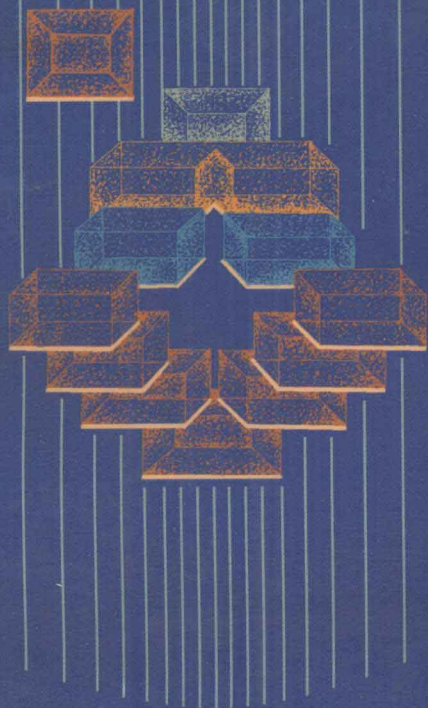


现代管理新视野书系

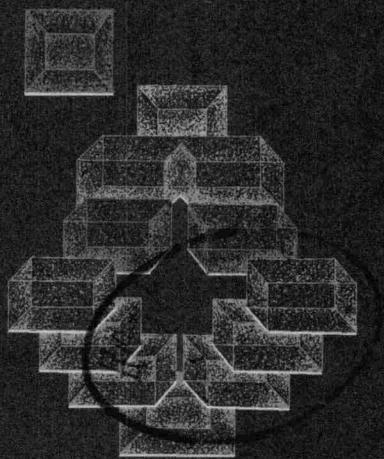


管理学导论

顾宝炎 编著

东方出版中心

现代管理新视野书系



管理学导论

顾宝炎 编著

东方出版中心

说 明

经中央机构编制委员会办公室和中华人民共和国新闻出版署批准,原中国大百科全书出版社上海分社、知识出版社(沪),自1996年1月1日起,更名为东方出版中心。

管理学导论

顾宝炎 编著

出版: 东方出版中心 (上海仙霞路 335 号邮编 200335)	开本: 850×1168(毫米)1/32 印张: 11.25
发行: 东方出版中心	字数: 266 千字 插页 2
经销: 新华书店上海发行所	版次: 1991 年 8 月第 1 版 1998 年 1 月第 3 次印刷
印刷: 昆山市亭林印刷总厂印刷	印数: 10,001—18,000

ISBN 7-80627-250-X/F·13 定价: 17.00 元

内 容 提 要

管理学是整个管理学科体系的基石。本书系统介绍管理学的基本理论、基本原理,用五大篇(总论、计划、组织、领导、控制)架构出管理学的一般内容。其中“组织理论”、“行为理论”、“激励理论”、“领导理论”等章节反映了现代管理学的思想方法;“计划的类型”、“计划工作的内容”、“决策程序”、“决策方法”、“财务控制和经营控制”、“信息控制和全面控制”等章节则表明了管理学实践性和操作性的特点。本书内容充实、文字简练,宜作管理专业基本教材,也可供广大管理工作进修用。

前 言

现代社会的发展，使管理之必要几乎渗透人类社会活动的各个领域，从而萌生出各种门类的管理学科。而这些管理学科共同的理论基础，就是管理学科体系的基石——管理学。

长期以来我国管理学科的建设很薄弱，这与社会主义初级阶段商品经济的不发达既紧密相关又不相适应。党的十一届三中全会以后，中央强调要重视管理工作、学习管理知识、举办管理专业、提高管理水平，使管理学科在我国的发展出现了前所未有的蓬勃局面。

改革、开放的政策为管理学科的发展创造了良好的条件，也提出了强烈的社会需求。但目前管理学科的现状与形势不相适应，表现在：其一，我国的管理学科过去受苏联的影响，是沿着政治经济学→部门经济学→企业管理学的路子发展的。后来又引进了许多西方经济学的内容。管理学科是以经济学为基础的，是从经济学的“腹”中产生的，至今无法摆脱经济学的“胎记”。这也是造成管理与经济不分、对什么是管理不甚了了状况的重要原因。其二，近几年来我们引进了国外先进管理经验和科学理论。这些对于充实丰富我们的管理知识、促进我国管理学科的建设有着巨大的作用，但因国情不同，在消化、吸收、应

