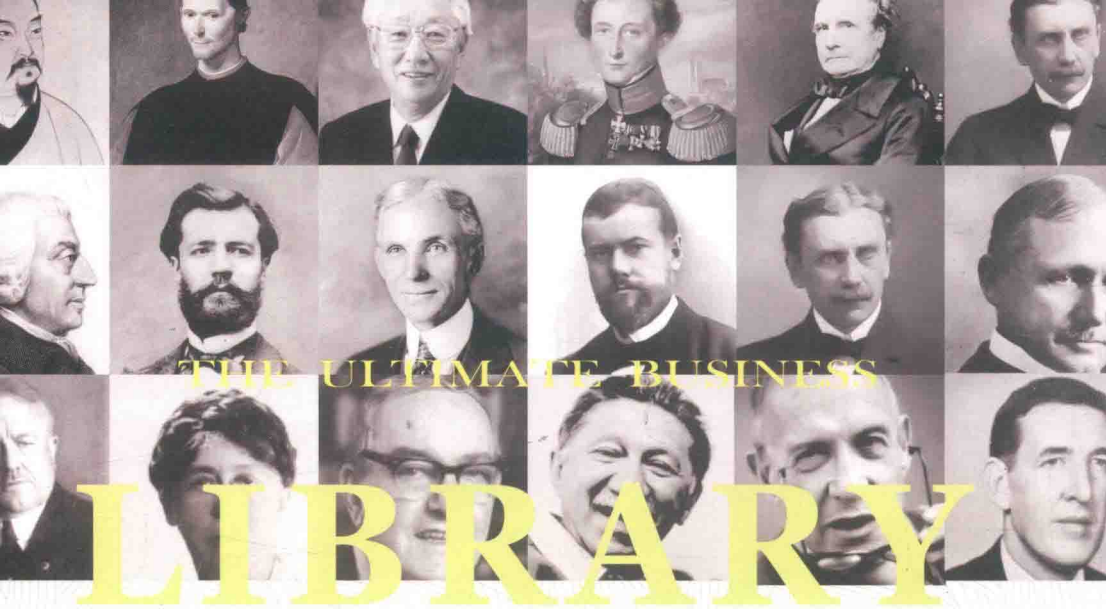




THE ULTIMATE BUSINESS

LIBRARY

The Greatest Books that Made Management

管理简史

8 2 部 传 世 经 典 汇 成 的 管 理 史

[英] 斯图尔特·克雷纳◎著

覃果 李晖 夏萍◎等译





THE ULTIMATE BUSINESS
LIBRARY

The Greatest Books that Made Management

管理简史

8 2 部 传 世 经 典 汇 成 的 管 理 史

[英]斯图尔特·克里克纳◎著
覃果 李晖 夏萍◎等译



The Ultimate Business Library: The Greatest Books that Made Management, 3rd Edition
Copyright © Stuart Crainer and Des Dearlove, 2003
All Rights Reserved This Translation Published Under License.
中文简体字版权 © 2017 海南出版社

版权所有 不得翻印

版权合同登记号：图字：30-2014-033 号

图书在版编目（CIP）数据

管理简史 / (英) 斯图尔特·克雷纳

(Stuart Crainer) 著；覃果等译. -- 海口：海南出版社，2017.12

书名原文：The Ultimate Business Library

ISBN 978-7-5443-7228-2

I. ①管… II. ①斯… ②覃… III. ①管理学-思想史-世界 IV. ①C93-091

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 128171 号

管理简史

作者：(英) 斯图尔特·克雷纳

译者：覃果 李晖 夏萍等

监制：冉子健

责任编辑：孙芳

执行编辑：谌紫灵

责任印制：杨程

印刷装订：北京盛彩捷印刷有限公司

读者服务：蔡爱霞 鄧亚楠

出版发行：海南出版社

总社地址：海口市金盘开发区建设三横路 2 号 邮编：570216

北京地址：北京市朝阳区红军营南路 15 号瑞普大厦 C 座 1802 室

电话：0898-66830929 010-64828814-602

投稿邮箱：hnbook@263.net

经销：全国新华书店经销

出版日期：2017 年 12 月第 1 版 2017 年 12 月第 1 次印刷

开本：787mm×1092mm 1/16

印张：25.5

字数：388 千

书号：ISBN 978-7-5443-7228-2

定价：68.00 元

【版权所有 请勿翻印、转载，违者必究】

如有缺页、破损、倒装等印装质量问题，请寄回本社更换

推荐序一

探索与迎接新的管理时代

张瑞敏

海尔集团董事局主席，首席执行官

管理的历史很短，管理的历史很长。

短到只有上百年。以泰勒的《科学管理原理》1911年出版为标志，一百多年的管理理论发展都可以看作是泰勒主义在不同历史阶段的演绎，泰勒主义带着创造20世纪工业文明巨大财富的光环，镶嵌在福特信徒们越来越智能的流水线上一直闪耀到今天。

