



# 企業管理

Understanding Business

## 動盪環境中的優勢來源

李南賢 張威龍 蘇雲華 王俊人  
編著

# 作者簡介

## 李南賢

**現 職** 中國文化大學 國際企業管理學系 教授

**學 歷** 美國加州 Armstrong 大學 博士  
美國明州 Metropolitan 大學 碩士  
國立台灣師範大學 碩士

**經 歷** 曾任科技大學 企業管理系、所教授 兼系主任・所長  
國立中興大學 企業管理學系、所教授  
三櫻集團 成本分析管理顧問  
廣隆會計師事務所 會計師 兼所長

**專 長** 企業管理、管理學、行銷管理、會計學、公司治理

## 張威龍

**現 職** 崇右技術學院企業管理系 教授  
技術合作處 處長  
國立台北大學企管系兼任教授

**學 歷** 國立台北大學企業管理研究所 博士  
國立中興大學企業管理研究所 碩士

**經 歷** 中國科技大學 管理學院院長  
清雲科技大學 國際企業經營系教授兼主任  
萬能科技大學 企管系教授兼主任  
松威醫療儀器（限） 董事／總經理

**專 長** 企業管理、行銷管理、策略管理、組織管理、消費者行為

Author  
作者簡介

## 蘇雲華

- 現 職** 靜宜大學企業管理學系 副教授  
企業與管理學會 理事長
- 學 歷** 國立中山大學 企業管理 博士（主攻行銷）
- 經 歷** 多家上市公司、中小企業 首席顧問、執行長
- 專 長** 行銷管理、服務行銷、科技管理、人力資源管理

## 王俊人

- 現 職** 國立體育大學管理學院休閒產業經營學系  
國立體育大學校務基金管理委員會秘書兼教務處招生組長
- 學 歷** 國立臺北大學企管博士  
國立臺灣科技大學企管碩士  
國立臺灣大學國企系學士
- 經 歷** 國立體育大學管理學院休閒產業經營學系專任副教授  
國立臺北大學休閒與管理學系兼任副教授  
實踐大學企管系碩士班（在職班）兼任副教授  
多家企業教育訓練講師
- 專 長** 管理學、消費者行為研究、中小企業管理、創新與創業管理、策略管理

# 劉序

成功的經營者是與生俱來的？還是經由學習而來？這個問題始終都有很多的辯論，但越來越多人相信，有計畫的學習有助於成功經營者的養成。

曾有一位學生訪問一位傑出的企業家：「能不能告訴我為何您這麼傑出？」這位企業家回答：「因為我過去這些年做對許多決策。」學生再問：「為何您會做對許多決策？」企業家答：「因為我很有經驗。」學生又問：「您的經驗從何而來？」，企業家再答：「錯誤的決策」。

這位傑出企業家能從他自己錯誤決策中學習到寶貴的教訓，而且十分幸運地，他還有下一次機會，使他能做對決策，反敗為勝。大多數經營者可能經不起多次決策錯誤，早就無法翻身。因此從自己的經驗中學習不是最有效的成功途徑，但如果能從他人的經驗中學習就另當別論了。

「企業管理」這門學問，就是彙整古今中外許多經營者成功或失敗的經驗，逐步發展成企管理論，讓學習者透過對理論的瞭解，學習到他人經驗，以減少自己犯錯的機率，進而增加成功的機會。

好友南賢學長學養俱佳，對企業管理有多年教學經驗，曾著有「管理學」相關書籍多種，廣被大專校院教師選為教科書或參考書。現將其研究與教學心得和他知友攜手編撰之「企業管理」乙書，相信一定也是一本廣受歡迎的著作。

本書共十四章，大致是順著「環境－策略－執行」的架構編排其章節，其中在執行面比重最高，也顯示作者對經營實務的重視。本書最後又提出團隊、企管新趨勢等章節，提醒讀者應用企管理論要因地制宜，與時俱進，才能有所成效。

