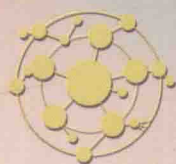
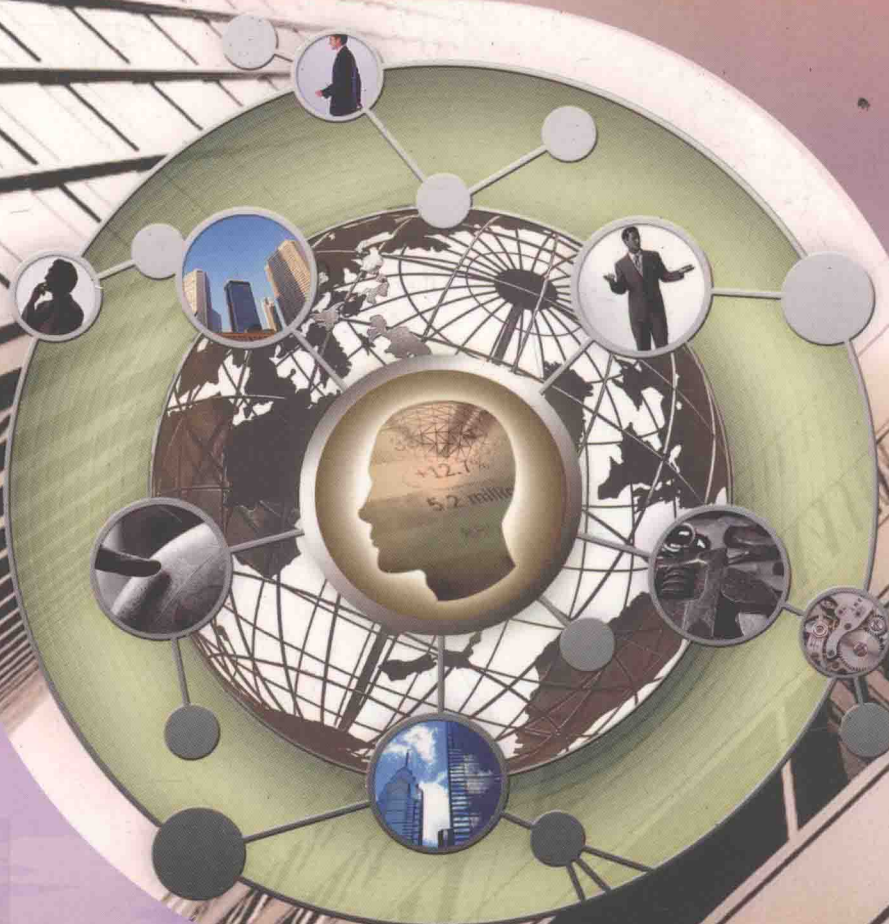


BEST-WISE



Management: Theory and Application



MANAGEMENT

廖勇凱・楊湘怡 編著

管理學

理論與應用

廖勇凱・楊湘怡
編著

智勝文化

管理學—理論與應用

Management: Theory and Application

國家圖書館出版品預行編目資料

管理學：理論與應用 = Management : theory
and application / 廖勇凱, 楊湘怡編著. --
初版. -- 臺北市：智勝文化, 2007[民 96]
面；公分
參考書目：面
含索引
ISBN 978-957-729-626-9（平裝）

1. 管理科學

494

95026527

作 者/廖勇凱、楊湘怡

發行人/紀秋鳳

出 版/智勝文化事業有限公司

地 址/台北市 100 館前路 26 號 6 樓

電 話/(02)2388-6368

傳 真/(02)2388-0877

郵 撥/16957009 智勝文化事業有限公司

登記證/局版臺業字第 5177 號

總 經 銷/元照出版公司

傳 真/(02)2389-2500

出版日期/2007 年 2 月初版

定 價/380 元

ISBN 978-957-729-626-9



Management: Theory and Application

by Yung-Kai Liao & Hsiang-Yi Yang

Copyright 2007 by Yung-Kai Liao & Hsiang-Yi Yang

Published by BestWise Co., Ltd.

智勝網址：www.bestwise.com.tw

本書之文字、圖形、設計均係著作權所有，若有抄襲、模仿、冒用情事，依法追究。
如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回本公司調換。

推薦序——王序

管理學是一門實用的學科，在當前企業面臨競爭的環境之中，企業如何脫穎而出，並且將所掌握的資源進行最有效的運用，就是管理學所探討的重點所在。管理學即透過計劃、組織、領導、用人與控制，來使企業能有效地運用資源，最終產出企業希望達成的效果。

近年來，企業面臨到國際化與資訊化的趨勢，除了要在本身的生產業務上競爭之外，管理上的競爭也逐漸白熱化，也難怪許多企業要導入管理資訊系統，包括像 ERP（企業資源規劃系統）、CRM（客戶管理系統）、KPI（關鍵績效指標）等，畢竟企業是一個整體的系統，而如何讓系統井井有條、各子系統部分各司其職，就是要靠管理的技術與技巧了。