用上存在不少困难。

为了改变所谓“经济繁荣、管理落后”的状况，切实推进管理学科的发展，就要促使具有我国自己特色的管理学科尽快地建立、完善、成熟起来，成为一门独立的学科。管理学科的建设应从我国的实际出发，吸收国外先进的适用的管理经验和理论，探索一条适合我国国情的社会主义管理学科体系，进而推动各个领域管理水平和效率的提高。

二

管理理论在人类活动各个领域中的发展，形成了许多专门性的管理学科以及与其它学科交叉渗透的边缘学科和派生学科。例如有：企业管理、工业管理、商业管理、农业管理、科技管理、文化管理、财政管理、教育管理、行政管理、医院管理、军队管理、政府机构管理、城市管理、党团管理、物资管理、交通管理、国民经济管理、信息管理等等。但就其总体来说则可以分为两大类、四个层次。

所谓两大类，一类是经济管理学科，国外也称为盈利管理学科（profit-management），这类管理学科适用于以盈利为目标的经济组织，自然也以盈利高低来作为判别管理水平的主要标志，如：工业企业管理、商业企业管理等；另一类是非经济管理学科，国外也称为非盈利管理学科（non-profit-management）这类管理学科适用于不以盈利为目标的非经济组织，自然也不以盈利高低来作为判别管理水平的主要标志，如：军队管理、政府机构管理、党团管理、医院管理、教育管理等。

四个层次则是微观管理学、中观管理学、宏观管理学、管理学。

微观管理学是以组织个体作为研究对象，研究单一组织中的

管理问题。其典型的代表则是工业企业管理学，它以单一的工业企业作为其研究对象，并且研究的重点是如何加强企业内部管理以及适应外部的经营环境，从而提高企业经营效益。至于单一企业外部环境的改善和研究则不是这门学科的重点。

中观管理学是以多个组织组成的组织群体作为其研究对象，研究多个组织作为一体情况下的管理问题。其典型的代表则是工业经济管理学。它是以工业企业群体作为其研究对象，并且研究的重点是作为工业企业群体的管理体制、战略规划、组织结构、分工协作等课题，并以工业企业群体经营效益的提高为目标。当然它也要研究和外部环境相适应的问题。但是探索各个不同的工业企业群体或组织群体之间的相互关系和管理问题，则不是这门学科的重点。

宏观管理学是以多个组织群体组成的组织整体作为其研究对象，研究在相当范围内将不同类型的组织群体集合起来成为一个整体情况下所出现的管理问题。其典型的代表则是国民经济管理学，它是以整个国民经济作为其研究对象，并且研究的重点是国民经济整体管理中的一些带有全局性的问题，对此进行科学的分析，并提出有理论依据的对策。这门学科的发展需要对客观实际有较全面深刻的了解，并且需要拥有多种学科知识的准备，因此难度是比较大的。

管理学则是以管理学科的基本原理、基本理论作为其研究对象，它所提出的一些基本原则、基本思想是各类管理学科的概括和总结，它指出了无论是经济管理类学科还是非经济管理类学科都必须遵循的一般规律。如果说微观管理学、中观管理学、宏观管理学研究的是不同程度的特殊管理，或称为管理特殊，那么管理学所研究的则是管理一般。它为组成整个管理学科体系的各门学科提供基本的框架，并为整个管理学科体系的建设和发展指明方向。因此，我们称管理学为整个管理学科体系的基石。

三

管理学科是一门应用性、实践性、社会性很强的学科，它的发展必须来源于社会的实践和经验的总结，不这样，管理学科就成了无源之水、无本之木，也不可能满足社会的需求和得到实际的应用效果。但作为一门学科，它又不能停止在经验总结、情况描述的阶段。作为学科，它要从大量的社会实践和经验总结中抽象出一些本质的、带有普遍性的一般规律和基本原理，从而体现理论的科学性、超前性和生命力及其对实践的指导意义。在这方面，管理学作为管理学科体系的基石担负着重要的特殊使命。

理论来自于实践，实践是检验真理也是检验理论的唯一标准，因此理论又要应用于实践，要能够指导实践，从而避免一些可以避免的失误。缺乏正确的科学的理论指导的实践将会是曲折的、反复的，效果也不显著。反之，则可使我们的道路平坦些。这就是理论的威力。管理学作为管理学科体系的基石，它既为整个管理学科的发展提供理论依据，又为实际工作提供理论指导。这是十分重要的任务，也是十分艰巨的任务。

