

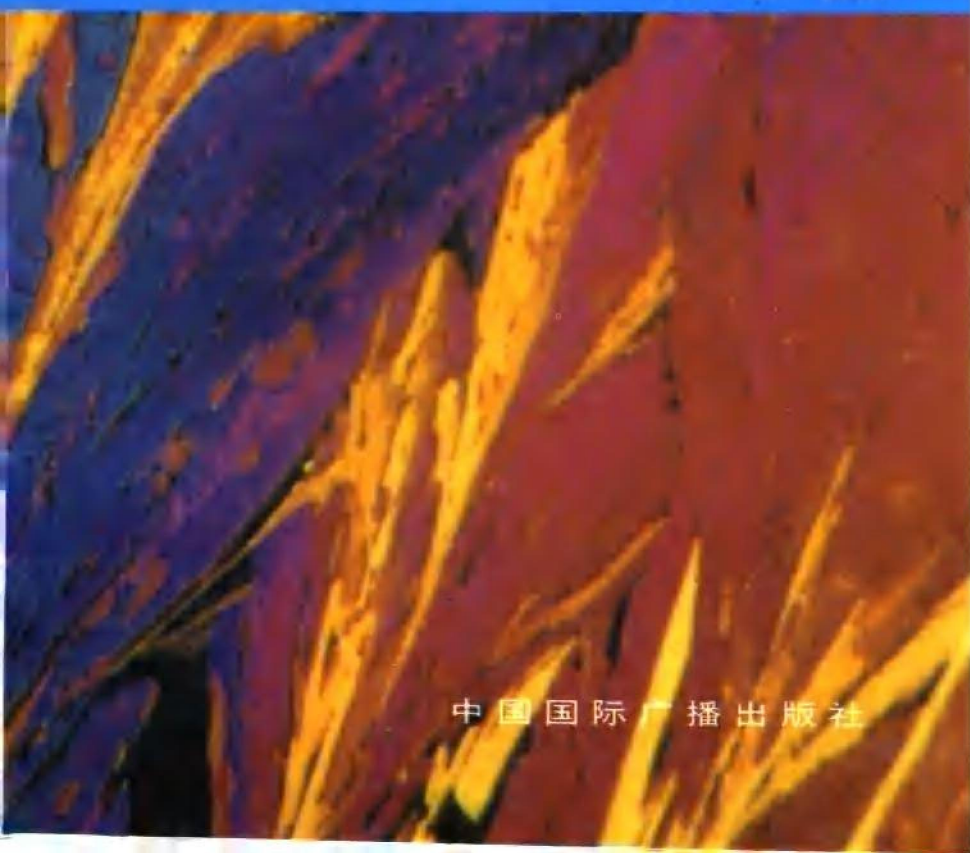
商业现代化丛书

● 现代商业企业经营卷

现代商业企业 经营误区防范

魏 洛 主编

中国国际广播出版社



《现代商业企业经营卷》 本卷主编 陶 珩

Jm67/10

现代商业企业经营 误区防范

主编 魏 洛
唐永生
赵迎秋

中国国际广播出版社

图书在版编目(CIP)数据

商业现代化丛书:现代商业企业经营卷/陶珮等主编.
北京:中国国际广播出版社, 1996. 8

ISBN 7-5078-1337-1

I. 商… II. 陶… III. ①商业—现代化管理—丛书②商业经营 IV. F715

中国版本图书馆CIP数据核字 (96) 第11899号

卷 名	现代商业企业经营卷(共6册)
书 名	现代商业企业经营误区防范
编 著	魏 洛
出 版	中国国际广播出版社
发 行	(北京复兴门外广播电影电视部内) 邮政编码:100866
印 刷	北京龙华印刷厂
经 销	新 华 书 店
开 本	787×1092 1/32
字 数	161千字
印 张	8
版 次	1996年8月 第一版
印 次	1996年8月 第一次印刷
印 数	5000 册
书 号	ISBN 7-5078-1337-1/F·144
定 价	90.00 元(本卷)

