

Management Science

管理学

张友苏 陈昭玖 ©编著



暨南大学出版社
Jinan University Press

Management Science



管理学

张友苏 陈昭玖 ©编著



暨南大学出版社
Jinan University Press

图书在版编目 (CIP) 数据

管理学/张友苏, 陈昭玖编著. —广州: 暨南大学出版社, 2007. 2
ISBN 978 - 7 - 81079 - 805 - 1

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 000400 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85227972 85220602 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 暨南大学出版社照排中心

印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 18.25

字 数: 350 千

版 次: 2007 年 2 月第 1 版

印 次: 2007 年 2 月第 1 次

印 数: 1—4000 册

书 号: ISBN 978 - 7 - 81079 - 805 - 1/C · 68

定 价: 29.80 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

前言

一、编写意图

工商企业是国家的经济支柱。提高企业效益既是经济发展的需要，也是管理者应负的责任。美国著名管理学家彼得·德鲁克说过：“在人类历史上，还很少有什么事比管理学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。”在现代社会，不管人们从事何种职业，事实上人人都在参与管理，但管理水平却大相径庭。能不能提高管理水平？人们感觉到有必要通过各种途径学习有关管理的知识。而管理学正是以研究管理的一般问题为己任，致力于研究管理者如何有效地管理其所在的组织。管理学是人类智慧的结晶，它为人们提供了一套比较完整的有关组织管理的理论和方法。

笔者从事管理学教学多年，曾用过西方学者的翻译版教材，由于西方的文化背景和价值观念与我们有所不同，洋味太浓而不合中国人的胃口；也用过不同版本的国内教材，虽然没有文化和观念上的差异，但有的内容比较陈旧，有的体系编排不合理，总有不尽人意之处。为了有一本自己得心应手的教材，就产生了编写本书的创作冲动。对学生来说，一本好的教材可起到事半功倍之效。

二、主要内容

企业改革的关键是改变人的观念。人在现代企业中的作用将愈来愈重要。“胡萝卜加大棒”的管理方式已被证明是一种落后的管理方式。人只有在自觉地发挥潜力时才能发挥出最大的力量。管理者欲提高管理艺术，须深谙人性之道，并顺乎人的欲望和需求进行管理。全书共14章，从管理理论的形成和发展到管理学的未来发展趋势；从管理学的四大基本职能（计划、组织、领导、控制）的展开到现代管理理论的陈述，本书介绍了企业管理的基本原理和方法，探索了企业管理的内在规律。

三、本书特色

目前，管理学领域流派纷呈，各种版本的管理学教材如春花烂漫，本书虽只是管理学百花园中的一朵小花，但亦有独特之处：

（1）充实了现代管理理论。本书能反映管理理论的前沿动态，对学习型企业、核心能力、流程再造、知识管理、人本管理、产业先见等新理论都有研究，使人读来有现代感。

（2）实用性强。本书改变了传统教材普遍只阐述理论的做法，尤其注重把

理论与应用结合起来。每章后面都安排了管理实务的内容,比如“提高工作效率的艺术”“面试的技巧”“如何获取权力”等,这些经验介绍可帮助人们在管理实践中如何有效运作;本书还在每章后面精选了一两个案例,如“公用地灾难”“再创专业纽扣公司”“分粥制度”“她在美国发选举财”等,通过这些案例分析,可提升你的管理能力。另外,每章后面还设计了几道思考题,以方便读者复习思考。

(3) 内容有创新。本书在体系上试图改变传统教科书的管理四大基本职能的安排,增加了管理环境、企业战略、人力资源管理等新章节;在内容上,笔者加进了自己平时教学和科研的体会和成果。如“产业先见”“制度管理与人本管理的关系”“管理发展趋势”等,都有笔者的独到见解。

四、适用范围

本书注意把管理理论与实务有机结合,理论通俗易懂,案例趣味性强,书中图文并茂,有较强的可操作性,能快捷地引导读者去领略理论风光,增强了可读性。本书既可作为本、专科院校学生的基础课教材,也可作为教师的参考用书,同时还适宜企业员工的培训和一般读者的自学。