长到悠悠数千年。以轴心时代“终极关怀的觉醒”为标志，春秋时期的中国文明和西方的古希腊文明蕴含着流淌千年、绵绵不绝的管理智慧，沿着赫拉克利特的“万物皆流”之河一直流淌至今天。

物质财富可能稍纵即逝，但创造财富的管理思想却如永恒的星辰。管理学的天空繁星闪烁，这些思想被传颂，被记录，凝聚在一本本管理著作中。斯图尔特·克雷纳先生一直在做一件穿针引线的大事。无论是他创办并参与的“管理思想家50人”评选，还是《管理百年》的研究等等，都致力于把管理史上的伟大思想和创新理念进行梳理，使之在理论研究和创新实践领域发挥更加重要的作用。《管理简史》就是这样一部精心串起来的珍珠项链。

治史是为知今，治史是为明变。研读这本《管理简史》，至少可以有三个方面的启发。我在此借鉴中国上古哲学著作《周易》的“三易”原则（变易、不易、简易）谈一谈。

首先是变易的原则。我认为管理创新要坚持时代性，对企业来说，没有成功的企业，只有时代的企业。任何企业都不能超越时代，唯有适应时代变化，踏准时代的节拍。《孙子兵法》博大精深，但精髓不外乎“兵无常势，水无常形，能因敌变化而取胜者谓之神”。自第一次工业革命以来，根据科技发展和管理模式的变化大体上分为3个时代，传统工业时代、互联网时代和即将到来的物联网时代。

传统工业时代的商业模式就是大规模制造，靠流水线创造高效率，竞争力的核心是品牌，品牌的强度决定了企业的规模、范围和溢价能力。在这个时代，有一个特别值得纪念的年份——1776年，这一年发生了三件大事，一件是亚当·斯密的《国富论》出版，另一件是美国独立，还有一件非常重要的大事是瓦特蒸汽机的出现。《国富论》提出的分工理论为科学管理的诞生奠定了理论基础，美国人泰勒的《科学管理原理》成为管理领域从原始经验管理飞跃到科学管理的重要分水岭。在泰勒的时间动作研究成果基础上，亨利·福特发明了流水线，让福特汽车成为大规模制造的典范。由此，大型工业企业成为这个时代舞台上的宠儿，不但彻底摧毁了低效率的手工作坊，也成就了一位伟大的企业史学家，阿尔弗雷德·钱德勒通过研究1870—1938年期间美国、德国和英国的大企业，写出了《规模与范围：工业资本主义的原动力》。在这部巨作中，钱德勒发现了一个著名命题，企业成长取决于两个变量的从属理论：战略和组织架构。即战略决定组织，组织从属战略。这个命题仍然影响着今天的企业。

以上罗列的这些巨星如此辉煌，他们的思想和著作被当成“圣经”一样坚信不疑。然而，互联网时代来了。几乎一夜之间，在上个时代霸占我们这个经济星球的“恐龙”，也就是传统的大型工业企业，忽然从时代宠儿变成了经济活力不振的“替罪羊”。2014年的诺贝尔经济学奖获得者，法国人让·梯若尔以双边市场理论解释了“恐龙”灭绝的原因。根据梯若尔的研究结果，政府和市场有时会同时失灵，因为传统经济中市场进入门槛太高，从而阻碍了市场发挥效率。而互联网产业是一个双边市场，与传统线性的单边市场不同，双边市场是一个非线性的平台，供需双方在同一个平台上创造价值。对互联网平台来

