

工商管理经典译丛·简明系列

FUNDAMENTALS OF MANAGEMENT

# 管理学原理

(第6版)

斯蒂芬·P·罗宾斯(Stephen P. Robbins) 戴维·A·德森佐(David A. DeCenzo) 亨利·穆恩(Henry Moon) 著  
毛蕴诗 主译

BUSINESS ADMINISTRATION CLASSICS



 中国人民大学出版社



BUSINESS ADMINISTRATION CLASSICS 工商管理经典译丛·简明系列



工商管理  
经典译丛

FUNDAMENTALS OF MANAGEMENT

# 管理学原理

(第6版)

斯蒂芬·P·罗宾斯 (Stephen P. Robbins)

戴维·A·德森佐 (David A. DeCenzo)

亨利·穆恩 (Henry Moon)

毛蕴诗

著

主译

中国人民大学出版社

·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

管理学原理: 第6版/罗宾斯等著; 毛蕴诗主译.  
北京: 中国人民大学出版社, 2008  
(工商管理经典译丛·简明系列)  
ISBN 978-7-300-09989-7

I. 管…  
II. ①罗…②毛…  
III. 管理学  
IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 182368 号

工商管理经典译丛·简明系列

管理学原理 (第6版)

斯蒂芬·P·罗宾斯 戴维·A·德森佐 亨利·穆恩 著  
毛蕴诗 主译

---

|      |                                                                   |      |                     |
|------|-------------------------------------------------------------------|------|---------------------|
| 出版发行 | 中国人民大学出版社                                                         |      |                     |
| 社 址  | 北京中关村大街 31 号                                                      | 邮政编码 | 100080              |
| 电 话  | 010-62511242 (总编室)                                                |      | 010-62511398 (质管部)  |
|      | 010-82501766 (邮购部)                                                |      | 010-62514148 (门市部)  |
|      | 010-62515195 (发行公司)                                               |      | 010-62515275 (盗版举报) |
| 网 址  | <a href="http://www.crup.com.cn">http://www.crup.com.cn</a>       |      |                     |
|      | <a href="http://www.ttrnet.com">http://www.ttrnet.com</a> (人大教研网) |      |                     |
| 经 销  | 新华书店                                                              |      |                     |
| 印 刷  | 河北涿州星河印刷有限公司                                                      |      |                     |
| 规 格  | 185 mm×260 mm 16 开本                                               | 版 次  | 2008 年 12 月第 1 版    |
| 印 张  | 29.75 插页 1                                                        | 印 次  | 2008 年 12 月第 1 次印刷  |
| 字 数  | 667 000                                                           | 定 价  | 62.00 元             |

---

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

# 《工商管理经典译丛·简明系列》 出版说明

中国人民大学出版社长期致力于经济管理类优秀教材的引进和出版工作。20世纪90年代中期，中国人民大学出版社开业界之先河，组织策划了两套精品丛书——《经济科学译丛》和《工商管理经典译丛》，在国内产生了极大的社会影响。其中，《工商管理经典译丛》是国内第一套与国际管理教育全面接轨的引进版工商管理类丛书，收录的都是国际权威作者的经典版本，一经推出，便受到国内管理学界和企业界的普遍欢迎和一致好评，并被许多高等院校选为教材。

在《工商管理经典译丛》的后续跟进和完善过程中，我们注意到，由于国外经济管理类教材具有自己的独特体系和教学模式，通常篇幅较大，内容较多，形式也较多样，有益于读者全面的学习，但对于课时有限的教学来说并不完全适合。于是，我们又精心遴选了一些篇幅相对较小、内容简明实用的教材，形成了《工商管理经典译丛·简明系列》。这套丛书中收入了许多国外优秀教材的简明版本，如《管理学原理》（斯蒂芬·罗宾斯著）、《市场营销学概论》（菲利普·科特勒著）等。这些教材在编写形式上，通常以案例开始，引出本章学习要点，章后配有思考练习题，便于教学；同时，与国外许多经典教材一样，这些书大都配有丰富的教学辅助资料，教师在使用时非常方便。而且，这套丛书体系简明，实用性强，也可用作企业培训教材。此外，对这套丛书中的部分教材，我们还会同时出版其英文影印版或英文改编版，便于读者对照阅读，并可满足国内双语教学的实际需要。