五、写作分工

本书由张友苏教授、陈昭玖博士主编,负责策划、组织、统稿。张友苏教授撰写第一章、第二章、第三章、第六章;陈昭玖博士撰写第十章、第十一章、第十四章;赖文炜老师撰写第四章;钱颖副教授撰写第五章;上官小放副教授撰写第七章;舒晓村副教授撰写第八章;郑金胜老师撰写第九章;李晓园教授撰写第十三章;屈智敏副教授撰写第十二章。该书是各位同仁合作的成果,也是参与者智慧的结晶。

六、致谢

在本书编写过程中,直接或间接地借鉴了国内外学者的一些研究成果,在此一并致谢!同时感谢暨南大学出版社的鼎力支持和责任编辑张仲玲、付有明老师的辛勤劳动。本书如果能对读者有所裨益的话,笔者将感到莫大的欣慰!书中不妥之处,望蒙指正。

张友苏

2007年1月

目 录

前 言	(001)
第一章 导论	(001)
第一节 管理的定义与特征	(001)
第二节 管理的主体与客体	(006)
第三节 管理学的理论性与应用性	(009)
复习与应用	(012)
第二章 管理理论的形成和发展	(016)
第一节 古代的管理思想	(016)
第二节 科学管理的兴起	(022)
第三节 行为科学的产生	(026)
第四节 管理理论丛林	(029)
复习与应用	(034)
第三章 组织文化与管理环境	(036)
第一节 组织文化	(036)
第二节 管理环境	(041)
第三节 管理道德与社会责任	(048)
复习与应用	(052)
第四章 决策	(057)
第一节 决策的概念及过程	(057)
第二节 决策的普遍性和有限理性原则	(062)
第三节 决策的方法和技巧	(064)
复习与应用	(071)
第五章 计划	(074)
第一节 计划与计划的编制	(074)
第二节 计划技术与方法	(081)
第三节 目标管理	(088)
复习与应用	(092)

第六章 企业战略管理	(097)
第一节 古典战略.....	(097)
第二节 波特的竞争战略.....	(100)
第三节 产业制胜战略.....	(105)
复习与应用.....	(114)
第七章 组织	(119)
第一节 组织的类型.....	(119)
第二节 组织的结构形式.....	(122)
第三节 组织设计.....	(128)
第四节 组织的变革与发展.....	(135)
复习与应用.....	(139)
第八章 人力资源管理	(142)
第一节 人力资源规划.....	(142)
第二节 人员的招聘、筛选与录用.....	(147)
第三节 培训与绩效考评.....	(151)
第四节 薪酬管理.....	(156)
复习与应用.....	(159)
第九章 领导	(169)
第一节 领导与权力.....	(169)
第二节 领导理论.....	(172)
第三节 领导者的素质与领导艺术.....	(178)
复习与应用.....	(182)
第十章 沟通	(186)
第一节 沟通过程.....	(186)
第二节 沟通方式.....	(193)
第三节 人际沟通的技巧.....	(201)
复习与应用.....	(207)
第十一章 激励	(211)
第一节 激励的过程.....	(211)
第二节 激励理论.....	(216)
第三节 激励实务.....	(225)
复习与应用.....	(230)

第十二章 控制	(233)
第一节 控制的定义与特性.....	(233)
第二节 控制过程与模式.....	(237)
第三节 控制方法.....	(239)
复习与应用.....	(243)
第十三章 管理变革理论	(246)
第一节 学习型组织理论.....	(246)
第二节 核心能力理论.....	(250)
第三节 流程再造理论.....	(254)
第四节 知识管理理论.....	(260)
复习与应用.....	(268)
第十四章 制度管理与人本管理	(271)
第一节 制度管理.....	(271)
第二节 人本管理.....	(274)
第三节 管理的变革和发展趋势.....	(278)
复习与应用.....	(282)
参考文献	(286)

第一章

导 论

管理是一种与人类文明共有的现象，它广泛存在于社会生活的各个领域，小至家庭、学校、企业，大至国家、社会等。凡是一个由两人以上组成的、有一定活动目的的集体就离不开管理，管理是一切有组织的活动中必不可少的组成部分。管理也是生产力，管理水平的高低直接影响到组织的兴衰成败。因此，在社会生活中，特别是在组织的活动中，就有必要了解什么是管理，为什么要进行管理活动，怎样才能有效地进行管理活动。本章的内容就是介绍管理的基本概念及其特征，管理的主体与客体，管理学是一门什么样的学科等。

