



全国高职高专教育精品规划教材

经营学

JINGYINGXUE
GAILUN

概论

■ 主编 杨鑫



北京交通大学出版社
<http://press.bjtu.edu.cn>

全国高职高专教育精品规划教材

经营学概论

主 编 杨 鑫

北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本书围绕现代服务企业经营中所遇到的实际问题进行编写,涵盖了现代服务业经营的核心内容,主要包括经营与管理的区别、经营者和经营组织、企业经营理念和伦理、经营环境和分析、经营机会和风险、经营策划与谋略、经营投资与融资、经营分析与控制、经营文化与创新、经营法规和道德、中小企业经营及现代服务业中主要行业的经营特点、方法和策略等。

本书是全国高职高专教育精品规划教材,既可以作为现代服务业各专业基础课教材使用,也可以作为从事现代服务业经营人员的参考用书。

版权所有,翻印必究。

图书在版编目(CIP)数据

经营学概论 / 杨鑫主编. — 北京: 北京交通大学出版社, 2006. 10

(全国高职高专教育精品规划教材)

ISBN 7-81082-869-X

I. 经… II. 杨… III. 商业经营-高等学校: 技术学校-教材 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 106767 号

责任编辑: 倪印龙

出版发行: 北京交通大学出版社

电话: 010-51686414

北京市海淀区高粱桥斜街 44 号

邮编: 100044

印刷者: 北京市朝阳区小红门印刷厂

经 销: 全国新华书店

开 本: 185×260 印张: 27 字数: 690 千字

版 次: 2006 年 10 月第 1 版 2006 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-81082-869-X/F·190

印 数: 1~3 200 册 定价: 50.00 元

本书如有质量问题, 请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评, 我们表示欢迎和感谢。

投诉电话: 010-51686043, 51686008; 传真: 010-62225406; E-mail: press@center.bjtu.edu.cn。

全国高职高专教育精品 规划教材丛书编委会

主任：曹 殊

副主任：朱光东（天津冶金职业技术学院）

何建乐（绍兴越秀外国语学院）

文晓璋（绵阳职业技术学院）

梅松华（丽水职业技术学院）

王 立（内蒙古建筑职业技术学院）

文振华（湖南现代物流职业技术学院）

叶深南（肇庆科技职业技术学院）

陈锡畴（郑州旅游职业学院）

王志平（河南经贸职业学院）

张子泉（潍坊科技职业学院）

王法能（西安外事学院）

邱曙熙（厦门华天涉外职业技术学院）

委员：黄盛兰（石家庄职业技术学院）

张小菊（石家庄职业技术学院）

邢金龙（太原大学）

孟益民（湖南现代物流职业技术学院）

周务农（湖南现代物流职业技术学院）

周新焕（郑州旅游职业学院）

成光琳（河南经贸职业学院）

高庆新（河南经贸职业学院）

李玉香（天津冶金职业技术学院）

邵淑华（山东德州科技职业学院）

宋立远（广东轻工职业技术学院）

孙法义（潍坊科技职业学院）

刘爱青（山东德州科技职业学院）

出版说明



高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分，其根本任务是培养生产、建设、管理和服务第一线需要的德、智、体、美全面发展的应用型专门人才，所培养的学生在掌握必要的基础理论和专业知识的基础上，应重点掌握从事本专业领域实际工作的基础知识和职业技能，因此与其对应的教材也必须有自己的体系和特点。

为了适应我国高职高专教育发展及其对教育改革和教材建设的需要，在教育部的指导下，我们在全中国范围内组织并成立了“全国高职高专教育精品规划教材研究与编审委员会”（以下简称“教材研究与编审委员会”）。“教材研究与编审委员会”的成员所在单位皆为教学改革成效较大、办学实力强、办学特色鲜明的高等专科学校、成人高等学校、高等职业学校及高等院校主办的二级职业技术学院，其中一些学校是国家重点建设的示范性职业技术学院。

为了保证精品规划教材的出版质量，“教材研究与编审委员会”在全国范围内选聘“全国高职高专教育精品规划教材编审委员会”（以下简称“教材编审委员会”）成员和征集教材，并要求“教材编审委员会”成员和规划教材的编著者必须是从事高职高专教学第一线的优秀教师和专家。此外，“教材编审委员会”还组织各专业的专家、教授对所征集的教材进行评选，对所列选教材进行审定。

