

企业管理学

赵英才 主 编

王 军
翟维丽 副主编



吉林大学出版社
JILIN UNIVERSITY PRESS

企 业 管 理 学

赵英才 主 编

吉林大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业管理学/赵英才主编. — 长春: 吉林大学出版社,
2011.1

ISBN 978-7-5601-7028-2

I. ①企… II. ①赵… III. ①企业管理 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 020508 号

书 名: 企业管理学
作 者: 赵英才 主编

责任编辑、责任校对: 黄凤新
吉林大学出版社出版、发行
开本: 787×960 毫米 1/16
印张: 19.375 字数: 400 千字
ISBN 978-7-5601-7028-2

封面设计: 刘洺瑜
吉林省吉财印务有限公司 印刷
2011 年 2 月 第 1 版
2011 年 2 月 第 1 次印刷
定价: 28.00 元

版权所有 翻印必究
社址: 长春市明德路 421 号 邮编: 130021
发行部电话: 0431-88499826
网址: <http://jldxcbs.com>
E-mail: jlup@mail.jlu.edu.cn

前 言

《企业管理学》是为高等院校管理类专业本科教学编写的教材。也可以作为硕士研究生、专科教学和企业管理人员培训的教学参考书。

《企业管理学》是专业基础课,为学习后续课程打下一定的管理知识与管理理论基础;又是一门基础性专业课,使学生初步掌握管理专业的基本知识和基本理论;此外,也可对企业和企业管理有个较全面、系统的认识,作为进入企业的理论向导。

根据《企业管理学》是专业基础课和基础性专业课的特点,本书的编写遵循了洋为中用、古为今用、博采众长、推陈出新的原则;以管理的一般知识、一般理论、一般方法为主要内容的原则;力求使内容全面、完整和系统的原则。

管理理论具有明显的实践性和相对真理性。如何学习和研究管理理论,这是学习和研究《管理学》必须解决的思维方法问题。“实践是检验真理的唯一标准”。“从实际出发,运用辩证思维,学习、研究、认识管理理论;再回到实践中检验管理理论的正确性”,这就是学习和研究《管理学》的正确的思维方法。《企业管理学》一书的编写十分注意地运用了这种思维方法。

在编写过程中,得到了政府、企业一些领导、专家们的鼎力支持和帮助。吉林省工业与信息化厅周万清(副处长、博士)、环境保护厅的董大方(处长、博士)、吉林省食品药品监督管理局许学先(处长、博士)、发改委王农(高级工程师)、中国第一汽车集团大众汽车有限公司李丹(车身开发部部长、高级经理、博士)、长春变速箱厂崔国徽(生产部部长、博士)、东光集团吉林东光精密机械厂孔繁和(综合部部长、硕士)、长春百克生物科技股份有限公司冯大强(副总经理)、长春中东新天地购物公园有限公司张英(总经理、硕士)等领导、专家对此书的编写,给予了多方面的切实的指导,提供了许多宝贵的经验。

此书定稿前,长春部分高校管理学科的教授(以姓氏笔划为序):马克立教授、王忠吉教授、田虹教授(博士生导师)、毕新华教授(博士生导师)、康晶教授、潘福林教授(博士生导师)等,本书几位主审教授对此书认真地进行了审阅,指出不少错误,提出许多修改建议。

专家、学者们的支持、指导和帮助,极大地提高了此书的质量。在此,我们由衷地向各位专家、学者表示诚挚的谢意。

本书编者是吉林大学管理学院八名教师,分工如下(以编写的章序为序)。

赵英才(教授、博士生导师):全书策划、统编定稿,撰写导论、第1章、第3章、第4章、第5章、第6章(合写)、第7章、第9章、第10章、第12章、第13章、第17章、第18章。王军(副教授、博士):参与全书策划、统编第1篇、第2篇,撰写第1章(合写)、第2章、第15章,参编第4章、第5章。翟维丽(副教授、博士):参与全书策划、统编第3篇,参编第7章,撰写第19章、第20章、第21章。田波(教授、博士):撰写第6章(合写)、第22章,参编第4章、第

