



21st CENTURY
规划教材

面向21世纪高职高专经济管理系列规划教材

COURSES FOR VOCATIONAL HIGHER EDUCATION: ECONOMICS AND MANAGEMENT

管 理 学

——基于网络构建竞争优势

INTERNET ECONOMICS AND ENTERPRISE MANAGEMENT

王卫东 陶应虎 主 编



科学出版社
www.sciencep.com



面向21世纪高职高专经济管理系列规划教材
COURSES FOR VOCATIONAL HIGHER EDUCATION: ECONOMICS AND MANAGEMENT

管理学——基于网络构建 竞争优势

王卫东 陶应虎 主 编

崔 斌 熊继新 副主编

科学出版社

北京

内 容 简 介

网络时代的到来,使得传统工业经济时代的管理理念和模式正被逐步淘汰,取而代之的是基于信息技术的新的管理理念和模式。日新月异的技术变革与经济发展正使周围环境发生着深刻的变化,也给企业内外部经营环境带来了根本性的改变。本书围绕在网络经济条件下如何构建企业竞争优势进行了有益的探讨,在介绍管理主要过程的同时,分别就信息产品的定价、知识管理、客户关系管理以及企业业务流程再造等问题进行了较为全面的介绍。本书注重介绍新理论和新方法,突出案例研究的重要性和规范性。

本书可作为经济管理类专业的基础课教材,也可供企业各级管理人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

管理学——基于网络构建竞争优势/王卫东,陶应虎主编. —北京:科学出版社, 2004

(面向21世纪高职高专经济管理系列规划教材)

ISBN 7-03-014228-4

I. 管… II. ①王…②陶… III. ①网络经济-高等学校:技术学校-教材②企业管理-电子商务-高等学校:技术学校-教材 IV. ①F062.5
②F274

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第085511号

责任编辑:李佩乾 陈砺川/责任校对:柏连海

责任印制:吕春珉/封面设计:东方人华平面设计部

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

新蕾印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2004年8月第 版 开本: B5(720×1000)

2004年8月第一次印刷 印张: 21 3/4

印数: 1—3 000 字数: 410 000

定价: 28.00元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈路通〉)

面向 21 世纪高职高专规划教材专家委员会

主 任 李宗尧

副主任 (按姓氏笔画排序)

丁桂芝 叶小明 张和平 林 鹏
黄 藤 谢培苏

委 员 (略)

经济管理系列教材编委会

主 任 谢培苏

副主任 (按姓氏笔画排序)

刘文华 张举刚 李鼎新 胡国胜 赵居礼

委 员 (按姓氏笔画排序)

丁金平	于 强	马桂兰	丑幸荣	方树栋
毋庆刚	王长琦	王正洪	王达政	包惠群
卢 锐	田家富	刘玉玲	刘 华	刘德武
朱祥贤	朱新明	邢春玲	宋绍清	张先云
张 军	张 华	张国健	张 雪	张德实
李 伟	李 英	李新领	杜安杰	杨季夫
杨海清	杨 琼	肖建成	芮福宏	陈方清
周仁贵	周兴荣	周洪保	季 辉	郑克俊
郑 昕	姚虹华	姜宁川	柯正来	胡绍宏
赵 忠	赵喜文	骆群祥	倪 杰	徐忠山
谈留芳	贾益东	郭俊诚	高建宁	黄小彪
曾开红	程玉民	葛 军	韩 伟	韩小虎
韩银峰	愚良晨	窦志铭	潘旭强	潘映高

出版前言

随着世界经济的发展，人们越来越深刻地认识到经济发展需要的人才多元化、多层次的，既需要大批优秀的理论性、研究性的人才，也需要大批应用性人才。然而，我国传统的教育模式主要是培养理论性、研究性的人才。教育界在社会对应用性人才需求的推动下，专门研究了国外应用性人才教育的成功经验，结合国情大力度地改革我国的“高等职业教育”，制定了一系列的方针政策。联合国教科文组织1997年公布的教育分类中将这种教育称之为“高等技术与职业教育”，也就是我们通常所说的“高职高专”教育。