希望所有讀者讀完此書都有收獲。



謹識

財團法人高等教育評鑑中心基金會董事長  
國立中山大學管理學院榮譽講座  
前國立中山大學校長

## Preface 黃序

知名管理學者李南賢教授的新著《企業管理》即將出版，這是李教授根據多年從事企業管理的教學和研究工作，以及多年擔任企業經營顧問的實務經驗所撰寫的一本著作，理論與實務兼備，是為已經在職場上擔任主管或仍在學校修讀但有心投入企業管理工作的年青人而寫的一本管理教科書或參考書。

管理（management）是要經由自己和他人的努力來把事情做好以達成組織目標。簡言之，管理就是要群策群力，達成組織目標。為了要做好企業管理工作，必須要去執行規劃、組織、人力資源、決策、領導、溝通、激勵等各項管理功能。同時，企業管理也必須受到各項宏觀環境的規範，處在全球化的時代和網際網路的世界中，外部宏觀環境的影響尤其不可忽視。本書在企業管理所涉及的各個層面都有全面性的探討。

基本上，管理是管人的工作。因此，管理不能違背人性，而是要順應人性，本書也非常著重人性化的管理。

李教授學有專長，除教學和研究之外，也有豐富的企業管理實務經驗。本書是李教授和他的知友致力完稿，均是多年學習和從事管理所累積的結晶，相信各位讀者讀完本書後，一定會有所收穫。

黃俊英

謹識

國立中山大學管理學院榮譽講座教授

義守大學管理學院講座教授



# 自序(一)

我國是多元化開放社會、知識擴增。大環境巨幅變動。茲以因應時代潮流，人們極力重視、科技發展與知識管理。

管理的理念，溯自有人類群居生活開始，便須運用簡單的管理工具，以結合群眾力量、抵禦外來的壓力，淵源於近代學者們把管理更顯明的定義為管理學門，是一種能經由他人的努力以完成工作的人（Managers are people who get things done through others）。臻是從管理理論結合實務方法作有系統的成為一門重要學科。

企業管理（business management, BM）涵蓋面宜因應現代科技進步、經濟快速發展。政府機構、企業界均視企業管理、致力研究的重心。作者針對此項時代趨勢。歷經在大學講授、「企業管理和經營實務」，彙集課程中講義，蒐集資料、用心撰稿。本書凡十四章，分第 1~2 章以企業、知識、管理。第 3~4 章以環境管理、規劃管理。第 5~7 章以策略管理、決策管理、組織。第 8~11 章以企業倫理、溝通、領導、激勵。第 12~14 章以行銷管理、人力資源管理、企業新理念。本書提供企業界青年朋友們向上提昇、向前發展自修用書。且適用大學校院，企業管理或管理學之教材。

本書荷承國立中山大學前 校長劉維琪博士、黃榮譽講座教授俊英博士寵賜序言，並蒙中國文化大學前 校長彩梅博士、承高雄大學 黃校長英忠博士、朝陽科技大學 鍾任校長琴博士、育達商業科技大學 唐校長彥博 博士之鼓勵。書中內容敬謹引自當代學者專家之論著，叨光益多，不敢掠美，悉以注釋散列各頁，並詳列本書參考文獻 392~396 頁。撰寫過程，承好友、張威龍教授、蘇雲華老師、王俊人老師、提供專業卓見、鼎立著墨相助。我的家人全力支持。高足苗鳳芝小姐、自願協助出書工作、平素經常忙到深夜。併此謹致衷心感謝！

作者之進修學業承 杜恩師穎傑先生垂愛、時在浯洲嶼、戰地前線，物資極缺，杜師就地取材，精心設計教材，多年受教。今日學業、事業皆杜師栽培之恩，永矢感念，敬謹捧攜此書呈獻 杜師在天之靈。

企業管理，理論與實務涵蓋面既深且廣，作者雖然已竭盡心力，但才疏學淺仍難做到圓滿無遺，倘若書中內容有疏漏或錯誤之處。敬祈社會賢達，學者先進，惠賜指正，匡我不逮，願本書更臻精實。

