

商业管理知识读本

曹文斌 主编



中国商业出版社

F715
168

7

商业管理知识读本

曹文斌 主编



中国商业出版社



B 761850

商业管理知识读本

曹文斌 主编

*

中国商业出版社出版
中国商业出版社中南发行站发行
湖南省望城湘江印刷厂印刷

*

850×1168毫米 1/32 19.625印张 490千字
1990年12月第1版 1990年12月湖南第1次印刷
印数：1—15,000册 定价：7.80元

ISBN7-5044-0658-9/F·406

《商业管理知识读本》编委会

主 编 曹文斌

副主编 胡子信 胡正国 路世武

编 委 (以姓氏笔划为序)

石 磊 刘 勇 刘明辉

许人毅 余传贵 陈海俊

涂传芬 胡子信 胡正国

胡明煜 聂正安 徐远君

曹文斌 曹光荣 覃业柏

路世武 廖长清 魏建明

魏定忠

前 言

随着我国社会主义商品经济的不断发展，必然带来商业的兴旺，而商业的发展，关键在于人才。这一思想，便是我们编写《商业管理知识读本》的初衷。

本书是一部专业性、知识性读物，主要是为商业系统广大管理干部、职工学习和提高自身业务素质的需要而编写的。在内容的构想上，涉及的知识面较广，包括：组织管理、劳动人事管理、市场营销、财务管理、经济法规以及商业企业规范管理等篇目。在体系上作了一些突破，如在市场营销篇中，我们根据商业部门的实际，加了商品知识的内容。在写法上，一般采用平铺的方式，把观点，特别是一些国外的理论观点，客观地介绍给读者。让读者结合自己的工作实际去思考，去取舍，去运用。有些地方，我们也作了一些点评，其目的是希望能与读者产生共鸣。

本书由曹文斌同志担任主编，胡子信、胡正国、路世武同志担任副主编。在本书框架构思阶段，聂正安、徐远君同志提出了很好的意见。在编写过程中，编委们付出了辛勤的劳动，初稿出来后，几易其稿。最后，由主编、副主编共同总纂、定稿。本书的编写，参阅了国内、外不少资料、教材和论著，得到了有关方面的支持和帮助，在此表示深切的谢意。

我们相信，本书的出版，对于广大商业管理干部、职工，普及商业管理知识，提高经营管理水平，将起到有益的作用。

编 者

1990年10月

目 录

第一篇 组织管理

第一章 职工个性与职工管理	(1)
第一节 个性概述.....	(1)
第二节 需要和动机对行为的影响.....	(4)
第三节 兴趣与工作积极性.....	(7)
第四节 信念和世界观的作用.....	(10)
第五节 能力差异与工作安排.....	(13)
第六节 气质类型和人员使用.....	(18)
第七节 性格特征和性格培养.....	(22)
第二章 职工激励理论与方法	(28)
第一节 激励概述.....	(28)
第二节 内容型激励理论.....	(30)
第三节 行为改造型激励理论.....	(38)
第四节 过程型激励理论.....	(44)
第三章 职工心理保健	(50)
第一节 心理健康与心理保健.....	(50)
第二节 心理困难与心理疾病.....	(53)
第三节 职工心理保健的实践方法.....	(59)
第四章 群体行为及其制导	(66)
第一节 群体及其种类.....	(66)
第二节 群体的规模和结构.....	(69)

第三节	群体规范与群体压力	(71)
第四节	群体内聚力与群体士气	(73)
第五节	群体决策	(76)
第六节	群体冲突	(79)
第七节	群体内的人际关系	(82)
第五章	组织设计	(88)
第一节	组织与组织设计	(88)
第二节	组织设计的一般原则和现代趋势	(90)
第三节	组织结构的基本形态	(95)
第四节	组织结构设计的程序和方法	(99)
第六章	领导与领导者	(102)
第一节	领导及其职能	(102)
第二节	领导影响力	(109)
第三节	领导结构	(111)
第七章	领导有效性理论	(116)
第一节	领导特性理论	(116)
第二节	领导行为理论	(123)
第三节	领导权变理论	(128)

