

现代工商企业管理基础课程系列教材

1

工商企业管理基础

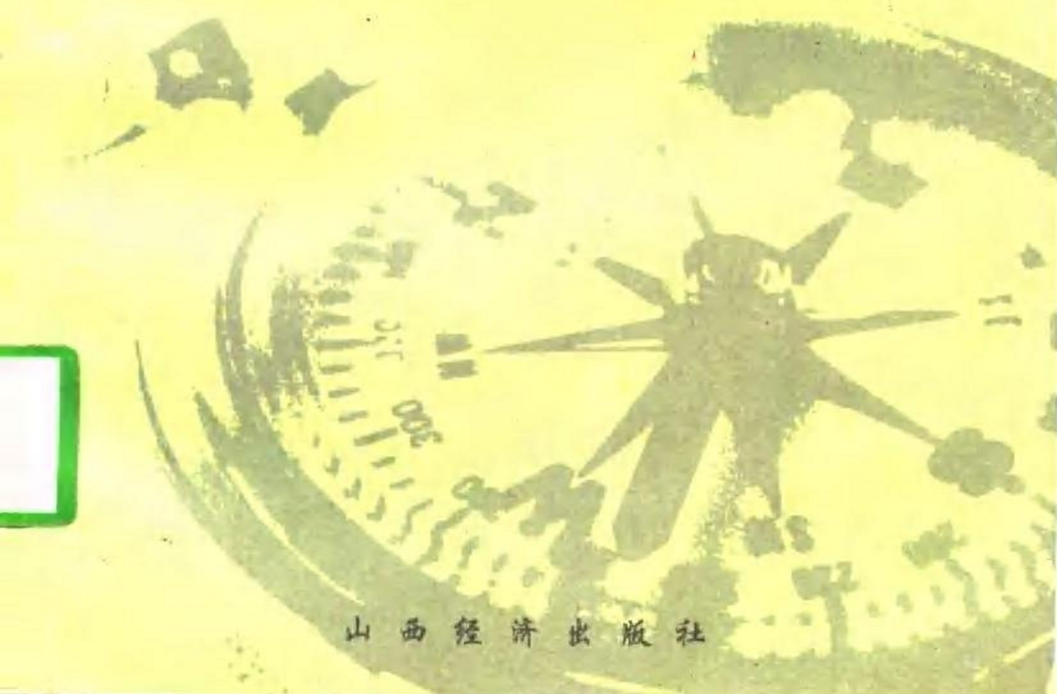
The principles of business management

主 编：王方华

副主编：曹 瑛

崔茂林

曾艺生



山西经济出版社

书 名: 工商企业管理基础

作 者: 王方华 主编

出 版 者: 山西经济出版社(太原市并州北路 69 号·
邮编:030001·电话:4044102)

发 行 者: 山西经济出版社发行
新华书店经销

印 刷 者: 太原新华印刷厂

开 本: 850×1168 1/32

印 张: 14.75

字 数: 368 千字

印 数: 0001—8000 册

版 次: 1997 年 9 月第 1 版 1997 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7—80636—074—3/F·073

书 价: 16.60 元

责任编辑:寇志宏 复 审:王宏伟 终 审:李肖敏

前 言

在实行“二个根本性转变”的日子里,人们对管理重要性的认识日益加深,“向管理要效益”,已成为各类工商企业基本的目标,正愈来愈深入人心。

面临这样的形势,迫切需要更多的人们来熟悉管理、了解管理和掌握管理。其中不仅包括企业的各级主管、包括基层干部,而且包括各类技术人员,乃至广大的班组长。只有当企业的绝大多数管理者都通过学习与培训,掌握了工商企业管理的基础知识、基本技能以后,“向管理要效益”才能真正落到实处,并取得预期的收获。

正是基于这样的考虑,我们想着手编一套适应于“二个根本性转变”要求的管理教材,我们把它定名为《现代工商企业管理基础课程系列教材》。本书作为其中的第一本正式向读者推出。这个想法得到了山西经济出版社领导们的大力支持,他们前瞻性的出版思路与务实性的工作作风,促使我们写作的节奏加快了,力求能与之相吻合。经过近一年的努力,系列教材的第一本终于出版了。在本书的写作中我们力求体现以下几个特点:

一是“新”。本书力求适应转型中的工商企业的需要,适应现

代企业制度建设的需要,把国内外企业管理的新理论、新技术反映出来,以帮助读者了解现代工商管理的新知识。

二是“实用”。本书的目标读者是工商企业的广大职工,包括各级主管、各类技术人员、广大班组长,以及各方面非管理专业出身的人士学习管理之用。为此,在写作中我们力求体现实用性,尤其在具体的操作上花了较浓的笔墨。

三是“简明”。本书立足于工商企业管理基本面的介绍,为此,全书的框架拉得比较开、内容比较全。然而,在此同时对基本原理、基本技能的介绍中则力求简明,有的内容只是介绍了一个大概的知识,留下了较大的扩充空间。这样,就给老师讲课留下了很大的选择性与重点性,教师可以根据本地、本校的实际,选择针对性的内容进行教学。

本书由复旦大学企业管理系主任王方华任主编,负责对全书进行系统设计与内容组织;由上海轻工业高等专科学校的曹瑛、崔茂林、曾艺生任副主编,协助主编做了许多组织工作;参加写作的有曾艺生、邬适融、曹瑛、崔茂林、赵伟平、谢敏奇等,最后由王方华进行总纂、通编定稿。

本书在写作中得到了复旦大学企业管理系、上海轻工业高等专科学校老师们的大力支持,得到了山西经济出版社领导与编辑的大力支持,在此表示衷心的感谢。

本书的写作参考了国内外工商管理教材的大量素材,对各有关作者表示深切的谢意。

由于认识及水平有限,本书可能存在不少疏漏与不足,敬请各位读者批评、指正。

作者

1997年6月 于上海·复旦

目 录

前言	(1)
----------	-----

第一篇 企业与管理

第一章 企业综述	(1)
本章提要	(1)
一 企业的特征	(2)
二 企业的产生	(4)
三 企业的类别	(6)
四 现代企业制度	(8)
本章小结	(15)
案例	(16)
思考题	(18)
第二章 管理职能	(19)
本章提要	(19)
一 管理的含义	(19)

二 管理的计划职能	(21)
三 管理的组织职能	(27)
四 管理的控制职能	(33)
本章小结	(36)
案例	(37)
思考题	(38)
第三章 管理思想的发展	(39)
本章提要	(39)
一 传统管理理论	(39)
二 科学管理理论	(42)
三 行为科学理论	(46)
四 现代管理理论	(51)
本章小结	(54)
案例	(55)
思考题	(56)
第四章 管理原理	(57)
本章提要	(57)
一 系统原理	(57)
二 人本原理	(59)
三 责任原理	(61)
四 效益原理	(63)
本章小结	(65)
案例	(65)
思考题	(66)

第二篇 企业营运管理

第五章 计划管理	(68)
本章提要	(68)
一 战略规划	(69)
二 经营计划	(74)
三 业务计划	(77)
四 网络计划技术	(85)
本章小结	(90)
案例	(90)
思考题	(91)
第六章 生产过程组织	(94)
本章提要	(94)
一 生产过程类型	(94)
二 生产过程的空间组织	(98)
三 生产过程的时间组织	(100)
四 JIT与看板管理	(104)
本章小结	(108)
案例	(108)
思考题	(109)
第七章 质量管理	(110)
本章提要	(110)
一 质量和质量职能	(110)
二 产品设计过程的质量管理	(114)

三 产品制造过程的质量管理	(117)
四 产品使用过程的质量管理	(120)
五 质量控制的技术与方法	(122)
本章小结	(134)
案例	(135)
思考题	(136)
第八章 设备管理	(137)
本章提要	(137)
一 设备综合管理	(137)
二 设备的选择、使用和保养	(141)
三 设备的检查与修理	(147)
四 设备的改造与更新	(150)
本章小结	(156)
案例	(157)
思考题	(157)
第九章 物资管理	(159)
本章提要	(159)
一 物资采购与储备	(159)
二 物资供应计划	(165)
三 物资库存控制	(167)
四 MRP——物料需求计划	(169)
本章小结	(171)
案例	(171)
思考题	(172)