我国经济建设需要大批应用性人才，呼唤高职高专教育的崛起和成熟，寄希望于高职高专教育尽快向国家输送高质量的紧缺人才。近几年，高职高专教育发展迅速。目前，各类高职高专学校已占全国高等院校的近1/2，约有600所之多。教育部针对高职高专教育出台的一系列政策和改革方案主要体现在以下几个方面：

- “就业导向”成为高职高专教育的共识。高职高专院校在办学过程中充分考虑市场需求，用“就业导向”的思想制定招生和培养计划。
- 加快“双师型”教师队伍建设。已建立12个国家高职高专学生和教师的实训基地。
- 对学生实行“双认证”教育。学历文凭和职业资格“双认证”教育是高职高专教育特色之一。
- 高职高专教育以2年学制为主。从学制入手，加快高职高专教学方向的改革，充分办出高职高专教育特色，尽快完成紧缺人才的培养。
- 开展精品专业和精品教材建设。已建立科学的高职高专教育评估体系和评估专家队伍，指导、敦促不同层次、不同类型的学校办出一流的教育。

在教育部关于“高职高专”教育思想和方针指导下，科学出版社积极参与到高职高专教材的建设中去。在组织教材过程中采取了“请进来，走出去”的工作方法，即由教育界的专家、领导和一线的教师，以及企事业从事人力资源工作的人员组成顾问班子，充分分析我国各地区的经济发展、产业结构以及人才需求现状，研究培养国家紧缺人才的关键要素，寻求切实可行的教学方法、手段和途径。

通过研讨认识到，我国幅员辽阔，各地区的产业结构有明显的差异，经济发展也不平衡，各地区对人才的实际需求也有所不同。相应地，对相同专业和相近专业，不同地区的教学单位在培养目标和培养内容上也各有自己的定位。鉴于此，



适应教育现状的教材建设应该具有多层次的设计。

为了使教材的编写能针对受教育者的培养目标，出版社的编辑分不同地区逐所学校拜访校长、系主任和老师，深入到高职高专学校及相关企事业单位，广泛、深入地 and 教学第一线的老师、用人单位交流，掌握了不同地区、不同类型的高职高专院校的教师、学生和教学设施情况，清楚了各学校所设专业的培养目标和办学特点，明确了用人单位的需求条件。各区域编辑对采集的数据进行统计分析，在相互交流的基础上找出各地区、各学校之间的共性和个性，有的放矢地制定选题项目，并进一步向老师、教育管理者征询意见，在获得明确指导性意见后完成“高职高专规划教材”策划及教材的组织工作：

- 第一批“高职高专规划教材”包括三个学科大系：经济管理、信息技术、建筑。
- 第一批“高职高专规划教材”在注意学科建设完整性的同时，十分关注具有区域人才培养特色的教材。
- 第一批“高职高专规划教材”组织过程正值高职高专学制从3年制向2年制转轨，教材编写将其作为考虑因素，要求提示不同学制的讲授内容。
- 第一批“高职高专规划教材”编写强调：
 - ◆ 以就业岗位对知识和技能需求下的教材体系的系统性、科学性和实用性。
 - ◆ 教材以实例为先，应用为目的，围绕应用讲理论，取舍适度，不追求理论的完整性。
 - ◆ 提出问题→解决问题→归纳问题的教、学法，培养学生触类旁通的实际工作能力。
 - ◆ 课后作业和练习（或实训）真正具有培养学生实践能力的作用。

在“高职高专规划教材”编委的总体指导下，第一批各科教材基本是由系主任，或从教学一线中遴选的骨干教师执笔撰写。在每本书主编的严格审读及监控下，在各位老师的辛勤编撰下，这套凝聚了所有作者及参与研讨的老师们的经验、智慧和资源，涉及三个大的学科近200种的高职高专教材即将面世。我们希望经过近一年的努力，奉献给读者的这套书是他们渴望已久的适用教材。同时，我们也清醒地认识到，“高职高专”是正在探索中的教育，加之我们的水平和经验有限，教材的选题和编辑出版会存在一些不尽人意的地方，真诚地希望得到老师和学生的批评、建议，以利今后改进，为繁荣我国的高职高专教育不懈努力。

