

Contemporary Publication Studies Series

现代书业企业管理学

朱静雯 主编



学出版社



现代书业企业管理学

朱静雯 ◎ 主编

◆ 苏州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代书业企业管理学/朱静雯主编.—苏州:苏州大学出版社,2003.12

(现代出版学丛书)

ISBN 7-81090-255-5

I. 现… II. 朱… III. 出版发行机构-企业管理

IV. G231

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 014838 号



现代出版学丛书
Contemporary Publication Studies Series

总 策 划

吴培华

现代书业企业管理学

主 编

朱静雯

责任编辑

薛华强

出版发行

苏州大学出版社

(苏州市干将东路 200 号 邮编 215021)

印 刷

丹阳教育印刷厂

(丹阳市陵川绿岛北首 邮编 212300)

开本 720mm×940mm 1/16

印张 19.75 字数 303 千

版次 2003 年 12 月第 1 版 2003 年 12 月第 1 次印刷

印数 1-8000 册

书号 ISBN 7-81090-255-5/G·114

定价 26.00 元



CONTEMPORARY PUBLICATION STUDIES SERIES

丛书总策划

吴培华

丛书编委会

(按姓氏笔画为序)

于友先	邓普君	史创新
刘拥军	朱胜龙	朱静雯
何桂林	吴培华	张 凝
张志强	郑亚楠	耿曙生
黄镇伟	薛华强	

执行编委

吴培华 郑亚楠

出版者的话



为适应出版产业培养复合型人才的需要,为了促进出版这一与时俱进、以创新为灵魂的内容产业的发展,也出于编辑出版学科建设的需要,我们于2002年下半年开始了现代出版学丛书(第一辑)的策划。我们对于本套丛书的设想是立足于创新,尽可能地吸收中国出版业发展的最新内容,改革的动态、技术的革新、政策的变化、发展的趋势都将纳入我们的视野。我们对于作者的选定侧重在那些长期关注中国出版业发展的教育工作者和理论研究工作者,他们中有担任过领导工作又长期从事出版理论研究的专家,有在编辑出版教育第一线耕耘不止的园丁,有在编辑出版管理部门从事实际工作的理论工作者,虽然他们分布在全国各地,从事的工作不同,但是都有一个共同点,就是都在为繁荣中国的出版事业而努力。他们的工作异常繁忙。

然而,正是因为创新的立足点和选定作者的侧重点,决定了本套丛书必然会出现很多缺憾。由于其新,也就会出现可能的不成熟;由于其忙,也就会出现可能的疏漏讹误。是推迟出版,继续修改推敲,还是尽早面世,在使用中及时修订重版?我们决定采取的是后者,因为一则,编辑出版的创新特性决定了在内容的更新上总是会有一个时间差的;再则,作者的视野毕竟是有限的,收集广大教育工作者和编辑出版工作者在使用中反馈的信息,修订的效果肯定会更好。因此,我们真诚地希望广大读者、教育工作者和理论研究工作者出于对本套丛书的爱护,对其中的不足之处和疏漏讹误,不吝赐教。我们虚心期待着大家的意见、建议,甚至是严厉的批评,因为我们对中国出版业的拳拳之心是共同的。



总序

书籍,是人类传承文明的主要载体;近代兴起了报纸和杂志,于是文明传承又多了一种工具和媒介,从而新闻与出版并称。但是二者在传承文明过程中所起的作用和各自的特点有所不同。报纸杂志的时效性强、内容多样;书籍则传世久远、影响深远。二者相济,既及时反映了即时发生的情况,又引导人们思考过去、现在和未来,于是人类的文明得以播散和流传。

任何国家的新闻出版事业都是为自己国家的利益服务的,绝无功利的新闻出版事业从来不存在。过去,我国的新出版事业只注重了它的宣传作用,而忽略了它还有商品性的一面。这是计划经济导致的必然结果。改革开放以后,人们很快意识到了出版事业的二重性:意识形态属性和商品属性。我国的新出版业,一方面要发挥党和人民喉舌的作用,另一方面也要按照社会主义市场经济的规律去建设、发展、生产和流通,这两种属性是并行不悖、相辅相成的。只有按照市场经济的规律去建设、发展、生产和流通,才能更好地宣传科学的理论、正确的思想,弘扬正气,凝聚人心;也只有坚持正确的导向,乘市场经济的浪潮发展,才不致于迷乱了本性,才能为最广大人民的根本利益服务,才能在世界范围内形成自己的特色,参与国际出版业的激烈竞争。