近几年来，我国不少有志于管理学科发展的前辈学者和实际工作者作出了很多开拓性的贡献，这些不仅为学科的发展创造了良好的条件，而且开拓者的勇气和成绩给后来者以鞭策。

本书是在我国管理学科开拓者们的鼓舞下所作的一些学习、研究成果的总结，意在向管理专业的学生和实际工作者提供一本有用的入门读物。最后恳望同道和实际工作者不吝指教。

中山大学管理学院 顾宝炎

于上海

目 录

前言	1
----	---

总 论 篇

第一章 管理工作和管理学	3
第一节 管理工作	3
一、管理的出现和定义	3
二、管理者的职责和任务	6
三、管理工作的基本特点	7
第二节 管理学	9
一、管理的科学性和艺术性	9
二、古老而发展缓慢的管理学	10
三、管理学的内容和结构	11
第二章 管理思想的发展	14
第一节 传统管理思想	14
一、传统管理思想的形成和特点	14
二、科学管理思想先驱们的贡献	16
第二节 科学管理思想	17
一、科学管理思想的形成和特点	17
二、泰罗的科学管理思想	20
三、法约尔的一般管理思想	23
第三节 现代管理思想	27
一、现代管理思想的形成和特点	27
二、梅奥的行为科学思想	29

三、巴纳德的组织理论和系统管理思想	31
四、西蒙的决策管理思想	32
第四节 管理理论的“丛林”	33
一、管理理论学派综述	33
二、“丛林”带来的启示	37
第三章 组织的目标	41
第一节 组织目标的重要	41
一、组织目标的概念	41
二、组织目标的作用	42
三、组织目标的类型	43
第二节 组织目标的确定	45
一、目标确定的过程	45
二、目标确定的要求	47
三、目标确定的分析	48
第三节 目标管理	50
一、目标管理产生的背景	50
二、目标管理的本质原理	51
三、目标管理的过程	53
四、目标管理的应用	54
第四章 管理与环境	56
第一节 环境对管理的影响	56
一、经济环境的影响	56
二、技术环境的影响	58
三、社会环境的影响	58
四、伦理环境的影响	59
五、法律环境的影响	59
第二节 比较管理	60
一、比较管理的意义	60
二、不同背景条件下的管理差异性	61

三、不同背景条件下的管理普遍适用性和可转移性	62
第三节 国际管理	63
一、跨国公司的兴起	63
二、价值观念的影响	64
三、政治风险的影响	65
四、国际业务管理的发展	65
第四节 未来管理	67
一、未来管理的若干趋势	67
二、未来管理人才的培养	68

计 划 篇

第五章 计划	73
第一节 计划的作用	73
一、计划的概念和必要	73
二、计划的特点	74
第二节 计划的类型	77
一、长期计划和短期计划	77
二、职能计划	78
三、计划的形式	79
第六章 计划工作	83
第一节 计划工作的作用	83
一、计划工作的地位	83
二、计划工作的原则	85
三、计划工作的失误	85
第二节 计划工作的前提	88
一、外部前提	88
二、内部前提	91
三、有效地确定前提	91
第三节 计划工作的内容	92

一、计划工作的步骤	92
二、计划工作的方法	94
三、计划工作者的职责	95
第七章 战略计划	97
第一节 战略管理	97
一、战略管理的重要性	97
二、战略管理的前提	98
第二节 战略计划工作	101
一、战略计划工作的内容	101
二、生产战略计划	103
三、市场战略计划	105
四、战略计划的有效贯彻执行	107
第八章 决策	110
第一节 决策概论	110
一、科学决策的重要	110
二、科学决策的要点	111
第二节 决策程序	112
一、发现问题	112
二、确定目标	113
三、价值准则	115
四、拟定方案	116
五、分析评价	116
六、方案择优	117
七、方案实施	117
八、追踪决策	118
第三节 决策方法	120
一、确定型决策	120
二、风险型决策	121
三、不确定型决策	123

四、敏感度分析	126
五、情报的价值	126
第四节 决策思维	127
一、决策者的职责	127
二、效用理论	128
三、审查重点	129
四、区别处理	130
五、发扬民主	131