《商业现代化丛书》编委会名单

名誉主编:胡昭广 孟学农

主 编:臧洪阁

副 主 编:(按姓氏笔画排列)

文洪仁	王淑媛	刘文华	李顺利	李鸿增
吴绪彬	陈瑞藻	张以宽	张秋白	张念宏
林增成	杨扶清	赵 公	贺名仑	侯善魁
夏光仁	龚 莉	韩景泉	陶 珩	

编 委:(按姓氏笔画排列)

丁俊发	丁淑芬	马长旺	王卫平	王文珩
王成荣	王丽华	王宝鸣	王淑媛	王景江
文洪仁	卢秉武	刘风元	刘文华	刘宝元
刘欣峰	邢 颖	闫克兵	许立新	庄晓为
肖仲楹	伊续才	李大军	李广禄	李顺利
李鸿增	李 薇	陈 文	陈 侃	陈瑞藻
陈 燕	陈鹤鸣	劳而逸	来志坚	吴志刚
吴晓辉	吴绪彬	林增成	张世韵	张以宽
张绍东	张秋白	张念宏	张振扬	张 瑾
杨扶清	郑庆林	周 宏	胡明朗	胡时虹
赵 公	贺名仑	侯善魁	徐富年	夏光仁
龚 莉	陶 珩	康稚平	韩景泉	崔素燕
温莉莎	谢凤珍	雷 望	臧洪阁	魏 洛
主持编辑:晓 蓓	李 镇	韦 立	胡杏天	

《现代商业企业经营卷》:

主 编:陶 珮

副 主 编:魏 洛 涂建民

编 委:马建臣 毛建伟 刘玉春 涂建民

袁志欣 陈福琴 唐永生 魏 洛

责任编辑:张万平

《现代商业企业经营误区防范》:

主 编:魏 洛 唐永生 赵迎秋

学习现代商业理论 促进现代商业发展

北京市市长助理
北京市商业委员会主任

臧洪阁

改革开放十几年来,特别是“八五”期间,我国商业走过了自身发展历史上的重要历程:流通体制由计划经济时期的计划管理模式向政府调控下的市场调节机制转变;流通规模由相对滞后向加速发展转变;设施建设由小、旧、少向“大、中、小型并举,高、中、低档结合”的全面发展转变;经营方式由传统商业向现代商业与大众化结合转变;管理体制由零星分散向提高组织化程度的现代企业制度转变;商业服务由单纯强调服务态度向全面塑造企业形象转变,初步形成了具有中国历史文化特点的商业文明。这些都为我国商业的进一步发展奠定了基础。

从现在起,是我国改革开放和社会主义现代化建设事业承前启后、继往开来的重要时期。党的十四届五中全会提出了对我国经济发展具有划时代意义的两个根本性转变。北京商业要逐步发展成为以零售商

业、生活服务、交易博览、物流配送为重点,适应首都城市性质和功能,以现代化、多元化、多样化为基础特点,有中国特色、有北京特点、有初步现代化水平和较高文明程度的社会主义新型商业,就必须彻底转变经济增长方式,实现从粗放型向集约型的转变,即从外延扩大为主转变到内涵扩充为主、适度扩大外延上来;从依赖资本投入转变到靠管理带动上来;从劳动密集型的简单劳动产业逐步转变成为高技术、高知识密集的先进产业。这是“九五”计划到下个世纪初,北京商业面临的新课题。承担这一有历史意义的重任,实现这一有重要作用的进步,是我们这一代人的责任和使命。

时代在发展,社会在进步。人类社会经济发展的历史告诉我们:最先形成的农业经济是主要取决于劳力资源的劳动经济;工业革命以后形成了主要取决于自然资源的资源经济;随着世界新技术革命的兴起、新产业革命的到来,主要取决于智力资源的新型经济——智力经济正在形成。今天,科学技术作为真正的战略资源,越来越成为经济增长中的首要因素。北京商业发展的实践也证明:只有拥有一大批掌握现代科学技术的人才,才能拥有真正的优势和未来。因此,北京商业要在新的世纪迎来更大的发展,实现设施和管理现代化,就必须努力提高广大干部、职工的政治素质、业务素质、文化素质和专业技术素质,使他们掌