说，竞争力的核心不是名牌，而是平台。传统工业时代，要么成为名牌，要么给名牌打工；在互联网时代，要么拥有平台，要么被平台所拥有。电商平台成为这个时代新的宠儿。

就在电商平台几乎无所不能的时候，它本身的缺点也充分暴露出来。电商虽然是平台，但只是价格交易平台，用户更加需要的情景感知和个性化体验迭代呼唤新的商业模式。孕育用户美好体验需求的土壤逐渐成熟起来，那就是物联网。1999年，MIT（麻省理工学院）的凯文·阿什顿首次用物联网命名了下一代计算机网络，国际上把2016年定义为物联网元年，我们进入了物联网时代。区别于上一代互联网商业，物联网的核心既不是名牌也不是简单的流量平台，而是看你拥有多少终身用户。新时代需要新的商业模式，我们探索物联网时代的商业模式——人单合一模式，希望能够率先引爆物联网时代。

其次是不易的原则。世界唯一不变的法则就是永远在变，但在万变之中有一条主线永远不变，那就是人的尊严和自我价值实现。海尔自1984年创业以来，历经5个发展战略阶段，前4个发展战略阶段每个阶段的周期都是7年。但7年这个周期并不是刻意为之，而是踏准时代的节拍，抓住时代发展机遇的必然结果。

从创业初期资不抵债亏空147万元到今天连续八年蝉联全球白色家电第一品牌，成为物联网时代商业模式创新的首创者和引领者，“人的价值第一”主线贯穿全过程。与传统模式下西方企业遵循的“股东价值第一”宗旨不同，海尔人单合一管理哲学坚持“人的价值第一”，也就是员工和用户的价值第一。员工价值第一，用户价值第一，两个“第一”是如何并存呢？核心在于人单合一。“人”即员工，“单”即用户价值，“合一”即员工在为用户创造价值的过程中自我价值得以实现。“人单合一”使人的价值得以自我实现，这是区别于世界上所有企业的价值观。

这条主线之所以能千年不变，是因为前提假设一直在变。以科学管理为源头的西方传统管理始终在制度和人性之间摇摆徘徊。从古典经济学的“经济人”假设，到行为经济学的“社会人”假设，变来变去，没有从根本上改变管理的主体和客体的关系，比如“赋权”“分权”的思想，无论技术层面上做得

多么细致都没有解决员工一定要有个上级的宿命。企业为什么存在？科斯在《企业的性质》中给出了完美的回答，渐渐发展成不容置疑的定理。海尔在探索人单合一模式的初期受到最大的质疑就是违背了科斯定理。但互联网时代，零距离、去中心化、去中介化的新动力推动着企业必须从封闭的线性的组织转型为开放的互联网的节点，在网络上，任意一个节点都可以直接连接另外一个节点，交易成本的实践基础从根本上被冲垮。连接上互联网的每一个员工也成为网络上的一个节点，可以直接连接用户需求，并根据用户需求连接全世界的资源。员工真正成为自己的主人，成为自己的 CEO。

2016年6月，海尔并购了通用电气家电，一年后，通用电气家电接受了人单合一模式。按照通用电气的传统，企业领导人的接班人培养有个“长板凳”，一旦最终任命其中一人担任领导人，其他几位都要离开企业。海尔在通用电气家电采用的是竞单上岗，从五位参与竞单的候选人中选出三位成立一个委员会，谁都不用离开。我跟这个委员会的三位成员说，美国《独立宣言》说“人人生而平等”，可是，在美国大企业里看不到人人生而平等，CEO 就是国王，大权独揽，现在通用电气家电让每个人都要成为自己的 CEO，员工真正成为“自主人”，都可以体现自身价值，而且拥有尊严。德鲁克早就预言到这一点，海尔将其变成了现实。

最后是简易的原则。管理书籍对商业模式的解释多种多样。哈佛大学的专家问我，既然海尔都人单合一了，组织也是去中心化的了，那么您的时间用来做什么？我回答他，只有两个字——价值。我就聚焦“价值”两个字，价值两个字把用户和员工永远连在一起，用户价值由员工来创造，员工在为用户创造价值中实现自身价值。我认为，商业模式不变的宗旨就是两条：一是价值主张，即创造用户价值；二是价值网络，即传递价值到位，让攸关各方共创共享。

关于价值主张，即创造用户价值的诠释，海尔模式扣住三个要素，转换三种价值观念。

三要素即企业、员工、薪酬。

对企业而言，将科斯在《企业的性质》一书中定义的企业，转换为网络化的一个节点。以“量子纠缠”的理论来诠释，物联网时代的用户价值体现的

是“互联的整体、并联的价值”。对员工而言，将传统企业中的“经济人”“社会人”定位升华为“自主人”，即拥有决策权、用人权、分配权的创客，“人皆可高贵”。对薪酬而言，将传统的岗位薪酬（固定工资）和委托代理激励机制（金手铐）转换为“用户付薪”驱动的创客所有制。

