

MODERN ENTERPRISE MANAGEMENT INSTANT · DICT

# 现代企业管理

# 快易通

现代企业管理制度



李广龙 / 编著



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

# 现代企业管理“快易通”

李广龙 编著

企业管理出版社

**图书在版编目 (CIP) 数据**

现代企业管理“快易通”/李广龙编著. — 北京: 企业管理出版社,  
2003.6

ISBN 7-80147-890-8

I. 现… II. 李… III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 048224 号

---

**书 名:** 现代企业管理“快易通”

**作 者:** 李广龙

**责任编辑:** 阎书会      **技术编辑:** 穆子 晓光

**书 号:** ISBN 7-80147-890-8/F·888

**出版发行:** 企业管理出版社

**地 址:** 北京市海淀区紫竹院南路 17 号      **邮编:** 100044

**网 址:** <http://WWW.cec-ceda.org.cn/cds>

**电 话:** 出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

**电子信箱:** 80147@sina.com emph1979@yahoo.com

**印 刷:** 北京增富印刷有限公司

**经 销:** 新华书店

**规 格:** 880 毫米×1230 毫米 32 开本 15.25 印张 430 千字

**版 次:** 2003 年 6 月第 1 版 2003 年 6 月第 1 次印刷

**定 价:** 30.00 元

---

版权所有 盗版必究·印装有误 负责调换

# 前 言

不论是现代公司还是传流的工厂，当你走进车间、科室，总会看到一种职工喜闻乐见的宣传形式——墙报或黑板。它用朴实无华的语言和准确的数字反映了当时生产经营进度，有的还以形象生动的图文记录了员工火热的工作热情，多少年来，这种简捷明了的宣传形式为了中国特色企业文化的重要组成部分。

而今，随着中国社会主义市场经济和现代企业制度的建立，现代企业的经营机制越来越为职工所关切，他们希望通过这种喜闻乐见的形式，把握现代企业制度的相关内容。为此，我们编著了《现代企业管理快易通》一书，力求满足职工们的需要。这本书的特点是：

## 一、市场定位以企业基层管理读者为主：

多年的实践经验使我深深体会到建立现代企业制度有两方面很重要，一是转变观念，二是运作实施。如果说企业在大环境迫使下必需转制的话，只有经营者观念的到位是不够的，没有多数基层管理人员的观念转变和认可，推动现代企业机制就不尽如意。

当然经营者对现代企业制度的深刻理解无比关键，不过，忽视多数人对现代企业制度的学习和理解绝对是弊大于利，其中基层管理人员对现代企业制度的不理解就是制约建立现代企业制度的一个关键问题。

人的问题是机制改革的大事。

员工为什么不理解现代企业制度的先进性呢？

为什么对身份的置换如此恐慌？是因为不懂现代企业制度的实质，为什么不懂？是培训不够，教材不适宜等等。总是是在帮助基层管理人员学习现代企业制度过程中、适合于基层管理者的读物不多，

也就是说一大批作者、管理专家著述的书籍多以高深理论为荣，更多的现有水平，在理论上与实际脱节，没有站在市场的角度和基层管理人员需求的角度来写书。从出版业看专门写给基层管理人员，写给一线班组长的书太少，近期调查，在管理和建立现代企业制度问题上，能让基层管理者爱不释手的书几乎寥若晨星，且能尽快消化、容易理解，通俗易懂的书更是微乎其微。

本书就是想寻求一种崭新的、喜闻乐见的形式推荐给我们的基层管理工作，它即可以解惑基层管理人员对现代企业制度和先进企业管理的神秘感，又能帮助经营者做转变机制的工作。

本书市场定位之所以确定基层管理读者有两个理由：

一是当经营者看到这本书时，坚信能吸引他的购买欲望，如进一步阅读，他会推荐给基层管理者学习，因为本书是理论与实践的结合，表达形式独特，能帮助经营者培训人，从另一个角度说这本书是管理工具书。

二是基层管理者比经理人多。以我所在的单位为例，1万人企业中高级职员只有10人，而中层管理和基层管理人员有270人，班组长有300多名，从市场份额这个角度分析，在其他企业、其他行业、乃至大专院校、政府机关、凡是有组织的就需要管理，而任何企业都是中层管理以下的多于高级管理层，它的市场前景广阔。

市场定位在基层管理人员的最终目的满足读者需求，从经济角度考虑，它应该是一本“效益书”，如果运作的理想会增加出版社、经销商、作者三者利益。

## 二、以鲜活新颖的图、表、文形式描述枯燥无味的管理学：

管理是问题的管理，枯燥重复是管理的一个特征，本书从读者需求的角度出发，为化解枯燥的理论，投资聘请专业画家为本书创作漫画人物，形象地增加阅读乐趣，合适的理论伴随幽默的漫画，即活跃了气氛又增加了读者的记忆，其表达形式远比纯文字表达更生动活泼。

