

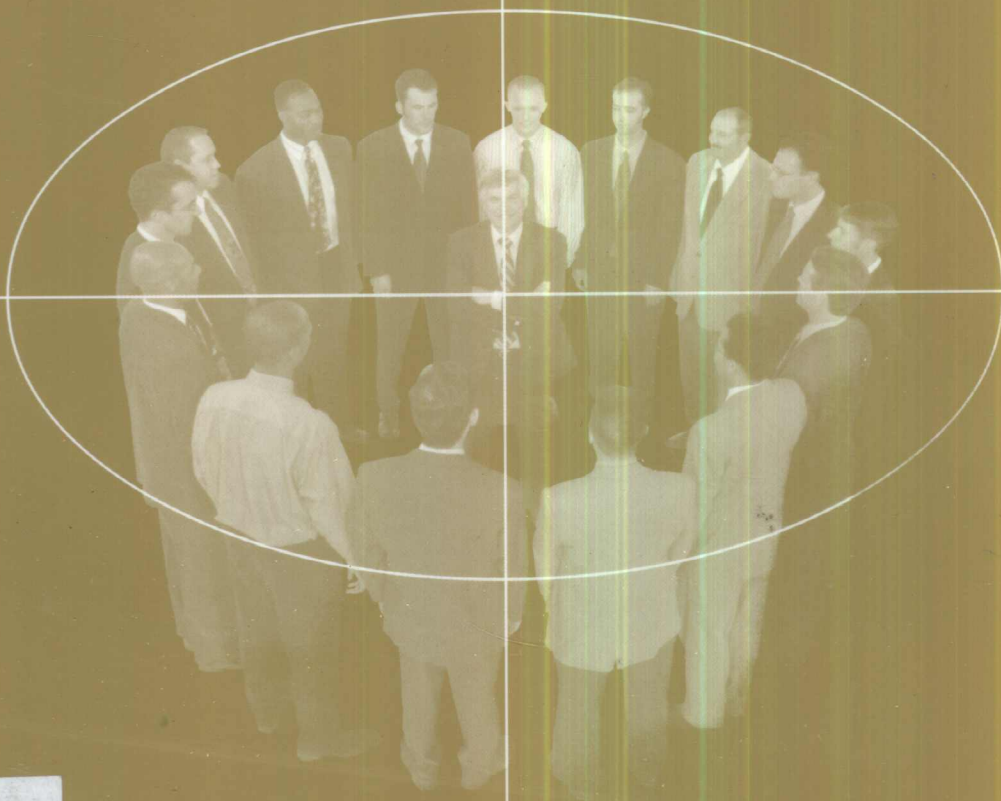
清华管理专业系列教材

企业管理学

第二版

金
占
明

主
编



清华大学出版社

清华管理专业系列教材

企业管理学

第二版

金
占
明

主
编



清华大学出版社

(京)新登字 158 号

内 容 简 介

这是一本用于大学经管类专业的教科书,本书第一版发行 4 万余册。为适应当前的教学需要,作者从我国市场经济的实际及其所处的国际环境出发,对现代企业中的企业系统与企业管理、市场营销、生产系统和生产过程、技术管理、会计与财务管理等进行了深入细致的分析、研究和阐述。本书具有较强的针对性和可操作性,同时又不失其理论深度。它能帮助读者形成正确的企业管理思想和全面的管理能力。

本书适合于各类工业企业的厂长、经理及其中上层管理人员阅读,经济、管理类专业的本科生、MBA 均可以将此书用作教材。

图书在版编目(CIP)数据

企业管理学/金占明主编. —2 版. —北京:清华大学出版社,2002 清华管理专业系列教材

ISBN 7-302-05477-0

I. 企… II. 金… III. 企业管理-中国-高等学校-教材 IV. F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 033710 号

出 版 者: 清华大学出版社(北京清华大学学研大厦,邮编 100084)

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>

责任编辑: 魏荣桥

印 刷 者: 北京密云胶印厂

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 787×960 1/16 印张: 25.25 字数: 503 千字

