



立信财经丛书

现代商业企业 经营管理

秦雄海·编著

• 立信会计出版社

XIANDAI
SHANGYE QIYE
JINGYING
GUANLI



现代商业企业 经营管理

秦雄海 编著

(D274/13

中国图书馆藏书章	
登录号	449754
分类号	F-715/100

立信会计出版社

(沪)新登字304号

立信财经丛书

④
现代商业企业经营管理

秦雄海 编著

立信会计出版社出版发行

(上海中山西路 2230 号)

邮政编码 200233

新华书店经销

上海新文印刷厂印刷

开本 850 × 1168 毫米 1/32 印张 14.75 字数 360,000

1993 年 12 月第 1 版 1996 年 4 月第 5 次印刷

印数 35,001 - 40,000

ISBN 7-5429-0173-7/F·0167

定价:13.00 元

编写说明

本书的前身《商业企业经营管理学》以“突出经营,管理为经营服务”的创新体系于1982年领先问世以来,发行量已达40,000余册,深受全国广大读者和企业的欢迎和支持,得到专家学者的不少有益指教。它对于商业体制的改革开放,对于商业企业从内部管理型转向市场经营型都起到了一定的促进作用。

但是,由于在有计划商品经济体制下,市场作为一种经济手段所发挥的作用是有限的,因此,商业企业要转向市场经营,举步也就相当艰难。

通过十几年改革开放的实践,人们已充分认识到,市场经济在哪里发育得比较早,那里的企业经营就充满活力;哪里仍然以计划经济为主,那里的企业经营就缺乏活力。我们的党从实践中看到了社会主义搞市场经济的必要性和必然性,十四大明确提出了社会主义市场经济是我国经济体制改革的目标模式。宪法也作了修改,把市场经济载入宪法,并把国营企业改称为国有企业,一字之易,重塑全身。从此以后,国家对微观的管理,将依法放给企业,作为市场主体,自己经营,自己管理。目标、方向已经明确,当务之急,作为社会主义市场经济微观基础之一的商业企业如何通过经营管理成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的市场活动的独立主体,除有待实践的不断创新外,迫切需要理论的深化发展。只有企业界与理论界协同努力,为尽快建立市场经济的微观基础献计献策,才能从计划经济尽快转到市场经济的轨道上来,从而为在我国加速建成发达的现代市场经济体制奠定基础。这就是编写《现代商

业企业经营管理》的目的,希望能达到此目的,并继续得到广大读者、企业和专家学者的支持和指教。谢谢。

秦雄海

目 录

第一篇 总论

第一章 商业企业总论.....	3
第一节 商业企业的概念.....	3
第二节 商业企业的开办	12
第三节 商业企业的素质与形象	21
第四节 商业企业的类型	29
复习思考题	44
第二章 商业企业经营管理总论	46
第一节 商业企业经营与商业企业管理的概念	46
第二节 商业企业经营管理的性质	57
第三节 商业企业经营管理的职能	60
第四节 商业企业经营管理的办法	68
第五节 商业企业产权的经营管理制度	74
第六节 商业企业经营管理的现代化	81
第七节 商业企业经营管理的对象	89
第八节 商业企业经营管理的趋势	91
复习思考题	92

第二篇 经营

第三章 商业企业经营的外部环境	97
第一节 商业企业经营环境的内涵	97
第二节 经济环境对商业企业经营的影响	98
第三节 政治法律环境对商业企业经营的影响.....	108

第四节 文化环境对商业企业经营的影响·····	114
复习思考题·····	115
第四章 商业企业的经营机制·····	116
第一节 商业企业经营机制的概念·····	116
第二节 商业企业转换经营机制的必要性·····	118
第三节 商业企业转换经营机制的目标和原则·····	124
第四节 商业企业转换经营机制的措施·····	125
复习思考题·····	131
第五章 消费者购买行为的研究·····	132
第一节 消费者购买行为的系统模型·····	132
第二节 购买力因素对购买行为的影响·····	134
第三节 消费者的购买动机·····	135
第四节 消费者的购买组织·····	147
第五节 消费者购买过程的类型·····	149
第六节 消费者购买过程的阶段·····	151
复习思考题·····	155
第六章 市场调查·····	157
第一节 市场调查的重要性·····	157
第二节 市场调查的步骤·····	159
第三节 市场调查资料的搜集和整理·····	161
第四节 消费者市场调查·····	173
第五节 购买动机调查·····	175
复习思考题·····	177
习题·····	178
第七章 市场预测·····	179
第一节 市场预测的基本要求·····	179
第二节 市场预测的基本步骤·····	181
第三节 定性预测法·····	184