第一节 管理的定义与特征

一、管理的定义

古今中外学者曾对管理下过许多定义，比如南京大学周三多教授认为：“管理是社会组织中，为了实现预期的目标，以人为中心进行的协调活动。”

美国学者斯蒂芬·P. 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。”

我们比较倾向于复旦大学芮明杰教授的定义：“管理是对组织的有限资源进行有效整合，以实现组织既定目标与责任的动态创造性活动。”

管理定义包含以下三层含义：

（1）目标。理性人的行为都是有目的的，任何组织都有目标，管理是为实现组织目标服务的，不可能进行盲目的管理，或为管理而进行管理。

（2）过程。管理作为一种活动，一定是在一个特定组织、特定时空环境下发生、发展，直至结束。管理实际上是一个过程，这个过程包括决策、计划、组织、领导、沟通、激励、控制等一系列相互关联的活动。管理要不断适应环境的变化，根据不同对象、不同条件进行创造性管理。

（3）效率。管理是和别人一起，或通过别人把工作做得更好。达成组织目标是需要资源的，但实际上资源有限，供给有价格，这就使得达成组织目标有一个成本与收益的比较，有一个投入与产出的衡量。如果工作不讲效率，也就谈不上管理。管理是要使资源成本最小化，因此，效率是管理的极其重要的组成部分。但是仅仅有效率是不够的，管理还必须使活动实现预定的目标，即追求活动的效果。通常，效率和效果是相互联系的，但在现实生活中，有效率却无效果的

组织和以低效率来取得效果的组织并不少见。使活动达到目标，而且做得尽可能有效率，这就是学习管理的最终使命。

二、资源配置

1. 资源是稀缺的

一个组织为了存续至少需要下述类型的资源：

(1) 人力资源。人力资源是指组织中的成员拥有的技能、能力、知识以及他们的潜力和协作力。人力资源是任何一个组织必需的资源，而且是最重要的资源。

(2) 金融资源。金融资源是指组织所拥有的货币资本和现金。现实社会中，由于货币资本和现金可以用来购买物质资源、人力资源等，故一个组织拥有的金融资源多寡实际上也反映了组织拥有资源的多寡。货币资本和现金还可以迅速流通，帮助组织捕捉投资机会，获得收益。

(3) 物质资源。物质资源是指组织存续所需的诸如土地、厂房、办公室、机器设备、教学设施、各种材料等物质。对一个组织而言，物质资源的多寡也可表现为其拥有财富的多少。

(4) 信息资源。信息可以分为两类，一类是知识性信息，另一类是非知识性信息。看一本科学书籍，我们所获取的是知识性信息；看照片图画，我们所获得的是美的信息。信息资源对组织的存续是非常重要的，一个组织没有一定的信息资源就等于一个瞎子，无异于盲人骑瞎马，夜半临深池。

(5) 关系资源。关系资源是指组织与政府、银行、企业、学校、团体、名人、群众等方面的合作及密切的程度与广度。组织的存续不是孤立的，它必须与其他组织保持密切的关系，这种关系有时会非常有助于组织目标的实现。

现实中组织的资源是稀缺的，许多自然资源还是不可再生的，用一点就会少一点。为了充分利用这些资源，管理活动的安排就不得不比较它的成本与收益，选择更合适的管理活动。美国学者曼昆（Man Kiw）曾经给经济学下了个定义：“经济学研究社会如何管理自己的稀缺资源。”曼昆把经济与管理有机统一起来，很有见地。

2. 资源配置的要求及配置过程

资源配置是指对有限的不同类型的资源，根据组织目标和产出物内在结构的要求，在量、质等方面进行不同的配比，并使之在产出过程中始终保持相应的比例，从而使产出物成功产出。所以，资源配置有两个重要的要求：第一，要有与产出物结构需求一致的资源配置结构。做不到这一点，有限的资源中就会有积压、有浪费。第二，要对资源的市场价格变化作出反应，在配置过程中既要保持所需结构又要随时进行适当调整。在保持产出物品质的条件下利用资源之间的相互替代性，使资源占用费用最小。

实现资源配置这两个重要要求的过程就是资源配置的过程，管理就是这一过程中的一类活动。如果管理按照其活动的基本特性分类，就有计划、组织、指

挥、协调、控制、沟通、决策、经营、公关等类型。这些有具体特性的管理活动的产生是管理分工的结果,是提高管理效率所必需的。管理作为对组织内有限资源有效整合的活动,贯穿于组织资源配置的全过程。管理活动与资源配置过程的关系如图 1-1 所示。