版 次: 2002 年 8 月第 2 版 2002 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-302-05477-0/F·408

印 数: 0001~5000

定 价: 33.00 元



在当前,加强企业管理,实现企业管理现代化,是我国企业面临的十分紧迫而重要的任务。首先,中国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济体制,企业是市场的基本经济细胞和竞争主体,在构造市场经济体制宏观框架的同时,必须一方面重新塑造市场经济体制的微观基础,建立与社会主义市场经济体制相适应的现代企业制度;另一方面要加强企业管理,实现企业管理现代化,即用现代管理的思想、理论、方法与手段进行科学管理,结合我国实际情况,总结我国行之有效的管理经验,使企业管理的整体达到现代化的水平。

第二,现代科学技术的进步与发展,要求与之相适应的管理和组织水平,国外一般公认,先进的科学技术和先进的经营管理是推动现代经济高速发展的两个车轮,二者缺一不可。没有先进的管理水平,先进的科学技术无法推广,也不能充分发挥它的作用。因此,从某种意义上说,各国经济水平的高低在很大程度上取决于其企业管理水平的高低。日本在第二次世界大战后,从一个经济崩溃的战败国,一跃而为资本主义的经济强国,其成功因素之一就在于他们建立了一套具有民族特色的企业管理系统,因此企业生产经营之所以能够发生并持续地进行,除了需要人、财、物和信息等生产要素外,还必须要管理。日本人认为,管理是除了土地、劳动和资本之外的第四种资源,它在经济发展中也具有创造的作用,可见加强企业管理的重要。

第三,我国经过 40 多年的建设,已经建立起一个独立的比较完整的国民经济体系,但大多数企业素质较差。这主要表现在:职工技术水平低,工程技术人员少;企业管理基础工作薄弱;企业专业化协作水平低,“大而全”、“小而全”的企业很多,设备利用率低,劳动生产率低;企业应变能力差,在市场经济条件下,企业不能适应外部环境的变化,缺少开拓精神,企业投入多、产出少、经济效益差等。产生上述问题的主要原因是管理落后。与发达国家相比,我国企业落后差距最大的还不是机器设备等硬件,甚至也不是技术水平,而是管理跟不上。不加强企业管理,不提高企业的管理素质,技术进步就缺乏内在动力,有了好的科技成果也不能有效地推广使用,有了好的科技人才也不能充分发挥作用。因此,我们需要通过学习国内企业的先进经验,吸收国外企业管理的好经验,逐步形成一套具有

中国特色的社会主义企业管理的思想、理论、方法和手段,探索出一条中国企业管理的路子来。

第四,实现四个现代化的一个重要标志应当是管理现代化。我国目前已经拥有相当规模的物质技术基础,如果我们在今后几年的时间里解决了管理现代化这个任务,同时生产力还能保持持续地稳定高速发展,到20世纪末,我们就可以基本上实现四个现代化,并具备了向更高程度现代化发展的基础和前提。

综上所述,我认为本书的出版是具有重要的理论意义和现实意义的。

现代企业管理已经成为一门多学科的综合科学。本书是以全面反映企业管理内容的基础性教材。本书有三个特点:

一、目前企业管理的理论与实践有三种发展趋势,第一是强调企业高层管理人员决策的有效性;第二是强调企业各职能管理的集成和综合;第三是现代科技对企业的影响及向企业管理的渗透。本书努力适应这些发展趋势的需要,即本书的特点并不在于各职能管理的精和深,而在于对于整个企业管理系统进行集成性和综合性的介绍,是对现代企业管理思想、理论、方法和手段的总结,本书能帮助读者形成企业管理的正确思想方法和较全面的管理能力。

二、本书是以中国企业现在和未来的管理实际所需要的理论与技能为出发点,在介绍各职能管理的基础上,强调对读者综合管理能力的培养,为他们提供一本既具有较强的管理思想性,又有较丰富的管理技能、智慧及操作方法的教材,这是本书与有些企业管理著作不同的一大特色。