本套丛书的选择，得到了国内许多院校教师、专家、从业人员的帮助，很多书的选定得益于他们的推荐和认定，在此深表谢意。我们希望搭建起这样一个平台，更好地服务于各领域的读者，把最新的管理图书引入国内，将各种管理思想展现给读者，以推动我国管理教育教学、科研及实践的更快发展。

中国人民大学出版社

# 前 言

欢迎您阅读《管理学原理》(第6版)。在这一版中,我们延续了第1版以来的传统:涵盖管理学中的基本概念;提供完备的基础知识来帮助读者理解关键问题;重点关注现实问题,包括该领域最新的研究成果;通过生动活泼、通俗易懂的写作方式来达到上述目的。本版中所涉及的内容,可以用于一个学期课程的教学。

在前言中我们要说明以下三个重要问题:(1)本书写作的假设;(2)第6版新颖之处;(3)本书是怎样帮助读者学习的。

## 本书写作的假设

作者写书时往往会有一系列外显或隐含的假设,这些假设决定哪些内容应该包含在书中,哪些内容应该排除在外。下面将预先介绍本书写作的假设。管理学是一个重要的学科领域,涵盖在一本介绍性的管理学课本里面的学科内容确实是令人兴奋的。我们需要关注的是真实的世界。我们要讨论的是:为什么像百事这样的公司,当它的竞争对手可口可乐公司的产品处方被盗时,会伸出援手;PNC财务公司的两位员工如何有效地分担一份工作;以及像通用电气这样的公司如何积极地招聘全球企业领导人,尤其是在中国。我们尝试通过以下方法解读本书中令人兴奋的话题:一种明晰的交谈式的写作方式,删除非关键的细节,聚焦与读者相关的问题,以及利用案例和视觉刺激使概念更加形象具体。

我们认为,不应该仅仅从高层管理的角度在大型企业或美国公司中学习管理学。管理学的内容涉及下至基层主管,上至首席执行官的所有管理人员。因此管理学要同样地关注来自不同团队的挑战和机会,例如,管理一个由5人组成的团队(有人可能在虚拟办公室工作),或者说指导一组受过MBA教育的副总裁。同样地,并非每一个人都想在世界500强企业中工作,因此,我们也要关注哪些有兴趣在小企业、风险企业或者非营利组织工作的读者,使其也能发现管理学概念的有用性,为此本书包含了在各类不同组织中的案例和应用实践。最后,今天的组织存在于同一个地球村。读者必须知道如何调整他们的行为去适应不同的文化。因此,从全球组织的案例和详细讨论中,读者将会了解管理概念如何受到文化的影响。

在撰写本书之前,我们首先要明确本书应该包含哪些内容并且其效果是经得起检验的。为什么需要知道这一事实呢?如果相关内容并不明确,那么或者省略这些内容,或者直接加以解释。另外,这些内容必须具有时代性。我们处于一个动态的时代,变化随时以无法预知的速度发生。在诸如管理这样动态变化的领域,其教学课本必须包含最新的观点和实践来反映这一特点。本书做到了这一点。

本书的编排是围绕计划、组织、领导、控制这四个管理的传统职能进行阐述。同时还补充了若干会对管理者产生影响的最新资料,例如,引导读者了解管理环境(第2章)、工作团队(第9章)、领导和信任(第11章)以及运作管理(第14章)。同时,本书结合以下前沿主题来完善管理学内容:全球化、技术、企业家精神、道德规范、授权、多元化以及持续改进。这些主题均包含在全书的14章和3个附加单元之中,3个附加单元是:管理思想的演变,利用定量技术改进决策,以及辅助学生建立管理生涯的指引。

然而,简单地了解管理学的内容是不够的。今天的学生需要具备使其在管理领域获得成功的技能和能力。因此本书中继续强调对技能的重视,并在每章后面增加了新的内容,即本章综合技能。我们会在后面更多地介绍本章综合技能。

