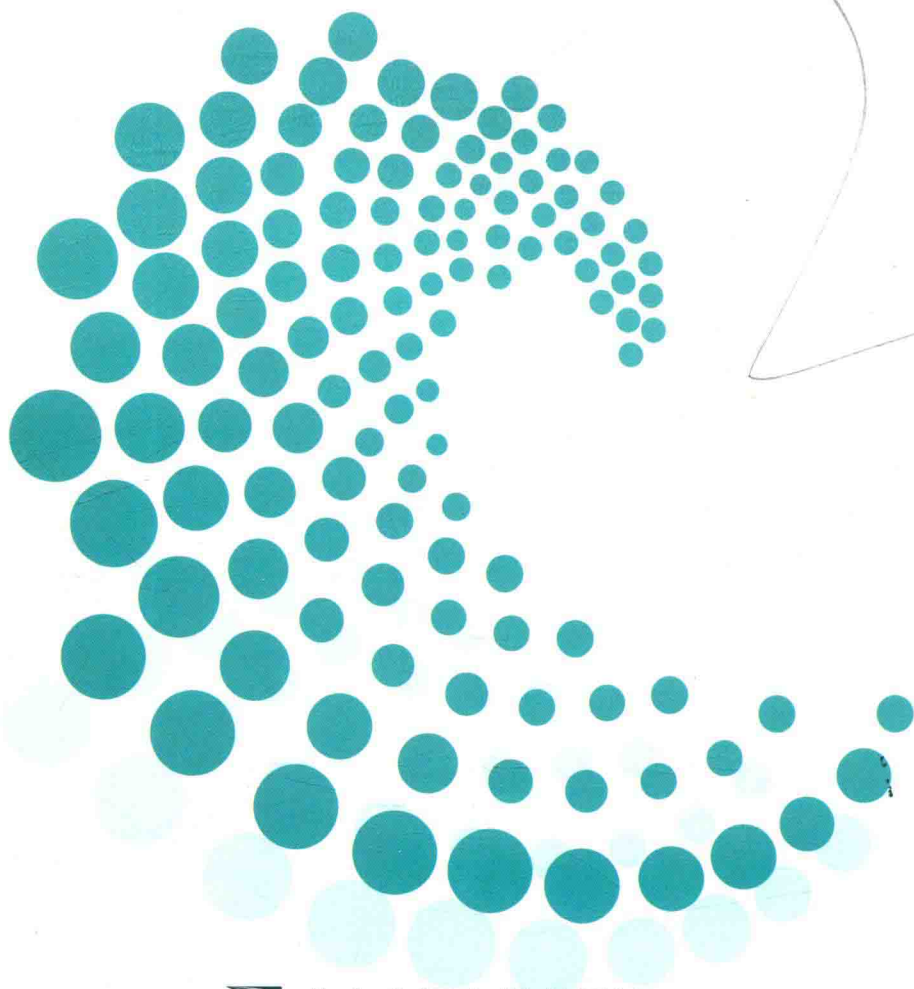


高等教育“十三五”规划教材·经济管理系列

管 理 学

（第2版）

主 编 张国平 岳炳红
副主编 巴 磊 曹旭平



北京交通大学出版社
<http://www.bjtup.com.cn>

高等教育“十三五”规划教材·经济管理系列

管 理 学

(第2版)

主 编 张国平 岳炳红

副主编 巴 磊 曹旭平

北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

管理学作为经济管理类专业的基础课程,介绍企事业单位经营管理活动中普遍存在的基本原理与理论,该课程在经济管理理论体系中占据越来越重要的核心地位,已成为经济管理类专业大学生的必修课程。本书内容自主创新、体系结构新颖、案例丰富且选用考究,除了当代管理科学理论外,还采编了苏南中小企业成功经验的管理案例及国内外经典管理学案例,主要涉及管理学概念、管理思想及理论、决策、计划、组织、领导、控制、创新、管理道德与社会责任等内容。

本书适用于应用型本科高校经济管理类专业学生使用,也可作为经济管理类相关专业研究生、企事业单位一线管理人员和其他经营者的参考用书。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

