



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

高职高专规划教材

上海市精品课程配套教材

机械工业出版社精品教材

管理学基础

吴志清 黄忠林 主编

国家机械职业教育管理类专业教学指导委员会 组编

第2版



赠电子课件



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
高职高专规划教材
上海市精品课程配套教材
机械工业出版社精品教材

管 理 学 基 础

第2版

国家机械职业教育管理类专业教学指导委员会 组编

主 编 吴志清 黄忠林



机 械 工 业 出 版 社

本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材,是高职高专管理类专业的核心课程教材;本书根据高等职业教育的特点,融合了作者的教学经验和成果,在内容、体系等方面力求做到题材新颖、选材适当、突出案例、注重运用。

全书分为三篇共十一章。第一篇概述,包括第一、二、三章,主要讲述管理的基本知识,管理学的发展过程,组织环境与组织文化;第二篇管理的职能,包括第四、五、六、七章,讲述管理的计划与决策、组织与人事、领导与激励、控制与协调等职能;第三篇综合与应用,包括第八、九、十、十一章,讲述管理原理在生产、人力资源、营销和理财过程中的应用。全书每节均采用导入案例,以引导学生对学习内容的兴趣与思考,每章都有小结并附有案例分析、复习与思考,便于学生课后复习和练习。

本书为高职高专管理类各专业核心课程教材,也可供高职高专工科类各专业和中等职业学校管理类各专业选用。

图书在版编目(CIP)数据

管理学基础/吴志清,黄忠林主编. —2版. —北京:机械工业出版社,2011

普通高等教育“十一五”国家级规划教材. 高职高专规划教材
ISBN 978-7-111-33670-9

I. ①管… II. ①吴… ②黄… III. ①管理学—高等教育—教材 IV. ①C93

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第036517号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:孔文梅 责任编辑:孔文梅 宋燕

封面设计:饶薇 责任校对:赵蕊

责任印制:乔宇

三河市国英印务有限公司印刷

2011年5月第2版第1次印刷

169mm×239mm·18.5印张·359千字

0001—4000册

标准书号:ISBN 978-7-111-33670-9

定价:28.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换
电话服务 网络服务

社服务中心:(010)88361066

销售一部:(010)68326294

销售二部:(010)88379649

读者购书热线:(010)88379203

门户网:<http://www.cmpbook.com>

教材网:<http://www.cmpedu.com>

封面无防伪标均为盗版

第 2 版前言

《管理学基础》自出版后,被许多高职院校选为教材,受到了广大读者的重视和关爱。截止到 2010 年年底,本书已重印了 21 次,累计印刷 9 万多册。但限于我们的水平,再次审视本书第 1 版,发现有许多不尽如人意之处,加之管理理论与实践的不断发展和完善,在机械工业出版社的大力支持下,经过全体作者的共同讨论研究,决定对本书进行调整与修改。

本次修订工作主要体现在以下方面:

(1) 在管理职能部分进行了较大的调整。对原先的计划、组织、领导和控制四章的内容进行了扩充,现改为计划与决策、组织与人事、领导与激励、控制与协调,并对原第四章计划作了较大的修改。

(2) 对第 1 版的导入案例进行了全面的梳理与修改,修改了不恰当的、过时的导入案例,使导入案例更符合教材中所涉及教学内容,便于教师教学和学生的学习。

(3) 将第 1 版各章后面的思考题、实训题、讨论题,统一改为复习与思考,其内容也进行了扩充,包含思考题、选择题、判断题、实训题和讨论题,丰富了学生课后练习的内容。

(4) 更正了先前的某些缺点,消除文字、演算以及图表上的错误与缺陷。

相信曾经学习第 1 版内容的读者同样能更好地接受第 2 版的内容,同时也衷心欢迎广大读者批评指正,愿本书能够更好地为你所用,你的宝贵意见,就是本书的生命之源。

为方便教学,本书配备电子课件等教学资源。凡选用本书作为教材的教师均可索取,请发送邮件至 cmpgaozhi@sina.com,咨询电话:010-88379375。

