

新编高等院校经济管理类规划教材

· 基础课系列 ·

现代企业 管理与发展

田建军 著



清华大学出版社

新编高等院校经济管理类规划教材

市场营销学(第3版)

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

物流绩效管理

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

政府绩效管理概论

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

现代企业管理与发展

市场营销学案例

营销学教程

管理学案例

人力资源管理案例

基础会计学(第2版)

管理经济学

会计电算化原理与应用

会计电算化实验教程

会计信息系统

会计信息系统上机实验指导教程

会计信息分析设计与开发

ERP与企业管理理论、方法、系统

信息资源组织与管理

人口经济学

政治经济学

现代管理信息系统

管理信息系统学习指导与考试指南

网络营销导论

现代信息检索简明教程

新编国际金融理论与实务

以Excel和SPSS工具的管理统计

客户关系管理方法论

创业金融学

金融工程学

现代市场营销学

市场营销理论与实践教程

ISBN 978-7-302-16712-9



9 787302 167129 >

定价: 40.00 元

新编高等院校经济管理类规划教材·基础课系列

现代企业管理与发展

田建军 著

清华大学出版社

北京

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

现代企业管理与发展/田建军 著.—北京：清华大学出版社，2008.4

ISBN 978-7-302-16712-9

I. 现… II. 田… III. 企业管理—研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 025802 号

责任编辑：姜 帅

封面设计：古 手

版式设计：孔祥丰

责任校对：成凤进

责任印制：杨 艳

出版发行：清华大学出版社

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175

邮 购：010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印刷者：北京四季青印刷厂

装 订 者：北京市密云县京文制本装订厂

经 销：全国新华书店

开 本: 185 × 230 印 张: 28.25 字 数: 553 千字

版次: 2008 年 4 月第 1 版 印次: 2008 年 4 月第 1 次印刷

印 数: 1 ~ 4000

定 价：40.00 元

青大學生出遊

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:028483-01

读者意见反馈卡

亲爱的读者:

感谢您购买了本书,希望它能为您工作和学习带来帮助。为了今后能为您提供更优秀的图书,请您抽出宝贵的时间填写这份调查表,然后剪下寄到:北京清华大学出版社第五事业部(邮编100084);您也可以把意见反馈到 cwkbook@tup.tsinghua.edu.cn。邮购咨询电话:010-62786544,客服电话:010-62776969。我们将充分考虑您的意见和建议,并尽可能地给您满意的答复。谢谢!

本书名: _____

个人资料: _____

姓名: _____ 性别: ☐男 ☐女 出生年月(或年龄): _____

文化程度: _____ 职业: _____ 通讯地址: _____

电话(或手机): _____ 传真: _____ 电子信箱(E-mail): _____

您是如何得知本书的: _____

☐别人推荐 ☐出版社图书目录 ☐网上信息 ☐书店
☐杂志、报纸等的介绍(请指明)_____ ☐其他(请指明)_____

您从何处购得本书: ☐书店 ☐电脑商店 ☐软件销售处 ☐邮购 ☐商场 ☐其他

影响您购买本书的因素(可复选):

☐封面封底 ☐装帧设计 ☐价格 ☐内容提要、前言或目录 ☐书评广告
☐出版社名声 ☐作者名声 ☐责任编辑 ☐其他: _____

您对本书封面设计的满意度: ☐很满意 ☐比较满意 ☐一般 ☐较不满意 ☐不满意 ☐改进建议_____

您对本书印刷质量的满意度: ☐很满意 ☐比较满意 ☐一般 ☐较不满意 ☐不满意 ☐改进建议_____

您对本书的总体满意度:

从文字角度: ☐很满意 ☐比较满意 ☐一般 ☐较不满意 ☐不满意

从技术角度: ☐很满意 ☐比较满意 ☐一般 ☐较不满意 ☐不满意

本书最令您满意的是:

☐讲解浅显易懂 ☐内容充实详尽 ☐示例丰富到位 ☐指导明确合理 ☐其他: _____

您希望本书在哪些方面进行改进? _____

您希望增加什么系列或软件的图书: _____

您最希望学习的其他软件: 1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____

您对使用中文版软件或外文版软件介意吗?更喜欢使用哪一种版本?

☐介意 ☐无所谓 ☐中文版 ☐外文版

您对图书所用软件版本是否很介意?是否要求用最新版本?

☐是,要求是最新版本 ☐无所谓 ☐不,因为硬件或软件跟不上要求

您是如何学习最新软件的?