李南賢

謹識

中國文化大學國際企業管理學系  
台北 陽明山 華岡

# 自序(二)

「最好的企業，必須有最好的人才加以經營運作」(the best business must have the best people to operate it.)，經營運作工商團隊或組織，就是企業管理的主要內涵，尤其現今知識經濟世代裡，而又面臨國際化以至全球化的領域下，經營任何企業組織必須有「硬道理」與「軟實力」而輔之以國際視野與多元化管理能力，纔具有優勢競爭力。本書各章所探討的知識管理、環境策略、決策、組織、行銷、溝通、人力資源、以及企業發展等章節，即依據上述理念闡述而成書。

主導本書是請李南賢教授、從研擬、逐次規劃，配置、整合、臻全書編印。並邀約忝列作者與序，茲遵數語，用資盛意忱謝。

現代企業管理與傳統管理最大的不同背景形勢在1980年代以來的網路化、國際化（全球化），多元化管理領域的普及情勢，而又面臨若干「不確定性」(uncertainty)與危機情勢，尤見本書對於若干企業經營與管理領域的核心、知識與個案或實例解說細膩，對於現今各大型或中小企業所面臨的變革與創新理念及實務多有著墨，本書在每一章節前皆有「國際視野」之各國實務案例以及「經營管理風向球」引導讀者進一步了解本章各議題是其重要特色。

「書到用時方恨少」，威龍曾在各大專校院講授企管教學與實務工作二十餘年，但在為本書提供意見之際，仍覺學驗不足，力有未逮，茲本教學相長初衷，毅然配合成書，疏陋之處，敬請學界前輩專家學者多所指正為禱。

張威龍 2011.3.21

序於崇右技術學院

Preface

# 自序(三)

承師導李教授南賢先生看得起，要求敝人忝任聯合作者之一，心中是既愧又感激！對於李教授的提攜之意，雲華銘感五內。

於本書之成，雲華實不敢造次，因只有校閱而無實質撰寫之功。但也因校閱而得先拜讀本書，深為其架構完整、內容精實、文筆流暢而讚嘆。雲華雖已忝列學者之林，但研讀本書後，亦深覺受益良多，相信本書讀者讀後亦當有如斯感覺。

學而後知不足，習而後才知所缺，每本教科書均有其可學及不足之處，懇求前輩學者先進於本書有所指正，使本書真正能具教學相長之效。若能如此，是為所願！

蘇雲華

教筆於台中

99 年隆冬



# 自序(四)

根據教育部的統計，國內大專校院數量到民國 100 年已達一百六十多所。因為學生人數的爆增，商管相關學院幾乎都列為必修課程的「管理學門」也出現了許多不同版本的教科書，使得許多任課教師在選用教科書時難以抉擇。而隨著高學歷人數與就業困難度的增加，許多機構在招募新人時多會將「管理學門」列為必考科目，也因此坊間在近年來也出現許多以考試為導向的管理教科書，使得許多想準備考試的學生不知該如何選擇。甚至在 MBA 或 EMBA 的考試中，「管理學門」所扮演的角色已從過去的配角變成主角，部份學校甚至將原本經濟或統計的專業科目取消改考管理學門，由此可知管理學門課程的重要性將與日俱增。

過去數年來筆者在選擇教學用書時，經常希望能選用一本質量兼俱，能符合教學需求，又能讓學習者在將來應付各種考試時能當成答題依據的教科書。有感於此，與幾位同樣具有豐富教學與實務經歷的前輩們決定共同撰寫一本書能符合上述需求的教科書。

在內容的選取上，除了傳統的管理學理論的架構之外，也加入了部份的企業功能以符合教學與考試的需求；在分工方面，每位作者皆依其專長與經歷，撰寫最擅長的各章節；在整合部份，由最具權威的李南賢教授經過細心的統整並做最後的確認。俊人主要任務是依照李教授的建議統整與編修內文，增補遺字並修飾書中各章節的各個案例。