## 第6版新颖之处

在本版每一章的适合之处我们都更新了内容,包括简单的讨论、述评,并修改了教材内容和图表以便简单明了。例如,在第6章增加了对职场精神最新讨论的述评。

我们在本书的每一章几乎都增加了本章综合技能。由亨利·穆恩(Henry Moon)撰写的位于每章末尾的、原创的综合技能案例(第3~14章)适用于各章概念的小组讨论。这些案例包括从某公司扩展项目的三个不同的地方进行选址,重新设计联邦紧急救援署的组织结构,为一支虚构的NBA球队的两个主要选择提出建议,到为某公司的生产扩展设计招聘策略。

本书案例旨在促进学生展开自由讨论,增强他们的决策能力,增强他们在团队环境下的工作能力,以及增强学生理解组织面临重大决策时的各种复杂因素的能力。对教师而言,我们希望这些案例对于学习和评论本书各章概念的课堂讨论大有裨益,并增加课堂教学的满意度。

## 本书是怎样帮助读者学习的

需要提供哪些帮助来促进学生的学习呢?让我们通过思考一些基本要素来回答这个问题:这本书能够做到读起来既有趣,又符合教学的要求吗?它能在激励学生阅读的同时又有助于学习吗?我们的结论是一本好的教材应该寓教于乐,并且能够清晰地表达思想。为达到这样的目的,我们把这本书设计为一个有效的学习工具。除了刚才提到过的,让我们特别介绍一下本书的一些特点,归纳起来在本书中有以下帮助学生更好地理解书中相关内容的辅助内容。

- **学习目标。**设想你将开始一段旅程,知道自己的目的地在哪里十分重要。这样,你可以少走弯路。阅读教材也是如此。为了增强学习效果,我们在每一章开篇都列出了该章的学习目标,告诉学生在阅读之后应该做什么。这些目标被设计成学生对每一章应注意的主要内容。每一个目标对读者来说都是一个关键要素。

- **各章概要。**正如结果使人明确要去哪里,各章概要则提醒你去过了哪里。在本书各章结尾均总结出简洁明了的概要,直接联系开篇的学习目标。

- **复习和问题讨论。**在本书每一章的结尾都有一套复习和问题讨论。如果学生经过阅读

而且理解了这章的内容，他们应该可以回答这些复习题。这些阅读理解复习题都是直接从章节内容中提取出来的。问题讨论则超出了对章节内容的理解。设计这些问题是用于鼓励更高水平的思考能力，即这些问题要求读者应用、融会贯通、综合运用或者评价管理概念。这些理论联系实际的问题讨论使得学生不仅知晓章节中的知识，而且可以运用这些知识去解决更复杂的问题。

● **课前考试和课后考试。**作为教师和管理者，我们不断地致力于确保我们的教学效果是可衡量的。我们需要确保我们的学生了解课程所要求的结果，然后通过衡量，确保学习效果。尽管有很多方法可以用于实现这样的目标，但我们发现的一种很有用的方法就是课前考试和课后考试。学生在走进课堂时知道什么？他们学完了以后又懂得什么呢？对两者进行对比，一个简单的办法就是通过课前的考试和课后的考试来测量。当然，一个单独的考试不能最后决定取得的学习效果，但课前考试和课后考试能够成为更重要的评估手段的一部分，因为这些考试能显示出学生的课堂学习情况。在这里，我们称之为增进理解。结果是，从理解的观点看，我们相信学习已经发生。因而，我们为你提供课前和课后考试。我们推荐你在学习的第一周进行课前考试，在学习结束后立即进行课后考试。对两次考试的结果进行简单的比较，你可以洞察到学生理解能力的变化。而且，这个工具不是用于显示统计上的重要意义或者主要的考评手段，它只是一个简单的指标以显示学生课后学到的知识与课前知识的对比。学习归功于谁以及与其他课程转换的程度如何，我们将留给权威去评价。

