



中财 80088544

国家教委高教司推荐
高等学校经济管理基础课系列教材

企业管理概论

主编 黄渝祥
副主编 尤建新 蒋景楠 杨思远

中央财经大学图书馆藏书章

登录号

458613

分类号

F27/654

高等教育出版社

(京)112 号

458613

图书在版编目(CIP)数据

企业管理概论 / 黄渝祥主编. —北京: 高等教育出版社
1998

ISBN 7-04-006367-0

I. 企… II. 黄… III. 企业管理—高等学校—教材 IV. F
270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 02846 号

*

高等教育出版社出版

北京沙滩后街 55 号

邮政编码: 100009 传真: 64014048 电话: 64054588

新华书店总店北京发行所发行

高等教育出版社印刷厂印装

*

开本 850×1168 1/32 印张 13.125 字数 340 000

1998 年 6 月第 1 版 1998 年 6 月第 1 次印刷

印数 0 001—9 215

定价 16.60 元

凡购买高等教育出版社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等

质量问题者, 请与当地图书销售部门联系调换

版权所有, 不得翻印

内 容 提 要

本书是为配合国家教委《经济管理基础课程教学基本要求》的推行,由国家教委管理类专业教学指导委员会和高教出版社组织编写的高等学校各专业经济管理公共课系列教材之一。全书分三篇十一章,主要介绍了现代企业的发展、企业管理的基本理论、企业经营与财务和企业生产管理等内容。本书的特点是深入浅出、理论先进、知识全面、系统性强,适合大专院校非经济、管理专业的学生学习,也可供各级管理干部培训使用或阅读参考。

出版前言

20 世纪 90 年代以来,科学技术的快速进步,尤其是高新技术的突飞猛进,促使人类社会发生了重要变化。在这种背景下,高等教育也正处在巨大的变化之中。对大学生的培养已从过去的单一封闭的专业教育转向复合型、素质型教育。加强对大学生的经济管理教育是适应这一转变的重要措施。

经济管理方面的知识应是本科教育的一个重要内容。国家教委早就明确要求高等学校为大学生开设一定课时的经济管理课程。1995 年底,国家教委高等学校管理类专业教学指导委员会根据教育事业的发展,再次提出了编写用于本科教学用经济管理教材的建议。在委员会全体会议上,委员们对工科本科生必备经济管理知识内容进行了认真的讨论,提出了经济和管理方面应掌握的知识范围,并在全中国高校范围内招标选择教材主编。1996 年,国家教委委托教学指导委员会起草《经济管理基础课程教学基本要求》。该基本要求经过专家的多次讨论和研究得以确定。根据《经济管理基础课程教学基本要求》,由教学指导委员会和高等教育出版社组织编写高等学校经济管理基础课系列教材:《经济管理基础》、《简明市场经济学》、《企业管理概论》和《技术经济学概论》。经过认真评标,最后确定了席酉民、荣朝和、黄渝祥、吴添祖 4 位教授作为各本书的主编,由他们提出编写大纲,经教学指导委员会讨论同意。教材初稿完成以后,管理类教学指导委员会又专门组织了审稿,使四本教材的质量得到了保证。

高等学校经济管理基础课系列教材可以每本单独使用,也可以将《简明市场经济学》、《企业管理概论》和《技术经济学概论》配套使用。各校在使用中有什么问题可向国家教委高等学校管理类

专业教学指导委员会反映,以使这些教材能不断完善。我们希望这套教材的出版对完善大学生的知识结构,促使大学生树立市场观念、竞争观念、效益观念,提高学生素质,增强适应能力有一定的促进作用;我们更希望各高校重视经济管理的教学工作,促进大学生经济管理教育的普及和提高。

国家教委高等学校管理类专业教学指导委员会

1997年12月

前 言

本书是根据国家教委管理类专业教学指导委员会公共课教学指导小组于1996年拟定的《企业管理概论》教材编写大纲组织编写的。本书主要作为高等院校非经济管理类专业选修企业管理课程的教材。此外,还可供有关科研、工程技术人员参考。

本书编写过程中充分注意到我国从计划经济体制向社会主义市场经济体制过渡的现实,也注意到管理学的新进展,充分考虑非经济管理类专业大学生的基础和需要,为他们拓宽知识面提供素材,力求做到深入浅出。本书内容可大致地划分为三大块,第一块包括企业概念和组织、管理的概念和管理思想以及企业管理环境;第二块主要提供企业在社会主义市场经济条件下的经营管理基础知识;第三块着重介绍企业内部的专业管理知识。全书共三篇十一章,每章之后均附有进一步阅读的书目、思考练习题和参考文献,为阅读者进一步学习和加深理解提供指导和帮助。

