



新世纪高等学校教材

工商管理本土化系列教材

成思危

编写指导委员会主任

主 编/井 淼 周 颖 吕彦儒

管理学原理

Principles
of Management



北京师范大学出版社
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PRESS

C93/427

2007

新世纪高等学校教材

工商管理本土化系列教材

管 理 学 原 理

Principles of Management

主 编 井 淼 周 颖 吕彦儒

(上海交通大学安泰经济与管理学院)



北京师范大学出版社
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

管理学原理/井森, 周颖, 吕彦儒主编. —北京: 北京师范大学出版社, 2007. 12
新世纪高等学校教材. 工商管理本土化系列教材
ISBN 978-7-303-08969-7

I. 管… II. ①井…②周…③吕… 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 175527 号

出版发行: 北京师范大学出版社 [www. bnup. com. cn](http://www.bnup.com.cn)

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

印 刷: 涿州市星河印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 170 mm × 230 mm

印 张: 23

字 数: 420 千字

印 数: 1~3 000 册

版 次: 2007 年 12 月第 1 版

印 次: 2007 年 12 月第 1 次印刷

定 价: 32.00 元

责任编辑: 路 娜 韦燕春

装帧设计: 李 强

责任校对: 李 菡

责任印制: 马鸿麟

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010—58800637

北京读者服务部电话: 010—58808104

外埠邮购电话: 010—58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010—58800825

新世纪高等学校教材 工商管理本土化系列教材

编写指导委员会

主 任 成思危

副主任 席酉民 吴世农 李廉水

委 员 (以姓氏笔画为序)

王方华 上海交通大学安泰经济与管理学院院长 教授 博导

王重鸣 浙江大学管理学院常务副院长 教授 博导

尤建新 同济大学经济与管理学院院长 教授 博导

吴世农 厦门大学副校长 教授 博导

李国津 天津大学管理学院 MBA 教育中心副主任 教授 博导

李 垣 西安交通大学管理学院院长 教授 博导

李 翀 北京师范大学经济与工商管理学院院长 教授 博导

李廉水 南京信息工程大学校长 教授 博导

张维迎 北京大学光华管理学院院长 教授 博导

荆 新 中国人民大学商学院副院长 教授 博导

赵曙明 南京大学商学院院长 教授 博导

唐任伍 北京师范大学管理学院常务副院长 教授 博导

席酉民 西安交通大学副校长 教授 博导

徐康宁 东南大学经济管理学院院长 教授 博导

钱颖一 清华大学经济管理学院院长 教授 博导

新世纪高等学校教材 工商管理本土化系列教材

编写委员会

主 任 席酉民 赵曙明 王方华 尤建新

副主任 陈传明 徐 飞 苏 勇

委 员 (以姓氏笔画为序)

王方华 王家贵 尤建新 井 森

李宝元 苏 勇 陈传明 陈俊芳

陈荣秋 赵曙明 唐宁玉 高汝熹

席酉民 陶鹏德 曾赛星 程德俊

总

序

随着市场经济的发展，企业经营日趋复杂，市场竞争不断加剧，迫使企业不断提升其管理科学化和现代化的水平，为此也急需大量训练有素的经营管理人才，于是工商管理学科应运而生。美国宾夕法尼亚大学于1881年创办金融商业学院，设立商业管理学科。19世纪末20世纪初，先进的管理理论的产生，推动了工商管理学科的发展。工商管理是管理学门类中实践性最强、覆盖面最宽的一级学科，它面向经济中最主要最广泛的工商领域，密切结合企业管理实践，研究营利性组织经营活动规律以及企业管理的理论、方法和技术。作为经济科学、管理科学、人文科学、自然科学、工程技术相互结合和渗透的产物，工商管理学的发展，推动了经济、管理学科的发展。

20世纪50年代我国实行高度集中的计划经济模式，企业管理体现着计划经济的特征。随着经济体制改革的深入，特别是由计划经济向社会主义市场经济的转变，企业成了社会经济的主体。市场经济发展的需求极大地推动了我国的工商管理研究，使之在深度和广度上都有了很大进展，与国外学术界的交流也逐渐增多。在经济日益全球化、中国经济蓬勃发展的今天，及时把握国外工商管理研究的最新动态及其发展趋势，总结研究中国成功的工商管理实践，在更广泛领域传播工商管理

