

THE HANDBOOK FOR MANAGERS

厂长(经理)
实用手册

中国企业管理协会研究部

法律出版社 PUBLISHING HOUSE OF LAW

厂长(经理)实用手册

主 编：齐鸣秋

副主编：陈 重 霍心一

法律出版社

(京)新登字 080 号

厂长(经理)实用手册

中国企业管理协会研究部

法律出版社出版发行

(北京宣武区广内登莱胡同 17 号)

新华书店经销

冶金工业出版社印刷厂印刷

787×1092 毫米 64 开 9,375 印张 249,000 字

1992 年 9 月第一版 1992 年 9 月第一次印刷

印数 00,001 10,100

ISBN 7-5036-1200-2/D·964

定价:4.20 元

作者(按姓氏笔划为序):

于 武	齐鸣秋	李玉辉	李兆熙
陈 重	张文涛	姜清伟	胡媛媛
徐艳梅	耿铁军	笪新亚	霍心一

序

这本小册子,篇幅不大,却颇有特色,包含了重要政策法规、市场竞争战略、管理资源开发、国际化经营、现代管理方法等内容,是厂长(经理)们在繁忙的工作之余,方便而有益的参考读物。

加快改革、开放的步伐,使我们面临着许多新的课题。不断吸取国内外优秀管理成果,更新知识,是一项迫切的任务。厂长(经理)素质提高了,对一些不熟悉的国际惯例作法应付自如了,就能在社会主义现代化建设事业中发挥更大的作用。

这本小书不过是沧海一粟,希望今后有更多的切合厂长(经理)要求的新著面世。

是为序。

袁宝华

一九九二年六月一日

目 录

第一篇 竞争致胜的诀窍

一、以市场为导向

市场.....	1
市场需求.....	2
市场供求曲线.....	3
市场需求弹性.....	3
市场占有率.....	4
市场层次.....	5
市场细分.....	6
买方市场与卖方市场.....	7
市场结构.....	8
完全竞争市场.....	8
完全垄断市场.....	9

垄断性竞争	10
寡头垄断市场	11
技术市场	11
劳务市场	12
资金市场	13
信息市场	15
金融市场	16
国际市场	17
市场导向	18
目标市场	19
市场调查	21
市场调查方法	22
市场调查程序	22
市场预测	23
市场预测方法	24
市场预测程序	25
市场决策	26
市场营销	26
市场渗透	27
市场开拓	28

市场巩固	28
市场经销渠道	29
促销手段	30
销售管理	31
广告	32
公共关系	33
市场发育	34

二、竞争战略

竞争	35
竞争战略	37
战略管理	37
环境分析	38
企业微观环境	39
企业宏观环境	40
产业	42
产业结构分析与竞争战略	42
产业演变	43
竞争对手分析	44
战略层次	45
战略决定因素	46

战略形成过程	47
企业总体战略及其分类	48
战略计划	50
战略控制	51
战略决策	53
市场战略	53
产品战略	54
技术战略	55
战略管理未来趋势	57

三、寻求优势

竞争优势	58
竞争范围	59
价值链	60
成本优势	60
别具一格优势	61
技术与竞争优势	63
产业市场细分化	64
集中一点战略	64
替代	65
小企业战略	66

领导型企业竞争战略	67
优胜企业竞争战略	68
危难企业转变战略	69
进攻战略	71
防守战略	72
延长产品寿命周期	73
垂直一体化战略	75
多种经营战略	76
兼并战略	77
复合战略	78
“四个一代”战略	79
分散型产业的竞争战略	80
初现产业中的竞争战略	80
衰退产业的竞争战略	81
寻求战略优势	82

第二篇 开发管理资源

一、经济活动分析

经济活动分析的内容	84
经济活动分析的方法	85

经济活动分析的组织工作	87
投入产出法	87
经济效益	88
经济效益指标	90
销售利润	91
利润总额	92
利润率	93
利润分析	94
盈亏平衡点分析	95
目标成本	97
边际成本	98
沉入成本	98
机会成本	99
成本分析	100
资金分析	102
固定资产折旧	103
流动资金周转	105
劳动生产率	106
管理会计	107
成本会计	108

内部审计·····	109
资本投资·····	110
利率·····	111
投资风险·····	112
投资分析·····	113
投资回收期法·····	113
净现值法·····	114
年费用法·····	115
内部利率法·····	116
追加投资回收期法·····	117
技术改造项目的经济效益·····	118
技术革新·····	119
引进技术的论证·····	120
技术经济效益分析·····	121
资金的时间价值·····	122
新产品开发·····	123
新产品开发方案评价·····	124
系统分析要素·····	125
系统综合评价·····	126

二、管理艺术

领导艺术与领导科学·····	126
软专家·····	127
硬专家·····	128
专家集团领导·····	128
管理艺术·····	129
管理者应具备的要素·····	130
管理者的主要原则·····	131
管理者的决策能力·····	132
企业家精神·····	133
创新六因素·····	134
管理机构效能分析法·····	135
超级工作小组·····	135
组织变革理论·····	136
团体分析理论·····	138
团体竞争理论·····	139
管理人员效率分析法·····	140
自我管理·····	141
目标管理·····	142
“一分钟经理”·····	143
提高工作效率三原则·····	144

提高工作效率的 ABC 分类法	144
智囊团	145
保持智囊团活力的关键	146
头脑风暴法	146
分工授权	147
充分发挥下属的作用	148
合理运用奖惩	148
心理承受力	149
职工民主管理	150
人力资源管理	150
人才开发	151
智、信、仁、严、勇	152
唯才是用	152
人才互补	153
知人善任	154
竞争 10 要诀	155
创业入门 21 诀	155
行为科学	156
合理行为	158
人类需要层次论	158

人际关系理论·····	159
双因素理论·····	160
X 理论—Y 理论·····	161
Z 理论·····	162
管理方格理论·····	163
企业形象·····	166
企业文化·····	166
CIS·····	167

第三篇 国际化经营实务

一、国际化经营一般

国际化经营·····	169
国际贸易·····	170
补偿贸易·····	171
租赁贸易·····	172
代理和包销·····	173
招标和投标·····	175
国际承包工程·····	176
总包·····	177
分包·····	177

跨国公司·····	178
技术贸易·····	180
许可证贸易·····	181
世界市场·····	182
世界市场调研·····	183
申请到国外办企业必须具备的条件·····	184
交易磋商的内容和程序·····	184
进口交易的一般程序·····	186
报关、接货和拨交·····	187
出口交易的一般程序·····	188
买卖合同的形式·····	189
要约·····	190
承诺·····	191
买卖合同数量条款的确定·····	192
装运条款·····	193
装运期和交货期·····	194
出口商品的包装·····	195
保税货物和保税仓库·····	197
信用证·····	197
外汇汇率·····	199

世界商品价格·····	200
对外贸易货物的保险·····	201
对外贸易索赔和理赔·····	202
进口合同的索赔和理赔·····	203
出口合同的索赔和理赔·····	205
风险转移·····	206
国际货物买卖合同·····	207
国际货物买卖合同适用法律公约·····	208
国际贸易惯例·····	209
国际贸易仲裁·····	210
关税和贸易总协定·····	211
国际经济一体化·····	212

二、合同管理

经济合同·····	213
经济合同内容·····	214
经济合同形式·····	215
经济合同种类·····	216
经济合同订立原则·····	217
经济合同订立方法·····	218
经济合同担保·····	219