



21st CENTURY
规划教材

面向21世纪高职高专经济管理系列规划教材

COURSES FOR VOCATIONAL HIGHER EDUCATION: ECONOMICS AND MANAGEMENT

企 业 管 理

ENTERPRISE MANAGEMENT

马红光 主 编
于 军 李淑惠 副主编



科学出版社

www.sciencep.com



面向21世纪高职高专经济管理系列规划教材
COURSES FOR VOCATIONAL HIGHER EDUCATION: ECONOMICS AND MANAGEMENT

企 业 管 理

马红光 主 编

于 军 李淑惠 副主编

科 学 出 版 社

北 京

内 容 简 介

本书是作者在多年高职高专的教学实践基础上,针对学生学习“企业管理”课程的特点编写的高职高专经济管理类教材。全书分为十六章,对企业、企业制度及企业的各项具体的职能管理,如战略管理、营销管理、生产管理、物流管理、质量管理、财务管理、人力资源管理、信息管理和企业文化等方面进行了系统、全面的讲解。每章的“学习目的与要求”说明掌握本章知识的深浅层次,具体内容均为相应的基本、核心知识;“聚焦与透视”介绍本章知识的最新发展或现实中的热点问题;“思考与练习”符合“教师精讲”、“学生多练”、“能力本位”教学模式的需要。

本书理论阐述简明扼要、注重实用,既可作为高职高专院校管理类专业的教材,也可作为在职人员的培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

企业管理/马红光主编. —北京:科学出版社, 2005

(面向 21 世纪高职高专经济管理系列规划教材)

ISBN 7-03-015055-4

I. 企… II. 马… III. 工商企业 - 企业管理 - 高等学校: 技术学校 - 教材 IV. F276.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 012853 号

责任编辑:万国清 马琳/责任校对:耿耘

责任印制:吕春珉 /封面制作:东方人华平面设计部

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

新蕾印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2005年3月第 一 版 开本: B5 (720×1000)

2005年3月第一次印刷 印张: 19 1/4

印数: 1-3 000 字数: 355 000

定价: 26.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈路通〉)

销售部电话 010-62136131 编辑部电话 010-62138978-8004

出版前言

随着世界经济的发展,人们越来越深刻地认识到经济发展需要的人才多元化、多层次的,既需要大批优秀的理论型、研究型的人才,也需要大批应用型人才。然而,我国传统的教育模式主要是培养理论型、研究型的人才。教育界在社会对应用型人才需求的推动下,专门研究了国外应用型人才教育的成功经验,结合国情大力度地改革我国的“高等职业教育”,制定了一系列的方针政策。联合国教科文组织 1997 年公布的教育分类中将这种教育称之为“高等技术与职业教育”,也就是我们通常所说的“高职高专”教育。

我国经济建设需要大批应用型人才,呼唤高职高专教育的崛起和成熟,寄希望于高职高专教育尽快向国家输送高质量的紧缺人才。近几年,高职高专教育发展迅速。目前,各类高职高专学校已占全国高等院校的近 1/2,约有 600 所之多。教育部针对高职高专教育出台的一系列政策和改革方案主要体现在以下几个方面:

- “就业导向”成为高职高专教育的共识。高职高专院校在办学过程中充分考虑市场需求,用“就业导向”的思想制定招生和培养计划。
- 加快“双师型”教师队伍建设。已建立 12 个国家高职高专学生和教师的实训基地。
- 对学生实行“双认证”教育。学历文凭和职业资格“双认证”教育是高职高专教育特色之一。
- 高职高专教育以两年学制为主。从学制入手,加快高职高专教学方向的改革,充分办出高职高专教育特色,尽快完成紧缺人才的培养。
- 开展精品专业和精品教材建设。已建立科学的高职高专教育评估体系和评估专家队伍,指导、敦促不同层次、不同类型的学校办出一流的教育。