第四节 时间序列法·····	200
第五节 因果预测法·····	220
复习思考题·····	225
习题·····	225
第八章 商业企业的经营决策·····	230
第一节 商业企业经营决策的概念和分类·····	230
第二节 商业企业经营决策的原则·····	234
第三节 商业企业经营决策的步骤·····	236
第四节 商业企业经营决策的方法·····	250
第五节 市场经营战略决策的制订方法·····	255
复习题考题·····	261
习题·····	262
第九章 商场设计·····	261
第一节 门面设计·····	261
第二节 营业面积的分析·····	265
第三节 货位的分布·····	268
第四节 商品的陈列·····	270
第五节 商场环境的改善·····	273
复习思考题·····	276
习题·····	277
第十章 商品采购·····	278
第一节 商品采购的原则·····	278
第二节 必备品种目录和经营品种目录的制定·····	281
第三节 采购渠道和采购环节的选择·····	285
第四节 经济采购批量的选择·····	287
第五节 采购时间的选择·····	290
第六节 进口业务·····	296
复习思考题·····	297

习题.....	297
第十一章 商品销售和服务.....	298
第一节 人员推销.....	298
第二节 公共关系的处理.....	309
第三节 出口业务.....	313
复习思考题.....	316
第十二章 广告.....	317
第一节 广告的作用.....	317
第二节 广告的原则.....	318
第三节 广告内容的选择.....	319
第四节 广告媒体的选择.....	321
第五节 广告时间的选择.....	323
第六节 广告效果的评价.....	324
复习思考题.....	327
习题.....	328
第十三章 商品储运.....	330
第一节 优化配置商品储存的 ABC 分析法	330
第二节 优化配置商品储存的保本点法.....	333
第三节 优化配置商品储存的必备商品目录动态卡法	334
第四节 优化商品运输的最小元素法.....	336
复习思考题.....	340
习题.....	341
第十四章 商品价格.....	342
第一节 商品价格的作用.....	342
第二节 商品比价体系.....	343
第三节 企业定价策略.....	344
第四节 企业定价方法.....	348

第五节 价格计算公式·····	349
复习思考题·····	351
第三篇 管理	
第十五章 信息管理和计划管理·····	355
第一节 商业信息和信息管理的概念·····	355
第二节 管理信息系统的运行·····	356
第三节 计划管理的必要性·····	358
第四节 计划管理的方法——PDCA 管理环 ·····	359
复习思考题·····	364
第十六章 目标管理·····	365
第一节 实行目标管理前的准备工作·····	365
第二节 目标的确定·····	369
第三节 目标的实现和考核·····	373
复习思考题·····	375
第十七章 组织管理·····	376
第一节 国有商业企业内部的领导体制·····	376
第二节 集体所有制商业企业内部的领导体制·····	379
第三节 股份制商业企业内部的领导体制·····	380
第四节 商业企业的组织机构·····	382
复习思考题·····	389
第十八章 劳动工资管理·····	390
第一节 劳动定额和编制定员的确定·····	390
第二节 企业的招工和用工制度·····	392
第三节 工资分配制度·····	396
第四节 行为管理·····	399
复习思考题·····	408
习题·····	409
第十九章 全面质量管理 ·····	410

