

21世纪经济、管理类课程教材

管 理 学

Management

主 编 聂正安

 中 南 大 学 出 版 社

C93-43

N346



A1106638

管 理 学

Management

主 编 聂正安
副主编 周永生



中南大学出版社

21 世纪经济、管理类课程教材编委会

编委会主任: 王耀中

编委会副主任: 陈治亚 田银华 黄 河 柳思维

李松龄 刘冬荣 刘茂松

编 委(按姓氏笔画排序):

王耀中 王兆峰 马伯钧 田银华 田官平 叶泽芳

许 鹏 李松龄 刘茂松 刘长庚 刘巨钦 刘冬荣

刘辉煌 刘友金 朱开悉 张亚斌 陈治亚 陈 收

陈德恒 邹乐群 杨胜刚 杨新荣 罗建华 周仁仪

赵 敏 胡振华 柳思维 聂正安 袁 凌 黄 河

游达明 曾富生 董明辉 楚尔鸣 谭跃进 颜爱民

管 理 学

主编 聂正安

☐责任编辑 谭晓萍

☐出版发行 中南大学出版社

社址: 长沙市麓山南路 邮编: 410083

发行科电话: 0731-8876770 传真: 0731-8710482

电子邮件: csucbs @ public. cs. hn. cn

☐经 销 湖南省新华书店

☐印 装 中南大学湘雅印刷厂

☐开 本 787×960 1/16 ☐印张 29.25 ☐字数 504 千字

☐版 次 2003 年 8 月第 1 版 ☐2003 年 8 月第 1 次印刷

☐书 号 ISBN 7-81061-745-1/F·079

☐定 价 38.00 元

图书出现印装问题, 请与经销商调换

总 序

21 世纪的中国高等教育蕴含着一系列的突破与创新,其中教材的创新即是重点之一。湖南省经济、管理类课程教材,是在湖南省“九五”、“十五”规划立项教材建设的基础上,面向 21 世纪而推出的一套容量大、体例新、质量精、系统性强、适应面广的全新系列教材。它既汇聚了我省过去十多年来在经济管理类教材建设中所取得的主要成果,又代表了我省在新时期积极探索教材改革与创新的最新发展趋势。

该系列教材拟推出共 26 本,包括:政治经济学、微观经济学、宏观经济学、会计学、统计学、国际贸易、国际金融、货币银行学、财政学、管理学、管理信息系统、财务管理、市场营销学、经济法、技术经济学、发展经济学、产业经济学、国际经济学、计量经济学、投资学、保险学、企业战略管理、生产管理、人力资源管理、项目管理、组织行为学等。这套系列教材基本上涵盖了经济管理类各专业的核心课程,成为一个具有可塑性的核心教材库,可供经济管理类各专业各层次根据学生的专业培养目标而进行挑选和组合。在我的印象中,如此浩大而具有系统的教材建设工程,在我省尚无先例。

参加该系列教材建设的单位包括湖南大学、中南大学、湘潭大学、湖南师范大学、湖南农业大学、长沙理工大学、湖南科技大学、湖南商学院、南华大学、吉首大学等十多所省内著名高校。编写委员会的主要成员都是来自于这些高校且在省内外有重要影响的经济学、管理学专家,他们不仅在所属学科研究领域具有权威性,而且对教学和教材编写的组织管理颇具经验。所有参编人员均有长期从事经济学和管理学教学的丰富实践基础,他们既深知我国高等教育的发展现状,又了解本学科教与学的具体要求。毫无疑问,该系列教材的面世,既是我省多所著名高校携手合作的结果,也是来自于经济学、管理学教学与科研前沿和一线的众多教授和专家集体智慧的结晶。

该系列教材编写的指导思想是:以培养学生的综合素质为主,贯彻

经济学、管理学学科研究与教学的最新思想，遵循学科自身发展规律和教育规律，以教育部颁布的教学大纲为指导并结合学术发展的最新成果，编写出切合社会发展实际和高等教育需要的，具有科学性、前瞻性、启发性，低起点、高出点的真正好学、好教，有利于学生创造性地掌握学科知识并在此基础上形成自己创新思维的高等教育教材，以推动我省高等经济、管理教育事业的蓬勃发展。

