



全国高职高专教育精品规划教材

经营学

JINGYINGXUE
SHIWU

实务

■ 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

经营学实务

主编 杨 鑫

北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本书作为《经营学概论》教材的姐妹篇,按《经营学概论》教材的大纲及结构要求进行编写组织,是《经营学概论》教材内容的补充、拓展。在教授或研读《经营学概论》的同时,如果能以本书作为参考学习资料,将会更有益处,更有利于读者深入了解和系统分析研究现代企业经营中的方方面面,以便能更准确地把握现代企业经营中的关键要素。

本书主要包括导论、经营者和经营组织、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、经营法规和道德等内容,涵盖了现代企业经营的各个方面。

本书不仅可以作为高职高专经营学方面的教材,也可以作为从事现代服务业策划人员的参考读本。

版权所有,翻印必究。

图书在版编目(CIP)数据

经营学实务/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 7-81082-868-1

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 106768 号

责任编辑:万天菊

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:北京市梦宇印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印张:12.75 字数:273 千字

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

书 号:ISBN 7-81082-868-1/F·189

印 数:1~3 200 册 定价:26.00 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队伍的现状。

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。

此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

美国《财富》杂志刊登的有关数据显示,美国中小企业平均寿命不到7年;大企业平均寿命平均不足40年;一般的跨国公司平均寿命10~20年;世界500强企业平均寿命40~42年,1000强企业平均寿命30年。日本《日经实业》的调查显示,日本企业的平均寿命为30年。中国也有资料显示,中国的集团公司平均寿命为7~8年,小企业的平均寿命为3年左右。

由此可见,中国企业的寿命相对国外企业来说,其寿命是比较短的。原因何在?在经济体制转轨时期,激烈的市场竞争和经济运行机制的变化固然是重要原因,但最根本的还应该从企业自身找原因。作为一名企业家该如何成功经营企业,让企业在市场经济的浪潮中能够乘风破浪、勇往直前,值得每一个企业经营者深思。

对于什么是“经营”,“经营”与“管理”的关系一直以来是理论界探讨的焦点,并且出现了不同的流派。本书认为“经营”和“管理”虽有一定的联系,但是也有很大的区别,管理只是经营中的一部分。日本关于经营学理论的研究和实际应用都是较为成熟的,出版了大量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,同时也注重培养学生的经营理念,进行经营学的教育。我国当前却缺乏这方面的教材和资料,更多的是关于“管理学”和“经营管理学”的,没有很好地区分“经营”与“管理”的关系,不能让学生很好地把握企业成功经营的命脉,不能很好地结合当前企业经营环境,无法从多个角度进行企业运营分析。当我国中、小型企业如雨后春笋般展现在人们的面前,经过艰苦的创业后,如何继续成功经营自己的企业已经是摆在企业经营者面前的一道新课题。

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,我们编写了这本《经营学实务》。本书对涉及企业经营与发展的基本问题和主要方面,进行了系统梳理,编辑整合成文。①它可作为《经营学概论》教材的学习参考资料。书中的有些资料是对《经营学概论》教材内容的补充、拓展,有些是教材内容的具体解释与实际运用的操作方法、途径,还有一些是教材内容的进一步深化与阐述,这样有利于高职高专学生扩大知识面和拓宽视野,深入思考企业组织的经营问题,了解企业存在的价值、经营理念、经营文化、经营道德与伦理、经营创新及认识和把握企业投资融资的方法,抓住企业的经营机会,增强企业识别经营风险的能力,了解当前企业经营的宏观、微观环境,将策划与谋略运用到企业的经营运作中,掌握企业经营分析、控制的方法,进而提高高职高专学生在市场经济条件下的分析思维能力和创业创新的能力。②它可作为单独的经营学读本。书中的一些案例、材料及具体操作方法,可供企业界人士在经营实务中参考运用。