三、本书介绍了当前企业管理理论的新发展和新动向,在企业生产系统与管理、企业科技管理及企业综合管理等方面的内容较新,这也是本书与有些企业管理著作不同的又一大特色。同时本书语言简练生动,易学易懂,内容重点突出,剪系统性强,是目前比较好的企业管理教材。

参加本书编写的同志都是在学术上很有成就的年轻教师,他们阅读了大量的中外企业管理专著及论文,深入中国企业进行广泛的调查研究,掌握了大量的我国企业管理的实际资料。同时,他们在企业管理教学岗位上从事了多年的教学工作,积累了相当丰富的教学经验,他们的教学内容及案例教学方法受到了学生们的热烈欢迎。在此基础上,他们用了一年的时间将自己的教学实践加以总结提高写成本书。

本书第一、五、六、七、八章由石涌江编写,第二、三、四章由金占明编写,第九、十章由张芸编写,第七章第四节由谢滨编写,全书由金占明统稿,刘冀生审定。

本书适合于经济及管理类专业的大学本科生及双学位学生使用,同时亦可作为工商管理硕士(MBA)及外专业本科毕业生转修经济管理类研究生的预修教材,也可作为企业管理者或企业技术人员学习企业管理思想、理论及方法的参考书。

• II •

借此机会,谨向读者推荐《企业管理学》一书。希望关心我国企业管理现代化的同志都来关注和讨论书中的这些问题。有了对提高企业管理现代化水平重要意义的深刻认识,又能以管理者的角度联系思想和业务实际学习本书,在企业管理的思想及管理体制上进行改革,结合企业实际,在管理方法和手段上也能采取有力的改进措施,我相信一定会在企业管理方面取得较好的效果。我国提高企业管理现代化水平,提高企业经济效益的事业是大有希望的。

刘冀生

1994年6月



《企业管理学》一书自 1995 年 8 月出版以来,受到了广大读者的欢迎,许多读者给作者写信或者打电话或发电子邮件来探讨书中有关问题,这些读者中除了学者以及广大学生以外,还有很多企业家。到 2001 年为止,本书已经是第 10 次印刷,累计印数已经达到 4 万余册。一本普通的专业书籍能够有如此之大的发行量,实在是出乎我们意料之外。所有这些,固然是对作者的鼓励和鞭策,更大程度上是反应了在我国建立社会主义市场经济的过程中,人们对于管理科学尤其是企业管理学的认可和重视,以及对管理学知识的渴求。我们这些从事管理学高等教育的人不仅感到欣慰,更多的是感到责任重大。

正是出于对读者的这种责任感,去年以来,我们着手对本书进行了全面修订。目前呈现在读者面前的这本书,共分为十一章,其中第二章“市场营销与目标市场决策”的营销观念部分中增加了“整体营销观念”,本章中所有数据全部进行了更新,并增加了“市场营销环境和市场机会分析”的内容,同时对其他内容进行了必要的裁减与合并;第三章“市场营销组合策略”中删掉了“企业商品价格的主要形式”的内容,增加了“广告媒体的选择”以及“企业形象设计”的内容;第四章“市场研究与市场营销”中增加了“市场营销信息系统”一节;在第一版的基础上增加了第五章“营销理论的发展”,主要介绍最新的营销理论的基本内容,其中涉及了绿色营销、网络营销、关系营销、服务营销、数据库营销等等;第八章补充介绍了计算机集成制造系统(computer integrated manufacturing system, CIMS)和 ISO14000 系列标准;第九章引入了两种新的生产方式和理念:精益生产 LP,敏捷制造 AM;第十章增加一些具体会计准则的介绍;第十一章除了介绍管理会计的基本理论,又把第一版第九章第三节“成本性态与量本利分析”转入本章,以保证管理会议理论的体化;其余章节都有局部的重要增删或改写。至于补漏性和校正性的零星修改和一些技术性的文字修改几乎遍及本书的各个章节,在此不准备一一列举。修订本书的目的,第一是希望使本书的内容更加充实,体系结构更为妥帖、精当;第二是希望使本书能够跟上最新的管理理论的发展,给读者展现最新的研究结果。但能否达到这一目的,还有待读者来评价。