我们诚恳地希望各界同仁及省内外广大教师关注并支持这套教材的建设，及时将教材使用过程中遇到的问题和改进意见反馈给我们，以供修订时参考。

王耀中

2003.7 于长沙

前言

近十多年来,我先后组织编写过几本管理学教科书,但有些问题一直让人犯难,一直未能理出一个自己满意的头绪。今年早春,受中南大学出版社之约,又要主编一本管理学教科书,我想,为什么不利用这次机会,好好地将有关困惑作一番清理呢?下面的文字,就是此次“清理”的结果,这些想法也就顺理成章地变成了本书的设计思想。

一、中国的管理学教科书:“办加工厂”的尴尬

中国管理学教科书建设的历史很短。新中国成立之前,这方面大体上是个空白;新中国成立之后,头十来年几乎是照搬当时的“苏联模式”,来不及编写自己的教材;到十年“文革”的时候,又不用讲管理学。只有改革开放以后,管理学的教学才真正受到重视,中国人编写管理学教科书才从此正式开始。

过去的20多年里,中国的管理学教科书建设大体可分为三个阶段。

第一阶段,20世纪80年代前期。当时,我们对西方管理理论的了解十分有限,而且由于此前长期受“苏联模式”的影响,因此,这一阶段编写的管理学教材带有很重的苏联教科书色彩。

第二阶段,20世纪80年代后期到90年代初期。此时,随着改革开放的逐步推进,西方管理思想被大量介绍到中国并进入我们的管理学教科书。但是,这时候人们对西方管理思想的评价是十分谨慎的,从马克思主义关于管理二重性的观点出发,一些权威人士提出了管理学教科书建设“以我为主”、“自成一家”的原则,并被普遍认同。按照这样的原则,编写管理学教科书从具体操作上看就类似于“办加工厂”,即仅仅把西方管理理论当作部分原材料,让其接受“中国管理学”的加工,变成一种“中国制造”。在这种指导思想下,当时管理学教材编写者的努力主要表现为四:其一,设计一个不同于西方管理学教材的构架;其二,设法将西方管理理论塞入这个“中国式”构架;其三,编几个中国式的名词术语,找几个中国的实例,去印证和附会西方管理理论;其四,辛辛苦苦发表一些个人高见,以显示是“著”而非“编”。十分清楚,这种“加工”程序所形成的产品,一是基本上没有“自主知识产权”,充

其量不过是一种“贴牌”产品；二是“自产”部分缺乏使用价值。这样如何能够做到“以我为主”和“自成一家”呢？

第三阶段，20世纪90年代中期至今。“办加工厂”却生产不出属于自己的产品，上述中国管理学教科书建设的尴尬使人们开始寻求另外的选择：堂而皇之地向“国际惯例”靠拢。其结果是形成了中国管理学教材的第三代产品。这一批教材的显著特点有二：其一，教材的外部框架与西方正统管理学教材基本相似，即大体都是以管理职能为主线展开对管理问题的讨论。其二，教材的理论体系和具体内容也基本上是“拿来主义”，虽然容纳了少许“中国特色”的内容，但这些内容都只是“背景”层面的东西，并非用来实现“以我为主”的要求。总之，在这些教材中，管理的“社会属性”（个性）几乎被完全淡化，而只剩下了管理的“自然属性”（共性）。客观地看，这种处理使教材的科学意义和使用价值都有了很大的提高，它反映了管理学教材建设的一种更为严谨、更为负责的态度。

二、出一本“有用的”管理学教科书：只“开博览会”，不“办加工厂”