管理学/张国平,岳炳红主编.—2版.—北京:北京交通大学出版社,2018.6
ISBN 978-7-5121-3566-6

I. ①管… II. ①张… ②岳… III. ①管理学-高等学校-教材 IV. ①C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 118311 号

管理学

GUANLIXUE

责任编辑:许啸东

出版发行:北京交通大学出版社 电话:010-51686414 <http://www.bjtup.com.cn>

地 址:北京市海淀区高粱桥斜街44号 邮编:100044

印 刷 者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185 mm×260 mm 印张:26.75 字数:668 千字

版 次:2018年6月第2版 2018年6月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5121-3566-6/C·202

印 数:1~3 000 册 定价:58.00 元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。
投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

第2版前言

本书自2016年第1版出版以来,因其较强的系统性、应用性、针对性等特点而深受广大读者的欢迎和好评。随着世界经济格局和形势的变迁,管理学的理论体系和操作技能也呈现出了动态的调整变化,出现了许多前沿的管理思想和管理方法,且随着“互联网+”背景下一批中国企业先进的企业管理经验及案例越来越具有国际影响力,因此有必要在第1版的基础上进行修订再版。本教材修订的基本思路是:仍以注重应用为主要编写线索,吸收了当前国内外管理学学科的最新研究成果,纳入更多互联网企业与中国企业先进管理经验的相关案例,以体现教材内容的时代性、科学性及应用性。具体修订内容有以下几方面。

第一,在理论体系方面,编者以第1版的体系框架为基础,吸收了当前国内外管理学学科的最新研究成果,围绕管理活动的五大职能展开,引入了波特竞争战略管理、互联网创新发展管理和组织文化建设管理等理论。这些新知识的引入充实了第1版的理论体系,与当前社会对经济管理的现实需求紧密结合,更好地适应了应用型人才的培养与学习偏好。

第二,在案例选取方面,本教材对案例进行了一些删减与增加。删除了一些老旧的案例,新编入一批有关新经济、新型业态、新型企业发展下的管理案例,尤其是中国企业的案例及元素的比重大幅增加,如苏宁、阿里巴巴、小米、联想、京东、华为等企业的相关案例,增强了本教材的现实性和趣味性,使读者能够更好地认识和理解经济管理,尤其是企业管理的新变化及新趋势。

本书的编写人员都是具有丰富的管理学理论知识与企业实践经验的高校教师,具体编写分工如下:常熟理工学院张国平教授编写第4章、第11章、第12章、第14章,北京经济管理职业学院岳炳红老师编写第15章、第16章、第17章(案例17.5~17.8)、第19章(案例19.1、19.2、19.6、19.7),常熟理工学院曹旭平副教授编写第17章(案例17.1~17.4),沈阳理工大学巴磊副教授编写第3章、第13章、第18章、第19章(案例19.3~19.5),南京邮电大学唐娟副教授编写第6章、第7章、第9章、第10章,盐城工业职业技术学院刘璐老师编写第1章、第2章,常熟理工学院胡孝平讲师编写第5章与第8章,常熟理工学院宋君副教授编写第19章(案例19.8)。全书由张国平教授、曹旭平副教授、岳炳红老师与巴磊副教授负责修改、定稿及总纂。



本书在编写过程中,得到了常熟理工学院经济与管理学院领导的大力支持,在此表示感谢。此外,特别感谢为本书出版花费大量时间、精力的北京交通大学出版社许啸东编辑。

本书再版过程中参考了一些教材、网络资料,借鉴了许多管理学家和同行的经验与成果,部分资料已在参考文献中列出。限于篇幅,未能一一列出,在此一并表示感谢。

由于作者能力和水平有限,书中不当之处或错误在所难免,敬请专家学者及广大读者批评指正。

编 者

前 言

管理学作为经济管理类专业的基础课程,介绍企事业单位经营管理活动中普遍存在的基本原理与理论,该课程在经济管理理论体系中占据越来越重要的核心地位,已成为经济管理类专业大学生的必修课程。从国内已出版的教材看,其内容体系结构差异较大,说明管理学作为一个基础学科其知识体系尚未统一,这为我们编写此书增加了不少难度。根据我们的教学实践,经过编者及出版社编辑的反复论证,终于形成了这本管理学教材。