本书第一版由金占明、石涌江、张荟和谢滨编写。

参加本次修订工作的有侯贵松、孔国平、张荟等,新增第五章由侯贵松编写,第二、三、

四章由侯贵松修订,第六、七、八、九章由孔国平修订,第十、十一章由张荟修订,全书由金占明统一修改、定稿。

需要提及的是,石涌江、谢滨两位原作者在本书修订的过程中恰好在国外工作或学习,未能参与修订工作,这是令人遗憾的。值此修订再版之际,特向他们表示敬意,他们对本书所做出的贡献是不应该被忘记的。

本书问世已六年有余,其间不仅专家学者给予了大量关注,许多读者也纷纷来信询问再版情况,同时也给予作者很大的鼓励,并且对本书的内容提出了许多宝贵的意见,在此一并表示衷心感谢。这次修订再版后,希望能够得到大家更多的关注,也希望能继续听到来自广大读者的更多的批评与建议。

金占明

2001年12月于清华园



第一章 企业系统与企业管理	1
第一节 企业的使命与活动.....	2
第二节 管理的基本职能及其演进	10
第三节 本书的总体框架	19
第二章 市场营销与目标市场决策	21
第一节 市场营销观念及其演变	22
第二节 市场营销环境	29
第三节 市场细分化	49
第四节 目标市场选择	68
第三章 市场营销组合策略	73
第一节 产品与产品组合策略	73
第二节 价格与定价策略	93
第三节 销售渠道策略.....	105
第四节 促销策略.....	111
第四章 市场研究与市场营销	128
第一节 市场调查.....	128
第二节 市场预测.....	133
第五章 营销理论的发展	147
第一节 绿色营销.....	147

第二节	网络营销	151
第三节	关系营销	154
第四节	服务营销	157
第五节	数据库营销	160
第六节	其他营销理论	162
第六章	企业生产系统与生产过程分类	164
第一节	企业生产系统及其内部构成特性	164
第二节	制造业生产系统结构类型的分析	171
第三节	服务业生产系统结构类型的分析	177
第四节	企业生产管理的主要任务	180
第七章	企业生产系统的有效性设计	181
第一节	生产战略	181
第二节	工作研究	195
第三节	工厂设计、选址、布置与规模决策	206
第八章	企业生产系统的高效率运行	215
第一节	生产能力的计划与控制	215
第二节	生产库存管理的蓄水池与零库存	236
第三节	生产人员管理	253
第四节	质量管理	259
第九章	企业技术系统的管理	276
第一节	企业的科学技术及其管理系统	276
第二节	企业新技术的开发管理	283
第三节	企业管理现代化的基本内容	291
第十章	企业会计基本知识	308
第一节	财务会计的理论框架	308
第二节	财务报告	314

第三节 财务分析·····	328
第十一章 企业财务管理与财务决策·····	337
第一节 企业财务决策——成本管理·····	337
第二节 成本性态与量本利分析·····	351
第三节 企业财务决策——流动资金管理·····	365
第四节 企业财务决策——投资决策·····	379
主要参考书目·····	391

第一章 企业系统与企业管理

就像家庭是组成社会系统的细胞,没有了家庭社会便会失去生命力一样,企业是构成经济系统并使其具有活力的细胞,经济、社会丧失了它便很难具有生机而赢得繁荣与发展。

从整个人类社会进程看,企业和工商业活动的历史还不到一千年,而公司的出现则是最近一百年前后的事情,然而,整个人类现代社会的文明,尤其是工业化和信息化时代的成就与发展,主要都是建立在企业贡献的基础之上的。若是回顾中国的改革开放、社会经济发展的历程,最关键的是我们引入了社会主义市场经济的机制。而其中,中国的企业——无论是以家庭联产承包制为基础的,还是集体、国家所有,或是建立在现代企业制度基础之上的——毫无疑问是创造这一发展奇迹的主角。因为正是这种具有活力的细胞、凝聚了亿万人民提高生活质量的朴素愿望和巨大动力,并使之能够自由、充分地释放出来。因此可见,企业是现代社会繁荣的基础,而且随着人类需求日趋多样化、个人潜力与个性更需充分发挥,今后的社会发展,如果没有企业这一细胞的支持,将是不可想象的。