對於企業界的管理需要，台灣的管理教育若能有一定程度的提升，提高台灣學生在管理方面的學習效果，即是為台灣企業在日後的管理發展上紮下很好的根基，而管理學就是提升台灣學生管理教育的基礎課程。不論管理技術發展到何種程度，管理學的基礎理論都是不可或缺的，它是一種入門的知識，就像是要唸好英文，必須先學習字母一樣，這也就是管理學之所以為企業管理科系一年級必修科目的原因，基礎若打不好，則會影響後續的學習效果。

雖然目前管理學相關書籍在市面上很多，但能將管理學的理論與實務結合在一起的書並不多見，本書的特色就是以許多企業實務界的案例與操作分析工具，來補足學生對管理理論理解的不足，並藉以提升學生學習管理學的興趣。

本書作者廖勇凱與楊湘怡都是復旦大學的同學與校友，能看到本書的出版，本人甚感欣慰，相信他們的專業必能幫助在台灣的学生，給予他們更好的管理學知識。本書適合管理科系的教師進行教學，其中的教學案例與課後活動，可作為課堂上的學習活動，透過活動能引導學生將理論與實務進行整合，以提升學生的學習效果。因此，本人樂於推薦此書。

東吳大學

銘傳大學 董事長

王紹堉

推薦序——于序

近年來，管理學愈來愈被企業界與學術界所重視。在資訊化與國際化的今天，企業與個人比以往掌握更多的資源，然而，問題是如何有效運用資源，使資源投入的產出，能達到最大化，這是需要進行管理的。換句話說，有時雖然掌握的資源較少，但若能發揮更大的戰力，則可以與資源大者匹敵。因此，企業的成功，不在於掌握資源的多寡，而是在於資源是否獲得充分運用。

此外，資源的多寡程度並不是絕對的觀念，而是相對的概念。當企業面對愈來愈大的商業競爭，即使是大型的知名企業，資源始終存在著稀缺的問題。因此，管理學就是研究如何讓一定資源投入，能以有效的方式產出，就是使得資源能被有效率與有效果的被利用，來達成企業獲利與發展的目的。當生產利潤與銷售利潤在競爭中達到極限時，管理利潤就成為企業必須著重的地方，許多企業已經在商業競爭白熱化的情況下，反過來追求管理利潤，所以管理學在當今商業環境中是愈加重要，並且逐漸被加以重視。

坊間企業管理學的書籍眾多，本書卻是一本值得一讀的好書。本書作者以簡潔的筆觸，描述了眾多管理學的理論，並加入經典的企業案例，提升了管理學理論與實際的結合程度，所以本書的價值所在，就在於實務的應用上，對於學生的學習有一定的幫助。

作者都是企業管理相關專業，都在企業界有一定的資歷，並且從事顧問行業，診斷與輔導兩岸企業多達數十家，對於企業管理學的理論與實務，相信是有相當的體會。因此，本人樂於推薦本書，相信對於台灣的學子們，能多有所啟發。

政治大學 企管系教授

于卓民

自序

管理學是一門既多元複雜而又實用的學問，在企業的經營過程中，許多的運作要依據管理學的原理原則來處理，才能產生經營上的績效，若違反了這樣的原則，可能會產生不良的績效。

自泰勒走入現代化管理學領域以來，開始有數以千萬計的人研究或從事管理領域的學術與實務的工作，然而，目前依然有愈來愈多的人繼續研究管理學，新的管理理論也推陳出新，在新的經營環境下，企業要面對的問題還有很多，未來需要管理學者繼續研究來加以梳理與解決。這對研究管理的人來說是件好事，代表著我們不會失業，還有繼續發展的空間；但另一方面，也代表著研究管理學者所肩負的使命是愈來愈大。在這複雜難辨、詭譎多變的經營環境中，企業常面臨矛盾與混沌的窘境，此時，管理學者就必須提出更適當的學說，來解釋問題的本質，並提出有效處理企業面對難題的解決方案。

另外，很多不同的學科專家也可能進入管理學領域，包括像社會、心理、數理統計、資訊科技、政治等不同領域，豐富了管理學的內涵。而近年來，管理學跨領域的學科交流也愈來愈蓬勃發展，如借鑑醫學的DNA，來描述企業個別的特殊特徵；借鑑生物的群體生存現象，來解釋產業群聚的情況；借鑑系統動力學，來分析企業績效因果之間的系統思考（見彼得·聖吉的《第五項修練》）等等，這些都說明，管理學的理論沒有停滯，反而在持續延伸。

本書作者們從大學上研究所，從研究所到企業界，就讀企業管理相關專業科系，管理學是基本的必修科目，每次再讀管理學，都有不同新的體會，總發覺還有許多值得探討的地方，還有許多能夠再挖掘的地方。只是人的精力實在有限，聰明才智與智慧也有限，因此，透過此次出版的方式，重新溫習過去學過的知識，並將作者在工作中的體會整理出來。由於管理學是無止境的，隨著時間的移轉，觀念想法還是會變，因此，本書所談及的管理學的基礎部分，加入了作者收集的案例，以及自己的體會，與讀者分享。