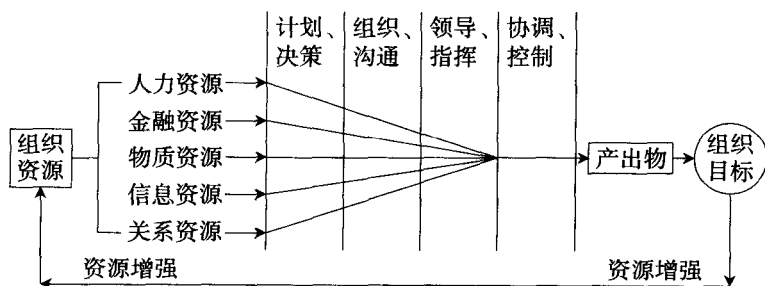


图 1-1 管理活动与资源配置过程

管理的核心就是对上述资源进行有效整合。作为管理者,既要优化配置组织内部的有限资源,还要善于利用组织外部一切可以利用的资源,以最大限度地实现组织目标,学会“借鸡下蛋”“借船出海”。

三、管理的特征

管理活动不同于文化活动、科学活动和教育活动等,它有自己的特色。

1. 动态性

现实生活中,有许多不确定性。①管理客体的不确定性。比如在管理过程中,作为管理客体的员工可能由于当时的心情、思想、偏好等的影响,造成其原本可以发挥的能力和技巧与其他资源配合上的失误或差错。②管理运行时空的不确定性。时空本身在运动变化,在设定未来的发展方案时,未来的时空将发生什么样的与当前时空不同的变异,是不确定的。时空不确定性是战略管理中最难以把握和解决的。③管理工具手段的不确定性。比如人际沟通的方法、精神激励的办法等,其运作效果是难以确定的。④管理实施结果的不确定性。管理活动的结果有可能偏离目标或部分实现目标,带有不确定性。

由于存在上述诸多不确定性,管理必然是一种动态创造性活动,不存在一个标准的、处处成功的管理模式。

2. 科学性

管理的动态性并不意味着管理这类活动没有科学规律可循。管理活动尽管是动态的,但还是可以将其分成两大类:一是程序性活动,二是非程序性活动。所谓程序性活动,就是指有章可循,照章运作便可以获得预期效果的管理活动。所谓非程序性活动,就是指无章可循,需要边运作边探讨的管理活动。这两类活动虽然不同,但又是可以相互转化的。实际上,现实的程序性活动就是由以前的非程序性活动转化而来的。这种转化的过程是人们对这类活动与管理对象规律性的

科学总结,管理的科学性在这里得到了很好的体现。对新管理对象所采取的非程序性活动只能依据过去的科学结论进行,否则对这些对象的管理便失去了可靠性,而这本身也体现了管理的科学性。

3. 艺术性

由于管理对象分别处于不同的环境、不同的行业、不同的产出要求、不同的资源供给条件等状况下,这就导致了对每一具体管理对象的管理没有一个唯一的、完全有章可循的模式,特别对那些非程序性的、全新的管理对象更是如此。具体管理活动的成效与管理主体技巧发挥的程度大小相关性很大。事实上,管理主体对这种管理技巧的运用与发挥,体现了管理主体设计和实施管理活动的艺术性。另一方面,由于在达成资源有效配置的目标与现行责任的过程中可供选择的管理方式和手段多种多样,因此,在众多可选择的管理方式中选择一种合适的方式用于现实的管理之中,这也是管理主体进行管理的一种艺术性技能。艺术性这种东西更多地取决于人的天赋与直觉,是一种非理性的东西。管理有时就是一种非理性的活动,否则就不会有许多人认为“管理没有理论”。

4. 创造性

管理的艺术性特征实际上已经与管理的另一个特征相关,这就是创造性。既然管理是一种动态活动,既然对每一个具体的管理对象没有一种唯一的完全有章可循的模式可以参照,那么,欲达到既定的组织目标与责任,就需要有一定的创造性。管理活动是一种创造性的活动,正因为它的创造性,才会有成功与失败的存在。试想,如果按照程序便可管好的话,或如果有某种统一模式可参照的话,那么,岂非人人都可成功,成为有效的管理者?管理的创造性根植于动态性之中,与科学性和艺术性相关,正是由于这一特性的存在,才使得管理创新成为必需。