握现代化的管理思想、管理组织、管理方法和管理手段。

为了实现上述目标,适应新时期北京商业发展的需要,我们组织几十家大专院校和权威机构的百余位专家、学者,共同编著了这套《商业现代化丛书》,力求科学地论述现代商业的运行理论,详尽地阐述现代商业经营的原理与实务,系统地介绍现代商业企业文化的内涵,全面地总结现代商业企业管理的经验,为我们以全新的精神风貌和工作状态跨进新的世纪做必要的理论与实践准备。愿它能够成为做好商业工作的必读教材,成为商业干部、职工的良好益友,成为商业企业提高现代化经营与管理水平的指南。

1996 年 6 月

卷 首 语

根据 1995 年 9 月中国共产党十四届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展九五计划和 2010 年远景目标的建议》，我国要在今后十五年内“在商业流通领域“发展和完善商品市场，培育和规范要素市场，逐步形成统一开放，竞争有序的市场体系”。这一宏伟目标一定会给改革开放，正大踏步迈向二十一世纪的中国带来前所未有的机遇。

在这一机遇面前，做为每一个现代商业企业的从业人员，无不想能有所作为，使自己的企业能乘风破浪，日新月异。但从来机遇与挑战是并存的，根据与社会主义市场经济体系相适应的现代企业制度的机制，企业将在社会主义市场经济体系中成为“独立经营，自负盈亏，自我发展，自我约束的法人实体和市场竞争主体”。因此企业将在社会主义市场经济体系的建立与完善中被无情地推向市场的海洋。

商海无情，风高浪急，商场如战场，做为现代商业企业的各级从业人员，如何才能在海中搏击风浪，无往不胜，其中把握好现代商业企业的经营战略，搞好现代商业企业的营销与推销，组织好现代商业企业的谈判与广告，防范好现代商业企业经营中的各种失误，将是成功的关键。本卷各书将在这些方面为您提供有益的帮助。

前 言

改革开放和社会主义市场经济的建立,唤醒了全民的经商意识,这导致了众多的个人及单位投身商海。今天的中国,早已不是过去计划经济条件下,商业由国家经营的一统局面,而是如同万马奔腾,百舸争先。这种客观形势,一方面说明我国社会主义市场经济条件下商品经济的日益发达和商业经营的日益兴旺,但另一方面也反映了现代商业企业经营领域竞争的空前激烈。

现代商业企业是社会主义市场经济中独立的经营实体,它们一方面承担着繁荣社会主义市场,满足人民日益增长的市场需求的任务;另一方面也承担着偿还国家投资,为国家上交税金,积累社会主义建设资金的重任。因此,现代商业企业在激烈的市场竞争中,在注重自己的社会效益的同时,还必须十分注重自己的经济效益,如果没有良好的经济效益作保证,企业就会在激烈的竞争中失败,这样不仅谈不到社会效益,谈不到为社会主义建设做贡献,甚至连自己的立足之地也将不复存在。

一个现代商业企业要想在剧烈的市场竞争中经营成功,除了应具有良好的经营机制、设施条件及员工素质外,还应在经营观念、经营决策、经营行为、经营票据、经营手法、经营道德、经营管理诸方面避免陷入误区。本书提供的各方面的实例将会为您提供有益的借鉴。

目 录

第一章 现代商业企业经营管理误区防范

- 1、责权利明确才能放手用人..... (1)
- 2、良好的工作作风才能助你成功..... (6)
- 3、提倡团结企业才有凝聚力..... (9)
- 4、善于用人才能企业兴旺 (12)
- 5、注意工作方法才能调动积极性 (16)
- 6、对员工的批评或赞扬均要适度 (20)
- 7、善于处事才会工作顺利 (24)
- 8、待人用人要注意方式得当 (28)
- 9、坚持原则敢于管理企业才能发展 (31)
- 10、风险意识必须牢牢树立..... (34)

