



新管理时代与中国 企业管理软件的发展(上)

本刊编辑部课题组

在 21 世纪即将到来之际, 中国经济正全面迈向市场经济; 全球经济一体化发展的同时, 经济形态正以传统经济向知识经济变革; 国际互联网 (INTERNET) 在全球普及, 掀起了电子商务的浪潮。对中国企业而言, 正站在一个充满机遇与挑战的十字路口, 一个管理革命、技术创新、软件换代的新管理时代已经来临。在这样的時候, 无论是企业还是软件厂商, 都要对我国企业管理面临的形势与任务, 对我国财务及企业管理软件的发展方向有一个正确的认识和判断, 以使我们在新经济时代的竞争与挑战面前立于不败之地。为此, 本刊编辑部组织课题组, 拟就新经济时代企业管理的特征、中国企业管理现状与企业管理软件的应用需求、国际企业管理软件及我国财务与企业管理软件的发展历程等作些阐述、分析与回顾, 并对如何发展我国企业管理软件作些探讨。

一、新管理时代企业管理的特征

100 多年前 (1897 年) 诞生在美国 SIMONDS ROLLING 机器公司的“泰罗制”, 开启了“现代管理”之门, 兴起了以科学管理取代经验管理的企业管理的“第一次文艺复兴”。20 世纪的管理科学和实践, 在经历了科学管理、现代经营管理、行为科学、系统理论、决策论等的发展, 以及当代的质量管理、业务流程重组等, 对本世纪全球企业发展、经济增长以及社会进步产生了深远的影响并作出历史性的贡献。在“现代管理”诞生 100 周年、人类即将走入 21 世纪的时刻, 国际管理领域将迎来“第二次文艺复兴”。面向 21 世纪的未来企业管理, 将是强调变化、速度、反映和灵敏, 注重平等、尊重、主动、远见和创业精神, 依靠信息共享、虚拟整合、企业间相互依存和价值重组等, 不断创造优势, 为未来市场而

竞争的管理, 是从科学走向艺术的管理。在这一“新管理时代”, 我国企业管理将表现出如下特征:

(一) 面向市场的管理

党的十五大和九届人大的召开, 标志着中国经济已进入市场经济时代。在市场经济下, 中国企业管理最基本和最重要的特征是面向市场, 企业发展的所有资源 (资金、人力、信息、物料、设备、技术、交易产权等) 都通过市场来配置, 市场是企业生存和发展的基础, 也是企业管理的起点和归宿。面向市场的企业管理与“生产管理时代”的管理中心在企业内部, 着重提高内部生产效率不同, 而是面向外部, 转向市场, 向市场提供性能价格比尽可能高的产品和服务。特别是在买方市场阶段, 市场营销成为企业成功的关键因素, 营销方式也从初始形态发展到社会营销、战略营销、服务营销、全球营销、直接营销、合作营销, 直至大市场营销。此时的企业管理也从以控制性为主的专项管理 (营销、开发、生产、财务等) 转向实施更具全面性、长远性和抗争性的战略管理。

(二) 价值化的管理

如果说市场经济使企业越来越外向化, 那么不断信息化和知识化的经济将使企业越来越无形化、抽象化、价值化, 并对企业经营和管理的思想产生深刻的影响。资本经营的盛行, 是中国企业管理以实物管理走向价值管理的一次飞跃。追求企业价值增值成为更新的企业目标。越来越多的企业改制并上市, 上市公司在股票市场的价值 (市值) 成为比传统概念的资产价值更重要的衡量指标。会计标准、财务指标等企业评价体系将随之更新。

知识经营作为全新的管理模式, 是价值化管理的更高形式。在企业不断知识化的进程中, 智力资本将成为新的资本形态, 对知识资产 (如专利、著作权、

商标、商业秘密、专有技术、综合系统等)的管理也越来越重要。新的管理职能和岗位也随之产生,如信息经理、知识产权主管、学习主管等。同时,对人力资源的管理也将发生变化,对劳动力的评价,创造力取代了体能;对劳动成本的度量,由计件数量变为成果的价值量。

