

湖南省省级精品课程教材

现代企业 经营与管理新编

主 编 杨 刚 文福华 陈国生

副主编 李春生 戴 旻 康 健



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

湖南省省级精品课程教材

现代企业经营与管理新编

主 编	杨 刚	文福华	陈国生
副主编	李春生	戴 旻	康 健
编 著	祁德军	曹文明	唐 欣
	刘仁能	刘秋英	

对外经济贸易大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代企业经营与管理新编/杨刚, 文福华, 陈国生主
编. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2008
湖南省省级精品课程教材
ISBN 978-7-81134-100-3

I. 现… II. ①杨…②文…③陈… III. 企业管理 - 高等
学校 - 教材 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 060986 号

© 2008 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

现代企业经营与管理新编

杨 刚 文福华 陈国生 主编

责任编辑: 李文娟

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

山东省沂南县汇丰印刷有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 260mm 19 印张 439 千字

2008 年 4 月北京第 1 版 2008 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81134-100-3

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 29.00 元

前言

经营和管理是企业永恒的主题。企业效率的提高和企业活力的激发都以良好的经营和管理为基础。然而经营是十分精彩的,管理也是多元的,故有“企业家不是教出来的”一说。管理的应用性、实践性决定了管理教学中的“学”比“教”更为关键,从这个意义上说,现代企业经营与管理更强调应用性、客观性和实践性。

本书注重应用性,加强对动手能力的培养。在编写过程中,我们首先强调更新教学观念,强调以人为本,加强对素质的培养。每章都设置了“个案分析”、“关键名词”和“讨论与思考”环节,努力探索一种“讲、读、研、练”一体化新型教材模式,尽可能适应高职高专教师精讲,以及学生多练、“能力本位”的新型教学方式的需要。通过充实和丰富的各种案例教学,使学生由被动的接收者转变为主动的参与者和积极的研究者。通过分析与互相讨论,调动学生的主动性和积极性。另外,我们还结合现代企业管理应用性较强的特点,在教材教学中,注意收集经济生活中的实例,并根据各章节的内容选择适当的案例服务于教学,使学生在课堂上就能接触到大量的实际问题,努力提高学生综合分析和解决实际问题的能力。

本书较全面、系统地阐述了现代企业管理的理论和方法,并结合我国社会主义市场经济发展的实践来论证企业经营与管理学的基本原理及其应用。为此,我们在教材编写中,每章后都选入企业经营与管理的实际案例,在编写中体现“实际怎么做,书中怎么写”的原则,使学生可以以案例为模板,作借鉴,从中受到启示,去分析和解决实际问题。当然,任何案例都不存在固定规则,更没有绝对正确的答案。因此,全书虽然在体例上有所规范,但在案例点评上只是参考与建议,目的是激发学生学习热情及科研兴趣,培养学生综合分析能力与口头表达能力,增强学生主动参与课堂教学的意识,从而使学生的创新研究能力得到充分的体现,共同悟出企业经营与管理真谛。同时,本书吸取了国内外现代企业管理的新经验。在内容处理上,注重概念清楚、重点突出、理论联系实际、力求分析全面,使读者对每个问题的认识都能达到一定的深度,为在实践中灵活应用打下扎实的基础。

本书结构严谨、形式活泼,将理论性、实用性和先进性融为一体,具有深刻的启迪性和可操作性,适用于本科院校、高等专科学校、成人高校和民办高校开设管理课的各专业使用,既可作为管理专业管理原理课教材,又可作为非管理专业企业管理概论课的教材,亦可供从事经济管理工作的有关人员参考阅读。

《现代企业经营与管理》课程是工商管理及其他经济学专业的一门基础课程。本书分为12章,每章都附有专题性、分析性案例,基本上是一个案例解决一个方面的实际问题。书中第1、2章由湖南工学院康健博士撰写,第3章由西南大学杨刚博士撰写,第4章由湖南工学院唐欣硕士撰写,第5章由湖南工学院曹文明硕士撰写,第6章由湖南工学院刘仁能讲师撰写,第7章由湖南工学院祁德军副教授撰写,第8章由衡阳财经