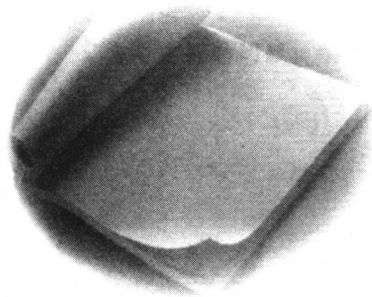
此次精品规划教材按照教育部制定的“高职高专教育基础课程教学基本要求”而编写。此次规划教材按照突出应用性、针对性和实践性的原则编写，并重组系列课程教材结构，力求反映高职高专课程和教学内容体系改革方向；反映当前教学的新内容，突出基础理论知识的应用和实践技能的培养；在兼顾理论和实践内容的同时，避免“全”而“深”的面面俱到，基础理论以应用为目的，以必需、够用为尺度；尽量体现新知识和新方法，以利于学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力的培养。

此外，为了使规划教材更具广泛性、科学性、先进性和代表性，我们真心希望全国从事高职高专教育的院校能够积极参加到“教材研究与编审委员会”中来，推荐有特色的、有创新的教材。同时，希望将教学实践的意见和建议，及时反馈给我们，以便对出版的教材不断修订、完善，不断提高教材质量，完善教材体系，为社会奉献更多更新的与高职高专教育配套的高质量教材。

此次所有精品规划教材由全国重点大学出版社——北京交通大学出版社出版。适应于各类高等专科学校、成人高等学校、高等职业学校及高等院校主办的二级技术学院使用。

全国高职高专教育精品规划教材研究与编审委员会

2006年7月



总 序

历史的年轮已经跨入了公元2006年,我国高等教育的规模已经是世界之最,2005年毛入学率达到21%,属于高等教育大众化教育的阶段。与此相对应的是促进了高等教育举办者和对人才培养的多样化。我国从1999年高校扩大招生规模以来,经过了8年的摸索和积累,当我们回头看时,发现在我国高等教育取得了可喜进步的同时,在毕业生就业方面,部分高职高专院校的毕业生依然稍显不足。近几年来,与本科毕业生相比较,就业率落后将近20个百分点,不得不引起我们的思考与重视。

是什么导致高职高专院校的学生就业陷入困境?是什么破坏了高职高专院校的人才培养机制?是哪些因素使得社会给高职高专学生贴上了“压缩饼干”的标签?经过认真分析、比较,我们看到各个高职高专院校培养出来的毕业生水平参差不齐,能力飘忽不定,究其根源,不合理的课程设置、落后的教材建设、低效的教学方法可以说是造成上述状况的主导因素。在这种情况下,办学缺乏特色,毕业生缺少专长,就业率自然要落后于本科院校。

新设高职类型的院校是一种新型的专科教育模式,高职高专院校培养的人才应当是应用型、操作型人才,是高级蓝领。新型的教育模式需要我们改变原有的教育模式和教育方法,改变没有相应的专用教材和相应的新型师资力量的现状。

为了使高职院校的办学有特色,毕业生有专长,需要建立“以就业为导向”的新型人才培养模式。为了达到这样的目标,我们提出“以就业为导向,要从教材差异化开始”的改革思路,打破高职高专院校使用教材的统一性,根据各高职高专院校专业和生源的差异性,因材施教。从高职高专教学最基本的基础课程,到各个专业的专业课程,着重编写出实用、适用高职高专不同类型人才培养的教材,同时根据院校所在地经济条件的不同和学生兴趣的差异,编写出形式活泼、授课方式灵活、引领社会需求的教材。

培养的差异性是高等教育进入大众化教育阶段的客观规律,也是高等教育发展与社会发展相适应的必然结果。也只有使在校学生接受差异性的教育,才能充分调动学生浓厚的学习兴趣,才能保证不同层次的学生掌握不同的技能专长,避免毕业生被用人单位打上“批量产品”的标签。只有高等学校培养有差异性,毕业生才能够有特色,才会在就业市场具有竞争力,才会使高职高专的就业率大幅提高。

北京交通大学出版社出版的这套高职高专教材,是在教育部“十一五规划教材”所倡导的“创新独特”四字方针下产生的。教材本身融入了很多较新的理念,出现了一批独具匠心的教材,其中,扬州环境资源职业技术学院的李德才教授所编写的《分层数学》,教材立意很新,独具一格,提出以生源的质量决定教授数学课程的层次和级别。还有无锡南洋职业技术学院的杨鑫教授编写的一套《经营学概论》系列教材,将管理学、经济学等不同学科知识融为一体,具有很强的实用性。

