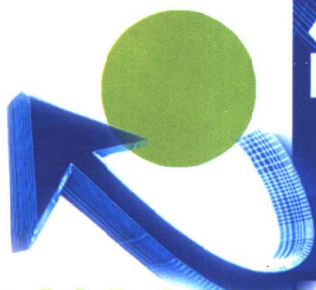


现代工业企业管理学

安学锋 主编

现代工业企业 管理学



XIANDAIGONGYEQIYE

GUANLIXUE

经济管理出版社

安学锋 主编

经济管理出版社

现代工业企业管理学

安学锋 主编

经济管理出版社

责任编辑: 贾晓建

版式设计: 蒋 方

责任校对: 贾全慧

图书在版编目 (CIP) 数据

现代工业企业管理学/安学锋主编. —北京: 经济管理出版社, 2002

ISBN 7-80162-311-8

I. 现... II. 安... III. 工业企业管理 IV. F406

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 089720 号

现代工业企业管理学

安学锋 主编

出版: 经济管理出版社

(北京市新街口六条红园胡同 8 号 邮编: 100035)

发行: 经济管理出版社总发行 全国各地新华书店经销

印刷: 北京宏文印刷厂

850 × 1168 毫米 1/32 22 印张 568 千字

2002 年 1 月第 1 版 2002 年 1 月北京第 1 次印刷

印数: 1—6000 册

ISBN 7-80162-311-8/F·297

定价: 36.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社发行部负责调换。

通讯地址: 北京阜外月坛北小街 2 号 邮编: 100836

联系电话: (010) 68022974

前 言

中国全面经济改革的深入，大大地推动了经济的快速发展，特别是进入了 WTO，对中国经济的发展提出了新的挑战和机遇，能否抓住机遇，迎接挑战，归根结底，取决于我们能否办好自己的事。所以，关键是加大企业改革的力度，使企业敢于和善于加入到世界经济全球化的竞争之中，趋利避害，壮大自己。这就需要培养大量的既懂得国内社会主义市场经济理论和现代管理知识又要有国际经济管理理论的复合型人才，以适应形势的需要。为此，我们本着中外结合、融合提炼、系统条理、敢于创新的原则编写了《现代工业企业管理学》一书，以满足读者的需要。

本书有以下特点：

一是结构新颖。本书一改旧的结构模式，将企业涉及到的管理理论分成篇进行编写，从而既突出了重点又增加了内容，一目了然。特别是丰富了时代气息，对传统的知识和方法作了删减，增加了国外较新的管理知识和方法，以便我们学习和借鉴。二是内容丰富。本书共分六篇，即序论、管理原理篇、营销篇、生产管理篇、企业理财篇、企业法规篇。一书在手，基本能了解管理的有关知识。三是突出实用。本书理论联系实际，文字简练，突出实用，有较强的可操作性。基于以上的特点，该书既可以作为大中专院校经济类专业的教材，也可以作为员工在职培训和自学之用。

本书由安学锋总纂并任主编，孙军任副主编。各章的编写人员是：安学锋（第一篇、第四篇）、孙军（第三篇）、记艳彬（第二篇）、胡微（第六篇）、安学锋、赵少宾（第五篇）。在本书编

写过程中，我们参考和应用了许多教材和科研成果，在此表示衷心的感谢。同时在编写过程中得到了华北航天工业学院领导和付建军、刘向东两位老师的支持和帮助，也予以感谢。

由于我们水平有限，书中难免有疏忽或错误之处，恳请各位同行、专家和读者不吝赐教，以便提高我们的水平。

编 者
2001 年 10 月

目 录

第一篇 序 论

第一章 工业企业概述	(2)
第一节 工业企业的性质与特点	(2)
第二节 工业企业管理的概念、性质和职能	(12)
第三节 管理理论产生与发展	(17)
第四节 企业管理基本原理	(26)
第二章 现代企业制度与企业法规	(40)
第一节 现代企业制度	(40)
第二节 外部环境	(44)
第三章 企业文化	(49)
第一节 企业文化概述	(49)
第二节 企业文化的建设	(58)