组 织 篇

第九章 组织理论	135
第一节 组织依据	135
一、组织的概念	135
二、组织的基本原则	136
第二节 组织理论的发展	137
一、组织理论概述	137
二、古典组织理论	137
三、新古典组织理论	139
四、权变组织理论	140
第十章 组织结构	143
第一节 部门化	143
一、部门化的意义	143
二、部门化的类型	143
第二节 管理跨度	148
一、管理跨度的概念	148
二、影响管理跨度的因素	150
第三节 人员结构	152
一、组织结构中的能级原理	152
二、帕金森定律	154

第四节 委员会	156
一、委员会的作用	156
二、委员会的运用	157
三、常务委员会和董事会	160
第十一章 组织关系	163
第一节 授权	163
一、权力的有效性	163
二、权力的委任过程	164
三、权力委任的条件措施	165
四、权力委任中的心理影响	168
第二节 集权与分权	170
一、集权与分权的相对性	170
二、影响集权和分权的主要因素	171
三、分散经营和协调控制	174
第三节 直线权力和参谋权力	176
一、直线权力和参谋权力的概念	176
二、直线权力和参谋权力之间的关系	179
三、直线权力和参谋权力之间的冲突	180
四、直线权力和参谋权力之间的协调	182
第十二章 组织变革	185
第一节 组织分析	185
一、组织变革的原由和标志	185
二、组织分析的程 序	186
三、组织分析的手段	188
四、组织分析的作用	190
五、组织分析的重点	191
第二节 组织发展	193
一、组织发展的策略	193
二、组织发展的阻力	194

三、组织发展的规划	165
-----------------	-----

领 导 篇

第十三章 行为理论	201
第一节 个体行为	201
一、人的行为模式探讨	201
二、个性及其影响因素	203
三、知觉在行为形成中的作用	207
四、学习在行为形成中的作用	210
第二节 群体行为	214
一、群体的概念和分类	214
二、群体形成的原因	215
三、影响群体的因素	217
四、群体行为的特有倾向	219
第十四章 激励理论	223
第一节 激励的作用	223
一、激励的概念	223
二、激励的过程	224
三、激励的作用	226
第二节 内容型激励理论	229
一、马斯洛的“需要层次论”	229
二、阿德弗的“ERG理论”	231
三、麦克利兰的“成就激励论”	232
四、赫茨伯格的“双因素论”	233
第三节 行为改造型激励理论	234
一、操作性条件反射理论	234
二、归因理论	235
三、挫折理论	236
第四节 过程型激励理论	237

一、期望理论	237
二、公平理论	233
第十五章 领导理论	240
第一节 领导的职责	240
一、领导的职责和作用	240
二、领导者的权力和权威	241
三、领导者的素质和修养	244
第二节 领导行为理论	246
一、X、Y理论	246
二、勒温理论	247
三、李克特的领导方式研究	248
四、领导行为的四分图理论	250
五、管理方格图理论	250
第三节 领导权变理论	251
一、非德勒的随机制宜领导理论	252
二、领导连续统一体理论	254
三、途径目标理论	255
四、决策参与理论	256
五、不成熟—成熟理论	257
六、应变领导模式理论	258
第十六章 群体沟通	261
第一节 信息沟通概述	261
一、信息沟通的作用	261
二、信息沟通的过程	262
三、信息沟通的层次	263
第二节 内向沟通	263
一、自我	263
二、自我认识	264
三、内向沟通的过程	265

四、影响内向沟通的因素	265
第三节 人际沟通	268
一、人际沟通的障碍	268
二、人际沟通的改善	270
三、积极地劝说和仔细地聆听	271
第四节 组织沟通	272
一、组织沟通的渠道	272
二、组织沟通的方式	274
三、组织沟通的障碍	275
四、组织沟通的改善	276

控 制 篇

第十七章 控制概论	281
第一节 控制的意义	281
一、控制论的产生与发展	281
二、管理中的控制职能	282
三、封闭原理	284
第二节 控制的过程和类型	286
一、控制的过程	286
二、控制的类型	289
第三节 控制的前提和原则	292
一、控制的基本前提	292
二、控制的基本原则	293
第十八章 财务控制和经营控制	296
第一节 财务控制	296
一、预算的控制意义	296
二、预算的种类	297
三、预算工作中的偏向	299