知识将对我国工商管理水平的提升有重要意义和作用。

我们知道,管理涉及哲学(智慧)、知识(科学)、艺术(技巧)和经验(实务)。其中知识又分为三类:与环境无关的普适知识(Context-free knowledge)、与环境有关的知识(Context-bounded knowledge)、特定环境下的知识(Context-specific knowledge)。科学概括了管理活动的一般规律,通过总结和提炼,将其中带有规律性的东西上升为知识,而这些知识通过学习可以掌握。但由于管理的大部分知识与环境 and 对象或管理情景(Management Context)有关,学习和应用时一定要关注与管理情景的适应性,不能简单拷贝和套用;艺术则体现了管理中的个性特点,也即面对同样的问题和环境,不同领导者和管理者可以作出不同反应,且这些反应往往没有对错之分,只有适应与否,适应、协调则成功,反之则受挫或失败。艺术很难显性化,所以无法简单学习,常常需要感悟和体味;而实务、手艺需要操练才能习得,强调的是管理的实践性,管理者必须亲临实际才能体验到管理知识的运用技巧和感悟管理的真谛、享受管理知识和艺术融合的快乐;而管理智慧依赖于哲学和思想理念上的升华,即管理的哲学在思想、在凝练和聚合。因为,工商管理的教、学与实践需要上述几个方面的有机融合,工商管理知识大部分又与环境有关,即使是普适知识也要关注其应用环境,所以,结合本土环境的研究、学习、实践、感悟和提升,对于工商管理教与学就更为重要!

我国的工商管理研究从整体上落后于国际水平,这与我国的经济现状与研究起步晚有一定关系,因此要求此领域的学者们在学习和研究世界先进理论的同时,一定要关注中国本土环境,注重将理论运用于管理实践,更要注意对中国成功的管理实践进行归纳、总结和理论提升;与此同时,还应肩负起传播工商管理知识、指导管理实践的职能。

基于此,北京师范大学出版社组织北京大学、清华大学、南京大学、复旦大学、上海交通大学、中国人民大学、浙江大学、南开大学、北京师范大学、上海财经大学、厦门大学、武汉大学、华中科技大学、西安交通大学、天津大学等二十余所全国重点大学的管理学院和商学院的教授、博士生导师主编主审了本套教材——“新世纪高等学校教材·工商管理本土化系列教材”。

本套教材借鉴了国外一流大学教学模式和教学过程中的优秀做法,分析中国的基本国情,考察中国宏观经济和微观经济组织面临的文化背景和风俗习惯,研究中国学生特有的逻辑思维方式,以本土化为出发点,力争在知识体系、案例选择、编写体例、语言组织等方面做到以下几点:

(1) 知识体系权威化。本套教材内容既要涵括一个专业已经形成并为该专业多数专家认同的知识,又要阐述围绕这些知识的最新学术研究进展,同时还要凸

显作者本人的学术观点。

(2) 案例选择本土化。尽量以本土化为原则选择教学案例,或从中国的工商管理视角去分析一些国外的经典案例。

(3) 编写体例规范化。每一章开始有本章结构图、本章学习目标和引导案例,以便让读者在每一章伊始就知道该章的知识框架。每章中间还根据教学需要,穿插学科背景知识、学术争论、最新进展等,以增加可读性。每章结尾有本章精要、复习思考题、案例分析和推荐阅读书目,以便更好地理论联系实际。

(4) 语言组织生动化。教材力争文笔生动、表达活泼,提高可读性。

成思危先生百忙之中审阅肯定了本套书的编写大纲,并嘱咐在内容和体例方面力争创新,力求本土化。编写指导委员会各位成员对本套书的体系、内容定位、编写要求等提出了很好的建议。在此,我代表编写委员会对他们表示诚挚的谢意!

我们殷切期望专家和读者在阅读和使用本套教材过程中提出建设性的意见与建议,以便再版和重印时日臻完善。

西安交通大学副校长、教授、博导 席酉民博士

2007年1月28日

序

管理学作为一门学科诞生至今已一个世纪有余。从 20 世纪二三十年代的古典管理理论到中叶开始的“管理理论丛林”，管理学者们的真知灼见到现在还熠熠生辉。然而，也就是从管理学诞生起就注定了管理学界的异彩纷呈，各学派各理论层出不穷，竞相斗妍争奇。这些理论一方面从不同的侧面描绘了管理的风貌，使我们越来越能清晰地了解管理的全貌；但另一方面，却又使得管理学一直没有形成一个统一的理论构架。纵使孔茨与罗宾斯构建了当代最为畅销的管理学教材的框架，然而，除了从管理过程来描述管理达成共识之外，管理学所研究的具体内容依旧是千差万别。国内的管理学教材同样如此。这就使得学生学完一本管理学教材之后再去看另一本教材时，会发现里面的知识相去甚远。