第二章 现代商业企业经营观念误区防范

- 1、要警惕“从众心理” (39)
- 2、兔子有时也吃窝边草 (41)
- 3、“本厂职工”亦有陷坑 (42)
- 4、“军购”亦有真真假 (44)
- 5、“便宜货”易上当受骗 (47)
- 6、伪装“战友”实为骗财 (48)
- 7、“乡里乡亲”也害人 (50)
- 8、提防老主顾坑人 (52)
- 9、谨防押金是诱饵 (53)

10、不要轻信装模做样的假门面·····	(55)
11、背货也要防骗购·····	(56)
12、半路检查“警察盗货”·····	(57)
13、高唱正宗实际售假·····	(59)
14、合伙生意也能做·····	(61)
15、俏货也要好包装·····	(63)
16、酒好也怕巷子深·····	(66)

第三章 现代商业企业经营决策误区防范

1、轻信别人介绍的客户有害·····	(70)
2、好大喜功、欲速不达·····	(73)
3、轻信中间人巨款被套·····	(74)
4、盲目委托最易上当·····	(77)
5、连环订销是圈套·····	(78)
6、冠冕堂皇的假批件是招牌·····	(81)
7、投资为名行骗是实·····	(83)
8、盲目信任难免上当·····	(84)
9、轻率付款后患无穷·····	(86)
10、任意降价是相互残杀·····	(87)
11、不要上“高价”竞价的当·····	(89)
12、谨防用假批文行骗·····	(91)
13、定金轻付后悔莫及·····	(93)
14、金蝉脱壳巨款无回·····	(94)
15、“君子协定”不可轻信·····	(96)

第四章 现代商业企业经营行为误区防范

1、商业经营必须信誉第一·····	(103)
2、售后服务关系企业兴衰·····	(105)

3、用谣言促销法律不容·····	(108)
4、假装匮乏促销是短视行为·····	(109)
5、高价坑人难免声誉扫地·····	(111)
6、奸商致富最终好景不长·····	(113)
7、欺骗顾客终将自食恶果·····	(114)
8、企业欺诈经营等于自杀·····	(116)
9、忽视推销企业遭殃·····	(117)
10、广告虚夸等于自杀·····	(122)
11、一蹶不振难于经商·····	(125)
12、诚信为经商之本·····	(128)
13、善于开拓才能立于不败之地·····	(133)
14、只仿不创企业难以兴旺·····	(137)
15、欺骗经营难于长久·····	(140)

第五章 现代商业企业经营票据误区防范

1、假汇票求购花样多·····	(147)
2、银行票据真假要仔细辨认·····	(148)
3、用假汇票骗货是惯伎·····	(149)
4、支票购物要认真核对·····	(151)
5、“合同书”有假,货物中途失踪·····	(152)
6、涉外合同也有欺诈·····	(154)
7、要防用假抵押品骗钱·····	(156)
8、汇款“凭证”不可轻信·····	(158)

第六章 现代商业企业经营过程误区防范

1、双簧演戏出口公司上当·····	(161)
2、连哄带激应防有诈·····	(163)
3、“预订”上当有苦难言·····	(164)

4、用心狠毒“合法破产”.....	(165)
5、真假钱掉包行骗.....	(168)
6、贵重物品交易要谨防偷换.....	(169)
7、贵重商品交易要防调虎离山.....	(171)
8、货到付款要防“吃货”阴谋.....	(171)
9、防假出高价为压价.....	(175)
10、装模作样为偷梁换柱	(176)
11、有买有卖连手坑人	(178)
12、骗术高明假珠骗真珠	(179)
13、钱袋变魔术以少换多	(181)
14、以退为进设圈套	(182)
15、警惕“皮包公司”买空卖空	(184)
16、要防“托儿买”“托儿卖”	(185)
17、验货需防移花接木	(188)
18、坑蒙拐骗兄弟搭档	(190)
19、“干女儿”女骗子	(191)
20、栽脏被诈无可奈何	(193)
21、大宗“订货”诱人上当	(194)
22、洋人做“托儿”古瓶行骗	(196)
23、假订货实推销	(197)
24、国际倒爷不可不防	(200)
25、美女为质巨款被骗	(201)
26、“人质”陷阱不能不防	(203)
27、定金诈骗常用手段	(205)