因為管理學門領域的發展愈來愈多元化，本書的內容取捨相當不易，經常讓作者與編輯們陷入長考而一再延後完稿時間，至到 2010 年底才定稿。即使筆者已盡力編寫，但面對管理領域的浩瀚文獻，才疏學淺的我們所撰寫的內容難免會有疏漏或錯誤之處，希望各位學術與實務的先進前輩們能不吝指正，讓本書有機會能更加完善。

王俊人

於 台北市 2011.03.03

CHAPTER

1

企業、知識  
與經濟

Business, Knowledge and Economic

本章摘要

企業是結合各種知識的組織，以實現服務社會的目標。企業必須吸收現代社會知識了解經濟知識，然而擁有經濟知識，仍不足以構建成功的組織與實踐。正恰企業從經驗中學習是重要的事實。

學習目標

1. 企業是什麼？它有何特點。
2. 知識經濟的起源。
3. 知識經濟作為傳統知識與經驗性知識。
4. 知識經濟的定義。
5. 後工業時代。
6. 傳統經濟與新經濟之差別。
7. 知識經濟。
8. 學習型組織的意義及其五大條件。
9. 企業知識管理與知識經濟之應用。

【本章摘要】精簡的讓讀者瞭解本章將討論或介紹那些內容。

【學習目標】清楚的讓讀者知道學習完後對哪些重要概念會有基本的認識。

【國際視野】透過來自各國的實際案例引導讀者進一步瞭解本章各議題的重要性，有助於學習前的引導。

國際視野

組織專業社群，增進創新

【摘要】(2004)

對人類而言，專業社群是促進創新的組織。因為成功的組織具有共同特色。企業社群是「處於社會的成員」。員工也承認該組織是組織企業。員工努力達成組織目標。企業也從此組織的動力而激勵。達到專業社群目標。這是一種連續的「正向循環」。這樣的循環會使得有良好知識之員工不斷學習或更新知識。這也成為企業競爭優勢的重要來源。因為該社群與組織中的專業知識之競爭優勢。

組織不可忽視其發展。專業社群是組織內有經驗的成員。對外的世界發展。向內則為企業知識的累積。Edward B. Lawler 在「領導人與專業人」雜誌(Leaders to Leaders)中，他探討了建立專業社群與組織的關係。

1. 專業社群的運作員工：專業社群的主要成員是專業人士。對個人與組織的運作有深遠的影響。它會激勵組織員工與企業間的互動關係。員工會對組織有貢獻。員工的知識、以及員工對組織的忠誠度。

2. 專業社群的運作：專業社群的運作，是建立在專業知識與經驗的企業間的方法。然而，在建立專業社群時，該專業社群建立的組織應與專業社群一致。該專業社群應與企業間的運作一致。因為「這個專業社群」會與企業間的不斷交流。而專業社群的運作。因為「這個專業社群」會與企業間的不斷交流。而專業社群的運作。因為「這個專業社群」會與企業間的不斷交流。

3. 專業社群的運作：專業社群的運作，是建立在專業知識與經驗的企業間的方法。然而，在建立專業社群時，該專業社群建立的組織應與專業社群一致。該專業社群應與企業間的運作一致。因為「這個專業社群」會與企業間的不斷交流。而專業社群的運作。因為「這個專業社群」會與企業間的不斷交流。