本书编写的基本原则有以下几方面。

(1) 根据管理学研究的对象和管理科学研究动态、发展趋势确立本书的基本结构,并力图形成系统的知识体系。

(2) 在编写思路上始终围绕管理基础理论、管理职能、管理学发展趋势、管理学应用案例等主线来设计本书的篇章结构与内容。

(3) 尽可能地吸纳管理学方面研究的最新成果,使本书能够反映管理实践积累和管理科学的研究前沿。

本书分为上下两篇,上篇为管理学原理,主要介绍管理学发展史、管理的主要职能、管理道德与社会责任等管理学理论知识;下篇为管理学典型案例,主要介绍与管理学理论相对应的经典管理学案例应用,这也是本书一大亮点,与国内其他的管理学教材有较大差异。多年以来,国内高校的管理学原理教学大都表现为传统的课堂理论传授模式,缺乏对学生管理实践层面的训练及指导,而以案例教学法为代表的研究性教学方法改革逐渐成为一种趋势,尤其在常熟理工学院、浙江万里学院等一些地方应用型本科高校中较为盛行,因为国家对地方应用型本科院校的教学要求是注重应用性与实践性。联合国教科文组织对相关专家进行的多项管理学教学方法改革功能评价的调查结果表明,案例教学法在知识传授、学生分析能力培养等多项指标上得分领先于其他教学方法。管理学学科属性及大量的管理学教学实践证明,案例教学法已经成为提高学生分析、决策能力的一种有效的教学方法,并且逐步被越来越多的高校老师所选择。

本书下篇重点采编了苏南中小企业成功经验的管理案例、国内外的经典管理学案例,主要涉及管理学概念、管理思想及理论、决策、计划、组织、领导、控制、创新、综合管理等内容。管理学案例教学不仅仅是传授理论知识,而是旨在通过案



例使学生理解深奥的管理学理论,培养学生的感觉能力和反应能力,提高学生运用专业知识解决实际问题的能力。苏南地区是我国民营企业与开放型经济发展的典型代表,以隆力奇、梦兰、常客隆、红豆为代表的苏南龙头企业在企业管理方面有许多创新,其现代管理理念及实践具有较强的分析与可探索性,对学生学习管理学原理及相关理论将产生直接的启示。此外,本书还针对性地选取了典型示范、应用实战、具有较高理论价值的国内外著名企业经典案例,这些案例一一对应管理学原理各章节知识点,便于教师传授与学生学习。

本书的编写人员都是具有丰富的管理学理论知识与企业实践经验的高校教师,具体编写分工如下:常熟理工学院张国平教授编写第4章、第11章、第12章、第13章、第14章、第19章(案例19.1~19.2),南京邮电大学唐娟副教授编写第6章、第7章、第9章、第10章、第18章,常熟理工学院曹旭平副教授编写了第15章、第16章、第17章、第19章(案例19.3~19.4),盐城工业职业技术学院刘璐老师编写第1章、第2章、第3章,常熟理工学院胡孝平讲师编写第5章与第8章,常熟理工学院周艳副教授编写第19章(案例19.5),常熟理工学院马军伟副教授、施晓岚讲师编写第19章(案例19.6),浙江农林大学刘洪久教授编写第19章(案例19.7),常熟理工学院宋君副教授编写了第19章(案例19.8)。全书由张国平和曹旭平负责修改、定稿及总纂。

本书在编写过程中,得到了常熟理工学院经济与管理学院领导的大力支持,在此表示感谢。此外,特别感谢为本书出版花费大量时间、精力的北京交通大学出版社领导和编辑。

本书在编写过程中参考了一些教材、网络资料,借鉴了许多管理学家和同行的经验与成果,部分资料已在参考文献中列出。限于篇幅,未能一一列出,在此一并表示感谢。

由于作者能力和水平有限,书中不当之处或错误在所难免,敬请专家学者及广大读者批评指正。

编 者

目 录

上篇 管理学原理

第 1 章 管理学概论	3
1.1 管理的内涵与特征	3
1.2 管理的性质与基本职能	8
1.3 管理者的角色和技能	11
1.4 管理学的研究对象、研究方法和学科特点	15
第 2 章 管理思想与理论发展	23
2.1 早期管理思想	23
2.2 古典管理理论	30
2.3 人际关系学说	38
2.4 现代管理理论	42
2.5 管理理论的新发展	54
第 3 章 决策	60
3.1 决策的内涵及分类	60
3.2 决策过程	65
3.3 决策方法	76
第 4 章 计划	92
4.1 计划的含义及其作用	92
4.2 计划的类型	96
4.3 计划的程序	99
4.4 计划的编制方法	102
4.5 目标与目标管理	106
第 5 章 组织职能	112
5.1 组织概述	112



