



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

GAOZHI GAOZHUAN CAIJINGLEI ZHUANYE XILIE JIAOCAI

高职高专财经类专业系列教材

新编企业管理学 (第3版)

Xinbian Qiye
Guanlixue

周占文 主编



重庆大学出版社

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



普通高等教育“十一五”国家级规划教材



CAIJING
高职高专财经类专业系列教材

新编企业管理学

(第3版)

Xinbian Qiye Guanlixue

周占文 主 编
田义江 副主编

CAIJING

重庆大学出版社

内容提要

古人云：“文章应时而作。”本书便是应高等职业技术教育教学改革——“压缩理论，加大实践”“理论够用，实践顶用”之时而编著的。本教材特别适合作为非企业管理类（包括经济类和非经济类）大专层次的专业基础课教材。其特点是：知识面宽，通俗易懂，注重基本概念讲解和最新知识介绍；每章都分为简明的课堂理论讲授和比重较大的实习实训及案例两部分，加大了实践教学的内容，有很强的训练性，可谓 MBA 的中国大专版。本书除绪论与基础篇外，是沿着供（应）、（生）产、销（售）和人（力）、财（力）、物（力）的思路展开介绍的，纵横交错，脉络清楚，逻辑性强。

本书也是即将进入企业的大学生的自学读物，还可供其他相关人员作参考。

图书在版编目(CIP)数据

新编企业管理学/周占文主编. —重庆:重庆大学出版社, 2016. 9

高职高专财经专业系列教材
ISBN 978-7-5689-0103-1

I. ①新… II. ①周… III. ①企业管理—高等职业教育—教材 IV. ①F272

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 200447 号

高职高专财经类专业系列教材

新编企业管理学

(第3版)

周占文 主编

田义江 副主编

责任编辑:沈静 版式设计:沈静

责任校对:邹忌 责任印制:赵晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:易树平

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路21号

邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)

全国新华书店经销

自贡兴华印务有限公司印刷

*

开本:787mm×1092mm 1/16 印张:16.75 字数:380千

2016年9月第3版 2016年9月第8次印刷

印数:19 001—21 000

ISBN 978-7-5689-0103-1 定价:39.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

第3版前言

我,一介草根,40年职业生涯:10年在万人大厂和百人小厂,5年在国家、省、市级工业管理部门,从做工到管理,也参观检查过各类企业的管理,还参加过数次部级企业管理学术研讨会;25年在大学里从事企业管理理论研究和教学,外省的省城主动为我的企业管理观点举办过学术研讨会。因此,编写《新编企业管理学》时,心头始终闪现着企业管理的生动场景,知道学生应该学习什么,也知道教师应该怎么讲授。

企业管理学从内容结构无外乎两种:一种是按管理的职能写,把计划、组织、指挥、控制、协调分别展开;另一种是按企业管理的对象写,把供、产、销和人、财、物的管理分别展开。考虑到前一种写法容易写成纯粹的管理学,使之空泛且无法保证关照到企业管理的方方面面,教师不好讲,学生不好学。因此,当年写此教材时,我便毫不犹豫地采用了第二种写法。

我是个理想主义者,做事喜欢追求完美,写东西更是如此。立言啊!更何况,还是编教材。就谋篇而言,强调逻辑联系,详见本书目录;就行文而言,强调心思缜密,详见本书正文。白纸黑字,历历在目,恕不重复。执笔时,掌握一个度:企业管理的方方面面,点到为止。所谓点到为止,包括两层意思,该点到的必须点到,决不落下,目的是让学生掌握全面知识,但又只是点到,决不做过多解释,让教师有展开的余地,有讲头。

应该明白,与其说企业是一种经济体,不如说企业是一种政治体。何为政治?孙中山说:“管理众人之事,就是政治。”企业是社会化大生产的产物,市场经济的结晶。市场上的买卖双方,无论是法人还是自然人,无论规模大小,无论行政级别高低,无论国有或私有,即使是资方和劳方,都是平等的。市场经