在教育部关于“高职高专”教育思想和方针指导下,科学出版社积极参与到高职高专教材的建设中去,在组织教材过程中采取了“请进来,走出去”的工作方法,即由教育界的专家、领导和一线的教师,以及企事业从事人力资源工作的人员组成顾问班子,充分分析我国各地区的经济发展、产业结构以及人才需求现状,研究培养国家紧缺人才的关键要素,寻求切实可行的教学方法、手段和途径。

通过研讨认识到,我国幅员辽阔,各地区的产业结构有明显的差异,经济发展也不平衡,各地区对人才的实际需求也有所不同。相应地,对相同专业和相近专业,不同地区的教学单位在培养目标和培养内容上也各有自己的定位。鉴于此,

适应教育现状的教材建设应该具有多层次的设计。

为了使教材的编写能针对受教育者的培养目标,出版社的编辑分不同地区逐所学校拜访校长、系主任和老师,深入到高职高专学校及相关企事业单位,广泛、深入地 and 教学第一线的老师、用人单位交流,掌握了不同地区、不同类型的高职高专院校的师生、教学设施情况,清楚了各学校所设专业的培养目标和办学特点,明确了用人单位的需求条件。各区域编辑对采集的数据进行统计分析,在相互交流的基础上找出各地区、各学校之间的共性和个性,有的放矢地制定选题项目,并进一步向老师、教育管理者征询意见,在获得明确指导性意见后完成“高职高专规划教材”策划及教材的组织工作:

- 第一批“高职高专规划教材”包括三个学科大系:经济管理、信息技术、建筑。
- 第一批“高职高专规划教材”在注意学科建设完整性的同时,十分关注具有区域人才培养特色的教材。
- 第一批“高职高专规划教材”组织过程正值高职高专学制从3年制向2年制转轨,教材编写将其作为考虑因素,要求提示不同学制的讲授内容。
- 第一批“高职高专规划教材”编写强调
 - ◆ 以就业岗位对知识和技能需求下的教材体系的系统性、科学性和实用性。
 - ◆ 教材以实例为先,应用为目的,围绕应用讲理论,取舍适度,不追求理论的完整性。
 - ◆ 提出问题→解决问题→归纳问题的教、学法,培养学生触类旁通的实际工作能力。
 - ◆ 课后作业和练习(或实训)真正具有培养学生实践能力的作用。

在“高职高专规划教材”编委的总体指导下,第一批各科教材基本是由系主任或从教学一线中遴选的骨干教师执笔撰写。在每本书主编的严格审读及监控下,在各位老师的辛勤编撰下,这套凝聚了所有作者及参与研讨的老师们的经验、智慧和资源,涉及三个大的学科近200种的高职高专教材即将面世。我们希望经过近一年的努力,奉献给读者的这套书是他们渴望已久的适用教材。同时,我们也清醒地认识到,“高职高专”是正在探索中的教育,加之我们的水平和经验有限,教材的选题和编辑出版会存在一些不尽人意的地方,真诚地希望得到老师和学生的批评、建议,以利今后改进,为繁荣我国的高职高专教育不懈努力。

科学出版社

2004年6月1日

前 言

本书根据教育部《高职高专管理课程教学基本要求》，针对高职高专培养经济管理类应用人才的特点编写。本书系统、全面地讲解了企业管理的基本知识、核心理论，并结合高职高专的教学特点，按照理论够用为度、知识注重实用的原则，对相关知识进行了深浅有度、简明扼要地阐述，符合“教师精讲”、“学生多练”、“能力本位”的高职高专教学模式的需要。

本书共十六章，每章分为四部分：“学习目的与要求”说明本章所需掌握的知识和理论的深浅层次；具体内容分别就企业、企业制度及企业的各项具体的职能管理，如战略管理、营销管理、生产管理、物流管理、质量管理、财务管理、人力资源管理、信息管理和企业文化等方面进行了详细而具体地讲解，语言简洁，层次清楚；“聚焦与透视”介绍本章知识的最新发展或现实中的热点问题，以帮助学生深入理解所学知识和理论，并以此认识和了解企业管理实践中的热点、难点；“思考与练习”帮助学生对本章所学知识和理论进行巩固。