第二篇 劳动人事管理

第一章	职位分类与劳动计划	(139)
第一节	职位分类及其作用	(139)
第二节	职位调查、分析与评定	(143)
第三节	劳动计划及其意义	(145)
第四节	劳动计划的制订	(148)
第二章	人力资源的使用与开发	(151)
第一节	录用与组合	(151)

第二节	考核	(154)
第三节	职工培训	(159)
第四节	管理人员的培养	(162)
第五节	人才开发的基本制度	(166)
第三章	人力资源的维持	(171)
第一节	工资概述	(171)
第二节	工资形式	(174)
第三节	职工福利	(180)
第四节	社会保险	(181)
第四章	劳动过程的管理	(186)
第一节	劳动组织形式	(186)
第二节	劳动定额	(191)
第三节	劳动时间	(193)
第四节	劳动纪律	(197)
第五章	劳动关系的管理	(202)
第一节	职工的基本权利与义务	(202)
第二节	劳动合同	(204)
第三节	劳动争议的处理	(207)

第三篇 市场营销

第一章	市场营销观念与市场营销组合	(213)
第一节	市场营销观念	(213)
第二节	市场营销因素	(223)
第三节	市场营销组合	(225)
第四节	市场营销环境	(230)
第二章	市场细分与目标市场	(234)
第一节	市场分类	(234)

第二节	市场细分	(242)
第三节	目标市场及其策略	(248)
第三章	消费需求与消费行为分析	(255)
第一节	消费需求分析	(255)
第二节	消费者购买行为分析	(261)
第三节	影响消费者购买行为的因素	(270)
第四章	市场预测与营销决策	(274)
第一节	市场调查	(274)
第二节	市场预测	(281)
第三节	市场营销决策	(288)
第五章	商品知识与商品营销策略	(296)
第一节	商品质量	(296)
第二节	商品包装	(302)
第三节	商品特性	(313)
第四节	商品养护	(329)
第五节	商品的市场生命周期理论与运用	(343)
第六节	商品组合策略	(349)
第六章	商品价格策略	(355)
第一节	商品定价的制约因素	(355)
第二节	商品定价目标与定价方法	(361)
第三节	商品定价的基本策略	(367)
第七章	分销渠道策略	(376)
第一节	分销渠道的结构及作用	(376)
第二节	分销渠道环节	(380)
第三节	分销渠道策略	(386)
第八章	促进销售策略	(395)
第一节	促进销售策略与促销组合	(395)
第二节	人员推销	(398)

第三节	广告	(402)
第四节	营业推广	(407)
第五节	公共关系	(410)

第四篇 财务管理

第一章	财务管理概述	(419)
第一节	财务管理的概念	(419)
第二节	财务管理的具体内容和任务	(421)
第三节	商业企业的财务管理体制	(425)
第二章	商业企业资金及其管理	(429)
第一节	商业企业的资金	(429)
第二节	流动资金的管理	(434)
第三节	固定资金的管理	(441)
第四节	专用基金的管理	(448)
第三章	商业企业资金耗费的管理	(453)
第一节	商业企业资金耗费管理的内容	(453)
第二节	商业企业商品销售进价的管理	(455)
第三节	商业企业费用的管理	(460)
第四节	商业企业其他支出的管理	(465)
第四章	商业企业纯收入的管理	(467)
第一节	商业企业纯收入的形式	(467)
第二节	商业企业税金的管理	(469)
第三节	商业企业利润的管理	(474)
第五章	商业企业财务计划管理	(478)
第一节	商业企业财务计划的意义	(478)
第二节	商业企业财务计划的编制	(480)
第三节	商业企业财务计划的执行与管理	(494)