编 者

第 1 版前言

本书是由国家机械职业教育管理类专业教学指导委员会组织编写的高职高专管理类专业规划教材之一。

全书分为三篇共十一章。第一篇概述,包括第一、二、三章,主要讲述管理的基本内容,管理学的发展过程,组织环境与文化;第二篇管理职能,包括第四、五、六、七章,讲述管理的计划、组织、领导和控制职能;第三篇综合与应用,包括第八、九、十、十一章,讲述管理原理在生产、人力资源、营销和理财管理过程中的应用。本书为高职高专管理类专业各专业的通用教材,也可供高职高专工科类专业和中等职业学校管理类专业选用,建议学时数为 50~70 学时。在使用本书时,教师可根据教学的具体对象对第三篇综合与应用的内容作适当的选取。

本书根据高等职业教育的教学特点,在参考国内外有关教材的基础上,融合作者多年的教学经验和成果,在教材的内容、体系等方面力求做到题材新颖、选材适当、突出案例、注重运用。全书各节均采用导入案例,以引起学生的兴趣与思考,各章末附有案例分析、思考题、实训题和讨论题,以便于学生学习。

本书由上海、浙江、湖南、山西、陕西、云南、四川等省市的职业技术学院长期从事管理教学工作的教师共同编写。

上海理工大学朱自强教授作为本书的主审,认真审阅了全部书稿。在本书的编写过程中,编者参考了大量同类教材及有关论著,得到了许多兄弟院校的大力支持,在此一并致以诚挚的谢意。

由于编者的水平有限,加之管理科学在不断发展,书中难免存在不完善之处,恳请读者批评指正。

编 者

目 录

第2版前言

第1版前言

第一篇 概述.....1

第一章 管理的基本知识..... 1

第一节 管理的定义..... 1

第二节 管理的职能与性质..... 5

第三节 管理学的研究对象与方法.....10

第四节 管理者与管理者的技能.....13

本章小结.....19

案例分析.....20

复习与思考.....23

第二章 管理学的发展过程.....26

第一节 中国传统的管理.....26

第二节 西方传统的管理.....29

第三节 西方现代的管理.....34

第四节 中国现代的管理.....43

本章小结.....49

案例分析.....50

复习与思考.....52

第三章 组织环境与组织文化.....55

第一节 组织环境.....55

第二节 组织环境的适应与控制.....59

第三节 组织文化.....65

第四节 企业的社会责任..... 71

本章小结.....74

案例分析.....74

复习与思考.....77

第二篇 管理的职能.....79

第四章 计划与决策.....79

第一节 计划的概述.....79

第二节 编制计划的方法.....88

第三节 决策.....96

第四节 目标管理.....105

本章小结.....111

案例分析.....111

复习与思考.....114

第五章 组织与人事.....118

第一节 组织的基本内容.....118

第二节 几种常见的组织结构形式.....121

第三节 组织结构设计.....126

第四节 组织中的职权关系.....131

第五节 组织中的人事配备.....134

本章小结.....140

案例分析.....140

复习与思考.....142

第六章 领导与激励.....145

第一节 领导者与管理者.....145

第二节 领导的权力基础.....148

第三节 领导方式及其理论.....150

第四节 激励理论.....155

第五节 沟通.....161

本章小结	165	第二节 工作分析与人力资源规划	225
案例分析	166	第三节 员工培训与职业发展	230
复习与思考	170	第四节 绩效评价	235
第七章 控制与协调	173	第五节 薪酬管理	237
第一节 控制概述	173	本章小结	240
第二节 控制的基本过程	177	案例分析	241
第三节 控制的基本类型	181	复习与思考	243
第四节 管理工作中的若干控制	184	第十章 营销管理	244
第五节 管理工作中的协调	187	第一节 营销计划	244
本章小结	193	第二节 营销组织	249
案例分析	193	第三节 营销控制	255
复习与思考	197	本章小结	259
第三篇 综合与应用	200	案例分析	260
第八章 生产过程的管理	200	复习与思考	263
第一节 企业的生产过程	200	第十一章 理财工作管理	264
第二节 生产计划	202	第一节 理财目标及内容	264
第三节 生产组织	206	第二节 理财计划	269
第四节 生产控制	216	第三节 理财组织	273
本章小结	219	第四节 理财控制	277
案例分析	220	本章小结	283
复习与思考	221	案例分析	284
第九章 人力资源管理	223	复习与思考	287
第一节 人力资源管理的内容	223	参考文献	289