17 章。姜红（副教授、博士）：撰写第 8 章。任玲（讲师、博士）：撰写第 11 章。
于旭（教授、博士）：撰写第 14 章。董碧松（讲师、博士）：撰写第 16 章、第 23
章。

《企业管理学》一书的内容、体系和某些观点，与已见到的《管理学》、《企业
管理学》有些不同之处；加上我们的水平所限，书中难免有遗漏、不当，甚至错误。
恳请专家、学者和广大读者批评指正。

广大读者如有与本书相关事项，请与吉林大学管理学院办公室联系。电话：
0431-85095485、85095604、85094931、85095602。

赵英才

2011 年 2 月 于长春

目 录

导 论	1
第 1 篇 管理一般理论	8
第 1 章 管理内涵	8
1.1 管理概念	8
1.2 管理属性	9
1.3 管理功能与功能链	11
1.4 管理职能与职能链	13
第 2 章 管理职能	17
2.1 预测职能	17
2.2 决策职能	18
2.3 计划职能	20
2.4 组织职能	23
2.5 指挥职能	27
2.6 协调职能	28
2.7 控制职能	29
2.8 监督职能	30
第 3 章 领导与管理	33
3.1 管理层级	33
3.2 领导	33
3.3 领导者的品格	35
3.4 领导者的知识结构	36
3.5 领导者的能力结构	37
3.6 领导能力的锻炼	38
3.7 西方学者的领导理论	40
第 4 章 管理理论基础	43
4.1 哲学与管理	43
4.2 经济学与管理	46
4.3 数学与管理	48
4.4 法学与管理	51
4.5 心理学与管理	53
4.6 技术学与管理	55

4.7	社会学与管理	56
4.8	生态学与管理	57
4.9	八大学科与管理的关系	57
第5章	西方主要管理理论	59
5.1	科学管理理论	59
5.2	行为科学理论	61
5.3	现代管理理论	65
5.4	简评与启示	68
第6章	管理规律	71
6.1	规律与管理规律	71
6.2	我国学者对管理规律的研究	72
6.3	管理规律的概括与认识	73
6.4	管理规律的研究与运用	80
第7章	管理一般准则与方法	82
7.1	管理一般准则	82
7.2	管理一般方法	87
第8章	管理体制、机制与模式	94
8.1	管理体制	94
8.2	管理机制	96
8.3	宏观经济管理模式	99
8.4	企业管理模式	100
第9章	系统工程	103
9.1	系统及其属性	103
9.2	系统工程及其分类	105
9.3	系统工程的一般构成及程序	107
9.4	系统模型与模拟	110
9.5	管理系统工程	111
第2篇	企业	115
第10章	企业及其设立与发展	115
10.1	企业的概念及其基本特征	115
10.2	企业构成要素及运营过程	116
10.3	企业的责任与权利	117
10.4	企业的设立与破产	118
10.5	企业寿命周期	122
第11章	企业的分类	126

11.1	根据生产资料所有制形式分类	126
11.2	根据产业分类	129
11.3	根据技术分类	130
11.4	根据企业国际性分类	134
11.5	根据企业生产规模分类	136
11.6	根据企业产品产量分类	138
11.7	企业的其它分类	140
第 12 章	企业生产技术体系与结构	143
12.1	企业生产技术体系	143
12.2	企业生产结构	144
12.3	车间生产结构	146
第 13 章	企业组织体系	153
13.1	企业组织体系设置理论	153
13.2	企业组织体系案例	155
13.3	企业家	165
第 14 章	企业制度和企业制度体系	169
14.1	制度与企业制度	169
14.2	企业制度体系	171
14.3	企业制度建设	173
14.4	企业制度创新	175
第 3 篇	企业管理	177
第 15 章	企业战略管理	177
15.1	企业战略含义及一般内容	177
15.2	企业战略类型	179
15.3	企业战略管理的内容与作用	181
15.4	企业战略决策的影响因素	182
15.5	企业战略制定过程	184
15.6	企业战略的实施	185
第 16 章	企业风险管理	187
16.1	企业风险的含义	187
16.2	企业风险的类型	188
16.3	企业风险管理含义及流程	189
16.4	风险识别	190
16.5	企业风险的衡量	192
16.6	企业风险防范与规避	193