“企业”和“员工”两个要素在第二部分“不易”的原则中已经讲述，不再重复。在薪酬激励方面，出生于英国的哈佛大学经济系主任奥利弗·哈特以“不完全契约理论”的贡献获得去年的诺贝尔奖。哈特创造了一个经典，也贡献了一个难题，我称之为“哈特难题”。这个难题见于他的著作《企业、合约与财务结构》，书中指出了剩余收入和剩余控制权不能一一对应的难题。海尔在人单合一模式基础上发展的创客所有制，在理论上可以让这个不完全契约变成完全契约。如果创客所有制得到更广泛的验证，创客所有制理论将为企业理论提供宝贵的分析框架。

由此看，物联网时代商业模式的价值主张可以凝练为一句话——用户价值源于网络价值。

关于价值网络，即用户价值传递，海尔的实践可以从三个维度来诠释。

从制造出发，海尔从传统制造升级到互联工厂，这是一个网络化的制造平台（COSMOPlat），区别于德国的工业4.0和美国的先进制造，COSMOPlat被称为世界工业互联网的第三极。其领先性和差异化模式在于它第一次实现了用户体验的全流程参与，不是制造产品而是创造用户。

从零售出发，海尔把电商模式颠覆为社群交互平台，内部叫大顺逛平台，大顺逛平台以社群经济为目标，实现三店合一，即线下店，线上店和微店，三店合一是手段，海尔独具的优势是具备情景感知和诚信的触点网络，在城市是遍布社区的社区驿站，在农村则是毛细血管般的水站。传统品牌是二元关系，企业和顾客，海尔的社群交互则实现了物联网品牌的三元关系，多出的一元，是用户和用户的交互。

从内部创业出发，海尔把企业内部的投资孵化平台开放为社会化创业平台。中国区的海创汇平台和美国海尔的FirstBuild平台都是以创客经济为目标，建立寻求新商机和第二曲线为主的创业网络。中国区的海创汇平台已汇聚4

316 家创业创新孵化资源。1 333 家风险投资机构，118 家孵化器空间，120 亿元创投基金和 15 家创业创新孵化基地，成为出创业家的热带雨林和全产业链资源的加速器。FirstBuild 是海尔收购的通用电器家电的基于社区和众包理念的“梦工厂”，旨在发展成为“硬件的硅谷”。FirstBuild 发展迅猛，被海尔收购一年后已经开始盈利。

“创造价值，传递价值”是对人单合一模式的最简洁的表达，它保证了海尔人单合一模式持续顺应时代的变化，坚守人的价值主线，在实践中不断地动态优化，形成可操作的系统，实现社会化和国际化，成为普适性的商业模式，引领物联网时代的企业转型升级。

《管理简史》选择的书目无疑都代表了各自的时代，虽然管理理论的假设和操作的方法日新月异，但思想永不会过时。人单合一模式也是如此。

书中的“管理没有终极的答案，只有永恒的求索”，则是每个管理者的醒世恒言。

推荐序二

从名贵大餐到开胃小吃

刘文瑞

西北大学公共管理学院教授，《管理学家》学术主编

读书如同吃饭，是人类汲取营养不可或缺的行为，其差别仅仅在于一为物质一为精神而已。就吃饭而言，套用一個时髦词，也有供给方和需求方的匹配问题。在供给一方，上到五星级酒店米奇林餐馆，下到街角小铺苍蝇馆子，高中低档应有尽有。在需求一方，有人喜欢清淡素雅，有人喜欢麻辣滚烫，更有人挚爱肥肠下水，偏好无穷。按理说，有求有应，匹配应该没有问题，但事实不尽然。经常可以看到，满街餐馆，走了许多家，却没有一家能满足某位特殊顾客的特殊口味。而卖饭的人不断推出新的菜品，变换各种招式，也不见得就能招徕吃家，有些外表不错的餐馆，却门可罗雀面临倒闭威胁。所以，饮食行业如何实现卖方和买方的适配，是一门大学问。