第一节	质量管理的发展阶段·····	410
第二节	全面质量管理的概念和原则·····	411
第三节	质量保证体系·····	412
第四节	全面质量管理的方法·····	416
	复习思考题·····	422
第二十章	财务管理·····	423
第一节	财务管理的原则·····	423
第二节	企业资本的筹集·····	424
第三节	资金的运用·····	426
第四节	损益的管理·····	434
第五节	企业清算的管理·····	439
	复习思考题·····	440
	习题·····	441
第二十一章	企业诊断·····	442
第一节	企业诊断的步骤与方法·····	442
第二节	企业诊断的重点·····	446
第三节	企业决策的诊断·····	447
第四节	企业领导行为和管理情境因素诊断·····	452
第五节	经济效益的诊断·····	454
	复习思考题·····	458
	习题·····	459

第一篇 总 论

第一章 商业企业总论

第一节 商业企业的概念

一、企业的概念

任何社会的经济活动都有一定的组织形式,即基本经济单位,采取哪种形式的基本经济单位来组织社会经济活动,是由当时社会的生产力水平所决定的。有什么样的生产力,就要求有什么样的基本经济单位与之相适应。一定的基本经济单位是适应一定的生产力水平而建立起来的。当然,基本经济单位对生产力也具有反作用。当基本经济单位适合生产力发展的要求时,它能够有力地促进生产力的发展;而随着生产力的进一步发展,当这种基本经济单位逐步变得不适合生产力发展的要求时,又会阻碍生产力的发展,这时,就必须改变旧的基本经济单位,建立新的基本经济单位,以解放生产力。

在原始社会,生产工具极其简陋,以石器为主。生产内容主要是从事采集和渔猎,其后发展为原始农业和原始畜牧业,基本上没有剩余产品,自然经济占统治地位,生产力水平极为低下。只有建立按血缘关系结合在一起进行共同劳动和共同生活的氏族,才能与当时的生产力水平相适应。因此,氏族公社是原始社会的基本经济单位。在原始社会末期,由于金属工具的出现,在农业中,从使用木棒和石制农具发展为使用铁制农具;在畜牧业中,从狩猎发展为家畜饲养,劳动生产率显著提高,有了剩余产品,人们认识到原来由许多人集合在一起共同劳动不如以家庭为单位进行个体劳动更有利于生产力的发展。同时,随商品货币关系的发展,产生了专门

从事商品买卖的商人,引起了氏族内部的两极分化,少数富裕家庭拥有大量奴隶从事强迫劳动,多数贫穷家庭的成员沦为奴隶。氏族经济随之瓦解,产生了以私有制为基础的由奴隶主强迫奴隶劳动的奴隶社会。因此,奴隶主的庄园就成为奴隶社会的基本经济单位。奴隶社会经济活动的组织形式虽在一定程度上促进社会生产力的发展,但是,当生产力发展到一定程度时,它便成为生产力进一步发展的严重障碍。奴隶主对奴隶进行残酷剥削,并让奴隶使用最粗糙、最笨重很难损坏的劳动工具,使劳动力受到严重摧残,阻碍了生产技术的进步。奴隶大批逃亡,举行起义,迫使奴隶主释放奴隶,使之成为农奴或农民,将土地出租给农民耕种。出租土地的奴隶主就变成了地主。农民开始有了自己的小私有经济,在一定程度上解放了生产力,导致奴隶社会向封建社会过渡。因此,农民家庭就成为封建社会的基本经济单位。到了封建社会末期,商品经济有了较大发展。一方面,引起城市手工业者和农村个体农民的两极分化,少数富有的作坊主变成资本家,多数在竞争中破产的作坊主沦为雇佣工人;少数富裕农民变成雇工剥削的富农或农业资本家,多数贫困农民沦为农业雇佣工人。另一方面,商人逐步由买卖的中介人变成了直接支配生产的产业资本家,他们用统购、预购、加工订货等方式切断小生产者与市场的联系,使大批小生产者完全丧失独立地位,沦为雇佣工人。随着蒸汽和机器的使用,更促进了商品经济的大规模发展。生产力大大提高了,社会对经济资源的需求也随之大幅度增加,而社会经济资源在任何时候总是有限的,如何把有限的资源配置到社会需要的众多领域、部门、产品和劳务的生产经营上去,而且配置得最为有效,或者较为有效,以便最大限度地满足社会的需求,已成为进一步发展生产力必须解决的重大问题,很明显,只有废除封建割据以及其他形形色色的阻拦资源自由流动的人为障碍,才能使统一市场在全国范围内发育起来,才能使市场手段在资源配置中居于主要的、基础性地位,从而使在封建社