工业职业技术学院文福华副教授撰写，第9章由衡阳财经工业职业技术学院戴旻副教授撰写，第10章由湖南工学院刘秋英副教授撰写，第11、12章由湖南工学院李春生教授撰写。全书由杨刚博士、陈国生教授、文福华副教授负责框架设计和统稿。

在编写过程中，我们参考了一些国内外出版的企业管理方面的教材、著作和论文，在此，向这些作者致以衷心的感谢。由于受时间、水平、经验等主客观条件所限，书中缺点和不成熟之处在所难免，恳请同仁批评指正。

编著者

2008年1月30日

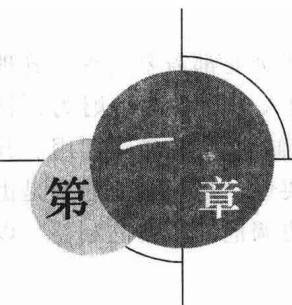
目 录

第一章 现代企业管理基础	(1)
第一节 现代企业管理概述	(1)
第二节 企业管理的基本原理与方法	(2)
第三节 现代管理理论的形成与发展	(8)
第四节 现代企业组织形式	(13)
第五节 我国现代企业制度的建立	(16)
【个案分析】	(22)
【关键名词】	(23)
【讨论与思考】	(23)
第二章 新产品开发管理	(24)
第一节 新产品开发概述	(24)
第二节 新产品开发过程	(28)
第三节 新产品采用过程	(32)
第四节 新产品市场扩散过程	(34)
【个案分析】	(37)
【关键名词】	(38)
【讨论与思考】	(38)
第三章 技术创新	(39)
第一节 经营创新概述	(39)
第二节 技术创新	(42)
第三节 制度创新	(47)
第四节 经营创新的条件	(49)
【个案分析】	(52)
【关键名词】	(53)
【讨论与思考】	(53)
第四章 现代企业营销管理	(54)
第一节 市场调查与预测	(54)
第二节 现代市场营销观念	(61)
第三节 产品策略	(64)
第四节 价格策略	(73)

第五节 促销策略	(84)
第六节 分销策略	(89)
【个案分析】	(92)
【关键名词】	(94)
【讨论与思考】	(94)
第五章 现代企业财务决策和财务分析	(95)
第一节 财务筹资决策	(95)
第二节 企业投资决策	(103)
第三节 股利决策	(112)
第四节 财务分析	(115)
【个案分析】	(122)
【关键名词】	(124)
【讨论与思考】	(124)
第六章 现代企业经营计划	(126)
第一节 企业经营计划概述	(126)
第二节 企业经营计划的分类和内容	(128)
第三节 企业制订经营计划的目的、原则与作用	(131)
第四节 企业经营计划的编制和执行	(134)
【个案分析】	(142)
【关键名词】	(143)
【讨论与思考】	(143)
第七章 现代企业经营决策	(144)
第一节 企业经营决策体系	(144)
第二节 企业经营决策原理的内容与类型	(150)
第三节 企业经营决策及其基本要素	(153)
第四节 企业经营决策的基本方法	(157)
第五节 企业经营决策的程序	(169)
【个案分析】	(171)
【关键名词】	(172)
【讨论与思考】	(172)
第八章 市场营销策略	(173)
第一节 市场营销的功能	(173)
第二节 市场细分策略	(176)
第三节 促销组合策略	(180)

