

ENTERPRISE LEADERSHIP THEORY

企业领导学



高等学校经济与管理专业系列教材

ENTERPRISE LEADERSHIP THEORY

盛 亚
申作青

主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

ENTERPRISE LEADERSHIP THEORY

企业领导学



高等学校经济与管理专业系列教材

盛 亚

申作青

主编

ENTERPRISE LEADERSHIP THEORY



高等教育出版社

HIGHER EDUCATION PRESS

图书在版编目(CIP)数据

企业领导学/盛亚. 申作青主编. —北京:高等教育出版社,2006.7

ISBN 7-04-019346-9

I. 企... II. ①盛... ②申... III. 企业领导学—高等学校—教材 IV. F272.91

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 079662 号

责任编辑 钱正英 封面设计 吴昊 责任印制 蔡敏燕

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58581118
社 址	北京市西城区德外大街4号		021-56964871
邮政编码	100011	免费咨询	800-810-0598
总 机	010-58581000	网 址	http://www.hep.edu.cn
传 真	021-56965341		http://www.hep.com.cn
			http://www.hepsh.com
		网上订购	http://www.landaco.com
经 销	蓝色畅想图书发行有限公司		http://www.landaco.com.cn
排版校对	南京展望文化发展有限公司	畅想教育	http://www.widedu.com
印 刷	江苏如皋市印刷有限公司		
开 本	787×960 1/16	版 次	2006年7月第1版
印 张	21.25	印 次	2006年7月第1次
字 数	470 000	定 价	28.50元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请在所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究


物料号 19346-00



前 言

随着企业内、外部环境的快速变化和日趋复杂,我国企业领导活动必将发生重大的和根本性的变化。面临新的形势,我国企业领导者必须树立正确的领导理念,深入学习和研究领导活动中遇到的问题,不断提高领导素质和领导艺术,才能在更加激烈的市场竞争中立于不败之地,获得更大的发展。为适应企业领导活动的需要,高等教育出版社于2001年出版了由盛亚、胡永铨主编的《现代企业领导学》教材,该教材受到了使用者的良好评价和社会较广泛的认可,《企业领导学》课程也被评为浙江省省级精品课程,在此鼓舞下,我们组织浙江工商大学该精品课程的主讲教师,重新编写了《企业领导学》教材。

本书结合我国企业的实际情况,运用领导理论的最新研究成果,系统地阐述了企业领导学的基本概念、理论、方法和艺术。全书共分为四篇。第一篇为思想理论篇,主要研究和论述了领导学产生的历史条件、研究对象、研究方法、领导的工作特点与哲学思考、东方领导思想和西方企业领导理论;第二篇为主体环境篇,主要研究和论述了企业领导者素质(包括领导者个体素质和群体素质)的构成及其培养,领导群体的结构及其优化标准、内容和方法,被领导者的地位、作用与角色,以及企业领导的各种内外部环境(特别是体制环境);第三篇为职责功能篇,主要研究了与一般决策不同的领导决策的特征,领导决策系统的设计及领导决策方法,企业领导对人才的选拔、任用、培养和管理,领导创新的特征、领导创新的动力与阻力;第四篇为方法艺术篇,主要介绍了企业领导的思维方法、工作方法和领导艺术。



教材的每一章以引例开篇,提出问题,引入本章正文,正文之后提供了本章的精要和一定量供课堂讨论的问题,并通过案例应用帮助理解本章的知识要点和理论内容,教材还提供了关于领导能力的自我测评题,帮助读者了解自己的领导素质和潜力,提前认识自己,锻炼和提高自己的领导能力。本教材不仅适合高等院校管理专业的本科生使用,也可作为企业领导的培训教材。

本书由盛亚、申作青担任主编,韩永学、朱桂平、胡洪力参与编写。其中,盛亚教授撰写第1章的第一、二、三节,第3章,第4章的领导者群体部分,第5章和第6章;申作青副教授撰写第4章的领导者个体部分,第7章、第8章和第9章;韩永学教授撰写第1章的第四节,第2章和第10章;朱桂平副教授撰写第11章;胡洪力博士撰写第12章。

在本书的撰写过程中,得到高等教育出版社领导、编辑的大力支持。在此深表谢意。由于时间仓促、作者水平有限,书中尚有不足之处,敬请读者批评、指正。

郑 重 声 明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010)58581897/58581896/58581879

传 真：(010)82086060

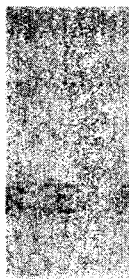
E - mail：dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街4号