济充满契约精神、平等意识。在此基础上建立的是民主和法制社会,公平、公正、公开蔚然成风。

在人文、社会科学和自然科学这三大学科中,企业管理学介于人文和自然科学之间,属于社会科学,却更偏重于人文。自然科学求真——真理——物质世界的本质;社会科学求善——善缘——主要是人与人之间,当然包括人与物之间的相处之道;人文求美——美好——精神世界——人类心灵的家园。相对而言,由自然科学生发出的改造物质世界手段的技术,日新月异地进步;社会科学分支的企业管理学,发展缓慢;人文则变化甚微,甚至令人喟然而叹“人心不古”。

不是敝帚自珍。这本《新编企业管理学(第3版)》,无论从内容上、体例上、方法上,在21世纪初编写时,已经力争新颖,故而才命名为《新编企业管理学》。如今离第1版出版不到12年,离第2版出版不到9年。按说,是没有太多可修改的。但是,我还是利用这次再版难得的机会,进行了大量文字订正。此刻,不免让我想起李贺“自况”的诗句:“寻章摘句老雕虫,晓月当帘挂玉弓。不见年年辽海上,文章何处哭秋风?”修改最大的是9.3:由“ISO 9000 系列标准简介”改为“ISO 9000 族标准简介”,标题只差一个十分相近的词,正文却全然重写,因为国际标准化组织质量管理 and 质量保证技术委员会后来对标准做了彻底修改并重新命名。特此声明。

经济管理教授 周占文

写于2016年3月15日即质量管理日

第1版前言

20世纪80年代,开放搞活的初期,企业管理这个专业在各个高校也着实火了一把。后来,随着国有企业“以包代管”与“以改代管”,企业管理专业毕业生空有屠龙之术,也无人喝彩,企业管理专业也就在大部分高校归于沉寂或无疾而终。慢慢地,企业管理也就仅剩下一门企业管理学课程,直落得只配给其他专业作配课的地步与“做小”的角色。

近10年来,工商管理(MBA)传入中国,这是企业管理专业的复兴,给传统的企业管理这个专业以启示,也给传统的企业管理学这门课程以启示。

这一回,我们是想编一本为非企业管理类专业大专层次配课使用的《企业管理学》。恰逢教育部要求职业技术教育层次“压缩理论课时,增加实践课时”,因此本教材就有意作了一些尝试:增加了实习实训的内容和案例分析的内容。希望在每章理论讲授完毕,先让学生下去,到企业去,进行考察调研,接触实际,写出相应的调查报告,然后进行案例分析。理论课与实践课的课时(共80课左右)分配大致是:3:2。“工欲善其事,必先利其器。”想让职业技术教育加大实践教学的内容,没有相应的配套教材是不行的。

这是一个企业管理知识的普及本,入门本,甚至就是启蒙本,因此覆盖面大,深度浅,注意了一些新知识的介绍,但尽量通俗化。

编罢全书,总觉枝枝蔓蔓,章节有些多,不过也没有太好的办法,太少了怕失之残缺,只好请任课教师运用本教材时,各取所需,根据具体情况作适当的裁剪了。就一门课而言,有些章节或还许还应该再展开些,很好地论述一下,但限于篇幅,只好作

罢;有些章节或许还应该再举些例子,展开演示一番,但考虑到按正常情况,有些内容前面别的课程已经讲过了,如市场预测中时间序列法和回归分析法,质量管理中的统计质量控制方法等,一些计算,一些作图的步骤和方法,统计学原理中已经做过详细的介绍,就采用点到为止的办法了。

本书的第1章至第3章由太原大学周占文撰写,第4章至第6章由天津工业职业技术学院武友林撰写,第7章和第8章由云南电视大学杨丹华撰写,第9章由重庆职业技术学院莫小漫撰写,第10章和第11章由重庆职业技术学院聂强撰写,第12章和第13章由成都电子机械高等专科学校田义江撰写,第14章和第15章由太原大学翟四团撰写。由周占文任主编(谋篇、组稿、总纂、修改、定稿),由田义江任副主编。

由于编者水平有限,书中不足之处在所难免,恳请读者批评指正。

太原大学 周占文
2004年5月

第1章 绪论	(1)
1.1 企业	(2)
1.2 管理与企业管理	(5)
1.3 企业管理学	(13)
[本章小结]	(14)
[思考题]	(15)
[实训练习]	(15)
[案例]	(15)

