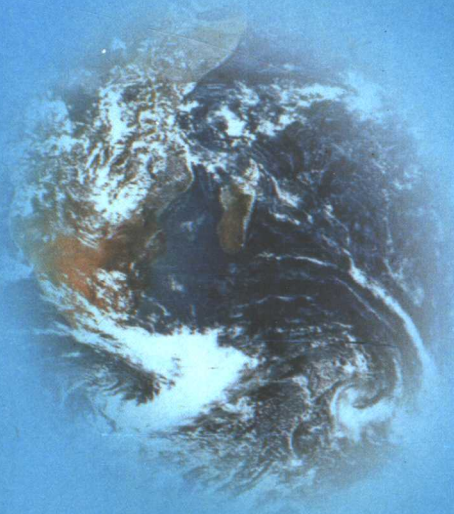


杨静光 编著

古今管理 理论概要

GU JIN GUAN LI LI LUN GAI YAO



中共中央党校出版社

古今管理理论概要

杨静光 编著

中共中央党校出版社

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

古今管理理论概要/杨静光编著. —北京: 中共中央党校出版社, 2005. 4

ISBN 7-5035-3158-4

I. 古… II. 杨… III. 管理学 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 014412 号

中共中央党校出版社出版发行

社址: 北京市海淀区大有庄 100 号

电话: (010) 62805800 (办公室) (010) 62805816 (发行部)

邮编: 100091 网址: www.dxcbsa.net

新华书店经销

成都市万象印务有限公司印刷装订

2005 年 4 月第 1 版 2005 年 4 月第 1 次印刷

开本: 880 毫米 × 1230 毫米 A5 印张: 16.625

字数: 447 千字 印数: 1—3000 册

定价: 29.00 元

序 言

以理论智慧推进管理实践

今天的社会和市场竞爭不是一个人对另一个人的竞爭，而是一群人对另一群人的竞爭，这群人以企业、区域、国家的组织形式存在。建构有竞争力的组织形式需要管理，管理能力成为当代社会竞爭制胜的焦点，管理实践成为社会实践中极具挑战性的平台，管理理论成为人类认识中持续创新的领域，吸收先进的管理思想成为当代领导和管理人才提升综合素质的当务之急。

一、发展中的管理实践和理论

管理是在一定的环境条件下，管理主体履行管理职能、运用管理方法协调管理客体和管理环境的关系，达到资源的最优配置，以实现预期管理目标的社会活动过程（参考文献37，第28页）。从事物本质的层次性看，管理实践存在三个层面的职能本质：从人与自然关系的生产力维度看，管理是配置资源的活动；从人与人关系的生产关系维度看，管理是分配利益的活动；从管理者与被管理者的关系维度看，管理是指令和激励人的活动。管理工作中的计划、决策、协调、指挥、控制、人力资源开发、激励、创新等管理职能不是静态的功能表达，而是在管理目标指引下逐步展现、发挥、完善其作用的过程。以上对“管理”的理解，构成了研究管理理论发展的认识起点。

管理发展包括管理实践的发展和管理理论的发展。管理实

践是管理者和劳动者以各种方式创造社会财富的实践过程。管理理论是对管理实践的总结,是以逻辑的方式再现管理实践的历史发展。系统的管理理论只能在大工业生产实践的社会条件下产生。西方自工业革命起逐渐发展的大工业生产不仅造就了大量的物质财富,而且也形成了一些有价值的、较为系统的管理理论。这些理论是时代管理实践的产物,是管理发展的一面镜子。这些理论的发展呈现了由局部到整体、由“物”到“人”、由客体化到主体化、由分析到综合的发展过程。

从实践角度看,以下因素推动着当代管理实践的发展:

不断增长的目标:管理是生产、工作的必要条件,是为实现生产、工作的目标服务的。随着生产、工作目标的提出,将对管理工作提出更高的要求。目标的更新将推动管理工作达到一个新的台阶。在推进现代化的过程中,特定的目标向管理实践提出了更加严格的要求,推动着管理工作的发展。

管理条件的更新:正常的管理需要一定的条件,如产权关系、政策条件、利益机制、制度安排等。当管理条件更新时,将推动管理工作向更高的水平发展。

市场竞争的挑战:管理是市场竞争的重要一环,是应对市场竞争的有力手段。市场竞争虽然直接表现在成本、质量、销售策略、公共关系等方面,但实质性的较量是管理效率的较量。因为成本等竞争优势最终都是通过有效的管理取得的。因此,市场竞争的挑战将推动管理的创新。