高等教育出版社打击盗版办公室

邮 编：100011

购书请拨打电话：(010)58581118



目 录

第一篇 思想理论篇

第 1 章 总论	3
第一节 领导学产生的历史必然性和理论溯源	4
第二节 领导学的研究对象、内容及本书构架	8
第三节 领导的科学概念	14
第四节 领导活动的哲学思考	18
应用研讨	26
第 2 章 东方领导思想	31
第一节 东方领导思想的起源	32
第二节 东方领导思想的演化与发展	38
第三节 东方领导思想的主要学派及其世界性影响	46
应用研讨	53
第 3 章 西方领导理论	59
第一节 领导素质理论	60
第二节 领导行为理论	62
第三节 领导权变理论	71
第四节 领导最新理论	79

应用研讨	81
------------	----

第二篇 主体环境篇

第4章 企业领导者	99
第一节 企业领导者的个体素质	90
第二节 企业领导者的群体素质	100
第三节 企业领导者的权力和影响力	104
第四节 企业领导者素质的培养和优化	110
应用研讨	116
第5章 被领导者	121
第一节 被领导者的特性、地位和作用	122
第二节 领导者与被领导者的辩证关系	126
第三节 被领导者的角色定位	130
应用研讨	134
第6章 企业领导环境	139
第一节 企业领导环境的概念与内涵	140
第二节 企业领导环境分析	143
第三节 企业领导体制环境	149
应用研讨	156

第三篇 职责功能篇

第7章 企业领导决策	165
第一节 企业领导决策的概念及类型	166
第二节 企业领导决策的要素及决策系统	171
第三节 企业领导决策的程序与方法	176
第四节 企业领导决策的失误及其防范	179
应用研讨	183

第 8 章 企业领导用人	190
第一节 人才的认识与选拔	191
第二节 人才的使用与培养	197
第三节 人才的激励与评价	204
应用研讨	210
第 9 章 企业领导创新	216
第一节 企业领导创新的涵义	217
第二节 企业领导者的创新工作和关键领域	223
第三节 企业领导创新的动因和阻力	228
应用研讨	234

第四篇 方法艺术篇

第 10 章 企业领导思维方法	243
第一节 思维方法的基本类型	244
第二节 企业领导者有效的思维方法	254
第三节 领导者的大脑	260
应用研讨	263
第 11 章 企业领导活动方法	269
第一节 基本的企业领导方法	270
第二节 日常的领导活动方法	277
应用研讨	288
第 12 章 企业领导艺术	294
第一节 领导艺术的涵义及其特征	295
第二节 企业领导的用人艺术	297
第三节 企业领导者的处事艺术	306
第四节 人际交往艺术	314
应用研讨	322
主要参考文献	328

第
一
篇

思想理论篇

>>

- 总论
- 东方领导思想
- 西方领导理论

第 1 章

总 论

高瞻远瞩的战略思维——领导学导论 第一章

[学习目标]

- 了解领导学产生的必然性及意义
- 掌握企业领导学研究的内容体系
- 正确认识领导学概念
- 从哲学的角度认识领导活动

[引例]

在现实的经济生活中,活跃着一大批引人注目的企业领导者:如亨利·福特、小阿尔布雷德·斯隆、小托马斯·沃森、居安·特里比、阿曼迪奥·加尼尼、查尔斯·美林、山姆·沃顿、盛田昭夫、瑞·克洛克、比尔·盖茨、戴尔·约翰·钱伯斯、郭士纳、王嘉廉、韦尔奇、艾华士、李嘉诚、李泽楷、张瑞敏、柳传志及陈天桥……他们是时代的精英,财富的创造者,他们不仅为公司缔造了一个又一个经营上的神话,为研究者提供了无限的研究空间,同时也为世人展示了丰富多彩而又神秘的面纱,使许多研究者眼花缭乱,乃至望而

却步。当然,也有许多后来失败的企业领导者,他们也曾辉煌过,如卡莉·菲奥里纳、斯蒂文·乔布斯、牟其中、姜伟……

成功者的经验有哪些?失败者的教训是什么?这不仅是从从事企业实际领导活动的领导者,也是理论研究者希望得到的答案。

企业领导学是对企业领导活动和实践经验的科学总结。自从出现企业这种组织形式,企业领导活动也就应运而生。但是把企业领导活动作为一门学问来研究,则是近年来的事情,一方面是由于企业领导活动在现代社会的作用表现得越来越明显;另一方面从事企业领导实际工作的领导者提供的丰富资料和宝贵经验需要研究者加以总结,并在理论上进行提升,以便继承和发扬,更为有效地实现知识的传播和共享。