无论是哪个国家的出版业,也无论从我国出版事业的哪一方面的属性来说,要使这一事业发展壮大,人才都是关键。特别是我国的出版事业正处在由传统的生产方式向现代生产方式转变的过程当中,人才的问题更加显得重要而紧迫。

现代的出版业需求怎样的人才呢?我想,这样的人才除了应该熟悉



现代新闻出版的经营方式方法之外,还需要有较高的理论素养、创新的意识和能力。后者也许比前者更为重要,因为经营的方式方法可以在实践中摸索、总结,而理论修养和创新能力却需要较长时间的积累和一定的悟性,需要良好的环境和条件的熏陶与培育。

如果以上述的标准衡量,应该承认,我国新闻出版界的人才结构和知识结构的确急需改善。同时我们应该看到,我国出版教育事业要承担起培养新型出版人才的历史重任,还有很多工作要做,还有很长的路要走。在诸多应该做的工作当中,编写出版具有理论深度的著作和具有时代特色的教材是其中最重要的基础性建设。

目前比较系统的一套出版学丛书还是十年前编写的。出版事业和社会生活几乎是同步前进的,在“知识爆炸”的今天,出版事业的发展可谓一日千里,也只是一日千里才能跟上时代。永远向前看,这是出版业的重要特征。因此,原有的读物显然已经不能完全满足当前的需要。现在出版的这套由我国新闻出版界一批著名专家策划并编写的《现代出版学丛书》,就是为了跟上出版业改革发展的形势,根据他们在这—领域中多年积累的经验、最新的发展动态、研究的最新成果和对未来的深刻思考编写而成的,供正在出版事业前沿努力奋斗的专业人员 and 有志于投身这一事业的年轻人学习之用。

参加策划和编写的专家,都在出版业的各个方面工作过多年,有的担任过出版业领导工作并长期从事出版理论研究,有的在出版教育领域耕耘时久,有的一直在出版部门从事实际工作。他们虽然分布在全国各地,专业也不尽相同,但是有着一个共同的特点,这就是始终紧跟时代的脚步,密切关注着国际上出版界的动态,苦苦思考着我国的出版业如何适应 21 世纪中国和世界的情况。

任何著作都不可能十全十美,因为就在作者研究、写作的时候,客观情况已经在变化了;再加上每个人占有的资料很难滴水不漏,观察的角度彼此或异,如果读者发现这套丛书还有什么不足和可议之处,我看应属正常。我们总不能等到一切都研究得完美了再来编写——实际上永远不会有这样一天,重要的是做起来,教起来,学起来。

我衷心希望这套丛书尽快出齐,在听取读者的意见后不断修改提高,



使之成为具有权威性的读物和教材;我同时希望我国的出版教育界以这套丛书的出版为新的起点,加强科学研究,逐步形成和完善具有中国特色的出版理论体系,使我国的出版事业不仅在数量和质量方面达到与我国的国际地位相应的水平,出色地承担起传承人类文明的重任,而且在理论建树和人才储备方面也能令世界刮目相看。

许嘉璐

于日读一卷书屋



目 录



第一章 绪论

第一节 管理的内涵	4
第二节 管理理论的发展	11



第二章 出版管理体制

第一节 出版法律体系	21
第二节 出版行政管理	31
第三节 出版行业管理	39
第四节 出版经济管理	45



第三章 书业企业战略管理

第一节 书业企业战略管理概述	57
第二节 书业企业战略制定	60
第三节 书业企业战略的类型与内容	77
第四节 书业企业战略评价与控制	86



现代书业企业管理学

第一章 绪 论

自人类出现了群体组织之后,管理就产生了。管理是人类最重要的活动之一。人类在与大自然抗争求生存的过程中,面对诸多威胁和诸多困难,单个的人几乎无法应对,于是,人们不得不结成群体,与大自然的威胁抗衡,从而获取单个人无法获得的生存与发展机会。这个群体是组织最初的形式,而作为协调人群、促使每个人努力工作以便实现群体共同目标的活动——管理便产生了。也就是说,当人们只有并且必须通过群体的努力才能实现个人无法实现的目标的时候,管理的出现才是必要的,也是必然的。

管理的作用是随着社会的发展和组织规模的不断壮大而日益显著的。如果说简单的组织只需要简单的管理,管理的重要性还不明显的话,那么,在网络经济和经济全球化的时代,由于社会和经济已得到高度发展,组织的规模越来越大,组织所面临的环境越来越复杂,组织的业务活动范围越来越广泛,因此,管理已成为影响组织存亡的关键要素。