学习管理与吃饭极其相似，一方面，是琳琅满目令人眼花缭乱的大量管理类图书，似乎应有尽有什么都不缺；另一方面，是有志于学的读者陷入无书可读的困惑，面对满架图书发呆，不知哪本值得看。当你抱着不断试错的心情买书读书时，很有可能，几年过去了，买了不少，但真正看完的没几本，看了后觉得很有启发的更少。这种情况下，如何选择图书至关重要，而各种选择方式中最靠谱的，莫过于同行口碑。

斯图尔特·克雷纳的《管理简史》一书，就是用上好的名贵原料烹制出的管理学开胃小吃。他选择了从古到今的82部传世经典，萃取其中的要点精华，

以作者简介为导引，以对经典的阅读感悟为线索，告诉读者应当怎样去品尝管理大咖。这就好像燕窝月饼、鲍鱼披萨之类做法，选取上乘原料，做成速食快餐，供顾客以相对低廉的价格和贴近大众的吃法，从中感受到名贵大餐的味道。

作为一位管理类畅销书作家，许多中国人对斯图尔特·克雷纳并不陌生。有不少对管理思想或者管理著作感兴趣的人，往往在起步阶段就选读克雷纳的《管理百年》或者《世界 50 位管理思想家》等普及著作。这本《管理简史》，就是他随着时代推移而不断更新的再版作品。

在管理学的入门阶段，选书读书都不很容易。讲大道理，人人都知道要读经典名著，但经典名著不是那么好读。有些经典，如马克斯·韦伯的《经济与社会》，动辄上百万字，仅仅从部头看就不是业余读者能够啃得动的。有些经典，如巴纳德的《经理人员的职能》，尽管部头不大，但充满专业术语和不厌其烦的琐细论证，连专家都称其晦涩呆板抽象枯燥。这就好像传说中的满汉全席，山珍海味奇肴美食应有尽有，但普通食客可望而不可及。第一，你是否有足够的本钱？第二，即便本钱不成问题，你是否有细细品尝的时间和精力？第三，即便时间精力都充沛，你是否有那么大的食量容得下巨多种类的珍馐佳肴？第四，即便可以品尝各种菜肴，那些美味是否同你的生活习惯和饮食偏好相匹配？所以，对于真正的管理学“吃货”来说，好读书、读好书是大有讲究的。通常来说，一个美食家，对口感味觉的追求肯定超越了店面装潢，对民间口碑的重视肯定超越了文献记载。《管理简史》的作用，就在于梳理管理学界遍地开花的各类餐馆，把各种名贵大餐改造为速食店铺，编制出一幅管理领域“小吃一条街”的店铺导引手册，然后加上自己的特有佐料，吊起读者的胃口，使他们能够吃得更为舒坦。

管理的历史久远，从有人类就有了管理活动，但管理学从诞生到迅猛发展不过一百多年。大体上，从工业革命到 19 世纪 80 年代，机器化工厂的迅速增加，决定了管理的核心是组织生产；到 20 世纪 30 年代，基本完成工业化的国家需要在资源、成本与产出、利润之间取得均衡，这决定了管理的核心是提高效率；到 60 年代，经济萧条的冲击反问管理的目的是什么，决定了管理的核心是以人为本；到 90 年代，人权、女权、环保等一系列社会运动的冲击唤醒

人们的主体意识，决定了管理的核心是自我治理；到今天，互联网和计算机带来的信息革命，改变了组织运作机制，决定了管理的核心是个性彰显。这样的概括很可能有所偏失，但有助于读者把握大体方向。《管理简史》一书，对这些时段的管理经典做了恰当的选择和介绍，使读者能够快速了解管理的思想动向，这是有益的。当然，任何作者都有自己的口味偏好，克雷纳也不例外，他更多地着眼于图书市场，所以，对管理时尚要偏重一些，对营销和大众潮流更为敏感。当然，在 20 世纪 90 年代以来的管理方向变迁上，互联网和信息革命带来的巨大影响也不可忽视。克雷纳对管理学的整体把握远在常人之上，作为管理入门的向导，克雷纳足以胜任。