马红光负责本书的大纲编写和内容设计，并对全书进行统筹、定稿。具体分工：马红光编写第一、十四、十五和十六章；方欣编写第二章；李淑惠编写第三、九、十、十一章；邹蓉、樊明、孙晓玲编写第四章；张谦编写第五、七、十二、十三章；于军编写第六、八章。

本书是我们在积累了多年高职高专教学经验的基础上，参阅了众多专家和学者的相关论著与教材编写而成。但由于企业管理是一门涉及范围广、实用性强，而发展又比较快的应用性学科，虽然作者十分努力，仍难免存在缺点和不足，恳请同行专家和诸位读者批评指正，以便进一步完善。

目 录

第一章 企业与企业管理	1
第一节 企业系统及其类型	1
一、企业的涵义	1
二、企业系统	2
三、企业的类型	4
第二节 企业管理的职能与内容	6
一、管理的涵义	6
二、企业管理的涵义与性质	7
三、企业管理的职能	8
四、企业管理的内容	9
五、企业管理的方法	11
第三节 企业管理的阶段及其主要理论	12
一、传统管理阶段及其主要思想	12
二、科学管理阶段及其主要理论	13
三、现代管理阶段及其主要理论	15
聚焦与透视	19
思考与练习	21
第二章 企业制度	22
第一节 企业制度的涵义及其历史演进	22
一、企业制度的涵义	22
二、企业制度的历史演进	22
第二节 现代企业制度	26
一、现代企业制度的涵义和特征	26
二、现代企业制度的内容	29
三、现代企业制度的主要形式	30
第三节 法人治理结构	32
一、法人治理结构的涵义	32
二、股东大会	33
三、董事会	34
四、高层经理班子	35
五、监事会	37

聚焦与透视	37
思考与练习	40
第三章 企业组织管理	41
第一节 企业组织管理的涵义与作用	41
一、组织的涵义及特征	41
二、组织的作用	42
三、组织管理的内容	43
第二节 企业组织管理的基本原则	45
一、统一指挥原则	45
二、有效管理幅度原则	45
三、责权对等原则	46
四、分工协作原则	46
五、集权与分权结合原则	46
六、稳定性与适应性结合原则	47
第三节 组织结构形式	47
一、直线型组织结构	47
二、职能制组织结构	48
三、直线职能制组织结构	48
四、事业部制组织结构	49
五、模拟分散组织结构	50
六、矩阵制组织结构	51
七、多维立体组织结构	52
第四节 组织变革	52
一、组织变革的动因	53
二、组织变革的实施	53
聚焦与透视	54
思考与练习	56
第四章 企业文化	57
第一节 人本管理与企业文化	57
一、人本管理的产生	57
二、人本管理原理	58
三、企业文化的涵义与构成内容	59
第二节 企业文化的特征与功能	61
一、企业文化的特征	61



二、企业文化的功能	62
第三节 企业文化建设	64
一、企业生命周期与企业文化	64
二、企业文化建设	67
聚焦与透视	71
思考与练习	73
第五章 企业战略	74
第一节 企业战略的涵义及层次	74
一、企业战略的涵义	74
二、企业战略的特征	75
三、企业战略的构成要素	75
四、企业战略的层次	76
第二节 企业战略环境分析	77
一、企业外部环境分析	77
二、企业内部条件分析	80
三、企业战略环境分析方法	81
第三节 企业战略的制订、实施、控制和修订	83
一、企业战略的制订	83
二、企业战略的实施	84
三、企业战略的控制	85
四、企业战略的修订	86
聚焦与透视	87
思考与练习	88
第六章 市场分析	89
第一节 市场的基本内涵	89
一、市场的涵义	89
二、市场的分类	90
第二节 市场调查与预测	91
一、市场调查的内容与方法	91
二、市场预测的涵义与方法	94
第三节 市场细分与目标市场	97
一、市场细分的涵义与作用	97
二、市场细分的方法	98
三、目标市场策略	101