这套系列教材是由长期工作在第一线、具有丰富教学经验的老师编写的,具有很好的指

导作用，达到了我们所提倡的“以就业为导向培养高职高专学生”和因材施教的目标要求。

教育部全国高等学校学生信息咨询与就业指导中心择业指导处处长

中国高等教育学会毕业生就业指导分会秘书长

曹 殊 研究员

前 言

出海钓鱼，重要的是要有钓鱼的经验，同时还要有钓鱼的工具。在市场经济的汪洋大海中，经营者要想“钓到鱼”，固然需要一定的经验，但同时也必须制备一定的有效工具，“经营学”就是其中必备的主要工具之一。我们希望通过这本教材，帮助经营者在商海中增加勇气和信心，获得智慧和力量。

传统教学中，往往把“经营”和“管理”理解为一回事。世界公认的现代管理理论的真正创始人，法国的管理大师亨利·法约尔认为“经营和管理是两个不同的概念，管理只是经营的一部分”（见周三多，管理学原理，南京：南京大学出版社，2003：48）。根据《汉语大词典》对经营和管理的解释，经营：策划，营造；规划，营治；周旋，往来；艺术构思；经办，管理。管理：料理，治理；过问，理会；管束。由此可见，经营和管理有一定的联系，但也有很大的区别。人们生活在市场经济的环境中，每个人都有与企业经营活动接触的各种各样的体验，都想知道“什么是经营”。对企业而言，不管大企业还是小企业，不管是成功企业，还是困难的企业，都不可避免地必须考虑“如何经营”。

日本经营学理论研究和实践应用都是比较成熟的。除经营学教材外，他们还出版了大量的不同类型的与经营学有关的书籍，如《经营史》、《经营学说》、《经营词典》、《经营分析》等。在日本，从中学时就对学生进行经营学的教育。

为了适应现代服务业的发展和高职高专课程改革与创新的需要，我们在曾红路院长的鼎力支持下，编写了《经营学概论》教材。本教材根据现代服务业经营管理教育的特点，继承中国古代优秀的经营思想和策略，吸收日本及西方经营学最新的研究成果，考察和研究国内典型企业的成功案例，紧密结合长江三角洲地区企业经营环境，旨在使学生了解企业经营的相关知识，树立现代经营理念，掌握现代经营方法，增强其在市场经济条件下的创新和创业能力。因此，这本教材体现了现实的需要性、专业的基础性、内容的继承性和创新性。

《经营学概论》借鉴了一些优秀教材的编写形式，各章都备有学习目标、主体内容、阅读资料、案例分析、小结、思考与练习、寓言故事等。编写中，我们力求使教材本土化，通俗化，融知识性、趣味性、实用性、思维性于一体，使学生读起来趣味盎然，轻松易懂，最终达到在阅读中启迪思考，在实践中学有所用。

本教材经北京交通大学出版社考核审定，已纳入“全国高职高专教育精品规划教材”，并荣登教育部推荐教材目录。

《经营学概论》的写作大纲由杨鑫教授设计，并担任主编。各章的撰稿分工为：杨鑫承担第一章、第三章、第六章、第八章；李玉君承担第二章；文艳承担第四章、第十一章、第十二章；张金文承担第五章；赵秀梅承担第七章；仲伟俊承担第九章、第十三章；强纪栋承担第十章；焦慧承担第十四章；沈波承担第十五章、第二十章；苗龙承担第十六章；邹小磊承担第十七章；匡正承担第十八章；张力承担第十九章；最后再由杨鑫教授总纂，定稿。

经营学研究范围很广，我们编写《经营学概论》旨在抛砖引玉，仁者见仁，智者见智，疏漏不足之处，恳请读者批评指正。

杨鑫

2006年8月

目 录

上篇 经营学基础

第一章 导论	3
第一节 经营与管理的区别.....	3
一、经营的概念与管理的概念.....	3
二、经营者和管理者.....	4
三、经营目的和管理目的.....	4
四、经营理念和管理原则.....	5
五、经营战略和管理战略.....	5
第二节 日本经营学的历史发展及启示.....	7
一、日本经营学的发展历史.....	7
二、日本经营学的研究内容.....	9
三、日本对“经营管理”的理解.....	10
四、几点启示.....	10
第三节 建立中国的经营学.....	11
一、建立中国经营学的必要性.....	11
二、经营学的研究对象和结构体系.....	13
三、经营学的作用.....	14
四、如何建立中国的经营学.....	15
本章小结.....	16
主要概念和术语.....	16
思考与练习.....	16
第二章 经营者和经营组织	18
第一节 企业经营者.....	18
一、企业经营者的含义及作用.....	18
二、企业经营者的基本素质与关键经营能力.....	20
三、企业经营者与企业所有者、企业管理者的联系与区别.....	23
第二节 企业经营组织.....	24
一、企业经营组织的概念.....	24
二、企业内部经营组织.....	24
三、企业外部经营组织.....	26
第三节 战略型经营组织.....	27