第四节 销售渠道策略	(185)
【个案分析】	(188)
【关键名词】	(189)
【讨论与思考】	(189)
第九章 企业发展与经营战略选择	(190)
第一节 企业发展的方式	(190)
第二节 经营战略及其特点	(192)
第三节 经营战略决策的步骤	(195)
第四节 经营战略决策的方法	(197)
第五节 经营战略的选择	(204)
【个案分析】	(210)
【关键名词】	(211)
【讨论与思考】	(211)
第十章 跨国经营策略	(212)
第一节 企业经营的国际化趋势	(212)
第二节 跨国经营战略选择	(219)
第三节 跨国公司的经营方式	(221)
第四节 跨国公司的组织与控制	(228)
【个案分析】	(235)
【关键名词】	(238)
【讨论与思考】	(238)
第十一章 企业诊断制度	(239)
第一节 企业诊断的概念、特点、内容与重大意义	(239)
第二节 企业诊断的目的、任务、要求与作用	(245)
第三节 企业诊断的步骤与方法	(247)
第四节 企业领导行为和管理情境因素诊断	(250)
第五节 大中型企业效益的诊断	(251)
第六节 企业风险的诊断	(258)
【个案分析】	(260)
【关键名词】	(260)
【讨论与思考】	(260)
第十二章 现代企业文化建设	(261)
第一节 现代企业文化的内涵、特征、功能与内容	(261)
第二节 现代企业文化管理	(267)

第三节 现代企业文化建设	(271)
第四节 企业形象的含义、意义和内容	(276)
第五节 企业形象塑造的程序、主要内容与方法途径	(278)
第六节 CIS 与企业文化	(282)
【个案分析】	(290)
【关键名词】	(291)
【讨论与思考】	(292)
 本书参考书目	 (293)



第 一 章

现代企业管理基础

第一节 现代企业管理概述

一、企业管理的含义

(一) 管理的定义

管理是一种广泛的社会现象和社会活动，是人们为达到某一预期目的而进行的有意识、有目的的活动。管理活动是在特定的现代企业环境中进行的。

管理，是指管理者在特定的环境中，通过计划、现代企业、领导的控制等环节，对人力、物力、财力等资源进行协调，以期更有效地实现现代企业目标的过程。该定义包括如下4层含义。

1. 管理活动的目的在于更有效地实现现代企业目标

判断一个管理者管理工作有效性的关键指标有两方面：一是效率，二是效果。效率是一种投入产出关系。投入一定，产出越高，则效率越高；或者给定产出，投入越少，则效率越高。效果是相对于目标而言的。管理者现代企业的活动达到了预期的目标，则有效果；反之则无效果。效率与效果是相互联系的。没有效率，在竞争性环境中一般不会有好的效果；但仅有效率，绝不意味着必然会有好的效果。

2. 管理者要想有效地实现现代企业目标，就需要履行计划、领导、控制、激励等职能

3. 管理活动综合作用于现代企业的各类资源，通过把资源转化为成果，把投入转化为产出

4. 管理活动是在特定环境下展开的

现代企业是开放的系统，其活动要受到现代企业外部各种环境因素的影响。现代企业的外部环境包括：一般环境（也称宏观环境、间接环境，是指可能对现代企业活动产生影响，但其关联性却不很明显的各种外部因素。如政治、法律、经济、技术、社会文化等）和具体环境（也称微观环境、直接环境，是每时每刻对某一具体现代企业的活动有直接影响的外部因素，包括客户、供应商、竞争者、政府有关部门、新闻媒体以及相关协会团体等）。外部环境既能带来机遇，也能产生威胁，所以进行外部环境管理，即通过各种方式和渠道以很好地预见、跟踪和应对环境中的变化，这是管理者识别机遇和威胁的重要保证。

（二）管理的重要性

管理是保证现代企业目标实现的重要手段，任何类型的现代企业都需要管理。管理的重要性，首先来自于资源的稀缺性，主要表现在现代企业的人力、物力、财力、技术、信息等资源的稀缺。现代企业必须通过管理活动实现对稀缺资源的合理利用。其次，管理的重要性也来自于对现代企业多重目标进行协调的必要性。现代企业通常是由多种利益群体构成的，其目标常常是多重的，必须通过管理来协调他们各自的利益，以达到现代企业的目标。