第一篇 概 述

第一章

管理的基本知识



学习目标

- 了解管理活动、管理意识的含义、特征;
- 掌握管理的定义,理解管理的特征;
- 掌握管理的职能,理解管理的性质;
- 掌握管理学的概念与研究对象;
- 理解管理学的研究方法;
- 了解管理者的定义与分类;
- 掌握管理者应具有的技能;
- 把握管理工作的对象与范围。

第一节 管理的定义

★★★导入案例 1-1

有个著名的植物园,里面种满了各种珍奇名贵的花卉,每天都有大批游客前来观赏,但是时常有花卉不翼而飞的事情发生。为此,管理人员在植物园门口竖起一块告示牌:“凡检举偷窃花卉者奖励 500 元”。从此以后,植物园再未出现过丢失花卉的现象。有好奇的游客问管理人员,为何不写成“凡偷窃花卉者罚款 500 元”。管理人员若有所思地答道,“如果那样写的话,只能靠我们有限的几个人去看管,而这样,就可以充分调动游客,使几百、几千甚至更多的人参与我们的管理。而且,还会让动机不纯的人产生一种四处都有目光的惧怕心理。”

变罚为奖,变管住人人的被动局面为人人参与管理的主动局面。事实上,这只是源于管理人员转换了思维角度,巧妙地改变了一下管理的支点。

一、管理活动与管理意识

(一) 管理活动

人类活动是多种多样的,管理活动是人类最基本的活动之一,它广泛存在于现实社会生活之中,大至国家、军队,小至企业、医院、学校等。可以说,凡是由两人以上组成的,有一定活动目标的集体或组织都离不开管理活动。

管理活动是一种基本的社会实践活动,其贯穿于人类社会实践的历史过程。在人类历史发展的初期,原始社会的氏族或部落中的人们,为了共同的生产劳动和生活,便在实践中从事着一定的管理活动。在现代社会,管理实践更是在各国乃至世界性的跨国经济活动中发挥着巨大作用。在未来的社会生活中,管理实践不仅不会在人类社会实践的活动中消失,反而将会日益显示其重要的地位和作用。

在近代,不同的组织有不同的业务活动,但各个组织的管理活动所遵循的基本原理却是一样的。一般来说,管理活动具有全局性,而业务活动却具有局部性。作为组织中的业务活动者,他在从事业务活动时,考虑自身的活动与组织中其他业务活动之间的相互关系相对于管理活动者而言要少得多,其考虑的重点在于按照上级管理者的要求把自身的工作做好。而管理活动者则相反,它所要考虑的不是某个局部的业务活动如何进行,而是各个业务活动相互之间的联系与协调。

(二) 管理意识

意识是人的大脑对于客观物质世界的反映,它是感觉、思维等各种心理过程的总和。辩证唯物主义认为:存在决定意识,意识又反作用于存在。所以在这里,管理活动决定着管理意识,管理意识反过来促进了管理活动的发展。

管理意识是指人们对物质管理、社会政治管理和精神文化管理的现实、本质、作用、方法、手段、效果和科学程度的认识、反映和评价,是管理观点、管理态度、管理心理、管理情绪、管理理论、管理科学、管理哲学的总称,它是一种特殊的社会意识。管理意识可分为广义与狭义两个方面。

从广义上讲,管理意识是指人们在管理实践活动中形成的,并反过来对管理实践活动起着指导和影响作用的一切观念形态的价值、文化、知识、传统等有关的管理观点、思想、理论等的统称。

从狭义来讲,管理意识是指人们在管理实践活动中形成的,并反过来对管理实践起着指导和影响作用的有关管理的价值、本质、功能等方面的根本观点、理论体系和思维方法等作为特定意识形态存在的思想意识。

