

G U A N L I Z H E X U E

张福墀 杨 静 著

管理哲学

ECONOMIC MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE
经济管理出版社

383

C93-02
231

管 理 哲 学

张福墀 杨 静 著

经济管理出版社

责任编辑：苏全义
技术编辑：蒋 方
责任校对：孟赤平

图书在版编目(CIP)数据

管理哲学/张福墀、杨静著. —北京:经济管理出版社,
2003
ISBN 7-80162-489-0

I. 管… II. ①张… ②杨… III. 管理哲学
IV. C93-02

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 080867 号

管 理 哲 学

张福墀 杨 静 著

出版:经济管理出版社

(北京市新街口六条红园胡同 8 号 邮编:100035)

发行:经济管理出版社总发行 全国各地新华书店经销

印刷:北京国马印刷厂印刷

850×1168 毫米 1/32 12 印张 292 千字

2003 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月北京第 1 次印刷

印数:1—6000 册

ISBN 7-80162-489-0/F·471

定价:23.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书,如有印装错误,由本社发行部负责调换。

通讯地址:北京阜外月坛北小街 2 号 邮编:100836

联系电话:(010)68022974

目 录

第一篇 管理的性质与管理原理

第一章 众说纷纭的背后:管理是什么	(3)
第一节 五花八门的“管理”定义	(3)
一、五花八门的“管理”定义	(3)
二、管理的基本特征	(5)
第二节 困扰无穷期:科学性与艺术性之争	(7)
一、管理是一门学科	(7)
二、管理是科学,还是艺术	(9)
(一)管理是科学还是艺术	(9)
(二)知识体系是科学,作为实践是艺术	(11)
(三)科学性与艺术性的统一	(14)
第三节 解读:管理是什么	(16)
一、管理的基本性质	(16)
二、管理是什么	(17)
(一)管理是任务和实践	(18)
(二)管理是原则	(19)
(三)管理是职能和过程	(23)
(四)管理是哲学	(24)
第二章 并非割据的“管理丛林”:管理哲学的分野	(28)
第一节 “丛林”的公用土壤:模糊之中见精微	(28)
一、美国的管理热潮	(28)

二、管理理论的丛林.....	(30)
(一)孔茨的两次归纳	(30)
(二)管理思想史家的认识	(31)
三、“丛林”何以产生(上):一家之言	(31)
四、“丛林”何以产生(下):寻求分歧后面的交合	(33)
(一)管理过程学派的基本信念	(33)
(二)管理科学的特征	(34)
(三)现代管理理论的贡献	(35)
(四)结语	(36)
第二节 理论的分歧在于管理哲学的分野	(37)
一、哲学的基本问题.....	(37)
(一)对“哲学”和专业学科哲学的认识	(37)
(二)哲学的基本问题	(41)
二、“管理理论丛林”中的理论分歧在于管理哲学的分野.....	(43)
(一)管理哲学是对“管理关系”的认识与思辨	(43)
(二)分歧在于管理哲学的分野	(46)
(三)哲学分野的实务指向	(51)
第三章 管理者要务:管理原理的回归	(54)
第一节 预测、决策	(54)
一、预测	(54)
(一)预测的作用和原理	(54)
(二)预测的系统结构	(55)
(三)预测的方法类别	(58)
二、决策分析	(59)
(一)决策分析流程	(59)
(二)决策评价的原则	(61)
第二节 运筹、计划	(64)
一、运筹三层次	(64)
(一)略的运筹	(64)
(二)策的运筹	(65)

(三)术的运筹	(66)
二、规划思维	(67)
(一)目的—手段分析	(67)
(二)程序规划:PDCA 循环	(70)
(三)滚动式规划法	(71)
三、计划	(72)
(一)计划的基本功能	(72)
(二)计划工作的原则	(73)
第三节 结构、运行	(74)
一、组织结构	(74)
(一)组织和组织理论	(74)
(二)结构设计	(76)
(三)控制论系统的四类机制	(79)
二、运行原则	(81)
(一)岗、责、权、利相对应	(81)
(二)流程的效率与顺畅	(82)
(三)授权、集权与分权	(82)
(四)正确摆布和处理组织结构中的三类职权关系	(83)
(五)让下属不能欺、不忍欺、不敢欺	(83)
(六)评价的思路基点:重结果,还是重过程	(84)
第四节 稳定、变革、控制	(84)
一、稳定与变革,是控制职能的两个不同方面	(84)
(一)双重的控制职能	(84)
(二)组织变革的动因	(85)
二、控制方法论	(87)
(一)控制的一般程序	(87)
(二)“六何分析法”	(88)
(三)控制的三种方式	(90)
(四)反馈控制	(91)
(五)良性循环与恶性循环	(91)

(六)认真研究控制能力的放大问题 (92)

第五节 领导、激励、组织行为 (93)

一、组织行为的合理性 (93)

 (一)组织结构的合理性 (93)

 (二)组织运行要素的有效性 (93)

 (三)组织气氛的和谐性 (93)

二、不同激励理论的出发点 (94)