（三）企业管理

企业是从事生产、流通和服务等经济活动，实行自主经营、自负盈亏、独立核算经济的现代企业。企业管理，是指在一定的社会生产方式下，为了实现企业目标，对企业的各管理要素进行有效的计划和控制，以取得最佳经济效益的活动。企业管理的要素可归纳为“7M”：

- （1）Men（人事）；
- （2）Money（金钱）；
- （3）Methods（方法）；
- （4）Machines（机器）；
- （5）Material（物）；
- （6）Market（市场）；
- （7）Morale（精神）。

现代企业管理就是将先进的管理理论和方法运用到现代经济中，通过计划、现代企业、控制、激励和领导等环节来协调人力、物力和财力等资源，以期更好地实现现代企业目标的过程。这个定义有3层含义：

第一层含义说明了现代企业管理采用的是计划、现代企业、控制、激励和领导这5项基本活动。这5项活动又被称为管理的五大基本职能。所谓职能，是指人、事物或机构应有的作用。每个管理者工作时都是在执行这些职能的一个或几个。

第二层含义是第一层含义的目的，即利用上述措施来协调人力、物力和财力资源。所谓协调，是指同步化与和谐化。现代企业管理要有成效，必须使现代企业当中的各个部门、各个单位，直到每个人的活动同步化与和谐化，现代企业中人力、物力和财力的配备也同样要同步、和谐，只有这样才能达到现代企业目标。

第三层含义又是第二层含义的目的。协调人力、物力和财力资源是为使整个现代企业活动更加富有成效。这也是管理的根本目的。

第二节 企业管理的基本原理与方法

一、企业管理的基本原理

原理，是指某种客观事物的实质及运动的基本规律。管理原理，是对管理工作的实质内容进行科学分析总结而形成的基本真理，它是现实管理现象的抽象，是对各项管理制度和方法的高度综合与概括，因而对一切管理活动具有普遍的指导意义。

（一）企业管理原理的主要特征

1. 客观性

管理原理是对管理的实质及客观规律的表述。因此，它与管理工作中所确定的原则有严格区别。原则是根据对客观事物的基本原理的认识引申而来的，是人们规定的行动准则。原则的确定固然以客观真理为依据，但是有一定的人为因素，为了加强其约束作用，一般带有指令性和法定性，是要求人们共同遵循的行为规范，人们违反了规定的原则要受到群体组织的制裁。而原理则是对管理工作客观必然性的描述，原则之“原”即“源”，原本、根本的意思，原理之“理”即道理、基准、规律。违背了原理必然会遭到客观规律的惩罚而承受严重的后果，但在群体组织上不一定有某种强制反应。在日常的管理工作中，我们既要认识原理与原则的区别，又要注意两者之间的联系。在确定每项管理原则时，要以客观真理为依据，尽量使之符合相应的原理，同时，又要以指令或法令的形式来强化原则的约束作用，加强管理原理的指导作用，从而获得满意的管理效果。

2. 概括性

管理原理所反映的事物很广泛，涉及自然界与社会的许多领域，包括人与物的关系、物与物的关系以及人与人的关系。但它不是现象的罗列，不反映管理的多样性。例如，国民经济包括许多门类，每个门类又分成许多部门，每个部门又分为许多行业，每个行业又包括许多企业，每个企业又有其自身的特点，即使同一类型企业，它们的产品品种、企业规模、技术装备水平、人员构成、建厂历史、厂址地理位置与自然环境、社会环境等等，相互之间也不可能完全一样，因而每个企业结合自身的特点具有不完全相同的管理方式和方法，即企业管理活动呈现出多样性。但是，管理原理对这些不同的企业都是适用的，具有普遍的指导意义。因此，管理原理是对包含了各种复杂因素和复杂关系的管理活动客观规律的描绘；或者说，是在总结大量管理活动经验的基础上，舍弃了各组织之间的差别，经过高度综合和概括而得出的具有普遍性、规律性的结论。