四、市场定位	104
聚焦与透视	106
思考与练习	107
第七章 决策与计划	108
第一节 决策的分类与原则	108
一、决策的涵义	108
二、决策的分类	109
三、决策的原则	109
第二节 决策的程序与方法	110
一、决策的程序	110
二、决策的方法	112
第三节 经营计划	120
一、经营计划的种类	120
二、经营计划的内容	121
三、经营计划的编制与控制	122
聚焦与透视	123
思考与练习	124
第八章 营销管理	125
第一节 营销组合策略	125
一、营销组合的特点	125
二、4P 营销组合策略	126
三、营销组合策略的扩展	127
第二节 产品与定价	128
一、产品的整体概念	128
二、产品组合	129
三、产品生命周期理论	130
四、产品定价方法	134
第三节 渠道与促销	138
一、分销渠道的作用与选择	138
二、促销的涵义与具体手段	142
聚焦与透视	145
思考与练习	147
第九章 生产管理	148
第一节 生产过程组织	148

一、生产过程的组成	148
二、生产类型	150
第二节 生产过程的组织形式	151
一、生产过程的空间组织	151
二、生产过程的时间组织	153
三、流水生产	155
第三节 生产计划与生产作业计划	158
一、生产计划	158
二、生产作业计划	159
第四节 网络计划技术	163
一、网络图的构成	163
二、网络图的绘制规则	164
三、网络图的时间计算	165
聚焦与透视	167
思考与练习	169
第十章 物流管理	170
第一节 物流管理的作用与任务	170
一、企业物资的作用	170
二、物流管理的作用与任务	171
第二节 供应物流管理	172
一、物资需求量的确定	172
二、物资库存量的确定	173
三、物资采购量的确定	173
第三节 生产物流管理	174
一、物资消耗定额的作用	174
二、物资消耗定额的构成	175
三、物资消耗定额的制定	175
第四节 储备物流管理	177
一、物资储备定额	177
二、物资库存控制	179
第五节 物料需求计划	181
一、物料需求计划的产生与发展	181
二、物料需求计划的基本原理	182
聚焦与透视	186

思考与练习	188
第十一章 质量管理	189
第一节 质量管理及其发展	189
一、质量的涵义	189
二、质量管理及其发展	190
第二节 全面质量管理	191
一、全面质量管理的特点	191
二、全面质量管理的指导思想	192
三、全面质量管理的内容	192
四、全面质量管理的运作方法	193
第三节 质量管理的常用方法	194
一、质量管理常用的统计方法	194
二、质量管理的七种新工具	199
第四节 质量管理体系标准与质量认证	201
一、质量管理体系标准的产生与发展	201
二、ISO9000 系列标准的组成	202
三、ISO9000 系列标准与 TQM 的关系	204
四、质量认证	205
聚焦与透视	206
思考与练习	207
第十二章 设备管理	208
第一节 设备管理的内容与任务	208
一、设备管理的内容	208
二、设备管理的任务	208
第二节 设备的选择与经济评价	209
一、设备的选择	209
二、设备的经济评价	210
第三节 设备的磨损与检修	213
一、设备的磨损规律	213
二、设备的检查	215
三、设备的维修	216
第四节 设备的更新与改造	217
一、设备的更新	217
二、设备的改造	219

聚焦与透视	219
思考与练习	220
第十三章 人力资源管理	222
第一节 人力资源规划	222
一、人力资源及其管理	222
二、人力资源规划	224
第二节 员工招聘	228
一、员工招聘的程序及策略	228
二、员工招聘的形式及选择	230
第三节 绩效评估	231
一、绩效评估的主体	232
二、绩效评估的标准	233
三、绩效评估的方法	234
聚焦与透视	236
思考与练习	237
第十四章 资金来源与占用管理	238
第一节 资金来源管理	238
一、资金的涵义与特点	238
二、权益资金筹集与管理	239
三、负债资金筹集	241
第二节 资金占用管理	243
一、流动资产的管理	243
二、长期投资管理	245
三、固定资产管理	246
四、无形资产与其他资产管理	248
第三节 资产负债表的结构及分析	249
一、资产负债表的性质与作用	249
二、资产负债表的结构	249
三、偿债能力分析	251
聚焦与透视	252
思考与练习	254
第十五章 收支与利润管理	255
第一节 收入管理	255
一、收入的内容与确认	255
二、商品销售收入计划	256

