

· 当代新视野学术文库 ·

· “企业管理理论演变机制研究” (07JC63001) ·
· 教育部人文社会科学研究基金项目 ·

企业管理理论 演变机制研究

QIYE GUANLI LILUN YANBIANJIZHI YANJIU

段钊 著



中国出版集团



世界图书出版公司

当代新视野学术文库 ·

· “企业管理理论演变机制研究” (07

· 教育部人文社会科学研究基金

企业管理理论 演变机制研究

QIYE GUANLI LILUN YANBIANJIZHI YANJIU

段钊 著



中国出版集团



世界图书出版公司

图书在版编目(CIP)数据

企业管理理论演变机制研究 / 段钊著. -- 广州: 世界图书出版广东公司, 2011.6

ISBN 978-7-5100-3626-2

I. ①企… II. ①段… III. ①企业管理—研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 103654 号

企业管理理论演变机制研究

责任编辑 陈 洁

封面设计 陈 璐

出版发行 世界图书出版广东公司

地 址 广州市新港西路大江冲 25 号

电 话 020-84459702

印 刷 广州市快美印务有限公司

规 格 880mm×1230mm 1/32

印 张 10

字 数 250 千

版 次 2013 年 5 月第 2 版 2013 年 5 月第 2 次印刷

ISBN 978-7-5100-3626-2

定 价 36.00 元

如发现印装质量问题影响阅读, 请与承印厂联系退换。

目 录

CONTENTS

导 论	001
一、选题缘由与意义	002
二、国内外研究现状综述	003
三、企业管理理论的界定	015
四、研究框架与路径	016
五、研究目标与内容	026
第一章 理论基础与来源	029
第一节 管理知识发展过程的解读——历史主义科学哲学	030
一、从逻辑实证主义到历史主义的科学哲学	030
二、库恩的范式理论	033
三、拉卡托斯的科学研究纲领方法论	045
第二节 知识形成机制的揭示——后现代主义的视角	055

一、利奥塔的后现代知识论	056
二、福柯的知识权力学说	060
三、后现代哲学思潮在本研究中的应用	065
第三节 企业权力关系的分析——现代企业理论	067
一、企业权力的性质	067
二、企业权力的来源与配置	072
三、现代企业理论在本研究中的应用	080
第二章 古典管理范式	083
第一节 科学管理理论形成的历史必然性	084
一、科学管理——现代企业管理理论发展的起点	084
二、科学管理理论在 20 世纪初期形成的原因	090
第二节 古典管理范式的理论构成	097
一、泰勒的科学管理理论	098
二、亨利·法约尔的一般管理理论	100
三、马克斯·韦伯的行政组织理论	105
第三节 古典管理范式的特征	108
一、古典理论范式的基本信念	108
二、古典管理范式的思维与分析方法	111
三、古典管理范式的政策纲领	112
四、古典理论范式的学术建制功能	114
第四节 古典管理范式的形成分析	115
一、局部委托代理制度下的企业权力关系	115
二、规训技术的发展与扩散	117
三、基于规训的古典理论范式知识硬核的形成	119

第三章 行为科学范式	125
第一节 从古典管理范式到行为科学范式	126
一、早期的人本主义精神	127
二、古典管理范式下对心理与社会因素的研究	129
三、人际关系学说	132
第二节 行为科学范式的理论构成	135
一、个体行为研究	135
二、群体行为研究	142
三、领导行为研究	145
第三节 行为科学范式的特点	152
一、行为科学范式的基本信念	152
二、行为科学范式的思维与分析方法	155
三、行为科学范式的政策纲领	157
四、行为科学范式的学术建制功能	158
第四节 行为科学范式的形成分析	159
一、局部委托代理到完全委托代理——“经理革命”	159
二、完全委托代理制度形成初期的企业权力关系	161
三、局部委托代理向完全委托代理制度转变中的行为科学范式	164
第四章 组织管理范式	169
第一节 古典与行为科学范式下的常规研究与新范式的形成	170
一、古典管理范式下的常规研究	170
二、行为科学范式下的常规研究	173
三、古典管理范式与行为科学范式的危机	176
四、新管理范式的形成与发展	178
第二节 组织管理范式的理论构成	179