3. 稳定性

管理原理不是一成不变的僵死的教条，它随着社会经济和科学技术的发展而不断发展。但是，它也不是变化多端和摇摆不定的，而应相对稳定。管理原理和一切科学原理一样，都是确定的、巩固的，具有“公理的性质”。不管事物的运动、变化和发展的速度多么快，这个确定性是相对稳定的。因此，管理原理能够被人们正确认识和利用，从而指导管理实践活动取得成效。

4. 系统性

管理原理中的系统原理、效益原理、人本原理、责任原理以及伦理原理，组成了一个有机体系，它不是各种繁烦的概念和原则的简单堆砌，也不是各种互不相关的论据和论点的机械组合，而是根据管理现象本身的有机联系，形成一个相互联系、相互转化的完整的统一体。管理的实质，简言之，就是在系统内部，以人为本，通过确定责任，以达到一定的效益。

（二）研究企业管理原理的意义

管理原理，是现实管理现象的一种抽象，是大量管理实践经验的升华，它指导一切

管理行为,即对于做好管理工作有着普遍的指导意义。

1. 掌握管理原理有助于提高管理工作的科学性,避免盲目性

管理原理是不可违背的管理的基本规律。实践反复证明,凡是遵循这些原理的管理,都是成功的管理,反之,都有失败的记录。例如,我国有很多企业存在管理混乱、职工的积极性不能充分发挥、企业经济效益很差甚至大量亏损的情况。出现这种后果,其原因虽然复杂,但认真分析一下,都是与违背管理原理分不开的。认识管理原理之后,实践就有了指南,建立管理组织、进行管理决策、制订规章制度等就有了科学依据。

2. 研究管理原理有助于掌握管理的基本规律

管理工作虽然错综复杂、千头万绪、千变万化。但万变不离其宗,各类管理工作都具有共同的基本规律,管理者只要掌握了这些基本规律,面对任何纷繁复杂的局面都可胸有成竹,管理的井井有条。这也就是许多成熟的管理者在各种不同的管理岗位上都能取得成功的原因。在现实生活中许多管理者是通过自己的管理实践,经历漫长的积累过程,才一点一滴逐渐领悟到管理的基本规律。通过学习管理原理将能加速人们掌握管理基本规律的过程,使人们更快地形成自己的管理哲学,以应付变化的世界。

3. 对于管理原理的掌握有助于迅速找到解决管理问题的途径和手段

例如,依据组织的实际情况,建立科学合理的管理制度、方式与方法,使管理行为制度化、规范化,使管理的许多常规性工作有章可循,有规可依。这样,领导者就可从事务堆中摆脱出来,集中精力进行对例外事项的管理,即使领导者更换,系统运作仍可照常顺利进行。

(三) 管理的基本原理类型

1. 人本原理

世界上一切科学技术的进步,一切物质财富的创造,一切社会生产力的发展,一切社会经济系统的运行,都离不开人的服务、人的劳动与人的管理。人本原理就是以人为中心的管理思想,这是管理理论发展到20世纪末的主要特点。

人本原理包括下述主要观点:(1)职工是企业的主体;(2)职工参与是有效管理的关键;(3)使人性得到最完美的发展是现代管理的核心;(4)服务于人是管理的根本目的。因此,尊重人、依靠人、发展人、为了人是人本原理的基本内容和特点。

2. 规律性原理

运用辩证唯物主义的规律性认识管理工作并对其进行研究,达到按照生产力、生产关系和上层建筑发展运动的客观规律来管理企业的目的,这就是规律性原理。根据生产力发展规律,企业管理要达到以下要求:社会化大生产必须按专业化、协作化、联合化加以组织,生产的组织要依据不同的生产特点和类型采取不同的组织形式、控制方法;企业的发展和技术改造要符合生产力合理布局的要求。

3. 系统性原理

所谓系统,就是按照统一的功能目的而组成的有机整体。现代管理不再是过去的小生产管理,它总是处在各个层次的系统中。每个单位,每个管理法则,每个人都不可能是孤立存在的。它既属于本系统内,又与周围各系统发生各种形式的“输入”与“输出”联系,同时还从属于一个更大的系统范畴。因此,为达到最佳管理,必须进行充

