



“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

高等学校管理类专业基础课程教材

企业管理学

(第三版)

- 杨善林 主 编
□ 胡祥培 傅为忠 副主编
李一军 李 垣 主 审

高等教育出版社



“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

高等学校管理类专业基础课程教材

Qiyè Guǎnlǐxué

企业管理学

(第三版)

- 杨善林 主 编
- 胡祥培 傅为忠 副主编
- 李一军 李 垣 主 审

高等教育出版社·北京

内容简介

本书是普通高等教育“十二五”、“十一五”和“十五”本科国家级规划教材,是在第二版基础上修订而成的。本书秉承国家规划教材编写意图和出发点,力图满足高等学校非企业管理类专业学生学习企业管理方面课程的需要,将管理的基本原理、企业管理实务和企业管理理论与实践的新发展融会到一起。在结构上继续将本书分为原理、实务和专题三大篇,全书共二十一章。原理篇包括管理概论、计划、组织、领导、控制、管理理论新进展六章;实务篇包括企业概论、战略管理、经营决策与管理、市场营销管理、生产与运作管理、质量管理、物流与供应链管理、人力资源管理、财务管理、信息管理十章;专题篇包括电子商务、知识管理、项目管理、资本运作与管理、国际企业管理五章。

本书可以作为高等学校非企业管理类专业学生的教材,也可以作为各类管理人员的培训教材以及供从事企业管理工作的管理人员和对企业管理感兴趣的有关人士参考。

图书在版编目(CIP)数据

企业管理学/杨善林主编. —3版. —北京:高等教育出版社, 2015.1

ISBN 978-7-04-041323-6

I. ①企… II. ①杨… III. ①企业管理-高等学校-教材
IV. ①F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第241018号

策划编辑 雷雪 责任编辑 雷雪 封面设计 张志 版式设计 马敬茹
插图绘制 邓超 责任校对 殷然 责任印制 韩刚

出版发行 高等教育出版社
社址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
印刷 河北新华第一印刷有限责任公司
开本 787mm × 1092mm 1/16
印张 29.5
字数 670千字
购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landradio.com>
<http://www.landradio.com.cn>
版 次 2004年9月第1版
2015年1月第3版
印 次 2015年1月第1次印刷
定 价 39.90元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物料号 41323-00

第三版 前言

《企业管理学》自出版以来，深受读者的欢迎，被很多高校选为本科生、研究生及各类企业管理培训的指定教材，数以万计的学生借助本书完成了企业管理学课程的学习。本书先后被评为普通高等教育“十五”和“十一五”国家级规划教材、首批“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材。借本书修订之际，谨向给予本书关心和支持的社会读者和广大师生表示真诚的感谢。

《企业管理学（第二版）》从出版到现在已经有五年了。这五年中，管理理论和管理实践都发生了较大的变化。为了及时反映这些变化，我们对其内容进行了修改完善。

我们依然本着“结构不变，内容调整”的原则来安排第三版教材的结构体系。本书秉承“十五”和“十一五”规划教材编写的意图，仍然力图满足非企业管理类专业教学的发展需要，在一门课程里把管理的一般原理、企业管理的基本实务和管理的最新发展动态较系统地介绍给学生。

近年来，随着网络技术和信息技术的不断发展，企业管理信息化步伐明显加快。同时，随着经济全球化、区域经济一体化以及企业之间的联系与合作的不断深化，商品和货物的流动日益频繁，信息管理和物流与供应链管理已经成为企业管理的重要实务内容。此外，随着互联网的普及，电子商务发展方兴未艾；而食品安全、药品安全和雾霾治理等已经成为全社会关注的焦点，中国企业家的社会公德、责任心，甚至良心也因此受到社会公众和媒体的拷问。鉴于此，我们将信息管理和物流与供应链管理从原来的专题篇移到实务篇，在专题篇中补充了一章电子商务，在第一章管理概论中补充了一节管理道德与社会责任。其余各章内容也都做了一定程度的修改和补充。