 (一)马斯洛的“两个前提” (94)

 (二)赫茨伯格的“二条假设” (96)

 (三)动力公式 (97)

 (四)麦克莱兰的成就需要 (98)

 (五)亚当斯的公平理论 (99)

 (六)儒家的“人性本善”论 (100)

三、领导原理 (101)

第二篇 管理的矛盾和矛盾的管理

第四章 不相容的相容性:管理中的矛盾现象与管理

悖论 (107)

第一节 困扰与兴奋并存:管理中的“二律背反” (107)

第二节 于无声处听惊雷:自我超越与自我完善 (114)

一、组织的自我超越和修炼 (114)

 (一)经营环境与管理形势的巨变 (114)

 (二)如何面对不可知的未来:“学习型组织”研究者的观念 (117)

 (三)应该超越的基本系统行为模式 (120)

二、管理者的自我超越和完善 (122)

 (一)自信与自信的节制 (122)

 (二)经验与定势的超越 (124)

 (三)心性的理智与理智的心性 (126)

第三节 情、理、法的冲突与和谐 (128)

一、导言	(128)
二、无情的管理和重情的管理:进步与冲突	(130)
(一)无情而革命的科学管理	(130)
(二)以情代管的危险性	(132)
三、管理中的“合于理”	(133)
四、管理中的情、理、法的关系	(134)
第五章 美妙和谐的管理协奏曲:管理关系论	(141)
第一节 管理水平的判据:摆布“管理关系”	(141)
一、何谓“管理关系”	(141)
二、管理关系的存在方式和特征	(146)
第二节 管理关系方法论综论	(147)
一、系统论	(148)
二、循环论	(149)
三、生克论或对立统一论	(150)
四、三点论	(151)
五、程序论	(152)
六、倾向论	(153)
七、阶段论	(154)
八、模糊论	(155)
九、简化论	(156)
十、规律论	(157)
十一、艺术论	(158)
第三节 管理思维中的管理关系	(159)
一、一般的哲学认识论和方法论	(159)
二、战略思维	(162)
三、一般决策思维	(167)
第四节 职能管理中的管理关系	(174)
一、计划职能	(174)
二、组织职能	(175)
三、控制职能	(180)

第五节 结构运行中的管理关系 (184)

第六节 组织行为中的管理关系 (189)

一、领导与领导行为 (189)

二、文化心理行为 (191)

三、外交行为 (198)

第六章 赏心悦目的管理伦理图景：经济性与公益性的整合 (202)

第一节 管理伦理概述 (202)

一、伦理和管理伦理 (202)

（一）伦理的概念 (202)

（二）管理伦理 (204)

二、伦理分析：目的论和义务论 (206)

三、管理伦理建设 (208)

（一）中心问题是：管理伦理建设要保证企业稳定健康
可持续地发展 (208)

（二）管理伦理运作的困惑 (209)

第二节 价值冲突与管理整合 (212)

一、导言 (212)

二、创造财富的价值增值过程 (214)

（一）制定规则与发现例外 (214)

（二）分析解构与建构整合 (214)

（三）人与组织的管理 (215)

（四）外部世界的内部化 (215)

（五）增值过程快速同步处理的能力 (215)

（六）成就者的认定 (216)

（七）提供成员均等的表现机会 (216)

三、价值冲突 (217)

四、管理冲突与整合 (219)

第三节 效率与公平 (226)

一、效率、公平及其伦理色彩 (226)

(一)帕雷托效率	(226)
(二)效率的伦理色彩	(228)
(三)公平的伦理特性	(229)
二、市场经济优劣的效率与伦理争论	(231)
(一)市场经济的效率与反效率	(231)
(二)市场的道德与反道德	(233)
三、效率优先,兼顾公平	(236)
四、罗尔斯的公平分配原则	(238)
第四节 技术与人性	(240)
一、技术的涵义	(240)
二、技术理性的困扰	(242)
三、自然价值	(245)
(一)自然作为进化的整体,是产生价值的源泉	(246)
(二)自然的整个网络系统是多种价值的转换器	(246)
(三)自然价值的存在,不依赖于评价主体,也不总是随着 人们对它的评价而表现出来	(246)
(四)价值与事实是不可分割地结合在一起的,它们都是自然 系统的属性	(247)
四、技术向管理的回归	(247)

第三篇 管理资源开发与整合

第七章 成功的思考从这里开始:管理机缘论	(253)
第一节 永恒的思维亮点:把面前的每一事件均视为 一种机会	(253)
一、把面前的每一事件均视为一种机会	(253)
二、站在机会立场划分事件类型	(257)
(一)取得成功的事件	(257)
(二)失败类型的事件	(258)
(三)压力诱因类事件	(259)