企业为社会进步、国家富强、乃至个人成长都提供了一种很好的组织形式和活动方式,但是这并不意味着每个企业因此就一定会被社会所接受,除去那些居心不良、道德不善的企业必遭恶有恶报之外,即使你的企业真有服务于社会、造福于人类的愿望,而缺乏实际的经营能力与最终绩效,现代这种竞争社会也很难容忍这样的企业有生存的可能。进入市场的企业如同进入战场的部队,虽不至于在肉体与灵魂上拼得你死我活那么残酷,但同样面临着优胜劣汰的无情选择。于是,便产生了如何争取生存、寻求发展的问题——也就是对如何有效地管理好企业提出了理论与实践方面的要求。

要管理好任何一个对象,除了需要具备一般的管理知识、技能与素质外,至少他还需要具备另外两个条件:首先,对所管理的对象要有深入的了解,如企业是什么、由什么构成、如何运转、有哪些具体的职能/业务性活动等,把握住对象的内部规律;其次,对该对象管理的特殊性要有充分的了解,如企业各职能管理的目标、任务是什么?企业各职能子系统的结构如何设计、运作如何监控?最重要的决策是什么?等等,在掌握了对象规律的基础上驾驭好它。本书主要就是要解决这两个基本问题,其中本章主要针对第一个问题,后面十章则从不同职能子系统的角度探讨其业务管理的特殊性问题。

第一节 企业的使命与活动

一、企业的概念与含义

企业是为满足社会需要并获取盈利,实行自主经营、自负盈亏、独立核算、具有法人资格,从事商品生产和经营的基本经济单位。从这一企业概念中我们可发现企业的五个特点:

1. 企业是一个经济性组织

人们把经济理解为“经世济民”,意思是要在有限的资源条件下,使用尽可能少的投入来创造尽可能多的社会财富以满足社会日益增长的物质和文化生活需要。企业作为一个经济性组织,首先表明它是一个投入—产出系统,即从事经济性活动,具体表现为生产性和营销性等方面的活动,都是把资源按照用户的需要转变成为可被接受的产品与服务;其次表明它具有追求经济性的目标,即在经营企业的过程中实现“产出/投入”之比的最大化。具体而言,企业不同于行政事业和福利性机构,它必须获取盈利。盈利是企业创造附加价值的组成部分,也是社会对企业所生产的产品和服务能否满足社会需要的认可与报酬。在发育完善的市场体系下,企业所获得的利润报酬与其为社会所作的贡献成正比;而不获利或亏损的企业则可认为是在占用、浪费、损害社会资源,是不应让其继续存在的。企业的经济性或获利性还意味着政府的税收与国民的福利、公益事业的发展,以及企业自身的扩大再生产、职工生活水平的不断提高。对于当今绝大多数的企业来说,经济性不仅是一种要求,它往往被认为是企业行动的最高且惟一的目的:实现利润的最大化。

2. 企业是一个社会性单位

企业不仅是经济组织也是社会组织;而且在现代社会中,企业的社会性功能已不单纯地从属于其经济性功能,不是简单地反映为“取之于社会,用之于社会”的道义方面的要求,现代企业已是一个向社会全面开放的系统,它所承担的社会责任与政治责任有时甚至会对其经济性行为产生决定性影响。所以,企业概念中的“为满足社会需要”不仅指满足用户甚至市场的需要,它还包括了满足企业股东和一切经营及其结果的“相关者”的需要,这些相关者都在不同方面、不同程度上与企业发生着联系,影响、帮助或制约着企业的行为,如图 1-1 所示,形成了企业经营的社会环境,企业无论如何也是脱离不了这种环境的。应当注意到,企业社会性的责任与功能有时与其经济性的责任与目的之间会形成矛盾,结果往往是迫使企业在经济性方面妥协,因此企业利润最大化的目标一般是很难实现的。企业的社会性要求其管理者不仅要有经济头脑,还必须会解决社会、政治问题。