基础篇

第2章 企业管理基础知识	(18)
2.1 企业管理基本原理	(19)
2.2 现代企业制度	(22)
2.3 企业管理组织结构	(26)
2.4 企业管理现代化	(33)
[本章小结]	(35)
[思考题]	(35)
[实训练习]	(36)
[案例]	(36)

第3章 企业管理基础工作	(37)
3.1 企业管理基础工作概述	(38)
3.2 企业管理基础工作的具体内容	(41)
3.3 企业管理基础工作的考核与评价	(48)
[本章小结]	(49)
[思考题]	(51)
[实训练习]	(51)
[案例]	(51)

经营篇

第4章 企业经营战略管理	(54)
4.1 企业经营战略概述	(55)
4.2 企业经营战略管理	(57)
4.3 企业经营战略的规划、实施与控制	(59)
[本章小结]	(66)
[思考题]	(66)
[实训练习]	(67)
[案例]	(67)
第5章 企业经营计划管理	(68)
5.1 企业经营计划概述	(69)
5.2 企业年度综合经营计划	(71)
5.3 企业经营计划的编制与执行	(74)
[本章小结]	(81)
[思考题]	(82)
[实训练习]	(82)
[案例]	(83)
第6章 企业市场营销管理	(84)
6.1 企业市场营销概述	(85)
6.2 市场营销机会分析	(85)
6.3 企业目标市场策略	(88)

6.4 市场营销策略	(93)
[本章小结]	(97)
[思考题]	(98)
[实训练习]	(98)
[案例]	(98)

生产篇

第7章 企业技术管理	(101)
7.1 企业技术管理概述	(102)
7.2 技术引进与技术改造	(103)
7.3 技术创新与产品创新	(107)
[本章小结]	(113)
[思考题]	(114)
[实训练习]	(115)
[案例]	(115)
第8章 企业生产管理	(116)
8.1 企业生产管理概述	(117)
8.2 生产过程组织	(119)
8.3 生产计划与生产作业计划	(124)
8.4 新型生产方式和新型生产计划管理模式简介	(126)
[本章小结]	(129)
[思考题]	(130)
[实训练习]	(131)
[案例]	(131)
第9章 企业质量管理	(132)
9.1 企业质量管理概述	(133)
9.2 统计质量控制方法	(136)
9.3 ISO 9000 族标准简介	(142)
[本章小结]	(145)

[思考题]	(146)
[实训练习]	(147)
[案例]	(148)

人文篇

第10章 企业人力资源管理	(152)
10.1 人力资源管理概述	(153)
10.2 员工配备与员工日常管理	(155)
10.3 管理人员选聘	(159)
10.4 员工培训与开发	(162)
10.5 员工绩效评估与报酬	(168)
[本章小结]	(173)
[思考题]	(174)
[案例]	(174)
第11章 企业文化与公共关系	(176)
11.1 企业文化	(177)
11.2 公共关系	(179)
[本章小结]	(189)
[思考题]	(189)
[实训练习]	(190)
[案例]	(190)

财务篇

第12章 企业财务管理	(192)
12.1 企业财务管理概述	(193)
12.2 筹资管理	(194)
12.3 资产管理	(196)
12.4 利润管理	(198)
12.5 财务分析	(200)

[本章小结]	(204)
[思考题]	(206)
[实训练习]	(206)
[案例]	(206)
第13章 企业技术经济分析	(208)
13.1 企业技术经济分析概述	(209)
13.2 投资、成本及时间因素计算	(209)
13.3 方案评价的原则与比较条件	(215)
13.4 技术经济分析方法	(216)
[本章小结]	(219)
[思考题]	(220)
[实训练习]	(220)
[案例]	(221)