第七章 现代商业企业经营道德误区防范

1、骗签合同手法多样.....	(208)
-----------------	-------

2、假意“痴情”意在情外.....	(210)
3、知法犯法是害人害己.....	(212)
4、骗取保险是以身试法.....	(214)
5、高息“红利”是为引众人上当.....	(216)
6、服务殷勤为了背后捣鬼.....	(217)
7、热情倾心要防包藏祸心.....	(219)
8、授人以柄只得俯首就范.....	(222)
9、精心设计诱人上钩.....	(224)
10、帮着销售脏物自己遭殃	(225)
11、帮助别人坑人自己难逃法网	(227)
12、萍水相逢难有真情	(228)
后记.....	(232)

第一章 现代商业企业经营 管理误区防范

管理是指在生产经营领域,对人力、设备、材料、资金、销售等生产要素和过程做出系统分析,并相应地定出最优方案,规划或安排。管理作为一门科学产生于 19 世纪末 20 世纪初,尤其是第二次世界大战后,它吸收了运筹学、系统工程学、信息控制论、计算机科学等自然科学和社会科学的最新研究成果,从而对 20 世纪五六十年代的经济发展,商科技的进步,生产经营性企业的运作均产生了重大影响。

目前我国深化大中型国有企业改革的重点是提高大中型国有企业的效益,而要真正做到这一点,改善大中型国有企业的现有管理机制及管理水平是极为重要的一个方面,本章在这方面为管理者如何搞好管理,以改进现代商业企业经营,提供了一些有益的经验或教训。

1、责权利明确才能放手用人

一个企业的领导者或管理者,无论其能力有多强,本事有多大,都不可能事无巨细无一不精,更不可能事无大小全都包揽。因此,一个成功的企业领导者或管理者,必须学会调动企业员工的积极性,变一人忙为大家忙,一人干为大家干。要做

到这一点,就应注意如下问题:

一是竞争用人不能只搞一个“主角”。搞剧团最忌讳一件事就是只有一个主角,或称当家花旦,当团长的对她什么都得哄着,最头痛的事就是戏快开始时,主角突然闹情绪。因此好剧团一般还要有B角、C角,如果A角(主角)一闹情绪,B角顶上,这么一来,主角也就老实多了。

今天搞企业,虽不同行但同理。每一个体,都是企业这个大机器中可以替换的螺丝钉。我们各级管理者在培养人才的时候,都要具有这种意识。机构人员配置虽说是一个萝卜一个坑,但要有相对的弹性,或替代性,这样,别说某人闹情绪,即便是某人有事、生病或外出培训学习,也不至于出现人走活停或人走活走的被动局面。实际上,这种多角适应,不仅限于消极防范,而且也是培养一个多能人才的积极措施。总之,不能让一人撂挑子就使一个企业工作无法开展,一个人不干,就使某个部门不转的局面出现。

二是不要包揽部属的责任。有些管理者自以为姿态很高,把明明属于下属的责任包揽起来。事事躬亲,自己忙得不亦乐乎,其结果有百弊而无一利。

这种包揽易助长部属的依赖思想,使他们不动脑筋,一切唯上,以为对错均有上司担当;同时也助长部属推卸责任的坏习,尤其是处理棘手之人事问题,便把该由其担当的责任往上一推,自己从中充当好人,明哲保身。

搞企业一定要责任分明,是哪一级的责任就该让哪一级负责到底,决不能轻描淡写,不了了之,或无缘无故地替部属包揽起来。不越俎代庖能培养部属积极开拓,敢于承担责任的精神;将过程与结果结合起来,也从根本上堵塞了一些漏洞,