会时期就已有萌芽的市场经济得到充分发展。可见,市场经济和商品经济既有联系,又有区别。市场经济是商品经济高度发展的产物。但两者又有区别的,商品经济是指人类社会经济活动中的交换行为具有商品性,而市场经济是指以市场手段为主配置社会经济资源的具体方式。在商品经济和市场经济高度发展的条件下,原来封建社会以一家一户为单位的狭小家庭或作坊已不能适应社会化商品生产和商品流通发展的要求,在竞争中纷纷被淘汰,于是出现了由资本家雇佣生产工人和商业职工组织高度社会化大生产、大流通的企业,作为资本主义社会的基本经济单位。因此,企业是社会化大生产、大流通的产物,是资本主义商品经济和市场经济高度发展的产物。

在资本主义商品经济与市场经济高度发展的条件下脱颖而出的企业,在一切经济活动中充分体现了市场经济的以下特征要求:

1. 自主性。市场经济的主体是按照市场经济自主性的要求参加市场活动的每个企业,它们都必须拥有生产经营的自主权,包括生产经营决策权、投资决策权、产品定价权、进出口经营权、人事劳动权、工资奖金分配权、设备购置权、横向经济联合权、机构设置等权力。每个企业都必须自负盈亏。

2. 开放性。市场要向所有的商品生产者、经营者、购买者开放,向不同所有制的企业开放,向外地开放,向国外市场开放。开放是市场经济形成的条件。

3. 平等性。①参加市场活动的任何商品当事人一律平等,实行等价交换原则;②从个别商品来说,价格是不断变化的,但从市场总体看,总价格与总价值相等,交换是等价的;③买卖双方是自愿交易的,反对任何强买强卖和欺行霸市。

4. 竞争性。这是市场经济的突出特点,竞争对商品当事人既是压力,又是动力。在生存危机的逼迫下,迫使每个企业必须花大力气研究市场,了解市场需要,提高产品质量,降低产品成本,这对国

家、企业、广大消费者都有好处，而平等的竞争条件是通过市场发育和竞争实现的。

5. 分化性。市场竞争是无情的，适者生存，优胜劣汰是不以人们意志为转移的。凡是生产经营条件较好，个别劳动时间低于社会必要劳动时间的生产经营者在竞争中处于优势而得到发展；相反，则处于劣势而企业破产。分化性有利于降低产品成本，优化企业结构，调节社会供求，提高社会经济效益。

从企业的产生和发展来看，所谓企业，就是具有人、财、物等生产力及其独立的经济责任和权利的经济组织，在法律上是法人。它是国民经济的基本经济单位。

首先，企业是一个经济组织。凡是直接从事经济活动的组织，就叫企业。否则，就不是企业。例如，直接从事生产活动的组织，叫生产企业；直接从事商品交换活动的组织，叫商业企业。正确掌握企业的这一特点，对于区分社会的其他组织是很重要的。例如，在企业之间尚未自下而上地形成有机体之前，单靠行政办法成立的公司，由于它们的性质是行政性的，作用是实行行业管理，就不能称之为企业。公司必须是在发展商品经济的需要和企业互有需要的基础上建立的联合经济组织，必须是名符其实的经济实体，而不是“经济虚体”。又如，政权机关的行政组织、文教卫生系统的学校、医院等事业组织，它们并不从事经济活动，就不是企业。正因为企业是经济组织，因此，我们在考虑经济管理体制改革的时候，就不能混淆政权机关的行政组织与经济组织的区别，把企业作为行政组织的附属单位，而应该把“官”和“商”分开。官是官，商是商。也就是说，政、企的职责必须分开。

其次，企业必须具有人、财、物等生产力。人、财、物是生产力的三个要素。企业只有从市场输入足够数量和较好质量的劳动者、劳动资料和劳动对象，才能形成生产能力，开展各项经济活动。

再次，企业必须具有独立的经济责任和权利。经济责任和权利