☐看计算机书 ☐看多媒体教学光盘 ☐自己摸索或查看软件的帮助信息 ☐参加培训班

☐向其他人请教 ☐其他: _____

您的其他要求: _____

目 录

14	对我国企业管理现状的若干判断	一
24	新经济变革对我国企业管理的影响	二
24	当代企业管理发展的趋势	三
74	现代企业管理与发展的研究内容与方法	四
82	导 言	1
82	第一节 对我国企业管理现状的若干判断	1
82	第二节 新经济变革对我国企业管理的影响	3
82	一、新经济的特征	4
82	二、新经济变革对我国企业管理的影响	5
82	第三节 当代企业管理发展的趋势	9
82	第四节 现代企业管理与发展的研究内容与方法	22
82	一、现代企业管理与发展的研究内容	22
82	二、现代企业管理与发展的研究方法	23
82	第 1 章 现代企业管理概论	25
82	第一节 企业管理与发展	25
82	一、管理	25
82	二、企业管理	26
82	三、企业管理的产生	28
82	四、企业管理的发展	29
82	第二节 现代企业与现代企业制度	36
82	一、现代企业	36
82	二、现代企业制度	41
82	第三节 企业国际化	44

一、中国企业进行国际化的必然性	44
二、企业国际化成长的主要理论模型	45
三、现代企业如何走向国际化	46
第四节 现代企业管理研究的基本原理	47
第2章 现代企业经营战略	53
第一节 战略管理概述	53
一、企业战略的概念	53
二、企业战略的特性与构成要素	55
三、企业战略的层次	56
四、企业战略管理	56
第二节 企业战略目标	58
一、企业战略目标的特点	58
二、企业战略目标的内容	59
第三节 企业战略分析	60
一、宏观环境分析	60
二、微观环境分析	62
三、内部环境分析	65
四、企业内外环境的综合分析(SWOT分析法)	71
第四节 企业总体战略	72
一、增长型战略	72
二、稳定型战略	74
三、紧缩型战略	74
第五节 经营单位战略和职能部门战略	74
一、经营单位基本竞争战略	74
二、企业进入战略	77
第六节 企业战略的选择	78
一、企业战略的选择	78
二、战略实施	79
三、战略控制	80



第3章 现代企业经营决策与计划管理	83
第一节 经营决策概述	83
一、经营决策的基本概念	83
二、经营决策的类型	84
三、经营决策系统	86
四、决策的科学化	87
第二节 经营决策方法	90
一、确定型决策方法	90
二、风险型决策方法	97
三、非确定型决策方法	102
第三节 现代企业的计划管理	105
一、计划的种类	106
二、制定计划的原则	106
三、计划的编制	107
四、计划的执行	108
五、目标管理——计划现代企业实施的有效手段	109
第4章 现代企业生产管理与创新	113
第一节 企业生产管理概述	113
一、生产管理在企业管理中的地位	113
二、生产管理的任务与原则	114
三、生产类型的划分	115
第二节 生产过程与组织	118
一、生产过程	118
二、合理组织生产过程的基本要求	120
三、生产过程组织	121
第三节 生产组织形式	129
一、多品种生产线	130
二、流水生产线	130
三、自动生产线	136

68	第四节 生产管理方式的创新与发展	136
68	一、JIT 生产方式	136
68	二、敏捷制造	141
48	三、精益生产	144
68	四、计算机集成制造系统	147
78	五、再造工程	148
00	六、并行工程	151
08	第 5 章 现代企业质量管理	153
78	第一节 质量与质量管理	153
501	一、质量的含义	153
201	二、与质量相关术语的定义	154
001	三、质量管理的概念及内容	155
001	四、全面质量管理	157
107	第二节 ISO9000 族质量管理体系标准概述	159
801	一、什么是 ISO9000 族标准	159
001	二、ISO9000 族标准的构成	160
117	三、ISO9000 族标准在中国	161
111	四、八项质量管理原则	162
111	第三节 质量管理体系	163
411	一、质量管理体系的概念	163
211	二、建立质量管理体系的基本要求	164
811	三、质量管理体系建立的一般步骤	164
811	四、质量管理体系的持续改进	166
051	五、质量管理体系的审核	166
151	第四节 质量管理常用统计控制方法	168
051	一、调查表	168
031	二、分层法	169
061	三、因果图	170
061	四、排列图	171

五、直方图	172
六、控制图法	177
七、散布图	180
第6章 现代企业物资与设备管理	183
第一节 企业物质资源管理概述	183
一、企业物质资源的含义及构成	183
二、物质资源管理的意义	184
三、企业物质资源管理的基本原则和基本任务	185
第二节 企业物资管理	185
一、物资消耗定额管理	185
二、物资储备定额管理	187
三、物资供应计划和采购管理	189
第三节 企业库存管理	192
一、库存管理的含义及作用	192
二、库存管理的目标和原则	194
三、库存管理的基本方法	195
四、库存现场管理	199
第四节 设备管理	203
一、设备的选择与使用	203
二、设备的维护与修理	206
第五节 设备的改造与更新	211
一、设备的改造	211
二、设备的更新	212
三、设备经济寿命的确定方法	212
第7章 现代企业人力资源管理	215
第一节 人力资源管理概述	215
一、人力资源管理的理论渊源	215
二、人力资源的含义与特点	216
三、人力资源的地位和作用	218