本书由中国工程院院士、合肥工业大学杨善林教授任主编，大连理工大学胡祥培教授和合肥工业大学傅为忠教授任副主编，哈尔滨工业大学李一军教授、上海交通大学李垣教授做主审。各章的编写分工如下：第一章至第七章杨善林、傅为忠，第八章吴子稳、傅为忠，第九章袁建明，第十章李德明、傅为忠，第十一章王俊峰，第十二章杨世元、刘渤海，第十三章周永务、赵菊，第十四章吴慈生，第十五章潘立生，第十六章梁昌勇、顾东晓，第十七章刘业政、姜元春，第十八章胡祥培、林岩，第十九章蒋

目录

第一篇 原理篇	1
第一章 管理概论	3
第一节 管理、管理学和管理者	4
第二节 管理的职能	7
第三节 管理理论的发展	8
第四节 管理的基本原理	20
第五节 管理道德与社会责任	22
第六节 企业管理学及其结构体系	26
复习思考题	26
第二章 计划	29
第一节 计划及其流程	30
第二节 计划的类型及影响计划的因素	33
第三节 目标与目标管理	36
第四节 现代计划方法与技术	41
复习思考题	47
第三章 组织	49
第一节 组织管理基础	50
第二节 组织结构与设计	52
第三节 组织力量整合	59
第四节 组织文化	63
复习思考题	66
第四章 领导	67
第一节 领导和领导者的作用	68
第二节 领导者与领导集体	69

第三节	领导理论	70
第四节	领导方式	74
第五节	员工激励	75
第六节	领导艺术	80
	复习思考题	81
第五章	控制	83
第一节	控制职能概述	84
第二节	控制原则	86
第三节	控制原理	87
第四节	控制过程及其类型	88
第五节	控制方法	94
	复习思考题	97
第六章	管理理论新进展	99
第一节	危机管理	100
第二节	柔性管理	102
第三节	面向未来的管理思想与理论的新发展	104
	复习思考题	112
第二篇	实务篇	113
第七章	企业概论	115
第一节	现代企业类型及企业系统	116
第二节	现代企业制度	120
第三节	企业的设立与分立	123
第四节	企业管理及其基础工作	125
	复习思考题	129

第八章 战略管理	131
第一节 战略管理概述	132
第二节 战略环境分析	135
第三节 目标设定与战略选择	141
第四节 战略实施与控制	150
复习思考题	155
第九章 经营决策与管理	157
第一节 经营决策概述	158
第二节 经营决策类型与程序	162
第三节 经营决策方法	165
第四节 经营决策过程管理	173
复习思考题	176
第十章 市场营销管理	177
第一节 市场营销概述	178
第二节 市场分析	184
第三节 市场调研与预测	185
第四节 STP战略	187
第五节 市场营销组合	188
复习思考题	195
第十一章 生产与运作管理	197
第一节 生产与运作管理概述	198
第二节 生产运作战略决策与技术选择	201
第三节 生产运作能力及设施选址与布置	203
第四节 综合计划与主生产计划	205
第五节 物料需求计划、制造资源计划与企业资源计划	207
第六节 新型生产方式	210
第七节 设备管理与技术管理	213

复习思考题	218
第十二章 质量管理	219
第一节 质量与质量管理	220
第二节 全面质量管理	224
第三节 统计过程控制	227
第四节 质量管理体系及ISO 9000族标准	229
第五节 六西格玛管理	232
第六节 卓越绩效评价准则	238
复习思考题	240
第十三章 物流与供应链管理	241
第一节 物流与供应链管理概述	242
第二节 供应链中的需求与供给管理	246
第三节 供应链中库存管理	250
第四节 运输与配送管理	254
复习思考题	259
第十四章 人力资源管理	261
第一节 人力资源管理概述	262
第二节 工作分析	264
第三节 员工招聘	267
第四节 绩效管理	270
第五节 薪酬管理	274
第六节 员工培训与发展	278
第七节 劳资关系管理	282
复习思考题	284
第十五章 财务管理	285
第一节 财务管理概述	286