國際視野

專業知識企業 (KBE)，這

是企業知識經濟的方式。可

以透過員工知識的累積，

達到專業社群的運作。

專業社群的運作，是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因

為「這個專業社群」會與企

業間的不斷交流。

專業社群的運作。是建立在

專業知識與經驗的企業間

的方法。然而，在建立專業

社群時，該專業社群建立的

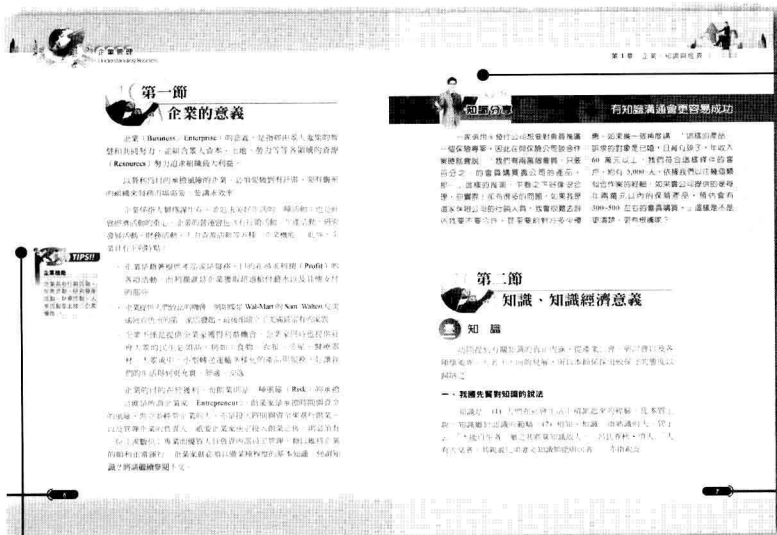
組織應與專業社群一致。

該專業社群應與企業間的

運作一致。因為「這個專業

社群」會與企業間的不斷交

流。而專業社群的運作。因



【TIPS】提出重要名詞加以說明。



【風向球】透過各種不同的案例幫助讀者瞭解文中所介紹的概念或議題在實務上的應用。

【知識分享】透過許多簡短的故事來闡述文中的概念。

【關鍵詞】將文中重要關鍵字集中，有助於讀者查詢。

【觀念回顧】摘要且有系統的整理文中重要概念，有助於讀者快速地再次回顧內文中的內容。

【問題討論】透過問題的討論進一步釐清讀者對相關概念的認識，有助於學習效果的評量。

# 目錄

## CONTENTS

|        |     |
|--------|-----|
| 作者簡介   | ii  |
| 推薦序、序言 | vi  |
| 如何閱讀本書 | xii |
| 圖表目錄   | xx  |

### Chapter 1

#### 企業、知識與經濟..... 2

##### 國際視野 如何建立良性循環的組織 4

##### 第一節 企業的意義 6

##### 知識分享 有知識溝通會更容易成功 7

##### 第二節 知識與知識經濟 7

##### 第三節 知識管理的意義 13

##### 第四節 知識管理的重要性 15

##### 第五節 知識管理發展與運用 17

##### 經營管理風向球 創造力是賺錢的創意工具箱 21

##### 關鍵詞 23

##### 觀念回顧 23

##### 問題討論 23

### Chapter 2

#### 管理理論..... 24

##### 國際視野 誰是台灣經理人的「假想敵」？ 26

##### 第一節 管理的意義 28

##### 第二節 西方管理哲學與理論概述 29

##### 第三節 中國管理思想概述 41

##### 經營管理風向球 品質與創新是現代管理的焦點 48

##### 關鍵詞 50

##### 觀念回顧 50

##### 問題討論 51

### Chapter 3

#### 環境與管理..... 52

##### 國際視野 企業賺不賺 看 CQ 就知道 54

##### 第一節 組織環境 56

|                |               |           |
|----------------|---------------|-----------|
| <b>知識運用</b>    | <b>新市場的掌握</b> | <b>66</b> |
| 第二節            | 新世界的企業環境      | 67        |
| <b>經營管理風向球</b> | <b>全球化趨勢</b>  | <b>71</b> |
|                | 關鍵詞           | 73        |
|                | 觀念回顧          | 73        |
|                | 問題討論          | 73        |