写管理学教材，“办加工厂”的设计思想为什么遭遇尴尬？为什么近十多年会出现前面谈到的普遍采用“国际惯例”的转折？原因可能主要有两个：第一，管理学作为一种人类的共有文化，要追求其“社会属性”，要体现“国情”特色是很不容易的。第二，虽然中国的几千年文明史并不缺乏管理思想，但中国对于发端于西方的作为一门完整学科的管理学的系统研究，严格说来只是近20多年的事，在如此短暂的时间内达到“自成一家”的境界谈何容易。那么，中国人在这种情形下写管理学教材就应该有另外的指导思想，这种指导思想可称之为“开博览会”——吸收各国“产品”精华，以“参观者”乐于浏览和欣赏的形式陈列出来。具体规则有：首先，不是“自产自销”，不强调“自我生产”，编写者的任务主要是发现和调集别人管理学研究中的精品；其次，精品的调集不能僵化地要求“国产”为主，如不能要求美国造的只能是多少，中国产的必须是多少，要贯彻“英雄不问出身”的信条。

在基本原则，上，“开博览会”包含着三层重要的考虑：第一层，对西方“产品”，要采用一个择优程序。西方产品，不一定是优质品，事实上，西方管理理论也有不少“平庸之作”，“博览会”要拒绝平庸。第二层，减少西方“产品”的原样展出。读西方管理学著作，许多人都有不得要领的苦恼，因此，“开博览会”要对西方管理理论作适当的处理，要用中国人习惯的认知逻辑，以中国人易于理解的语式来表述。这一点取决于编写者的修养，弄不好，

再优秀的洋货也不会受到中国人的青睐。第三层,要努力推出优质的中国产品。我们必须承认,悠久的中华文化蕴含着许多宝贵的管理思想,一个有水平的“博览会”,是不能没有中国“产品”的。

三、管理学“博览会”:从特色中提升档次

编写一本有一定分量的管理学教科书,“开博览会”并不比“办加工厂”轻松,“博览会”要有特色,要通过突出特色来提高档次。我们在编写这本《管理学》的时候,特别强调了对如下四个特色的追求。

1. 要引入经济学来拓展管理学的理论背景

传统上,经济学以企业与市场为基点研究全社会资源的配置,管理学则以组织与行政为基点研究企业内部资源的配置,人们看到的是与管理学毫无关系的经济学书籍和与经济学毫无关系的管理学书籍。管理学与经济学存在的这种壁垒在很大程度上限制了管理学家的研究视野。实际上,经济学的许多成果是可以而且应该为管理学研究所采用的。例如,当今经济学中颇具魅力的“现代企业理论”,它通过产权制度、公司治理等问题来研究企业内部的运行机制,从而加深了人们对现代企业的认识。此类理论成果就完全可以成为管理学组织理论的一部分。在管理学中,组织理论主要研究组织结构及保证组织结构运行所需的制度和方法的设计,从泰罗开始直至今天,这种延续了上百年的组织理论研究框架从不涉及组织内部的“经济关系”——由产权、股权等要素构成的组织联系,远离“经济因素”研究组织结构,这类缺陷为什么不能通过引入经济学来予以弥补呢?管理学是一门十分年轻的学科,它无法像经济学那样博大精深,这一点是许多对管理学有一定了解的人都能感觉到的。怎样发展管理学理论呢?在诸多途径中,引入经济学的相关理论是最为必要和科学的,这两个学科有许多共同的研究对象。

2. 要反映管理学的深邃与智慧

长期以来,国内管理学教材都停留在一种“通俗易懂”的档次,一是因为引用西方管理学理论时,尽可能避难就易,只用浅显易懂的部分;二是所谓的自我“著作”部分也大多是人人明白的“群众语言”,没有一点“专业壁垒”。这类教材给人们这样一种印象,即管理学没有多少学问,一眼就可以看透。在使用过程中,这类教材当然也难以给学生多少启迪和智慧。事实上,管理学本身并非如此,我们有责任还它一个本来面目,要把它的神邃与智慧展示出来,重点包括两方面的安排:第一,要突出管理的哲学价值。管理过程充满着哲学道理,决策中的“概率思考”,领导中的“权变观念”,控制中的“反