本章首先回顾领导学产生的历史条件,说明领导学产生的必然性,提出领导学的理论基础,接着主要介绍企业领导学探讨的对象、内容和构成框架,从而得出本课程内容的总体框架,将企业领导学与其他相关课程之间的关系进行分析,阐明研究企业领导学的意义,最后通过对领导活动性质的认识,提出领导的科学概念,并从哲学的角度对领导活动进行了深层次的探讨。

第一节 领导学产生的历史必然性和理论溯源

在漫长的历史岁月中,古今中外的统治者、领导者、政治家和军事家,在对社会的观察和分析中,在实施领导的过程中,总结自己的体会或经验,并根据自己的、前人的成败得失进行了有相当深度的分析和研究,提出了许多宝贵的领导思想。但这些领导思想或者不能上升为系统的理论,或者受社会阶级的局限大多都未能得出科学的结论。

领导活动之所以一开始并没有引起人们的重视,主要原因是在生产力还十分落后、科学技术还不发达的时代,领导活动更多的是凭借经验而开展的,带有浓厚的封建色彩和很大的随意性,其工作的开展也常常是偶然的和没有规律可循的。从离我们最近的时间看,领导学源于社会心理学、社会学、哲学和组织行为学。几个重要的研究团体和学者在19世纪30年代和40年代就开始了领导问题的研究,其中包括:库尔特·卢因、罗纳德·利皮特、拉尔夫·怀特、J·多德、拉尔夫·斯托蒂尔、埃德文·弗莱施曼和G·斯皮勒等等。荷马的《伊利亚特》和《奥德赛》为我们提供了伟大领导者的传记。普卢塔克的《希腊罗马名人比较列传》让我们知道是什么让那些伟大的领导者以他们那种方式行事的。莎士比亚的《奥赛罗》讲述了直觉的作用;他的另一部作品《李尔王》让我们看到:在考虑继承人的时候,不同的领导方式得到了不同的结果。柏拉图的《理想国》还流露了对民主管理和领导的疑虑。

20世纪初,随着管理学逐步为人们所认识,管理成为一项专门的职能后,作为管理的

一项职能——领导活动越来越显现出重要作用。20世纪20年代,梅奥的人际关系理论及在其基础上发展起来的行为科学理论成为西方学者研究领导理论的重要转折点。当然,真正把领导活动当作一门科学进行研究的则是发生在20世纪80年代的中国。中共中央于1982年10月发出了中发(82)41号文件(即《中共中央、国务院关于中央和国家机关干部教育工作的决定》),确认了“领导学”,把它作为领导干部教育的专业基础课之一,这标志着领导学在我国的诞生。

领导学之所以会产生有其客观的必然性和理论依据。客观性来自于社会化大生产的发展和科学技术的有力推动,而管理学的迅速发展及其新趋势则奠定了领导学产生的理论基础。

一、社会化大生产的客观要求

在小生产条件下,生产规模狭小,技术落后,联系不广,变化迟缓,与之相适应的领导方式主要是凭借领导者个人的经验和智慧(尽管有时也采用幕僚的计谋),称为“经验领导”。到了近代,特别是20世纪40年代以后,随着社会化大生产的发展,生产规模越来越大,专业化分工越来越细,社会联系越来越密切,企业经营面临的外部环境出现了重大的变化,经营环境越来越复杂,这就向现代企业领导者提出了越来越高的要求,过去仅凭经验进行领导的方式已经不能适应新形势的需要。

社会化大生产的主要特点可以归纳为以下三点:经济一体化、生产知识化和社会信息化。

1. 经济一体化的含义包括两方面,一是企业内部从科研、生产到销售等一系列环节和各项职能组成了一个紧密相关的系统;二是企业之间的分工越来越细,加强合作以赢得竞争优势也就成了各相关利益组织的重要选择。企业与外部环境的关系错综复杂,企业的界限变得模糊,任何一家企业都不可能孤立于其他组织而存在。现代企业领导者需要学习处理各种纷繁复杂的关系,用企业文化来协调企业内部的工作关系和人际关系,用良好的企业形象、强烈的社会责任感和高尚的商业道德来处理与外部的关系。