先进技术的运用:先进技术的运用将使管理的方式、过程、效率、特点发生根本性的改变。如,以计算机为核心硬件的管理信息系统的应用,就使管理进入了信息化时代;系统工程的运用,使管理的思路和效率发生了巨大的变化;互联网使即时管理成为可能。目前,数字化、精密化、极端化、自动化、集成化、网络化、智能化、生态化等新技术的运用,将进一步

改变管理领域的面貌。

生产流程的变革：生产工艺流程是重要的管理对象，生产工艺流程的变革使管理对象发生改变，由此推动管理的发展。流水线的生产方式使管理进入以信息管理为主的时代，柔性作业的生产方式要求应变式管理的能力大大提高。所以，生产流程的变革将推动管理走上创新的发展之路。

管理观念的更新：先进的管理观念将推动管理的发展，这一事实为许多的企业发展所证实。管理观念作为“软”的管理资源，将以更高的效率整合“硬”的管理资源，从而提高管理的效率。管理观念的载体是人，管理观念的更新既依赖于管理主体中现有人员通过“换脑筋”吸收和更新管理观念，也需要通过管理人才的流动来促进管理观念的更新。

社会实践发展推进着管理理论和管理模式的更替，也使管理战略发生了重大变化。比如，新旧经济时代的管理战略范式就有明显差别（参考文献12，第5页），如下表所示：

新的管理理论指引着管理者应对今天的社会和市场挑战。吸取人类的管理智慧、推进管理理论发展，需要掌握管理实践的发展趋势。

管理发展是全面的发展过程。管理是涉及多种要素、多维关系、多元目标的实践活动，管理的发展不是某一要素、某一关系、某一目标的单兵独进，而是一个“牵一发而动全身”的互动过程。

管理发展是阶段性地持续推进的过程。事物发展是连续的，又是分阶段进行的，是持续性和阶段性的统一。从人类管理实践的发展过程看，管理发展一方面是不断向上、向前的发展趋势，另一方面是由一个阶段向另一个阶段的推移过程。如，由“经济人”管理阶段向“社会人”管理阶段的推移，由“硬管理”阶段向“软管理”阶段的推移，由“手段人”阶段向“目

经济时代 战略范式	工业经济时代	新经济时代
战略形态	线性战略	非线性战略
战略选择偏好	一体化战略（并购、自主研发、全资子公司等）	基于合作和竞争的网络战略（外包、特许、研发财团）
基本组成单位	原子	比特
战略出发点	经验层级	想像力层级
创新范围	局部（产品、流程）	整体（经营模式）
发展方式	连续性	跳跃性
竞争动力学	基于市场的竞争	基于企业间关系竞争
竞争优势及源泉	规模效应、终端产品/市场矩阵	网络化；核心竞争力
实现竞争优势的机制	基于价值链运用的相对静态	基于学习组织的互动性
博弈行为	零和非合作博弈	非零和合作博弈
市场状态比喻	每个蜘蛛各自坐在自己的网上	所有蜘蛛都坐在同一张网上
竞争主体	各个企业之间	各个企业联盟及联盟群体之间
治理原则	市场治理和层级治理	网络治理
战略目标	做大或做小（精益）	持续做强
战略收益	报酬递减	报酬递增

的人”阶段的推移。

管理发展是以共性为前提的个性推进过程。不同行业和管理单位的管理都要遵从管理的共同规律，都要谐和管理发展的主流。但是，不同国家、不同行业、各个单位的管理又有其特殊性。东方人在管理方面重人伦、重关系、重感情，西方人在管理方

面重契约、重效率、重个性，各有所长。管理发展是以各具特色的个性变化为前提的。

管理发展是以整体为重点的推进。管理发展不是目的，而是实现目的的手段。管理发展是以实现组织整体目标为重点的。紧紧围绕组织整体目标，才能全面推进管理创新，才能形成有效率的管理发展。

管理发展是以稳定为前提的跳跃式推进。管理的稳定是组织系统正常运作的前提，管理发展是打破旧的稳态而建立新的稳态，是稳定的否定之否定。稳定的暂时失衡有可能引起管理的混乱。因此，管理发展应是以稳定为前提的推进，在稳定中实现跳跃式发展。

管理发展是开放中的自我推进。唯物辩证法认为，内因是变化的根据，外因是变化的条件，外因通过内因而起作用。管理系统是一个自成体系的独立系统，容易形成自我封闭。管理发展是不断打破自我封闭的过程。为此，必须在对外开放中寻求“外生变量”，以激发“内生变量”的潜在势能，由此形成自我发展的管理动力。