馈原理”，管理学研究的许多此类问题都是哲学问题。从哲学角度论管理，道理就复杂了，深奥了，就会有“看不懂”的东西。第二，要强化管理的“科学”内涵。管理学的管理科学学派认为，管理是制定和运用数学模型与程序的系统，管理要摒弃单纯凭经验、凭直觉作出判断的传统。管理科学学派的贡献大大加强了管理的科学性，同时也使管理学增加了一些非专业人士“看不懂”的内容。过去，中国人由于知识结构和思维习惯的原因，写管理学教材时不愿意接触这个部分，这不仅造成了管理学的残缺，也一定程度地减少了管理学的“学问”。在 21 世纪的今天，这种状况应当改观。

3. 要体现管理学的与时俱进

20 世纪的最后十多年，人类社会的变化是极其巨大的。随着人类的思维方式和生活方式的不断改变，传统的管理思想与管理方式也受到严峻的挑战。例如，在信息技术的作用下，企业的活动将越来越不受时间和空间的局限，与其说企业是一个存在于某一地理位置，由人、厂房、设备、资金构成的实体，不如说它是一个由各种要素和机能组成的系统。企业作为一个系统，它通过现代信息网，能够比较容易地使自己系统中的某些要素与其他企业系统中的某些要素组合起来，构成新的机能，形成新的生产力。这种变化显然将改变传统意义上的企业概念。还例如，由于经济全球化的影响，管理也面临着许多新课题。尽管有人认为全球化可以追溯到 1492 年哥伦布发现新大陆的时候，但是真正意义上的全球化只是 20 世纪 90 年代的事。从 1989 年开始，东欧和前苏联都纷纷放弃传统的社会主义经济体制，包括中国在内的许多发展中国家也逐步由计划经济向市场经济过渡，市场经济原则在全球范围得到普遍认同，世界 90% 以上的人口都生活在市场经济体制之下。这一历史性的世界巨变，宣告了“两个平行市场”时代的结束，实现了世界市场的大体统一。由于“统一”条件下世界市场同质性的提高，资本开始在全球范围内寻找最高利润点，经济全球化便应运而生。不言而喻，在这种新的历史条件下，管理会遇到许多新的困难，会承担许多新的任务。对我国企业而言，尤其是这样。而这一切，都会向管理学提出新的要求：紧跟时代，与时俱进。

4. 要力求管理学的中西合璧

虽然我们认为中国第三代管理学教材向“国际惯例”靠拢是一种比较明智的选择，但是也必须看到这种选择同时还隐含着一种无奈，那就是它无法解决“办加工厂”时管理学教材中西结合失败的问题。如前所述，在“办加工厂”的指导原则下，第二代管理学教材力争实现“以我为主”的中西结合，但是未能如愿以偿。而第三代管理学教材不仅完全放弃了“以我为主”，而且基

本上不大在意中西结合。那么,“开博览会”的思想路线将如何处理这个问题呢?我们的立场非常明确,那就是要力求中西合璧。这个立场包含两个层次的基本要求:第一,不搞全盘西化。中国人写管理学教科书,主要是给中国人看的,一定要结合中国的经济社会背景,这一点就像美国人写管理学主要是从美国实际出发一样不容置疑。第二,实现中西管理理论的协调与融合。这就不是简单的中西结合,而是中西合璧,要做到这一点自然有难度。从操作上讲,中西合璧不外乎两种安排:其一,打造一个中国的理论体系,在这个体系中适当包容部分西方管理理论;其二,沿用一个大体西式的理论框架,在这个框架中装填大量的中国式管理思想。前者早已尝试而未能成功,后者也并非未曾试过,但试过之后也是喜少忧多。毕竟,中西文化的距离,中西社会的差异,都是中西合璧的重大障碍。我们这本教材是如何跨越这个障碍的呢?读者在后面将会看到,当然我们做得并不漂亮,我们还在探索。