科学出版社

2004年6月1日

前 言

这是一个变革的时代。传统工业经济时代的管理模式已经显得过于迟缓、低效了。实际上，它正在被逐步淘汰，取而代之的是基于信息技术的新的管理理念和模式。日新月异的技术变革与经济发展正使周围环境发生着深刻的变化。互联网及电子商务的飞速膨胀，加速了全球经济一体化的进程，也给企业内外部经营环境带来了根本性的改变。

变化带来的是高度的不确定性，节奏越来越快，情况越来越复杂，前景也越来越难以预料。

如今，游戏的规则已经改变，在一个新产品的开发周期以月甚至以周计算的年代，企业真正需要的是懂得如何面对环境的不确定性，如何迅速制定新的战略，构建新的核心竞争力，以适应瞬息万变的市场变化。本书的作者们深深地感到自己有责任和义务，将这变化了的世界，尤其是在管理领域，向学生作一比较全面的介绍。为此，我们在多年教学中积累的素材基础上，规划了这本书的结构。

本书共分三部分、十二章。

第一部分是管理的基础（第一、二章），主要介绍管理的基本含义、作用、管理者应具备的技能以及成为一个企业家应具备的素质，介绍网络经济时代中虚拟企业的特征及管理的原则与方法，介绍管理理论的演变以及管理理论对实践的具体指导意义。

第二部分是面向过程的管理（第三～八章），着重介绍战略、决策、组织、领导、激励、沟通等实际管理活动的主要过程，分析主要管理环节的具体内容及理论进展，并介绍相关的技术和方法。

第三部分是面向具体对象的管理（第九～十二章），分别就信息产品的定价、知识管理、客户关系管理以及企业业务流程再造等问题作了较为全面的介绍，并进一步就企业如何在网络时代获得持续的核心竞争力进行了有益的研讨。

本书按照如何构建企业竞争优势的思路展开内容，注重最新管理实践经验与方法的介绍，注重理论联系实际，在教材中的相关章节增加了有关专题与案例研究，突出案例研究的重要性与规范性。

本书由王卫东、陶应虎担任主编，崔斌、熊继新担任副主编。编写分工如下：崔斌、陶应虎编写第一、七章，王卫东编写第二、九、十章，赵越春编写第三章，

赵越春、陶应虎编写第四章，陶应虎编写第五、十一章，熊继新、陶应虎编写第六、八章，徐立岗、陶应虎编写第十二章。全书最后由王卫东、陶应虎修改定稿。

本书参考和引用了众多作者的珍贵资料，在此谨向有关作者表示诚挚的谢意。

本书在编写过程中，得到了金陵科技学院商学院的各位领导和老师的关心、帮助和指导，在这里一并表示感谢。

由于作者水平有限，加之时间仓促，书中难免有叙述不当之处，恳请广大读者批评指正。

目 录

第一章 管理概述	1
第一节 管理的概念及职能	1
一、管理的概念	1
二、管理的作用	3
三、管理的职能	5
第二节 管理的性质和原则	8
一、管理的性质	8
二、管理的原则	9
第三节 虚拟企业及网络企业的管理	11
一、等级制管理与虚拟管理	11
二、网络经济与虚拟企业	12
三、网络企业的管理	13
第四节 管理者的层次与技能	14
一、管理层次	14
二、管理者的角色与技能	17
三、管理者的工作具有普遍性	19
第五节 企业家与企业家精神	24
一、企业家实质	24
二、企业家与企业家精神的培育	26
本章小结	28
本章练习题	29
第二章 管理理论的发展	31
第一节 西方早期管理思想	31
一、亚当·斯密的管理思想	31
二、罗伯特·欧文的的管理思想	32
三、查尔斯·巴贝奇的管理思想	33
第二节 古典管理理论	34



一、泰罗的科学管理理论	34
二、法约尔的一般管理理论	37
三、韦伯的行政组织理论	39
第三节 行为管理理论	40
一、霍桑实验	41
二、人际关系理论的主要内容	42
三、行为科学的产生	43
第四节 现代管理理论的发展	43
一、管理理论的丛林	43
二、现代管理理论发展的新趋势	47
本章小结	52
本章练习题	52
第三章 战略	54
第一节 战略的含义与内容	54
一、战略的定义	54
二、战略结构	55
三、企业战略管理的意义	56
第二节 战略环境分析	57
一、公司外部环境分析	58
二、公司内部环境分析	65
三、SWOT 分析	68
第三节 战略选择	69
一、竞争战略	70
二、总体战略	73
本章小结	77
本章练习题	77
第四章 决策	80
第一节 科学决策的原理	80
一、决策的概念与活动特点	80
二、决策的类型	81
三、决策在管理中的地位与作用	83
四、科学决策的原则	84
第二节 决策的程序与影响因素	86