第三篇 企业的营销管理

第十章 市场调查与预测	(173)
本章提要	(173)
一 市场调查	(174)
二 市场预测	(181)
本章小结	(189)
案例 I	(189)
案例 II	(190)
思考题	(192)
第十一章 产品开发	(193)
本章提要	(193)
一 产品开发的意义和策略	(193)
二 新产品开发的基本程序	(199)
三 产品开发的主要方法	(204)
本章小结	(209)
案例	(210)
思考题	(210)
第十二章 市场策略	(212)
本章提要	(212)
一 市场细分策略	(212)
二 市场进入策略	(218)
三 营销组合策略	(223)
本章小结	(229)

案例 I	(229)
案例 II	(231)
思考题	(232)
第十三章 营销决策	(233)
本章提要	(233)
一 产品决策	(233)
二 价格决策	(241)
三 分销决策	(247)
四 促销决策	(253)
本章小结	(259)
案例	(259)
思考题	(262)
第十四章 销售管理	(263)
本章提要	(263)
一 销售队伍的组织	(263)
二 销售活动的控制	(269)
三 销售业绩的评价	(275)
本章小结	(280)
案例	(280)
思考题	(286)

第四篇 企业的财务管理

第十五章 筹资管理	(288)
本章提要	(288)

一 资金来源	(289)
二 资金的时间价值的计算	(291)
三 最优资金结构的影响因素	(294)
四 资金成本	(296)
五 筹资风险	(300)
本章小结	(302)
案例	(302)
思考题	(303)
计算题	(303)
第十六章 资产管理	(304)
本章提要	(304)
一 固定资产、无形资产及递延资产的管理	(304)
二 流动资产的管理	(309)
本章小结	(317)
案例	(318)
思考题	(318)
计算题	(319)
第十七章 成本管理	(320)
本章提要	(320)
一 成本构成	(320)
二 成本预测	(323)
三 成本控制	(329)
四 成本分析	(332)
五 降低成本的途径	(335)

本章小结	(337)
案例	(337)
思考题	(339)
计算题	(339)
第十八章 投资管理	(341)
本章提要	(341)
一 投资项目的可行性研究	(341)
二 投资项目的财务评价	(344)
三 投资决策的定量方法	(350)
本章小结	(355)
案例	(356)
思考题	(357)
计算题	(357)
第十九章 财务分析	(359)
本章提要	(359)
一 财务分析的形式与内容	(359)
二 财务分析的步骤	(362)
三 财务分析的常用方法	(364)
四 用于比率分析的评价指标	(369)
本章小结	(379)
案例	(380)
思考题	(382)
计算题	(382)

第五篇 企业的人力资源管理

第二十章 企业的组织设计	(384)
--------------------	-------

本章提要	(384)
一 组织设计的基本理论	(385)
二 组织设计的基本原则	(390)
三 企业组织结构的基本形式	(395)
四 企业组织的变革与创新	(401)
本章小结	(404)
案例	(405)
思考题	(406)
第二十一章 企业的人力资源开发	(407)
本章提要	(407)
一 人力资源与人力资源开发	(407)
二 人力资源开发的基本途径	(410)
三 企业人员配备的原则与程序	(412)
四 管理人员的选聘、考评与培训	(417)
本章小结	(422)
案例	(422)
思考题	(423)
第二十二章 行为管理	(424)
本章提要	(424)
一 动机与行为	(424)
二 激励	(429)
三 沟通	(433)
四 领导行为	(437)
本章小结	(439)
案例	(440)

思考题	(441)
第二十三章 企业文化	(442)
本章提要	(442)
一 企业文化的特征与功能	(442)
二 企业文化的结构与要素	(445)
三 企业文化与企业精神	(449)
四 企业文化与企业理念	(451)
本章小结	(453)
案例	(454)
思考题	(455)
参考文献	(456)