第二篇 管理原理篇

第四章 管理的计划职能	(63)
第一节 计划工作概述	(63)
第二节 计划工作过程	(69)
第五章 管理的组织职能	(79)
第一节 组织工作概述	(79)
第二节 组织体制	(86)
第六章 管理的控制职能	(92)
第一节 控制职能概述	(92)

第二节 控制方法	(95)
第七章 管理的领导职能	(99)
第一节 领导职能概述	(99)
第二节 领导职能理论的应用	(107)

第三篇 营销篇

第八章 企业经营战略与决策	(117)
第一节 营销导论	(117)
第二节 企业经营战略	(120)
第三节 经营决策	(124)
第四节 企业形象	(136)
第九章 市场营销环境与消费行为分析	(143)
第一节 市场营销宏观环境分析	(144)
第二节 市场营销微观环境分析	(151)
第三节 消费者行为分析	(153)
第十章 市场调研与预测	(159)
第一节 市场调研	(159)
第二节 市场预测	(164)
第十一章 市场定位与销售策略	(174)
第一节 市场细分与市场定位	(174)
第二节 产品策略	(177)
第三节 新产品开发策略	(183)
第四节 品牌策略	(186)
第五节 包装策略	(188)
第六节 服务策略	(192)
第七节 定价策略	(193)
第八节 销售渠道策略	(199)
第十二章 促销策略	(209)
第一节 促销概念和作用	(209)

第二节	广告策略	(211)
第三节	人员推销策略	(215)
第四节	营业推广	(221)
第五节	公共关系	(223)
第十三章	营销管理过程	(230)
第一节	市场经营计划	(230)
第二节	市场营销组织	(235)
第三节	市场营销控制	(241)

第四篇 生产管理篇

第十四章	生产管理的一般问题	(247)
第一节	生产系统	(247)
第二节	生产空间研究	(257)
第三节	生产过程的时间组织	(268)
第四节	流水生产及其他组织形式	(274)
第十五章	生产要素的配备与管理	(280)
第一节	生产技术准备与管理	(280)
第二节	劳动力配备与管理	(292)
第三节	物资筹措与管理	(305)
第四节	设备配备与管理	(316)
第五节	质量管理	(324)
第十六章	企业技术研究开发与技术创新	(354)
第一节	技术改造	(354)
第二节	企业技术研究开发	(360)
第三节	技术创新	(364)
第四节	新产品开发	(384)
第十七章	企业生产计划	(391)
第一节	生产计划	(391)
第二节	企业生产能力	(395)

第十八章	生产作业计划	(405)
第一节	生产作业计划的编制	(405)
第二节	生产控制	(421)
第三节	网络计划技术的运用	(430)
第十九章	生产管理的新概念	(446)
第一节	现代生产管理的新特征	(446)
第二节	现代生产管理的新方式和新概念	(449)
第三节	准时生产制 (Just In Time 简称 JIT)	(466)
第四节	制造资源计划 (MRP II)	(481)
第五节	计算机集成生产系统	(499)

第五篇 企业理财篇

第二十章	公司理财的一般常识	(511)
第一节	公司理财的一般问题	(511)
第二节	我国的金融机构与金融市场	(515)
第三节	资金的时间价值	(523)
第二十一章	企业筹资理财	(527)
第一节	筹资渠道	(527)
第二节	自有资金的筹集	(529)
第三节	借入资金的筹集	(537)
第四节	资金成本	(548)
第二十二章	资产理财	(556)
第一节	流动资产理财	(556)
第二节	固定资产与无形资产理财	(559)
第二十三章	对外投资理财	(570)
第一节	对外直接投资	(572)
第二节	对外间接投资	(578)
第二十四章	理财效益分析	(591)
第一节	成本控制效果分析	(591)

第二节	理财利润分析	(596)
第三节	经营理财状况监控与分析	(603)

