

普通高等教育经济管理类
本科核心课程教材

管理学

刘宁杰 莫柏预 / 主编



中国财政经济出版社

普通高等教育经济管理类本科核心课程教材

管 理 学

刘宁杰 莫柏预 主编

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

管理学/刘宁杰, 莫柏预主编. —北京: 中国财政经济出版社, 2005. 8
普通高等教育经济管理类本科核心课程教材
ISBN 7-5005-8514-4

I. 管… II. ①刘…②莫… III. 管理学—高等学校—教材 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 090783 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://ckfz.cfeph.cn>

E-mail: ckfz@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

北京牛山世兴印刷厂印刷 各地新华书店经销

787×960 毫米 16 开 23.75 印张 400 000 字

2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月北京第 1 次印刷

印数: 1—5 000 定价: 42.00 元

ISBN 7-5005-8514-4/F·7411

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

经济管理类系列教材编委会

主任委员 席鸿建

副主任委员 蒙丽珍

委员 李伯兴 李家瑗 李国淮

李小红 周英虎 廖 玉

邓文勇 莫柏预 石雄飞

黄 约 韦燕宁

序

在现代社会，各国经济从社会化到国际化、全球化，是一种必然趋势。在这种趋势下，各种经济活动、各类经济联系及经济现象越来越复杂化。面对这纷繁、多姿的经济现象，如何才能从理论上进行更为透彻的理解和把握；面对这嬗变、多彩的经济问题，如何才能更为科学地予以解释并有效地解决，这是现在和未来的经济管理工作需要认真面对的重要任务。经济的发展，促进了财经教育的发展；经济发展面临的问题，又丰富了财经教育的内容，促进了财经教育改革的纵深发展。

作为地方性的财经院校，其首要任务就是让学生受到系统、科学、严格的专业技能训练，全面而深入地掌握学科的基本理论、基本方法和学科发展前沿动态，了解本地区经济社会发展特点，为使他们走向社会时能够更快适应环境的变化、有效解决现实经济生活的问题，在职业岗位上实现人生价值而奠定基础。

在我国高等教育大众化快速挺进的过程中，高等财经教育的扩张速度进一步加快，高等财经教育的超常规发展，为高等教育大众化的快速实现作出了突出贡献，但也给自身发展带来了一系列问题，如有的“热门”专业逐步变为“冷门”，有的传统专业日渐失去原有的优势，财经类大学生就业也出现比较难的情况等。广西财经学院作为一所地方财经类普通高校，只有加强学校建设、深化教学改革、突出办学特色，才能在强手如林的办学竞争中异

军突起。基于这种认识,我们用了一年的时间,在考察社会对财经人才需要状况、研究国内外同类院校办学经验上,对本科学生的培养方案、课程设置和学科建设等进行了全方位的改革,作为新方案的一个组成部分就是编撰适用于与培养高级应用型的财经人才相配套的系列教材。为了完成这项艰巨的任务,学院成立了财经系列教材编审委员会,精心组织长期从事财经管理、教学与研究的一线专家、教授来参加系列教材的编撰工作。

重点课程、精品课程的建设已成为教育改革所特别关注的突破口。系列教材主要是选择了经济管理类核心课程,而这些核心课程也大多是重点课程和精品课程。同时,考虑到系统性和完整性,这套丛书还包括了一部分经济管理类的基础课程,我们希望给学习者提供一套相对完整的财经类教材。在课程的内容上,我们注重了科学性和前瞻性,结合了当前经济改革的新问题,在编写上,尽可能以通俗易懂的语言深入浅出地介绍深奥的专业知识。

我们力求在以下四个方面表现自己在教材建设的特色:

1. 适应应用性的学习:本系列教材结合地方财经院校教学特点,紧紧围绕培养高级应用人才目标,强调以应用性学习为主,着重从学生的实际动手能力方面进行知识的介绍和技能训练,学生通过学习可以很快地掌握知识要领,提高实际应用的能力,从而突出了应用性学习的特点。

2. 反映研究性的教学:教师是知识的直接传导者,在长期从事教学过程中,积累了丰富的教学经验和优秀的本学科研究成果,这些经验和成果极大地优化了教学过程,是提高教学质量的重要保证。本系列教材中紧扣教学特点适度融入了教师优秀的、得到公认的研究成果,从而突出了研究性教学的特点。

3. 融会创新性的研究:创新是科学的研究方法的特性,本系列教材在知识体系介绍和研究中始终贯穿科学的态度和创新观点,

做到既保持传统的、优秀的知识和方法体系，又以创新的角度去发展和开拓，突出了创新性研究的特点。

4. 体现时代性的知识：新时代下的新知识体系的构成是一门学科的重要组成部分，知识结构推陈出新是学科发展的一个标志。本系列教材结合当前财经发展中的新形势、新问题和新知识，将新知识内容融入教材当中，突出了新时代新知识的特点。