怎样写中国的管理学教科书,上述想法原本是为了回答我本人以往的疑惑,但完全有可能又会给人们带来新的困惑。有些问题,我不一定真正理清了头绪,而且,即使有些方面我已提出了一些看似有理的见解,但操作起来未必就能得心应手,譬如说,就在我们这本《管理学》中,我的主张也有未能实现的。我们自始至终都是把本书的编写视为一个学习机会,对我们而言,所有管理理论的关注者皆可为师。

聂正安

2003年秋天于长沙

目 录

第一篇 导 论

第一章 管理概述	(3)
第一节 管理职能	(3)
第二节 管理主体	(5)
第三节 作为管理载体的组织	(11)
第四节 组织的外部环境	(16)
第二章 西方管理思想的历史演进	(23)
第一节 古典管理理论	(23)
第二节 以人际关系研究为重点的管理理论	(30)
第三节 管理理论的“丛林式”发展	(36)
第三章 中国管理思想对世界管理学研究的贡献	(41)
第一节 中国古代哲人的管理智慧	(41)
第二节 近代中国企业的管理思想与实践	(50)
第三节 当代中国社会主义企业的管理思想与实践	(61)

第二篇 计 划

第四章 目标设立与战略选择	(73)
第一节 目标结构与目标的价值	(73)
第二节 目标设定	(77)
第三节 战略选择的分类	(81)
第四节 战略选择的要领	(89)
第五章 决 策	(93)
第一节 决策的类型和程序	(93)
第二节 决策的思维方法	(97)
第三节 决策技术及其相应方法	(102)

第四节 决策风格	(108)
第五节 决策的改善	(112)
第六章 计划制订	(117)
第一节 计划的特性与作用	(117)
第二节 计划的种类	(121)
第三节 计划制订的基本要求	(127)
第四节 计划制订的方法	(132)

第三篇 组 织

第七章 组织设计	(143)
第一节 组织设计的内容	(143)
第二节 组织设计理论的发展	(155)
第三节 组织结构的基本形式	(167)
第八章 主管人员配备	(174)
第一节 主管人员的选聘	(174)
第二节 主管人员的考评	(187)
第三节 主管人员的培训	(199)
第九章 组织文化	(206)
第一节 组织文化的本质与功能	(206)
第二节 组织文化的培育	(212)
第三节 跨文化条件下的组织文化协同	(222)
第十章 组织协调	(230)
第一节 集权与分权	(230)
第二节 直线人员与参谋人员的协调	(235)
第三节 委员会的使用	(242)
第四节 组织冲突的处置	(247)

第四篇 指 挥

第十一章 激励	(259)
第一节 激励原理	(259)
第二节 激励理论	(265)

第三节	激励实务	(283)
第十二章	领 导	(290)
第一节	领导与领导者	(290)
第二节	领导有效性理论	(297)
第三节	领导艺术	(312)
第十三章	沟 通	(326)
第一节	沟通概述	(326)
第二节	沟通的符号系统	(337)
第三节	沟通心理	(345)
第四节	沟通障碍与沟通改善	(349)

第五篇 控 制

第十四章	控制的基本原理和一般方法	(359)
第一节	控制概述	(359)
第二节	控制的类型	(365)
第三节	控制的程序	(369)
第四节	有效控制的基本要求	(378)
第五节	控制的一般方法	(384)
第十五章	控制中的信息系统	(397)
第一节	作为控制实施工具的信息系统	(397)
第二节	信息系统的类型	(404)
第三节	信息系统在管理控制中的运用	(408)
第十六章	管理客体的分类控制	(415)
第一节	人力资源控制	(415)
第二节	资金控制	(420)
第三节	实物资产控制	(426)
第四节	产权控制	(431)
第五节	生产作业控制	(436)
第六节	营销控制	(442)
参考文献		(450)
后 记		(452)