第二节 企业筹资管理	294
第三节 企业投资管理	298
第四节 营运资金管理	301
复习思考题	310
第十六章 信息管理	311
第一节 信息与信息管理	312
第二节 企业信息管理内涵	316
第三节 企业信息管理组织	322
第四节 企业管理信息系统	325
第五节 信息管理与管理变革	328
复习思考题	329
第三篇 专题篇	331
第十七章 电子商务	333
第一节 电子商务定义与分类	334
第二节 电子商务对企业管理的影响	336
第三节 电子商务业务模式	341
第四节 网络营销	344
第五节 电子交易与支付	347
第六节 订单履行与物流配送	352
复习思考题	358
第十八章 知识管理	361
第一节 知识管理概述	362
第二节 知识管理战略	366
第三节 知识流程管理	368
第四节 知识管理技术和工具	371
第五节 组织结构与企业文化	374

第六节 知识管理实施程序与策略	377
复习思考题	379
第十九章 项目管理	381
第一节 项目管理概述	382
第二节 项目启动	386
第三节 项目计划	390
第四节 项目实施与控制	394
第五节 项目收尾	400
复习思考题	403
第二十章 资本运作与管理	405
第一节 资本运作概述	406
第二节 企业并购	408
第三节 风险投资	412
第四节 企业重组	416
复习思考题	421
第二十一章 国际企业管理	423
第一节 国际企业概述	424
第二节 国际企业竞争优势与对外直接投资理论	428
第三节 进入国际市场的模式及其选择	431
第四节 国际企业经营战略	433
第五节 国际企业管理组织模式	436
第六节 国际企业的人力资源管理与跨文化管理	439
复习思考题	442
主要参考文献	443

第一篇 原 理 篇



- 第一章 管理概论
- 第二章 计划
- 第三章 组织
- 第四章 领导
- 第五章 控制
- 第六章 管理理论新进展

第一章

管理概论

管理活动是人类最基本和最重要的社会实践活动之一，人类社会越发展，管理越重要。

本章内容包括

管理的含义和管理的职能、管理理论的发展、管理的基本原理、管理道德与社会责任。

第一节 管理、管理学和管理者

一、管理

什么是管理？近100年中有许多人根据自己的研究对管理进行了定义。综合前人的研究，我们认为管理的概念可以作如下表述：

管理是通过计划、组织、控制、激励和领导等环节来协调人力、物力和财力等资源，以期更好地达成组织目标的过程。

这个定义有三层含义：

第一层含义说明了管理包含计划、组织、控制、激励和领导这五项基本活动。这五项活动又被称为管理的五大基本职能。所谓职能是指人、事物或机构应有的作用。每个管理者工作时都是在执行这些职能中的一个或几个。

第二层含义是第一层含义的目的，即利用上述措施来协调人力、物力和财力资源。所谓协调是指同步化与和谐化。一个组织要有成效，必须使组织当中的各个部门、各个单位，直到各个人的活动同步化与和谐化，组织中人力、物力和财力的配备也同时要同步、和谐，只有这样才能达到组织目标。

第三层含义又是第二层含义的目的。协调人力、物力和财力资源是为使整个组织活动更加富有成效。这也是管理活动的根本目的。

事实上，管理起源于人类的共同劳动，从上文的一般定义，可以进一步明确管理的内涵如下：

(1) 管理是任何组织集体劳动所必需的活动。管理是人类的基本社会行为，它渗透在社会、政治、经济、军事、技术、文化和生活的方方面面。

(2) 管理的对象是组织所拥有的各种资源。任何组织的生存和发展都依赖于特定的环境，必须从环境中获取所需要的资源，包括人力、资金、物资、信息等。管理即是对这些资源的组织和协调。

(3) 管理是为组织目标服务的，是一个有意识、有目的的行为过程。

(4) 管理的过程由一系列相互关联、连续进行的活动构成，可以粗分为计划、组织、领导、控制。

(5) 管理的有效性在于充分利用各种资源，以最少的消耗正确地实现组织目标。

(6) 管理的主体为管理者。虽然管理者行使管理职能要受到诸多问题的影响，但管理者的素质与组织的运行绩效有着密切的关系。

二、管理学

1. 管理学的含义

尽管管理实践的历史和人类的历史一样悠久，至少可以追溯到几千年前，但过去几千年的管理始终是一种零散的经验和某种闪光的思想的应用。把管理真正作为一门学科进行系统的研究，并形成一定的理论体系只是最近的一二百年的事。那么，什么是管理学呢？