这套系列教材定位于高等财经教育应用型本科的教学。主要作为普通高等财经院校相关课程的选用教材，亦可以作为各层次教育和企业培训教材，也适合广大财经从业人员作为学习参考用书。本套教材还配有辅导用书，以便于教师教学和学生参考。

本系列教材在编写过程中得到有关专家和企业的支持和帮助，在此一并表示感谢。由于编写时间仓促，加上编写水平所限，书中有不足之处在所难免，恳请广大读者提出宝贵的意见和建议，以日臻完善。

经济管理类系列教材编委会

2005年6月

前

言

管理只有恒久的问题，没有终结的答案。回顾 100 年来管理学形成的过程，我们发现，管理从一种不可言传的、非正式的、临时性的活动，发展成为一种可以从所有的角度进行规范分析和评论的活动。管理正成为社会经济和个人生活的一种重要力量。管理的应用非常广泛，超越商界，无时不在，无处不在。正如彼得·德鲁克所说的，在人类历史上，还很少有什么比管理的出现和发展更为迅猛，对人类具有更为重大和更为激烈的影响。对于管理的地位和作用，朱镕基同志给予了很高的评价：“管理科学，兴国之道”。21 世纪迫切需要和呼唤大批能适应信息经济时代、懂得管理真谛、掌握管理方法的技术型和管理型复合人才。

编写本书的指导思想是：在继承的基础上有所创新。博采众长为我所用，充分吸收传统的管理学精华和最新的管理学研究成果，理论联系实际，在框架结构上力图有所突破，重在讨论社会组织中的管理的共性问题 and 传授管理思想及理念。

本书由刘宁杰、莫柏预拟定编写大纲，刘宁杰编写第一、二章，何望敬编写第三章，周永明编写第四章，廖英编写第五章，李映霞编写第六、七章，莫柏预编写第八章，邱建林编写第九、十章，杨海光编写第十一章，蓝骁、陈秋负责统稿和编辑，全书由刘宁杰、莫柏预任主编，并负责总纂及定稿。

本书编写过程中，得到了阎世平、王宝荣、王德民三位教授

的指导和帮助；我们在总结、提炼多年的教学科研和管理实践经验的基础上，汲取国内外管理科学研究领域的积极成果，直接或间接地参阅、借鉴、引用了国内外大量论著、教材、论文等文献材料，书中引用的地方没有一一注明，采用书后列出参考文献的方式加以标注，在此，一并表示诚挚的感谢！

由于作者水平有限，加之时间仓促，错误之处在所难免，敬请各位读者和专家批评指正。

编者

2005 年 6 月

目

录

第一章 概述	(1)
第一节 管理	(2)
第二节 管理者	(7)
第三节 管理学	(17)
第四节 管理环境	(24)
第五节 管理伦理	(32)
第二章 管理理论的发展	(49)
第一节 中国古代的管理实践与管理思想	(50)
第二节 古典管理理论	(53)
第三节 行为科学理论	(59)
第四节 管理科学理论	(61)
第五节 现代管理理论的丛林	(62)
第六节 管理理论的发展趋势	(65)
第三章 计划	(74)
第一节 计划的基础	(75)
第二节 计划的基本内容和过程	(81)
第三节 战略性计划	(88)
第四章 组织	(108)
第一节 组织的涵义	(109)
第二节 组织结构	(112)
第三节 组织结构设计	(124)
第四节 组织结构运行	(130)
第五节 组织文化	(137)
第六节 组织变革	(144)
第五章 人力资源管理	(151)
第一节 人力资源管理概述	(152)

第二节 人力资源的获取	(156)
第三节 绩效评估	(163)
第四节 薪酬福利管理	(167)
第五节 人力资源的开发	(171)
第六章 领导	(179)
第一节 领导概述	(180)
第二节 领导理论	(184)
第三节 有效的领导者和领导集体	(194)
第四节 领导艺术	(201)
第七章 激励	(211)
第一节 激励概述	(213)
第二节 激励理论	(216)
第三节 激励实务	(229)
第八章 沟通	(236)
第一节 沟通概述	(237)
第二节 人际沟通和组织沟通	(243)
第三节 沟通的障碍与克服	(251)
第九章 控制	(259)
第一节 控制系统	(261)
第二节 控制过程	(267)
第三节 控制的内容	(274)
第四节 控制的方法	(279)
第十章 管理技术	(286)
第一节 决策技术	(287)
第二节 网络计划技术	(297)
第三节 管理系统工程技术	(309)
第四节 价值工程	(316)
第五节 线性规划	(321)
第十一章 管理创新	(328)
第一节 管理创新概述	(330)
第二节 企业技术创新	(338)
第三节 企业组织创新	(348)
第四节 企业业务流程再造	(357)
主要参考文献	(364)