第一篇 企业与管理

第一章 企业综述

本章提要

企业在现代经济社会中占有十分重要的地位,是与消费者、政府同时构成现代经济社会的三大组成部分之一。其中,企业在提高社会生产力方面起着关键的作用。企业又是社会主义市场经济的经营主体,是市场上资本、土地、劳动者、技术等生产要素的提供者或购买者,同时又是各种消费品的生产者和销售者,离开了企业的经济活动,市场就成了无源之水。本章主要阐述企业的基本特征,企业的产生,企业的类别和企业制度等内容。

一、企业的特征

(一)企业的概念

目前对“企业”的表述各类辞书和教材都不尽相同,但各种表述中组成“企业”这一概念的基本要素还是比较接近的。首先,都把“获得利润”的目的性作为最主要的基本要素,进而点出它是一种“社会经济组织”。其次,规定出企业经济活动的内容是“从事商品的生产、流通及服务的提供”。再次,从法律地位上确认应是依法设立,独立享有民事权利承担民事义务的自然人或法人。另外,各种表述还从各个角度丰富“企业”的涵义,如集合各种生产要素(土地、劳动力、资本和技术);拥有一定技能和一定数量的生产者 and 经营者;是自主经营、自负盈亏、独立核算的单位等。

综上所述,从企业最本质的涵义上,可以简明地给出企业的概念:企业是以盈利为目的,运用各种生产要素(土地、劳动力、资本和技术),向市场输出产品和服务的合法的社会经济组织。

(二)企业的特征

1. 企业是以盈利为目的的经济组织

盈利是企业设立的出发点,是得以生存的条件,也是与其他社会组织最本质的区别。利润是产品价格与成本之间的差额,(在某种意义上说税金也是一种成本)它是企业经济效益的集中反映。

2. 企业应该依法设立,独立享有民事权利,承担民事义务

根据不同企业制度的类型,如个人业主制、合伙制和公司制企业,应符合相应的企业法(个人业主制企业法、合伙制企业法、公司法)所规定的设立条件和程序。同时,企业作为独立的商品生产者和经营者,必须照章向国家纳税。

3. 企业应该实行独立核算、自负盈亏

企业在利润动机下,实行独立核算,以尽可能少的人、财、物和

时间投入,获得尽可能多的盈利。

如果企业盈利,企业就将得到发展;如果亏损严重,以至于资不抵债,则将会导致企业倒闭、破产。

4. 企业是从事生产经营活动的社会经济单位

企业是国民经济的基本经济单位和微观经济基础,从事生产经营活动是其天然的使命和社会职责,同时企业又是一个自主经营的经济实体。

(三)企业市场的关系

企业是市场上资本、土地、劳动力、技术等生产要素的提供者或购买者,又是各种消费品的生产者和销售者,是市场最重要的经营主体。离开企业之间、企业与其他经济活动当事者之间的生产经营活动,市场就成了无源之水,无本之木。同时,企业的生存和发展也依赖于市场,尤其是需要有一个统一的、开放的和竞争有序的市场体系,包括商品市场和由资本市场、劳动力市场、技术市场、信息市场、房地产市场等构成的要素市场。离开市场,企业缺乏存在的前提条件和赖以生存的“阳光”和“空气”。见下页图 1—1。

(四)企业与国家的关系

在完全竞争的市场经济条件下,企业作为商品经济的生产者和经营者,与国家唯一的直接关系是必须依法照章向国家纳税。另外,国家的经济发展战略、宏观经济调控、经济政策和经济监督等行为对企业将产生各种影响,鼓励、引导、规范和限制企业的发展,这是企业与国家的间接关系。在现代市场经济中国家还具有一定的微观经济组织功能,即国家在微观层次的一定领域内对经济活动的直接介入。国家通过兴办国有企业直接介入到社会再生产过程,在国有独资企业和国家控股、参股企业中,国家又以投资者的身份行使权力。在某些基础性的公共设施和产业中(公路、铁路、邮电、航空、能源、教育)国家还可直接建设、经营和管理企业以弥补市场机制在提供公共产品方面供给不足的缺陷。