物力篇

第14章 企业设备管理	(224)
14.1 企业设备管理概述	(225)
14.2 设备的选择与评价	(226)
14.3 设备的维护与检修	(229)
14.4 设备的改造与更新	(234)
[本章小结]	(237)
[思考题]	(238)
[实训练习]	(238)
[案例]	(238)
第15章 企业物资管理	(239)
15.1 企业物资管理概述	(240)
15.2 物资消耗定额与物资储备定额	(242)
15.3 物资供应计划的编制与实施	(247)
15.4 仓库管理	(249)
[本章小结]	(250)

[思考题]	(251)
[实训练习]	(251)
[案例]	(251)
参考文献	(253)

第 1 章

绪 论

【学习目标】

了解企业、管理、企业管理和企业管理学等概念,形成对企业管理学总体的最初步最概括的认识,为以后各章更深入、更详细、更具体的学习先作一些必要的背景知识准备,搭建一个比较稳固的平台。

1.1 企 业

1.1.1 企业的概念

企业是指按照市场需求从事生产、流通和服务等经济活动并获取盈利,独立核算,自主经营,自负盈亏,照章纳税的经济组织。

企业是一个历史范畴。它是生产力和生产关系发展到一定水平的产物。

企业是现代社会的经济单位,是国民经济的细胞,像家庭,是古代社会的基本单位和国民经济的细胞一样。一般来说,企业总是与一定的场所相联系的,如工业企业有厂房,商业企业有店铺等;企业也总是一种组织,它有自己的机构和人员等;但企业又不是单纯的场所和组织概念,它还是一种制度概念。

经济活动古已有之。但是,只有随着生产力的提高和生产关系的发展——商品经济的发展,到了资本主义社会,社会的基本经济单位发生了根本变化,大量由资本所有者雇用许多工人、使用一定的生产手段、共同协作、从事劳动的生产经营单位涌现时,作为社会基本单位的企业才真正出现。从中华人民共和国建立到改革开放搞活经济前,我国国民经济实行计划经济,所谓的企业事实上是国家这个“大企业”的一个“生产车间”,根本没有经营自主权,也没有独立的经济利益,也就不是真正意义上的企业。只有从十一届三中全会开始,“市场取向”的改革经历了好几个阶段,才从制度上为企业的健康发展奠定了稳固的基础。

1.1.2 企业的特性

1) 商品性

企业是直接从事商品生产和经营的经济组织。

现代社会中存在各种各样的组织。企业作为一种社会组织,与其他社会组织有共性;但作为一种特殊的社会组织——经济组织,又有其个性。它直接从事经济活动,向社会提供商品和劳务,是为销售而进行活动的,工厂为销售而生产,商店为销售而进货,企业作为经济组织的商品性就完全显露出来了。

2) 营利性

企业是为营利而建立的经济组织。

营利并获得盈利是企业建立的基本目的,也是企业生存的前提条件。投资没有盈利,便没有人投资,也便没有企业。没有盈利,企业便不能扩大再生产,也无法发展。从国家的角度来说,企业也是营利的组织,国有企业通过上缴利润和纳税、其他企业通过纳税给国家形成主要财政收入,国家才可能有财政拨款支持各项事业。

3) 独立性

企业是独立的经济组织。

企业的独立性,一方面来自企业出资者的权利,谁投资,谁就要对企业说了算;另一方面,市场瞬息万变,如果企业不具有独立性,处处受制于某种组织或机构,就很难以企业特有的地位参与市场竞争。企业的独立性决定了企业之间的关系是平等的,是独立的商品生产者和经营者之间的关系,交往必须遵循等价交换的原则。

4) 系统性

企业本身是一个严密分工协作的生产经营系统,也是社会这个更大系统——母系统的子系统。

系统是由两个或两个以上相互区别和相互作用的元素有机结合起来完成某一功能的综合体。企业是人造系统,只有用企业的整体目标统帅各自的具体目标,只有企业的管理者、管理机构以及企业各部门构成一个整体,企业才能完成一个独立的商品生产者和经营者的任务。同时,企业必须适应社会这个大系统,自己才能生存和发展。

5) 法人实体性

企业是民事活动的重要参加者和重要的民事主体,是具有民事权利和民事能力并依法享有民事权利和承担民事义务的组织。

说企业是法人,是相对自然人而言,法律给它以类似于自然人一样的权利和义务。表现在:

- ①企业是依法登记的经济组织。
- ②企业拥有全部法人财产。
- ③企业能以自己的名义参加经济争议的仲裁和诉讼,能独立承担民事责任。

1.1.3 企业的类型

从组织形式看,企业可以分为个体企业、合伙企业和公司企业3种。

1) 个体企业

个体企业,又称独资企业、单个业主制企业。企业是业主个人财产,由业主直接经营。业主享有该企业的全部经营所得,同时对它的债务负有完全责任。如果经营失败,出现资不抵债,业主要用自己的家财来抵偿。这样,就使业主的所有私人财产都是有风险的。这是企业组织最早出现的、最简单的形式。

2) 合伙企业

合伙企业,又称合伙制企业。合伙企业是由两个或两个以上的个人共同出资兴建的企业。合伙人分享企业所得,并对营业亏损共同承担责任。它可以由一个合伙人经营或几个合伙人共同经营,其他合伙人仅仅出资并共负盈亏,也可以由所有合伙

人共同经营。某一合伙人的退出或更换,必须征得其他合伙人的同意,方可进行。

3) 公司企业

公司是指以盈利为目的,依公司法组织登记成立的企业。

(1) 公司的优点

①责任的有限性。股东以其出资额为限对公司承担责任。

②出资者所有权与企业法人财产权的分离性。股东不直接经营企业,持所有权的股东只作为一个整体,间接地、观念地、抽象地支配着公司的财产,而公司则靠“法人治理结构”来管理,由各方面的专家共同承担起公司的经营管理职能,两者之间形成委托代理关系,委托人(出资者)和代理人(经理人员)各自追求自己的目标,并通过复杂的授权与控制,建立了一套有效的激励制衡机制。

③资本的稳定性。出资者一旦购买公司的股票而成为股东,其股份一般不允许兑回,从而使公司具有资本的稳定性。

④所有权的可转移性。在大多数情况下,股票可以自由买卖、抵押等,这样,股东就可以根据自己的意愿转移自己所拥有那部分公司的所有权。

⑤寿命的持续性。只要经营得好,不亏损,不破产解散,公司的寿命就可以不断延续,股东或高级职员死亡、退出、股权的转手等,对公司的生存不构成威胁。

(2) 公司的缺点

①公司的设立和解散程序复杂,都要通过一定的法定程序。

②股东购买股票,只为取得股利和从股票升值中获利,对公司缺乏个体企业和合伙企业下那种所有者同企业之间的血肉相连关系。

公司作为法人实体,它的资产与出资人的个人财产相分离而存在,属于公司所有。公司可以通过两种主要途径获得资金:一种是通过出售公司股票;一种是通过借贷,通常是通过发行债券来获得长期借款。因此,它便于把社会上的游资吸收过来,使公司能筹集到巨额资金,以扩大企业规模。市场经济条件下社会化大生产发展所提出的资本集中的要求与资本属不同的所有者所有的矛盾,为公司的存在与发展提供了客观上的必要性。公司这种企业组织形式自身的一系列优点为公司的发展提供了主观上的可能性。而信用制度的发展,公司立法的逐步完善、健全,为公司的发展提供了客观上的可能性,因此,公司已经成为现代企业的典型形式。

公司可以分为两种基本的形式:有限责任公司和股份有限公司。

①有限责任公司,是指股东以出资额为限对公司承担责任,公司以其全部资产对公司的债务承担法律责任的企业法人。有限责任公司的最基本特点,就是募股集资上的封闭性,即它不得向社会公开募股,不得发行股票;出资的转让法律上有较多限制;股东可以直接参与公司的管理,董事由大股东兼任。

②股份有限公司,是指其全部资本分为等额股份,股东以其所持股份为限对公司承担责任,公司以其全部资产对公司的债务承担法律责任的企业法人。股份有限公司的最基本特点,就是募股集资的公开性,即它可以向社会公开募股集资,股东人数没有上限规定;其股份可以自由转让,上市买卖;董事往往不是从股东中选拔,而是在社会上聘任。

从以上介绍不难看出:不同组织形式企业的出现顺序依次为,个体企业→合伙企