第二节 支出管理	257
一、支出的分类	257
二、目标成本管理	259
第三节 利润管理	261
一、利润的概念	261
二、利润的构成	262
三、利润规划	263
四、利润分配	264
第四节 利润表的结构及分析	265
一、利润表的性质与作用	265
二、利润表的结构	265
三、盈利能力分析	266
聚焦与透视	267
思考与练习	270
第十六章 信息管理与电子商务	271
第一节 信息与企业管理	271
一、信息的涵义	271
二、信息的分类	272
三、信息在企业管理中的作用	273
第二节 信息系统	274
一、信息系统的概念	274
二、信息系统的建立	274
三、信息系统的运行	275
四、信息系统的类型	275
第三节 电子商务的功能与分类	279
一、电子商务的涵义	279
二、电子商务的特性与功能	279
三、电子商务的分类	281
四、电子商务的层次	283
第四节 电子商务的机理与模式	284
一、电子商务的机理分析	284
二、电子商务的流程与模式	286
聚焦与透视	288
思考与练习	290
参考文献	291



第一章 企业与企业管理

学习目的与要求

通过本章的学习，应该掌握企业、管理、企业管理的概念，企业管理的性质和职能，以及泰罗、梅奥、西蒙的管理理论；熟悉企业的分类和企业管理的内容；了解企业系统的构成及转换过程；认识企业管理的三个阶段及其相应的管理思想和管理理论。

企业是人类社会中的一个经济组织。管理活动是随人类社会的共同劳动而逐步形成和发展起来的。在企业管理的实践中，人们总结并创立了一系列流派纷呈的管理思想和理论。本章首先阐明企业的概念，并进行企业系统的阐述和企业的分类；然后，阐明管理及企业管理的概念，并讲述企业管理的性质、职能和内容等；最后，讲述企业管理的三个阶段，并较为详细地介绍相应的管理思想及管理理论。

第一节 企业系统及其类型

一、企业的涵义

（一）企业的概念

企业是商品经济和社会分工发展到一定阶段的产物，是现代社会的经济细胞和基本经济单位，是社会商品和劳务的主要生产者和供给者。在市场经济体制中，企业是最基本的微观市场主体。

企业从诞生到现在一直处于不断发展之中，存在形式也日趋多样，但其本质始终是商品生产和经营的经济组织。因此，企业是指从事生产、流通或服务等经济活动，以盈利为目的，具有法人资格的经济组织。

（二）企业的内涵

根据企业的概念，一个经济组织要成为企业，必须同时满足三个条件。

1. 经济性

企业是从事生产、流通或服务等经济活动的，这回答了企业干什么的问题。

这就是企业作为经济组织与行政单位、事业单位和群众团体等的根本区别。

2. 盈利性

企业是以盈利为目的的，这回答了企业为什么要干的问题。企业以收抵支，获取效益，以简单再生产、扩大再生产的周期性循环，创造并积累社会财富，为人类社会的不断发展提供物质源泉。

3. 规范性

企业是具有法人资格的，这回答了企业从事经济活动的资格问题，是对现代企业的社会身份的界定，而传统的个人业主制、合伙制企业属于自然人企业。企业是独立的市场主体，不是任何行政机构的附属物。对于国有企业来说，只是国有资本投入形成的国有产权特性的经济组织，它不是也应该不是政府的附属物。