16.7	企业危机管理	194
第 17 章	企业创新与创业管理	198
17.1	企业创新	198
17.2	企业产品自主创新能力	201
17.3	企业创业	203
17.4	企业创新、创业影响因素	205
17.5	企业创新、创业过程	207
17.6	创新、创业管理的基本特征	210
17.7	策划企业创新、创业管理的基本思路	212
17.8	产品创新管理	213
17.9	企业创业管理	215
第 18 章	企业循环经济管理	216
18.1	循环经济	216
18.2	发展循环经济的要求	217
18.3	循环经济的宏观管理	219
18.4	循环经济的中观管理	220
18.5	循环经济的微观管理	221
18.6	发展循环经济的评价	224
第 19 章	企业文化管理	227
19.1	企业文化的含义与构成	227
19.2	企业文化建设	229
19.3	企业诚信与信用管理	231
19.4	企业和谐氛围的塑造	233
19.5	企业形象的塑造	235
第 20 章	企业综合管理	241
20.1	综合管理的含义及其内容	241
20.2	企业运营指标及指标体系	242
20.3	企业综合平衡与综合计划	244
20.4	企业综合评价	248
第 21 章	企业专业管理	253
21.1	计划管理	253
21.2	人力资源管理	257
21.3	营销管理	260
21.4	生产运作管理	263
21.5	质量管理	266

21.6	技术管理	268
21.7	物流管理	270
21.8	成本与财务管理	272
21.9	信息管理	274
21.10	企业各专业管理的关系	278
第 22 章	企业诊断与咨询	281
22.1	企业诊断与咨询概述	281
22.2	企业管理诊断与咨询的程序	283
22.3	企业诊断与咨询方法	284
22.4	几个全局性管理的诊断与咨询	285
第 23 章	企业绩效管理	291
23.1	绩效与企业绩效	291
23.2	影响企业绩效的因素	292
23.3	企业绩效管理内涵与流程	292
23.4	企业绩效评价	294
23.5	绩效评价指标体系	295
23.6	绩效评价方法与方式	297

导 论

1. 管理学与管理

《管理学》是一个博大的学科群，包括《管理学》和许多分支。如，工业经济管理学、农业经济管理学、交通运输管理学、建筑管理学、商业管理学、教育管理、科学技术管理学、市场管理学、行政管理学、企业管理学、银行管理学、经营管理学、人力资源管理学、财务管理学、成本管理等等。《企业管理学》是《管理学》的一个重要分支，它又包括工业企业管理学、农业企业管理学、商业企业管理学等等。

研究管理学与管理的关系，从一般意义上说，也就涵盖了研究各种管理学与管理的关系。这种关系表现在管理的供求关系和管理的辩证关系两个方面。

(1) 管理的供求关系 事情、管理与管理理论之间存在两个供求关系，如图 1 所示。

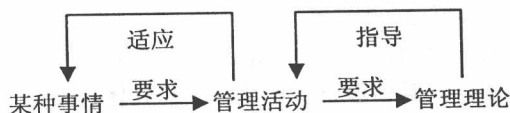


图 1 管理理论与管理实践的关系

做某种事情，必然要求相应的管理。这是管理的第一个供求关系。人们对大量管理活动进行研究，得出了理性认识，这就形成了管理理论；管理理论指导制定管理方案和管理活动，使管理科学合理。这是管理的第二个供求关系。