(四)环境变化类事件	(259)
第二节 机会诠释	(262)
一、机会是什么	(262)
(一)机会的定义	(262)
(二)机会的类别	(264)
二、时机与机缘	(265)
(一)有关“机”的家族:机缘及其他	(265)
(二)“时机”破解	(267)
三、机会的特征	(269)
(一)机会具有意外性	(269)
(二)机会具有客观性	(270)
(三)机会是资源,机会是有价值的	(270)
(四)机会具有易逝性和不可存储性	(271)
(五)机会具有系统性	(271)
第三节 你的机会空间有多大	(272)
一、机会空间的概念	(272)
(一)机会空间的定义	(272)
(二)机会空间的具体表述	(274)
(三)机会空间功能的描述	(275)
二、三类资产:机会空间思考的基点	(275)
第四节 开发机会资源	(278)
一、强烈的机会意识	(279)
(一)企业家的机会意识	(279)
(二)有限非决定性	(280)
二、察机和参机	(282)
三、由问题到决策	(284)
四、由创意而使机会价值极大化	(287)
(一)创意思考	(287)
(二)创造先机	(290)
第五节 风险与成功概率的困惑	(292)

一、一般机会选择的风险分析	(292)
二、降低不确定性的思考要点	(294)
三、风险处理	(296)
第八章 管理资源开发认识论	(298)
第一节 管理是资源	(298)
一、资源概说	(298)
二、管理是资源	(301)
第二节 管理出效益	(303)
一、管理出效益	(303)
二、管理效益评价上的迷茫	(304)
(一)存在着把企业经济效益评价同管理效益评价混同 起来的倾向	(305)
(二)存在着把技术效益同管理效益混同起来的现象	(306)
第三节 三级资源论	(306)
一、三级资源	(306)
二、三级资源效益观	(307)
(一)第一级资源不会出效益	(307)
(二)技术效益面面观	(307)
(三)区分管理效益和技术效益的难度	(309)
第四节 管理资源的基本功用	(310)
一、管理作为资源的新观念:放大作用和导向作用	(310)
二、管理资源的放大作用	(310)
(一)对一级资源的放大作用	(310)
(二)对二级资源的放大作用	(310)
(三)对资源组合系统功能的放大作用	(311)
三、管理资源的导向作用	(312)
(一)对一级资源的导向作用	(312)
(二)对二级资源的导向作用	(312)
(三)对资源组合系统功能的导向作用	(313)
第五节 硬管理和软管理	(313)

一、硬管理和软管理:企业管理的两个范畴.....	(313)
(一)硬管理	(314)
(二)软管理	(314)
二、软管理的艺术性特征	(315)
(一)软管理的随机性	(315)
(二)软管理的模糊性	(316)
(三)软管理的直觉性	(317)
(四)软管理的适度性	(317)
(五)软管理的创造性	(317)
第九章 管理资源整合方法论	(318)
第一节 系统整合原理	(318)
一、系统有关概念的回顾	(318)
(一)系统的定义	(318)
(二)系统概念的两个基本要素	(319)
(三)开放系统与随机涨落	(320)
二、整合性原理	(321)
三、互斥、互补及相容性	(323)
(一)互斥即互补	(323)
(二)相容性与互动	(324)
四、资源配置的几点说明	(326)
(一)原则上讲,任何资源要素都是可以建立起联系并进而 可以进行整合的	(326)
(二)在明确的目标指向下做好功能—结构分析.....	(327)
(三)研究与设计资源要素之间的“组合键”或“配置键”.....	(327)
(四)对于企业员工的整合	(328)
(五)内外整合:研究管理系统边界的可拓扑性质	(328)
第二节 假设原理	(329)
一、理论研究与实践运作的前提是假设	(329)
(一)科学的前提是假设	(329)
(二)我们正处于一个充满假设的世界里.....	(331)

二、假设原理	(335)
(一)要承认,资源配置过程的“有限非决定性”特征	(335)
(二)假设是对事物或系统状态发展趋势的判断和发生 概率的分析	(336)
(三)假设是对拟进行配置和整合的各种资源的不同特性 及彼此之间关系所作评价的一种磨合	(336)
(四)假设要与修正主义共存	(336)
第三节 共生原理	(337)
一、营销资源的共生配置	(337)
二、共生系统	(339)
(一)共生的三要素	(339)
(二)共生系统的型态	(339)
三、共生的基本原理	(340)
(一)质参数兼容原理	(340)
(二)共生能量生成原理	(340)
(三)共生界面选择原理	(341)
(四)共生系统相变原理	(341)
(五)共生系统进化原理	(342)
四、对共生的本质认识	(343)
第四节 态势原理	(344)
一、态与势的本质含义	(344)
二、造势基本要素	(347)
(一)造势主体	(347)
(二)造势的目标指向	(347)
(三)造势规则和方法	(348)
(四)有潜能的资源	(349)
三、几点提示	(349)
(一)造势是一切决策的根本所在	(349)
(二)我们永远面对一个无穷无尽的潜能宝库	(350)
(三)确立“势”即有向“状态差”的观念	(350)

(四)知势与任势 (352)

(五)要认真研究状态迭代演进的流程 (354)

(六)重视实能量与虚能量的整合 (354)

第五节 简单性原理 (355)

一、“简单性”漫谈 (355)

二、简单性原理要点 (361)

第一篇

管理的性质与管理原理