2. 市场已由买方市场变成卖方市场,顾客对产品和服务的选择权越来越大。企业要满足消费者不断变化和日益多样化的产品和服务需求,就必须使自己具备持续创新的能力,不断提高自己的科研能力(特别是知识的学习、创新和生产能力),加强新产品的研究和生产,提升企业产品的科技和知识含量,培养企业核心竞争能力。伴随而来的是,企业的生产、经营和管理越来越依赖于知识工作者的知识劳动。因此,现代企业的领导者应当不断提高自己有效领导这些知识工作者的能力。

3. 社会信息化更加速了经济的一体化进程和知识传播、扩散和创新的力度。社会信息化不仅需要企业加快信息化基础设施建设的步伐,更需要企业在经营管理尤其是人力资源管理和企业文化等软件工程方面的配套跟进,以满足现代社会人们对信息的强烈需求。企业领导者应该意识到信息的巨大力量,努力创造和提供信息共享的环境和条件。

二、现代科学技术发展的有力推动

人类社会历史的发展,归根到底取决于科学技术的进步。科学技术在 20 世纪突飞猛进,新产品推出的速度越来越快,产品生命周期越来越短,产品的知识含量越来越高,科学技术呈加速度规律不断地向前发展着。现代社会已经进入了一个呈指数速度发展的信息时代和知识经济的时代,现代科学技术已渗透到社会、经济和日常生活的各个方面。作为现代企业领导者必须具备现代科技知识和现代科学方法,才能够胜任现代企业的领导活动。

现代科学技术的发展表现出两大显著的特点:一是高度分化,二是高度综合。

1. 学科的高度分化。随着现代科学技术的纵深发展,学科和专业加速分化,分类越来越细。据统计,截至 20 世纪 70 年代的近 100 年,学科门类已经翻了一番,达到 2 400 多门,而预计到不久的将来,学科门类将突破 4 000 门。与此同时,专业人才也高度分化,对专业知识的掌握和研究也越来越难。一个人即使要精通一门看来很窄的专业,往往也需要付出毕生的精力。

2. 学科内容的高度综合和交叉渗透。现代科学技术在高度分化的同时,又走向高度综合。许多新知识、新学科的诞生都是各种知识的相互融合、交叉的结果。最显著的是社会科学和自然科学的综合,使得社会科学的科学含量越来越高,其科学地位也因吸收了大量的自然科学知识而得以确立,领导学属社会科学的范畴,其科学地位也因此为越来越多的人所认可。同样地,自然科学也因为更多地融入社会科学的知识,为自己开辟了更加广阔的应用前景,大大提高了自然科学的社会价值。系统论、控制论和信息论的诞生就是自然科学和社会科学交叉融合的结果。

企业领导活动的科学化还存在其他方面的客观要求,科特将其总结为环境变化方面和企业自身变化方面(见图 1-1)。

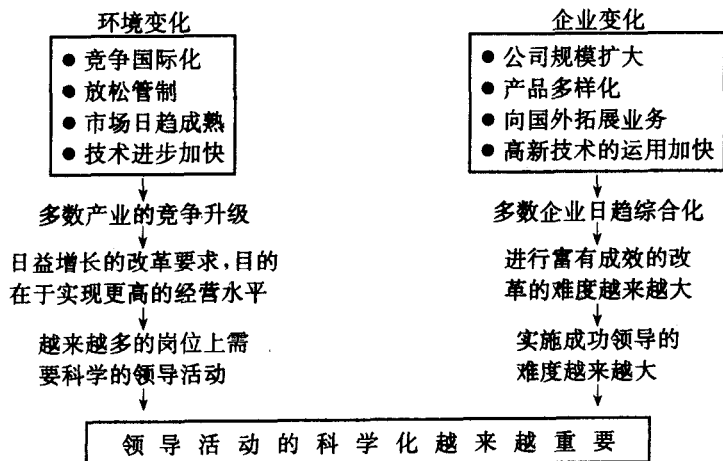


图 1-1 企业环境的改变及其对领导活动科学化的要求

三、管理学理论发展的必然趋势

管理学自 20 世纪初诞生以来,发展至今已有一个多世纪的历史,从泰勒的科学管理、法约尔的一般管理理论和韦伯的行政管理理论,到人际关系理论及行为科学理论,再到企业文化理论、知识管理理论的出现,管理学理论层出不穷。尽管有那么多形形色色、无法一一列举的管理理论或学派,但存在一个很清晰的线索,即管理的中心由“物”转向“人”,由有形转向无形、由制度转向文化、由官僚结构转向扁平结构、由刚性转向柔性,一句话:由理性化管理转向人性化管理。