5. 经济性

资源配置是需要成本的,因此管理就具有经济性。首先,管理的经济性反映在资源配置的机会成本上。管理者选择一种资源配置方式是以放弃另一种资源配置方式的代价而取得的,这里有个机会成本的问题。其次,管理的经济性反映在管理方式方法选择的成本比较上。因为在众多可帮助进行资源配置的方式方法中,其所费成本不同,故如何选择就有个经济性的问题。再次,管理是对资源有效整合的过程,选择不同的资源供给和配比,就有成本大小的问题,这是经济性的另一种表现。

管理的上述五个特性是相互关联的,是管理性质的五个不同方面的反映,其相互关系可用图 1-2 表示。

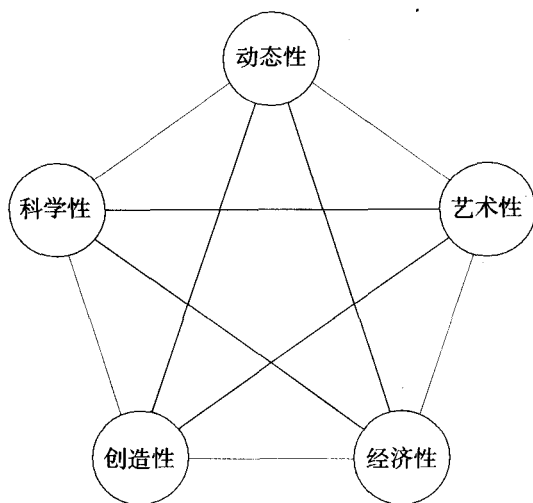


图 1-2 管理活动与资源配置过程

四、管理职能

管理的职能涉及管理工作的职权和范围，即管理在一个组织中究竟负责哪些方面的工作。管理学家通常把管理职能概括为计划、组织、领导、控制四大职能。

1. 计划

任何管理活动都是从计划开始的。既然组织是为了实现某个特定的目的而存在的，那么首先必须确定目标并制定实现目标的途径。计划工作表现为确立目标和明确大致目标的必要步骤之过程，包括估量机会、建立目标、制订实现目标的战略方案、形成协调各种资源和活动的具体行动方案等。

2. 组织

管理者制订出切实可行的计划后，就要组织必要的人力和其他资源去执行既定的计划，也就是要进行组织工作。组织工作是为了有效地实现计划所确定的目标而在组织中进行部门划分、权力分配和工作协调的过程。它是计划工作的自然延伸，包括组织结构的设计、组织关系的确立、人员的配置以及组织的变革等。

3. 领导

每一个组织中都包含人，指导和协调组织中的人是管理的基本工作之一。领导工作就是管理者利用职权和威信施加影响，指导和激励各类人员去努力实现目标的过程。当管理者激励他的下属、指导下属的行动、选择最有效的沟通途径或解决组织成员间的纷争时，他就是在从事领导工作。

4. 控制

控制是保证组织目标能按计划实现所必不可少的。任何组织为了保证有效地实现目标，都要对组织成员和组织活动加以控制。控制工作包括确立控制标准、衡量实际业绩、进行差异分析、采取纠偏措施等。

管理的四个职能之间是相互联系的,管理正是通过计划、组织、领导、控制这四个基本过程或手段来展开和实施的。为了实现组织目标,管理者首先要根据组织内外部环境条件,确立组织目标并制定出相应的行动方案;一旦目标明确,就要组织力量去完成,为了落实计划,管理者要进行组织工作;由于目标的完成有赖于组织成员的共同努力,为了充分调动组织成员的积极性,在目标确定、计划落实下去以后,管理者还要加强领导工作;在设立了目标、形成了计划、建立了组织并培训和激励了员工以后,各种偏差仍有可能出现,为了纠正偏差,确保各项工作的顺利进行,管理者还必须对整个活动过程进行控制。