3. 企业是一个独立法人

即企业具有自己的独立财产与组织机构,能以自己的名义进行民事活动并承担责任,

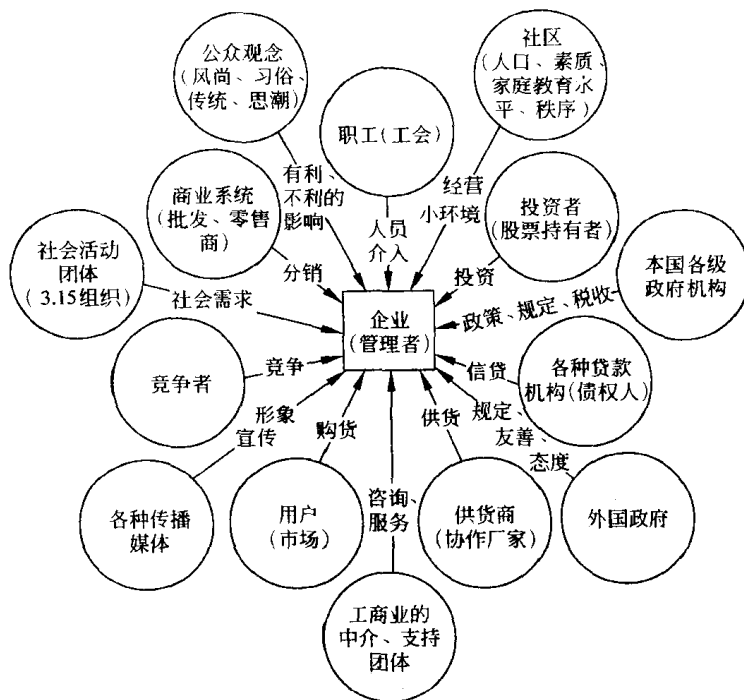


图 1-1 企业及其社会环境

享有民事权利与义务。企业的法人特点规定了它需依法定程序建立组织,如必须在政府部门登记注册,应有专门的名称、固定的工作地与组织章程,具有独立的财产,实行独立核算,能够充分独立对外、自主经营等;同时,作为法人,企业也只对“有限”的自己负法律责任,如企业的行为并不殃及其员工,企业资产的清算仅对法人的注册资本与负债有效,并不涉及出资人的其他财产问题。因此,独立法人的特点决定了企业一定是自负盈亏、独立核算与自主经营的。企业的经理、厂长是法人代表,应该对自己的权利有充分的认识,同时也应对自己要负的责任有明确的了解。

4. 企业是一个自主经营系统

除了独立法人的自主权利与责任所要求的自主行动之外,由于企业是在市场中运作,面对的是各种各样的需求、稍纵即逝的机会、优胜劣汰的竞争,经营决策除了需有有效性,还必须强调行动高效率,这也要求企业对其经营要有充分的自主性,不应受到其他方面的直接干预。同时对于企业经营者来说,自主经营除了行动的自主性之外,还意味着与自主经营所相对应的“自觉”负责,包括“自负盈亏、自我积累、自我发展和自我制约”,这些都是所有权与经营权分离之后,企业经营管理应该承担的义务。为了利用好自主经营使企业得以长期、稳定的发展,管理者还必须为此建立一个科学管理的企业经营系统,其中包括