第六篇 企业法规篇

第二十五章	公司法律制度	(617)
第一节	公司法概述	(617)
第二节	有限责任公司的设立与组织机构	(619)
第三节	股份有限公司的设立与组织机构	(627)
第四节	股份有限公司的股份发行与转让	(634)
第五节	公司债券	(641)
第二十六章	合同法律制度	(645)
第一节	合同与合同法概述	(645)
第二节	合同的订立	(648)
第三节	合同的效力	(651)
第四节	合同的履行	(654)
第五节	合同的变更、转让和终止	(657)
第六节	违约责任	(661)
第二十七章	反不正当竞争法律制度	(664)
第一节	反不正当竞争法概述	(664)
第二节	不正当竞争行为的法律责任	(667)
第二十八章	消费者权益保护法	(671)
第一节	消费者权益保护法概述	(671)
第二节	消费者的权利	(672)
第三节	经营者的义务	(676)
第二十九章	工业产权法律制度	(678)
第一节	专利法	(678)
第二节	商标法	(688)
主要参考书目		(693)

第一篇 序 论

管理，就是在特定的环境下，对组织所拥有的资源进行有效的计划、组织和控制，以便完成既定的组织目标的过程。凡是有人群共同活动的地方就得有组织。有组织，就需要管理。管理是一项十分复杂的活动过程，它既是一项社会实践活动，又是一门科学，同时，它还是一门艺术。因此，掌握管理知识，提高管理水平不仅是管理者的事情，也是被管理者的事情。管理者和被管理者之间并没有根本的矛盾，他们只不过是在整个管理过程中所处的地位不同罢了。从这个意义上来说，管理就是一个组织内部所有人员有目的活动过程。

第一章 工业企业概述

第一节 工业企业的性质与特点

一、企业

企业，是指从事商品生产、流通和服务活动，为满足社会需要和盈利，进行自主经营、自负盈亏、具有法人资格的经营组织。从以上概念中可以看出企业有以下含义：

1. 企业的自我性。自主经营是自我性的集中表现，体现在企业所拥有的各种权利上。

2. 企业的能动性。自负盈亏是企业能动性的集中表现，企业的创立，就是要发展、要营利、要为社会创造财富。自负盈亏是企业发展的原动力，既然国家给了企业一定的权利，那么，企业就要承担一定的义务，不能只负盈而不负亏。因此，企业就必须千方百计的发展。

3. 企业的目的性。企业的目的性表现在两个方面。一是企业要满足社会，即满足政府、满足人民、满足其他经营者，只有这样企业才能发展壮大。二是企业也要有自己的目的，即企业也要为职工提供日益增长的物质利益和精神福利，要为企业增加更多的利润，以保证企业的发展。

4. 企业的独立性。企业的独立性表现在它有法人权利，即有一定的组织机构、独立的财产，能以自己的名义享有民事权利和承担民事义务，依法定程序成立的组织。

5. 企业的特殊性。企业不同于政府机关、也不同于事业单位，更不同于慈善团体，企业要为自己的发展和生存而奋斗，要

为盈利而努力，没有盈利就意味着灭亡，没有任何无偿的资金输入，这就是企业。

二、工业企业的分类

不同类型工业企业的生产经营管理工作有其不同特点与规律，为了更深入的研究企业管理的规律与方法，必须按不同的标志对企业进行分类，便于采取不同的管理方法。

1. 按企业生产资料所有制形成的不同，可将我国工业企业分成公有制企业和私有制企业两大类。公有制企业又可分成全民所有制企业、集体所有制企业、混合所有制企业等。在社会主义初级阶段，公有制为主体、多种所有制经济共同发展，是我国的一项基本经济制度。

