

北京社会函授大学教科书

商业企业经营管理

主编 林永和

地 质 出 版 社

99
F715
119=2
2

北京社会函授大学教科书

商业企业经营管理

主编 林永和

XAL88/21

地质出版社

· 北 京 ·



3 0036 7589 3

图书在版编目(CIP)数据

商业企业经营管理/林永和主编.-北京:地质出版社,1998.3

北京社会函授大学教科书

ISBN 7-116-02527-8

I. 商... I. 林... II. 商业企业-企业管理-函授大学-教材 III. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 29570 号

甲乙 0801 1版自修

地质出版社出版发行

(100083 北京海淀区学院路 29 号)

责任编辑:刘恩珍 杨 军

责任校对:黄苏峰

河北雄县中印刷厂印刷 新华书店总店科技发行所经销

开本: 787×1092 1/32 印张: 9.75 字数: 217000

1998年3月北京第一版·1998年3月北京第一次印刷

印数:1—5200册 定价:13.50元

ISBN 7-116-02527-8

F = 85

(凡购买地质出版社的图书,如有缺页、倒页、脱页者,本社发行处负责调换)

目 录

第一章 商业企业	(1)
第一节 商业企业概述	(1)
一、商业企业的概念	(1)
二、商业企业必须具备的条件	(1)
三、商业企业的种类	(3)
四、商业企业的发展形式——商业公司	(4)
第二节 商业企业的基本职能和任务	(4)
一、商业企业的基本职能	(4)
二、商业企业的基本任务	(5)
三、商业企业经济活动的中心	(7)
第三节 商业企业在国民经济中的地位和作用	(9)
一、商业企业在国民经济中的地位	(9)
二、商业企业在国民经济中的重要作用	(11)
三、商业企业的社会价值	(13)
第四节 企业与政府的关系	(14)
一、企业与政府关系的实质	(14)
二、政府及有关部门的职责	(15)
三、政府宏观管理与调控	(15)
四、政府为企业提供的服务	(16)
思考题	(17)
第二章 商业企业的组织结构	(18)
第一节 组织及组织结构概述	(18)
一、组织概念	(18)
二、组织要素	(19)

三、组织结构	(20)
四、组织结构的特点及作用	(20)
五、确定商业企业组织结构的原则	(22)
第二节 商业企业组织结构的部门划分	(23)
一、部门划分的必要性	(23)
二、部门划分的标准	(24)
三、部门的种类	(26)
第三节 商业企业内部管理层次的划分	(26)
一、管理层次	(26)
二、商业企业管理层次及其职权划分	(27)
第四节 商业企业组织结构的形式	(28)
一、直线制	(28)
二、职能制	(28)
三、直线职能制	(30)
四、连锁店制	(31)
五、事业部制	(32)
思考题	(34)
第三章 商业企业的改革	(35)
第一节 全民所有制商业企业的改革	(35)
一、改革的目标和原则	(35)
二、依法行使企业经营权	(36)
三、承担企业自负盈亏的责任	(39)
第二节 集体所有制商业企业的改革	(39)
一、集体所有制商业企业及其改革目标	(39)
二、集体商业企业的权利	(40)
三、集体商业企业应尽的义务	(41)
第三节 商业企业的深化改革	(41)
一、适应社会主义市场经济的要求	(41)
二、转换经营机制,落实企业自主权	(42)

三、加快商业企业的内部改革	(42)
四、加速企业改革的步伐	(43)
五、认真制定企业发展战略和策略	(44)
第四节 建立现代企业制度	(45)
一、现代企业制度概述	(45)
二、现代企业法人制度	(50)
三、现代企业组织制度	(52)
四、现代企业管理制度	(55)
五、建立现代企业制度的步骤	(57)
思考题	(61)
第四章 企业管理原理	(62)
第一节 企业管理理论的发展	(62)
一、经验管理阶段	(62)
二、科学管理阶段	(63)
三、人际关系——行为科学阶段	(66)
四、管理科学阶段	(66)
五、企业文化阶段	(67)
第二节 企业管理与经营	(67)
一、管理的概念	(67)
二、管理的必要性	(68)
三、管理与经营的关系	(68)
第三节 管理的二重性	(69)
一、管理的自然属性	(69)
二、管理的社会属性	(69)
三、管理二重性的现实意义	(70)
四、管理是科学性与艺术性的统一	(70)
第四节 现代管理原理	(71)
一、系统原理	(72)
二、整分合原理	(73)

