

精·品·课·程·立·体·化·教·材·系·列



管理学

谭力文 刘林青 主编



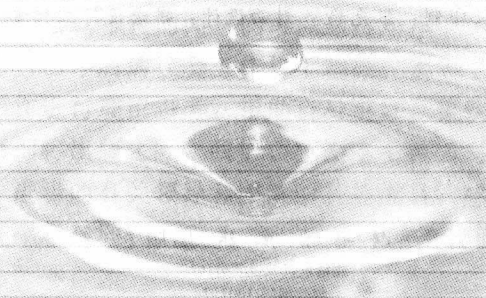
科学出版社
www.sciencep.com

精·品·课·程·立·体·化·教·材·系·列



管 理 学

谭力文 刘林青 主 编
包玉泽 刘明霞 严若森 副主编



科 学 出 版 社

北 京

内 容 简 介

作者在长期从事管理学研究和教学的基础上,参考近年来管理学理论最新的研究成果,根据管理学教材通常采用的过程学派体系,编著了本教材。教材对管理学研究对象、特色、历史沿革及发展趋势进行了深入的介绍,并对管理工作过程的计划、组织、领导、控制职能进行了系统的描述。本书力求概念准确、论述清楚、结合实际、通俗易懂。

本书可作为经济管理类各专业本科生的教材,也可供管理人员在工作实践中学习参考。

图书在版编目(CIP)数据

管理学/谭力文,刘林青主编. —北京:科学出版社,2009

精品课程立体化教材

ISBN 978-7-03-025925-7

I. 管… II. ①谭…②刘… III. 管理学—高等学校—教材
IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 198491 号

责任编辑:马 跃 / 责任校对:张 琪

责任印制:张克忠 / 封面设计:耕者设计工作室

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>

源海印刷有限责任公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2009年11月第 一 版 开本:787×1092 1/16

2009年11月第一次印刷 印张:23 1/2

印数:1—4 000 字数:538 000

定价:32.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

目 录

第一编 概 论

第一章 管理工作与管理者	3
第一节 管理	5
一、管理的定义	5
二、管理职能	8
三、管理工作的特点	9
第二节 管理者与管理者的职责	11
一、管理者	12
二、管理者的职责	15
三、管理者的国际视野	17
第三节 企业与企业管理	18
一、企业	18
二、企业管理	20
案例分析：华为的国际化经营	22
第二章 科学管理思想与理论的演进	24
第一节 科学管理思想的演进	25
一、20 世纪之前的管理	25
二、科学管理的诞生	28
三、行为管理思想	40
第二节 管理理论的丛林时期	42
一、孔茨的发现	43
二、孔茨对管理学派的划分	43
第三节 西方管理思想演进的简单评述	46
一、推动管理科学发展的主要动力	46
二、其他科学的作用	47
三、实际工作中的灵活运用	47
阅读与思考：泰罗论科学管理	48
第三章 中国管理思想与 21 世纪管理理论的新发展	50
第一节 中国传统管理思想	51
一、中国传统文化的特征	51
二、中国传统管理思想的来源	53
三、中国传统管理思想的要点	54

四、简要评价	59
第二节 20 世纪的中国管理科学	59
一、20 世纪上半叶中国管理科学的发展	59
二、新中国建立初期的企业管理模式探索	64
三、改革开放后我国企业管理模式的探索	65
第三节 21 世纪管理理论的新发展	69
一、知识与经济与管理	69
二、业务流程再造	73
三、组织理论的新发展	75
案例分析：“中国式管理”的是是非非	78

第二编 计划与决策

第四章 组织环境与社会	83
第一节 组织环境的构成	84
一、组织环境	84
二、环境分析的作用	85
第二节 外部环境因素	85
一、一般环境因素	85
二、任务环境因素	88
第三节 组织文化	90
一、什么是组织文化	91
二、组织文化的构成	91
三、组织文化的特点	92
四、组织文化的作用	93
五、组织文化对管理者和管理决策的影响	94
第四节 管理道德	94
一、什么是管理道德	94
二、管理与道德的关系	95
三、四种道德观准则	95
四、影响管理道德的因素	97
第五节 企业的社会责任	100
一、企业的社会责任及其演变	100
二、企业社会责任的类型	101
三、企业承担社会责任的态度	102
案例分析：万科集团	104
第五章 计划	107
第一节 计划概述	108
一、计划的概念	109
二、计划的内容	109

