

Man 管理学 age ment

(第8版)

[美] 美国得克萨斯A&M大学Mays商学院
里奇·格里芬 (Ricky Griffin) 著
刘伟 译



中国市场出版社
China Market Press

天下风华教材系列

第
8
版

管 理 学

[美] R.W.格里芬 (Ricky W.Griffin) / 著

Texas A & M University

刘伟 / 译

Management

中 国 市 场 出 版 社

图书在版编目 (C I P) 数据

管理学/ (美) 格里芬著; 刘伟译. —北京: 中国市场出版社, 2006. 5
ISBN 7 - 80155 - 998 - 3

I. 管... II. ①格... ②刘... III. 管理学—高等学校—教材 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 014035 号

著作权合同登记号: 图字 01 - 2006 - 1328 号

Ricky W. Griffin

Management

ISBN 0 - 618 - 35459x

First published by Houghton Mifflin Company, Boston, Massachusetts, United State of America.

Copyright © 2005 by Houghton Mifflin Company.

Simplified Chinese edition copyright © 2006 by Scientific and Educational Press Ltd.

All rights reserved.

本书中文简体字翻译版由中国市场出版社出版发行。未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或抄袭
本书内容。

书 名: 管理学

作 者: (美) 格里芬

责任编辑: 孙 忠

出版发行: 中国市场出版社

地 址: 北京市西城区月坛北小街 2 号院 3 号楼 (100837)

电 话: 编辑部 (010) 68033067 读者服务部 (010) 68022950

发行部 (010) 68021338 68020340

68024335 68033577

经 销: 新华书店

印 刷: 北京中租胶印厂印刷

规 格: 787 × 1092 毫米 1/16 32.25 印张 500 千字

版 本: 2006 年 6 月第 1 版

印 次: 2006 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7 - 80155 - 998 - 3 / C · 15

定 价: 60.00 元

版权所有, 翻印必究。

序 言

自从本书在 1984 年出版第 1 版以来，已经有超过 100 万学生使用本书学习了管理学的课程。今天，本书仍然在数百所大学、研究生项目、社区大学和经理培训项目中获得采用。本书的上一版在 40 个国家中得到采用，并已被译成 7 种语言。

在这一版中，我保留了所有为本书在以往赢得成功的构成要素，同时对于未来——商业的未来、管理的未来和教科书的未来——进行了清晰的展望。

概论性教材的写作是一项挑战。第一，因为它是概论性的，因此必须面面俱到。第二，它必须既准确又简明。第三，由于管理是一种现实的活动，教材必须同真实世界保持关联。第四，教材的内容必须及时更新。第五，它还必须有趣并且吸引学生参与。对这本教材过去数版的回顾表明，在满足上述目标方面，我的工作是有成效的。我认为这一版将比以往更加有效地满足上述目标。

第 8 版的改进和重要提示

本书第 8 版对教材进行了重大的修改。这种修改是长期思考的结果，绝不是仅仅添加几个热门话题。对主要章节均进行了重大修改，更加重视服务、伦理、全球化管理和信息技术，对章节的组织采取了整体化的方法。这些变化反映了本人的以及得到教材评议人和使用教师确认的意见，我们认为教材中提供了学生们在进入全新的管理世界之前所应当掌握的东西。此外，新的教学方法上的创新，比如“复习一下”的设计也是很有价值的。

整体性的内容

许多教材，包括本书最初的几个版本，将某些材料放在全书的最后，称其为“新兴的趋势”、“特别的挑战”或类似的东西。我们通常将新的或新兴的以及其他难以归入某一类别的主题放在这一部分里。不幸的是，由于我们将它们单独放置，这些材料往往被忽略或者被视为不重要的部分。

在我看来，既然这些材料值得放进教科书里，那么就应当将它们同核心材料合并在一起。这样，我们可以将教材中所有的材料整合在一起，对管理学的全部

领域提供更加统一和连贯的内容。这样的结构也有助于将全书组织成6个逻辑严密、结构对称的部分。鉴于这一做法受到评议人和学生的由衷欢迎，第8版保持了上述传统。此外，我们还通过内容上的相互呼应进一步加强了教材的整体性。

更有效的章节组织

上面所说的管理学教材的整合方法令章节结构变得非常有效。第一部分是管理学科的介绍，第二部分集中介绍了管理的环境。其余的4个部分则涵盖了基本的管理功能：规划与决策、组织、领导和控制。