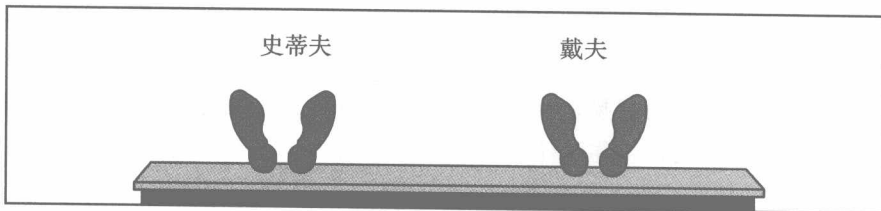
## 给教师的提示

教授本课程的教师可以选用以下补充资料。如有更详细的需要，请访问以下网址：  
[www.prenhall.com/robbins](http://www.prenhall.com/robbins)。

- 教师指南 (instructor's manual)。
- 试题库 (test item file)。
- PPT 讲义。
- 视频资料 (须购买)。

## 给学生的提示

- [www.mymanagementlab.com](http://www.mymanagementlab.com)。
- [www.prenhall.com/robbins](http://www.prenhall.com/robbins) 包含了学生和教师都可以使用的资源，可以免费进入学生交互学习指引和多媒体演示。
- 自测图书馆 3.3 版 (可在线使用) 可免费使用。这个有用的工具包括 51 个学生自测练习，这些练习可以按照个人、群体和组织来安排。每个练习都提供电子版，并可马上评分，给学生以个人反馈。



我们通常会预留出这个空间告诉你们这本教材的特点,这一版仍将如此,但是会安排在后几页中。

在第一页,你需要回答如下几个重要的问题:

1. 你是否希望你所要学习的课程是最适合你的学习方式并与你的学习计划相吻合?
2. 你是否觉得在章前设置预测试来帮助你准确发现自己已知或未知的知识是一种很好的方式?
3. 你是否想为自己制定一个学习计划,该计划可以监控自己的学习进度,并准确了解自己需要复习的主题?
4. 你是否希望这个学习计划能与各种互动式的内容相结合帮助你加深对材料的理解,比如通过课后测试等来检查你是否真正掌握知识。
5. 最后,你是否希望能每周7天,每天24小时在线获得这些内容?

如果你对上述问题的回答都是肯定的,那么与该课本配套的在线家庭作业工具 [www.mymanagementlab.com](http://www.mymanagementlab.com) 是很适合你的。它是根据课程的安排和学生的个性化需求而设置的。无须烦琐的注册,没有复杂的界面,它简单易懂,通过阅读、学习,就可掌握家庭作业工具。

[www.mymanagementlab.com](http://www.mymanagementlab.com) 能让你通过实践学习管理概念和原理。

- 阅读课本;
- 做章前预测试;
- 准确定位你需要重点学习的内容;
- 通过互动式仿真、电子图书、幻灯片等进行在线复习;
- 做章后测试题(根据你的需要多次练习,目的是理解这些概念)。

**按计划开展学习,去接受锻炼。**

祝同学们新学期好运,同时也希望你能喜欢我们悉心为你准备的这本教材。

斯蒂芬·P·罗宾斯

戴维·A·德森佐



# 目录

|                                       |      |
|---------------------------------------|------|
| <b>第 I 篇 引言</b> .....                 | (1)  |
| <b>第 1 章 管理者与管理</b> .....             | (3)  |
| 谁是管理者? 他们在哪里工作? .....                 | (5)  |
| 什么是管理与管理者的工作? .....                   | (7)  |
| 市场对管理者来说有多重要? .....                   | (16) |
| 为什么要学习管理学? .....                      | (17) |
| 管理学与其他学科之间有什么联系? .....                | (18) |
| <b>附加单元A 管理思想史——当代管理实践的历史溯源</b> ..... | (23) |
| 前现代时期的管理 .....                        | (23) |
| 古典管理理论的贡献 .....                       | (25) |
| 人力资源学派 .....                          | (30) |
| 定量分析学派 .....                          | (34) |
| 分析: 社会事件对各类管理学派的重要影响 .....            | (35) |
| 管理史的延续: 现代的管理研究 .....                 | (36) |
| <b>第 2 章 管理环境</b> .....               | (41) |
| 变化中的经济 .....                          | (43) |
| 一个全球化的市场 .....                        | (45) |
| 重视技术 .....                            | (50) |
| 社会对企业与管理者有何期望? .....                  | (54) |
| 什么是创业? .....                          | (58) |
| 2010 年的劳动力状况将会如何? .....               | (60) |
| 劳动力短缺吗? .....                         | (62) |
| 企业如何“拥客为王”? .....                     | (66) |
| <b>第 II 篇 计划</b> .....                | (77) |
| <b>第 3 章 计划的基础</b> .....              | (79) |
| 定义计划 .....                            | (81) |
| 不确定环境下的计划 .....                       | (81) |
| 计划的类型 .....                           | (84) |
| 目标管理 .....                            | (86) |