虽然最早的管理实践可以追溯到远古的人类群居时代,但是,作为一门由系统理论构成的学科——管理学,则产生于20世纪初,其代表作是弗雷德里克·泰罗(Frederick W. Taylor)的《科学管理原理》。在管理学产生以后的一个世纪中,管理学理论经历了古典管理理论、行为科学和管理科学三个阶段,出现了科学管理学派、管理过程学派、系统管理学派、管理科学学派、社会系统学派、决策理论学派、权变理论学派等诸多流派,形成了庞大的管理学理论体系。从管理学学科的内容来看,战略管理、组织管理、人力资源管理、质量管理、营销管理、信息管理等构成了管理学的经典内容,这些内容还在不断地充实、细化、交叉和发展。

书业企业管理学作为管理学的一个分支,是研究书业企业管理活动及其规律的一门科学,它主要是从书业企业的外部环境和内部管理两个方面进行研究的。



书业企业管理学是管理学的基本理论与方法同书业企业管理实践相结合的产物,因此,其基本的理论与框架,乃至一些具体的方法和手段,都与管理学基本一致,是管理学理论通用性的充分体现。但是,一门学科的存在,必然有其特殊性,书业企业管理学的特殊性在于其鲜明的产业特征,以及出版物这种商品特殊的精神文化属性。基于此,书业企业管理学一方面探讨如何将管理学的基本理论与方法有效地应用于书业企业管理的实践中;另一方面,则研究书业企业管理实践的特殊性,以充实管理学的实践,并形成自己独特的管理方法和手段。总之,书业企业管理学的目的是通过研究书业企业管理实践活动及其规律,为书业企业管理实践提供理论上的支持。

第一节

管理的内涵

一、管理的定义

管理是什么?自从管理学产生以来,很多管理学家都给管理下过定义,其中具有代表性的有以下几种:

“科学管理之父”泰罗认为,管理是“确切地知道你要别人去干什么,并使他用最好的方法去干”^{〔1〕}。其理论的核心是:管理者如何激励员工努力工作以获得最大的工作业绩?员工如何寻找和掌握最好的工作方法以提高效率?

法国著名的管理学家亨利·法约尔认为,管理是所有人类组织(不论是家庭、企业或是政府)都有的一种活动,这种活动由五项要素组成:计划、组织、指挥、协调和控制。^{〔2〕}这一定义的提出,在管理学领域产生了重大的影响,成为“管理”古典定义的代表。计划——预测未来和拟定

〔1〕 [美]泰罗.科学管理原理.北京:中国社会科学出版社,1980.157

〔2〕 [法]法约尔.工业管理与一般管理.北京:中国社会科学出版社,1980.10



一个行动计划;组织——建立一个从事活动的双重机构(人的机构和物的机构);指挥——维持组织中人员的活动;协调——把所有的工作结合起来,使之统一并和谐;控制——使所有的事情都按照已定的计划和指挥完成。

美国著名的管理学家、诺贝尔经济学奖获得者赫伯特·西蒙认为“管理即制定决策”^{〔1〕}。其定义的核心是:管理者所做的一切工作归根结底是在面对现实与未来、环境与员工时不断地作出各种决策,使组织的活动可以有效地、正常地运行下去,直到获取满意的结果,实现令人满意的目标。

小詹姆斯·H. 唐纳利等人在美国商学院使用频率很高的教科书《管理学基础——职能、行为、模型》中认为:管理就是由一个或更多的人来协调他人的活动,以便收到个人单独活动所收不到的效果而进行的各种活动。^{〔2〕}

从以上各家观点来看,管理应该包括三方面的内容:首先,管理是一种活动,是在特定组织、特定时空环境下发生、发展直至结束的动态过程;其次,管理是有目的的,这一目的与管理者欲达成的目标有关;第三,实现组织目标是需要资源的,但资源是有限的,因此,达成组织目标需要有一个成本与收益的比较,有一个投入与产出的衡量。

根据以上的分析,我们可以给管理下一个定义:管理是在特定环境下,对组织的资源进行有效整合,以便实现组织既定目标的过程。

二、管理的特性

从管理的定义可以看出,管理活动包括以下四个方面的内容:首先,管理是为实现组织目标服务的,是一个有意识、有目的的过程,管理是任何组织不可或缺的,但又不是独立存在的,它只能服务于组织目标的实现;其次,管理活动的过程是由一系列相互关联的、连续进行的活动构成的,这些活动包括计划、组织、指挥、协调和控制,这些活动构成了管理的基本职能;第三,管理活动是要通过整合各种资源来实现组织的既定目标