三、反馈原理	(73)
四、制衡原理	(74)
五、能级原理	(75)
六、动力原理	(76)
七、弹性原理	(77)
思考题	(78)
第五章 商业企业管理	(79)
第一节 商业企业管理的原则和任务	(79)
一、商业企业管理的原则	(79)
二、商业企业管理的基本任务	(81)
第二节 商业企业经营管理的特點	(83)
一、商业企业经营的特点	(83)
二、商业企业管理的特点	(84)
第三节 商业企业管理的制度和办法	(86)
一、经理负责制	(86)
二、民主管理制度	(89)
三、经济责任制度	(90)
四、商业企业管理的基本方法	(92)
第四节 商业企业的人事管理	(93)
一、人员配备	(93)
二、管理人员必备的条件	(94)
三、管理人员的选拔、使用和培养	(96)
第五节 商业企业管理的现代化	(97)
一、现代商业企业发展的趋势	(97)
二、加速实现商业企业管理的现代化	(100)
思考题	(102)
第六章 商业企业管理过程	(103)
第一节 管理过程	(103)
一、管理过程概述	(103)

二、不同管理职能(环节)之间的相互关系	(104)
三、认识管理过程规律性的意义	(105)
第二节 计划职能	(106)
一、计划职能概述	(106)
二、计划职能的主要内容	(107)
三、计划的种类	(109)
第三节 组织职能	(110)
一、组织职能概述	(110)
二、组织职能的内容	(110)
三、实现组织职能的要求	(112)
第四节 指挥职能	(113)
一、指挥职能概念	(113)
二、指挥职能的内容	(113)
三、指挥的形式	(114)
四、正确实施指挥的原则	(115)
五、提高指挥职能的作用	(116)
第五节 控制职能	(117)
一、控制职能概述	(117)
二、控制的前提条件	(118)
三、控制过程的阶段	(119)
四、控制的重点内容	(120)
五、控制的方式	(121)
思考题	(122)
第七章 企业营销环境	(123)
第一节 企业营销环境分析	(123)
一、企业营销环境分析的意义	(123)
二、微观营销环境分析	(125)
三、宏观营销环境分析	(127)
四、微观与宏观营销环境的平衡	(129)

第二节 消费者市场分析	(130)
一、消费者购买行为模式	(130)
二、消费需求与购买动机	(130)
三、影响消费者购买行为的因素	(134)
四、消费者购买决策过程	(135)
第三节 组织市场分析	(138)
一、组织市场的类型和特点	(139)
二、生产者市场行为分析	(140)
三、中间商市场行为分析	(143)
思考题	(146)
第八章 市场调查与经营决策	(147)
第一节 市场调查	(147)
一、市场调查及其意义	(147)
二、市场调查的内容	(147)
三、市场调查工作的组织	(150)
四、市场调查的方法	(151)
第二节 市场预测	(152)
一、市场预测的类型	(152)
二、市场预测的内容	(153)
三、市场预测的组织	(155)
四、市场预测的方法	(156)
第三节 经营决策	(156)
一、经营决策的概念	(156)
二、经营决策的种类	(157)
三、制定经营决策的方法	(159)
四、经营决策的过程	(161)
五、经营决策的原则	(162)
第四节 经营计划	(163)
一、经营计划的概念与作用	(163)

二、经营计划的种类	(164)
三、经营计划的管理	(164)
思考题	(165)
第九章 经营战略和风险对策	(166)
第一节 经营战略概述	(166)
一、经营战略的涵义	(166)
二、经营战略的目标	(166)
三、经营战略的特点	(167)
四、战略决策过程	(169)
第二节 经营战略类型	(169)
一、目标市场战略	(169)
二、投资战略	(170)
三、产品结构战略	(171)
四、多种经营战略	(172)
五、企业形象战略	(173)
第三节 商业风险及对策	(174)
一、商业风险概述	(174)
二、商业风险形成的原因	(175)
三、商业风险的分类	(176)
四、商业风险的特征与功能	(179)
五、商业风险机制	(181)
六、商业风险的管理	(182)
七、商业风险管理的手段	(183)
思考题	(186)
第十章 经营策略	(187)
第一节 经营策略概述	(187)
一、经营策略的涵义	(187)
二、经营策略的内容	(187)
三、经营策略的选择与控制	(189)