理性化管理的实质在于以科学确定的制度规范作为组织运作行为的基本约束机制,主要依靠外在于个人的、科学合理的理性权威实行管理。而人性化管理则企图从人的需要、动机、士气为出发点,通过内在的价值观、根本态度和精神激励等非理性的手段实行领导。前者强调规范、原则、制度,后者强调权变、权宜;前者借助于约束、强制手段规范个人行为,后者依靠个人自我控制、自我管理来约束个人行为。领导活动的对象是“人”,因此,领导学的产生是管理人性化的必要要求。总结领导活动的经验,寻找领导活动的规律和基本原理,也就成为管理学理论发展的一个重要组成部分。而管理学知识本身也为研究领导学奠定了良好的理论基础。

在管理实践中,人们常常提出以下问题:为什么杰克·韦尔奇会获得如此巨大的成功?为什么在福特公司受排斥的艾柯卡会奇迹般地拯救了克莱斯勒公司?为什么安迪·格鲁夫的一个决策就能使一个濒临失败的英特尔公司反败为胜,成为全世界计算机行业利润率最高的公司之一?人们认识到在对组织实施管理,特别是对企业实施管理的过程中,领导者所起到的巨大作用是无与伦比的。许多问题引发了人们的思索,同样的企业在不同领导人的治理下为什么会有着不同的结局?美国当代管理学和领导学大师约翰·科特教授说:“无论对于企业还是对于其他组织而言,取得成功的方法是,75%~80%靠领导,20%~25%靠管理。”大量事实说明,在同样的条件下,不同的领导者可以给组织带来完全不同的结果,不管是对于一个企业,还是对于一个团体、一个政府、一个国家,都是如此。

随着经济的高速发展,企业竞争的日益加剧,企业之间的联合、兼并、重组越演越烈,从而诞生了许多世界级的超级大型企业。这些大企业在全世界经济发展中占据着举足轻重的地位。举例说,2003 年世界 500 强排名第一的沃尔玛,其年营业收入为 2 465 亿美元;排名第二的通用汽车公司年营业收入为 1 868 亿美元……排名第九的美国通用电气为 1 317 亿美元。由此可以看出,这些世界级的大企业为整个社会创造着巨额财富,为全球数不清的投资者带来了巨大的回报,在某种意义上说,这些企业推动着整个世界经济发展的进程。因此,企业领导者特别是大企业领导者日益得到人们的尊重,他们的社会地位和经济地位越来越高,他们为社会做出了卓越贡献,同时社会也给予他们相应的回报。在市场经济发达的国家,企业领导者的薪酬是很高的。例如在美国,美国总统的

年薪是 20 万美元左右,但一般稍具规模的公司领导者的薪酬都远远高于这个数字。下面是近年来收入最高的美国的 CEO 或总经理的年收入情况(见表 1-1)。

表 1-1 1999 年美国公司 CEO 年收入(包括年薪收入和股权收入)排行前十名

序号	公司名称	CEO	年收入/亿美元
1	纽约联合电脑公司	王嘉廉	6.501
2	加利福尼亚 Foandry 网络公司	鲍比·约翰逊	2.305
3	哥伦比亚广播公司	梅尔·卡迈辛	2.019
4	盖普公司	米拉德·德雷克斯勒	1.728
5	思科公司	约翰·钱伯斯	1.217
6	美国在线公司	史蒂芬·凯斯	1.171
7	吉斯特纳公司	小路易斯	1.072
8	通用电气公司	杰克·韦尔奇	1.069
9	Golgate-palnolive 公司	鲁本·马克	0.972
10	Compuware 公司	小皮特·米马斯诺	0.875

第二节 领导学的研究对象、内容及本书构架

学习领导学首先需要了解领导学的研究对象、基本内容,从总体上把握理论体系和构架是学习本课程的前提。

一、领导学的研究对象

江泽民在《各级领导干部要研究领导科学》一文中说:“什么是领导科学?我认为领导科学就是指领导活动中合乎规律性的东西。”“现代领导者经营管理的对象往往是一项系统工程。所以领导科学是一项高度综合的科学,它要解决的问题是现代化建设中的综合问题,需要综合运用政治、经济、哲学、科技、社会等各方面的多学科的知识。面对这样复杂的问题,现代领导活动要做到决策科学化,不研究掌握科学的规律是不行的。因此,每一个领导者都应该认真学习领导科学。”

由此可见,领导学是研究领导活动的特点和规律的一门科学。企业领导学当然就是研究企业领导活动的特点和规律的科学。就是说,领导学研究的对象是领导者、被领导者及其领导过程,研究的内容主要是领导活动的特点和带规律性的东西,即一般