做某种事情要求管理，管理需要理论指导，这两个供求关系是产生管理理论的客观基础。

(2) 管理理论与管理的辩证关系 管理理论与管理的辩证关系，如图 2 所示。

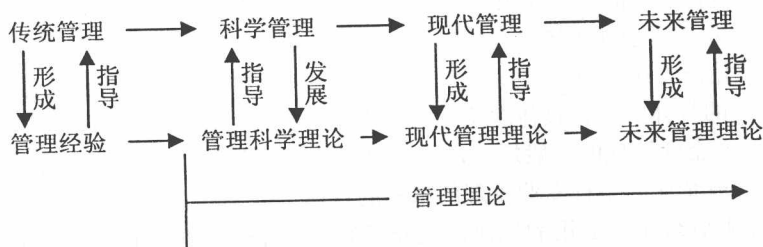


图 2 管理理论与管理的辩证关系

有史以来，人类的管理活动已经历了三个阶段：传统管理阶段、科学管理阶段、

现代管理阶段。现代管理阶段正处在发展中。

传统管理又称经验管理,传统管理形成管理经验,管理经验又服务于传统管理。

1911年泰罗发表了《科学管理原理》一书之后,人类的管理活动开始由传统管理进入科学管理阶段。没有管理理论指导的管理,不是科学管理。科学管理的特点是管理的规范化、制度化。“科学管理产生于管理科学理论形成之后”,这种观点已经在理论界达到共识。

现代管理形成现代管理理论,现代管理理论指导现代管理。现代管理的特点是以人为本,数量化、系统化、信息化、全球化的管理;未来管理形成未来管理理论,未来管理理论指导未来管理。管理实践形成管理理论,管理理论指导管理实践,完全符合唯物辩证法。

2. 管理学研究对象与性质

(1) 管理学研究对象 管理学的研究对象是“管理”,是研究管理一般理论、一般管理规律及运用规律实现管理的科学。

管理学研究对象的解读:

① 管理学的研究对象就是“管理”,这里的管理,是一般意义上的管理,是涵盖人们一切活动的管理。

② 研究管理的一般理论,是指研究各种管理的共性,不研究某种领域管理的特殊性;是研究管理的一般知识、一般理论、一般方法和基本思维,不研究某领域某种业务管理的具体知识、具体理论、具体方法和具体思维。

③ 研究管理的一般规律,是指研究人们一切活动的管理的共同规律,是研究各种管理必须遵循的共同规律,而不是研究某领域某种业务管理的具体规律。

④ 管理中所运用的规律有三类:第一类是普遍规律,即哲学中讲的规律;第二类是管理对象所在领域的规律,如经济规律、市场规律等等;第三类就是管理规律。

(2) 企业管理学研究对象 企业管理学的研究对象是“企业管理”,是研究企业管理的一般理论、一般规律及运用规律实现企业管理的科学。

企业管理学研究对象的解读:

① 企业管理学的研究对象是企业管理,是涵盖各种企业的管理。包括工业企业管理、农业企业管理等等。

② 研究企业管理的一般知识、一般理论、一般方法和基本思维,不研究企业各专业管理的具体知识、具体理论、具体方法和具体思维。

③ 研究企业管理的一般规律,是指研究各种企业管理的共同的规律,不去研究某种企业或企业的某种专业管理的特殊的规律。

④ 企业管理中所运用的规律,也分三类,与管理中所运用的三类规律相同。

(3) 管理学的性质 管理学是研究管理的科学,因此管理学具有管理的性质。但管理学是人们对管理的理性认识体系、概念体系,因此它又有不同于管理性质的特殊性质。

① 社会性。从管理学研究对象所属范畴上看,管理是属上层建筑的领域,因此,管理学具有社会属性,属社会科学。

② 自然性。从管理学研究的内容看,管理学研究生产要素的组合、生产力的配置、生产力的运用,这些方面的管理制度、规程都具有自然属性。

③ 多学科性。从管理方法看,管理中要运用哲学、经济学、法学、数学、心理学、生态学、技术学、社会学等多学科的理论和方法,表现出它的多学科性、学科交叉性和边缘性。

④ 软科学性。软科学的本质在于它的决策作用。管理学是为决策提供理论支撑,因此,它是属于软科学的范畴。

⑤ 客观性。管理理论源于管理,又服务于管理;不同的管理对象,有不同的管理模式和方法;管理理论滞后于管理实践,先有管理后有对管理的认识,“存在决定意识”。这些都表明了管理学的客观性。

⑥ 系统性。管理学是人们对管理的理性认识,是系统的认识,是概念系统、理论系统、方法系统。管理学的概念系统揭示了管理的内涵、属性、本质;管理学的理论系统,揭示了管理活动机理;管理学的方法系统,揭示了管理的“目的—手段”性,管理对管理对象的作用。概念与概念之间、理论与理论之间、方法与方法之间,以及概念、理论、方法之间,存在着某种客观的逻辑关系。管理对象的系统性,管理的系统性,就是这种客观的逻辑关系。