第二节 产品策略	(189)
一、产品生命周期理论	(189)
二、产品生命周期策略	(191)
三、产品包装策略	(195)
四、产品差异策略	(197)
五、服务策略	(198)
第三节 价格策略	(199)
一、价格策略的重要性	(199)
二、心理价格策略	(201)
三、折扣价格策略	(202)
四、差别定价策略	(203)
五、弹性价格策略	(204)
第四节 分销渠道策略	(205)
一、选择经营方式的策略	(205)
二、购销渠道策略	(206)
三、运输策略和库存控制策略	(206)
第五节 促销策略	(207)
一、促销的概念	(207)
二、人员推销	(207)
三、公共关系	(209)
四、营业推广	(210)
五、广告促销	(212)
思考题	(215)
第十一章 商业企业经营过程管理	(216)
第一节 经营过程管理概述	(216)
一、经营过程的特点	(216)
二、经营过程管理的任务	(218)
三、经营者(商业企业)的义务	(219)
第二节 销售管理	(221)
VII	

一、销售管理是企业经营管理的中心环节	(221)
二、销售管理的任务	(221)
三、销售方式	(222)
四、促销方式	(224)
第三节 采购管理	(225)
一、采购管理的任务	(225)
二、采购管理的基本原则	(226)
三、采购方式	(227)
第四节 经济合同管理	(228)
一、经济合同概述	(228)
二、商业合同	(229)
三、合同的履行、监督和仲裁	(229)
第五节 价格管理	(230)
一、商品价格的形式	(230)
二、价格的种类构成	(230)
三、商业企业定价的组织与方法	(231)
思考题	(231)
第十二章 商品物流管理	(233)
第一节 商品实体运动过程	(233)
一、商品的物流	(233)
二、物流与商流的结合	(233)
三、物流与商流的分离	(233)
四、商品物流管理的内容	(234)
第二节 商品运输业务管理	(235)
一、商品运输业务管理的任务	(235)
二、合理组织商品运输的途径	(237)
三、商品运输计划管理	(238)
四、加强运输工具的管理	(239)
第三节 仓库业务管理	(240)

一、仓库业务管理的任务和原则	(240)
二、仓库业务管理的主要内容	(240)
三、仓库业务管理的基本制度	(242)
第四节 营业场所及设施管理	(243)
一、营业场所的管理	(243)
二、营业场所的设计	(244)
三、物资设备技术管理	(246)
思考题	(246)
第十三章 商业信息管理	(247)
第一节 商业信息	(247)
一、商业信息概述	(247)
二、商业信息的分类	(248)
三、信息的作用	(250)
第二节 商业秘密	(251)
一、商业秘密的界定与范围	(251)
二、确保商业秘密的经济意义	(255)
三、侵犯商业秘密行为的表现形式	(256)
第三节 商业信息的管理	(259)
一、建立健全信息管理系统	(259)
二、信息管理的科学化和现代化	(260)
第四节 商业信息的保护	(261)
一、专利保护	(261)
二、版权保护	(263)
第五节 确保商业秘密的途径	(264)
一、确定商业秘密的内涵及科学分类	(264)
二、保护商业秘密的措施	(266)
思考题	(270)
第十四章 商业企业财务管理	(271)
第一节 商业企业财务管理的内容与任务	(271)

一、财务管理的内容	(271)
二、财务管理的基本任务	(273)
第二节 商业企业资金的筹集与管理	(274)
一、企业资本金和公积金的管理	(274)
二、企业负债的管理	(276)
第三节 商业企业流动资产的管理	(278)
一、流动资产的概念及特点	(278)
二、流动资产的构成	(279)
三、流动资产管理的要求	(280)
第四节 商业企业的长期资产管理	(281)
一、固定资产的概念及特点	(281)
二、固定资产折旧的概念	(282)
三、固定资产管理的要求	(283)
第五节 商业企业的成本费用管理	(284)
一、成本的管理内容	(284)
二、费用的管理内容	(286)
三、商品流通费用的管理原则	(287)
四、商品流通费用的管理方法	(288)
第六节 商业企业收益和分配的管理	(290)
一、营业收入的管理	(290)
二、利润与利润分配的管理	(291)
三、影响企业利润的主要因素	(292)
四、利润分配的管理	(293)
思考题	(294)
主要参考文献	(295)
后记	(296)

