



高职高专
物流管理专业 系列教材



物流企业管理

Wuliu qiye Guanli

姜春华 主编



重庆大学出版社

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



W

高职高专物流管理专业系列教材

物流企业管理

姜春华 主 编

许鸿斌 副主编

重庆大学出版社

内 容 提 要

本书从企业制度、企业构架、企业战略、企业运营、企业资源管理等方面入手,对物流企业管理的基础知识及基本方法作精炼的阐述。全书分10章,包括物流企业管理概述、物流企业经营战略、物流企业业务开发运作、物流企业作业管理、物流企业质量管理、物流企业财务成本管理、物流企业设施设备管理、物流企业人力资源管理、物流企业信息管理、物流企业与供应链管理。

本书是高职高专物流管理专业及相关专业学生的教材,同时也可供物流企业管理人员、技术人员参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

物流企业管理/姜春华主编. —重庆:重庆大学出版社,
2009.8

(高职高专物流管理专业系列教材)

ISBN 978-7-5624-4774-0

I. 物… II. 姜… III. 物流企业—企业管理—高等学校:
技术学校—教材 IV. F253

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第210169号

高职高专物流管理专业系列教材

物流企业管理

姜春华 主 编

许鸿斌 副主编

责任编辑:梁 涛 尚东亮 版式设计:梁 涛

责任校对:夏 宇 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鸽盛

社址:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内

邮编:400030

电话:(023)65102378 65105781

传真:(023)65103686 65105565

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

重庆华林天美印务有限公司印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:18.75 字数:336千

2009年8月第1版 2009年8月第1次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-4774-0 定价:30.00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

前言

随着经济全球化、自由化和网络化的发展,企业分工越来越细化,销售渠道越来越细密,企业供应链越来越长,客观上造成了物流成本在产品成本中的比重居高不下,自营物流成为企业沉重的包袱。规模效应促使专业物流产生并以其经济优势成为人们关注的经济热点。20世纪90年代后,我国独立于供需双方的第三方物流企业迅速兴起,随之而来的物流企业管理人才培养成为关系到中国物流产业发展的重要问题。

本书从企业制度、企业构架、企业战略、企业运营、企业资源管理等方面入手,对物流企业管理的基础知识及基本方法作精炼的阐述。本书是高职高专物流管理专业教材。体现职业教育特色,服务于高等职业教育目标是教材编写的宗旨。教材编写中我们从企业管理工作实际出发,内容选择注重实用性、先进性,在结构体系上力求与工作过程一致。

本书由长春职业技术学院姜春华担任主编并拟定写作提纲,准备资料;吉林电子信息职业技术学院许鸿斌任副主编并与长春职业技术学院许艳华完成第4章部分内容和第8章的编写工作;长春职业技术学院阎志军、李文月、徐惠莲完成第7章部分内容的编写工作,重庆电力高等专科学校刘小红完成第10章的编写工作。

第1, 2, 3, 5, 6, 9章及第4, 7章部分内容由姜春华完成, 最后姜春华负责全书统稿和补充修订工作。

本书编写中我们借鉴了国内外许多专家学者的观点, 参考并引用了许多论文、专著及报纸、杂志、网站的资料, 在此对作者表示由衷的谢意。

由于本人水平有限, 疏漏之处在所难免, 敬请读者提出批评和改进意见。

编者

2009年3月

QIANYAN

第1章 物流企业管理概述	1
1.1 企业	2
1.2 物流企业	6
1.3 企业管理	14
1.4 物流企业管理组织形式	19
复习思考题	27
第2章 物流企业经营战略	28
2.1 物流企业市场调查	29
2.2 物流市场分析	34
2.3 物流企业市场定位	40
2.4 物流企业战略目标与经营决策	46
复习思考题	57
第3章 物流企业业务开发运作	58
3.1 第三方物流的市场开发战略	59
3.2 第三方物流文案实训——物流项目投(招)标书	66
3.3 物流企业合作	72
3.4 物流解决方案设计	81
复习思考题	86