有效的企业组织与领导体制、高效率运作的经营决策机制。

5. 企业是一个历史发展的产物

企业并不是从来就有的,它是商品经济的产物,也标志着生产力发展的一定水平。在奴隶社会和封建社会中,主要的经济形态是自给自足的自然经济,家庭既是社会又是经济的基本单位,包括那时少数的工业作坊的生产都并不是为了交换,而主要是为了自身或给奴隶主、封建主的消费,因此这种以家庭和手工业作坊为基础的自给自足的生产组织形式都不叫企业。只有到了商品交换发展到一定程度、尤其是中间商介入到生产与交换之间时,才开始产生了最原始的企业组织:简单协作生产制,这种生产形式的核心是由中间商来控制家庭或作坊的生产,原料的购进、销售的环节都与生产相脱节,尽管生产工具和劳动力还主要以家庭或作坊为主,但生产者已经在向雇工过渡,生产也不再以个人或家庭消费为主,生产的组织也正在向着社会化协作的方式演变。随着工业革命和大机器生产的推行,掌握着市场、原料和大量流动资本的中间商开始直接进行生产性投资。可以想象在机器应用于生产的年代,会发生的肯定不再是机器走入家庭,而是家庭作为经济细胞的彻底破裂,生产者彻底地变成雇工和无产者,这时的企业就是以第一次工业革命为基础的工厂生产制企业。由此可见,企业自诞生那天起就背负着“希望与罪恶”,它既代表着新的生产方式,是社会化生产的开始,意味着生产效率与管理效率的无止境地提高,创新、创造活动的空前活跃;同时,企业的功利取向使经营者能够在方法合理性外衣的掩盖下,肆无忌惮地榨取剩余价值、牟取暴利、采取一切手段达到目的,并使之成为一种职业规范。尽管社会主义的企业与资本主义的企业有着本质的区别,但在社会主义初级阶段,更重要的是企业都作为一个历史发展所演变的产物,人们对它也必须要有全面的认识,尤其是对于管理者而言,除了应有明智的头脑、也需具有正确的价值观。

二、企业的使命

企业在创业初期一般都像婴儿一样,只有强烈的生存欲望,而并不在意生存究竟为了什么,但随着发展壮大,生存慢慢不是问题了,人就要追求如何生活得更幸福、更有价值;同样,当企业不再面临生存挑战而面临发展选择之时,企业的使命、信念、理想一类的问题便会自然产生。

根据企业的概念,其目的包括两个方面:“满足社会需要并获得盈利”,即“顾客满意+合理利润”,它反映出企业社会与经济两方面的职能与责任。然而,在管理者实际决策之时,两方面目标的完全保证往往不如单一目标的不懈追求来得简单明确,况且社会利益与经济效益对于企业而言并非总是协调、统一的。在这种情况下,管理者的决策则可能遇到这种问题:在企业经营中究竟是以什么作为本质目的进行追求?是“合理利润”为目标、“顾客满意”为手段,还是“顾客满意”为目标,“合理利润”为回报?这并非想评判哪种方式

正确,而是通过这一问题的讨论,管理者可能对自己企业的使命、经营信念与企业文化等方面会有更进一步的认识。

关于企业的社会责任问题从来就有两种不同的看法,其中主张企业只应负有限社会责任的人士认为:在一个自由竞争的市场体系下,企业追求私利极大化的过程会导致社会公利极大化的结果;担负社会责任的企业往往以牺牲企业利润和效率为代价;公平的社会取决于代表民意的政府,而不应由企业领袖来参与;企业管理者应接受更多的营销、生产、财务方面的职业训练,社会决策并非它们之所长;企业利润分散于社会既不稳定又不充足,不能有效地解决好社会问题。因此认为企业主要是完成其经济任务、追求利润目标,社会问题由政府或社会本身来解决。

另一种观点认为企业应该具有社会责任感,因为这对企业本身有很大的好处,如果企业都不进行大规模裁员就不会有很高的失业率,相应的购买力也不会下降,企业市场便不会萎缩;如果企业不管社会问题,很有可能会导致社会混乱,受害者仍是企业;同样,企业不顾社会,人民会转向政府,要求对企业进行更严厉控制,这有可能更为糟糕;还有许多问题的确是由企业造成的,企业有义务负责完善、改善社会环境及其公众形象。