第一篇 导 论

- 第一章 管理概述
- 第二章 西方管理思想的历史演进
- 第三章 中国管理思想对世界管理研究的贡献

第一章 管理概述

本章主要探讨四个方面的问题：第一，管理做些什么——管理作为一种行为主要表现为哪些职能？第二，谁做管理——管理者是些什么样的人？第三，管理以什么为载体——依托于什么展开管理？第四，管理要顾及哪些外部条件——如何把握管理的外部环境。本章作为导论篇的第一章和全书的第一章，其任务是对管理的一些基本问题予以说明，为后续内容的展开提供一个铺垫。

第一节 管理职能

一、管理的产生

管理是伴随着人类的出现而产生的。

古人类学家的研究表明，第一个真正的人——直立人，是大约 50 万年前出现的。此时的直立人已能制造工具和武器，能使用火，有说话的能力。他们最基本的需求是经济上的，他们必须获得吃、穿、住及其他生活方面的物品。同时，他们还具有社会的需求——与他人联合的需求。家庭成为他们相互联合的最基本的单位；此外，他们也发现，如能在采集食物、防御侵害的活动中建立起超越“小家庭”的团体或部落，就可以更好地实现自己的利益目标。

随着人类的逐步进化，人类相互的联合也越来越成为一种自觉的选择。在这个进程中，一种“一般的”组织随之形成。这种组织具有一些必需的要害。第一，全体成员有一个共同的目标，这个目标可能是狩猎、播种，也可能是打劫别的部落。第二，组织成员必须关心和服从组织目标；相应地，组织也必须一定程度地满足其成员个人的有关需要。第三，组织成员拥有劳动或战斗的工具。第四，组织成员的活动需要作出统一安排，以保证众人行动的协调一致。第五，有一个或若干个人承担协调工作，“协调者”负责解决意见分歧、决定组织目标、指派成员工作等等。这里就产生了管理——一种人类后来各个发展阶段上的“一般”的管理。

二、管理的界定

由于在所有类型的组织——盈利组织和非盈利组织中，管理都是一种利用组织资源去完成某个目标并取得一定绩效的活动，因此管理可界定为：通过对组织资源的计划、组织、指挥和控制，以有效地实现组织目标的过程。在这里，管理涉及到如下四个重要的概念：

资源——诸如人、机器、原材料、信息、技术、资本等组织构成要素。

目标——是一个组织力图取得的一种未来的结果。

效率——衡量一定目标下的资源被利用情况和产出能力的尺度。当管理者使资源投入或生产一定数量的产品和服务所需要的时间最少时，管理就是最有效率的。

效益——指组织目标的适宜程度及实现程度。当一个适宜的组织目标被实现的时候，我们就可以说管理是有效益的。效率和效益的关系往往表现为两种情形：高效率可能带来高效益；但有效率也可能无效益，例如那种一味追求投入少而不管事情是否能做好的管理就是如此。

从上述内容中，可以对管理的内涵作出进一步的归纳。第一，管理活动具有很强的目的性。管理就是为了实现一定的组织目标，一切管理活动都是围绕组织目标来展开的，也就是说，管理排斥一切与组织目标无关的组织投入。第二，管理必须拥有一定的组织资源。组织资源既是组织构成的要素，又是管理活动的基础，从操作上讲，管理就是使用资源，没有相应的资源，管理就无从谈起。第三，管理是通过计划、组织、指挥、控制等活动来进行的。这些活动缺一不可，它们一方面使管理工作有别于一般作业，另一方面又使管理工作成为一个有机整体。第四，管理活动是在组织这个载体上展开的。管理离不开一定的组织，一切管理都是在组织中进行的。换言之，不存在组织之外的管理。

三、管理职能

“职能”一词在这里具有“活动”、“行为”的含义。管理是由一系列相互关联、连续进行的活动构成的。

计划——计划是管理者谋划组织未来行动目标以及提出实现目标途径的过程。操作上包括三个步骤：①决定组织将要追求的目标；②决定为了实现这一目标需要采取的战略；③决定如何配置组织的资源来实现组织目标。计划职能的核心是决策。