⑦ 管理理论的相对真理性。管理理论是人们对管理的理性认识,因此,认识的深度、广度,必然由于时间、空间和人们的认识能力的局限,而具有相对真理性,不可能彻底地认识管理,只能是近似的。学者们对管理、管理职能、管理模式、管理原理、发展战略等等有不同定义;对管理属性、领导者素质、组织设计原则、企业再创业类型等等有多种不同归纳,这都说明了管理理论的弹性,管理理论的相对真理性。

⑧ 管理理论的动态性。管理理论永远随科技进步和社会发展而发展,不存在僵化的理论模式。

3. 企业管理学研究内容与学科体系

《企业管理学》研究内容与学科体系如图3所示。

全书3篇:第1篇 管理一般理论;第2篇 企业;第3篇 企业管理。为何把管理一般理论放在第1篇,原因有三:① 管理一般理论是适用于一切管理的理论;② 管理一般理论是企业设立、组织及运行的指导理论,是企业管理的指导理论;③ 与《管理学》接轨,“管理一般理论”属于《管理学》的主体内容。

“管理一般理论”包括9章。第1章 管理内涵;第2章 管理职能;第3章 领导与管理,这3章是对管理的一般性认识。第4章 管理理论基础;第5章 西方主要管理理论;第6章 管理规律,这3章是管理的基本理论。第7章 管理一般准则与方法;第8章 管理体制、机制与模式;第9章 系统工程,这3章是管理的一般方法论。本书认为:管理一般性认识、管理的基本理论和管理的一般方

法论，构成了管理一般理论体系。

第2篇 企业，处在中心位置。前有一般理论指导，后有各项业务支撑，符合企业运行与管理的辩证关系。

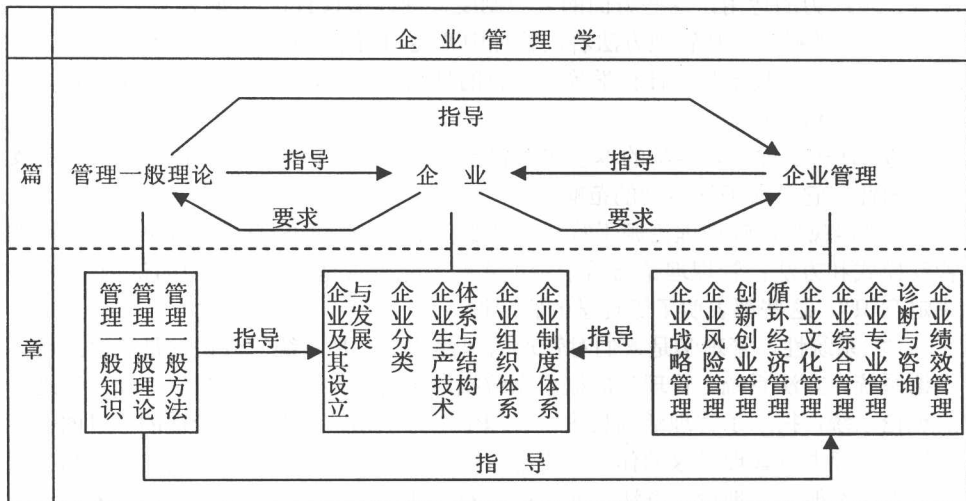


图3 企业管理学内容与体系

4. 管理的科学研究

管理的科学研究，即对管理的实际问题 and 理论问题进行的科学研究。这里讲的管理的科学研究，主要讲一讲管理的科学研究的一般方法和基本思路。

(1) 管理的科学研究方法 管理的科学研究的基本方法，与其它科学研究一样，有实证研究和规范研究两类方法。

① 实证研究法 也称实证分析法。在实践基础上，经过分析研究，得到某种理性认识的方法，即为实证研究法。它包括：案例分析法、典型试验法、模拟法、实际调查研究（解剖麻雀）法。