本书一是以图形来表达提炼的理论精华，二是以人物漫画对应文字，充分显示出快、易、通的特点。

从当前图书市场调查证明，该书形式在图内企业管理学读物中是首例。

**三、内容贴近实际，注重提升基层管理人员的素质，把科学管理等先进的模式介绍到班组：**

本书以《国有大中型企业建立现代企业制度和加强管理的基本规范》、《公司法》为基本内容描述，作者紧紧以理论结合实际来表达机制转变的重要性，深入生活调查研究，多次与基层管理人员座谈讨论，最终确定站在读者的角度进行编写，从“现代企业制度”到“现代班组建设”等9章内容引用科学的管理模式，介绍先进的成功案例，从内容上深入浅出，能让基层管理人员读后受到启发。

编者

2003年5月



# 目 录

## 第一章 现代企业制度

封闭式产权机制 . . . . .	(6)
计划经济生产技术型管理架构(橄榄型模式) . . . . .	(7)
现代企业产权机制 . . . . .	(8)
现代企业制度的建立和目的 . . . . .	(9)
现代企业法人治理结构 . . . . .	(12)
现代企业的领导体制及职责 . . . . .	(14)
法人治理结构的职权划分 . . . . .	(15)
公司法人治理结构的内在机制构成 . . . . .	(16)
现代企业的基层组织结构 . . . . .	(17)
直线职能制 . . . . .	(18)
事业部制 . . . . .	(21)
矩阵制 . . . . .	(22)
现代企业机构责权划分的原则 . . . . .	(24)
产权的构成 . . . . .	(25)
产权特征 . . . . .	(26)
产权界定的原则 . . . . .	(27)
产权界定的步骤 . . . . .	(28)
设立公司的条件 . . . . .	(29)
法人财产的构成和结构 . . . . .	(30)
机制转变的递进过程 . . . . .	(31)
改制的基本程序 . . . . .	(32)
改制的四个环节 . . . . .	(34)



改制的步骤	(35)
机制转变的任务	(37)
结构不健全问题	(38)
解决两个无限责任	(39)
劳动关系的内容	(41)
员工身份置换	(42)
机制改革的几个观点	(45)
妥善解决决策层的问题	(47)
企业内部双向选择	(49)
附：长沙市国有企业产权制度改革实施细则	(51)

## 第二章 经营战略管理

市场经济经营管理架构(哑铃型模式)	(63)
现代企业必须具备的战略思想	(64)
经营战略的必要性	(66)
战略特性	(68)
企业的经营战略目标	(70)
战略与战术、策略的区别	(71)
制定战略的要素	(73)
战略要素组合关系	(74)
战略组合必备的条件	(75)
战略管理层次	(76)
企业战略的分类	(77)
战略规划	(78)
战略策略的运用应遵循的原则	(79)
战略实施	(83)
战略谋划的作用	(84)
经理人的战略思维	(85)
战略谋划的要素	(86)





战略重点和策略 . . . . .	(89)
提高经济效益的三种通用竞争战略 . . . . .	(90)
战略实施控制方法 . . . . .	(95)
案例：“德国汽车”的海外出击 . . . . .	(96)

### 第三章 技术创新管理

技术创新的概念 . . . . .	(101)
技术创新的含义 . . . . .	(104)
技术创新的特点和动力 . . . . .	(105)
技术创新的模式 . . . . .	(108)
技术创新的管理 . . . . .	(110)
新产品开发 . . . . .	(113)
产品的三层次理论 . . . . .	(114)
产品开发程序 . . . . .	(115)
新产品开发的要点 . . . . .	(121)
波士顿矩阵 . . . . .	(122)
产品寿命周期图 . . . . .	(123)
工艺创新 . . . . .	(124)
技术改造的主要内容 . . . . .	(127)
案例：科研生产一体化的技术开发管理 . . . . .	(128)

### 第四章 人力资源管理

人力资源管理概述 . . . . .	(139)
人力资源管理的任务 . . . . .	(141)
人力资源的发展过程和发展趋势 . . . . .	(144)
人力资源素质结构的内容 . . . . .	(146)
职务分析、设计 . . . . .	(147)
职务分析的内容 . . . . .	(149)



职务、责任、权限的关系	(150)
人的三种类型	(151)
帕金森定律	(152)
远期规划的步骤	(154)
人员招聘	(155)
职务规范样本	(161)
绩效考评	(163)
考评项目	(164)
管理人员的考评	(165)
绩效考核的内容与分类	(168)
激励	(169)
建立激励系统	(171)
马斯洛的需求层次论	(173)
双因素激励理论	(176)
弗鲁姆的期望理论	(179)
激励的方法	(180)
分配制度	(185)
奖励制度	(187)
人力资源的培训	(189)
管理人员的培训	(190)
管理人员培训的步骤	(191)
工人的岗位培训	(195)
培训的三个层次	(197)
培训方法及过程	(200)
美国职业培训管理方法	(201)
案例: 松下幸之助的用人艺术	(202)