新管理，新材料

新版增加了许多新的主题，原有的其他领域的内容得到了加强和大幅度的修订。新版还将新的研究和新的例子整合进来。下面是一些主要的变化和改进。

第1章：“管理和管理者工作”将管理技能的框架进行了扩展，把技术、人际关系、概念、论断、沟通、决策和时间管理的内容结合在一起。本章还开辟了新的一节，讨论同当今工作环境相关的关键主题。

第2章：“传统的和当代的管理问题与挑战”是对当代应用理论的一个扩展讨论，介绍了圣吉、波特、科特、亚当斯和其他的报道中经常见到的商业作者。我们对“当代管理问题及其挑战”一节进行了重大修订，介绍了当今的关键管理主题。本章还包括了所有关于供应链管理和企业资源规划（ERP）的新主题。

第3章：“组织的环境和文化”将前两版中另设章节的企业文化部分移到本章，因为评议人和学生认为这样做与本章中的其他内容更为契合。增加新的涉及当代关键主题的小节，包括公司治理和“9·11”事件的影响。最后，本章还讨论了企业资源规划的影响，并且以“哥伦比亚号”航天飞机坠毁为例进行了分析。

第4章：“伦理环境与社会环境”在当代激烈争议的背景下成为受人瞩目的一个章节。本章包括了不伦理行为的触发机制和评估伦理决策的一个新的模型。

第5章：“全球环境”对发展中经济体的讨论进行了修订和更新，新的用语是高潜力/高增长的经济体。我们对本章的数据和统计资料进行了彻底的更新，增加了国际商业中的文化主题。本章还包括了欧盟、关贸总协定和WTO的最新议题。

第6章：“多元文化环境”中的所有数据、统计资料和趋势都进行了更新。有关企业文化的部分移到了第3章，这样本章可以更加专注于多元文化主义和多元化的主题，两者贯穿了所有的讨论并突出了各自的重要意义。

第7章：“规划与决策的基本要素”增加了应急规划的内容和危机管理一节。在当今变化不定的环境下，这些主题具有重大的意义。

第8章：“战略与战略规划的管理”增加了全球战略一节。新加入的一节反

映了国际商业的重要性持续上升。

第 10 章：“新企业的创建和创业”扩展了企业家精神和国际管理的内容。

第 11 章：“组织工作的基本要素”增加了关于组织工作越来越多地利用电子协调手段的一节。

第 12 章：“组织设计”涵盖了团队组织、虚拟组织和学习型组织的主题。

第 13 章：“组织变革与创新”增加了商业过程变革和企业资源规划的内容。

第 14 章：“组织中的人力资源管理”调整了变革与人力资源关系的论述，对有关 ADA 和高技能员工管理的内容进行了重大修订。本章还提供了人力资本概念、电子招聘和企业大学重要性提高的新材料。

第 15 章：“组织中个体行为的基本要素”包括了“大五”人格模型，对组织中的情感和心态的讨论进行了扩展。此外，还增加了情商、Myers-Briggs 性格测试、机能障碍性工作行为等新的内容。

第 16 章：“员工激励与绩效的管理”改写了激励中的目标设定理论。对奖励系统和经理报酬的部分也进行了修订和扩展。

第 17 章：“领导和影响过程”对其结构进行了调整，包括了弗洛姆决策模型的最新形式。此外，还增加了新的一节介绍和讨论战略领导、领导中的跨文化主题和对领导伦理的日益重视。

第 18 章：“人际关系与沟通的管理”修订了团队中沟通的内容。本章还包括了电子沟通的材料以及电子邮件的利弊分析。

第 19 章：“工作群体和团队的管理”增加了虚拟团队的新内容。

第 20 章：“控制的基本要素”增加了同组织中的控制有关的新材料，包括对近期的会计和审计丑闻的分析。

第 21 章：“运营、质量与生产率管理”对其结构进行了调整，首先进行运作管理的讨论，然后在运作管理的框图下引入质量和生产力的概念。新增加的部分包括供应链管理、增值分析、ISO 9000:2000 和 ISO 14000 及六西格玛。