5.2	组织设计	115
5.3	落实权力	131
5.4	组织文化	136
5.5	组织变革	140
5.6	人力资源管理	144
第 6 章	领导职能	152
6.1	领导概述	152
6.2	领导理论	161
6.3	激励	170
第 7 章	沟通	179
7.1	沟通的定义和作用	179
7.2	沟通的类型与方法	181
7.3	沟通的过程及元素	185
7.4	沟通的障碍与克服	187
7.5	沟通技能的开发	193
第 8 章	控制	197
8.1	控制概述	197
8.2	控制过程	209
8.3	控制方法	214
第 9 章	创新	227
9.1	管理的创新职能	227
9.2	组织技术创新	239
9.3	组织管理创新	245
第 10 章	管理道德与社会责任	252
10.1	管理道德概述	252
10.2	管理道德影响因素	257
10.3	企业社会责任	267

下篇 管理学典型案例

第 11 章	管理学概论案例	281
案例 11.1	麦当劳公司的经营管理	281
案例 11.2	刘全的管理者角色定位	282



案例 11.3	H 公司章程	283
案例 11.4	升任公司总裁后的思考	284
案例 11.5	经理今天出差	285
第 12 章	管理思想与管理理论案例	286
案例 12.1	OEC“海尔管理之剑”	286
案例 12.2	H 公司行为科学应用	287
案例 12.3	通用汽车如何渡过内部危机?	288
案例 12.4	南港电子公司	291
案例 12.5	合作为什么出现裂痕	294
第 13 章	决策案例	297
案例 13.1	小米公司的发展策略	297
案例 13.2	海尔与华为的国际化战略比较	298
案例 13.3	巨人集团的兴衰史	299
案例 13.4	生产率下降的原因是什么	301
案例 13.5	戴尔:有所为有所不为	302
案例 13.6	阿迪达斯与耐克	303
第 14 章	计划案例	305
案例 14.1	怎样才能成为全球 500 强——上海宝钢集团的发展计划	305
案例 14.2	施温自行车公司的失误	307
案例 14.3	华为的目标管理	308
案例 14.4	某机床厂的目标管理	310
案例 14.5	成本为什么会大幅度超支	312
案例 14.6	科宁公司的计划	312
案例 14.7	东方电力公司的计划	313
第 15 章	组织案例	315
案例 15.1	组织职能案例:教授的建议	315
案例 15.2	金果子公司的组织结构设计	316
案例 15.3	联想集团的人才战略	317
案例 15.4	上海家家保健品有限公司的组织结构是否需要调整	320
案例 15.5	如何有效地授权	322
案例 15.6	杜邦公司组织机构的演变	323
案例 15.7	新光集团的组织变革	326
第 16 章	领导案例	328
案例 16.1	马云的领导艺术	328



案例 16.2	巴斯夫公司激励员工的五项原则	330
案例 16.3	索尼公司的内部招聘制度	331
案例 16.4	激励职能案例:林肯电气公司的激励制度	332
案例 16.5	为何产生误解	333
案例 16.6	苏宁电器人力资源管理战略	333
案例 16.7	仕德伟集团“全员智慧生发系统”激发员工斗志	341
案例 16.8	柳传志的管理理念	342
案例 16.9	联合制造公司总经理的一次会议	346
第 17 章	控制案例	348
案例 17.1	美的集团的成本控制	348
案例 17.2	比尔经理的控制	349
案例 17.3	巴林银行和大和银行的倒闭	350
案例 17.4	波司登:库存极限控制方法	351
案例 17.5	邯钢集团的成本缩减	354
案例 17.6	查克停车公司	354
案例 17.7	员工上班玩游戏怎么办	355
案例 17.8	京东供应链管理	357
第 18 章	创新案例	360
案例 18.1	波司登的创新之路	360
案例 18.2	创新是系统工程——不断成长的通润公司	364
案例 18.3	张瑞敏畅谈创新战略	369
案例 18.4	王安实验室与惠普公司:两种不同的变革方式	373
案例 18.5	张小龙谈微信的创新空间	375
案例 18.6	小米的管理创新	375
第 19 章	综合案例	378
案例 19.1	红豆的成功之路	378
案例 19.2	无锡小天鹅股份有限公司的经营之道	380
案例 19.3	仕德伟“用心做到极致”与创新激励	384
案例 19.4	标哥的“裸捐”	387
案例 19.5	梦兰集团:从“村办企业”向“现代企业集团”的跨越	390
案例 19.6	新合作常客隆的制胜之道:“小超市,大连锁”	397
案例 19.7	隆力奇品牌的成长之路	402
案例 19.8	郎咸平:鱼香肉丝与现代汽车	411
参考文献		415