分的系统分析，这就是管理的系统原理。

4. 控制性原理

现代管理的控制活动，就是通过不断接受和交换内外信息，依据一定的标准，监督检查计划的执行情况，发现偏差，采取有效措施，调整生产经营活动等手段，以达到预期的目标。控制职能是社会化大生产的客观要求。没有控制职能，管理职能体系就不完整，也就不能进行有效管理。

一个系统的控制功能要发挥作用。必须具备两个基本前提：计划和实施控制职能的组织机构是以计划为依据，计划越是明确、全面和具体，控制的效果也就越好，同时计划中要有明确的检验标准，这是有效控制的条件之一；控制职能的发挥还要建立相应的组织机构，实现对计划执行情况的考察、衡量，并对偏差采取纠正措施，保证计划的顺利完成。在控制活动中必须搞好信息反馈，这也是实现有效控制的重要条件。所以在控制系统组织机构中应明确规定有关信息的收集、整理、传送的分工和职责。

5. 弹性原理

管理的弹性原理是企业管理在客观环境作用下为达到管理目标的应变能力。其主要内容：一是由于随机性和偶然性是客观存在的，不能静止地、机械地看问题。二是由于随机性和管理领域的特点，要求管理系统包括企业管理必须具有一定的弹性。三是使管理具备弹性的办法是在大量统计中发现规律，从高层次范围内发现方向，从潜在问题中进行应变准备，给管理系统更大的灵活性。

在应用弹性原理时，必须注意“消极弹性”。“消极弹性”的根本特点是把留有余地地当作“留一手”。例如，定计划松些、定指标低些、定人员多些等。这种消极弹性，虽在特定条件下可以有限地运用，但现代管理要着眼于“积极弹性”，不是“留一手”而是“多几手”，通过充分发挥智慧，进行科学预测，制定可供选择的多种调节方案以适应变化的客观环境，从而在任何条件下都能保证获得最佳效益。

6. 激励原理

任何形式的运动都需要动力。管理作为一种运转形式，要持续而有效地运行下去，也必须依靠强大的动力推动。人是企业系统的基本组成要素。人的积极性具有极大的内在潜力，企业必须采用科学的方法激发人的内在潜力，使每个人都做到尽其所能，自觉地努力地工作，这就是管理的激励原理。激励原理表明，人们的努力决定于奖励的价值及个人认为需要努力的程度和获奖概率。

7. 效益原理

企业作为商品生产者和经营者，必须以尽量少的消耗和资金占用，生产出尽可能多的符合社会需要的产品，不断地提高经济效益，这就是管理的效益性原理。计求经济效益，提高经济效益是企业根本目标之一，是企业各方面工作的综合表现。提高经济效益实质上是提高劳动生产率和社会经济效益得以增长的前提。

二、企业管理的基本方法

（一）企业管理方法的重要性

管理方法是在管理活动中为实现管理目标、保证管理活动顺利进行所采取的工作

方式。

管理原理必须通过管理方法才能在管理实践中发挥作用。管理方法是管理理论、原理的自然延伸和具体化、实际化,是管理原理指导管理活动的必要中介和桥梁,是实现管理目标的途径和手段,它的作用是一切管理理论、原理本身所无法替代的。

管理实践的发展促进了管理研究的深化。在吸收和运用多种学科知识的基础上,管理方法已经逐渐形成一个相对独立、自成体系的研究领域。

(二) 企业管理哲学

各种管理方法之间的相互联系形成管理方法体系,而作为管理方法体系前提的是管理方法论,即管理哲学问题。

管理哲学就是关于管理的世界观和方法论,管理主客体矛盾运动规律的科学。一切管理学说和管理活动都必须接受一定的管理哲学的指导。管理哲学贯穿于整个管理学说和管理活动的全过程,一般来说,任何管理理论和方法总是与一定的哲学思想相联系的。任何管理者也总是自觉或不自觉的在一定的思想观点和方法指导下工作的。