当然，本书不能代替阅读原著。同样是三文鱼，自助餐厅和米奇林餐馆是不一样的。但是，常人多数只能通过自助餐厅或者高级一点的海鲜酒店去品尝三文鱼的风味，只有具备了各种条件，才有可能一睹米奇林的三文鱼丰采。有志于在管理领域当出类拔萃的食客，就要有从自助到米奇林的升级愿景。在饮食上“眼高手低”是人们进步的台阶，眼界一定要盯着世界一流学者及其名著，而下手必须力所能及。吃的是土豆，想的也是土豆，你就会永远停留在土豆的水平上沾沾自喜。吃的是土豆，盯的是牛排，你才有可能在将来吃上牛排。即便条件所限吃不上牛排，你也可以在牛排的启发下把豆腐青菜做出“二十四桥明月夜”的精致来。但愿《管理简史》的读者能够由此开启不断升级的管理营养之旅。

中文版新序

管理，改变世界的思想

斯图尔特·克雷纳

“思想是创造的源泉。”法国作家厄尼斯特·迪姆奈（Ernest Dimnet）如是说。思想是创新赖以生存的血液。它们之所以重要是因为它们具有改变世界的力量。让我们想想这些名字：哥白尼、苏格拉底、亚里士多德、牛顿、伽利略、爱因斯坦；再想想查尔斯·达尔文，那个彻底颠覆人们观念的创新家。

思想定义我们的人性。它们塑造我们的思维方式，让我们看到人类在宇宙中所处的位置。“繁荣、贸易、艺术、城市以及任何形式的物质财富原本都是不存在的，如果对它们溯本追源的话，就会发现它们全部来自于某些人的想法。”拉尔夫·瓦尔多·爱默生写道。

在商业世界里，思想的地位同样重要——从史蒂夫·乔布斯到蒂姆·伯纳斯·李；从谷歌到优步——新的思想者和新的想法不断让我们的生活和工作方式受到挑战并发生改变。一个思想就能够改变整个产业，从持续改善法到平衡计分表，这些思想不断转换着我们的工作方式和引领我们的商业活动。

对于思想而言，最有力的呈现、储存和被消化的方式和途径就是书籍。伟大的商业书籍吸引着数量巨大的读者。经理人、企业主和领导者需要进行学习，而书籍就是给予他们知识和鼓励的强大来源。把最优秀商业书籍的精髓提取出来，正是《管理简史》所要做的尝试和努力。

20世纪80年代盛行的是授权观念，进入20世纪90年代，取而代之的是情绪智力概念。而我们在科学管理的道路上走过漫长的路途，恨不得用秒

表来管理工作表现。霍华德·加德纳（Howard Gardner）的《智能的结构》（*Frame of Mind: the Theory of Multiple Intelligences*, 1983）一书成为科学管理的基础思想。

克莱顿·克里斯坦森在 2011 年和 2013 年居于 Thinkers50 之首。他对商业世界具有极为深远的影响力。在《创新者的窘境》（*The Innovator's Dilemma*, 1997）一书中，他研究的对象是在所属的市场内疲于应对急剧创新局面的公司。该书为一代经理人带来破坏性技术和破坏性创新的概念。

有些思想令我们对自以为已经认知的事物重新做出思考。例如，就在不久前，大多数经理人还相信恐惧和贪婪是激励人们的两大利器，直到今天他们当中许多人对此仍然深信不疑。但丹·品克的《动力：让我们获得激励的惊人真相》（*Drive: the Surprising Truth About What Motivate US*, 2009）一书却终结了这个长期以来从无争议的结论，他建议我们放弃无效的胡萝卜加大棒的方法，转而重视让人们把所喜欢的事情当作事业。

管理思想和书籍能够成为更美好未来的催化剂。管理思维不只是与商业相关——它能够让更为广泛的领域发生改变——从减少世界范围内的贫穷和犯罪，到创建更加有效的医疗体系以及可持续的资本主义模式。

发生在最近几年里的一个例子是，克莱顿·克里斯坦森把他的思想运用到医疗和教育上——体现出精湛的管理思想可以解决社会中存在的巨大问题。

韩国人钱·金（Chan W. Kim）和美国人勒妮·莫博涅（Reneé Mauborgne）是欧洲工商管理学院的两位教授，他们是《蓝海战略》一书的作者，该书的销量超过 200 万册。他们的思想被世界各地的公司、非盈利组织和政府机关采纳。马来西亚政府还专门制定了国家蓝海战略，其中一个重要目标就是建设农村基础设施——为农村的贫困者提供住房和饮水。马来西亚总理还公开说过，其政府的好几个项目都证明了蓝海概念是卓有成效的。