## 第五章 财务成本管理

财务管理的基本任务	(212)
-----------	-------



资产 . . . . .	(213)
筹资管理 . . . . .	(215)
资产管理 . . . . .	(217)
成本的控制程序 . . . . .	(220)
资金耗费控制的几个方法 . . . . .	(221)
预算模式 . . . . .	(222)
预算体系 . . . . .	(223)
预算保证 . . . . .	(224)
预算程序 . . . . .	(226)
资产负债表 . . . . .	(231)
利润表 . . . . .	(234)
现金流量表(直接法) . . . . .	(237)
成本的分类 . . . . .	(238)
成本费用包含的内容 . . . . .	(239)
案例: 以内部结算价格为中心的财务管理 . . . . .	(241)

## 第六章 现代质量管理

质量及其特征 . . . . .	(251)
质量管理发展的三个阶段 . . . . .	(254)
质量保证体系的概念 . . . . .	(256)
质量保证体系的基本内容 . . . . .	(257)
质量保证体系的建立 . . . . .	(259)
质量保证体系的运行方式 . . . . .	(261)
PDCA 循环的工作程序 . . . . .	(262)
PDCA 循环的特点 . . . . .	(264)
质量应遵循的信条 . . . . .	(265)
案例: 荣事达集团有限公司的坚持管理创新, 推进“零缺陷”管理 . . . . .	(266)



## 第七章 市场营销管理

什么是市场.....	(277)
市场营销.....	(278)
市场营销观念的发展.....	(279)
营销组合.....	(280)
从推销到营销的经营变革.....	(283)
营销战略和策略.....	(285)
市场营销组织的形式.....	(288)
市场营销的内容.....	(291)
市场的选择.....	(295)
经营环境的分析.....	(296)
经营决策的五个步骤.....	(297)
消费者的购买规律.....	(298)
消费者的需求层次.....	(299)
市场信息.....	(300)
市场调查.....	(302)
市场预测.....	(303)
产品定位策略.....	(304)
案例: 把木梳卖给和尚.....	(307)
商标.....	(309)
品牌.....	(310)
建立名牌的五个必须.....	(312)
包装.....	(313)
服务管理.....	(315)
机构与队伍.....	(322)
分销渠道策略.....	(325)
中间商.....	(326)
批发商.....	(327)



零售商.....	(329)
企业自销.....	(330)
分销渠道的类型.....	(332)
价格策略.....	(335)
影响定价决策的内在因素.....	(336)
影响定价的外在因素.....	(338)
定价的七种方法.....	(340)
广告.....	(341)
250 定律.....	(343)
案例: 如何打赢市场战争.....	(344)

## 第八章 国际管理趋势

企业组织的基本组织形式.....	(350)
目标管理.....	(352)
对目标管理体制的分析.....	(356)
目标管理分解图.....	(358)
目标管理的任务.....	(359)
目标管理成果.....	(362)
知识管理.....	(366)
知识管理的 5 大目标.....	(367)
适时管理.....	(373)
柔性管理.....	(374)
危机管理.....	(376)
项目管理.....	(377)
项目管理的概念.....	(379)
创新管理.....	(387)
虚拟经营.....	(391)
学习型组织.....	(393)
绿色管理.....	(397)



## 第九章 现代班组管理

班组是企业活力的源头. . . . .	(407)
班组是生产组织的基础. . . . .	(408)
班组的主要工作. . . . .	(411)
班组建设的主要内容. . . . .	(412)
加强班组管理的项目. . . . .	(413)
加强班组制度建设. . . . .	(414)
规章制度的种类. . . . .	(415)
5S活动. . . . .	(418)
什么是5S. . . . .	(419)
1. 整理. . . . .	(421)
2. 整顿. . . . .	(423)
3. 清扫. . . . .	(428)
4. 清洁. . . . .	(430)
5. 素养. . . . .	(431)
5个S之间的关系. . . . .	(432)
推行5S活动的步骤. . . . .	(433)
5S实施办法. . . . .	(434)
科学管理. . . . .	(437)
科学的操作方法. . . . .	(441)
计件工资报酬制度. . . . .	(442)
选择员工和培训员工. . . . .	(444)
例外管理的原则. . . . .	(445)
组织职能细分. . . . .	(446)
组织管理. . . . .	(447)
计划. . . . .	(448)
组织. . . . .	(450)
指挥. . . . .	(453)



协调 . . . . .(455)

控制 . . . . .(456)

  十四条管理原则 . . . . .(457)

附：案例 以班组建设为中心的现场管理 . . . . .(462)

参考文献 . . . . .(469)

目  
录

# 第一章

## 现代企业制度