管理意识与管理实践是不可分离的。管理实践是形成管理意识的基础,而管理意识对管理实践起着不可缺少的影响和指导作用。在人类社会,管理意识贯穿于人类社会生活的一切方面,它普遍地存在着,广泛地起着作用,已成为一种不可或缺的意识现象。这主要是因为,人类的各种具体社会生活,都不能没有一

定的管理,于是也就不能没有相应的管理意识。因而,管理意识是一种基本的社会意识,具有永久性和普遍性。

二、管理的概念与特征

(一) 管理的概念

人类的管理活动和管理意识由来已久,可以说,自从有了人类的文明史,就有了管理。管理活动是人类社会生活中一项基本的社会实践活动,它不仅贯穿于人类社会的全部历史,存在于人类社会的各个历史阶段,而且贯穿于人类社会生活的各个单元、层次和方面。从纵向横向、时间空间各个方面来看,管理对于社会有着普遍性。然而对于什么是管理,迄今为止人们的理解并不完全一致。由于不同的人在研究管理时出发点不同,因此,人们在为“管理”一词下定义时往往就会产生很大的差异。以下是具有代表性的几种观点,它从某个侧面反映了管理的内涵。

(1) 管理是指计划、组织、指挥、协调和控制。这是由古典管理学创始人之一、法国管理学家亨利·法约尔(Henri Fayol)于1916年提出的。这个看法明确了管理的过程和职能。他的理论经过了近百年来许多人的研究和实践证明,除在职能上有所增减外,基本上正确,并成为管理定义的基础。

(2) 管理是决策。这是美国管理学家、1978年诺贝尔经济学奖获得者赫伯特·A·西蒙(H.A.Simon)提出的。他把决策制定过程分为四个阶段:①调查情况,分析形势,搜集信息,找出制定决策的理由;②制定可能的行动方案,以应付面临的形势;③在各种可能方案中进行抉择,选择比较满意的方案,并付诸实施;④检查过去所选择方案的执行情况,并进行评价,制定新的决策。这一过程是任何组织、任何层次的管理者在实施管理都要进行的过程,所以从这方面看,管理就是决策。

(3) 管理就是协调人际关系,激发人的积极性,以达到共同目标的一种活动。这一表述突出了人际关系和人的行为。它包括三层意思:①管理的核心是协调人际关系;②管理者应当根据人的行为规律去激发人的积极性;③在一个组织中的人们,具有共同的目标。管理的任务就是使人们相互沟通和理解,为完成共同目标而努力。

(4) 管理是指一种以绩效责任为基础的专业职能。这是美国哈佛大学教授彼得·德鲁克(P.Drucker)提出的观点,他认为:①管理与所有权、地位或权力完全无关;②管理是专业性的工作,与其他技术工作一样,有自己特有的技能、方法、工具和技术;③管理人员是一个专业管理阶层;④管理的本质和基础是执行任务的责任。这种观点明显淡化了管理的社会属性,强调了管理的自然属性。

(5) 管理是一个过程,是让别人与自己一道去实现既定目标,是一切有组织的集体活动所不可缺少的要素。

(6) 管理是指在某一组织中,为完成目标而从事的对人与物质资源的协调活动。

综上所述,我们认为管理概念可以作如下表述:

管理就是在一定的环境下,对组织所拥有的资源进行有效的计划、组织、领导和控制,通过组织资源的优化配置,以有效实现组织目标的过程。这一表述包含了以下几个观点:

- (1) 管理的目的是为了实现组织的目标。
- (2) 管理工作要通过综合运用组织中的各种资源来实现组织目标。
- (3) 管理工作的过程是由一系列相互关联、连续进行的活动所构成的。这些活动包括计划、组织、领导、控制等,它们成为管理的基本职能。
- (4) 管理的本质是协调。协调就是使个人的努力与组织的预期目标相一致。每一项管理的职能、每一次管理的决策都要进行协调,都是为了协调。
- (5) 管理工作是在一定的环境条件下进行的,有效的管理必须充分考虑组织内外的特定条件。

(二) 管理的基本特征

为了更全面地理解管理的概念,理解管理学研究的特点、范围和内容,可以从以下几方面把握管理的一些基本特征。

1. 管理是一种社会现象或文化现象

从科学的定义上讲,存在管理必须同时具备两个必要条件:①由两个以上的人组成的集体活动,包括生产、行政等活动;②要有一致认可的、自觉的目标。由此可见,管理是一种社会现象或文化现象。