企业作为一个经济系统,无论从哪一方面来说都必须是盈利的,千方百计地提高经济效益毫无疑问是管理者的中心任务。然而,盈利或利润是应该直接作为目的来追求,还是当成一种过程产物来看待,这一问题确实是值得管理者考虑的,尤其是那些经营较好、正在谋求进一步发展的企业更应慎重考虑这一关系。如果管理者把盈利水平作为最高目标加以追求,其他的一切都只是实现这一目标的手段,这比较容易导致经营方面的短期行为、影响战略目标的稳定,容易使企业去追逐高回报率的行业或市场,而不易使企业在长期竞争中把注意力集中于自身素质的提高,这可能对企业长远的生存与发展产生基础性的动摇。相反,若是企业把更多的精力关注于市场、用户、对市场的变化、用户需求发展的趋势能够了解、掌握,迅速做出反应、甚至引导,把握趋势的变化,企业就将在这一市场上长久不衰、日益兴旺,相应地不仅利润水平会较高而且稳定性会很好,高市场占有率与良好的公司形象所导致的经营风险会很低。由此可见,如果企业把眼光更多地放在服务对象身上,更多地关注于长远的社会、市场、顾客利益,社会和用户是会充分予以回报的。利润作为服务过程的产物将自然而然地产生而无需你刻意追逐。

“生产的目的是以丰富大众日常生活的必需品、改善及扩充其生活内容为主要目的”。这是1932年松下幸之助向全体员工发表的所主致辞,它部分地揭示了这家公司成功的秘密。还在世界经济大萧条之时,松下先生就在考虑“生产者的使命”、“为什么办企业”这类经营理念问题,并从一次偶然的宗教活动中悟出了“正义的经营”之道:“宗教事业,是全力以赴地引导广大有烦恼的人获得精神寄托,是使其人生幸福的神圣事业;而我们所经营的事业,则是生产和满足人类生活不断提高所需要的物质产品,因而它也是必不可少的神圣

事业”，于是建立了他“实业人的使命，就是克服贫困，就是使整个社会脱贫致富。把商店和工厂繁荣起来并不是经营和生产的目的，而是，通过其劳动和活动，使社会富起来”。在这一信念体系下，顾客满意与合理利润问题也就很容易解决了，“所谓利润，应该看作是对完成企业使命所给予的报酬，因此，没有利润的经营可以看作是这个企业对社会贡献小，没有完成本来使命的企业”。

美国著名的经验管理学家彼德·德鲁克(Peter Drucker)也曾指出“企业目标的惟一有效定义就是要创造顾客”，德鲁克的本意当然不是说企业只用创造顾客及服务用户，而可以不管成本或不盈利，他关键是想告诫经理及管理者存在着一种更好的经营思想，即时刻不要忽视顾客，不要“只顾盈利而不爱服务”，若不管用户需求、服务不佳，企业在竞争中必然受挫、自然也难以盈利；而采用追求“创造顾客”模式、盈利是必然的结果。

由此可见，尽管追求企业的经济性、甚至以利润为经营目标并无可厚非，但中外管理学界与实业界也在思考、探索着一种更好的经营思想与思想方法，试图把企业利益与公众、客户利益更好、更自然地协调统一起来。

三、企业的类型划分

由于现代经济生活十分复杂、作为基本经济单位的企业也就有很多类别；为了更深入地研究企业管理的特点和规律，也需将企业进行分类研究。因所要研究的问题不同，企业类型划分的原则也有多种，表 1-1 便是从资产构成形式、行业属性等方面对企业进行的分类。

表 1-1 企业的类型划分

企业分类原则	企业 类 型
根据企业财产构成和所负法律责任	①单一业主制；②合伙制；③公司
根据企业所属经济部门	①农业企业；②工业企业；③建筑安装企业；④运输企业； ⑤商业企业；⑥邮电企业；⑦金融企业；⑧咨询企业
根据生产力要素比重	①劳动密集型企业；②技术密集型企业； ③知识密集型企业；④资源密集型企业
根据企业经营规模	①大型企业；②中型企业；③小型企业
根据企业经营方式	①国有国营；②国有民营；③民有国营；④民有民营
根据产品的经济性质	①工业品生产企业；②消费品生产企业；③军工生产企业
根据组织结构类型	①企业集团；②公司；③总厂；④工厂

在当今经济体制改革不断深入、社会经济生活日益多样化的时候，无论是有志于振兴中国经济的豪杰，还是有心下海弄潮、自己雇自己的老板，或是正在探求职业去向的一般