一、系统管理理论	180
二、决策理论	183
三、目标管理理论	187
四、战略管理理论	191
第三节 组织管理范式的特点	200
一、组织管理范式的基本信念	201
二、组织管理范式的思维与分析方法	205
三、组织管理范式的基础政策纲领	207
四、组织管理范式的学术建制功能	210
第四节 组织管理范式的形成分析	212
一、企业发展中的新变化	212
二、完全委托代理制度下的企业权力关系	216
三、完全委托代理制度下组织管理范式的形成	220
第五章 企业文化范式	225
第一节 东西方管理思想的交流与融合	226
一、管理知识的“西学东渐”	226
二、东西方管理思想在日本企业管理中的融合	230
三、管理知识的“东学西渐”	236
第二节 企业文化范式下的主要理论	238
一、Z理论	239
二、企业文化理论	241
三、组织文化理论	249
第三节 企业文化范式的特点	251
一、企业文化范式的基本信念	252
二、企业文化范式的思维与分析方法	257

三、企业文化范式以基本信念为基础的政策纲领·····	258
四、企业文化范式的学术建制功能·····	261
第四节 企业文化范式形成分析·····	262
一、日本企业治理的特点·····	262
二、利益相关者共同治理下的权力关系·····	270
三、利益相关者公司治理模式下的企业文化范式的形成···	275
 第六章 形成中的新管理范式与管理学的未来发展·····	279
第一节 形成中的新管理范式下的主要理论·····	280
一、学习型组织理论·····	280
二、企业再造理论·····	289
三、企业知识管理理论·····	294
四、形成中的新管理理论范式特点综述·····	297
第二节 管理学范式竞争的主要原因·····	298
一、现代社会生产方式和企业治理结构多元化与管理学范式 竞争·····	298
二、学术共同体与管理学范式竞争·····	300
第三节 企业管理理论的未来发展趋势·····	301
 参考文献·····	303

导论

本书所力求考察的中心问题并非企业管理理论本身，而是那些具体的“管理知识”是如何形成的，为什么会被认定为“知识”，在一套什么样的机理运作下而被认定为“知识”，即管理理论与环境系统之间相互作用的规律与机制。

一、选题缘由与意义

在过去的一个多世纪里,管理知识的创新十分活跃,众多在积累性常规研究与创新性非常规研究中形成的管理理论,或相互联系与包容,或对立与矛盾,在并存与交替的演变中,构成了一个多元化的思想体系。纵观 100 多年来管理理论在纷繁复杂的社会系统中的演化,同生物在自然界中的进化有着相似性,都存在着“遗传”、“突变”、“自然选择”的情况,表现出“物竞天择、适者生存”的特征。

管理思想史作为管理学的一个重要的分支,其研究内容主要聚焦于三个方面:管理经典的解读,史料、人物与事件的挖掘;管理思想演变过程的描述和管理学科知识体系的勾画;管理思想演变的历史逻辑分析。在对已有管理思想、文献、人物与事件进行深入挖掘,勾勒出管理学科知识体系与管理思想演变轮廓的基础上,人们势必会进一步反思与总结管理思想发展中的特征与规律;在我们能够回答出“管理学是怎样发展?”的问题后,也必然会面临着“为什么会这样发展?未来会怎样发展?有哪些影响因素?为什么是这些因素?这些因素又具体怎样起作用?”等问题的考验。这些问题的充分解答需要在深入分析管理知识、人与环境因素之间相互作用机理与规律的基础上来展开。因此,对企业管理理论演变机制的研究,不仅能让我们在正确解读过去的基础上,更快、更合理、更有条理地把握现在,掌控未来^[1]还能为企业管理科学研究提供一种历史的视角,为管理学科研究行为准则体系和支撑学科发展的基础结构体系的完善提供借鉴。

随着信息技术的飞速发展与经济全球化的进一步深入,在

[1] David Lamond. On the Value of Management History: Absorbing the Past to Understand the Present and Inform the Future. Management Decision, Vol 43-10, 2005, 1273-1281。