在多年的教学实践中，我们也发现，教材的差异是无法统一的，但是不同版本的管理学教材至少有很多知识是一致的。如果能编写一本包括了众多版本共有的管理知识的教科书，那将给教师和学生带来更多方便。基于此，我们编写了这本管理学教材。编写的原则就是只讲管理学基本的、基础的和达成共识的理论和原理，即所谓“求同去异”，力求所介绍的管理学知识实用、够用。

另外，在教学的实践中我们深深地体会到已故管理大师德鲁克强调案例教学、重在知行统一的管理学教育理念的重要价值。同时，对于管理环境的日新月异的变化，我们也是感受颇深。因而，在编写这本管理学教材时，我们在每章中设置了“个案研究”小栏目，并且坚持了案例与理论结合的思想，力求所用案例均来自当前主流管理杂志和报纸以及国内外最重要企业的管理实践。

不仅强调基础理论的阐述和使用最新案例，我们还没有忘记吸取当今管理理论界和实务界人士的最新观点和研究成果，并在每章中设置了“专业导航”和“管理者谈”小栏目，以反映这些前沿素材。

理论是灰色的，灰色的理论只有寓教于乐、引人深思才更有生命力，因此，我们在写作过程中还借鉴了畅销书写作的模式，设置“管理寓言”作为每章开篇。

每章的最后保留了传统教材的“复习思考题”，供同学们课后练习，设置了“案例讨论”供同学们开展管理案例分析与讨论。

作为大中专经管类专业的管理学基础教材，其读者群却不限于此，本书对于工商企业专业人员也有参考价值，还可以作为社会人员自学之用。

全书由上海交通大学安泰经济管理学院教师井森和周颖负责体例的设计和大纲的制定，并最后对全书审定。由上海交通大学吕彦儒博士负责全书统稿。各章分工如下：第1、2、3章井森，第4、5、12章周颖，第6、7、13章吕彦儒，第8章河海大学常州分校商学院姚惠泽，第9章山西财经大学管理学院刘江鹏，第10章五邑大学管理学院樊建峰，第11章湛江海洋大学高秀丽，第14章上海金融学院瞿海燕。

在本书的编写过程中得到了北京师范大学出版社韦燕春女士的大力协助，得到了上海交通大学领导和老师们的关心，在此对他们表示诚挚的谢意！

另外，书中引用了国内外同行和众多公司的一些成果和资料，为了尊重他们的成果，对于直接引用的资料本书以资料来源的方式予以注明。间接参考的成果在书后参考资料中予以注明，由于条件所限没有联系上的同行，希望得到你们的理解和支持，并请见书后速与我们联系，以便我们支付相应的报酬。对这些优秀的作者，我们再次表示诚挚的谢意！

囿于个人能力、认识和时间，书中错误在所难免，恳请广大读者批评和指正。

编者

2007年10月

目 录

第 1 章 管理与管理者	(1)
【本章结构图】	(1)
【本章学习目标】	(1)
【管理寓言】 牵牛花的悲剧	(1)
1.1 管理	(3)
1.1.1 管理的概念	(3)
1.1.2 管理的特征	(4)
1.1.3 管理的职能	(6)
1.1.4 管理的性质	(9)
【专业导航】 德鲁克的思想	(11)
1.2 管理者	(12)
1.2.1 管理者的概念	(12)
1.2.2 管理者的类型	(13)
1.2.3 管理者的角色	(14)
1.2.4 管理者的技能	(16)
【管理者谈】 李嘉诚：什么是企业家最珍贵的力量	(17)
【专业导航】 什么是管理者最重要的素质	(19)
1.3 管理学	(20)
1.3.1 管理学的概念	(20)
1.3.2 管理学的历史与现状	(21)
1.3.3 管理学的特点	(22)
1.3.4 管理学学习的必要性	(23)
1.3.5 管理学的研究方法	(23)
【专业导航】 新自然科学，新管理学	(24)
【本章小结】	(27)
【复习思考题】	(28)

【案例讨论】 总裁的成长之路	(28)
----------------------	------

第2章 管理原理与方法 (30)