2. 管理的载体是组织

管理活动在人类现实的社会生活中广泛存在,而且总是存在于一定的组织之中。有效的协作需要组织的存在,需要在组织中实施管理。社会生活中各种组织的具体形式虽因其社会功能的不同而会有差异,但构成组织的基本要素是相同的。

一个组织的建立和发展,既要具备基本的内部要素,又要受到外部环境因素的影响和制约。管理就是在这样的组织中,由一人或者若干人通过行使各种管理职能,使组织中以人为主体的各种要素得到合理配置,从而达到实现组织目标而进行的活动,这一点对于任何性质、任何类型的组织都是具有普遍意义的。

3. 管理的任务、职能和层次

管理的任务是指设计和维持一种体系,使在这一体系中共同工作的人们能够用尽可能少的支出实现他们的既定目标,即最大限度地提高组织的经济效益。

管理及管理人员的基本职能类同:计划、组织、领导、控制及创新。

管理通常分为三个层次:上层(战略层)、中层(业务层)、基层(作业层)。

4. 管理的主体是管理者

一个组织内的管理者可分为不同层次、不同部门,但各种不同的管理者都要

执行管理职能，都要承担管理一个组织、管理管理者、管理工作和人的几方面的管理责任。因而管理者的责任也就体现着管理的整个过程。

5. 管理的核心是处理各种人际关系

管理通常是在一定的组织中实施的。对主管人员来讲，管理是要在其职责范围内协调下属人员的行为，是要让别人同自己一道去完成组织目标的活动。组织中的任何事都是由人来传达和处理的，所以主管人员既管人又管事，而管事实际上也是管人，管理活动自始至终，在每一个环节上都是与人打交道的，因此说管理的核心是处理组织中的各种人际关系，包括：主管人员与下属之间的关系，这是各种人际关系的主导与核心；组织内的一般成员之间的关系，这种关系在组织中大量存在，它直接表现为组织的社会气氛；群体之间的关系，群体是组织内部的团体，有正式与非正式之分，正式团体是指组织内按专业分工所划分的各个部门，而非正式团体则是指正式团体的一些成员为某种共同的感情或需要而形成的一种无形的团体，要重视非正式团体的作用，处理好它们之间与正式团体之间的关系。

第二节 管理的职能与性质

★ ★ ★ 导入案例 1-2

美国福特公司的创始人亨利·福特（以下简称“福特”）有着精明强干的头脑和丰富的技术经验，于 1896 年制造出第一辆福特汽车，1903 年成立福特汽车公司，开始生产“A”型到“R”型和“S”型汽车。从 1908 年开始，福特公司生产福特“T”型车，这就标志着福特公司垄断局面的开始。“T”型车的特点是结构紧凑、设计简单、坚固、驾驶容易、价格较低。1913 年福特公司采用了汽车装配的流水线生产法并实现汽车零部件的标准化，形成了大量生产的体制，当年产量增加到 13 万辆，1914 年增加到 26 万辆，1923 年增加到 204 万辆，在美国汽车生产中处于垄断的地位。

福特从而建立起一个世界最大和盈利最多的制造业企业，它从利润中积累了 10 亿美元的现金储备。可是，福特坚信企业所需要的只是所有的主管成为他的一些“助手”，只需“助手”的汇报由他发号施令即可运行。他认为公司组织只是一种形式，企业无须管理人员和管理。随着环境变化，其他竞争者兴起，汽车有着不同档次的需要，科技、产供销、财务、人事等管理日趋复杂，个人管理难以适应这种要求。只过了几年，到了 1927 年，福特公司已丧失了市场领先的地位，以后 20 年，逐年亏本。