本书的编写执笔人如下:第一、三章蒋景楠(华东理工大学),第二章张红(华南理工大学),第四章黄渝祥(同济大学),第五章叶明海(同济大学),第六章黄渝祥、黄杰(同济大学),第七章杨思远(上海大学),第八章尤建新(同济大学),第九章彭正龙(上海大学),第十章卫民堂(西安交通大学),第十一章刘杰(同济大学)。全书由黄渝祥担任主编,尤建新、蒋景楠、杨思远任副主编;华南理工大学许统邦和东北大学杨锡怀担任本书的主审。

在本书编写过程中,得到了高教出版社傅英宝、陈薇的帮助,同济大学经济管理学院陶英杰、姜波也参与了部分文字整理工作,在此一并表示谢忱。

由于编写人员水平有限,书中缺点错误在所难免,恳切希望使用本教材的师生提出批评和改进意见。

编著者

1997年9月

责任编辑	陈 薇
封面设计	张 弓
责任绘图	吴文信
版式设计	焦东立
责任校对	仇淑梅
责任印制	宋克学

目 录

第一篇 企业与企业 管理

第一章 企业与企业组织	1
§ 1-1 企业历史回顾	1
一、企业的含义	1
二、企业的产生	2
三、企业的发展	3
§ 1-2 企业法律形式	6
一、个体企业	6
二、合伙制企业	7
三、合作制企业	8
四、无限责任公司	9
五、有限责任公司	10
六、股份有限公司	11
§ 1-3 企业组织结构	12
一、组织结构	12
二、组织变化	21
三、组织发展	24
第二章 管理与企业管理	31
§ 2-1 管理概述	31
一、管理的概念	31
二、管理的性质	32
三、管理的职能	33
§ 2-2 管理思想的演变	35
一、中国管理思想的历史演进	35

二、西方管理思想的演变与发展	40
§ 2-3 企业管理	44
一、企业管理的概念与任务	44
二、企业管理发展的主要趋势	46
第三章 企业管理环境	50
§ 3-1 影响企业的环境因素	50
一、经济和技术环境	50
二、政治和法律环境	55
三、社会和文化环境	56
§ 3-2 企业对环境的影响作用	62
一、影响供应者	62
二、影响竞争者	63
三、影响顾客	64
四、影响其他方面	64

第二篇 企业经营管理

第四章 企业经营思想与战略	67
§ 4-1 企业经营思想与目标体系	67
一、经营的概念	67
二、企业的目标体系	73
§ 4-2 企业经营战略	76
一、经营战略的概念与系统	76
二、企业产品—市场战略	81
三、企业联合战略	86
§ 4-3 公共关系	91
一、公共关系的定义	91
二、公共关系的职能	92
三、典型的公共关系活动	92
第五章 市场营销	95

§ 5-1 市场营销策略	95
一、市场营销概念	95
二、市场营销组合策略	99
三、产品策略	102
四、价格策略	111
五、营销渠道策略	115
§ 5-2 市场调查与预测	116
一、市场调查方法与设计	116
二、抽样调查	120
三、市场预测技术	123
§ 5-3 市场促销策略	129
一、市场促销策略概念	129
二、人员推销和营业推广	131
三、广告促销	133
第六章 企业财务	140
§ 6-1 资金运动、资产、负债与所有者权益	140
一、企业的资金运动及资金筹措	140
二、资产、负债与所有者权益	143
三、流动资产资产管理	148
四、固定资产管理	158
§ 6-2 企业财务流程	162
一、损益表	162
二、现金流量表	164
三、企业财务流量与存量关系	169
§ 6-3 成本分析与控制	171
一、成本要素与成本项目	171
二、成本控制与分析方法	174
§ 6-4 财务效果分析	179
一、财务效果指标	179