上篇 管理学原理

第1章

管理学概论

1.1 管理的内涵与特征

1.1.1 管理的概念

管理作为一种普遍的社会活动,其产生的历史已超过 6 000 年。世界著名的金字塔、中国的万里长城和至今仍灌溉着成都平原的都江堰水利工程等表明,几千年前人类就能够完成规模浩大的、由成千上万人参加的大型工程。它们宏伟的建设规模都是人类管理和组织能力的见证。金字塔是个特别有趣的例子,据估计,建筑一座金字塔要动用 10 万人干 20 年,谁来吩咐每个人该干什么?谁来保证在工地上有足够的石料让每个人都有活干?答案是管理。不管当时人们怎么称呼管理,得有人计划要做什么,得有人组织人们去做这件事,得有人指挥人们怎样去做,以及采取某些控制措施来保证每件事情按计划进行。

在历史上,当管理活动主要是由少数统治者或生产资料所有者所从事的活动时,人们常常把管理概括为管辖、治理。这种概括强调了管理中的权力因素,并以“治国,平天下”为主要内容,其意与“统治”一词相近,带有浓厚的政治色彩。对此,孙中山先生曾做过很好的解释:“政治两字的意思,浅而言之,政就是众人之事,治就是管理,管理众人之事便是政治。”

到了资本主义时期,随着商品经济和生产社会化的发展,当企业成为社会经济普遍的经济组织形式,经济竞争成为社会发展的主要动力,追求最大利润成为资本家的主要目标时,人们对管理的研究逐渐从政治转向经济,特别是转向企业管理。总之,在漫长的历史长河中,管理一直是人类组织活动的一个最基本的手段,它存在于一切领域、一切部门和一切组织之中。大到一个国家、一个大的跨国企业,小到一个班组、一个商店,无一不需要进行有效的管理。管理的实践活动是人类社会任何历史阶段都不可缺少的普遍的活动,管理是带有普遍性的人类实践活动。

长期以来,对于什么是管理,人们的认识有很大的不同。从字面意义上讲,“管”在古代是指中空贯通的长条物体,后指锁钥,引申为“规范”“准则”“规则”“主宰”“主管”“管辖”“管制”等意思,体现着权力的归属。“理”古代为整理土地、雕玉琢器等意思,引申为“整治”“处理”。“管”“理”二字合二为一使用,即在权力的范围内,对人或事物进行管辖和处理。

人类在实践中发现,许多人在一起工作就可能完成个人无法完成的任务,于是慢慢产



生了各种社会组织。在组织内,为了协调每个人的行动,解决意见分歧,使大家共同服从于组织目标,就产生了管理。实际上可以把人类活动分成两部分,其一是作业活动,即人们所从事的各种具体劳动;其二是管理活动,即为实现具体劳动而进行的协调、领导、指挥等活动。

20世纪以来,关于管理的概念,学术界许多学者从不同角度提出了许多观点。就我国而言,虽然管理的历史可以追溯到5000多年前,中华民族的灿烂文化宝库中蕴藏着许多丰富的管理思想,也记载着值得我们骄傲的管理实践,但是将管理作为一门科学系统地研究和普遍地推广却是近30年的事情。而就西方国家而言,系统管理理论的形成也只有近百年的历史,研究管理过程普遍规律、一般原理和普遍方法的管理学更是一门年轻的学科。但是,管理是一个古老的话题,管理活动几乎和人类历史一样久远,且管理的内涵极为丰富,在历史上许多学者都对管理做出过论述。在西方国家,由于众多学者研究的角度不同,对管理含义的认识也不同,以下是比较具有代表性的几种观点。