第 22 章：“信息管理与信息技术”进行了彻底的改写，有关互联网、公司内联网和即时通讯的内容得到了更新和扩展。

除了上述内容上的修改，我还对教材中的例子进行了仔细的评审，对其中的绝大多数进行了重写或更新。

本书的特色

一些基本主题的处理

在新版中，一些基本的主题得到了鲜明的处理。其中一个关键的主题就是当今的管理工作将受到严格的伦理检查。尽管本书一向重视伦理和社会责任的主

题,但新版还是对公司治理、领导伦理和审计的适当角色给予了更多的重视。另一个得到持续重视的主题是管理工作的全球化特性,贯穿全书的例子和案例对这一主题进行了突出。第三个关键主题是信息技术,除了第22章的专门讨论外,在贯穿全书的专题中也进行了渗透说明。还有一个重要的主题是理论和实践的平衡:管理者们需要为决策找到可靠的基础,但提供这些基础的理论本身应当是现实的。在本书中,我不仅解释了指导管理者们行动的理论框架,而且对于如何应用理论以及理论的局限性都进行了说明和例证分析。最后一项关键主题是管理作为一种基本的活动并不局限于大企业,我应用和讨论的例子中既有大企业,也有小企业,还有非营利机构。

有效的教学体系

帮助学生有效地学习和方便教师的教学是本教材在教学方法上的主要特点。

- “本章概要”在每一章的开头部分描述了本章将要讨论的关键主题。“关键词汇”突出了本章学习必须掌握的概念。有效的图、表和鲜明的标题有助于建立材料和现实之间的联系。
- “复习一下”是一项令人兴奋的教学特性。在每一个主要的节之后都会有两道帮助学生消化本节内容的复习题。第一个问题考的是对基本事实、定义或概念的回忆。第二个问题更加具有思想上的挑战性,强调分析性。这些问题有助于学生及时评估自己对阅读和研究的主题的把握。
- 在章末提供了三种类型的问题,用于检查学生对不同层次问题的理解。“复习题”要求学生回忆特定的信息;“分析题”要求学生材料进行整理和综合;“应用题”要求学生将所学应用于自己的经验。
- 章末还包括三种有用的技能开发练习。这些练习帮助学生理解如何进入不同的管理情境以及在未来如何提高管理技能。这些技能是从第1章总体管理技能框架中引申出来的。

帮助学生融入学习的其他设计

为了充分理解管理工作在当代社会中的角色和范围,必须用例子向学生说明管理学的概念如何应用于真实世界。在这方面我主要依靠经过研究的例子来说明理论在真实世界中的应用。这些例子的长短不一,但时效性很强。为了开拓学生的视野,我采用的例子中既有传统的管理也有非传统的管理,既有营利性组织也有非营利性组织,既有大企业也有小企业,既有制造业也有服务业,既有美国的也有其他国家的。

专题是另一种应用的形式。每章通常包括3~4个专题。这些专题旨在引导学生暂时离开章节的叙述而对一些有趣的或新出现的问题进行深入思考。专题的形式共有5种:“商业伦理”、“技术工具”、“今日管理”、“多元化”和“全球

管理”。

每章都以一个详细的案例分析作为结束。本版中的所有案例都是新的和专门为本教材而写作的。

教师手册

教师手册的内容包括课程安排的建议和每章详细的教学注记。这些教学注记包括内容概述、学习目标、详细的教学要点和习题解答。

诚邀您提供对本书的反馈意见，本人信箱为 rgriffin@tamu.edu。

R. W. G.

致 谢

I am frequently asked by my colleagues why I write textbooks, and my answer is always, "Because I enjoy it." I've never enjoyed writing a book more than this one. For me, writing a textbook is a challenging and stimulating activity that brings with it a variety of rewards. My greatest reward continues to be the feedback I get from students and instructors about how much they like this book.

I owe an enormous debt to many different people for helping me create *Management*. My colleagues at Texas A&M have helped create a wonderful academic climate. The rich and varied culture at Texas A&M makes it a pleasure to go to the office every day. My co-workers Phyllis Washburn, Linda Perry, and Debby Swick deserve special recognition for putting up with me and making me look good. The fine team of professionals at Houghton Mifflin has also been instrumental in the success of this book. Sponsoring Editor George Hoffman, Associate Sponsoring Editor Joanne Daukiewicz, and Technology Manager/Development Editor Damaris Curran each had a major role in the development and creation of this edition of *Management*. Cecilia Molinari, Carol Merrigan, Bonnie Melton, Rich Brewer, Scott Harris, and Marcy Kagan were instrumental in the production of this edition.