第4章 物流企业作业管理	88
4.1 物流企业作业管理概述	89
4.2 物流企业运输作业管理	94
4.3 物流企业仓储作业管理	98
4.4 物流企业配送及其他作业管理	107
复习思考题	114
第5章 物流企业质量管理	116
5.1 质量管理与质量认证	117
5.2 物流企业质量管理	122
5.3 物流服务质量管理与评价指标	128
5.4 企业质量管理的基本方法和工具	134
复习思考题	143
第6章 物流企业财务成本管理	144
6.1 财务管理概述	145
6.2 货币的时间价值	154
6.3 财务管理的内容	162
6.4 物流企业成本管理	173
复习思考题	184
第7章 物流设施设备管理	185
7.1 物流企业设施设备管理概论	186
7.2 物流企业仓储设施管理	193
7.3 物流企业设备配置	198
7.4 物流设备的使用与维护	204
复习思考题	213
第8章 物流企业人力资源管理	214
8.1 人力资源管理概述	215
8.2 人才选取与聘用	219

8.3 员工培训	225
8.4 物流企业员工绩效评析	228
复习思考题	236
第9章 物流企业信息管理	238
9.1 信息与信息资源	239
9.2 企业信息管理	245
复习思考题	263
第10章 物流企业与供应链管理	264
10.1 供应链管理	265
10.2 供应链管理中的物流管理	273
10.3 物流企业中的供应链管理	280
复习思考题	289
参考文献	290

第 1 章

物流企业管理概述

【本章目的和任务】

- 了解企业分类,掌握企业构成要素
- 理解并掌握现代企业制度的含义
- 了解物流企业分类,理解现代物流企业的特征、职能
- 一般了解企业管理知识,掌握物流企业的组织结构形式

【本章要点】

- 企业
- 企业制度
- 企业管理
- 物流企业的职能、分类
- 物流企业组织形式

1.1 企 业

企业是我们这个现实世界中普遍存在、最具活力、最为复杂的一种社会经济组织。相对于生产企业而言,物流企业专门从事实体商品的流通工作。

1.1.1 企业概述

企业是生产力发展到一定阶段的产物,是随商品生产的发展而产生的。随着商品生产的发展,资本主义社会以资本家大量雇工和协作劳动为特征的经济组织大量出现,一些工厂、商店、农场等企业成为从事社会生产和流通活动的基本经济单位。

1) 企业及其构成要素

(1) 企业的概念

人类为了生存,必须消费一定的物品。在商品经济条件下,人们为满足生存需要而必须消费的物品或与之有关的服务主要是在市场上通过商品交换形式获取的。专门为市场生产和提供这类产品或服务的社会经济单位便是企业。

企业就是指从事生产、流通或服务等活动,为需要进行自主经营、自负盈亏、承担风险、实行独立核算,具有法人资格的基本经济单位。

企业是一种特殊的社会经济组织,具有独立性、社会性、经济性、赢利性4个特征,其中独立性和经济性是其最基本的特征。

现代企业是指具有现代企业制度、采用现代化大生产方式、从事大规模产销活动的经济组织。其具有所有者和经营者相分离、拥有现代技术、拥有现代化的管理、企业规模不断扩大等4个特点。

(2) 企业的构成要素

企业是各种要素的集合,具体包括:拥有一定数量和技术水平的生产设备和资金;具有一定规模开展生产和经营活动的场所;具有一定数量和技能的生产者和经营管理者;从事社会商品的生产、流通等经济活动;进行自主经营、独立核算、自负盈亏、自担风险,并具有法人地位;企业的生产经营活动要获取利润。

企业活动表现为人员、物质、信息的流动,企业的构成要素即人力资源、

物力资源、信息资源。在企业的3个构成要素中,人力资源起主导地位,不仅因为物质和信息是由人决定的,而且物质和信息也是为人服务的,物质和信息是人的活动对象和活动结果。

任何企业的经营都离不开上述三要素,人力资源、物力资源及信息资源要素的有机结合才能进行有效的生产经营活动,从而实现企业的经营目标。

2) 企业的分类

总体上企业可分为生产企业和流通企业。生产企业是从物质性生产的经济组织,它利用科学技术、合适的设备,将原材料加工,使其改变形状或性能,为社会提供需要的产品,同时获得利润,包括工业生产企业、农业生产企业、建筑企业等。流通企业是指从事商品经营或服务性活动的经济实体,它以营利为目的,直接或间接向社会供应货物或劳务,以满足顾客的需要,同时获取利润,包括商品流通企业、要素流通企业等。

具体还可从不同的角度将企业作以下划分:

按生产资料所有制形式分,有国有企业、集体所有企业、私有企业(个体企业)、合资企业、外资企业。

按出资方式分,有个人企业(独资企业、业主制企业)、合伙企业、合作企业(供销合作社、信用合作社、消费合作社、运输合作社)、公司制企业(有限责任公司、股份有限公司、无限公司、两合公司)。

按组织形式分,有单独企业(独厂、独店)、联合企业(不同系列的联合、横向联合)、经济联合体(工商、农工商、产供销联合)、企业集团(集团企业)。

按经营规模分,有特大型企业、大型企业、中型企业、小型企业。

企业经营规模的划分,不同国家、不同时期、不同领域标准不同。但绝大多数以销售收入、雇员数、资产总额为相对标准。

企业的基本任务包括两项:一方面向社会提供产品或劳务。这种产品或劳务包括有形商品和无形商品;另一方面满足社会需要并获取赢利。社会需要包括市场显现的和潜在的需要;获取赢利必须以收抵支,并有盈余。

1.1.2 企业制度

企业制度是企业产权制度、企业组织形式和经营管理制度的总和。企业制度的核心是产权制度,企业组织形式和经营管理制度是以产权制度为基础的,三者分别构成企业制度的不同层次。企业制度是一个动态的范畴,它是随着商品经济的发展而不断创新和演进的。

现代企业制度是指以完善的企业法人制度为基础,以有限责任制度为保

证,以公司企业为主要形式,以产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学为条件的新型企业制度。其主要内容包括:企业法人制度、企业自负盈亏制度、出资者有限责任制度、科学的领导体制与组织管理制度。

现代企业制度的主要内容有以下几点:

1) 企业产权组织制度

企业产权组织制度是现代企业制度的基础,具有代表性的有以下3种:

①业主制。这一企业制度的物质载体是小规模的企业组织,即通常所说的独资企业。在业主制企业中,出资人既是财产的唯一所有者,又是经营者。企业主可以按照自己的意志经营,并独自获得全部经营收益。这种企业形式一般规模小,经营灵活。正是这些优点,使得业主制这一古老的企业制度一直延续至今。但业主制也有其缺陷,如资本来源有限,企业发展受限制;企业主要对企业的全部债务承担无限责任,经营风险大;企业的存在与解散完全取决于企业主,企业存续期限短等。因此业主制难以适应社会化商品经济发展和企业规模不断扩大的要求。

②合伙制。这是一种由两个或两个以上的人共同投资,并分享剩余、共同监督和管理的企业制度。合伙企业的资本由合伙人共同筹集,扩大了资金来源;合伙人共同对企业承担无限责任,可以分散投资风险;合伙人共同管理企业,有助于提高决策能力。但是合伙人在经营决策上也容易产生意见分歧,合伙人之间可能出现偷懒的道德风险。因此,合伙制企业一般都局限于较小的合伙范围,以小规模企业居多。

③公司制。现代公司制企业的主要形式是有限责任公司和股份有限公司。公司制的特点是公司的资本来源广泛,使大规模生产成为可能;出资人对公司只负有限责任,投资风险相对降低;公司拥有独立的法人财产权,保证了企业决策的独立性、连续性和完整性;所有权与经营权相分离,为科学管理奠定了基础。

2) 企业法人制度

现代企业的主要特征是具有法人制度,即企业具有依法享有法人财产的权利。

建立现代企业法人制度、确立企业的法人地位,是以建立明晰的企业产权制度为基础的。建立现代企业法人制度的意义在于——有利于明晰企业产权主体的身份、赋予企业真正的自主经营的权力、形成合理的资源配置机制。

3) 企业责任制度

现代企业制度中的责任制度是企业 and 投资者双方所承担的责任和义务,也称有限责任制度。

首先,企业承担对包括国家在内的出资者全部投资的民事责任,承担资产的增值、保值的责任,承担保证投资者享有收益的责任,承担企业加速自身发展的责任。其次,责任制度也是出资者实行自我保护的一种有效办法。