三、计划的基本特征	110
四、计划的作用	112
第二节 计划的类型	113
一、按时间跨度划分	113
二、按规范程度划分	114
三、按范围广度划分	115
四、按职能划分	115
五、按层次体系划分	115
第三节 计划的制定程序	118
一、估量机会	118
二、确定目标	119
三、确定前提条件	119
四、拟定备选方案	119
五、评价、选择方案	120
六、拟定派生计划	120
第四节 目标管理	121
一、目标的含义和特点	121
二、目标管理	123
案例分析：可口可乐收购计划失败，汇源再觅他主	129
第六章 决策	131
第一节 决策概述	132
一、什么是决策	132
二、决策的特点	132
三、决策的重要性	133
四、决策应遵循的原则	133
五、决策的影响因素	134
第二节 决策理论	135
一、理性决策模型	135
二、有限理性决策模型	136
三、直觉决策模型	136
第三节 决策类型	137
一、战略决策和战术决策	137
二、个人决策和集体决策	138
三、程序化决策和非程序化决策	139
四、确定性决策、风险性决策和不确定性决策	140
第四节 决策的制定过程	141
一、识别问题	141
二、确定目标	143
三、拟定备选方案	143

四、方案比较与选择	144
五、方案实施	144
六、决策结果评价和反馈	144
第五节 决策方法	145
一、定性决策方法	145
二、定量决策方法	147
案例分析：迪斯尼落户上海	153
第七章 战略	155
第一节 战略及战略管理概述	156
一、战略与战略管理	156
二、战略管理不同于一般的管理活动	157
三、战略管理的基本内容	157
第二节 战略制定过程	158
一、确定组织使命和目标	159
二、外部环境分析	159
三、内部条件分析	161
四、SWOT 分析与战略形成	162
第三节 战略层次和类型	164
一、公司层战略	164
二、业务层战略	169
三、职能层战略	174
第四节 战略实施与控制	175
一、战略实施的主要任务	176
二、战略实施的模式	176
三、战略实施中应注意的问题	179
四、战略控制	180
案例分析：五粮液“酒后驾车”——多元化路在何方？	181

第三编 组 织

第八章 组织设计与运行	185
第一节 组织理论的基本概念	186
一、合理分工与有效协作	186
二、管理幅度与管理层次	186
三、职权、职责与职权种类	188
四、非正式组织的作用	189
第二节 组织设计	189
一、组织设计的任务与成果	189
二、组织结构设计的影响因素	190
三、组织结构设计的基本原则	191

第三节 组织结构的主要类型	192
一、组织结构的基本类型	192
二、组织结构发展的新类型	195
三、组织结构发展的趋势	197
第四节 组织运行	197
一、集权与分权	198
二、正式组织与非正式组织	199
三、组织文化	200
案例分析：渤海液压公司的组织结构“手术”	203
第九章 组织变革与发展	205
第一节 组织变革	206
一、组织变革目标	206
二、组织变革的力量	207
三、组织变革过程	208
四、组织变革内容	211
五、组织变革抗拒	213
第二节 组织创新	214
一、组织创新动力	215
二、组织创新内容	217
三、组织创新模式	218
四、组织创新策略	219
五、组织创新失败	219
第三节 组织冲突	220
一、组织冲突的成因	220
二、组织冲突的特点	221
三、组织冲突的积极功能	221
四、组织冲突管理策略	222
案例分析：海尔吃“休克鱼”	225
第十章 人力资源管理	227
第一节 人力资源规划与员工聘选	228
一、人力资源规划	228
二、员工招聘	231
三、员工甄选	232
第二节 员工培训与绩效管理	233
一、员工培训	233
二、绩效管理	236
第三节 薪酬管理与职业发展	238
一、薪酬管理	238
二、职业发展	240