一、决策的一般程序	86
二、影响决策的因素	88
第三节 集体决策的方法与运用	91
一、集体决策的利弊	91
二、实行集体决策要注意的几个问题	92
三、集体决策的方法	93
四、集体决策应用的范围	95
第四节 经济活动决策常用的数学方法	96
一、确定型决策的数学方法	96
二、非确定性决策的数学方法	100
三、风险型决策	103
四、计算机模型的应用	105
五、博弈论与竞争性决策方法	107
本章小结	109
本章练习题	109
第五章 组织	112
第一节 组织概述	112
一、组织的含义	112
二、组织的类型	113
三、中国现代企业的组织设计原则	114
第二节 组织结构的设计	118
一、组织结构设计的任务、依据	118
二、组织结构的基本形态	119
三、组织结构的基本类型	122
四、集权、分权与授权	127
第三节 组织的发展与变革	133
一、组织的发展与变革的意义	133
二、组织机构变革的方式	133
三、组织机构变革的方法	134
四、实现组织发展与变革的措施	134
第四节 网络组织的形成与构建	135
一、网络组织的含义	135
二、网络组织的分类	136

三、网络组织的形成与构建	137
本章小结	141
本章练习题	142
第六章 领导	145
第一节 领导的内涵和作用	145
一、领导含义	145
二、领导者影响力的来源	145
三、领导的作用	146
第二节 人性假设理论	147
一、经济人假设	147
二、社会人假设	147
三、自我实现人假设	148
四、复杂人假设	148
第三节 领导者素质	148
一、政治、思想素质	148
二、知识素质	150
三、能力素质	150
四、心理素质	151
第四节 领导方式及理论	152
一、领导方式的基本类型	152
二、连续统一体理论	153
三、李克特的四种管理方式	154
四、领导行为四分图	155
五、管理方格理论	156
六、费德勒权变模型	157
七、领导的生命周期理论	158
八、途径—目标理论	159
第五节 领导艺术	160
一、用人艺术	160
二、表扬的艺术	161
三、批评的艺术	162
四、会议管理艺术	162
第六节 时间管理	164

一、时间管理的实质	164
二、走出时间管理的误区	166
三、时间管理过程中应注意的问题	167
四、时间管理关键	168
本章小结	170
本章练习题	171
第七章 激励	176
第一节 激励的涵义	176
一、激励的组成因素	177
二、激励过程	178
第二节 理解人的需要	180
一、马斯洛的需要层次理论	180
二、ERG 理论	182
三、麦克莱兰的需要理论	182
第三节 设计激励性工作	183
一、赫茨伯格双因素论	183
二、工作轮换、扩大化与丰富化	185
三、海克曼和奥德海姆工作设计模型	187
第四节 激励与设定目标	189
一、期望理论	190
二、强化理论	191
三、实现公平与满意	192
第五节 激励方式	194
本章小结	198
本章练习题	198
第八章 沟通	200
第一节 沟通的概念	200
一、沟通的要素	200
二、沟通的作用	201
三、沟通的过程	201
四、影响信息沟通的因素	202
第二节 组织的正式沟通和非正式沟通	204
一、组织的正式沟通	204