第一章 商业企业

第一节 商业企业概述

一、商业企业的概念

企业是适应社会化生产分工协作的要求，为获取经济利益，组织并实现各种经济要素的结合，为社会提供有效产品和劳务的独立经营的经济组织。

或者说，企业是为了向社会提供商品或劳务、为获得利润而从事生产经营活动的独立的经济组织。

在社会主义市场经济条件下，企业的特征是：凡是企业，不管是从事生产还是从事流通，都是经济组织，而不是政府组织或其他社会组织；凡是企业都是独立的经济实体，而不是国家行政机关或行政机关的附属机构；凡是企业都是盈利性组织，而不是社会福利机构或公共团体。

在企业中，专门从事商品交换和服务业务，向社会提供媒介性商业服务的独立的经济组织就是商业企业。

商业企业是社会主义企业的重要组成部分，与其他企业相比较，既有共性又有特征。其共性是具有企业的一切基本特征；其特征主要表现为在经济职能、经营方式、经营特点及在国民经济中的作用有所差异。

二、商业企业必须具备的条件

商业企业作为独立的经济组织，必须具备的条件是：

1. 经营上的独立性

经营上的独立性，即具有独立地进行经营活动的条件和权力。条件主要包括能够进行独立经营的人力、物力和财力；权力主要是经营决策权和实施权。商业企业只有能够独立地开展购销业务和从事其他商业、服务业的经营活动，才能灵活地适应市场变化，满足消费者各方面的需要，发挥企业这一经济组织的特殊作用。

2. 组织上的完整性

组织上的完整性，即要求企业具有与经营活动相适应的健全、合理、完整的组织结构。组织结构是调动各方面的力量，是合理配置企业资源、贯彻经营决策、实现组织目标的重要工具和手段。健全、合理、完整的组织结构可以实现科学分工、合理授权，可以使组织成员的责、权、利相适应并团结协作，共同为实现组织目标而努力。

3. 经营要素支配和使用上的自主性

商业企业的经营要素主要是指人力、财力和物力，及科技、信息等，对这些要素支配和使用上的自主性是企业进行独立经营的重要条件，也是实现企业目标的前提和保证。

4. 财务核算上的独立性

在财务核算上的独立性是一切企业必备的条件，商业企业也不例外。独立性就是独立核算，以收入抵补支出，取得盈利，这是企业经济活动的客观要求，也是企业实现自我完善、自我发展不可缺少的必要条件。财务核算上的独立性意味着必须自主经营、自负盈亏，这一点在社会主义市场经济条件下表现得尤为明显。

5. 对外关系上的法人地位

法人是指依法成立，并享受应有的法定权利和承担相应

的法律义务的社会组织。法人资格和地位是商业企业独立性的法律保障，也是商业企业独立经营、独立核算的必要条件。

三、商业企业的种类

企业是社会生产力发展到一定水平的产物，是经济组织形式的一次根本性变革。同理，商业企业也是在商品经济发展到一定程度，为适应社会化大规模商品流通的需要而产生的。商业企业产生于资本主义经济，也是社会主义经济所必需的，其种类繁多，不胜枚举，划分方法也各不相同。就我国商业企业的种类而言，主要有以下八种划分方法：

1. 按所有制形式划分，可分为全民所有制企业、集体所有制企业、股份制企业、合资企业、独资企业、个体企业等；

2. 按商业企业在商品流通中的地位和作用划分，可分为批发企业、批发兼零售企业和零售企业；

3. 按商业企业的组成形式划分，可以分为一店企业、多店企业（如连锁店）、母子式企业（集团企业）；

4. 按商品业务范围划分，可以分为专业经营企业（专卖店或专营店）、综合经营企业（百货公司或购物中心）；

5. 按业务性质划分，可以分为商品经营企业，商品加工经营企业（前店后厂、自产自销企业）、信托货栈企业和仓储企业；

6. 按售货方式划分，可以分为封闭式售货企业（传统式企业）、半封闭式售货企业和开放式售货企业（现代式企业如超级市场、仓储式商场）；

7. 按隶属关系划分，可以分为商业部门领导管理的商业企业、和非商业部门领导管理的商业企业。目前这种分类方法已日趋淡化；

8. 按商业企业的规模划分，可以分为大型、中型、小型