|              |                                  |       |
|--------------|----------------------------------|-------|
|              | 组织战略的重要性 .....                   | (89)  |
|              | 一个战略性的架构: 选择利基 .....             | (90)  |
|              | 品质是一种战略武器 .....                  | (99)  |
|              | 再论创业: 企业家是如何识别竞争优势的? .....       | (102) |
| <b>第4章</b>   | <b>决策</b> .....                  | (110) |
|              | 决策过程 .....                       | (112) |
|              | 决策: 理性模型 .....                   | (116) |
|              | 现实世界: 理性模型的修正 .....              | (119) |
|              | 决策: 一种权变方法 .....                 | (122) |
|              | 决策风格 .....                       | (126) |
|              | 群体决策 .....                       | (127) |
|              | 民族文化与决策 .....                    | (130) |
| <b>附加单元B</b> | <b>数量化决策工具——辅助决策的数量化模型</b> ..... | (134) |
|              | 支付矩阵 .....                       | (134) |
|              | 决策树 .....                        | (136) |
|              | 盈亏平衡分析 .....                     | (137) |
|              | 财务比率分析 .....                     | (138) |
|              | 线性规划 .....                       | (140) |
|              | 排队论 .....                        | (141) |
|              | 经济订货量模型 .....                    | (142) |
| <b>第Ⅲ篇</b>   | <b>组织</b> .....                  | (147) |
| <b>第5章</b>   | <b>基本的组织设计</b> .....             | (149) |
|              | 组织结构的要素 .....                    | (151) |
|              | 影响组织结构的权变因素 .....                | (161) |
|              | 组织设计的应用 .....                    | (164) |
|              | 你如何创建学习型组织? .....                | (168) |
|              | 组织文化 .....                       | (169) |
| <b>第6章</b>   | <b>人事与人力资源管理</b> .....           | (176) |
|              | 管理者和人力资源管理过程 .....               | (178) |
|              | 人力资源管理的法律环境 .....                | (179) |
|              | 雇佣计划 .....                       | (182) |
|              | 招聘和甄选 .....                      | (183) |
|              | 情况介绍、培训及开发 .....                 | (190) |
|              | 绩效管理 .....                       | (192) |
|              | 薪酬和福利 .....                      | (195) |
|              | 当前人力资源管理所面临的问题 .....             | (196) |