第一章 概述

〔内容提要〕本章主要介绍管理、管理者、管理学的基本概念；管理的性质、管理的职能；管理者的类型、角色，管理者应该拥有的基本技能以及现代管理者的素养与培养；管理学的研究对象、管理学的特点、管理学的学习和研究方法以及学习管理学的重要意义；管理环境介绍了宏观环境因素、经营环境因素和内部环境因素；管理伦理简述了管理伦理的基本特征、管理伦理的基本观点及影响要素；企业责任主要简述企业社会责任的涵义及其历史演化、企业对社会责任的态度等。

引例

管理的重要性^①

联想前总裁柳传志在1999年《财富》论坛的讲演中感叹道：西方企业在表述自己的能力时，强调的完全是技术水平。对他们而言，企业具有管理能力是天经地义的事情，勿须多言。对比之下，柳传志指出，我们的管理问题已经严重阻碍了中国科技成果的转化和技术的创新，这种现象在新兴高科技企业中尤为普遍。柳传志自揭其短说：“管理是由多个环节形成的体系设计，任何一个环节出现问题，都会导致企业亏损，在这一点上，联想教训深刻。”联想是生产主板的工厂，其规模在世界占到第5位。在建厂10年中，出现过两次大的亏损。1992年，联想开发出多口卡，由于缺乏市场反馈途径和市场开拓能力，形成库存积压，损失数百万；1995年又因为类似情况问题损失1.9个亿。“两度受挫，都不是技术原因”。“有了管理，再加上技术投资，就能生产出效益。管理才是技术。”

^① 引自蒋丽君主编：《管理学原理》，浙江大学出版社，2004年版。

在丹佛国际管理科学会（AOM）年会上，作为 AOM 成立 46 年来的第一个受邀请的亚洲企业家，柳传志讲到联想集团之所以取得成功，凭借的是独树一帜的管理，即联想的“管理三要素”——建班子、定战略和带队伍。联想每年都要对员工进行培训，培训管理三要素的基本内容。在中国 PC 行业之中，联想排在中国第一的位置已经 6 年了。在 6 年中，第二名到第十名的位置在不停地变化，只有联想第一名的位置没有变。这是为什么呢？这不是一个简单的业务策略形成，而是管理三要素这个更深层次的原因在起作用。

联想在实际工作中，摸索出来的“建班子、定战略、带队伍”管理思想，使联想的管理成为民营企业学习的榜样。

第一节 管 理

一、管理的概念

在人类社会，管理自古有之，凡是有人群活动的地方，就会有管理。管理是人们在一定组织环境下所从事的一种智力活动。它随着人们共同劳动的出现而出现。人们在共同劳动中为有效地达到一定的目标，需要管理活动，以组织人们进行有效劳动和生存发展。

管理一词，从字面上去理解，管是主其事，理是治其事。作为一项社会实践活动，管理的历史可谓十分悠久，但学术界对管理的定义却众说纷纭，莫衷一是。中外学者从不同的角度和侧面对管理做了不同的解释。

有“管理过程之父”之称的法国著名管理学家 H·法约尔认为，“管理就是计划、组织、指挥、协调和控制”。

美国管理学家赫伯特·A·西蒙认为，“管理就是决策”。

美国管理学家哈罗德·孔茨等认为，“管理是引导人力和物质资源进入动态的组织，以达到这些组织的目标，亦即使服务对象获得满意，并且使服务的提供者亦获得一种高度的士气和成就感”。

美国管理史学家丹尼尔·雷恩认为，“给管理下一个广义而又切实可行的定义，可把它看成是这样的一种活动，即它发挥某些职能，以便有效地获取、分配和利用人的努力和物质资源，来实现某个目标”。

我国学者也给管理下了各种定义。比如：

周三多等学者认为，“管理是社会组织中，为了实现预期的目标，以人人为中心进行的协调活动”。

吴照云等学者认为,“所谓管理,就是对组织所拥有的资源进行有效的计划、组织、领导和控制,以便达到既定的组织目标的过程”。

杨文士、张雁等学者认为,“管理是指一定组织中的管理者,通过实施计划、组织、人员配备、指导与领导、控制等职能来协调他人的活动,使别人同自己一起实现既定目标的过程”。