案例分析：泰康人寿的人才“造血”计划·····	243
-------------------------	-----

第四编 领 导 篇

第十一章 领导·····	247
第一节 领导的本质·····	248
一、领导的定义·····	248
二、领导者的权力·····	249
三、领导和管理·····	251
第二节 领导理论·····	252
一、领导理论的变迁·····	252
二、领导特质理论·····	253
三、领导行为理论·····	254
四、领导权变理论·····	257
五、领导理论的新发展·····	262
第三节 开发领导力·····	264
一、开发自我领导的能力·····	265
二、开发领导他人的能力·····	267
三、培育有领导力的下属·····	268
案例分析：马云和阿里巴巴·····	271
第十二章 激励·····	273
第一节 激励的原理·····	274
一、动机与激励·····	274
二、关于人性的学说·····	276
第二节 激励理论·····	278
一、内容型激励理论·····	278
二、过程型激励理论·····	284
三、行为改造型激励理论·····	286
四、综合型激励理论·····	288
第三节 激励的方法·····	289
一、工作再设计·····	290
二、可替代性工作安排·····	290
三、员工参与·····	291
四、目标设定·····	292
五、绩效管理·····	293
六、组织奖励和报酬·····	294
案例分析：管理者如何给下属加薪·····	298
第十三章 沟通·····	300
第一节 沟通的基本原理·····	301
一、沟通的含义与重要性·····	301

二、沟通过程	303
三、沟通的种类	306
第二节 人际沟通	311
一、人际沟通的障碍	311
二、人际沟通的乔哈里窗	312
三、改善人际沟通的技能	314
第三节 组织沟通	318
一、组织沟通的形式	319
二、组织沟通网络	320
三、组织沟通的障碍与改善	322
案例分析：教育局的通知	328

第五编 控 制

第十四章 控制的基础	331
第一节 管理控制的概念	332
一、管理控制的定义	332
二、不同历史时期的管理控制内涵	333
三、管理控制的重要性	334
四、管理控制的特点	336
第二节 管理控制的过程	337
一、确定控制标准是控制过程的起点	337
二、衡量实际工作并与标准作比较	339
三、采取行动，纠正偏差或不适当的标准	341
四、有效控制过程的基本特征	342
第三节 管理控制的类型	344
一、根据控制的领域划分	344
二、根据组织系统的层次划分	344
三、根据管理控制的切入点划分	345
四、根据管理控制的基本运行机制划分	347
案例分析：三鹿奶粉事件	351
附录 管理时尚的形成与传播	355
后记	363

第一编 概 论

水火有气而无生，草木有生而无知，禽兽有知而无义；人有气、有生、有知亦且有义，故最为天下贵也。力不若牛，走不若马，而牛马为用，何也？曰：人能群，彼不能群也。

——荀子

一切规模较大的直接社会劳动或共同劳动，都或多或少地需要指挥，以协调个人的活动，并执行生产总体的运动——不同于这一总体的独立器官的运动——所产生的各种一般职能。一个单独的提琴手是自己指挥自己，一个乐队就需要一个乐队指挥。

——马克思

在管理方面，没有什么死板和绝对的东西，这里全部是尺度问题。我们在同样的条件下，几乎从不两次使用同一原则，因为应当注意到各种可变的条件，同样也应注意到人的不同和注意许多其他可变的因素。

——法约尔

第一章 管理工作与管理者

本章学习目的

学习本章之后，你应该掌握以下内容：

管理的基本概念、含义和特点；

管理人员能力结构的特点；

管理人员在企业管理工作中扮演角色的差异性。

案例——问题的提出

联想集团的成功靠什么？

在联想集团（以下简称联想）的网站上可以看到这样的介绍：新联想是一家极富创新性的国际化科技公司，由联想及原 IBM 个人计算机事业部组成。作为全球个人计算机市场的领导企业，联想从事开发、制造并销售最可靠的、安全易用的技术产品及其优质专业的服务，帮助全球客户和合作伙伴取得成功。我们成功的基础是让客户实现他们的目标：工作高效、生活丰富多彩。联想的总部设在美国罗利，在全球 66 个国家拥有分支机构，在 166 个国家开展业务，在全球拥有超过 25 000 名员工，年营业额达 146 亿美元，并建立了以中国北京、日本东京和美国罗利三大研发基地为支点的全球研发架构。

1984 年，在中国的北京，柳传志带领的 10 名中国计算机科技人员前瞻性地认识到：PC 必将改变人们的工作和生活。怀揣着 20 万元人民币（2.5 万美元）的启动资金以及将研发成果转化为成功产品的坚定信心，这 11 名科研人员在北京一处租来的传达室中开始创业，年轻的公司被命名为“联想”（Legend，英文含义为“传奇”）。在公司发展过程中，联想勇于创新，实现了许多重大技术突破。其中，包括成功研制了可将英文操作系统翻译成中文的联想式汉卡；开发出可一键上网的个人计算机；并于 2003 年推出完全创新的关联应用技术，从而确立了联想在 3C 时代的重要地位。凭借这些技术领先的个人计算机产品，联想登上了中国 IT 业的顶峰，2006 年，联想已经连续十年占据中国市场份额第一的位置。1994 年，联想在香港证券交易所成功上市；4 年后，联想生产了自有品牌的第 100 万台个人计算机。2003 年，联想将其英文标识从“Legend”更换为“Lenovo”，其中“Le”取自原标识“Legend”，代表着秉承其一贯传统，新增加的“novo”取自拉丁词“新”，代表着联想的核心是创新精神。2004 年，联想正式从“Legend”更名为“Lenovo”。