到 1944 年，福特的孙子——福特二世接管公司时，公司已濒于破产。当时 26 岁的福特二世一方面向他的对手通用汽车公司学习，另一方面创建了一套福特

公司的管理组织和领导班子，五年后就在国内外重新获得了发展和获利的力量，成为通用汽车公司的主要竞争者。

美国福特公司的兴起、衰落和复兴，可以使我们看到企业中管理职能是何等的重要。

一、管理的职能

管理的职能是指管理所具有管理本质的外在根本属性及其所应发挥的基本效能。管理职能是人们对管理及其规律性的认识程度的表象。实际上，它是一种管理思想、管理文化，随着人们对不确定性的管理理论和方法的认识与研究而不断发展。考察管理过程职能的目的有两个：①要回答管理是要干什么的问题；②要回答管理的既定目标是如何达到的。

管理活动具有哪些最基本的职能？至今仍有许多观点。最早系统地提出管理各种具体职能的是法国的亨利·法约尔。他认为管理具有计划、组织、指挥、协调和控制五种职能。他为后人的研究奠定了基础。之后，关于管理职能划分又有“三功能派”、“四功能派”或“七功能派”等。西方管理学者对管理职能划分的各种说法，如表 1-1 所示。

表 1-1 西方管理学者对管理职能划分的各种说法

年份	职能划分 人 名	计划	组织	指挥	协调	控制	激励	人事	调集资源	沟通	决策	创新
1916	法约尔	△	△	△	△	△						
1934	戴维斯	△	△			△						
1937	古利克	△	△	△	△	△		△		△		
1947	布朗	△	△	△		△	△		△			
1947	布雷克	△			△	△	△					
1949	厄威克	△	△			△						
1951	纽曼	△	△	△		△			△			
1955	孔茨和奥唐奈	△	△	△		△		△				
1964	艾伦	△	△			△						
1964	梅西	△	△			△		△			△	
1966	希克斯	△	△			△	△			△		△
1970	海曼和斯科特	△	△			△	△	△				
1972	特里	△	△			△	△					

注：1. △表示各学者主张的管理职能的划分。2. 计划包括预测。3. 指挥包括命令、指导。4. 控制包括预算。5. 激励包括鼓励、促进。6. 沟通包括报告。

我国管理学者对管理职能的划分也很不一致,有人赞同法约尔的五种职能,有人主张计划、组织、控制三种职能,还有人认为可概括为组织一种职能。本书划分的管理职能是计划、组织、领导、控制。

1. 计划

如果你一个人出去旅游,你可以没有任何特定的目的地,任何线路你都可以选择。但是,一个组织不能漫无目的的行动。组织的存在是为了实现某种特定的目标(这个目标一般以一个或一组来表示),因此就需要有人来规定组织要实现的目标和实现目标的行动方案,这就是管理的计划职能。

2. 组织

管理的组织职能决定组织要开展的活动是什么,这些活动如何分类组合,由哪些职位和部门来承担这些工作活动,谁向谁汇报工作以及各种决策应放在哪一层次上制定,等等。组织职能或组织工作的结果就形成各种正式组织文件,如组织结构图、职务说明书等。

3. 领导

每个组织都是由人力资源同其他资源有机结合而成的,人是组织活动中唯一具有能动性的因素。管理的领导职能包括激励下属,指导和指挥他们的活动,选择最有效的沟通渠道,以及营造良好的组织气氛等。

4. 控制

控制是为了确保组织目标及为此制定的行动方案顺利实现而进行的管理职能,管理者必须根据计划目标派生出来的控制标准对组织各项活动的进展情况进行检查,发现或预见到偏差后应及时采取措施予以纠正,这是管理工作中狭义的控制职能。广义的控制职能还包括组织内外环境的变化,对计划目标和控制标准进行修改或重新制定。

各项管理职能都有自己独有的表现形式。例如,计划职能通过方案和计划制订与实施的形式表现出来。组织职能通过组织结构设计和人员配备表现出来。领导职能通过领导者和被领导者的关系表现出来。控制职能通过对计划执行情况的信息反馈和纠正措施表现出来。