全民所有制企业，是指企业产权归国家所有。

集体所有制企业，是指企业产权归职工集体所有。

混合所有制企业，是指企业产权多元化的企业，这个多元化包括政府、集体、外资、私人，同时拥有或部分拥有企业一定份额的产权，即有国家或集体控股和参股的股份制企业。

中外合资企业，是混合所有制企业的一种，是指企业产权按照契约约定由中、外各方拥有一定份额的企业。

外国独资企业，是指企业产权归外国的企业和其他经济组织或个人所有的企业。

私有制企业，是指企业产权归我国公民个人所有的企业。私有制企业还可分为：

(1) 私人独资企业。私人独资企业是指个人出资经营，归个人所有和控制的，资产所有权和经营权完全统一的企业。即个人投资、个人经营、个人管理、个人受益、个人承担风险的企业。私人独资企业组织机构简单，开设、转让、关停均较简单；个人决策，经营灵活，效率较高；开支少，成本低；便于技术保密，容易保持经营特色。但独资企业资本有限，难以扩展；风险太大，一旦经营失败，可能家破人亡。所以，这种企业对于风险性

大的项目是不适宜的。

(2) 合伙企业。合伙企业是指两个或两个以上出资人共同出资，共同经营，并共享收益和共担风险的企业。在具体运作时，可以由其中的一个合伙人经营，其他合伙人仅仅出资，并共负盈亏，也可以由所有合伙人按协商一致的原则共同经营。

合伙企业的优点表现在两方面：①由于可以有众多合伙人共同筹资，因此可以扩大资本规模；由于合伙人负偿债的无限责任，减少了贷款人的风险，其筹集资金，或获得商业贷款的能力较独资企业强。②合伙人对企业负有完全责任，意味着他们以自己的身家性命为企业担保，因而有助于增强企业经营者的责任心。

合伙企业的缺点：①合伙人对企业的经营负有连带责任、风险大。②所有权转移困难大。③集体决策，遇重大问题难免互相干扰。④易呈多头领导，权力分散，增大了管理协调的难度。

2. 按企业生产规模的不同，可将我国工业企业分成：大型企业、中型企业和小型企业。衡量企业生产规模大小的主要标准是企业的生产能力、固定资产原值、机器设备数量和职工人数等，不同工业部门有其不同的分类标准。

3. 按工业企业经营方式的不同，可将我国工业企业分成：

(1) 国营企业。国营企业是指国有国营的企业，即生产资料归全民所有，国家经营的企业。

(2) 合作经营企业、合资经营企业。该类型工业企业一般是指中外合资共同经营的企业。

(3) 私营企业。私营企业是指生产资料归私人所有，由出资者自己负责经营的企业。

(4) 公有民营企业是指生产资料归全民所有或集体所有，由个人或集体承包、租赁而进行经营的企业。

4. 按资产构成不同分，可将我国工业企业分成：

独资企业、合伙企业、(以上两种企业前面已作介绍) 公司

企业。

公司企业是指依法有两个以上股东出资组成的企业，公司是法人，在法律上具有独立人格。这是公司企业与独资企业、合伙企业的重要区别。因为独资企业和合伙企业都是自然人企业。按公司集资方式和股东承担的责任可以分为以下形式：

(1) 无限责任公司。是指由两个以上股东组成，对公司债务负连带无限责任的公司。即有无限责任股东组成的公司。

(2) 有限责任公司。是指由两个或两个以上股东共同出资，每个股东以其出资额对公司承担有限责任，公司以其全部资产对其债务人承担责任的企业法人。其基本特点是：①公司的全部资产分为股份，公司向股东签发出资证明书，不发行股票。②公司股份的转让有严格限制。③股东人数在法律上有上下限度。④股东按出资额享受权利，承担义务。

(3) 两合公司。是指由无限责任股东和有限责任股东混合而成的公司。其中，无限责任股东对公司债务负连带无限责任，有限责任股东对公司债务以出资额为限负有限责任。

(4) 股份有限公司。是指将注册资本分成等额股份，并通过发行股票或股权证筹集资本，股东以其所认购的股份对公司承担有限责任，公司以其全部资产对公司债务承担责任的企业法人。其基本特点是：①股份有限公司的股票可以自由交易、转让。②股东人数必须达到法定人数。③每一股有一票表决权。④股东以其持有股份数，享有相应的权利、承担相应的义务。⑤公司应将经注册会计师审查验证的财务报告公开。