(三) 系统化的管理

不同于生产管理时代,企业管理的重心在生产环节和组织职能;也不同于混合管理时代,是一种单项管理集合的离散型的管理;新时代的管理是一种整合管理、系统化的管理。因为新管理时代的企业所面临的竞争环境复杂多变,只有整体配置企业资源,企业各层次、各部门、各岗位以及产品供应商与经销服务商及相关合作伙伴协调行动,才能形成竞争优势,实现企业目标。

系统化的管理不是单项管理的简单集合,而是一种整合和一体化的管理,强调管理的整体效果。系统化管理包括多个方面,从纵向看是企业文化管理、战略管理、职能管理和运作管理的协同化;横向看是财务管理、营销管理、开发管理、生产管理、人力资源管理 and 质量管理等的一体化。对集团型企业来说,是一种成员企业级管理、总部企业级管理和集团级管理的集成。系统化管理的基础是科学管理,它要求企业管理从粗放型、离散型走向科学化、精细化、系统化。

(四) 电脑化的管理

当代信息科技,特别是国际互联网的蓬勃发展,改变了人类的生产、生活方式,特别是极大地改变了商业运行环境,把全球商业带进电子商务时代。电脑已经超越了普通电子产品的价值,成为21世纪的生产力工具。适应时代潮流的“电脑化企业”应运而生。中国社会信息化进程明显加快,每年数百万台电脑应用到企事业单位,国家及地方启动了各项信息网工程,同时由于人力成本快速上涨、电脑价格大幅度降价的双重经济驱动,使得中国企业及其管理能够在与发达国家并不太大的差距下跨入电脑化时代。

电脑化的企业是能够充分利用电脑革命的成果,实行电脑化运营和管理的企业,其突出特点是:敏捷、虚拟和互动。敏捷使企业的信息获得和商务处理以电子速度进行,以适应市场的迅速变化,赢得先机。企业虚拟化改变了企业运营的时空观,使企业能够在全国乃至全球范围内更加有效地配置资源,形成更大的竞争优势。互动是电脑化企业更具威力的一面,通过网络互联,使得单体企业在内部各部门、集

团企业在各成员公司间、跨国企业在全球都能够及时通讯,等同本地般地运行业务。互联网还使得企业间(如与客户、供应商、分销商等)在商业上形成互动,形成电子联网的电脑化企业群,产生全球商业方式的革命。

企业电脑化也带来企业管理的革命。它首先要要求突破传统思想,以新的方式思考管理问题。电脑化不仅在战术层次提高企业生产率,而且越来越成为企业的一个竞争战略。成功实施电脑化战略,将使企业焕发活力,更加整合和有效地运营。

(五) 国际化的管理

随着全球经济的一体化和国际化竞争的加剧,我国企业开展国际化经营的步伐将进一步加快。而这无疑又给企业提出了国际化管理的课题。国际化管理包含面向国内市场的企业应对国际竞争的策略和管理以及国际化经营企业(跨国)、外向型企业、外联企业的国际经营战略和管理。国际化经营的企业不仅面临国际市场政策、文化、法律等社会因素的影响,同时也在企业运行管理方面也将发生重大变化,无论是资金运作、会计体系、营销网络,还是人力资源、信息系统,知识产权等管理都变得更加复杂。当跨国经营以“贸易主导型”转向“投资主导型”时,这种变化将更为深刻。

管理作为企业进步的一个车轮,新管理时代的浪潮已不仅仅在巨型、大中型企业掀起,也不仅仅冲击国有企业,它将席卷中国所有的企业,包括小型企业乃至私人企业、民营企业、乡镇企业以及三资企业。所有的企业,无论规模大小、属公属私,内资还是外资,都将在竞争中求得生存和发展。而要竞争就一定要有管理,“新经济时代是一个普遍需要管理的时代”(王文京语)。(未完待续)

·书讯·

《新会计核算与账户检查手册》一书结合财政部新近颁布的《现金流量表》等三个具体准则,阐述了新会计核算体系及会计核算依据,并结合今年开始实行的稽查特派员制度,系统地讲解了查账方法、检查内容及账户检查依据,两卷共498元。《新避税与反避税实务全书》对避税与反避税进行了深入的理论分析与研究,全面介绍了各种省税方法及税务会计处理方法。卷共380元。

邮购地址:北京大红门北里6#亚大大厦512室北京云志公司张思锋收 邮编100075 电话:(010)87289965 银行邮局汇款皆可。