书本内容和在线学习中心（OLC）注重保持重要概念的明确性和一致性。在本书出版时，书中援引的案例中有80%是不到1年前的新资料，这反映了我们为提供最新的内容所做的努力。我们使用了最新的科技术语和商业术语使传统的概念变得更实用，更便于在日常生活和工作中应用。

书中正文旁边脚印形状的印记表示学生应该到在线学习中心去看看更多的内容。每个网络脚印都标有数字以对应在线学习中心（OLC）上的相应内容。在线学习中心对各章提供以下学习工具：在线章节小结；“测试你的理解”小测验；以及在线练习。在线小结帮助学生复习一章内容，可以链接到他们不理解的术语。“测试你的理解”包括选择题和判断题，使学生能够在线检验他们的学习成效。在线练习是可以分发给学生分组完成或独立完成的附加练习。每个练习指导学生访问某个网站，并提出关于章节



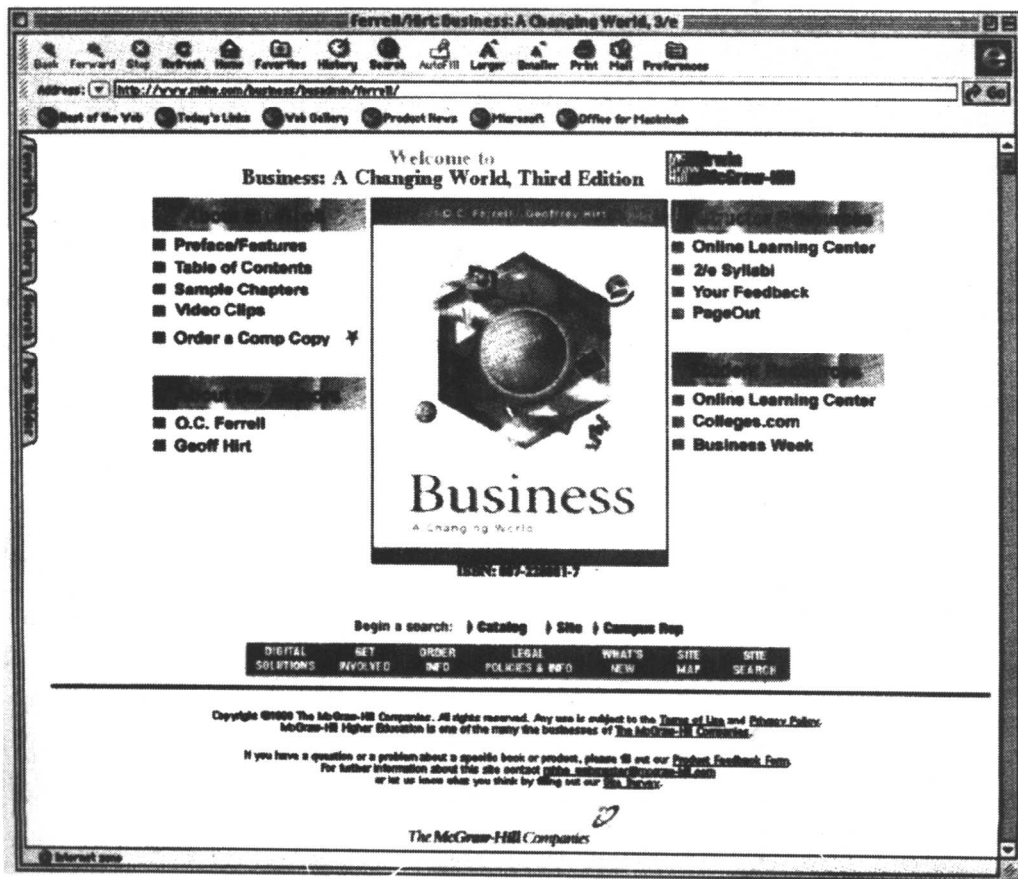
网站在线 1

内容的问题。

整个教程突出了 6 个正在改变商业世界的因素：商业的全球化、质量、道德和社会责任、多元化、科技和生产效率。这些当前的商业挑战同每章的课文和专题版块有很好的融合。

放眼全球	重视多元化
改善质量	科技视点
道德和社会责任	提高生产率

本书的 6 个部分各附有一个网络专题，帮助学生进一步了解因特网如何改变商业活动。这些专题提供了最新的有关资料，还链接到侧重不同商业领域对因特网的使用



的网站。Ferrell/Hirtolc 的网站也有相关内容和内容扩展。

本书中的真实案例、专题案例以及情景案例鼓励学生积极思考,培养判断和沟通技能。为了协助同决策技巧相关的认知过程,课文每章都提供了解决问题和实战练习专题。我们希望本书能鼓励学生思考、交流、自己做出决策。这些重要技能在不断变化的商业世界中永远都是有用的。