二、组织的非正式沟通	205
第三节 沟通联络的其他方式	206
第四节 管理信息系统	207
第五节 沟通联络的原则	208
第六节 沟通联络的方法	208
一、发布指示	208
二、会议制度	209
三、个别交谈	209
四、笔谈	209
第七节 沟通联络的障碍和控制	210
一、沟通联络的障碍	210
二、沟通联络障碍的控制	211
三、有效的组织沟通	212
本章小结	215
本章练习题	215
第八章 沟通	200
第一节 沟通的概念	200
一、沟通的要素	200
二、沟通的作用	201
三、沟通的过程	201
四、影响信息沟通的因素	202
第二节 组织的正式沟通和非正式沟通	204
一、组织的正式沟通	204
二、组织的非正式沟通	205
第三节 沟通联络的其他方式	206
第四节 管理信息系统	207
第五节 沟通联络的原则	208
第六节 沟通联络的方法	208
一、发布指示	208
二、会议制度	209
三、个别交谈	209
四、笔谈	209
第七节 沟通联络的障碍和控制	210

一、沟通联络的障碍	210
二、沟通联络障碍的控制	211
三、有效的组织沟通	212
本章小结	215
本章练习题	215
第十章 知识管理	249
第一节 知识和知识能力	249
一、知识的类型	249
二、知识和知识能力	253
第二节 知识管理的本质与原则	255
一、知识管理理论是对传统管理理论的继承与创新	255
二、如何理解知识管理	257
第三节 知识管理的内容	259
一、知识内容管理	259
二、知识过程管理	262
三、企业文化管理	263
第四节 知识管理的实施过程	267
一、业务流程与工作流程的诊断	267
二、知识管理的规划	268
三、知识管理的实施	268
本章小结	271
本章练习题	271
第十一章 客户及客户关系管理	272
第一节 客户及其分类	272
一、对“客户”的全新理解	272
二、客户的分类	274
三、客户需求的新特点	276
第二节 现代客户管理	278
一、客户管理的含义	278
二、客户管理的基本内容	279
第三节 客户价值管理	281
一、客户价值的含义	281
二、客户价值的构成	282



三、客户价值的增大	284
四、客户价值细分	285
五、客户价值预测是客户价值细分的关键	287
六、客户保持策略	288
七、关键客户价值确立的正确方法	290
第四节 客户关系管理概述	295
一、客户关系管理的定义及其内涵	295
二、客户关系管理在现代营销中的地位与作用	296
三、客户关系管理系统的基本内容	297
四、客户关系管理系统产品	300
本章小结	302
本章练习题	303
第十二章 企业流程再造	305
第一节 业务流程再造概述	305
一、业务流程再造的概念	305
二、业务流程再造的背景	307
第二节 大规模定制与业务流程再造	310
一、大规模定制概念与特征	310
二、大规模定制的实现	311
三、大规模定制与业务流程再造	314
第三节 供应链管理与业务流程再造	316
一、供应链管理概述	316
二、供应链管理与业务流程再造	318
本章小结	319
本章练习题	319
主要参考文献	330



第一章 管理概述

学习目的与要求

通过本章的学习，应理解管理的概念和职能，了解管理的性质和原则，理解网络经济与虚拟企业的概念，掌握网络企业的管理，熟悉管理的层次以及不同层次的管理者应具备的技能，明确企业家的概念及掌握企业家精神的培养方法。

第一节 管理的概念及职能

有共同劳动，就有管理。管理作为人类最基本的活动之一，它广泛地存在于现实的社会生活之中，特别是进入 20 世纪 70 年代，人们把管理和技术并列为推动经济发展和人类社会前进的两大车轮。人们已经充分认识到有效的管理活动是各类组织实现其目标的必不可少的保证。

有效的管理是一个国家、一个企业、乃至任何组织走向成功的基础之一。正如著名管理学家彼得·德鲁克所言，在人类历史上，几乎没有一种制度能像管理那样迅速兴起并产生巨大影响。在不到 150 年的时间里，管理已改变了世界上所有发达国家的社会与经济结构。

一、管理的概念

“管理”一词人们并不陌生，但什么是网络经济时代的管理？

早期的管理学者将管理描述为“通过其他人来完成工作的艺术”。这一定义将管理视为艺术，并揭示了管理的本质，但这一定义不能使人对管理有全面的了解。

中外管理者对管理的定义很多，有代表性的定义有：

斯蒂芬·罗宾斯：管理是同别人一起或通过别人使活动完成得更有效的过程。

托马斯·贝特曼和斯考特·斯奈尔：“管理就是通过对人和资源的配置实现组织目标的过程”。

周三多：管理是社会组织中，为了实现预期的目标，以人为中心进行的协调