271	四、人力资源开发与管理的主要内容	218
271	五、人力资源开发与管理的基本原理	219
081	第二节 人力资源开发	222
88f	一、人力资源开发的基本途径	222
881	二、人员招聘与培训	224
881	三、人员激励	228
881	第三节 人力资源规划	231
881	一、人力资源规划的任务及内容	232
881	二、企业人力资源规划的工作程序	232
881	三、人力资源规划的综合平衡	234
881	第四节 员工绩效考评与企业发展	234
781	一、员工的绩效考评	234
081	二、360度绩效考评	237
501	三、薪酬与报酬	238
501	四、工资	240
401	第8章 市场营销管理	243
001	第一节 企业市场营销管理概述	243
805	一、市场营销相关核心概念	243
805	二、市场营销系统	246
805	三、市场营销的内容与过程	249
115	四、市场营销观念的发展	250
115	第二节 市场营销分析	252
515	一、市场细分的意义	252
515	二、市场机会的选择	253
815	三、市场细分的条件与标准	254
815	四、市场细分的步骤	256
815	第三节 目标市场营销模式	257
815	一、企业目标市场选择	257
815	二、企业目标市场营销策略	259

三、影响企业目标市场策略选择的因素	260
四、企业目标市场定位	261
第四节 企业市场营销组合策略	264
一、企业市场营销组合概述	264
二、市场营销组合的内容	265
第五节 市场营销理论的新发展	272
一、顾客让渡价值	272
二、顾客终身价值	273
三、整合营销	273
四、定制化营销	273
五、绿色营销	274
六、关系营销	274
七、知识营销	274
八、国际营销	275
九、直复营销	276
十、数据库营销	276
第9章 现代企业财务管理	279
第一节 财务管理概述	279
一、财务管理的概念	279
二、财务管理的特征与内容	279
三、财务管理的目标	281
四、财务管理观念	282
第二节 资金筹集管理	298
一、资金筹集的目的与要求	298
二、普通股筹资	300
三、长期负债筹资	303
四、短期负债筹资	307
第三节 项目投资管理	312
一、项目投资的含义、特点	312



二、项目投资的程序	313
三、项目投资的现金流量	314
四、投资项目评价的指标及方法	318
第四节 利润分配管理	325
一、利润分配的原则	325
二、股利理论	326
三、股利政策	328
四、利润分配程序与方案	331
第 10 章 基于供应链的物流管理	337
第一节 供应链概述	337
一、供应链的概念	337
二、供应链的基本结构模型	338
三、供应链的类型	339
第二节 供应链管理概述	341
一、供应链管理的概念	341
二、供应链管理的内容	342
三、供应链管理与传统的物料管理的区别	343
四、供应链的组织结构模型及其评价	343
五、供应链企业间的战略合作	346
第三节 供应链物流管理	352
一、供应链物流管理概念与特点	352
二、供应链物流组织	353
三、供应链物流战略	355
第 11 章 信息系统管理	357
第一节 管理信息	357
一、信息	357
二、管理信息的概念	358
三、管理信息的类型	359
四、管理信息的作用	360

第二节	管理信息系统	360
一、	管理信息的概念	360
二、	管理信息的构成	362
三、	管理信息的类型	363
第三节	管理信息的建立	364
一、	建立管理信息的必要性	364
二、	建立管理信息的原则	365
三、	管理信息的设计原则	366
四、	现行系统的分析	367
五、	管理信息的发展历史	368
第 12 章	企业文化与形象识别	371
第一节	企业文化的概念和特征	371
一、	企业文化的发展	371
二、	企业文化的含义	372
三、	企业文化的特征	373
四、	企业的核心	375
第二节	企业文化的内容和建设	376
一、	企业文化的内容	377
二、	企业的功能	381
三、	企业文化建设	383
第三节	企业形象设计	384
一、	企业形象战略的含义与发展	384
二、	企业识别系统(CIS)的构成要素	386
三、	企业识别系统战略的特点	388
四、	企业形象与企业识别系统	389
五、	企业文化与企业识别系统建设	390
第四节	企业识别系统的导入与实施	391
一、	企业导入企业识别系统的必要性	391
二、	导入企业形象战略的基础条件	392