每一项管理工作一般都是从计划开始经过组织、领导,到控制结束。各职能之间同时相互交叉渗透,控制的结果可能又导致新的计划。

二、管理的性质

(一) 管理的二重性

管理是组织共同劳动的需要,从它最基本的意义来看,一是组织劳动,二是指挥、监督劳动。管理具有同生产力、社会化生产相联系的自然属性和同生产关

系、社会制度相联系的社会属性，这就是通常所说的管理的二重性。

1. 管理的自然属性

现代化生产是社会化大生产，为了保证社会化大生产能够持续、稳定地进行，就要按照社会化大生产的要求，合理地进行计划、组织、领导和控制，最有效地利用人力、物力和财力资源提高经济效益。管理是社会化大生产的客观需要，不进行有效的管理，生产就无法顺利进行。可以说，企业经济效益的好坏在一定程度上取决于管理水平的高低，管理的重要性在于如何合理组织生产力，促进生产力的提高，这就是管理的自然属性，它在任何时期、任何国家都是相同的。从历史的角度考虑，管理的自然属性是具有普遍性和共性，不同的社会制度在管理的自然属性方面是完全相同的。

管理也是生产力。任何社会、企业，其生产力是否发达，都取决于它所拥有的各种经济资源，各种生产要素是否得到有效的利用，取决于从事社会劳动的人的积极性是否得到充分的发挥，而这两者都有赖于管理。在同样的社会制度下，企业外部环境基本相同，有不少企业其内部条件如资金、设备、能源、原材料、产品及人员素质和技术水平基本类似，但经营结果、所达到的生产力水平却相差悬殊。同一个企业有时只是更换了企业主要领导，例如换了厂长，企业就可能出现新的面貌。事实可以证明管理也是生产力。科学技术是生产力，但科学技术的发展本身需要有效的管理，并且也只有通过管理，科学技术才能转化为生产力。

管理的上述性质是不以人的意志而转移，也不因社会制度意识形态的不同而有所改变，这完全是一种客观存在，所以，我们称之为管理的自然属性。

2. 管理的社会属性

管理是为了达到预期目的所进行的具有特殊职能的活动。谁的预期目标？什么样的预期目标？实质上就是“为谁管理”的问题。在人类漫长的历史中，管理从来就是为统治阶级、为生产资料的占有者服务的。管理是一定社会生产关系的反映。国家的管理、企业的管理、以至于各种社会组织的管理概莫能外。

3. 管理二重性的现实意义

(1) 管理的二重性理论体现着生产力和生产关系的辩证统一关系，这对我国的管理理论和实践的发展有重要的指导意义。我国的管理科学理论还处在发展阶段，在漫长的探索和积累过程中，必须认真总结我国历史上以及新中国成立六十多年来管理的经验教训，遵循管理的自然属性的要求，并在充分体现社会主义生产关系的基础上，分析和研究我国的管理问题，是建立具有我国特色的管理科学体系的基础。

(2) 学习和掌握管理的二重性理论，明确西方的管理理论、技术和方法是人类长期从事生产实践的产物，是人类智慧的结晶。它同生产力的发展一样，具有连续性，是不分国界的。这使我们对资本主义的管理理论、技术和方法有了正确

评价。因此,我们要在继承和发展我国过去的科学的管理经验和理论的同时,注意学习、引进国外先进的管理理论、技术和方法,使其适应我国的情况,成为我国管理科学体系的有机组成部分。

(3) 由于管理总是在一定生产关系下进行的,体现着一定的统治阶级的意志。因此,我们要科学地鉴别管理的社会属性,我们的管理理论和实践不能简单地照抄西方的一切,而要有鉴别、有选择地取我所用,走自己的道路。

(4) 任何一种管理理论、技术和方法的出现总是同生产力水平及其他一切情况相适应的。因此在学习和运用某些管理理论、原理、技术和手段时,必须结合本部门、本单位的实际情况,因地制宜,这样才能取得预期的效果。

(二) 管理的科学性

管理的科学性是管理作为一个活动过程,其间存在着一系列基本客观规律。人们经过无数次的失败和成功,通过从实践中收集、归纳、检测数据,提出假设,验证假设,从中抽象总结出一系列反映管理活动过程中客观规律的管理理论和一般方法。人们利用这些理论和方法来指导自己的管理实践,又以管理活动的结果来衡量管理过程中所使用的理论和方法是否正确,是否行之有效,从而使管理的科学理论和方法在实践中得到不断的验证和丰富。因此说,管理是一门科学,它以反映管理客观规律的管理理论和方法为指导,有一套分析问题、解决问题的科学的方法论。