第六章 商业企业财务预测与决策	(500)
第一节 商业企业财务预测的意义	(500)
第二节 商业企业财务预测的方法	(502)
第三节 商业企业财务决策的意义	(511)
第四节 商业企业财务决策的方法	(513)

第五篇 经济法规

第一章 经济法概述	(525)
第一节 经济法的概念	(525)
第二节 经济法的本质及特征	(527)
第三节 经济法在法律体系中的地位	(532)
第二章 经济法律关系	(534)
第一节 经济法律关系的概念	(534)
第二节 经济法律关系的构成	(535)
第三节 经济法律关系的事实	(542)
第三章 经济组织法	(544)
第一节 经济法中的经济组织	(544)
第二节 企业的法律形态	(546)
第三节 企业的设立、变更和终止	(552)
第四节 国有企业的权利、义务	(557)
第五节 商业法	(562)
第四章 经济合同法律制度	(564)
第一节 经济合同概述	(564)
第二节 经济合同的签订和履行	(567)
第三节 经济合同的变更和解除	(572)
第四节 经济合同的管理	(574)
第五节 无效合同	(576)

第五章 经济合同纠纷和违反合同的法律责任	(580)
第一节 经济合同纠纷的调解.....	(580)
第二节 经济合同纠纷仲裁.....	(584)
第三节 经济合同纠纷诉讼.....	(589)
第四节 违反经济合同的法律责任.....	(595)
 附录 商业企业规范管理提要	 (601)

第一章 职工个性与职工管理

职工是组织的细胞，组织管理首先表现为对职工个体行为的管理；而要对职工行为实行科学的管理，又必须首先了解职工的个性，因为个性因素是形成个体行为的根本原因和内在动力，管理者只有准确把握职工的个性特征，才能真正了解职工行为的产生原因和变化趋向，才能对职工行为加以有效控制和引导。

第一节 个性概述

一、个性的界定和特征

个性是一个人心理活动和心理特征的综合表现。早在我国古代就有关于人的个性的探讨，著名思想家孔子曾把人的个性分为五类：

第一类：庸人。这种人见小失大，不知所务，小处精明，大处糊涂。

第二类：士人。这种人心有所定，计有所守，头脑清醒。

第三类：君子。这种人笃行信道，自强不息，有道德信念，能积极向上。

第四类：贤人。这种人德不逾闲，行中规绳，很守规矩。

第五类：圣人。这种人明并日月，化行若行，光明磊落。

现代心理学将个性定义为一个人的比较稳定的、经常影响其行为并使他和别人有所区别的心理特点的总和。从这个意义上说，个性是一个人的精神面貌的反映。它具有稳定性、整体性、独立性和倾向性等基本特征。

（一）个性的稳定性

个性是相对稳定的。只有经常表现出来的心理倾向和心理特点才能表明一个人的个性；偶然的、一时性的心理现象不能说明人的个性。例如，一个人偶尔发发脾气，说明不了他的个性特征，只有经常地、几乎在各种情境里都表现得易躁易怒，才表明他有暴躁的个性特征。但是，也不能把个性的稳定性理解为一成不变的。一个人随着年龄的增长，所处的环境改变或自己的主观努力，个性在不同程度上是可以改变的。

（二）个性的整体性

个性不是一个孤立的心理特征，组成个性的各个部分相互联系，相互制约，构成一个整体。在一个人身上，某种孤立的个性倾向、个性特征或心理过程是不可能存在的。同时，某种个性心理特征也只有在这个个性的整体中才具有其确定的意义。例如，坚持性，在一个人身上可以表现为坚韧不拔、顽强勇敢，但在另一个人身上就可能表现为顽固偏执、墨守陈规。

（三）个性的独特性

个性的独特性，表现为个体之间的差异性。大千世界，不存在两个个性完全一样的人。每个人的兴趣不同，气质各异，能力不等，……这些人与人之间表现出来的独特的心理特征构成了不同人的不同个性。如有人记忆力强，有人记忆力差；有人兴趣广泛，有人寡情淡趣；有人火热心肠，有人冷酷无情等等。