(1) 美国管理学家、科学管理之父泰勒(Frederick W. Taylor)认为,管理就是确切地知道你要别人做什么,并设法使他们用最好的方法去做。他主要强调的是对人的管理。

(2) 赫伯特·西蒙(Herbert Simon),美国管理学家,1978年诺贝尔经济学奖获得者,提出“管理就是决策”。他认为决策的过程分为四个环节:第一,调研分析;第二,制订所有可能的行动方案;第三,从各种可能方案中选择比较满意的方案;第四,检查和评价方案的执行情况,并适时调整方案。

(3) 法国著名管理学家,被称为“管理过程之父”的亨利·法约尔(Henri Fayol)则把管理定义为:管理,就是实行计划、组织、指挥、协调和控制。并且把企业职能与管理职能分开。

(4) 美国管理学家哈罗德·孔茨(Harold Koontz)对管理的定义:“管理是在正式组织起来的团体中,通过他人并同他人一起把事情办妥的艺术。”他认为,管理就是设计和保持一种良好环境,使人在群体里高效率地完成既定目标。管理需要良好的环境,在这良好的环境里人们才能高效率地完成既定目标,最终实现组织目标。

(5) 现代管理学之父彼得·德鲁克(Peter F. Drucker)认为,管理是一种实践,其本质不在于“知”而在于“行”;其验证不在于逻辑,而在于成果;其唯一权威就是成就。管理是一种器官,是赋予机构以生命的、能动的、动态的器官,因其具有功效而存在,没有机构(如工商企业)就不会有管理。但是,如果没有管理,那也就只会有一群乌合之众,而不会有一个机构。而机构本身又是社会的一个器官,它之所以存在,是为了给社会、经济和个人提供所需的成果。可是,器官从来都不是由它们做些什么,更不要说由它们怎么做来确定的,它们是由其所做的贡献来确定的。

(6) 德国管理学家马克斯·韦伯(Max Weber),古典组织理论的开拓者,他认为管理就是协调的活动。

(7) 美国著名的管理学教授斯蒂芬·罗宾斯(Stephen P. Robbins)认为,管理是指同别人一起,或通过别人使活动完成得更有效的过程。

关于管理的含义,我国的学者也有不同的认识。

(1) 管理学家杨文士认为,管理是一个过程,是让别人与自己一道去实现既定的目标,是一切有组织的集体活动所不可缺少的要素。

(2) 周三多认为,管理是一种以绩效责任为基础的专业职能。



(3) 陈子良认为,管理是为了完成组织的共同目标而从事的对人、财、物等资源的协调活动。

从以上分析中可以看出,管理学家们对管理的概念做了深入的研究,并从多个角度和侧面和管理做出不同的定义。这些定义的侧重点,主要有以下几个方面。

- (1) 注重管理过程中的职能,认为管理就是计划、组织、人员配备、领导、控制等的过程。
- (2) 注重管理的实质,认为管理就是决策。
- (3) 注重管理的目标,认为管理就是通过别人把事情办好。
- (4) 注重管理的核心,认为管理就是协调各种关系的活动。

无论何种定义,都是从不同方向突出了管理在不同方面所具有的特征,都可以为我们学习管理学提供参考与借鉴。

本书从各位管理学家给出的定义中归纳出管理较为全面的定义:管理是组织中的管理者通过计划、组织、领导、控制等职能,运用一定的方法和手段,调动组织内的各种资源去实现组织目标的实践活动。这个定义可以从以下几个方面去理解。

- (1) 管理的主要目的是有效地实现组织目标。

组织目标是组织内全体成员共同努力的方向,是管理功能的集中体现。一个组织原本就是为实现某种目标而组成的各种资源的综合系统,整个组织的管理活动就是围绕实现组织目标而开展的。管理离开了组织目标,就像一艘没有航标的船一样,永远也不会到达“理想的彼岸”。

- (2) 管理活动的实施是通过计划、组织、人员配备、领导和控制等手段来进行的。

这些手段是所有类型的管理人员在管理实践中都要履行的管理职能,这反映管理活动的功能和过程。

- (3) 管理活动的实质就是协调各种关系。

所谓协调,就是把组织内各种资源(尤其是人力、财力和物力)有机地结合起来,使其和谐化、同步化。所以管理活动就要围绕着组织的目标,协调各种资源的相互关系,使组织活动更加有效。