【本章结构图】	(30)
---------------	------

【本章学习目标】	(30)
----------------	------

【管理寓言】 V形飞雁	(31)
-------------------	------

2.1 管理哲学	(31)
----------------	------

【专业导航】 500强里的四个不等式	(32)
--------------------------	------

2.2 管理原理	(34)
----------------	------

2.2.1 管理原理与原则	(34)
---------------------	------

2.2.2 系统原理	(34)
------------------	------

2.2.3 人本原理	(36)
------------------	------

【管理寓言】 能力与待遇	(37)
--------------------	------

2.2.4 动态原理	(37)
------------------	------

2.2.5 效益原理	(38)
------------------	------

2.2.6 责任原理	(39)
------------------	------

【个案研究】 星巴克董事长霍华德·舒尔茨把员工 当伙伴	(39)
--------------------------------------	------

2.3 管理方法	(41)
----------------	------

2.3.1 管理方法	(41)
------------------	------

2.3.2 经济方法	(41)
------------------	------

2.3.3 行政方法	(43)
------------------	------

2.3.4 法律方法	(45)
------------------	------

2.3.5 教育方法	(46)
------------------	------

【管理者谈】 管理大师斯隆的管理方法	(47)
--------------------------	------

【本章小结】	(49)
--------------	------

【复习思考题】	(50)
---------------	------

【案例讨论】 宗一郎：本田公司的独特管理模式	(51)
------------------------------	------

第3章 组织与组织环境 (53)

【本章结构图】	(53)
---------------	------

【本章学习目标】	(53)
----------------	------

【管理寓言】 蜜蜂与苍蝇实验	(53)
----------------------	------

3.1 组织	(54)
--------------	------

3.1.1 组织的概念	(54)
-------------------	------

3.1.2 组织的类型	(55)
3.2 组织环境	(56)
3.2.1 组织环境概述	(56)
3.2.2 外部宏观环境	(56)
3.2.3 外部微观环境	(61)
3.2.4 组织的内部环境	(63)
【个案研究】马化腾:QQ成功的秘密	(64)
【专业导航】SWOT分析	(67)
3.3 企业	(69)
3.3.1 企业的概念	(69)
3.3.2 企业的特点	(69)
3.3.3 企业的分类	(70)
3.3.4 企业制度	(74)
【专业导航】公司治理的内涵	(79)
【本章小结】	(80)
【复习思考题】	(81)
【案例讨论】捷运航空公司的盛衰	(81)

第4章 管理思想

【本章结构图】	(84)
【本章学习目标】	(85)
【管理寓言】“煮鸡蛋”带来的管理思考	(85)
4.1 早期管理思想	(86)
4.1.1 中国古代管理思想	(86)
4.1.2 西方古代管理思想	(87)
4.1.3 西方近代管理思想	(87)
4.2 古典管理理论	(89)
4.2.1 科学管理理论	(89)
4.2.2 一般管理理论	(92)
4.2.3 组织管理理论	(94)
4.2.4 古典管理理论的评价	(95)
【专业导航】泰罗与法约尔	(95)
4.3 行为科学理论	(97)
4.3.1 早期人际关系学说	(98)
4.3.2 行为科学理论	(100)
4.4 管理理论丛林	(101)

(82)	4.4.1 管理理论丛林的演变	(101)
(82)	4.4.2 管理科学学派	(102)
(82)	4.4.3 决策理论学派	(102)
(86)	4.4.4 社会系统学派	(102)
(10)	4.4.5 经验主义学派	(103)
(83)	4.4.6 权变理论学派	(104)
(10)	4.4.7 社会技术系统学派	(104)
(7)	4.5 当代管理思想	(104)
(88)	4.5.1 全面质量管理	(105)
(88)	4.5.2 学习型组织理论	(105)
(88)	4.5.3 企业再造理论	(106)
(07)	4.5.4 管理的新趋势	(107)
(45)	【专业导航】六西格玛	(109)
	【本章小结】	(110)
	【复习思考题】	(111)
	【案例讨论】联合包裹服务公司的管理系统	(111)

第5章 计划职能 (113)

	【本章结构图】	(113)
	【本章学习目标】	(113)
	【管理寓言】有效的目标是分阶段的	(113)
(85)	5.1 计划的概念	(114)
(88)	5.1.1 计划的含义	(114)
(88)	5.1.2 计划的作用	(115)
(78)	5.1.3 计划工作的内容	(115)
(78)	5.1.4 计划工作的原理	(116)
(85)	5.2 计划体系	(117)
(88)	5.2.1 计划的类型	(117)
(89)	5.2.2 计划的层次	(118)
(1)	5.3 计划编制的程序与方法	(119)
(80)	5.3.1 计划编制的程序	(119)
(80)	5.3.2 计划编制的方法	(120)
(70)	【个案研究】海尔集团的 OEC 管理法	(123)
	【本章小结】	(123)
	【复习思考题】	(124)
	【案例讨论】康宁公司的经营计划	(124)