《经营学实务》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(第

一章)，赵秀梅（第四章、第五章、第六章、第七章、第八章），姚兴良（第二章、第三章、第九章、第十章），最后由杨鑫教授统一定稿。

经营学研究的范围很广，我们编写《经营学实务》旨在抛砖引玉，疏漏不足之处，恳请读者批评指正。

杨 鑫

2006 年 9 月

目 录

第一章 建立中国的经营学	1
第一节 经营与管理的区别	1
一、经营与管理	1
二、经营者和管理者	1
三、经营目的和管理目的	2
四、经营理念和管理原则	2
五、经营战略和管理战略	3
第二节 建立中国经营学的必要性	5
一、发展我国市场经济的必然要求	5
二、发展现代服务业的需要	5
三、中小企业发展的实际需要	5
四、提高大学生素质的需要	6
五、继承和发扬优秀传统文化和民族精神的需要	6
第三节 经营学的研究对象和结构体系	7
一、经营学的研究对象	7
二、经营学的具体研究内容	7
第四节 经营学的作用	8
一、培养在市场经济条件下的经营能力	8
二、使企业的经营机制得到充分发挥	8
三、帮助企业解决各种经营问题	9
四、提高大学生的经营素质和经营能力	9
第五节 如何建立中国的经营学	9
一、学习和继承优秀的传统文化及历史上的优秀商人的经验和智慧	9
二、学习西方企业经营的理论和科学的经营方法	9
三、总结中国企业经营实践的经验和教训	10
四、开拓创新使经营学多样化发展	10
第二章 经营者和经营组织	11
第一节 现代经营管理者应具备的素质	11

一、品格素质	11
二、知识素质	11
三、能力素质	12
四、群体素质	13
第二节 现代经营管理者应树立的观念	13
一、市场观念	14
二、人才观念	14
三、创新观念	15
四、信息观念	15
五、风险观念	15
第三节 如何做一名成功的经营管理者	16
一、提高决策水平	16
二、提高选人、用人的能力	17
三、创新经营管理方法	19
四、讲求经营管理艺术	20
第四节 经营组织理论	21
一、早期的组织理论	22
二、组织行为理论	22
三、现代组织理论	23
第五节 企业经营组织结构形式	24
一、直线制	24
二、职能制	24
三、直线职能制	24
四、事业部制	25
五、超事业部制	25
六、矩阵式结构	25
七、网络结构	26
八、任务小组结构	26
九、委员会结构	27
第六节 组织结构设计的权变方法	27
一、战略与组织结构	27
二、规模与结构	28
三、技术与结构	28
四、环境与结构	28
第七节 业务流程重组	28

一、业务流程重组的产生	28
二、基本思想与特征	29
三、业务改进与业务流程重组	30
四、哪些企业需要进行重组	30
五、业务流程重组的“关键成功因素”	31
第三章 经营理念和伦理	33
第一节 经营理念的概念	33
一、主要表现形式	33
二、单项价值理念的表现形式	35
三、经营理念的整合原则	38
第二节 经营理念的提炼	39
一、经营理念的资源开发	39
二、经营理念的整合步骤	41
第三节 前沿企业价值理念介绍	43
一、主动市场理念	43
二、诚信理念	43
三、有效性竞争理念	44
四、反危机理念	44
五、应变理念	45
六、双赢理念	45
七、竞合理念	46
八、比较优势理念	46
九、自觉性法律理念	46
十、品牌理念	47
十一、绿色理念	47
十二、全球化理念	47
十三、能动创新理念	48
十四、宽容理念	48
十五、可持续发展的理念	49
十六、人本管理理念	49
十七、主体自觉性理念	50
十八、共赢平台理念	50
十九、内在融合理念	50
二十、忠诚理念	51
二十一、团队精神理念	51

二十二、敬业、进取理念	52
二十三、学习型组织理念	52
二十四、共生英雄理念	52
第四节 伦理功能与特点	53
一、伦理的价值功能	53
二、伦理的作用特点	55
第五节 一般伦理原则	56
一、公正原则	56
二、平等原则	57
三、人道原则	58
四、效率原则	60
五、民主原则	60
第六节 企业经营伦理准则	62
一、企业与社会之间的伦理准则	62
二、企业与社会公众之间的伦理准则	63
三、企业与政府之间的伦理准则	63
四、企业组织之间的伦理准则	64
五、企业与自然之间的伦理准则	66
六、企业与员工之间的伦理准则	67
第四章 经营环境和分析	70
第一节 企业经营环境概述	70
一、环境与企业经营环境的概念	70
二、企业经营环境具有 3 个特征	71
第二节 影响企业经营的环境要素	71
一、影响企业经营的宏观环境要素	71
二、影响企业经营的微观环境要素	72
三、企业微观环境因素分析	72
四、入世后我国企业经营环境变化及对策	74
第五章 经营机会和风险	77
第一节 经营机会概述	77
一、经营机会的概念	77
二、环境与企业经营机会	77
三、经营机会分析	77
第二节 风险与经营风险概述	78
一、风险的定义	78