全新的、更具竞争性的商业环境下，越来越多的人深信，只有始终站在变化的最前沿，企业才能获得兴旺发达的不竭动力。从 20 世纪 80 年代初的系统工程热，随后的管理信息系统热、决策支持系统热、企业文化热，到近年来的企业再造、知识管理、ERP、CRM……一时间，西方最新的管理理论、模式与工具，成为我国企业界与学术界的热门话题。事实上，任何一种企业管理思想都是企业所处的社会历史环境与企业实际需要相结合的产物，及时地跟踪并学习西方前沿的管理思想是必要的，但不应将其视为一种标准知识，把“新”与“旧”作为衡量的尺度，盲目地加以照搬与模仿。从历史的视角来看，在以美国为代表的发达国家中，管理知识创新与技术创新、制度创新是一个相互作用、相互促进、协同发展的过程。这一动态过程中形成的管理知识，并不一定完全适合中国的国情，要提高中国企业的管理水平，需要在借鉴与吸收西方发达国家的管理理论、经验与方法的基础上，创新出适合中国国情与企业实际的管理理论与模式。从这一目标出发，管理理论演变机制的研究价值在于，它不仅能够为中国特色管理理论的研究者们提供一个系统、客观与动态地审视西方管理思想的工具，在创新中体现兼收并蓄，发扬“拿来主义”；还能为管理的实践者们，在一个对他们而言有“太多”管理理论的世界中，树立一个判断能否为其所用的标准，寻求理论、方法同实际管理问题的有效匹配。从这个意义上而言，该研究具有充分的必要性与重要性，也有着很高的应用价值。

二、国内外研究现状综述

从现有的文献看，一些国内外学者在相关研究中，曾不同程度地涉及该问题。国外学者之间的区别主要体现在研究框架与分析方法上的不同，国内学者之间的区别主要体现在研究主题与分析层次上的差异。

1. 国外研究现状

西方学者从历史的视角对管理理论与实践发展的考察,起始于 20 世纪 60-70 年代,50 多年以来,形成了以下几种主要研究框架及相关的研究成果。

(1) 学派分析框架。主要代表人物有哈罗德·孔茨(Harold Koontz, 1961)、克鲁德·乔治(Claude George, 1968)、托格森与温斯托克(Torgersen and Weinstock, 1962)等。二战后,管理学的发展呈现出百家争鸣、百花齐放、盘根错节的复杂局面。为了走出这一“管理理论的丛林”,孔茨等管理思想史学家们,从挖掘各种理论的异同点出发,尝试把在不同目的与背景下形成的管理理论以及研究者,通过“人为”创造的学派联系起来并加以归类,力求描绘出管理理论现状全景与发展轨迹。最具代表性的是,哈罗德·孔茨在 1961 年《管理理论丛林》一文中将当时的管理学派分为 6 个:管理过程学派、经验学派、人群行为学派、社会系统学派、决策学派、数理学派^[1]并在 1980 年《再论管理理论的丛林》一文中增加至 11 个,它们分别是:

经验或案例学派。该流派的成员通常借助案例来分析经验,以此来研究管理。这种学派建立在这样的假设之上,即:学生和实践者通过研究那些在不同案例中管理成功和失败的经验,将会理解管理领域,甚至知道怎样进行有效管理。

人际行为学派。这种学派显然建立在这样一种理论假设之上,即:管理活动包含通过别人使事情完成的内容,因此管理研究应该围绕人际关系展开。该流派的学者更多地倾向于采取个体心理学方法研究问题。他们研究的焦点

[1] Harold Koontz. The Management Theory Jungle. Academy of Management Journal, 1961, 4 (3), pp: 174-188.