|                              |       |
|------------------------------|-------|
| <b>附加单元C 职业发展</b> .....      | (206) |
| 引言 .....                     | (206) |
| 职业决策 .....                   | (206) |
| 进入组织 .....                   | (207) |
| 成功管理职业发展的若干建议 .....          | (210) |
| <b>第7章 变革、压力与创新的管理</b> ..... | (215) |
| 什么是变革? .....                 | (217) |
| 变革的力量 .....                  | (217) |
| 变革过程的两种不同观点 .....            | (219) |
| 组织变革和成员的阻力 .....             | (223) |
| 在组织中进行变革 .....               | (225) |
| 压力: 组织变革的结果 .....            | (228) |
| 激发创新 .....                   | (231) |
| <b>第IV篇 领导</b> .....         | (239) |
| <b>第8章 个体行为和群体行为基础</b> ..... | (241) |
| 行为的解释和预测 .....               | (243) |
| 个性 .....                     | (248) |
| 知觉 .....                     | (255) |
| 学习 .....                     | (259) |
| 群体行为的基础 .....                | (262) |
| <b>第9章 认识工作团队</b> .....      | (273) |
| 团队的盛行 .....                  | (275) |
| 工作团队的类型 .....                | (277) |
| 高绩效工作团队的特征 .....             | (281) |
| 将员工转变为团队参与者 .....            | (283) |
| 当代团队问题 .....                 | (288) |
| <b>第10章 激励和奖励员工</b> .....    | (295) |
| 激励与个体需要 .....                | (297) |
| 早期激励理论 .....                 | (298) |
| 当代激励理论 .....                 | (301) |
| 当代激励问题 .....                 | (311) |
| <b>第11章 领导与信任</b> .....      | (324) |
| 管理者与领导者 .....                | (326) |
| 领导的特质理论 .....                | (326) |
| 领导的行为理论 .....                | (327) |
| 领导的权变理论 .....                | (332) |
| 不断涌现的领导观点 .....              | (338) |



|               |                        |       |
|---------------|------------------------|-------|
|               | 当代领导问题 .....           | (341) |
|               | 建立信任:领导的实质 .....       | (345) |
| <b>第 12 章</b> | <b>沟通与人际交往技能</b> ..... | (358) |
|               | 认识沟通 .....             | (360) |
|               | 沟通与信息技术 .....          | (368) |
|               | 培养人际沟通技巧 .....         | (370) |
| <b>第 V 篇</b>  | <b>控制</b> .....        | (391) |
| <b>第 13 章</b> | <b>控制的基础</b> .....     | (393) |
|               | 什么是控制? .....           | (395) |
|               | 控制的重要性 .....           | (396) |
|               | 控制的类型 .....            | (401) |
|               | 控制对管理者的意义 .....        | (404) |
|               | 控制失调问题 .....           | (408) |
|               | 当代控制问题 .....           | (409) |
|               | 企业家和控制 .....           | (412) |
| <b>第 14 章</b> | <b>技术与运作管理</b> .....   | (420) |
|               | 运作管理的重要性 .....         | (422) |
|               | 服务性公司和制造性公司的差异 .....   | (422) |
|               | 价值链管理 .....            | (424) |
|               | 项目管理 .....             | (435) |
|               | 词汇表 .....              | (443) |
|               | 译后记 .....              | (459) |

第 I 篇

引言



- 管理者与管理
- 管理环境



# 第 1 章

## 管理者与管理

- 谁是管理者？他们在哪里工作？
- 什么是管理与管理者的工作？
- 市场对管理者来说有多重要？
- 为什么要学习管理学？
- 管理学与其他学科之间有什么联系？

## 学习目标

学完本章之后,你应该能够:

1. 描述管理者与业务人员的区别;
2. 解释管理的含义;
3. 区分效率与效果;
4. 描述管理的四个基本过程;
5. 划分管理者的三个层级并阐明每个层级管理者的主要工作职责;
6. 概括管理者所担当的几个重要角色;
7. 讨论管理者的工作是否具有普遍性;
8. 说明要成为一名成功的管理者所必备的四项基本技能;
9. 指出学好管理学的价值所在;
10. 识别人文科学、社会科学与管理实践之间的相关性。

你被解雇了!这句所有人都不想听到的话,竟已经成为风靡全美的电视时髦语,这一切都来自于一位出色的CEO——唐纳德·特朗普(Donald Trump)充满激情的电视节目——《实习生》(*The Apprentice*,又名《学徒》)。<sup>[1]</sup>节目的前提十分简单,要求参赛者在15周的时间里完成各种艰巨的任务。期间他们要展现自己的智慧、能力以及竞争优势。作为一个团队,参赛者要能处理诸如销售、市场营销、财务以及设备管理等业务,这些都是每天必须应对的工作。例如,在某一期节目里,就要求团队能够向市场推出一种名为“特朗普冰水”(Trump Ice)的新品牌瓶装水。参赛者面对的是一个涉及到现金的真实商业环境,比赛的输赢取决于团队的经营绩效。获胜的一方将获得“唐纳德奖”,而失败一方中的某位成员会遭到特朗普先生的解雇。为什么参赛者们乐于参与到这个也许会令自己出丑的游戏中来呢?答案十分简单:最后胜出者将获得由特朗普集团所提供的经理职位,起始年薪为25万美元。