〔1〕〔美〕赫伯特·西蒙. 管理决策新科学. 北京:中国社会科学出版社,1982. 37

〔2〕〔美〕小詹姆斯·H. 唐纳利等. 管理学基础——职能、行为、模型. 北京:中国人民大学出版社,1981. 18



的;第四,管理活动是在特定的环境下进行的,有效的管理必须充分考虑组织内外的特定条件。

管理的特性主要包括动态性、科学性、经济性和创造性四个方面。

● 1. 动态性

管理的动态性特征源于两个方面:第一,管理活动运行的环境与组织是变化的;第二,在资源配置的过程中有许多不确定性。由于每个组织所处的环境不同,组织的目标与组织所从事的行业也不相同,从而导致了各个组织中资源配置的不同、管理模式的不同。这种不同是随着环境、组织目标及行业的变化而变化的。因此,这一特性决定了管理最重要的是在实践中如何实施计划、组织、指挥、协调和控制活动,而不仅仅是纸上谈兵。

● 2. 科学性

管理的科学性是指管理活动是有规律可循的。管理活动尽管是动态的,但还是可以将其分为两大类:一类是程序性活动;另一类是非程序性活动。程序性活动是指有章可循,照章运作就可取得预想效果的管理活动;而非程序性活动则是指无章可循,需要边运作边探讨的管理活动。这两类活动可以互相转换,程序性活动是通过在非程序性活动规律的科学总结得来的,这正是管理科学性的体现。

● 3. 经济性

资源配置是需要成本的,因此,管理具有经济性。首先,管理的经济性体现在资源配置的机会成本上,选择一种资源配置方式是以放弃另一种资源配置方式为代价的;其次,管理的经济性体现在管理方式方法的选择上,不同的管理方式和方法,其所需支付的费用是不同的;第三,管理是对资源进行有效整合的过程,而选择不同资源以及整合的方式,也存在成本问题。

● 4. 创造性

由于管理对象分别处于不同的环境、不同的行业、不同的资源条件等状况下,因此,对每一个具体管理对象的管理没有惟一的、完全有章可循的模式,特别是对那些非程序性的活动和全新的管理对象的管理更是如此。具体管理活动的成效与管理者的创造性和技巧的发挥密切相关,成功的管理体现了管理者设计和操作管理活动的创造性和艺术性,此外,对管理方式、手段以及管理风格的选择也体现了管理者管理的创造性。



三、管理的目标

● 1. 管理的目标与组织的目标

一般意义上的管理是不存在自己独立的目的是目标的,它必须与组织联系在一起,是为实现组织的目标而存在的,也就是说,管理的目标是与组织的目标联结在一起的。在这个前提下,具体的管理活动一定有一个欲实现的目标,它使这项具体的管理活动成为必要。具体管理活动的目标规定了其行进的方向,而这一方向又必须符合组织总体目标的规定,否则,这项管理活动就是多余的、无效的。组织既定目标是通过一系列具体管理活动目标实现的。也就是说,组织既定目标是按层级纵向分解或按不同领域横向分解的,这些分解后的小目标既是具体管理活动的目标,又可以通过集合构成组织既定目标。

● 2. 功利性目标与非功利性目标

组织既定目标具有双重特性:功利性和非功利性。功利性是组织既定目标设定的核心特性,如企业作为一个经济组织,其既定目标是实现最大利润或满意利润,这是企业运行的根本理由,是企业组织功利性的体现;又如高等学校的既定目标是培养优秀人才和多出科研成果,这一目标也是功利性的。非功利性则是组织既定目标实现过程中所获得的非既定设想的其他价值,如企业在实现利润最大化的同时,创造了企业文化,培养了一批有专长的高级人才,承担了一定的社会责任,这些价值的获得体现了组织既定目标的非功利性。^{〔1〕}

● 3. 营利性与非营利性

此外,根据组织的终极目标来分,可以将组织分为营利性组织与非营利性组织。以追求利润最大化和资本增值保值为终极目标的组织称为营利性组织;以满足社会利益和履行社会责任为终极目标的组织称为非营利性组织。营利性组织的终极目标的实现程度,可以通过市场绩效指标来衡量,而非营利性组织的终极目标的实现程度,往往需要通过一些定性的和相对主观的指标加以衡量。

〔1〕 芮明杰. 管理学:现代的观点. 上海:上海人民出版社,1999. 8