第二节 管理的主体与客体

一、管理主体

管理主体是指管理活动的出发者、执行者。管理主体就是管理者。

管理者都是在组织中工作的,但并非在组织中工作的每一个人都是管理者。为简化起见,我们可以将组织的成员分为两种类型:操作者和管理者。操作者是这样的成员,他们直接从事某项工作或任务,不具有监督其他人工作的职责。相反,管理者是指挥别人活动的人。换言之,管理者一定有下属。如图1-3所示,我们将典型的管理者划分为基层管理者、中层管理者和高层管理者。

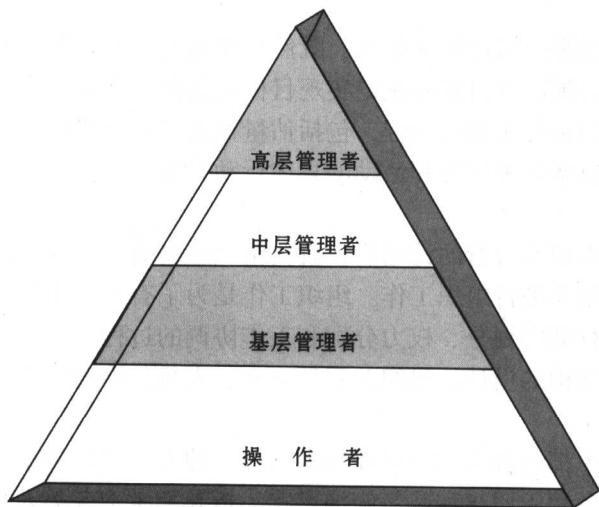


图 1-3 组织的层次

如果从广义来理解,员工是企业的主人,都在参与企业管理,也要进行自我管理,从这个意义来说,每个人都是管理者。

二、管理者的角色

著名管理学家亨利·明茨伯格（Henry Mintzberg）经过长期研究认为，管理者扮演 10 种不同的但又高度相关的角色。这 10 种角色可以进一步组合成 3 个方面，即人际关系、信息传递和决策制定。如表 1-1 所示。

表 1-1 明茨伯格的管理者角色理论

角 色	描 述	特 征 活 动
人 际 关 系 方 面	1. 挂名首脑	象征性的首脑，必须履行许多法律性的或社会性的例行义务
	2. 领导者	负责激励和动员下属，负责人员配备、培训和交往
	3. 联络者	维护自行发展起的外部接触和联系网络，向人们提供恩惠和信息
信 息 传 递 方 面	4. 监听者	寻求和获取各种特定的信息（其中许多是即时的），以便透彻地了解组织与环境；作为组织内部和外部信息的神经中枢
	5. 传播者	将从外部人员和下级那里获得的信息传递给组织的其他成员——有些是关于事实的信息，有些是解释和综合组织中有影响的人物的各种价值观点
	6. 发言人	向外界发布有关组织的计划、政策、行动、结果等信息；作为组织所在产业方面的专家
决 策 制 定 方 面	7. 企业家	寻求组织和环境中的机会，制定“改进方案”以发起变革，监督某些方案的策划
	8. 混乱驾驭者	当组织面临重大的、意外的动乱时，负责采取补救行动
	9. 资源分配者	负责分配组织的各种资源——事实上是批准所有重要的组织决策
	10. 谈判者	在主要的谈判中作为组织的代表

1. 人际关系方面的角色

管理是感性与理性的结合，情商与智商的融合。人际关系的角色通常是指所有的管理者都要在组织中履行礼仪性和象征性的义务，即发挥代表组织形象、领

导组织、联络信息资源的作用，这需要人格魅力。当学校的校长在学生毕业典礼上颁发毕业文凭时，当企业的总经理在带领其他组织人员参观本企业的生产线时，他们都在扮演着组织代表即挂名首脑的角色。这种角色对组织而言有时是非常重要的，足以影响组织的形象。管理者还要扮演领导者的角色，因为他们是管理活动的出发者，他们必须按照组织目标和变动的环境去激励、培训、惩戒下属员工，否则目标的实现就可能会有问题。管理者扮演的第三种人际关系角色是指他们要在人群中充当联络员，一方面可以获得各种对组织有用的信息，另一方面又可以发展组织的关系资源。

管理者在人际关系方面所扮演的3种角色，是管理者必须要扮演的、工作范畴之内的角色。这3种角色的扮演在实践中并不是分离的，有时可能合为一体。例如，当管理者代表组织出席其他组织安排的会议时，管理者既是组织的挂名首脑，同时又是人群中的联络员，要为自己的组织开发关系资源。