二、企业系统

(一) 企业系统的要素

从系统论的观点看，企业是社会经济大系统中的一个子系统。企业要开展盈利性的经济活动，就必须拥有生产经营活动所需的各种生产要素，具体地说企业是由产品、人、财、物和信息五个系统要素组成的。

1. 产品

这是指企业为市场提供的，能满足消费者需要的使用价值载体。这里的产品是整体产品概念，既包括实物也包括服务。

2. 人

这是指企业从事生产经营活动所需的，具有科学技术知识和工作技能的员工。它包括经营管理人员、工程技术人员、市场营销人员和生产作业人员等。

3. 财

这是指企业在生产经营活动中所占用的资金价值总量。它包括出资者投入的资本及其经营过程中的盈余和从各方筹集的借入款项，即所有者权益和负债两大类资金。

4. 物

这是指企业开展生产经营活动所需要的劳动手段和劳动对象。它包括厂房建筑物、机器设备、工具器具等固定资产，原材料、燃料、包装物、低值易耗品等流动资产和商标、专利等无形资产。

5. 信息

这是指企业将上述要素相互结合并有效运行所生成的各种数据、资料等知识内容。它附着于产品、人、财、物四个要素的结合体之中。

任何一个企业必须具备这五个要素才能生存,并将其有效结合运行才能求得发展,达到获取利润的系统目标。

(二) 企业系统的运行

1. 企业转换机构

五要素所构成的企业系统,从动态角度看,实际上就是一种转换机构,即不断地把一定的投入转换为一定产品的机构,如图 1.1 所示。

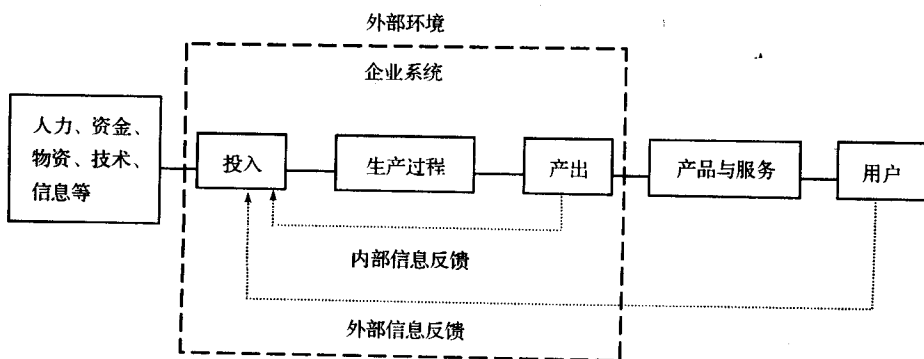


图 1.1 企业转换机构

企业这个转换机构在运行过程中,投入人力、资金、物资、技术和信息等,经过加工制造的生产过程,产出的是实物产品与服务,当其被消费者购买而实现了价值以后,资金得到增殖,企业有了进一步改进技术、开发产品的条件,从而获得发展。企业系统的这一转换过程,要求企业管理必须以企业从投入经转换到产出这一过程即生产经营过程为中心,力求使这一过程始终处于良性循环状态,且要效率高、效益好。此外,还应看到,企业这个转换机构是在一定的外部环境下进行生产经营活动的。企业必须适应外部环境,特别是适应市场需求与变化,才能生存和发展。因此,企业管理不仅要组织好企业内部的生产过程,还必须协调好与外部环境之间的关系,使之适应外部环境的要求与变化。

2. 企业系统的流程

由于企业的生产经营过程是循环往复、连续不断的,故其投入的各种要素在运动与变化中就形成了前后衔接、连续不断的流程,主要流程如下。

(1) 物流:以实物产品和服务为中心的流程,包括市场研究与产品决策、产品开发、物资采购、生产制造、市场营销、用户服务与反馈等。

(2) 资金流:相对于物流这个使用价值流程来说,资金流则是价值流程,是伴随物流而同时发生的一种流程,包括资金的筹措、投入、使用、分配等。

(3) 人事流:为适应物流与资金流的需要,而对企业全体员工进行招聘、调