二、以管理智慧创新管理实践

马克思曾经说过：从商品到货币是惊人的一跳。实现这“惊人的一跳”的关键之举，需要通过高效率的管理整合社会资源，生产出有竞争力的产品和服务。管理是实力之比、智慧之争、竞胜之役、成功之舟，管理竞争的胜出者展示着强者的智慧和力量之光！管理者正是这光芒的缔造者。

管理是一项综合性的操作，犹如金字塔有着坚实的基础支撑。在不同的消费者购买各种形式产品或服务的一瞬间，产品、质量、组织、服务、品牌以及促销特色、营销管理、组织文化等要素都“定格”在商品（服务）的交换过程中，汗水、智慧、

劳作、艰辛在这一刻收获希望。管理者的价值也在这一刻“聚焦”，因为他们是组织产品或服务生产的谋划者和操作者。

德国著名军事家克劳塞维茨在《战争论》中说过：“战争是迫使敌人服从我们意志的一种暴力行为”。管理不是战争，但它是以比暴力行为更复杂的对策活动来赢得社会和市场竞争的，它的首要特征是操作。管理者是“做”管理的人：既需“主内”又要“攘外”，既需“谋智”又要“出力”，既具率众之才又有士卒之能。如此看，在与对手的残酷博弈中，“吃”管理这碗饭确实不易。要在市场竞争中胜出，管理者需要的不是一把板斧，而是一套“看家本领”——从理论到实践，从市场竞争到内部组织，从技术知识到客户心理，从宣传广告到企业“愿景”，从社会大势到团队建设，从团队整合到组织战略。掌握这一套“看家本领”，需要更多地吸取人类已经创造的管理智慧。

今天的社会和市场变化之快，已经超出了我们昨日的知识储备和理解能力。面对变化，惟一不变的是不断地转变，“法随势变”。在《科特勒营销新论》一书中，世界著名营销管理大师菲力普·科特勒指出：“企业如果想在数字经济中成功地运营，就必须在业务和营销思维上做出重要的转变：从资讯的不对称转变为资讯的民主化，从替少数人制造商品转变为替每个人制造商品，从先产后销转变为‘先感应后回应’，从本土经济转变为全球经济，从报酬递减的经济转变为报酬递增的经济，从拥有资产转变为有渠道取得即可，从公司治理转变为市场控制一切，从大众市场转变为专属个人的市场，从‘及时生产’转变为‘即时生产’”。转变是持续的，但今天的竞争规则是看谁转变的速度更快，如《孙子兵法》所言：“激水之疾，至于漂石者，势也”。快速推进转变是时代的需要、竞胜的需要、生存的需要、获取话语权的需要，推进管理实践创新的需要。

转变需要我们埋葬昨日的陈见而直面今天的实践。科特勒

在北京时曾经讲到这样一件事：“最近有一位先生拿着我上世纪70年代第三版的营销学书来问我，并对我说这本书是有用的。我对他说，把那本书扔了吧，因为那本书讲述的是上世纪的营销理论。在那时，我们还没有市场细分理论、目标市场理论、定位理论、数据库管理理论、品牌理论等。我们每个人都非常清楚，营销理论一直都是在发展的，我们也需要随之发展和进步”。今天的市场拒绝过时的说教，立身当代的管理需要有竞争力的知识，传递给管理者的理念应该是鲜活的、反映今天时代特色的、具有现实意义和操作价值的。

毛泽东在《中国革命战争的战略问题》中指出：“我们现在是从事战争，我们的战争是革命战争，我们的革命战争是在中国这个半殖民地的半封建的国度里进行的。因此，我们不但要研究一般战争的规律，还要研究特殊的革命战争的规律，还要研究更加特殊的中国革命战争的规律”。革命战争如此，管理亦如此：像风，因地而变形；如棋，随局而求新。立足特殊性、把握规律性、强化创造性，这应该是管理者成功推进实践的“尚方宝剑”，也是实践对管理者最基本的昭示。以笔者之见，就管理理论而言，没有最好的，只有适合的。善于把握此地、此时、此领域、此场合、此类人的特殊场景并与管理目标相和谐，这是管理者的核心竞争力之所在，这也是提升管理效率的秘密所在。