有趣的是，勒妮·莫博涅还指出，我们在许多方面对于创新的定义过于狭隘。“从根本上来说，创新的发生是跨行业、跨国家和跨公司的。创新的力量是全方位的。因此，以行业和地理概念对组织进行划分是没有意义的。看一下战略方面的书籍你就会发现，行业的界线其实通常被认为是中间地带——

SWOT 分析或是迈克尔·波特的五力模型就是如此。”她说。

思想改变世界。史蒂夫·乔布斯过早离世所带来的反响让我们清楚看到这一点。乔布斯用他的思想和产品改变了我们的生活。已故的普拉哈拉德及其关于金字塔底层财富的思想也同样如此——它挑战企业惯有思维，寻求用商业方法为这个世界上最穷困的人们解决难题。

在其他领域，维杰·戈文达拉扬（Vijay Govindarajan）和克里斯汀·萨卡（Christian Sarkar）用一篇博客向设计师发出挑战，要求他们用 300 美元建筑房屋，并且掀起一场为世界上最贫穷的人重新发明住房的运动。

新思想和新方法对于推动成长和进步至关重要。思想在好日子里并不一定宝贵；它们在困难时刻的作用才更加关键。新鲜的思想是对付衰退的最佳解药——绝不是裁减工作。眼下，组织所需要的是创新和重新构建自己。所有这些书籍所包含的思想全部在《管理简史》中得到展现，它们是我们通向更美好未来的道路。

原版推荐序

《管理简史》中的管理智慧

加里·哈默尔

伦敦商学院顾问教授，Strategos 公司主席

既要切中时弊，又要超越时间限制，具有永恒价值，这种追求无疑是个完美的圈套——不过，这本书里所介绍的全部著作都达到了这个目标。每本著作在很大程度上都是它身处时代的产物，而且也是对那个时代发表的意见，每本书都经受住了时间的考验。管理者一次又一次地回过头来，从这些书中重新挖掘出管理学的不朽真理。

当你翻阅这本概略的简介时，你可能会发现一些超越具体限制的东西，这些东西历经时代变迁，一直为管理者和管理学家所关注。这些东西不仅是各种书籍讨论的重点，而且正是它们构成了管理的实践和理论的基础，正是它们构成了管理史。那么这些东西会是些什么呢？

管理

管理者意味着什么？将“管理者”和组织中其他人区别开来的作用和能力有哪些？

随着组织的不断膨胀，以及小型、自我组织的团体的出现，“管理者”和“劳动力”之间的界限变得从未有过的模糊。不过，今天几乎所有的工作中都蕴含着管理的成分，这一事实更加要求，而不是不再要求，人们要善于组织，

整合和协调——这些都是传统上和“管理”相关的能力。今天，我们谈论的应是管理实践，而不是管理部门。无论如何，每一位有着管理任务的人都可以从下列书籍学到许多：

巴纳德 (Barnard): 《经理人员的职能》(*The Functions of Executive*)

帕克·福列特 (Parker Follett): 《动态管理》(*Dynamic Administration*)

法约尔 (Fayol): 《工业管理和一般管理》(*General and Industrial Management*)

卡耐基 (Carnegie): 《如何赢得朋友及影响他人》(*How to Win Friends and Influence People*)

德鲁克 (Drucker): 《管理的实践》(*The Practice of Management*)

明茨伯格 (Mintzberg): 《管理工作的本质》(*The Nature of Managerial Work*)

赛姆勒 (Semler): 《独树一帜!》(*Marverich!*)

领导

管理和领导之间的界限是什么？成为领导需要什么？领导者是天生的？还是培养而成的？每个人都渴望成为一名领导者吗？

当然，在管理者 and 领导者之间，在行政管理者和建设者之间，有着一条严格的界限。我们常听到的抱怨就是企业管理得过分，或领导得不足。商业的故事就是伟大领导者的故事。当管理技术（报告、预算、控制、回顾等等）已是高度地发达，我们对领导的理解却越来越失真。领导在相当程度上，不是你做了“什么”，而是你“如何”去做它。列举领导者的特点相对来说比较简单，但将官僚主义者转变成领导者的任务则令人气馁得多。这就是为什么不可能人人都成为亨利·福特、汤姆·沃特森或者比尔·盖茨。不过，志存高远的领导者可以在这些书里找到灵感和指引：

马基雅维里 (Machiavelli): 《君主论》(*The Prince*)

福特 (Ford): 《我的生活与工作》(*My Life and Work*)

彭斯 (Burns): 《领导》(*Leadership*)