联想在 2005 年 5 月完成了对 IBM 个人计算机事业部的收购,新联想的梦幻组合由此形成。联想是一个极富创新性的高科技公司,秉承自主创新与追求卓越的传统,持续不断地在用户关键应用领域进行技术研发投入。联想将最新的研发成果从实验室带入市场,转化为生产力并改善人们的工作和生活。联想建立了以中国北京、日本东京和美国罗利三大研发基地为支点的全球研发架构;在中国内地,联想还拥有北京、深圳、上海和成都四大研发机构,联想为全球 PC 技术的进步作出了重要贡献。联想拥有包括众多世界级技术专家在内的一流研发人才,他们曾赢得了数百项技术和设计奖项,并拥有 2000 多项专利,开创了诸多业界第一。联想研发团队的最终目标是改善个人计算机拥有者的整体体验,同时降低总体拥有成本。2004 年 3 月 26 日,联想作为第一家中国企业与国际奥委会签署合作协议,成为国际奥委会全球合作伙伴。2006 年 2 月,都灵第 20 届冬季奥运会上,联想提供了近 5000 台台式计算机、600 多台笔记本、近 400 台服务器、1600 台桌面打印机及其技术支持和服务。2007 年 6 月 12 日,联想向北京奥组委提供了 15 000 余台高品质的计算技术设备,还有 500 名高素质的联想工程师与其他合作伙伴一起,为北京奥运会提供坚强的信息保障。

联想是怎样取得成功的呢?

在联想成长的历程中,人们总要提到创始人柳传志经常强调的他自己总结出来的最深刻的心得:搭班子、定战略、带队伍,也就是他称之为的“管理三要素”。人们常常将这一心得视为柳传志对中国管理理论的贡献。柳传志有个著名的比喻:房屋论。他眼里的企业管理有三个层面,最上端的“屋顶”部分是运行层面,包括研发策略、销售策略、降低成本策略等诸多方面。在运行层面,不同的行业可能有不同的做法。中间部分是管理流程,包括对物流、信息流、资金流的管理等。在这个层面,由于有科学规律可循,好的企业之间虽略有差异却已大致相同。最底层的“地基”部分是企业机制和企业文化层面,包括现代法人治理结构、企业诚信形象的建立、内部激励机制等。在这个层面,好的企业应该是一样的。联想之所以能够成功,固然与运行层面以及管理流程方面的出色表现分不开,但最重要的原因还在于其“地基”打得好。而要打好的这个“地基”,就是柳传志称之为的“管理三要素”。

简单来讲,搭班子就是讲一个企业要有一个具有统一意志、团结协作、战斗力极强的领导班子;定战略就是公司各级领导的干部要有大局观念,要学会从长远考虑,形成发展目标,以后要学会将其分解成具体的战术步骤和实施策略,并能在发展中不断调整;带队伍是指塑造独具特色的企业文化,加强员工的凝聚力,培养领军人物,为企业未来的发展奠定基础。

(根据联想网站和相关资料整理。更多的信息可登录联想集团的网站)

从这个案例中,你能否体会到优秀管理者的个人魅力?能否感到诸如柳传志这样的优秀管理者在管理思想上确有超人之处?是否希望通过对管理学理论的学习,自己就能够依据管理学理论和思想来探索人生,努力成为像柳传志这样的人?