实证研究的思维思路如图4所示。

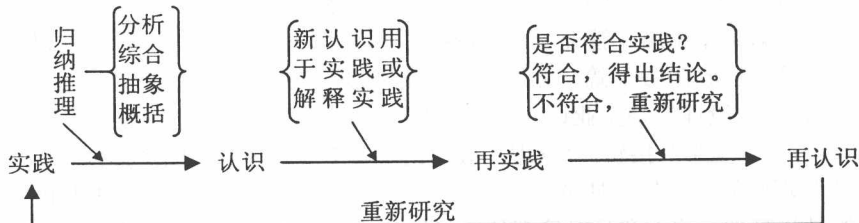


图4 实证研究思维思路

② 规范研究法 也称规范分析法或“理论集成法”。是运用现有理论，经过分

析研究，得出某种新认识的方法。

规范研究的思维思路如图 5 所示。

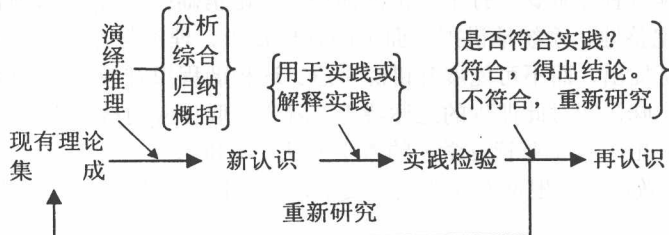


图 5 规范研究思维思路

(2) 管理理论再认识的思维思路 不要以为上了书的理论、权威提出的理论就是正确的。须用唯物辩证法，辨识现有理论的对与错，这就是对已有理论的再认识。对管理理论再认识的思维思路，如图 6 所示。

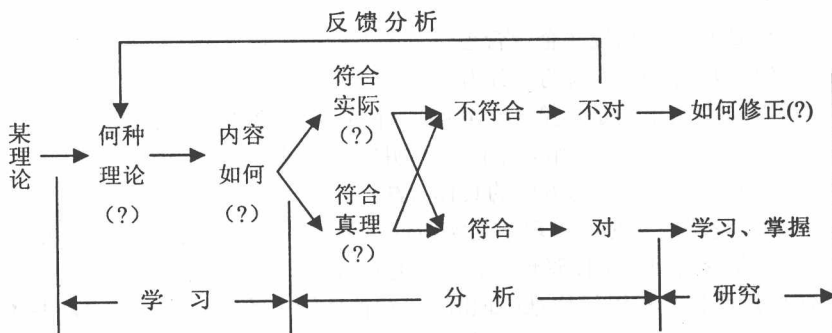


图 6 理论再认识的思维思路

某理论，就是指要认识的现有理论。何种理论，就是要弄明白该理论是哪一方面的理论。内容如何，就是指该理论的论点（含义）、论据等。“实践是检验真理的唯一标准”，可用实践（用实际事例）评价该理论正确与否；经过实践检验的理论也是检验真理的标准，用真理也可检验该理论正确与否。如果符合实际、符合真理，那么，就说明该理论是正确的；如果不符合，那么，就说明该理论是错误的。“反馈分析”是多进行几次“学习—分析”，使得出的“对”或“不对”的结论更可靠。如果确定是“不对”就要研究如何修改；如果确定是“对”，就要研究如何运用。

现有理论再认识的思维思路分三个阶段：学习→分析与归纳→研究。首先对现有理论要学习明白了，不可妄加评论。分析要理论结合实际，采取定性分析和定量分析相结合、因果分析与关联分析相结合、类比分析与具体分析相结合的分析方法，进行全面、系统分析，不可孤立地、片面地、主观想像地分析。

同学们找一个你们熟悉的理论，用图 6 的思路，进行一次再认识的尝试。

5. 《企业管理学》的教学方法

不同性质的学科,要采取不同的教学方法。《企业管理学》是专业基础课,是为了学习后续各种专业课,打下一定的知识、理论基础;它又是基础性专业课,它要全面地、完整地、系统地讲授“面上的管理知识、理论与方法”。所以,许多概念、方法只是提出,而不可能展开讲深讲透。这种课程很难教学,教师、学生往往都感到枯燥无味。针对此课程的上述特点,就要采取相应的教学方法,以保证教学质量。这里提出的《企业管理学》的教学方法,只供参考。