管理哲学主要由以下几个方面构成:

1. 管理辩证法

管理活动所涉及的诸多要素之间处于相互联系、相互作用的过程之中,这些联系、作用形成管理活动的特定本质和管理活动的运动,引发管理活动的变化,产生管理活动的功能。这就是管理活动的联系观、运动观、变化观、发展观。用任何孤立的、静止的、片面的、僵化的观点去看待管理活动,都是违背管理活动的客观规律的,其结果必定使管理效益受损。

2. 管理认识论

管理思想和理论来源于管理实践。只要勇于实践,勤于探索,任何管理客体的内在的奥秘终究是可以被认识的。管理思想和理论形成以后,反过来又能能动地指导管理实践,并接受管理实践的检验。实践是检验管理思想、理论的惟一标准。人们对管理的认识过程,由于主客观条件的限制,总要经历由实践到认识、由认识到实践的多次反复才能完成。管理认识运动的这种反复性和无限性,表现为一个由低级向高级发展的波浪式的前进运动。管理实践在永不停止的发展,管理思想、理论也随之而不断深入和完善。唯物辩证的管理认识论,既是惟一科学的管理认识路线,也是惟一科学的管理工作方法。

3. 管理文化

管理活动主要是对人的组织和协调,而不仅仅是物化要素的组织和协调。集体活动中人与人之间的联结和维系,不仅要依靠管理的制度、规章和守则,而且在相当程度上要借助人们的某种集体意识。这种集体意识既是管理文化的主要内容之一,也是管理文化作用的结果。管理文化是指将一个组织的全体人员结合在一起的行为方式和标准。它代表该组织的目标、信念、哲学伦理及价值观,是管理精神世界中最核心、最本质的成分。

4. 管理的科学价值观

现代化管理思想是以现代管理科学理论发展为基础的。现代管理科学理论发展的水

平直接制约着现代化管理思想的完善和成熟程度。人们社会实践活动的经验和知识总结,经过抽象、概括和规范化,总能形成一定的科学理论形态。它比直观的经验更为精确、更符合逻辑规范。因此,管理科学的发展不但直接依赖于人们的社会实践,而且更要依赖现代科学技术理论的发展。管理科学发展的历史表明,现代科学的系统论、控制论、信息论等,均渗透于管理理论和实践活动中,有的甚至成为管理学本身一个重要组成部分。同时,心理学、语言学、社会学、逻辑学等也日益进入管理科学领域,构成了当代管理理论体系的框架和主要内容。现代化管理的本身就是当代科学技术在管理中的综合和应用。

(三) 企业管理方法的分类

管理方法一般可以分为:管理的法律方法、管理的行政方法、管理的经济方法、管理的教育方法和管理的技術方法。它们构成一个完整的管理方法体系。

此外,也有从别的特定角度出发来对管理方法进行分类的。如按照管理对象的范围可划分为宏观管理方法、中观管理方法和微观管理方法;按照管理方法的适用普遍程度可划分为一般管理方法和具体管理方法;按照管理对象的性质可划分为人事管理方法、物资管理方法、资金管理方法、信息管理方法;按照所运用方法的量化程度可划分为定性方法和定量方法等。

1. 企业管理的法律方法

企业管理的法律方法,是指国家根据广大人民群众的根本利益,通过各种法律、法令、条例等工作,调整社会经济的总体活动和各企业、单位在微观活动中所发生的各种关系,以保证和促进社会经济发展的管理方法。

企业管理的法律方法中,既包括国家正式颁布的法,也包括各级政府机构和各个管理系统所制定的具有法律效力的各种社会规范。

企业管理的法律方法内容,不仅包括建立和健全各种法规,而且包括相应的司法工作和仲裁工作。这两个环节是相辅相成的。只有法规而缺乏司法和仲裁,就会使法规流于形式,无法发挥效力;法规不健全,司法和仲裁工作则无所适从,造成社会混乱。