二、财务状况诊断	187
----------------	-----

第三篇 企业生产管理

第七章 生产过程组织	193
------------------	-----

§ 7-1 生产环境概况	193
--------------------	-----

一、生产环境与市场需求	193
-------------------	-----

二、现代技术的发展	196
-----------------	-----

§ 7-2 制造过程的组织、方式和管理	200
---------------------------	-----

一、生产管理与生产过程概述	200
---------------------	-----

二、生产过程组织与生产方式	204
---------------------	-----

三、生产管理系统	207
----------------	-----

§ 7-3 物料需求计划 (MRP) 与制造资源计划 (MRP II)	212
---	-----

一、传统的生产计划与生产控制	212
----------------------	-----

二、MRP 与 MRP II 概述	215
-------------------------	-----

三、MRP 的工作逻辑	220
-------------------	-----

四、MRP 参数的确定	224
-------------------	-----

五、生产数据库	226
---------------	-----

六、能力需求计划	230
----------------	-----

七、生产活动控制	234
----------------	-----

八、MRP II 简介	237
-------------------	-----

§ 7-4 准时化生产方式 (JIT)	241
---------------------------	-----

一、JIT 及其在我国的应用	241
----------------------	-----

二、JIT 生产系统设计与计划技术	245
-------------------------	-----

三、JIT 生产现场控制技术——看板系统	249
----------------------------	-----

第八章 质量管理	261
----------------	-----

§ 8-1 现代企业质量管理的一般概述	261
---------------------------	-----

一、产品质量形成的规律与全面质量管理	261
--------------------------	-----

二、ISO 9000 族标准的产生与发展	264
----------------------------	-----

三、质量与质量管理的基本概念	268
----------------------	-----

四、企业质量体系的建立与改进	269
五、企业质量管理的基础工作	274
§ 8-2 生产过程的质量控制	275
一、技术准备过程的质量控制	275
二、制造过程的质量控制	276
三、辅助服务过程的质量控制	278
§ 8-3 过程控制常用的几种工具	279
一、常用的分析方法	279
二、控制图方法	286
三、抽样检验方法	291
第九章 人力资源开发与管理	301
§ 9-1 人力资源开发与管理概述	301
一、人力资源及其特点	301
二、人力资源开发与管理的内容	303
三、人力资源开发与管理的基本原理	303
§ 9-2 人力资源开发	306
一、人力资源开发的基本途径	306
二、人员选聘	309
三、人员培训	311
四、人员激励	313
§ 9-3 人力资源规划	317
一、人力资源规划的任务及内容	317
二、人力资源规划的程序	319
三、人力资源供求预测	319
四、人力资源规划的综合平衡	322
§ 9-4 人力资源评价	323
一、岗位评价	323
二、人员素质评价	327
三、人员绩效考评	329

§ 9-5 人力资源的组织与使用效率管理	333
一、劳动组织	333
二、劳动定额	336
第十章 物资与设备管理	342
§ 10-1 物资消耗定额	343
一、物资消耗定额及其分类	343
二、制定物资消耗定额的基本方法	344
§ 10-2 仓库管理	347
一、仓库管理的意义和任务	347
二、仓库业务	348
§ 10-3 设备的选择与使用	350
一、设备的选择	350
二、设备的合理使用	355
§ 10-4 设备的维护与修理	357
一、设备的磨损规律	358
二、设备的保养	362
三、设备检查	363
四、设备修理	365
§ 10-5 设备的改造与更新	368
一、设备的最佳更新期	368
二、设备的补偿与折旧	370
第十一章 管理信息系统导论	376
§ 11-1 管理信息系统的基本要点	376
一、有关概念	376
二、管理信息系统特性	381
§ 11-2 管理信息系统的发展	383
一、MIS 在工业企业应用中的发展	383
二、MIS 在商业企业应用中的发展	384
三、MIS 应用计算机系统的发展	386

四、我国工商企业应用概况	387
§ 11-3 管理信息系统的建设开发方法	388
一、包含的内容	388
二、现有方法概述	390
三、现有方法评价	399
§ 11-4 管理信息系统的开发应用对策研究	401

第一篇 企业与企业化管理

第一章 企业与企业组织

§ 1-1 企业历史回顾

一、企业的含义

学习和研究企业管理学,首先必须了解企业的含义。对此,国内外至今还没有一个统一的表述。通常所说的企业,一般是指从事生产、流通或服务等活动,为满足社会需要进行自主经营、自负盈亏、承担风险、实行独立核算,具有法人资格的基本经济单位。按这个定义,企业可分为工业企业和商业企业两大类。工业企业乃是从事工业性生产的经济组织,它利用科学技术、合适的设备,将原材料加工,使其改变形状或性能,为社会提供需要的产品,同时获得利润。商业企业则是指从事商业性服务的经济实体,它以营利为目的,直接或间接向社会供应货物或劳务,以满足顾客的需要。

作为一个企业,必须具备以下一些基本的要素:

1. 拥有一定数量、一定技术水平的生产设备和资金;
2. 具有开展一定生产规模和经营活动的场所;
3. 具有一定技能、一定数量的生产者和经营管理者;
4. 从事社会商品的生产、流通等经济活动;