本書的章節是以管理學的基本框架為主——計劃、組織、用人、領導、控制，在各章篇幅後，本書加入企業案例、分析工具、教學活動等，是希望能將管理學變成是比較活潑的課程，讓學子能有更好的學習。然而，限於作者的能力有限，本書若有謬誤或遺漏的地方，還希望管理學領域的前輩給予指教。

最後，要感謝智勝優秀的出版團隊，沒有你們的辛勞，本書無法完成。

廖勇凱 楊湘怡

於中國上海

2007.1

目錄

推薦序—王序

推薦序—于序

自序

第 1 篇 概要

第 1 章 導論：管理、管理者 3

- 1.1 何謂管理 6
- 1.2 管理職能 10
- 1.3 管理者 14

第 2 章 管理學新時代 25

- 2.1 工業革命前的傳統管理 28
- 2.2 結構觀點的學派 29
- 2.3 人際觀點的學派 31
- 2.4 整合觀點的學派 33

第 2 篇 環境篇

第 3 章 企業環境 39

- 3.1 組織環境與管理流程 42
- 3.2 一般環境 43
- 3.3 產業環境 49
- 3.4 內部環境 50

第 4 章 國際環境 55

- 4.1 全球與區域經濟整合體系 58
- 4.2 經營無國界 60
- 4.3 國際商務的發展 62

第 5 章 企業道德 69

- 5.1 企業道德與利害關係人 72
- 5.2 企業道德的來源 74
- 5.3 社會責任 76

第3篇 計劃篇

第6章 目標規劃 83

- 6.1 環境預測 86
- 6.2 目標管理(MBO) 88
- 6.3 規劃 93

第7章 經營策略 99

- 7.1 策略的管理程序 102
- 7.2 策略層級 105
- 7.3 策略管理的趨勢 110

第8章 管理決策 117

- 8.1 決策模型 120
- 8.2 決策的步驟與方法 124
- 8.3 集體決策 129

第4篇 組織篇

第9章 組織結構 137

- 9.1 何謂組織 140

9.2 組織結構的基本類型 143

9.3 組織設計的基本原則 149

9.4 組織結構的設計 152

第 10 章 企業文化 159

10.1 企業文化的概念 162

10.2 企業文化的內涵 165

10.3 企業文化的功能與管理者的作用 169

第 11 章 工作團隊 175

11.1 群體的意義 178

11.2 工作團隊 179

11.3 高績效團隊 185

第 5 篇 用人篇

第 12 章 人力資源 195

12.1 何謂人力資源管理 198

12.2 工作分析 200

12.3 人力資源管理的功能 206

12.4 未來的人力資源管理 212

第 13 章 員工激勵 219

13.1 激勵的內容理論 222

13.2 激勵的過程理論 227

13.3 激勵的整合模型 233

第 14 章 領導風格 239

14.1 領導與管理 242

14.2 領導特質理論 246

14.3 領導行為相關理論 248

14.4 權變領導理論 252

第 15 章 組織溝通 261

15.1 溝通程序與人際溝通 264

15.2 組織溝通 267

15.3 組織溝通之改進 269

第 6 篇 控制篇

第 16 章 控制系統 277

16.1 何謂控制 280

16.2 控制的模式 283

- 16.3 控制工作過程 287
- 16.4 有效控制的原則 291

第 17 章 科技管理 297

- 17.1 科技在作業管理的應用 300
- 17.2 資訊管理系統與其類型 302
- 17.3 資訊科技促成的企業變革 305

參考文獻 311

中英文索引 323

10¹ art

概要

Chapter 1 導論：管理、管理者

Chapter 2 管理學新時代

1 Chapter

導論：管理、管理者

本章學習重點

- 何謂管理
- 管理職能有哪些
- 管理者與他所應具備的能力有哪些
- 管理者未來的挑戰

課前案例 Opening Case

強達汽車電器有限公司是一家生產汽車車窗、把手、雨刷等零配件的公司。公司總經理瞭解即將面臨的產業環境，隨著 WTO 的腳步，國內汽車市場將全面開放，這意味著汽車產業將面臨嚴峻的考驗。產業下游的整車廠也會要求上游的汽車零配件廠達到更嚴格的生產目標，例如在成本下降的條件下，達成產量、交貨時間與品質的目標。

公司計劃明年提供客戶更多的產品選擇，以滿足客戶少量多

樣的需求。在目前 800 多種產品之下，公司計劃發展出 10 種形式的汽車鎖零件。這項技術需要有新的生產線來生產，若是公司能生產此項產品，客戶承諾將提供 6 萬件訂單。

總公司於是在 10 月份召開高層會議討論此項決策，為滿足客戶需要，公司設立一個配置 20 人的班