企业管理的法律方法具有严肃性、规范性、强制性的特点,在管理活动中,各种法规要综合运用、相互配合。就企业管理而言,法律方法不仅要求企业掌握和运用“企业法”以及与企业生产经营活动直接相关的经济法律,而且也要掌握和运用民法赋予的权力及义务。同时也不能奢望法律方法解决所有问题,而是应与其他方法综合运用才能达到最有效的管理。

2. 企业管理的行政方法

企业管理的行政方法,是指依靠行政组织的权威,运用命令、规定、指示、条例等行政手段,按照行政系统和层次,以权威的服从为前提,直接指挥下属工作的管理方法。企业管理的行政方法的实质是通过行政组织中的职务和职位来进行管理。

企业管理的行政方法的特点是权威性、强制性、垂直性、具体性、无偿性等,它是实现管理功能的一个重要手段,但在运行中管理必须充分认识行政方法的本质是服务,是为基层、为生产和科研第一线、为企业职工服务。另外,还必须注意到行政方法的管理效果为领导者水平所制约,并且需要一个灵敏、有效的信息管理系统供上下级沟通。

3. 企业管理的经济方法

企业管理的经济方法,是根据客观经济规律,运用各种经济手段,比如价格、税收、信贷、利润、工资、奖金与罚款等,调节各种不同的经济主体之间的关系,以获取较高的经济效益与社会效益的管理方法。企业管理的经济方法具有利益性、关联性、灵活性、平等性等特点。在运用企业管理的经济方法时要注意将经济方法和教育等方法有机结合起来,搞好物质文明和精神文明建设;还要注意经济方法的综合运用和不断完善。

4. 企业管理的教育方法

教育是按照一定的目的、要求对受教育者从德、智、体诸方面施加影响的一种有计划的活动。企业管理中的教育包括人生观及道德教育,爱国主义和集体主义教育,民主、法制、纪律教育,科学文化教育,组织文化教育等。

我国企业在长期进行的思想政治工作中积累了丰富的经验,近年来,行为科学在我国企业中的应用和发展,又给教育方法增加了新的经验。教育方式正在发生着深刻的变化。人们普遍认识到,对于思想性质的问题,必须采取讨论的方法、说理的方法、批评和自我批评的方法进行引导,而不应简单的训斥来解决问题。也不宜全部采用以讲授为中心的的教育方法,以免出现被动接受的状态,应当组织小组讨论、现场实习和体验学习让受教育者主动地接受学习。总之,教育的方式应灵活方便,讲求实效。

5. 企业管理的技术方法

企业管理的技术方法,是指组织中各个层次的管理者根据管理活动的需要,自觉运用自己或他人所掌握的各类技术,以提高管理的效率和效果的管理方法。它的实质是要把技术融进管理中,利用技术来辅助管理。

管理的技术方法有客观性、规律性、精确性、动态性的特点。管理者要想正确地运用技术方法,必须了解技术并不是万能的,并不能解决一切问题,管理者不能仅仅依靠技术方法;而且管理者使用技术方法有一定的前提,即他本人必须或多或少地掌握一些技术,知道技术的价值所在和局限所在,并在可能性的情况下,让组织内外的专家参与进来,以弥补自身某些方面的不足。

第三节 现代管理理论的形成与发展

管理思想和理论的产生是随着人类社会进步逐步发展起来的。其发展可以大致分为中国传统管理思想、西方传统管理思想和现代管理思想3个阶段。

一、中国传统管理思想要点

中国传统的管理思想,分为宏观管理的治国学和微观管理的治生学。治国学适应中央集权的封建国家的需要,包括财政赋税管理、人口管理、市场管理、货币管理等方面。治生学则是在生产发展和经济运行的基础上通过官、民的实践逐步积累起来,包括农副业、手工业、运输、建筑工程、市场经营等方面的学问。这些学问可以概括为以下几点。