在于作为社会心理存在的个体及其动机。

群体行为学派。这种学派主要关心的是群体中人的行为，而不是人际行为。因此，它倾向于依赖社会学、文化人类学和社会心理学而不是个体心理学。它主要强调的是群体行为模式。

协作性社会系统学派。这一学派是对人际和群体行为观点的修正，体现在某些行为科学家开始聚焦于研究作为协作型社会系统的人际关系。这种观点虽然比管理学更为宽泛，但仍忽视了许多对管理者来说有用的概念、原则和技术。

社会技术系统学派。这个流派的立足点就是，社会系统和技术系统必须被结合在一起考虑，管理者的主要任务就是确保这两个系统的和谐。这个学派的绝大多数工作都集中于生产、办公室运作以及其他一些技术系统与人及其工作密切联系的领域。因此，这个流派更侧重于工业工程导向。

决策理论学派。这种管理学派的观点显然建立在这样的信念之上，即：因为决策是管理者的首要任务，我们应该集中于决策活动。这一观点具有一定的合理性。然而，它忽略了这样一个事实，即：管理活动要比做决策丰富得多。

系统学派。该学派认为系统方法是形成、表述和理解管理思想最有效的手段，所谓系统，实质上就是由相互联系或相互依存的一组事物或其组合所形成的复杂统一体。尽管我们给理论规定出界限，以便更清楚地观察和分析它们，但是所有的系统都同它们所处的环境在相互发生作用，因而都必然受到其环境的影响与发展。

数量或“管理科学”学派。这一学派将管理活动主要

看作是一种数量过程、概念、符号和模型的推演。这一学派的核心是数学模型，因为通过这种工具，各类问题，无论是管理的或其他的，都可以用基本逻辑关系来表达，而且在一个给定的目标领域，模型还可以依据对那个目标的优化来表述。

权变或情境学派。这一学派点强调这样一个事实，即：管理者在实践中做什么依赖于一系列给定的环境条件——情境。根据权变观点，管理者可能对一种流水生产线情境进行观察，然后得出结论：一种高结构化组织模式将与这样的情境最匹配，并能最为有效地互动。

经理角色学派。该学派由亨利·明茨伯格（1973，1975）推广普及。这一学派本质上就是对管理者实际上做什么进行观察，并从观察中得出关于管理活动（或管理角色）是什么的结论。

管理过程学派。该学派认为，管理学存在着一个核心知识内涵，包含着只有在管理活动中才能被发现的概念和理论，外加从各种其他流派和观点中折衷出来的知识。这一学派对来自其他各种领域的重要知识并不感兴趣，而只对那些最有用的、并直接与管理活动相关的知识感兴趣。^[1]

应当指出的是，这一研究框架虽然能在一定程度上对时空分散的理论碎片实现整合，但也存在一定的问题。首先，在管理学的研究行为准则体系和支撑学科发展的基础结构体系尚未统一的背景下，势必在认识上，难以形成学派划分上的一致；其次，这一研究框架事实上是以一种“典律化”的方式来解读管理知识，对各种管理思想进行了跨时空、跨企业内外环境特点与跨企业实际需要的平行类比，因而难以在此基础上进一步去揭示管理思想

[1] Harold Koontz. The Management Theory Jungle Revisited. The Academy of Management Review, 1980, 5 (2), pp: 175-187.

演变的历史逻辑；第三，关于学派的想法，在现实中也缺乏足够的学科建制方面的证据，从而将企业管理理论演变机制简单地归为一种实用主义的要求。

(2) 制度分析框架。主要代表人物有艾尔弗雷德·钱德勒 (Alfred Chandler, 1962 1971 1977)，理查德·惠廷顿与迈克尔·梅耶 (Richard Whittington & Michael Mayer, 2000)，威廉·拉让尼克 (William Lazonick, 1990 2005) 等。研究者尝试从工商业资料中提炼规律，采用案例的形式展开描述，力求动态地反映出在较长时期内，企业组织结构以及管理思想、工具与方法如何伴随企业的发展而相应演化。提出了诸如“看得见的手”、“结构追随战略”、“经理人革命”、“管理科学化”等“钱德勒主义”式的论断，从技术创新、制度创新与知识创新的互动关系出发分析企业管理理论演变机制的思路，其中对企业制度分析是核心。例如：钱德勒在 1977 年出版了《看得见的手——美国企业的管理革命》一书，主要讨论美国企业发展过程中出现的管理革命。列举了为什么管理协调“看得见的手”取代市场机制“看不见的手”的八个论点：