这个电视节目非常成功,收视率远远高过预期值。但是,冒着多种风险的特朗普把他的名望与资产都押到了《实习生》这个电视节目上。有些评论家认为,这个节目会使得特朗普集团的形象受损,特别是全美公众对美国大公司追逐“贪欲”以及特朗普寻求轰动效应都产生了强烈反应。另有一些人认为,这个节目从侧面揭露了商场中的残酷以及商界深受地位支配的一面,没有塑造出美国公司的良好形象。还有一些人认为,节目偏重于参赛者不惜一切代价追逐成功,其格调太低,可能会挫伤特朗普集团现有员工的士气,令他们不再尊重与信任公司的领导者。对于上述言论,特朗普反驳道:“我并不担心这些问题,我付给他们的钱不少。”

如同以前多次冒险经历一样,特朗普再一次证明了那些唱反调者是错误的。他所获得的东西是别人无法估价的,那就是长达一个小时的黄金广告时段都在宣传他本人以及特朗普集团。举例来说,在不花公司一分钱的情况下,特朗普冰水在国家电视台节目中享受了将近一个小时的曝光。事实上,其他公司花费了100万美元,就是为了能上这个节目做广告。唐纳德·特朗普是个天才人物吗?他的成功是否源于他“跳出思维定式”的做法呢?事实再次证明如此。这个节目在2007年播完第六季(或许是最后一季)后,唐纳德·特朗普和他的特朗普集团都获得了成功。



唐纳德·特朗普可谓是一名成功管理者的典型。这仅仅是一桩成功的事例而已，成功的管理者并没有一个统一的模式。当今的管理者可能是18岁以下的小青年，也可能是80岁以上的老人；可能是男性，也可能是女性，他们有着各自不同的文化背景。<sup>[2]</sup>他们管理着大公司、小企业、政府机构、医院、博物馆、学校以及诸如合作社那样的非传统组织。有些人位居组织高层，也有些人是中层管理者，还有些人是基层管理者。当今的管理者遍布世界各个角落。

本书讲述了有关唐纳德·特朗普以及成千万像他这样的管理者的工作活动。在这一章，我们将向你介绍管理者与管理，首先我们会回答以下几个基本问题：谁是管理者？他们在哪里工作？什么是管理？管理者都做些什么？为什么你要花时间去学管理？等等。

## 谁是管理者？他们在哪里工作？

管理者在组织中工作，因此，在阐释谁是管理者和他们都做些什么之前，我们先要明确什么是组织。

**组织 (organization)** 将一定的人员系统地安排在一起，以达到某些特定的目标。你所在的大学或学院就是一个组织，联合慈善总会、教堂、你家邻近的便利店、印第安纳波利斯小马队、诺基亚公司、标致汽车公司、LG集团等等，这些都是组织，它们具备三个共性。

### □ 组织的三个共性是什么？

每个组织都有一个目的 (purpose)，并且是由一定的人员 (people)，按照一定的方式聚合 (group) 而成的 (见图表 1—1)。一个组织的特定目的通常体现在某个或一系列的目标之中。例如，7—11 便利店 (7-Eleven) 的总裁将他的愿景目标设定为：通过主打新鲜食品，带旺其余系列商品。其次，目标不会自然实现，人们必须为树立目标而进行决策并通过各种活动来实现这个目标。最后，所有组织都需要构建一个系统化的结构来规范和限制其成员的行为。所要构建的结构主要包括：制定规章制度，授予一些成员监督其他成员的权力，创建工作团队，编制工作说明书以便使组织成员明确需要他们做什么，等等。所以，组织一词指的是一个有着特定目的、特定成员和一个系统化结构的实体。

图表 1—1

组织的三个共性