综观以上中外学者的观点,可以说视角有别,观点各异,他们多从某个侧面或角度揭示管理的涵义或属性。

本书把管理的定义概括为:管理是管理者在特定的环境和条件下,为了实现特定的目标,对组织所拥有的资源进行计划、组织、领导和控制等活动的过程。该定义包含以下几层涵义:

1. 管理的主体是扮演管理者角色的组织或作为个体的管理者

管理者是指在组织中指挥和领导他人活动的人们。从纵向看,管理的主体具有层次性,基本上可以分为高层、中层和基层三个层次。从横向看,管理的主体具有多样性,既包括国家的统治者、政府的领导者,也包括企业的经理及非营利组织的管理者。管理的主体既可以是个人,也可以是以组织形式出现的领导机构或单位。

2. 管理是在特定的环境和条件下进行的

管理的环境和条件主要是管理者面临的内外部环境和条件。外部环境和条件是指自然环境和社会环境。所谓自然环境,主要指气候、地理条件、自然资源、生产力水平等;社会环境,是指意识形态、价值观念、文化水平、社会经济、政治和法律等。此外,外部环境和条件还包括与组织发展有密切业务关系的环境和条件,如企业组织面临的供应者、顾客、竞争者、雇员、股东等。外部环境是管理者无法控制但却可以认识的因素。外部环境有动态和静态之别,不同的外部环境对管理的要求不同。管理的内部环境和条件基本上是组织内部系统,是管理者所处的组织内部的因素,包括组织性质、组织制度、组织氛围、人员素质、技术水平等。管理的内部环境是可以控制的。

3. 管理是为了实现特定的目标

管理的目标是组织目标的体现,是管理的出发点和归宿。管理的直接目标是追求效益。所谓效益,是指管理活动产生的有益的效果。效益既包括经济效益,也包括社会效益。管理的终极目标就是追求效益,但是,仅仅追求效益是不够的,还必须注意管理的效率。所谓效率,是指系统在单位时间内投入和产出的比率。投入大,产出少,则效率低,反之,则效率高。由于组织中的资源是有限的,所以,追求管理的低投入、高产出十分

重要，即管理的效率也是管理要追求的目标之一。由此可见，管理的目标应是效益与效率的统一。

4. 管理的客体是管理所指向的对象

管理的客体是指在社会管理当中发生的大量的社会现象和文化教育现象，通俗地讲，是管理过程中出现的大量问题或事务。

5. 管理的保障是组织资源

传统的组织资源包括人、财、物，现代管理的组织资源还包括技术、信息、机会、价值、规范和权力等。对管理者来说，合理有效地使用组织资源是实现管理目标的重要保障。

6. 管理的实质是协调

通过对组织中各方面的力量协调、配合或整合，以达到整体力量大于各要素之和（即 $1+1>2$ ）的协同效应。

7. 管理是一个过程

这个过程是由计划、组织、人事、领导和控制等活动组成的封闭过程，管理过程中的一系列活动是相互关联、不可偏废的整体，其中计划是前提，组织是载体，人事是保证，领导是核心，控制是组织活动的监视器和调节器。

二、管理的性质

管理是自然属性和社会属性、科学性和艺术性的统一。

1. 管理的自然属性和社会属性

管理的自然属性和社会属性又被称作生产力属性和生产关系属性。由生产力和生产关系所决定，管理不仅具有合理组织生产力，即监督和指挥生产的自然属性，而且还具有维护生产关系运行，即维护社会统治秩序的社会属性，这便是管理的两重性。

从古至今，人类社会只要存在分工协作和公共生活，就需要管理。否则，社会生产、生活、交换、分配等都会发生混乱而无法进行。对此，经典作家有过论述，认为一切规模较大的直接社会劳动或共同劳动，都或多或少地需要指挥，以协调个人的活动，并执行生产总体的运动——不同于这一总体的独立器官的运动——所产生的一般职能。一个单独的提琴手是自己指挥自己，但一个乐队就需要一个乐队指挥。可见，在任何社会，管理所具有的组织生产力、监督劳动和指挥生产的属性是不以人的意志为转移的，这是管理的自然属性。

管理除了要维持社会生产和生活的正常运行，还要维护社会的生产关系，即维护统治阶级的利益，这使管理又具有社会性。从历史演变中可见，

封建社会的管理要维护封建地主阶级对农民阶级的统治,资本主义社会的管理除了维护社会化大生产的正常运行,还要维护资本主义的政治秩序。尽管资本主义从产生至今已经发生了很多变化,管理者在行使管理职能时,不能仅仅满足资本家及股东对股息和红利的要求,还要兼顾社会公众和消费者的利益,处理与政府的关系,遵守政府的法律法规,也就是说,资本主义管理的社会属性已经多元化了,但是管理的实质依然没有改变,即管理无不打上资产阶级的印记。社会主义的管理不仅要维持社会生活的正常运转,还要维护无产阶级和劳动人民的根本利益,维护社会主义的统治秩序。这些都说明管理具有社会属性。