三、管理理论发展的分析思路

人的存在离不开各种需要的满足。无限的需要和有限的资源所产生的稀缺性，提出了“资源合理配置”这一基本的经济学命题，从而产生了“如何组织生产”，“如何以最少的投入获得最大的效益”这类管理学的问题。各种管理问题面临的资源是不同的，行政管理所涉及的资源包括经费、政策运行空间、行政权力、管理力量等；企业管理所涉及的资源包括资金、土地、技术力量、机器、

无形资产、外部关系、管理经验、市场网络等。这些资源的功能和数量都是有限的。如何对稀缺资源进行优化的抉择,成为管理活动的本质和评价标准,也成为管理理论研究的中心问题。围绕“资源优化配置”所追求的“投入产出效果”,管理理论也以不同的形式展开了理论的发展过程。从科学管理的“一枝独秀”到“管理学理论丛林”的“百花齐放”,管理理论的发展与变迁在模式层面上经历了由确立、稳定到竞争的过程,描述和理解管理理论的发展过程也存在不同的思路。

(一) 科学管理和人文管理的思路

自从有了管理的职能分工,人们就把效率作为管理工作追求的目的和根本原则。人类社会初期,自然环境的恶劣和生产能力的低下使单个人无法生存和完成再生产,必须依存一定的社会组织,借助于“群”的力量以获取食物,延续种族和完成再生产的任务。在这种社会组织中,管理的效率目标追求就是抵御外敌入侵、食能饱腹、人口的繁衍不绝。人类进入农业社会后,管理效率主要表现在农业生产和社会政治两个方面。农业生产是最早的管理效率,要求精耕细作、合理安排生产、采取科学的耕作方式、重农抑商等。由于农业生产的家庭模式,在一定程度上限制了管理效率的提高。社会政治效率是中世纪最典型的管理效率,它追求的是政治统治的长治久安、社会平稳和安定。

在管理领域中,科学的管理效率是伴随着工业革命的兴起和资本主义的萌芽而产生的。从近代工厂制度的先驱到惟利是图的大商人,都追求财富生产的高效率。针对工厂中劳资关系紧张、纪律涣散、生产效率低下的状况,泰罗把“经济人”观念引入了效率概念,认为人的活动动力来源于急迫改善生活状况和提高生活水平的愿望,即经济利益是最深刻的效率原因。由此,泰罗提出了提高管理效率的根本原则——任务管理,即

把工作任务分解成最简单的要素，然后再把这些要素重新组合，使工人能够恰当地以“最佳方式”准确科学地完成工作。泰罗制的采用取得巨大的效率成果，但到了20世纪中叶，泰罗制受到了理论和实践的种种怀疑，人们开始探求新的提高管理效率的途径。此时，行为主义管理理论提出了“社会人”假设，认为人并不全是经济动物，人的一切目的并不都是追逐经济利益；在一定的条件下，人有责任心，追求精神价值。行为主义理论重视社会关系对生产效率的影响，重视发挥人们生产劳动的积极性、创造性，重视精神因素对效率的影响。与此相类似，管理学领域提出的“复杂人”、“自我实现人”等观点，都从不同角度探讨了提高管理效率问题。从管理理论和实践看，不同的管理理论和实践模式对管理效率有直接的影响。

管理实践涉及具体的、特定的社会条件，不同的管理方式和管理手段具有不同的效率结果，同一种管理方式在不同的社会历史条件下所产生的管理效率也是不一样的。由此提出了管理方式的选择问题。近代管理理论发展中有许多管理方式，但影响较大的有两家，一是科学管理方式，二是人文管理方式。科学管理方式由泰罗首先倡导，其理论基础是“经济人”假设，解决的基本问题是人与机器的关系，管理的对象是效率、最大利润问题，管理的工具是秒表、计算尺、现代统计学、计算机网络，管理的重心是纪律、制度、规范性、标准化。人文管理方式与科学管理方式的基本原则相反，其理论基础是“社会人”假设，解决的基本问题是人际关系，管理的对象是优质服务，管理的重心放在价值观的培养和情感沟通上。

科学管理和人文管理对管理效率的认识，是与特定的历史条件联系在一起的。这两种管理方式存在的根本原因是获得管理效率的条件不同，即社会历史条件和经济技术水平的改变。

科学管理是“经济时代”的产物，在经济为中心的时代具

有较高的效率。科学管理产生于19世纪末20世纪初的美国，当时资本主义正处于原始积累阶段，社会混乱，人民生活贫困，社会贫富不均，资本家不择手段地追逐最大利润。在这一时期，物质生产和消费是社会主导的价值观念，生活状况的改善是社会的热点和焦点。因此，科学管理强调通过物质刺激来调动人的积极性，以此提高生产效率。