2. 信息传递方面的角色

信息传递的角色是指所有的管理者在某种程度上，既要从外部的组织或机构接收和传递信息，又要从组织内部某些方面接收和传递信息，这需要沟通协调能力。明茨伯格将管理者的信息角色划分为3种：一为监听者角色，即从不同渠道用各种办法接收信息，了解信息，掌握信息；二为传播者角色，即把组织的信息、自己所收集加工的信息等向组织成员加以宣布、传递，以便组织成员共享信息，更好地工作；三为发言人角色，即管理者有时必须代表组织向外界公布态度、决定、报表，进行报告、演讲等，这可能是组织运作的需要，也可能是外界压力的结果。

3. 决策制定方面的角色

按照西蒙教授的看法，管理就是决策，故管理者最重要的角色就是制定决策。明茨伯格将决策制定分解为四个方面的工作，形成了决策方面的四种角色。第一是企业家。理论上说，企业家指高级的职业管理者，如总经理、总裁等。但此处企业家的含义则是指能捕捉发展机会、进行战略决策并承担责任的管理者。一个管理者如果在其领域或具体工作中必须这么做时，他就表现为企业家的角色，反之则不是。第二是混乱驾驭者，即处理组织内部混乱事件并通常能获得成功的管理者。处理混乱需要决断，这正是管理者所必须具备的能力。第三是资源分配者，对组织的有限资源根据组织目标的分解进行分配。实际上这是组织资源配置的一个方面，是决策的内容之一。第四是谈判者。当管理者为了组织的利益与其他组织商定合作和成交的条件时，他们就在扮演谈判者的角色。扮演这个角色需要敏锐的判断力。

三、管理者工作的共同点与不同点

1. 共同点

无论何种类型的组织，管理者工作都具有共同点，他们都要作决策、设立目标、建立有效的组织机构、雇用和激励员工。从法律上保障组织的生存以及获

得内部的政治支持以实现计划。

2. 不同点

管理者工作的不同点可以从三个方面来区分。一是不同行业管理者工作的差异。如城市市长和大公司总裁的工作就有许多不同之处。二是大企业管理者与中小企业管理者工作的差异。大企业的管理者主要关心的是企业的内部事务，工作是结构化的和正规性的。中小企业管理者更可能是一个多面手，最重要的角色是发言人。三是高、中、低不同层次管理者之间的差异。如高层管理者主要是决策，基层管理者主要是执行。

四、管理客体

管理客体是管理活动的作用对象，是管理的接受者。从这个定义来看，组织内的管理客体实际上是一个很大的范围。首先，组织中的一般成员均是管理的客体，他们执行组织分配的工作任务，遵照一定的规则进行工作，以求获得良好的工作成绩。其次，组织中的其他资源，如物质资源、金融资源、信息资源、关系资源等均是管理的客体，都是管理的接受者。它们在管理的作用下经过特定的技术转换过程就成为良好的产出物。再次，组织向外扩张和发展时作用于相关的人、财、物、信息和其他组织，这些也就成了本组织管理的客体，只是这类管理客体不一定很确定，而且经常会变动。

作为管理者，可以既是主体，又是客体。当他管理人的时候，他是主体；当他被人管理的时候，他就是客体。

第二节 管理学的理论性与应用性

管理学是研究和探讨组织及组织内资源配置的构造、过程、方式、方法的学科，是一门理论性和应用性都很强的学科，是管理学科群中最为基础的学科。管理学作为一门新兴的、独立的学科，经历了一百多年的发展，在广泛吸收其他学科的科学成就的基础上，形成了自己的特色。

一、管理学的理论性

管理学作为一门科学，也具有其他学科所共有的基本特性，这就是：管理学具有特定的研究范围和研究对象，具有一系列含义清楚明确的基本概念，具有经过实践证明且有普遍指导意义的原理和原则；有一套独立于其他学科的分析问题、解决问题的方法；有一套完整且严密的理论体系。这些东西由大量学者和实业家在总结管理工作的客观规律基础上形成，用以指导人们从事管理的实践。管理者如果没有管理科学的知识，要进行管理就必然是依靠经验，或是凭主观、靠运气。

管理学又是一门不精确的科学。人们通常把在给定条件下能够得到确定结果