(三) 管理的艺术性

管理的艺术性就是强调其实践性,没有实践就无所谓艺术。即仅凭停留在书本上的管理理论,或背诵原理和公式来进行管理活动是不能保证其成功的。主管人员必须在管理实践中发挥积极性、主动性和创造性,因地制宜地将管理知识与具体管理活动相结合,才能有效地管理。管理的艺术性,就是强调管理活动除了要掌握一定的理论和方法外,还要有灵活运用这些知识和技能的技巧。

从管理的科学性与艺术性可知,有效的管理艺术是以对它所依据的管理理论的理解为基础的。因此,二者之间不是互相排斥,而是互相补充的。管理既是一门科学,又是一门艺术,是科学与艺术的有机结合体。在当代,既注重管理基本理论的学习,又不忽视在实践中因地制宜地灵活运用,是每一个管理者走向卓越的重要保证。

(四) 管理的技术性

现代意义上的管理,一开始是作为一种技术手段、技术现象出现的。当企业、组织面临着处理人与资源的关系、人与工具的关系,配置劳动力、缩减工作时间、提高组织效率、降低成本等一系列复杂的问题时,一方面,要求有足够的技术准备;另一方面,更需要一大批素质过硬、训练有素的技术干部和职工。这样,就需要合理招募、培训和利用。自然,这些也就成了管理的技术性。当然,管理也

推动着技术的进步，以特有的作用促进技术创新活动，即技术管理与创新管理。

管理工作存在于各行各业、各个领域，其实现的目标各不相同，结合其各个专业的问题，更是包罗万象，如工厂管理、商业管理、银行管理、教育管理、科技管理、行政管理等，管理学究竟应包括哪些内容呢？这里要明确，本书并不企图囊括所有专业管理的具体内容。管理学的目的是阐明管理的基本理论和基本知识，它研究的是管理活动的普遍规律性，它并不深入涉及各个领域专业管理工作的具体内容，而只是将管理的基本原理、原则以及管理活动的核心内容概括出来作为管理学的内容，它可以用以指导各类专业管理。因此，管理学可作为各专业管理的基础理论。

第三节 管理学的研究对象与方法

★ 导入案例 1-3

有七个人住在一起，每天共喝一桶粥，显然每人都不够。一开始，他们抓阄决定谁来分粥，每天轮一个。于是每周下来，他们每人只有一天是饱的，就是自己分粥的那一天。后来他们开始推选一个道德高尚的人出来分粥。强权就会产生腐败，大家开始挖空心思去讨好他，贿赂他，搞得整个小团体乌烟瘴气。后来，大家开始组成三人的分粥委员会及四人的评委，但是这样他们又互相攻击、扯皮，粥吃到嘴里全是凉的。最后大家想出一个方法：轮流分粥，但分粥的人要等其他人也都挑完后拿剩下的最后一碗。为了不让自己吃得最少，每人都尽量分得平均，就算不平，也只能认了。从此以后，大家快快乐乐、和和气气，日子越来越好。

一、管理学的概念

管理学是人类长期从事管理实践活动的科学总结，是以企业组织为重点，研究管理活动过程及其基本规律和一般方法的科学。管理学来源于人类社会的管理实践活动，而社会管理实践活动的领域是多样化的。有的从事企业管理活动，有的从事政府、军队、公安等国家机关管理活动，有的从事学校、文艺团体、学术团体管理活动，等等。有多种不同的社会组织就会有多种解决这些领域特殊问题的管理原理和方法，由此形成了各种不同门类的管理学。例如，工商企业管理学、行政管理学、教育管理、旅游管理学、医院管理学、军队管理学、交通管理学、物资管理学、财政管理学、国民经济管理学等。但是，不同领域的管理工作的共同基础是为实现组织目标，通过决策和计划、组织、指挥、协调、控制、激励等职能来协调他人的活动，分配各种资源。

管理学作为一门学科的基本思想和体系，最初是由法国管理学家亨利·法约