论点一：当管理上的协调比市场机制的协调能带来更大的生产力、较低的成本和较高的利润时，现代多单位的工商企业就会取代传统的小公司。

论点二：在一个企业内，把许多营业单位活动内部化所带来的利益，要等到建立起管理层级制以后才能实现。

论点三：现代工商企业是当经济活动量达到这样一个水平，即管理上的协调比市场的协调更有效率和更有利可图时，才首次在历史上出现的。

论点四：管理层级制一旦形成并有效地实现了它的协调功能后，层级制本身也就变成了持久性、权力和持续成长的源泉。

论点五：指导各级工作的支薪经理这一职业，变得越来越技术性和职业化。

论点六：当多单位工商企业在规模和经营多样化方面发展到一定水平，其经理变得更加职业化时，企业的经营权就会和它的所有权分开。

论点七：在做出管理决策时，职业经理人员宁愿选择能促使公司长期稳定和成长的政策，而不贪图眼前的最大利润。

论点八：随着大企业的成长和对主要经济部门的支配，它们改变了这些部门乃至整个经济的基本结构。^[1]

拉让尼克和奥苏丽文指出，在 19 世纪后期至 20 世纪中期美国工业走上世界领导地位的过程中，美国公司治理结构恰恰是以管理者的内部控制为主，而外部股东并没有什么控制权。这种较强的组织控制推动了美国企业的技术创新、组织和创新管理创新^[2]。惠廷顿梅耶回顾了法国、德国和英国最大的公司战后初期至 20 世纪 90 年代四十多年的历程，说明了欧洲公司是怎样经历了几十年的时间来消化并适应来自美国的管理理念，并指出欧洲大企业制度演变与 20 世纪末社会科学知识性质发生了交叉，大企业的成长刺激了一种全新学科——管理科学的建立。^[3]虽然从研究领域上看，钱德勒及其追随者并非严格意义上的管理思想史学者，但是，他们的确为管理思想演变研究提供了一种极具价值的框架。

（3）社会学分析框架。主要代表人物有 Arthur Bedeian

[1] 艾尔弗雷德·钱德勒.看得见的手——美国企业的管理革命.北京:商务印书馆,1987,6-12。

[2] 威廉·拉让尼克,奥苏丽文.公司治理与产业发展.北京:人民邮电出版社,2005,7。

[3] 里查德·惠廷顿,迈克尔·梅耶.欧洲公司:战略结构与管理科学.昆明:云南人民出版社,2005,1-4。

(1992), Andrzej Huczynski (1993), Newstrom & Pierce (1993), Abrahamson (1996) Alfred Kieser (1997), McGovern (1997), William Kinsell (1999), Perren & Grant (2003), Timothy Clark (2004), Alan McKinlay (2006) 等。在该框架下,早期的研究主要是将管理学知识与相关管理学大师(或团体)相联系,将他们置于特定历史情境下,通过对其生平、性格、观点、言论、学术成就等方面的考察与描述,来表现管理理论与实践的创新者对管理学发展的影响,他们在研究中所挖掘出的包含历史背景的管理理论创新主体的信息,为管理理论演变研究提供了重要的素材。

在此基础上,一些学者从人文主义科学认识论出发,指出管理科学知识本质上也是社会过程的内化和历史文化的沉淀,是通过一系列的社会过程得以实现的特定的社会操控体系的产物。例如, Huczynski 认为:满足组织管理者的认知和情感需要的途径之一,就是采纳和运用某一种管理思想或技术,而管理者的这种需要是经常性的,永远不可能得到充分的满足。因此,这种需要是持续不断的。大师思想之所以能够流行,就是因为他们的思想能够满足管理者的需要。他还指出,一种管理思想要获得名气、财富和长盛不衰,必须满足 5 个先决条件,并据此提出了流行管理思想提炼的“过滤器”模型:

第一,合乎时宜,即必须面向时代要求;

第二,必须争取到潜在读者群的注意,不是要抬高作者自己。商业教育组织、管理咨询及培训组织和出版公司在扩大该思想的影响力方面起着重要的作用;

第三,其内容应以满足读者个人需要及激发管理者兴趣的方式陈述;

第四,应该具有某些必要的因素,是该思想被潜在的应用者看成与满足自己的需要息息相关;

第五,语言描述的方式要恰当。因为大多数管理者是