一、战略型经营组织	27
二、现代经营战略的发展趋势	28
本章小结	30
主要概念和术语	31
思考与练习	31
第三章 经营思想与伦理	32
第一节 中国传统经营思想	32
一、中国古代经营思想	32
二、明清时期儒商的经营思想	35
三、近代中国民族工商企业家的经营思想	37
第二节 中国传统经营思想的精髓及其局限	40
一、义和利	40
二、诚和信	41
三、和与中	43
四、谋和略	44
五、自强不息与厚德载物	44
六、勤俭和谨慎	44
第三节 西方企业经营伦理	45
一、经营伦理的概念	45
二、美国企业现代经营伦理研究的发展	46
三、企业经营伦理对企业经营绩效的作用	47
四、经营伦理的主要内容	48
五、全球经济中的经营伦理	49
第四节 现代中国企业的经营伦理	52
一、现代中国企业的经营伦理的形成	52
二、中国企业的经营伦理的基本内容	52
本章小结	54
主要概念和术语	55
思考与练习	55
第四章 经营环境和分析	56
第一节 企业经营环境	56
一、经营环境的分类	56
二、经营环境的特点	57
三、经营环境分析的意义	57
第二节 企业宏观环境分析	58
一、企业的政治与法律环境分析	58
二、经济环境	60

三、人口环境	60
四、自然地理环境	62
五、科学技术环境和社会文化环境	62
第三节 企业市场环境分析	64
一、行业概貌分析	64
二、行业结构分析	65
三、主要竞争对手分析	66
四、市场需求和消费者分析	68
五、同盟者研究	69
第四节 企业如何评估经营环境	70
一、经营环境评估的原则	70
二、经营环境评估的形式	70
三、经营环境分析的程序和方法	71
本章小结	73
主要概念和术语	73
思考与练习	73
 第五章 经营机会和风险	74
第一节 经营机会分析	74
一、经营机会的概念、类型及特征	74
二、经营机会分析及把握	75
第二节 经营风险分析	82
一、经营风险的概念、类型及特征	82
二、经营风险的分析及防范	83
本章小结	86
主要概念和术语	87
思考与练习	87
 第六章 经营策划与谋略	89
第一节 经营策划	89
一、经营策划的意义	89
二、经营策划的原则	90
三、经营策划的多维思路	91
四、经营策划的多层方法	95
五、经营策划的多阶步骤	96
第二节 《孙子兵法》和经营谋略	99
一、经营谋略的意义	99
二、《孙子兵法》	99
三、孙子兵法与经营谋略	100

第三节 《三十六计》与经营谋略	104
一、《三十六计》	104
二、第一套 胜战计	104
三、第二套 敌战计	105
四、第三套 攻战计	107
五、第四套 混战计	108
六、第五套 并战计	109
七、第六套 败战计	110
本章小结	111
主要概念和术语	111
思考与练习	112

第七章 经营投资和融资	113
第一节 中小企业投资的现状及风险防范	113
一、投资的概念	113
二、投资在中小企业经营中的地位	113
三、当前我国中小企业投资活动存在的问题	114
四、中小企业投资风险的概念及种类	115
五、中小企业防范投资风险的措施	115
第二节 中小企业投资的对策分析	116
一、投资前审议投资项目的可行性	116
二、中小企业应关注对内投资	117
三、中小企业投资应以直接投资为主	117
四、采取中、短期配合投资	117
五、扬长避短，投资于熟悉的市场	117
六、中小企业投资需量力而行	118
七、分散投资，不要把鸡蛋放在一个篮子里	118
八、企业投资应注重原则性	119
第三节 中小企业融资及其现状分析	119
一、融资的概念	119
二、融资的种类	119
三、中小企业融资现状	122
四、企业融资难对中小企业经营的影响	122
五、造成中小企业融资难的原因分析	123
第四节 中小企业融资的对策分析	124
一、各国政府对中小企业融资的支持	124
二、中小企业创业阶段融资的对策分析	125
三、中小企业后续经营阶段融资的对策分析	127
四、中小企业融资过程中应把握的几个原则	128