（四）个性的倾向性

一个人经常追求什么，是什么驱使他的行动，对什么感兴趣，有什么样的理想、信念和世界观，这些都反应了一个人的个性倾向。

二、个性的成因

总的说来，个性是在先天生理素质的基础上，通过后天社会实践活动形成和发展起来的。

（一）生理素质是个性形成的自然前提

心理学把人的机体的某些解剖生理特点，特别是大脑的结构和机能的特点称为人的生理素质，生理素质是先天遗传，与生俱有的，对人具有相对稳定和持久的支配作用。生理素质为个性的形成提供物质基础，生来的哑巴成不了歌唱家。

（二）社会环境是个性形成的决定性因素

社会环境对个性的决定性影响，反应在两个层次上。第一个层次是个体周围的生活环境对个性的影响。人一旦出生，就受到周围环境的影响，首先是父母、邻居，其后是学校。第二个层次是宏观的社会环境对个性的影响。伴随着人的社会化进程，人的个性倾向和个性心理特征会在社会生活中逐渐形成和发展。

（三）系统教育是个性形成的重要导向

教育是由教育者依据既定的教育目的，选择和组织一定的教育内容，采取与之相适应的方法对受教育者施加系统影响的过程。教育过程实质上就是教育者把“过滤”后的社会环境提示给被教育者的过程。教育使人获得系统的知识和技能，树立正确的行为规范，充当适当的社会角色。教育对个性的形成与发展，具有重要的导向作用。

（四）社会实践是个性形成的主要途径

社会实践是联接主观与客观、个体与环境的桥梁，个体参与社会实践是个性形成的主要途径。人们只有在社会实践活动中，才能培养自己的能力，才能养成和调适自己的性格。离开社会实践活动，个性的形成和发展就会是无源之水、无本之木。

三、个性的心理结构

个性的心理结构是一个复杂的、多侧面、多层次的体系，它由个性倾向性、心理过程、个性心理特征和心理状态等几方面构成。

个性倾向性包括需要、动机、兴趣、理想、信念和世界观

等，它是人进行活动的基本动力，是个性结构中最活跃的因素。个性倾向中的各个方面相互联系，相互影响。在个性倾向中，世界观居于最高层次；它决定着一个人总的个性倾向和态度。

心理过程包括感觉、知觉、记忆、思维、情感、意志等，是人脑对客观现实的不同反映形式。没有心理过程就谈不上心理活动，也谈不上个性的心理特征。

个性心理特征在个性结构中是比较稳定的成份。它表明一个人典型的心理特点和行为模式，它是一个人在固有的生理基础上，在能动地反映客观现实和积极地改造客观现实的活动中，逐渐形成的稳定的心理构成物。它主要包括一个人在能力、气质和性格等方面的特征。

心理状态是指当前时刻已确定的心理活动相对稳定的水平。起码的水平是觉醒水平，还表现为遇着紧急状态时刻产生的应激状态。心理状态好比是心理活动的背景，在不同心理状态下，心理活动规律就可能表现出很大差异。例如，人的觉醒水平直接影响着他的智力活动水平，而在不同的应激状态下，对应付紧张局面的各种心理活动潜力的调动也有所不同。

个性倾向性和个性心理特征是形成个性差异的两大主要因素，本章对个性具体内容的讨论就集中在这两个方面。

第二节 需要和动机对行为的影响

一、需要及其种类

需要是个体在社会生活中对某种目标的渴求或欲望，是人的—种主观状态。它通常以—种不满足之感被体验着。需要是人类活动的基本动力。需要一旦被意识到并驱使人去行动时，就以活动动机的形式表现出来。需要激发人去行动，使人朝着—定的方向，追求—定的目标，以求得自身的满足。需要越强烈、越迫