第一节 管 理

看完柳传志的“管理三要素”之后，你一定会提出这样的问题：为什么柳传志会将“搭班子”放在三要素之首呢？难道“搭班子”要比“定战略”重要吗？关于这个问题的答案，就要从管理活动的起源说起。

管理活动基本上是人类特有的现象。管理活动产生的原因主要应归结于人类为战胜恶劣的自然环境与凶险的内外势力，为维护自我生存与发展而产生的一种特有的“群聚”现象。对于这种现象产生的原因，人类早就有充分的认识。马克思认为：“一般来说，人们不结合在一起就不能共同劳动。他们集结在一起就是他们进行协作的条件。”^① 巴纳德也曾对这种现象进行过简单的描述：“协作存在的理由就是克服个人能力的限制。”战国时期的荀子在其《荀子·王制》篇中，也十分深刻地揭示了人类特有的群聚现象：“水火有气而无生，草木有生而无知，禽兽有知而无义；人有气、有生、有知亦且有义，故最为天下贵也。力不若牛，走不若马，而牛马为用，何也？曰：人能群，彼不能群也。”在这里，荀子精辟地解释道，人类成为“最为天下贵”，能驾驭比自己力量强大得多的牛马，主要在于人能够“群”。人类协作而产生的群应该就是管理学理论中所谓的“组织”了。因而巴纳德将组织定义为：“组织的定义就是：一个有意识的对人的活动或力量进行协调的体系。”^② 那人类应该如何来维系组织的发展，实现“义”与“分”的目标，避免出现与组织成立初期愿望相违背的短命现象呢？这就应该与人类为了维系组织正常运行所做的一类特殊活动——管理活动相联系了，使人类组织起来的群聚活动正常运转所需的一种社会职能工作也就随之而出现。这里所指的应该就是管理，或者说是科学的管理了。因为只要存在着协同，存在着为实现共同目标所需要的意志、力量的协调，就存在管理活动。由此可见，凡是在由两人以上组成的、需要通过协调达到一定目的的组织中，就存在着管理工作。本节的内容主要是结合这样一种十分简单的生活、工作现象，介绍管理的基本概念和管理工作的特点。

在这样的基础上，就应该能够理解柳传志在“管理三要素”中将“搭班子”作为要素之首的原因了。

一、管理的定义

如前所述，管理活动自古就有，来源于人类为其生存和发展所需要的一类活动，但把管理活动上升为一门科学进行研究，却是一个世纪以来的事情。那究竟什么是管理呢？下面是管理学理论的一些大家的定义。

^① 卡尔·马克思. 1983. 资本论. 北京：中国社会科学出版社

^② 巴纳德. 1997. 经理人员的职能. 孙耀君译. 北京：中国社会科学出版社. 59

管理的定义

管理就是实施计划、组织、指挥、协调和控制 (H. 法约尔)。

管理就是由一个或者更多的人来协调他人的活动,以便收到个人单独活动所不能收到的效果而进行的活动 (H. 唐纳利)。

管理就是通过计划工作、组织工作、领导工作和控制工作的诸过程来协调所有的资源,以便达到既定的目标 (L. 西蒙)。

管理是在正式组织中,通过或与人完成任务的艺术,这是在这样组织的团体中创造环境的艺术,是在组织中能够以个人和合作的方式完成组织目标的艺术,是在完成这些工作的过程中消除障碍的艺术,是在有效地达到目标时获取最优效率的艺术 (H. 孔茨)。

给管理下一个广义而又切实可行的定义,可以把它看成是这样的一种活动,即它发挥某些职能,以便有效地获取、分配和利用人的努力和物质资源,来实现某个目标 (A. 雷恩)。

管理是指同别人一起,或通过别人使活动完成得更有效的过程 (P. 罗宾斯)。

虽然以上的定义令人眼花缭乱,但仔细看就不难发现,各国的专家对管理的定义表述虽有所不同,但其中也有基本的共识,如在定义中都不同程度地突出了组织、目标、人、活动、协调这样一些关键词,以及管理工作所应包含的基本活动(工作)内容。

在本书中,管理的定义是:在组织中,为协调个人目标与组织目标的差异,以达到提高组织效果和效率目的的社会活动。

管理的概念虽十分简单,但其中的内涵却十分丰富。

(1) 组织。组织是产生管理活动的基础和必要条件。一般认为,人类单独的个人活动不存在管理学理论中所探讨的管理工作。所以前面讲到,“正式组织的定义是:两个以上的人自觉协作的活动或力量所组成的一个体系”。组织的主要特征是:一群人围绕某个共同目标的集合。也就是说,组织的显著特征是:人与共同目标。需要指出的是,这里所讲到的组织,也就是管理学理论中所研究的组织,一般认为是正式组织。

(2) 目标。组织的管理工作是为了实现组织未来目标的活动。需要指出的是,在一个组织中存在着两个目标体系:一个是组织的目标,它既是组织中人们共同的目标,也是组织领导人(集团)根据自己的价值观确立的目标;另一个是组织中个人的目标,它往往具有个性,由个人的价值追求决定。直观地看就不难发现,组织的目标和组织中个人的目标可能存在协同,也可能存在矛盾与冲突。