本章小结·····	128
主要概念和术语·····	128
思考与练习·····	129
第八章 经营分析与控制 ·····	130
第一节 经营分析和财务报表·····	130
一、经营分析的意义·····	130
二、经营财务报告·····	131
第二节 经营分析方法·····	137
一、经营财务分析的目标·····	137
二、盈利能力指标分析·····	138
三、偿债能力指标分析·····	139
四、运营能力指标分析·····	141
五、发展趋势指标分析·····	142
六、杜邦分析法·····	143
七、企业经营信用分析·····	144
第三节 经营计划和预算控制·····	148
一、经营计划的意义·····	148
二、经营计划制定的步骤·····	150
三、经营预算的意义·····	152
四、经营预算模式·····	152
五、预算控制·····	153
本章小结·····	154
主要概念和术语·····	154
思考与练习·····	154
第九章 经营文化与创新 ·····	156
第一节 企业的经营文化·····	156
一、企业经营文化的含义·····	156
二、企业经营文化的重要意义·····	157
三、企业经营文化的特征·····	159
四、企业经营文化建设的趋势·····	161
五、企业经营文化是企业的核心竞争力·····	162
六、企业经营文化的核心是企业价值观·····	165
七、企业经营文化建设应注意的问题·····	167
第二节 经营创新·····	170
一、企业经营创新的重要性·····	170
二、观念创新·····	172
三、技术创新·····	174

四、产品创新	175
五、营销创新	177
本章小结	179
主要概念和术语	179
思考与练习	179

第十章 经营法律与法规..... 181

第一节 商事组织的形式..... 181

一、商事组织概论	181
二、创办企业最普遍的形式——有限责任公司	182
三、与亲友创办合伙企业	185
四、创建属于自己的个人独资企业	187

第二节 用人的法律形式..... 188

一、通过合同留住人才	188
二、劳动者受伤的法律处理	191
三、劳动合同的解除	192
四、解决劳动争议	194

第三节 交易的法律表现形式及保障..... 194

一、合同的成立	195
二、避免已成立的合同无效的方法	198
三、防止合同不履行的方法	200
四、转让、修改合同	201
五、合同的履行	202
六、合同的保全	205
七、违约	206
八、法律对合同的保护期	209

本章小结..... 210

主要概念和术语..... 210

思考与练习..... 210

下篇 现代服务业经营

第十一章 中小企业经营..... 215

第一节 中小企业经营的特点和模式..... 215

一、中小企业的概念界定	215
二、中小企业经营的特点	216
三、中小企业经营的模式	218

第二节 中小企业创业经营..... 219

一、中小企业创业的 3 种模式	219
二、中小企业创业的组织形式	221

三、中小企业创业的一般过程与基本原则	224
第三节 中小企业成长期的经营	226
一、中小企业进入成长期的特点	226
二、中小企业成长期阶段面临的问题	226
三、成长期阶段的经营战略	228
本章小结	229
主要概念和术语	230
思考与练习	230
 第十二章 批发和零售企业经营	231
第一节 批发企业经营	231
一、批发企业经营与批发市场	231
二、批发企业的功能和经营特点	234
三、批发企业的经营策略与经营原则	235
四、批发企业的组织	239
第二节 零售企业经营	241
一、零售企业经营概况	241
二、零售企业经营特点	243
三、零售企业经营战略	245
四、零售企业经营组织	247
第三节 我国批发和零售企业经营的有关法规	249
一、关于零售业业态的主要国家标准	249
二、对经营的商品的法律约束	250
三、对商品价格的约束	250
四、对促销活动的约束	251
本章小结	251
主要概念和术语	252
思考与练习	252
 第十三章 连锁和特许经营	253
第一节 连锁经营	253
一、连锁经营的概况	253
二、连锁经营的分类	253
三、连锁经营的优势	254
四、连锁经营的特点	254
五、连锁经营战略	256
六、连锁经营组织	263
第二节 特许经营	268
一、特许经营概况	268

二、特许经营与直营连锁的区别	270
三、特许经营的制度优势	271
四、如何评估和选择特许项目	272
本章小结	277
主要概念和术语	277
思考与练习	277
第十四章 旅行社和酒店经营	279
第一节 旅行社的经营	279
一、旅行社经营的概况	279
二、旅行社经营战略	281
三、旅行社的组织形式	284
第二节 酒店的经营	285
一、酒店经营概述	285
二、酒店经营战略	287
三、酒店的组织形式	291
本章小结	292
主要概念和术语	292
思考与练习	292
第十五章 保险业经营	294
第一节 保险企业经营特点和战略	294
一、保险企业经营概况	294
二、保险企业经营特点	297
三、保险企业经营战略	299
第二节 保险企业经营组织	304
一、塑造自己保险公司的企业文化	304
二、民营保险公司的组织形式	305
三、对保险经营者的要求	305
四、与保险经营相关的各职能部门	306
本章小结	313
主要概念和术语	313
思考与练习	313
第十六章 房地产经营	315
第一节 房地产经营概况及特点	315
一、房地产的概念及其特性	315
二、房地产经营的概念	319
三、房地产经营的特点	320