- (4) 管理最重要的就是对人的管理。

管理的主体是管理者,所有的管理行为要靠管理者去实施,所有的管理目标要靠管理者来实现。而管理者实施管理行为的受作用方即管理对象,其对于管理的有效性 & 组织目标的最终实现,也具有重要的影响作用。管理对象包括:人、财、物、信息、技术、时间等要素,而这些要素中人是核心、最关键、最活跃的要素,所有的组织资源都要以人为中心。因此,对人进行管理是管理者最重要的职能。

1.1.2 管理的特征

为了更全面地理解管理的概念,理解管理学研究的特点、范围和内容,还可以从以下几方面来进一步把握管理的一些基本特征。

- 1) 管理是一种社会现象或文化现象

管理是人们在有组织的集体环境下所从事的一种社会活动。它是在人类共同劳动的实践中出现的。人类为达到一定的目标在一起共同劳动,就需要管理来组织人们进行有效的劳动,因此说管理是人类共同劳动的产物。只要是两个人以上的集体活动,并且有一致认可的目标,就存在着管理。



2) 管理的“载体”是组织

管理活动在人类现实的社会生活中广泛存在,而管理总是存在于一定的组织之中。正因为现实世界中普遍存在着组织,管理也才有了存在的必要。由两个或两个以上的人组成的,为一定目标而进行协作活动的集体就形成了组织。许多人在同一生产过程中,或在不同但互相联系的生产过程中,有计划地一起协同劳动,这种劳动形式叫作协作。有效的协作需要有组织,需要在组织中实施管理。社会生活中各种组织的具体形式虽因其社会功能的不同而会有所差异,但构成组织的基本要素是相同的。

在组织内部,一般包括五个要素:人——包括管理的主体和客体;物和技术——管理的客体、手段和条件;机构——实质反映管理的分工关系和管理方式;信息——管理的媒介、依据,同时也是管理的客体;目的——宗旨,表明为什么要有这个组织,它的含义比目标更广泛。

组织作为社会系统中的一个子系统,其活动必然要受周围环境的影响,因此组织还包括九个外部要素:①行业,包括同行业的竞争对手和相关行业的状况;②原材料供应基地;③人力资源;④资金资源;⑤市场;⑥技术;⑦政治经济形势;⑧政府;⑨社会文化。

因此,一个组织的建立和发展,既要具备五个基本的内部要素,又要受到一系列外部环境因素的影响和制约。管理就是在这样的组织中,由一个人或者若干人通过行使各种管理职能,使组织中以人为主体的各种要素合理配置,从而达到实现组织目标的活动,这对于任何性质、任何类型的组织都是具有普遍意义的。

3) 管理的职能、层次

管理作为一个过程,管理者在其中要发挥的作用,就是管理者的职能,也就是通常说的管理职能。对于管理的职能,早期的管理理论一般认为,管理有计划、执行、控制三大基本职能。法国的法约尔认为,管理有五大职能:计划、组织、指挥、协调和控制。美国的古利克提出,管理有七项职能,即计划、组织、人事、指挥、协调、控制、沟通。美国管理学家孔茨认为,管理包括计划、组织、人事、指挥和控制五项职能。因此,不同管理学家对管理职能的划分有不同的认识,见表 1-1。

表 1-1 不同管理学家对管理职能划分的认识

时间/人物		计划	组织	指挥	协调	控制	激励	人事	整合资源	沟通
1916	法约尔	✓	✓	✓	✓	✓				
1925	梅奥						✓	✓		✓
1934	戴维斯	✓	✓			✓				
1937	古利克	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓
1947	布朗	✓	✓	✓		✓			✓	
1949	芭威克	✓	✓			✓				
1951	纽曼	✓	✓	✓		✓		✓		
1955	孔茨与奥唐奈	✓	✓	✓		✓		✓		
1964	梅西	✓	✓			✓		✓		
1970	海曼与斯科特	✓	✓			✓	✓	✓		
1972	特里	✓	✓		✓	✓				

注:“✓”表示各管理学家对管理职能划分的认识。