## Chapter 4

### 規劃管理 ..... 74

|                |                          |           |
|----------------|--------------------------|-----------|
| <b>國際視野</b>    | <b>企業成長的課題</b>           | <b>76</b> |
| 第一節            | 規劃的意義                    | 78        |
| 第二節            | 目標設定                     | 82        |
| <b>知識分享</b>    | <b>管理實務，情境規劃不再摸著石子過河</b> | <b>86</b> |
| 第三節            | 規劃的程序                    | 87        |
| 第四節            | 目標管理                     | 89        |
| <b>知識運用</b>    | <b>時間管理</b>              | <b>94</b> |
| 第五節            | 創業家精神                    | 95        |
| <b>經營管理風向球</b> | <b>管理者應具備的能力</b>         | <b>98</b> |
|                | 關鍵詞                      | 100       |
|                | 觀念回顧                     | 100       |
|                | 問題討論                     | 101       |

## Chapter 5

### 策略管理 ..... 102

|                |                 |            |
|----------------|-----------------|------------|
| <b>國際視野</b>    | <b>經理人的策略觀</b>  | <b>104</b> |
| 第一節            | 策略的意義與目的        | 106        |
| 第二節            | 策略的形成           | 107        |
| 第三節            | 策略的類型           | 109        |
| <b>知識分享</b>    | <b>策略到執行一路通</b> | <b>110</b> |
| 第四節            | 策略與管理程序         | 118        |
| <b>經營管理風向球</b> | <b>策略規劃</b>     | <b>124</b> |
|                | 關鍵詞             | 126        |



# 目錄

## CONTENTS

|      |     |
|------|-----|
| 觀念回顧 | 126 |
| 問題討論 | 127 |

### Chapter 6

#### 決策管理 ..... 128

##### 國際視野 不穿襪子的另類 CEO 終結漢堡王七年虧損 130

|     |           |     |
|-----|-----------|-----|
| 第一節 | 決策的程序     | 132 |
| 第二節 | 決策的相關技術   | 135 |
| 第三節 | 決策的問題與類型  | 143 |
| 第四節 | 決策風格與群體決策 | 146 |
| 第五節 | 腦力激盪會議法   | 151 |
| 第六節 | 改善群體思考的方法 | 156 |

##### 經營管理風向球 直覺的決策 156

|      |     |
|------|-----|
| 關鍵詞  | 158 |
| 重點回顧 | 158 |
| 問題討論 | 159 |

### Chapter 7

#### 組 織 ..... 160

##### 國際視野 組織的意義 162

|     |         |     |
|-----|---------|-----|
| 第一節 | 組織的意義   | 164 |
| 第二節 | 組織結構與設計 | 165 |
| 第三節 | 組織型態    | 169 |

##### 知識分享 教育的變革開始 175

|     |        |     |
|-----|--------|-----|
| 第四節 | 組織中的權力 | 176 |
| 第五節 | 組織再造   | 180 |

##### 經營管理風向球 技術加管理 提升創新綜效 184

|      |     |
|------|-----|
| 關鍵詞  | 186 |
| 觀念回顧 | 186 |
| 問題討論 | 187 |

### Chapter 8

#### 企業倫理與企業文化 ..... 188

##### 國際視野 企業倫理 尊重與傳承找平衡 190

|     |              |     |
|-----|--------------|-----|
| 第一節 | 企業社會責任與道德的關係 | 192 |
|-----|--------------|-----|

|                |                  |            |
|----------------|------------------|------------|
| 第二節            | 企業倫理             | 193        |
| <b>知識運用</b>    | <b>倫理之破產</b>     | <b>197</b> |
| 第三節            | 組織文化             | 198        |
| 第四節            | 文化的內涵            | 200        |
| <b>經營管理風向球</b> | <b>倫理與社會轉型行為</b> | <b>205</b> |
|                | 關鍵詞              | 207        |
|                | 觀念回顧             | 207        |
|                | 問題討論             | 208        |