根据书评家和第二版的读者反馈,本版增加了一整章关于法律法规环境的章节。我们获知,商业活动的这个方面太重要了,不应仅作为附录出现。当然,法律法规问题也体现在全书每个章节,但这一章提供了许多真实案例,重点帮助学生理解他们在商业媒体上看到的法律法规问题。我们发现,教学者希望学生理解什么职业行为是正当的,并对法律法规环境有相当程度的了解,这种了解对于实现下一章中的道德和社会责任十分重要。

我们的使命是编写这样一本书,使学生为当今快速变化的商业环境做好准备。我们希望帮助他们理解企业如何使用因特网。他们必须认识到:全球竞争、世界各地的经济波动以及建立更多以客户为导向和对客户友好的组织使商业决策的制定更具挑战性。通过促进对于基本技术问题的更深了解和建立良好的自我发展意识,本书的这一版帮助学生为把握各种机会和面对各种挑战做好准备。有了这样的准备,我们相信任何学生都有能力成功——无论是在商业领域还是别的方面。

结 构

本书分为6个部分。第一部分介绍了商业和经济现状,讨论了法律、法规、社会责任、道德和全球商业活动等问题。第二部分的主题是商业组织的形式以及小企业和创业者。第三部分探讨管理原则、组织结构、团队合作、交流、生产和经营管理。第四部分侧重于人际关系和人力资源管理。第五部分研究以客户为导向的营销。第六部分讨论财务管理。另外,本书的附录提供了商业计划书和个人职业计划书的提纲。

教 学 法

本书的许多特点都有助于学习:

- 每章开始的学习目标告诉学生在学习完每章之后应该掌握什么内容。
- 开篇案例为每章讨论的主题设定了场景。
- 重视多元化、道德和责任、放眼全球、提高生产率、改善质量和科技视点等专题案例,介绍了真实的、常见的商业话题,帮助学生获得真实的商业经验和了

解最新的商业问题。

- 由于美国经济中有为数众多的小企业，本书有许多涉及它们的案例。
- 每章的“解决问题”案例给学生进行创造性思考的机会，练习如何将课文中的内容应用于真实世界中可能发生的情况。
- 每章的“开发就业机会”专题研究职业计划和商业领域的就业机会。
- 每章后的学习工具包括对章节学习目标的小结、关键术语的列表、测试和加强理解的问答题，还有应用和扩展章节内容的思考题。
- 每章后有丰富的、具有挑战性的情景案例，测试学生的判断和技能。
- 每章后的实战练习通过各种自我测试和其他练习培养关键技能。
- 本书最后的实用导向的附录包括商业计划书和个人职业计划书。
- 在线学习中心 www.mhhe.com/ferrell

目 录

第一部分 商业——变化的世界

第一章 商业和经济	2
进入商业世界	3
胡德食品店	3
引 言	3
商业的本质	4
企业的目标	4
商业的参与者和商业活动	5
为何学习商业?	7
商业的经济基础	7
经济体系	8
自由企业制度	10
供给和需求	11
解决问题	13
埃克瑞家常饼店	13
竞争的本质	14
改善质量	15
马尔科姆-伯德瑞奇国家质量奖章	15
经济周期和生产率	16
美国经济	18
美国经济简史	18
科技视点	19
亚马逊网上书店	19
创业者的作用	21
政府在美国经济中扮演的角色	22
你能在课堂上学会做生意吗?	23



开发就业机会	24
变 化	24
复 习	25
实战练习	27
供给和需求	27
情景案例	28
星巴克公司	28
 第二章 法律法规环境	30
进入商业世界	31
诉讼保险	31
引 言	31
法律来源	32
法院和争端的解决	33
司法系统	34
解决争端的其他方式	35
行政监管机构	36
道德和社会责任	38
新规则妨碍沃尔玛	38
重要商业法律	40
统一商法典	40
侵权和欺诈法	41
解决问题	43
R. E. M. 打官司	43
合同法	43
代理法	45
财产法	45
破产法	47
监管竞争的法律	48
科技视点	50
微软受到反竞争起诉	50
涉及因特网的法律法规	51
开发就业机会	52
与法律法规有关的职业	52
使企业对商业行为负责的法律压力	53