人文管理是“文化时代”的产物。二战后，随着科技的发展、经济的繁荣和人民生活水平的提高，社会物质财富越来越丰富，人们的消费观念由物质型向文化型转变，物质刺激已不像从前那样令人心醉神迷了，工资和福利也失去了往日的吸引力。怎样在变化了的社会历史条件下提高生产效率成为管理人员普遍关心的问题。经过梅奥等人著名的“霍桑实验”，人文管理理论应运而生，它把人际关系的改善、价值观的培养、情感投资、自由创造性等作为从事管理和提高效率的主要手段。人文管理是诞生于重视“文化”的时代，它在以文化需求为重心的社会具有较大效率。可见，管理方式的选择与特定的时代背景是联系在一起的。

要提高管理效率，科学管理和人文管理所对应的条件是不同的。科学管理具有效率的条件是：崇尚物质消费的时代；机械化和手工操作的生产技术，即“体力型”的现代生产劳动；人们把工资、福利、资金作为最大的需求和社会活动的主要目的；发展经济是社会的中心课题，国民生活水平较低；科技和教育发展水平不高，国民素质较低。人文管理具有效率的条件是：文化环境同经济一样为社会所关注，国民生活宽裕；物质消费热开始降温，文化消费和时间消费成为热点；自动化广泛应用于生产和生活领域，即“智能型”现代生产形成；创造性和人生价值成为人们从事社会活动的主要目的；社会科技、教育水平较高，国民具有较高的文化素质。由此可见，要提高管

理效率,必须根据特定的社会条件和具体的管理条件,选择不同的管理方式。

(二) 管理模式与企业制度关系的思路

管理理论的发展同社会生产力发展与企业制度的变迁紧密相关。管理理论发展方向、管理模式的选择不仅取决于时代技术特征和生产方式,也与企业制度有着直接的关系(参考文献38,第43页)。

1. 古典管理理论的建立。

古典管理理论的建立与局部委托-代理关系的企业制度相适应。19世纪中后期,西方国家的产业革命相继完成,随着生产社会化程度的提高,所有权与经营权相分离的现代企业制度开始出现,与机器大工业生产相适应的社会分工促使所有者逐步从经营过程中退出来。与此相适应的管理理论是古典管理理论。

以蒸汽机、电动机为代表的机器大工业,促使一个全新的社会分工体系与企业内部分工体系得以形成,分工结构的相对固定与机器操作的稳定性不再要求所有者时时处处直接监控,而可以以各工序、团队中具有技术优势的人取而代之。原来的所有者作为日常组织管理主体的控制地位,逐步让位于新的控制主体——技术官僚,所有者-管理者一体化的企业制度被局部委托-代理制度所取代。企业通过内部化市场所带来的交易成本的降低,促使企业规模不断扩大,特别是在一些诸如铁路与通信等具有规模经济效益的行业内,单独的企业家、家族或者合伙人的小集团几乎不可能完全拥有企业的所有权。随着企业规模的扩大与经营多样化,企业日常管理工作的日趋繁杂,众多的出资人不可能亲自去经营,只有专职经理才是适当的人选。正是在这一背景下,局部委托-代理关系的企业制度相继形成。这时企业权利安排的突出特征,是企业控制权利的分化和企业经营决策主体的二元

化,企业日常组织管理权被分离出来委托给技术官僚与专职经理,企业资产所有者所掌握的企业经营决策权已不完整,专职管理人员已经掌握着一部分企业经营决策权。

掌握着企业经营活动中的组织管理权与部分决策权的技术官僚和专职经理,虽然是代理人身份却不具有任何剩余索取权。这种控制权与剩余索取权相分离的制度安排,在局部委托-代理关系的企业制度出现后的很长一段时期内是一种既定的制度。在一般要素市场上,统一的、规范的代理人市场的形成需要较长的一段时间,在代理人通过分成制等激励制度安排的显性激励机制与通过竞争性的代理人市场的隐性激励机制都不存在的条件下,企业内部需要建立一种有效的监督与激励的机制。在当时机器大工业生产的背景下,企业在经营过程中所面临的不确定性以及市场的不确定性相对较小,因而在“经济人”假设的前提下。通过在“事前”建立一系列尽可能完备的代理契约来约束代理人行为,使代理成本最小化,是相对最有效的监督与激励的机制。在企业生产与经营过程中,这一类型的代理合同的切实履行,需要建立内部纵向一体化的科层制官僚控制结构,明确岗位职责与管理过程,强化技术与行政的连锁关系等管理模式;在管理活动中,表现为管理工作标准化、程序化、系列化、数据化和决策科学化。