可见，不同的公司具有不同特点。目前，我国现代企业制度试行的组织形式主要为：有限责任公司和股份有限公司两种。

三、社会主义工业企业

社会主义工业企业是指企业生产资料以社会主义公有制为基础，以满足社会主义建设和人民日益增长的物质和文化生活需要，以对社会做贡献为目的的盈利性经济组织。

(一) 社会主义工业企业的基本性质

1. 社会主义工业企业是以生产资料公有制为基础。在我国社会主义初级阶段时期，全民所有制企业、集体所有制企业以及混合所有制企业中的公有成分都是公有制，理所当然的都属于社会主义工业企业，是我国经济的主体。个体所有制企业和混合所有制企业中的私有成分虽不属于公有制范畴，但在我国社会主义初级阶段，仍是公有制的一种必要补充，是现阶段国家经济发展不可忽略的必要组成部分，今后应按照是否有利于发展社会主义社会的生产力，是否有利于增强社会主义国家的综合国力，是否有利于提高人民的生活水平这“三个有利于”为根本判断标准。

2. 社会主义工业企业的生产目的是为了最大限度地满足社会和人们的物质生活和文化生活的需要。尽管现在国家把企业推向了市场，企业应以盈利为目的，但是，以社会市场需要为导向，进行合法经营，保护消费者的合法权益也是企业义不容辞的天职。

3. 社会主义工业企业的分配原则应该是按劳分配，即多劳多得。要按劳动的质量与数量，按劳动的技术与条件来分配劳动报酬。对那些质量好、数量多、技术高、劳动条件恶劣、劳动强度大的岗位和个人应该给予较高的相应报酬。在分配中既要反对“大锅饭”的平均主义，也要适当注意“左邻右舍”。“效益优先，兼顾公平”应该是按劳分配的原则。劳动要讲有效成果，要讲效率、效益，这应是考虑分配的第一要素，既要按有效成果拉开报酬的差距，同时，又要兼顾公平，兼顾那些一般劳动者的适当报酬水平。

4. 社会主义工业企业的职工是企业的主人。企业中的职工不论从事何种工作、职位高低，他们之间的关系都是平等的互助合作关系，实行职工群众当家作主的民主管理制度。

(二) 社会主义工业企业的任务

工业企业的基本任务是由其性质和目的决定的。社会主义工

业企业的基本任务是根据国内外市场的需要，开发和生产适销对路的工业产品，以满足消费者的需求，为国家和企业积累资金，从而把企业建成为具有市场竞争力的经济主体。其具体任务是：

1. 根据国家计划和市场需要，向社会提供工业产品和工业性劳务，满足人们不断增长的物质和文化生活的需要，为繁荣社会主义市场经济服务。

2. 以经济效益为中心，在保证和提高产品质量的前提下，组织规模化经营，不断增加产品品种，节约消耗，降低成本，按章纳税，追求利润最大化。

3. 坚持科技进步，不断开发新产品，创造和引导消费者的新需求，不断改善人们的生存环境和提高人们的生活质量。

4. 搞好社会主义精神文明建设，建设一支有理想、有道德、有文化、有纪律的“四有”职工队伍，把企业办成“花园式”的工厂或公司。

（三）社会主义工业企业的责任

社会主义工业企业为了顺利完成其生产经营任务，必须分别对国家、用户、企业、职工和社会承担一定的责任。

1. 企业对国家的责任；企业对国家的责任也就是对政府的责任，主要表现在两个方面：①按国家指令性计划按质、按量、按期完成生产任务。②按照有关规定，必须足额缴纳应征税款和规定上交比例的利润，为国家财政提供积累。

2. 企业对用户的责任，主要表现在企业要向用户提供物美价廉的高质量产品，并及时做好售前、售后服务工作，为用户排忧解难。

3. 企业对企业自身的责任，主要表现在企业通过生产经营活动为企业自身的发展提供必要的资金储备和技术储备。

4. 企业对职工的责任，主要表现在发展生产的基础上，积极为职工的身心健康办好集体福利与文化教育事业，逐步改善职工福利待遇，增加职工工资，以调动和保护职工的生产与工作积