## Chapter 9

### 溝通管理與變革 ..... 210

|                |                                          |            |
|----------------|------------------------------------------|------------|
| <b>國際視野</b>    | <b>一流管理智慧：<br/>Taipei101 是全台灣最好的專案管理</b> | <b>212</b> |
| 第一節            | 溝通的意義                                    | 214        |
| 第二節            | 正式溝通                                     | 216        |
| 第三節            | 溝通的障礙                                    | 221        |
| 第四節            | 組織變革                                     | 227        |
| 第五節            | 組織變革相關理論                                 | 236        |
| <b>經營管理風向球</b> | <b>宏碁的組織變革策略</b>                         | <b>240</b> |
|                | 關鍵詞                                      | 242        |
|                | 觀念回顧                                     | 242        |
|                | 問題討論                                     | 243        |

## Chapter 10

### 領 導 ..... 244

|             |                    |            |
|-------------|--------------------|------------|
| <b>國際視野</b> | <b>管理頂尖創意人的祕密</b>  | <b>246</b> |
| 第一節         | 領導的意義              | 248        |
| 第二節         | 領導者特質理論            | 250        |
| 第三節         | 領導者行為理論            | 253        |
| 第四節         | 學習型組織下的領導          | 258        |
| <b>知識運用</b> | <b>經營團隊，比資本更重要</b> | <b>259</b> |
| 第五節         | 有效領導的特質            | 260        |
| 第六節         | 團隊的意義              | 261        |
| 第七節         | 工作團隊的類型            | 267        |
| 第八節         | 團隊衝突與管理            | 271        |

# 目錄

## CONTENTS

### 經營管理風向球 救經濟，要掃除「缺乏互信的全球化」 274

關鍵詞 276

觀念回顧 276

問題討論 278

## Chapter 11

### 激勵管理 ..... 280

#### 國際視野 保留原有經營團隊，印度式購併學習至上 282

第一節 激勵的發展 284

第二節 激勵的內容 288

第三節 公平理論 298

第四節 期望理論 300

第五節 以工作設計來激勵員工 303

#### 知識分享 赴台取經，人資意願高 309

#### 經營管理風向球 3天假期和1張卡片，找回員工熱情 310

關鍵詞 312

觀念回顧 312

問題討論 313

## Chapter 12

### 行銷管理 ..... 314

#### 國際視野 企業行銷策略 從觀察開始 316

第一節 行銷管理意義 318

第二節 行銷活動 321

第三節 行銷概念 322

第四節 行銷目標 324

第五節 行銷管理的步驟 325

第六節 行銷控制的類型 327

#### 經營管理風向球 新市場的掌握 329

關鍵詞 331

觀念回顧 331

問題討論 332

## Chapter 13

### 人力資源管理 ..... 334

#### 國際視野 善用弱勢員工，成就世界第一之全懋精密 336

|     |         |     |
|-----|---------|-----|
| 第一節 | 人力資源的意義 | 338 |
| 第二節 | 人力資源規劃  | 339 |
| 第三節 | 員工招募與甄選 | 342 |
| 第四節 | 新進人員的訓練 | 350 |

#### 知識分享 A 咖人力 353

|     |          |     |
|-----|----------|-----|
| 第五節 | 薪酬與福利的規劃 | 354 |
| 第六節 | 績效評估     | 355 |

#### 經營管理風向球 如何打造經營團隊？ 360

|      |     |
|------|-----|
| 關鍵詞  | 362 |
| 觀念回顧 | 362 |
| 問題討論 | 363 |

## Chapter 14

### 企業之新理念與發展趨勢 ..... 364

#### 國際視野 面對新兩岸大三通，帶給台灣六機會 366

|     |           |     |
|-----|-----------|-----|
| 第一節 | 企業診斷觀念    | 368 |
| 第二節 | 勞資關係      | 378 |
| 第三節 | 未來企業管理新趨勢 | 381 |
| 第四節 | 管理者的新理念   | 386 |
|     | 關鍵詞       | 390 |
|     | 觀念回顧      | 390 |
|     | 問題討論      | 391 |

### 參考文獻 ..... 392

### 英中文索引 ..... 397