二、经营风险的定义	78
三、经营风险的特征	79
第三节 影响企业经营风险的因素	79
第四节 企业经营风险的防范	80
一、增强危机意识	80
二、创新经营思路	80
三、规范项目行为	81
四、适度规模发展	81
五、培育核心优势	82
第六章 经营策划与谋略	87
第一节 企业经营策划概述	87
一、策划的定义	87
二、策划含义剖析	88
三、策划与计划	89
四、策划的特性	90
五、策划的作用	90
第二节 怎样做好企业经营策划	92
一、企业经营策划的原则	92
二、企业经营策划的内容	93
三、企业经营策划的程序与方法	94
第三节 谋略与经营谋略概述	96
一、谋略的定义	96
二、经营关键——谋略制胜	96
三、谋略原则——理性趋利	97
第四节 企业经营谋略之国际借鉴	97
一、发达国家和地区企业的经营谋略	97
二、海外知名企业经营谋略	98
第五节 古代军事与现代企业经营谋略	101
一、把握未来 预测制胜	101
二、居安思危 规划未来	101
三、一叶知秋 能预则立	101
四、班门弄斧 择强制胜	102
五、见微知著 不惑制胜	102
六、巧用疑兵 误敌制胜	103
七、少而务隘 高价制胜	103

八、审其先后 循序制胜	103
九、以玉比珉 质量制胜	104
十、因势利导 顺潮制胜	104
十一、深谋远虑 从长计议	104
十二、别出心裁 出奇制胜	105
十三、假道伐虢 借路制胜	105
十四、杂于利害 远虑制胜	105
十五、另辟蹊径 善退可胜	106
十六、知己知彼 信息制胜	106
十七、未战先算 胸有成竹	106
十八、洞察秋毫 见微知著	106
第七章 经营投资和融资	116
第一节 投资概述	116
一、投资的概念	116
二、投资的分类	116
三、投资中的风险因素	117
第二节 投资决策	118
一、企业投资策略	118
二、企业投资机会的选择	120
三、投资规模	121
第三节 融资概述	122
一、融资的概念	122
二、融资渠道	122
第四节 新环境下企业融资发展趋势	124
一、企业融资环境分析	124
二、企业融资策略	125
第八章 经营分析和控制	128
第一节 分析与控制概述	128
一、经营分析的定义	128
二、经营分析的限制	128
三、控制的定义	128
第二节 开展经营分析的意义	129
一、经营分析是经营管理的重要环节	129
二、经营分析是加强经济核算的重要手段	129
三、经营分析是企业组织好生产经营活动的重要方法	129

四、经营分析是企业外部关联单位了解企业经营状况的重要途径	130
第三节 经营控制在企业管理中的重要作用	130
一、经营控制是科学地管理企业不可缺少的环节和重要职能	130
二、经营控制是企业实现经营计划极为重要的工具	130
第四节 企业经营控制的组织工作	131
一、建立控制系统	131
二、必须充实和建立科学的信息系统	131
三、建立各种控制标准	131
四、建立企业经营控制的程序和有关制度	132
第五节 企业经营控制的种类及控制方法	133
一、企业经营控制的种类	133
二、经营控制的基本方法	133
第九章 经营文化和创新	140
第一节 经营文化概述	140
一、经营文化的内涵	140
二、经营文化的地位与作用	142
第二节 经营文化的基础与特性	144
一、经营文化的社会基础	144
二、经营文化的企业特性	145
第三节 企业经营文化的塑造与实施	147
一、企业经营文化的塑造	147
二、企业经营文化的实施	148
第四节 创新是企业生存之本	150
一、创新是经营基础	151
二、企业家与经营创新	151
三、经营创新与持续经营	152
四、经营创新的阶梯	152
第五节 塑造企业创新能力	153
一、培育创新文化	153
二、营造创新氛围	154
三、塑造创新能力	155
第六节 打造学习型、创新型企业	156
一、学习型组织的概述	157
二、锻造学习型组织需要创新	157
三、5项修炼的基本内容	158