管理学是研究管理活动的基本规律和一般方法及其应用的学科。管理学有其自身的

特点:

(1) 综合性。管理学是建立在自然科学和社会科学基础上的综合性学科。管理过程与管理活动十分复杂,管理者必须具有广博的知识、丰富的经验和很强的能力,才能卓有成效地解决各种管理问题,达到预期目标。

(2) 科学性。管理学已经形成了较为完整的理论与方法体系,反映了管理过程的客观规律。但是由于管理对象复杂多变,影响管理效率的因素很多,而且某些因素还具有不确定性,管理学中的大量问题还有待于我们进一步探索、研究。

(3) 艺术性。艺术是人类以情感和想象力为特征的把握和反映世界的一种特殊方式,或指能够熟练地运用知识并且通过巧妙的技能来达到某种效果。而高效的管理正是科学和艺术相结合的创新过程。

(4) 渗透性。各行各业都需要管理,管理学具有很强的渗透性,它与其他专业、学科相互融合,形成多种管理学分支,如经济管理学、工程管理学等。

2. 管理学的研究方法

管理学和许多社会科学一样,其研究方法基本上有三种,即归纳法、试验法和演绎法。

归纳法就是通过对客观存在的一系列典型事物(或经验)进行观察,从掌握典型事物的典型特点、典型关系、典型规律入手,进而分析研究事物之间的因果关系,从中找出事物变化发展的一般规律。这种从典型到一般的研究方法也称为实证研究法。

试验法就是人为地为某一试验创造一定条件,观察其实际试验结果,对试验结果进行比较分析,寻找外加条件与试验结果之间的因果关系。如果经过多次试验,总是得到重复相同的结果,那就可以得出结论,这里存在某种普遍适用的规律性。霍桑研究就是采用试验法研究管理中人际关系的成功例子。

对于复杂的管理问题,管理学家可以从某种概念出发,或从某种统计规律出发,也可以在实证研究的基础上,用归纳法找到一般的规律性,并加以简化,形成某种出发点,建立起能反映某种逻辑关系的经济模型(或模式)。这种模型与被观察的事物并不完全一致,它是从简化了的事实前提推导得来的,这种方法称为演绎法。例如,投入产出模型、企业系统动力学模型等。

三、管理者

1. 组织与管理者

管理者是管理的主体,他们在组织中工作。因此,要明确谁是管理者,就要搞清楚组织的含义。

组织(organization)是对完成特定使命的人们的系统性安排,或指一种由人们组成、具有明确目的和系统性结构的实体。工商企业、政府机构、高等院校等都属于组织。组织具有三个基本特征:

第一,组织都是由人组成的。

第二,组织都有一个明确的目的,这个目的是以一个或一组目标来表示的。

第三,组织都有一种系统性的结构,用以规范和限制成员的行为。例如,建立规章制度;选拔出某些成员作为“老板”,给予他们驾驭其他成员的职权;或者编写职务说

说明书，以使组织成员知道他们应该做什么。

2. 操作者与管理者

为简化起见，我们可以将组织的成员分为两种类型：操作者和管理者。操作者（operators）是指直接从事某项工作或任务的人，不具有监督其他人工作的职责。例如，汽车装配线上安装防护板的装配工人、麦当劳店中烹制汉堡包的厨师、机动车管理办公室中为你办理驾驶执照更换业务的办事员等，这些人都是操作者。相反，管理者（managers）是指指挥别人活动的人。如图1-1所示，他们处于操作者之上的组织层次中。管理者也可能担任某些作业职责，例如，保险索赔监督员除了负责监督保险索赔部门办事人员的工作以外，还可能承担一部分办理保险索赔业务的职责。作为一个管理者，一定要有下级。在图1-1中，我们将管理者典型地划分为基层管理者、中层管理者和高层管理者。

3. 管理者的分类

按传统概念，管理者是指“负责其他工作的主管人员”。但在某些专业管理工作中并非完全如此。例如，财务经理是高级管理者之一，既管辖下属财务人员，又负责资金的运用。因此，管理者较完整的定义是：管理者就是负责对人力、资金、物资和信息情报进行计划、组织、领导、控制的人员。管理者按其组织中的重要作用来分析，可以从两方面来分类。