(3) 人。管理工作的重点是对人进行管理。虽然人、财、物、产、供、销各个要素、活动都需要管理和协调,但人作为最为活跃的生产要素,应是管理工作的重点和难点。马克思曾经说过:“许多人在同一生产过程中,或在不同的但互相联系的生产过程中,有计划地一起协同劳动,这种劳动形式叫做协作。”“一切规模较大的直接社会劳动或共同劳动,都或多或少地需要指挥,以协调个人的活动,并执行生产总体的运动——不同于这一总体的独立器官的运动——所产生的各种一般职能。一个单独的提琴手是

自己指挥自己，一个乐队就需要一个乐队指挥。”^①“以协调个人的活动”就充分表达了这样的思想。法约尔也指出：“管理职能只是作为社会组织的手段和工具。其他职能涉及原料和机器，而管理职能只是对人起作用。”^②

(4) 协调。协调是管理活动中十分重要的活动，甚至有人指出，管理就是协调。法约尔就曾指出：“协调就是指企业的一切工作都要和谐地配合，以便于企业经营的顺利进行，并且有利于企业取得成功。”“协调就是指各职能的社会组织机构和物资设备机构之间保持一定的比例。这种比例适合于每个机构有保证地、经济地完成自己的任务。”^③“总之，协调就是让事情和行动都有合适的比例，就是让方法适应于目的。”^④由此可见，协调就是组织中人、财、物等资源合理的配置，就是组织中供、产、销等活动科学的衔接，就是企业（组织）各职能部门的相互协同，更是组织中组织的目标与组织成员个人目标的协同。而管理活动就是要在这样的协同中高效率地实现企业（组织）的目标。

(5) 效率与效果。管理工作存在于组织之中。在现代社会浪潮的冲击下，人们为了自我的生存、自我的发展，都会依附于一定的组织，借以实现自我的人生目标。但这并不意味着个人目标与组织目标会自动、完全的一致，相反，在组织中会出现个人目标与组织目标不相同、不一致，甚至是冲突的情况。因此，通过管理进行协调，在确保组织目标优先实现的同时，满足个人目标的实现，这是社会中每个组织十分重要的工作。至于“提高组织效果和效率”的问题，是指人们在组织的活动中，往往会与效率（efficiency）和效果（effectiveness）打交道。效率是指投入与产出间的关系，它常常可用下列公式表示：效率=产出/投入；而效果是管理人员在工作过程中实现组织目标的程度。由此可见，效率涉及的是活动的方式，而效果涉及的是活动的结果，它们构成管理工作中两个层面的内容（图 1-1）。

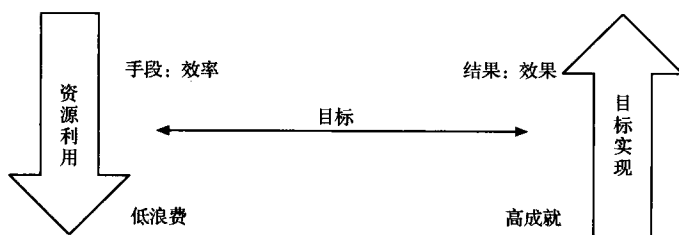


图 1-1 管理追求效率和效果^⑤

作为一名管理者，要高度地注意，管理工作是追求效率和效果的统一。这意味着管理者应注意到，在管理工作中效率（反映活动的投入产出比）和效果（反映活动目标的实现）并不是一回事，它们之间存在着可能的一致与矛盾，因而管理者应尽可能地通过对组织的有效管理，实现管理活动的高效率和好效果，要防止高效率、低效果以及好效果、低效率现象的出现。巴纳德对组织的效果和效率的看法也值得注意。

① 卡尔·马克思. 1983. 资本论. 北京：中国社会科学出版社. 326, 332

② 亨利·法约尔. 1982. 工业管理与一般管理. 周安华等译. 北京：中国社会科学出版社. 22

③ 亨利·法约尔. 1982. 工业管理与一般管理. 周安华等译. 北京：中国社会科学出版社. 114

④ 亨利·法约尔. 1982. 工业管理与一般管理. 周安华等译. 北京：中国社会科学出版社. 115

⑤ 斯蒂芬·罗宾斯. 1997. 管理学. 第四版. 黄卫伟等译. 北京：中国人民大学出版社. 6