管理的自然属性与社会属性是人类社会管理都具有的性质,一般称为管理的两重性。

2. 管理的科学性和艺术性

管理的科学性首先指有效的管理、成功的管理必须有科学的理论和方法来指导:要遵循管理的基本原理和原则。也就是说,管理必须科学化。管理由传统走向现代,就是一个由经验走向科学的历程。时至今日,人们通过总结管理中的大量成功经验、失败的管理教训,已经抽象、归纳出了管理的一些基本原理和原则,这对管理效率的提高有着直接的意义。美国著名的管理学家孔茨说:“医生如果不掌握科学,几乎跟巫医一样。高级管理人员如果不具备科学管理知识也只能碰运气,凭直觉,或者按老经验办事。”其次管理的科学性指管理学是一门科学。自资本主义生产方式诞生以来在管理实践的推动下,管理学形成了自己的原理、原则和方法论,他们构成了管理学的基本框架。近几十年来,在管理实践和管理理论工作者的推动下,管理科学正蓬勃发展。当今,管理学已经成为大学里一门重要的课程,通过管理学教育,当今社会各方面的管理水平也有了明显提高。

所谓管理的艺术性在这里指的是创造性的方式和方法。它表明了一切的管理活动都需要创造性。管理没有一成不变的模式,没有放之四海而皆适用的灵丹妙药。管理的艺术性是由这样两个方面决定的:其一是管理总是在一定环境中的管理,而管理的环境总是不断变化的,因此为了适应环境的变化,管理也应当是灵活的。其二,是由管理的主要对象,即人的主观能动性及其感情所决定的。感情是最难数量化、模式化的东西。它的变化确有一定的规律,但是又带有相当的戏剧性。因此,管理的基本原理和方法必须与现实结合,灵活地运用,才能解决实际中的问题。

管理的科学性和艺术性不是互相排斥而是互相补充的,忽视管理的科学性只强调管理的艺术性,将会使艺术性变为随意性;反之,忽视艺术性,

管理科学则成为僵死的教条。总之，管理的科学性与艺术性应是和谐的统一。

三、管理的职能

管理的职能是指管理者为了实现有效管理所必须负担起的基本职责以及要完成的任务。它具体地回答了管理者“干什么”和“怎么干”的问题。最早从管理职能的角度建立管理学一般原理的法国的实业家法约尔于1916年提出了管理的五种职能说，即管理者都要履行以下五种管理职能：计划、组织、指挥、协调和控制。此后陆续有学者探讨管理的职能。20世纪30年代，戴维斯等提出了三职能说，认为管理的职能是计划、组织、控制；古利克则提出了七职能说，认为管理职能包括计划、组织、指挥、控制、协调、人事、沟通等。50年代，孔茨又提出管理的五职能说，认为管理的职能包括计划、组织、人员配备、指导和领导、控制五个职能。70年代以后，学术界通常把管理职能概括为计划、组织、领导和控制四个职能。本书采用一般的说法，认为管理的职能是计划、组织、领导和控制。

1. 计划

计划是对所管理的未来的活动进行的预先筹划和安排，是管理的首要职能。严格地讲，计划有广义与狭义之分。广义的计划是指计划的制定、执行、检查和终结。狭义的计划是指计划的制定。管理中所讲的计划，一般是指广义的计划。计划工作主要包括：

(1) 评估组织活动条件，确立目标。组织活动在受上级组织下达的计划影响的同时，也受现在或未来的环境和条件等多种因素的影响和制约，如组织内部因素、组织外部的环境因素。所以，首先要研究组织外部环境和内部资源及其变化趋势，了解组织发展的潜力、机遇和制约因素，然后才能确立组织的计划目标。

(2) 方案抉择。确定计划的目标后，首先是分析确立计划的前提条件并拟定可供选择的方案，然后评价诸方案，从中选择出比较好的方案。

(3) 拟定派生方案和编制预算。派生方案也可称为派生计划，最后是编制预算。

2. 组织

组织职能是管理的根本职能，组织工作的具体程序和内容如下：

(1) 组织结构设计。按照组织目标的要求和组织成员的实际情况，对组织内的层次、部门和职权进行合理的划分。

(2) 人力资源管理。根据职位的要求及员工的素质，进行职位设计和人力资源的开发、利用与管理。