4) 组织领导制度

科学完善的组织领导制度是现代企业制度的重要组成部分。现代企业的组织制度的基本形式是公司制,其基本的领导体制是公司的董事会领导下的总经理负责制。

5) 内部管理制度

现代企业的内部管理制度包括劳动制度、人事制度、分配制度、财会制度等一系列的内容。

除此之外,现代企业制度的基本内容还包括企业破产制度、企业外部保障制度等内容。

1.1.3 企业文化

1) 企业文化的内涵

企业文化一般是指企业在一定的物质、制度的基础上所形成的影响企业凝聚力、创造力、适应力和持久力的精神、信念、道德、心理、智能等各种文化因素的总和。

企业文化的形成离不开民族文化、企业自身状况、企业环境、企业员工素质以及外民族化等因素的影响。从广义上讲,企业文化是指企业在社会实践中创造的物质财富和精神财富的总和;从狭义上说,企业文化是指企业在经营管理中所形成的独具特色的思想意识、价值观和行为方式。

企业文化通常指的是以价值观为核心的企业的内在素质及其外在表现,即狭义的企业文化。

2) 企业文化的层次结构

企业文化从其内部结构看,从外到内依次是物质文化、制度文化和精神

文化3个层面。在3个层面的相互关系中,精神文化决定制度文化和物质文化,制度文化是精神文化与物质文化的中介,物质文化和制度文化是精神文化的体现。

(1) 物质文化

物质文化即外显层文化,它是企业中凝聚企业精神文化的生产经营过程和产品的总和以及实体性的文化设施,主要包括企业的产品、环境、建筑、广告、产品包装设计等,是企业精神文化的物质体现和外在表现,从外观上体现着企业的管理水平。

(2) 制度文化

制度文化即中层文化,它是企业物质文化与精神文化的中介,具有固定、传递功能。它既是人的意识形态与观念形态的反映,又由一定物的形式所构成。它制约着员工的行为举止及表层文化的状况,它包括企业领导体制、企业组织机构和企业管理制度等。

(3) 精神文化

精神文化即内隐文化,它是企业受一定的社会文化背景、意识形态影响而形成的精神成果和文化观念。它是企业文化的核心,是企业精神、企业哲学、企业价值观、企业道德、企业风尚等的总和。它是企业物质文化、制度文化的升华,是企业生命赖以存在的灵魂。因此,建设企业文化的重点和难点就是如何塑造具有企业特色的精神文化。

1.2 物流企业

物流企业:“至少从事运输(含运输代理、货物快递)或仓储一种经营业务,并能够按照客户物流需求对运输、储存、装卸、包装、流通加工、配送等基本功能进行组织和管理,具有与自身业务相适应的信息管理系统,实行独立核算、独立承担民事责任的经济组织,非法人物流经济组织可比照适用。”

1.2.1 物流企业的基本职能及特征

1) 物流企业的基本职能

物流企业作为独立于生产企业之外,专门从事商品交换活动的经济实

体,从全社会来看,其基本的职能是以商品的买者和卖者的双重身份交替出现在市场中,解决社会生产与消费之间在数量、质量、时间和空间上的矛盾,实现生产和消费的供求结合,保证社会再生产的良性循环。物流企业的基本职能包括:

(1) 物流企业的采购职能

这一职能是物流过程的起点。物流企业根据市场的需求,用货币购买生产企业的劳动成果——物质产品,进入流通领域。意味着完成了流通过程的第一个环节,掌握了物质资源,为商品的销售奠定了可供需求的货源。

(2) 物流企业的销售职能

这一职能是物流过程的终点,它表现为从物质资源到货币的转换,获得增值的货币——销售利润。物流企业销售商品的职能,完成了物质产品所有权的让渡。

(3) 物流企业的储存职能

商品储存是指物质产品离开生产领域,但还没有进入消费领域而在流通领域内的暂时停滞。通过物流企业的这种“蓄水池”职能,将购进的物质产品加以积累,并根据消费的需要进行分类、编配、加工等,将商品实体适时、适量、适质、齐备的满足用户消费的需求,从而创造生产总过程的时间价值。

(4) 物流企业运送物质实体的职能

物流企业的这一职能,将暂时停滞在流通领域的物质产品,借助于运力完成商品实体在空间分布上的转移,运送到消费者所在地,从而创造出生产总过程的空间价值。物流企业的存和运的这两个职能,是物流全过程的两个相对独立的中间环节。通过物流企业对实体产品存和运的职能,完满地实现了其使用价值。