(1) 选教选学 根据专业的教学要求、教学计划和学时数,可选择某些内容进行教学。

在教学计划中,只设《管理学》的管理类专业,以讲授第1篇管理一般理论为主,兼顾第2篇、第3篇的内容。使学生掌握管理的一般理论,同时,对企业和企业管理也有个基本的认识。

在教学计划中,设《管理学》和《企业管理学》的专业,如果选用此教材,《管理学》教学,以此教材第1篇为主;《企业管理学》教学,则以第2篇和第3篇为主。

在教学计划中,只设《企业管理学》的专业,选用此教材,应以第2篇、第3篇为主,但也要选学第1篇的部分内容。

这里要特别指出的是,第16章企业风险管理、第20章企业综合管理、第23章企业绩效管理,可详细讲解,举例子讲明白企业风险、综合平衡、综合评价的程序和方法,使学生能掌握这方面的具体方法。

(2) 理论联系实际 管理学是实践性很强的科学。其理论来源实践,又服务于实践。从理论到理论讲授管理学,注定是枯燥的;一条条背诵概念、理论,注定也是枯燥的,而且是难以记住难以理解的。对管理学中的许多基本概念和基本理论,还是应该记住的。不然如何能成为管理工作者和管理专家。只不过不要去苛求死板定义,要理解其含义;要理解基本理论的内涵;不要考究一般学者的人名,只需记住一些有代表性的人物和了解他们的理论。管理学的教学必须理论联系实际,用实际说明理论,从实际中得出理论,既好教又好学。理论联系实际的教学,可活教,教活;可活学,学活。教活、学活,学生才能学好管理学。

(3) 启发式教学 管理学非常适于采用启发式教学。

① 注入式讲授与提问式教学结合。课堂讲授还是要的,但要讲要点。要提出问题,让学生思考。并可让学生发言,谈他们的看法,变一言堂为多言堂。

② 增加课堂讨论。把课堂讨论作为主要教学方式之一。教师提出讨论的内容、时间、要求。要求学生写发言稿。全班讨论,可安排1~2名作典型发言。然后可分小组讨论,要求每人发言。

教师掌握讨论情况,并做归纳、总结。鼓励学生提出自己的观点,鼓励学生创新思维。

大班课不宜课堂讨论。但在讲课中可提出问题,请学生即时回答。

③ 学习理论与提高能力相结合。根据某一章的教学内容,可事先拟定几个问题,让学生写“文献综述”、“学习心得”、“小论文”,并安排在全班或分组宣读,也可结合课堂讨论。

④ 成绩考核要注重效果。成绩考核方式,各校可能有不同规定。但促进教学,提高教学质量和评价学生的学习成绩,这是共同的。

可把课堂发言、课堂讨论、撰写读书报告和小论文,也作为评定学习成绩的依据。这样做,有利于达到素质教育的目的。

《企业管理学》教学参考书

1. T. Bateman、S. Snee. Management-Building Competitive Advantage. [美] 托马斯·贝特曼、斯考特·斯奈尔. 管理学——构建竞争优势. 王雪莉等译. 北京大学出版社, 2004 年.
2. 芮明杰主编. 管理学教程. 首都经济贸易大学出版社, 2004 年.
3. 杨文士、焦叔斌、张雁、李晓光编著. 管理学原理. 中国人民大学出版社, 2007 年.
4. 许庆瑞. 管理学. 高等教育出版社, 2007 年.
5. 张中华. 管理学通论. 北京大学出版社, 2007 年.
6. 方振邦. 管理思想百年脉络. 中国人民大学出版社, 2007 年.
7. 李时椿编著. 创业管理. 清华大学出版社, 2008 年.
8. [美] 迈克尔 A·希特等著. 战略管理——竞争与全球化. 吕巍等译. 机械工业出版社, 2008 年.
9. 周三多. 管理学. 高等教育出版社, 2008 年.
10. [美] 查尔斯 W·L·希尔、[澳] 斯蒂文 L·麦克沙恩、[中] 李维安、周建. 管理学. 机械工业出版社, 2009 年.