局部委托-代理关系的企业制度所对应的管理模式,为企业所有者在管理上设置了一个“易出不易进”的出口,使他们从日常经营管理领域退出成为可能,促进了企业规模的不断扩大;也为技术官僚与专职经理提供了发送自身能力信息的工具,降低了在代理人市场尚未发育时选择代理人的成本,因而受到委托人与代理人的认可。与此相应的是大量调查与研究在管理实践中展开,为降低代理成本(包括管理成本)的一系列管理工具、模型与技术被开发出来,其标志是科学管理理论、一般

管理理论等古典管理理论的建立。

2. 行为科学理论的建立。

行为科学理论的建立是对古典管理理论的挑战，是在企业制度由局部委托-代理关系向完全委托代理关系转变下的产物。

局部委托-代理关系取代所有者-管理者一体化虽然是企业制度的一大进步，但其不足之处也日趋显现。这导致20世纪初西方国家的企业制度由局部委托-代理关系到完全委托-代理关系转变。在这一时期内，一些企业的控制权（包括企业总体经营决策权和企业资产控制权）逐步从企业资产所有者手中转移到企业经理人员手中。企业控制权的这种重新安排，被称作“经理革命”。这种由企业的经理人员实际控制的企业被称作“经理控制型企业”。这类企业中，资产所有者只掌握企业资产的所有权和由此派生出的审定企业重大决策及选择企业经营者的权利，企业经营者则掌握着企业资产的控制权、企业的经营决策权和企业经济活动的组织管理权。与此相适应，一般要素市场上统一的、规范的代理人市场也逐步形成并日趋完善。

古典管理理论模式的运用以及企业规模及其经营领域的扩大，促使企业内部代理层次形成多级叠加的局面，代理经营权与决策权在纵向上被分解开来并归属于不同的管理层，委托人与代理人的关系变得更为复杂，企业组织结构纵向上的某一管理层的人可能既是委托人又是代理人。社会生产力发展和市场化程度提高，使企业生产与经营活动中的不确定性因素增加，委托人与代理人在“事前”建立代理契约的成本逐步上升。企业所有者的完全退出与企业股权的分散，又产生了“谁来监督与约束代理人”这一问题。在此情况下，委托人开始重新审视原先形成的对代理人进行监督与激励的机制，“事前”对代理人行为做出具体规定与约束的代理合同逐渐失效，“事后”获取剩余索取权的内部控制机制以及经理人要素市场上的外部竞争机

制则逐步产生。代理人有了更大的行为空间，“所有者主权”出现弱化倾向，而“经营（管理）者主权”则得到强化。

这种模式的关键是自我监督方向的转变，它降低了代理成本中的监督费用，增加了代理人的担保费与委托人的剩余机会损失，即降低了“事前”成本而提高了“事后”成本。虽然这种模式是一种进步，但也带来新的问题：一旦代理人发生“损公肥私”行为，委托人则难以及时察觉与获得补偿。在“经济人假设”前提下，只要代理人从“损公肥私”行为中获得的收益大于剩余索取权收益，或足以弥补在竞争性代理人市场上失业所带来的损失，“逆选择”与“道德风险”行为就会发生，委托人可能要为此支付更高的代价。“经济人假设”与完全委托代理关系企业制度下的监督与激励机制之间的矛盾，存在两种解决思路：一方面，沿着古典管理理论的思路，强化管理的标准、制度、工具与技巧，以及纵向一体化与横向一体化的结构性控制等方面，避免代理人“逆选择”与“道德风险”行为的收益过大；另一方面，怀疑并否定“经济人假设”，从人性入手探讨个体、组织与领导等问题，利用多学科知识研究人类行为产生、发展、变化的规律，以预测、控制和引导人的行为，达到充分发挥与调动员工积极性创造性，实现有效的自我监督与激励的目的。显然，后一种思路就催生了行为科学理论。

3. 当代管理理论的产生。

随着现代企业制度的日趋完善，完全委托—代理关系逐渐成为主流的企业制度，在此情况下，“管理理论的丛林”所概括的当代管理理论产生了。

管理实践和理论的发展，古典管理理论和行为科学理论两种模式支配下的相关理论，在积累和创新的研究中为企业经营管理提供了众多的工具、方法与模型，建立了许多避免代理人机会主义行为倾向的监督与激励机制。二战以后，技术、社会