(5) 物流企业的信息流通职能

在市场经济社会,最重要、大量的信息来自于市场。由于物流企业在连接产需双方及其直接置身于市场的特殊地位,使它们在收集信息方面具有得天独厚的条件,将市场供求变化和潜在需求的信息反馈给供求双方,起到了指导生产、引导消费、开拓市场的作用。

2) 现代物流企业的特征

现代物流企业应是运用信息技术、实施现代管理、技术密集体现的物流企业。其具备以下特征:

(1) 反映快速化

生产者和消费者选择物流企业配送,理由之一是比较其自己采购节约时间。只有当物流企业做到“快速化”,才能保证生产者的零库存,实现消费者的及时需求。

(2) 服务系列化

现代物流企业除了传统的储存、运输、包装、流通加工等服务外,还在外延上扩展至市场调查与预测、采购及订单处理,向下延伸至物流配送咨询、物流配送方案的选择与规划、库存控制策略建议、货款回收与结算、教育培训等增值服务。

(3) 作业规范化

现代物流企业应使物流动作标准化和程序化,使复杂的作业变成简单。

(4) 目标系统化

现代物流企业应从系统的角度统筹规划一个企业整体的各种物流配送活动,处理好物流配送活动与商流活动及企业目标之间、物流配送活动与物流配送活动之间的关系,不求单个活动的最优化,但求整体活动的最优化。

(5) 手段现代化

现代物流企业应使用先进技术、设备与管理,为销售提供服务。

(6) 组织网络化

为了保证对产品促销提供快速、全方位的物流支持,新型物流配送要有完善、健全的物流配送网络体系,网络上点与点之间的物流配送活动保持系统性、一致性,这样可以保证整个物流配送网络有最优的总水平及库存分布,运输与配送快捷、机动,既能铺开又能收拢。分散的物流配送单体只有形成网络才能满足现代生产与流通的需要。

1.2.2 物流企业分类

物流企业是物流市场的主体,业务、功能、规模各异的众多物流企业是物流产业发展的基础。

1) 物流企业分类

按照物流企业完成的物流业务范围的大小和所承担的物流功能,可将物流企业分为综合性物流企业和功能性物流企业。功能性物流企业,也叫作单

一物流企业,即它仅仅承担和完成某一项或几项物流功能。按照其主要从事的物流功能,可将其进一步分为运输企业、仓储企业、流通加工企业等。而综合性物流企业能够完成和承担多项甚至所有的物流功能。综合性物流企业一般规模较大、资金雄厚、并且有着良好的物流服务信誉。

按照物流企业是自行完成和承担物流业务,还是委托他人进行操作,还可将物流企业分为物流自理企业和物流代理企业。物流自理企业就是平常人们所说的物流企业,它可进一步按照业务范围进行划分。物流代理企业同样可以按照物流业务代理的范围,分成综合性物流代理企业和功能性物流代理企业。功能性物流代理企业,包括运输代理企业(即货代公司)、仓储代理企业(仓代公司)和流通加工代理企业等。

国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会于2005年3月24日批准发布《物流企业分类与评估指标》,并于2005年5月1日起实施。

我国国家标准化管理委员会根据以物流服务某项功能为主要特征,同时向物流服务其他功能延伸的不同状况,划分不同类型的物流企业。

(1) 运输型物流企业

以从事货物运输服务为主,包含其他物流服务活动,具备一定规模的实体企业。企业的主要业务活动以为客户提供门到门运输、门到站运输、站到门运输、站到站运输等一体化运输服务,以实现货物运输为主;根据客户需求,运输型物流企业可以提供物流功能一体化服务。运输型物流企业评价指标见表1.1。

表 1.1 运输型物流企业评价指标

评价指标		级 别				
		AAAAA 级	AAAA 级	AAA 级	AA 级	A 级
经营	年总营业收入/元*	10 亿以上	2 亿以上	4 000 万以上	800 万以上	300 万以上
	年货运业务收入/元*	6 亿以上	1.2 亿以上	2 400 万以上	480 万以上	180 万以上
	企业开业时间*	3 年以上	2 年以上		1 年以上	
资产	企业资产总额/元*	10 亿以上	2 亿以上	4 000 万以上	800 万以上	300 万以上
	资产负债率*	不高于 60%				
设备设施	自有运输车辆/辆*	500 以上	300 以上	100 以上	50 以上	20 以上
	运营网点/个	50 以上	30 以上	15 以上	10 以上	5 以上