（1）从管理组织层次、上下组织关系来分，管理者可以分为高层、中层和基层管理者。

（2）从管理的各部分专业领域来分，以一个经济组织或企业为例，管理者一般可以分为市场营销管理者、财务管理者、业务管理者、人力资源管理者、其他专业管理者等。有的经济组织或企业还聘请各方面专家作为内部顾问或国际性业务方面的顾问。随着经济的全球化、组织规模的扩大化和环境的复杂化，这方面专业管理者的作用也显得日益重要起来。

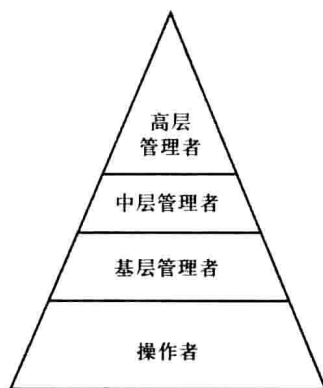


图1-1 组织的管理层次

第二节 管理的职能

一、管理的基本职能

20世纪初,法国工业家亨利·法约尔(Henri Fayol)提出,所有的管理者都履行着五种职能:计划(plan)、组织(organize)、指挥(command)、协调(coordinate)、控制(control)。到了20世纪50年代中期,美国加利福尼亚大学洛杉矶分校(UCLA)的两位教授哈罗德·孔茨和西里尔·奥唐奈(Harold Koontz and Cyril O'Donnel),采用计划、组织、人事、领导和控制五种职能作为管理学教科书的框架。在此后的20年中,他们合著的《管理学原理》一书成为销量最大的管理学教科书。时至今日,最普及的管理学教科书(本书也不例外)仍按照管理职能(management functions)来组织内容。周三多教授认为,决策、组织、领导、控制和创新是管理的五大基本职能。编者认为,管理的基本职能主要包括:计划、组织、领导、控制、协调,如图1-2所示。限于篇幅,本书将在后面有关章节主要介绍前四项职能的内容。

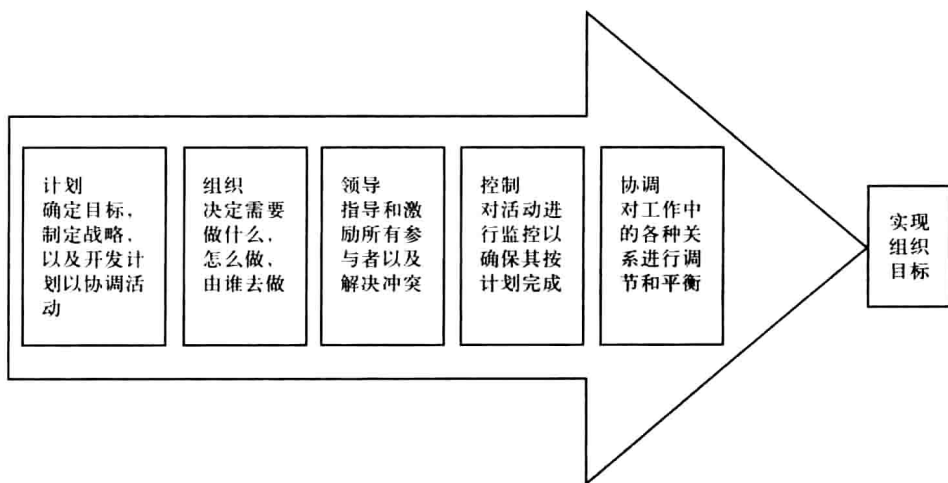


图1-2 管理职能示意图

二、管理的性质——二重性属性

管理具有二重性,即自然属性和社会属性。

1. 管理的自然属性

管理的自然属性是指管理要处理人与自然的关系,要合理组织生产力,故也称管理的生产力属性。因为管理是一切共同活动所要求的,是适应社会生产力发展和社会分工发展的要求产生的,是社会协作过程本身的要求。马克思曾经指出: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事实上,人类的一切共同

^① 马克思. 资本论. 北京:人民出版社,1975