复 习	54
实战练习	57
医疗领域的法律问题	57
情景案例	58
航空业管制的解除	58

第三章 商业道德和社会责任

进入商业世界	61
星巴克	61
引 言	61
商业道德和社会责任	62
道德在商业中的作用	63
认识商业活动中的道德问题	64
道德问题	65
道德和社会责任	67
地铁三明治热卖, 道德问题棘手	67
解决问题	69
客户隐私	69
对道德问题制定决策	70
改善商业活动中的道德行为	71
社会责任的性质	73
社会责任问题	74
与所有者和股东的关系	75
与雇员的关系	75
道德和社会责任	76
“电锯艾尔”在桑比姆公司(Sunbeam)的自私行径	76
与消费者的关系	77
环境问题	78
与社区的关系	79
开发就业机会	80
商业道德	80
复 习	82
实战练习	84
对道德问题做出决策	84
情景案例	86
荷谢食品公司的商业道德和社会责任活动	86



第四章 跨国商业活动	88
进入商业世界	89
美国零售商在日本	89
引言	89
国际商业的作用	90
国家之间为什么进行贸易	90
国家之间进行的贸易	91
贸易平衡	92
国际贸易壁垒	93
经济壁垒	93
法律和政治壁垒	94
社会和文化壁垒	99
重视多元化	100
全球市场上的文化观念	100
技术壁垒	101
贸易联盟、特定市场和贸易促进组织	101
关税和贸易总协定 (GATT)	101
北美自由贸易协定 (NAFTA)	102
欧洲联盟 (EU)	103
解决问题	104
全球扩张还是维持现状?	104
环太平洋国家	104
世界银行	105
国际货币基金组织	106
参与国际商业	106
出口和进口	106
贸易公司	107
许可证和特许授权	107
承包制造	108
合资企业和联营	108
直接投资	109
跨国公司	109
科技视点	110
在线全球营销	110

国际商业战略	111
制定战略	111
开发就业机会	112
为一体化世界做准备	112
迎接商业全球化的挑战	113
复 习	113
实战练习	116
放眼全球	116
情景案例	117
美国总统轮船公司 (APL)	117



网络世界

因特网简介	119
-------------	-----



第二部分 企业的创办和发展

第五章 企业组织形式	122
进入商业世界	123
选择所有制形式	123
引 言	123
独资企业	124
独资企业的优点	124
独资企业的缺点	126
合伙企业	127
合伙企业的类型	127
合伙章程	128
合伙企业的优点	128
合伙企业的缺点	129
合伙企业的纳税	130
公司企业	130
创办公司	131
公司的类型	132
科技视点	135
网络淘金	135

公司的构成要素	136
公司的优点	138
公司的缺点	139
放眼全球	140
金科公司 (Kinko's Inc) 的全球网络计划	140
解决问题	141
是否建立公司企业?	141
其他类型的所有制	141
S 公司	141
有限责任公司	142
合作公司	142
公司所有制的发展趋势: 兼并收购	142
开发就业机会	144
评价聘任邀请	144
复 习	146
实战练习	149
选择一种企业形式	149
情景案例	150
本捷利 (Ben&Jerry's) 冰激凌店	150



第六章 小企业、创业和特许授权	152
进入商业世界	153
出售商业创意	153
引 言	154
创业和小企业	154
什么是小企业?	155
小企业在美国经济中的作用	155
对小企业有吸引力的行业	158
道德和社会责任	159
曼彻斯特手工艺指导班和彼得维尔培训中心公司	159
小企业的优点	161
个人优点	161
道德和社会责任	162
照亮世界	162
商业优点	163

小企业的缺点	164
高度压力	165
高失败率	165
创办小企业	167
商业计划	167
企业所有制形式	167
资金来源	167
创办小企业的途径	169
解决问题	170
小企业面临的挑战	170
对小企业管理人提供的帮助	171
开发就业机会	173
到小企业工作	173
大企业商业行为的“小型化”	174
复 习	175
实战练习	177
创造力	177
情景案例	178
艺术品配框服务公司	178



网络世界

小企业和互联网	180
---------------	-----

第三部分 质量和竞争力管理

第七章 管理决策	184
进入商业世界	185
卡莉·费欧丽娜——美国商业圈里最成功的女性	185
引 言	185
管理的性质	186
管理的职能	187
计 划	187
组 织	190
配备人员	191

指 导	191
控 制	192
管理的类型	192
管理层次	193
管理领域	196
道德和社会责任	197
办公室恋情	197
管理人需具备的技能	198
领导能力	198
技术专长	200
抽象思维能力	200
分析能力	201
人际关系能力	201
提高生产率	202
成功的会议风格	202
管理人的来源	203
决策的制定	203
识别和确认决策环境	203
开发不同的解决方案	204
分析备选方案	204
解决问题	205
提高因芬尼电脑公司(Infinity Computers)的竞争力	205
选择最佳方案	205
决策的实施	206
监督决策的效果	206
开发就业机会	206
活跃的管理领域	206
管理实践	207
复 习	208
实战练习	211
管理的职能	211
情景案例	212
IBM	212