第 6 章 预测与决策	(126)
【本章结构图】	(126)
【本章学习目标】	(126)
【管理寓言】 追求完美的小羊	(126)
6.1 预测	(127)
6.1.1 预测的概念	(127)
6.1.2 预测的方法	(127)
6.1.3 预测的程序	(128)
6.1.4 预测的种类	(128)
6.2 决策	(129)
6.2.1 决策的概念	(129)
6.2.2 决策的类型	(130)
6.2.3 决策的标准	(131)
6.2.4 决策的程序	(132)
6.2.5 决策的方法	(133)
【个案研究】 头脑风暴法的应用	(135)
【专业导航】 抛弃决策模型 VS 使用决策模型	(136)
【本章小结】	(137)
【复习思考题】	(138)
【案例讨论】 耐克在竞争中取胜	(138)
第 7 章 目标与战略	(140)
【本章结构图】	(140)
【本章学习目标】	(140)
【管理寓言】 三个石匠	(140)
7.1 目标与目标管理	(141)
7.1.1 目标	(141)
7.1.2 目标管理	(142)
【专业导航】 目标管理卡	(144)
7.2 战略与战略管理	(145)
7.2.1 战略的概念	(145)
7.2.2 战略的类型	(147)
7.2.3 战略管理的概念	(153)
7.2.4 战略管理的过程	(155)

【个案研究】通用电气：战略计划的制订与演变 ...	(161)
【专业导航】迈克尔·波特的战略管理思想	(165)
【本章小结】	(168)
【复习思考题】	(168)
【案例讨论 1】某机床厂的目标管理	(168)
【案例讨论 2】联想的“大船结构”管理模式	(171)

第 8 章 组织职能 (175)

【本章结构图】	(175)
【本章学习目标】	(175)
【管理寓言】蚁群效应	(176)
8.1 组织设计	(177)
8.1.1 组织设计的原则	(177)
8.1.2 组织设计的程序	(178)
8.1.3 影响组织设计的因素	(179)
8.1.4 组织设计的内容	(179)
8.1.5 典型的组织结构设计	(186)
【个案研究】ABB 的管理之道	(191)
8.2 组织运行	(193)
8.3 组织变革	(196)
8.3.1 组织的成长规律	(196)
8.3.2 组织变革的目标与内容	(198)
8.3.3 组织变革的原因与时机	(200)
8.3.4 组织变革的动力与阻力	(201)
8.3.5 组织变革的方式与程序	(203)
【管理者谈】三次危机变革成就宏基	(205)
【专业导航】麦肯锡观点：21 世纪的公司组织 结构	(207)
【本章小结】	(210)
【复习思考题】	(210)
【案例讨论】A 公司面临的组织问题	(211)

第 9 章 人员配备 (213)

【本章结构图】	(213)
【本章学习目标】	(213)

【管理寓言】弥勒佛与韦陀	(213)
9.1 人员选聘	(214)
9.1.1 人员选聘的来源	(214)
9.1.2 人员选聘的步骤	(218)
9.1.3 人员选聘的要求	(220)
【个案研究】宝洁公司的人员配备	(221)
【专业导航】柯林斯的思想	(223)
9.2 人员培训	(224)
9.2.1 人员培训的意义	(224)
9.2.2 人员培训的目标与原则	(225)
9.2.3 人员培训的方式	(226)
【个案研究】IBM 公司的人员培训	(227)
9.3 人员考评	(229)
9.3.1 人员考评的内容	(229)
9.3.2 人员考评的程序	(230)
9.3.3 人员考评的原则	(230)
9.3.4 人员考评的方法	(231)
【个案研究】海尔的系列赛马规则	(232)
【专业导航】360 度考核法	(234)
【本章小结】	(235)
【复习思考题】	(235)
【案例讨论 1】W 公司的考评案例	(235)
【案例讨论 2】冯氏超级市场的招聘案例	(236)

第 10 章 领导职能 (238)

【本章结构图】	(238)
【本章学习目标】	(238)
【管理寓言】鹦鹉老板	(238)
10.1 领导概述	(239)
10.1.1 领导的含义与要素	(239)
10.1.2 领导的实质与作用	(240)
10.1.3 领导的原理与要求	(241)
10.1.4 领导者	(242)
【专业导航】科特的思想	(242)
10.2 领导理论	(243)
10.2.1 领导行为理论	(243)