三、企业识别系统导入的内容和顺序	393
四、企业识别系统的全面实施	395
第 13 章 现代企业创新与发展	397
第一节 现代企业创新	397
一、创新的内涵	397
二、创新与企业生存发展的关系	399
第二节 企业价值观创新与品格培养	406
一、企业价值观创新	406
二、企业儒商品格的培养	408
第三节 现代企业管理模式及发展	418
一、管理模式的理论分析	418
二、企业管理模式及其结构要素	419
三、企业管理模式的发展分析	420
四、现代企业管理模式的发展	425
第四节 现代企业物流战略的创新与发展	428
一、即时物流战略	428
二、协同或一体化物流战略	430
三、高度化物流战略	432
第五节 现代企业管理创新与发展	434
一、具有全球意识的国际化经营	434
二、善于捕捉机遇的寻机化管理	435
三、实施灵活多样的弹性化管理	436
四、注重人才开发的人本化管理	437

第一节 对我国企业管理现状的若干判断

企业管理水平高低与企业的效率、效益直接相关,加强企业管理、提升企业管理现代化水平是企业永恒的主题。新中国成立以来,我国的企业(主要指国有企业)管理水平是逐步提高的。特别是改革开放以后,我国企业开始探索有中国特色的、符合市场经济发展要求的社会主义现代化企业管理体系,积极推进企业管理创新,并取得了明显效果。但与国外先进企业管理水平相比,我国企业管理在强化企业管理的基础工作、理念创新、管理手段与方法创新等方面仍然存在着较大差距。尤其我国加入 WTO 后,走向全方位开放之后,我国企业面临全面挑战。分析我国企业管理的现状和存在的问题,认清我国企业与国外企业的管理差距,从而指出我国企业管理进一步发展和创新的方向,无疑对我国企业管理现代化水平的提高、提升企业国际竞争力、促进中国经济发展具有特别重要的意义。

根据一项关于我国企业管理的现状和管理现代化水平的问卷调查和分析结果表明,我国企业整体管理现状不容乐观,企业管理现代化处于较低水平,进一步提高企业管理现代化水平已经刻不容缓。具体说:

(1) 企业管理现代化水平普遍不高。调查显示,在被调查中,没有人认为我国企业整体管理现状很好或好,也没有人认为我国企业管理现代化水平高或较高,认为管理现状一般的占到了 46%,认为管理现代化水平一般的占 42%,认为管理现状差的则高达 50%,认为管理现代化水平低的更是高达 56%,认为管理现状很差的有 4%,管理现代化水平很低的占 2%。

(2) 我国企业管理的基础工作仍比较薄弱。

调查结果地反馈显示,认为很好的为 2%,评价好的占 32%,60%的企业认为管理基础工作一般,而差和很差的占 6%。这反映了企业经过多年的改革和加强管理,管理基础工作得到加强,管理水平有所提高,但仍不容乐观。

(3) 企业战略管理得到重视。

调查显示,70%的被调查企业已经建立了明晰的发展战略,仅有 30%的企业没有发展战略。反映出在市场环境多变、外部环境不确定性增强的情况下,企业重视了企业战略的建立与发展。民营企业中有明确发展战略的比值更高一些,达到了 79.17%,没有明确战略的只有 20.83%;而国有独资企业没有明确战略的却高达了 57.14%,建立战略的有 42.86%。关于对核心能力理论的了解程度,被调查者中从没有听说过的为 0,很了解的占到了 56%,一般性了解和研说的比重为 44%,这表明核心能力理论也为广大企业所接受与运用。

管理(4) 法人治理结构和企业组织管理仍不健全。

只有 40%的被调查者认为企业已经建立了有效的法人治理结构,没有建立和不知道法人治理准确涵义的达到了 60%。被调查的国有独资企业的管理者都认为自己的企业没有建立有效的法人治理结构,股份制企业的管理者中仅有 43.75%认为自己的企业具备了有效的法人治理结构。在回答没有建立有效法人治理结构的被调查者中,有 44.44%的管理者,不知道法人治理结构的准确涵义。在样本企业中,属于集团企业的有 39 家,占总数的 78%,在这 39 家集团公司中,有 12 家企业认为建立了规范的母子公司管理体制,占集团公司总数的 30.77%,而其余 27 家都认为没有规范的母子公司管理体制,达到集团公司总数的 69.23%。直线职能制的组织结构仍然是企业所采用的最主要的组织结构形式,占所调查企业的 66%,有 22%的企业采用了事业部制,这表明事业部制已为一部分企业所认可,另有 4%运用了矩阵制、团队等其他组织形式。企业根据所处内外环境的不同,选择不同的组织结构形式的状况已经初步显现。但仍然有 8%的被调查者对自己企业的组织情况缺乏了解。被调查的所有国有独资企业都采用了直线职能制。从规模上看,小型企业中有 77.78%采用了直线职能制;中型企业中有 61.76%的企业采用了直线职能制,有 26.47%运用了事业部制,大型企业采用直线职能制的比例为 72.43%。

(5) 现代管理理论、方法、现代化的管理手段的应用除办公自动化方面表现出较高水平外,其余各项仍很欠缺。