Many reviewers have played a critical role in the evolution of this project. They examined my work in detail and with a critical eye. I would like to tip my hat to the following reviewers, whose imprint can be found throughout this text:

Ramon J. Aldag
University of Wisconsin

Dr. Raymond E. Alie
Western Michigan University

William P. Anthony
Florida State University

Jeanne Aurelio
Stonehill College

Jay B. Barney
Ohio State University

Richard Bartlett
Muskigum Area Technical College

John D. Bigelow
Boise State University

Allen Bluedorn
University of Missouri

Henry C. Bohleke
Tarrant County College

Marv Borglett
University of Maryland

Gunther S. Boroschek
*University of Massachusetts—Harbor
Campus*

Gerald E. Calvasina

University of North Carolina, Charlotte

Joseph Cantrell

DeAnza College

George R. Carnahan

Northern Michigan University

Ron Cheek

University of New Orleans

Thomas G. Christoph

Clemson University

Charles W. Cole

University of Oregon

Elizabeth Cooper

University of Rhode Island

Carol Cumber

South Dakota State University

Joan Dahl

California State University, Northridge

Carol Danehower

University of Memphis

Satish Deshpande

Western Michigan University

Gregory G. Dess

University of Kentucky

Gary N. Dicer

University of Tennessee

Nicholas Dietz

*State University of New York—Farm-
ingdale*

Thomas J. Dougherty

University of Missouri

Shad Dowlatshahi

University of Wisconsin—Platteville

John Drexler, Jr.

Oregon State University

Stan Elsea

Kansas State University

Douglas A. Elvers

University of South Carolina

Jim Fairbank

West Virginia University

Dan Farrell

Western Michigan University

Gerald L. Finch

*Universidad Internacional del Ecuador
and Universidad San Francisco de Quito*

Charles Flaherty

University of Minnesota

Ari Ginsberg

*New York University Graduate School of
Business*

Norma N. Givens

Fort Valley State University

Carl Gooding

Georgia Southern College

George J. Gore

University of Cincinnati

Jonathan Gueverra

Lesley College

Stanley D. Guzell, Jr.

Youngstown State University

John Hall

University of Florida

Mark A. Hammer

Washington State University

Barry Hand

Indiana State University

Paul Harmon

University of Utah

John Hugues

Texas Tech University

J. G. Hunt

Texas Tech University

John H. Jackson
University of Wyoming

Neil W. Jacobs
University of Denver

Arthur G. Jago
University of Missouri

Madge Jenkins
Lima Technical College

Gopol Joshi
Central Missouri State University

Norman F. Kallaus
University of Iowa

Ben L. Kedia
University of Memphis

Joan Keeley
Washington State University

Thomas L. Keon
University of Central Florida

Charles C. Kitzmiller
Indian River Community College

Barbara Kovach
Rutgers University

William R. LaFollete
Ball State University

Kenneth Lawrence
New Jersey Institute of Technology

Clayton G. Lifo
Kirkwood Community College

John E. Mack
Salem State University

Myrna P. Mandell, Ph. D.
California State University, Northridge

Particia M. Manninen
North Shore Community College

Thomas Martin
University of Nebraska—Omaha

Barbara J. Marting
University of Southern Indiana

Wayne A. Meinhart
Oklahoma State University

Melvin McKnight
Northern Arizona University

Aratchige Molligoda
Drexel University

Linda L. Neider
University of Miami

Mary Lippitt Nichols
University of Minnesota

Winston Oberg
Michigan State University

Michael Olivette
Syracuse University

Eugene Owens
Western Washington University

Sheila Pechinski
University of Maine

Monique Pelletier
San Francisco State University

E. Leroy Plumlee
Western Washington University

Raymond F. Polchow
Muskigum Area Technical College

Boris Porkovich
San Francisco State University

Paul Preston
University of Texas—San Antonio

John M. Purcell
*State University of New York—Farm-
ingdale*

James C. Quick
University of Texas—Arlington

Ralph Roberts

University of West Florida

Nick Sarantakas
Austin Community College

Gene Schneider
Austin Community College

H. Schollhammer
University of California—Los Angeles

Diane R. Scott
Wichita State University

Harvey Shore
University of Connecticut

Marc Siegall
California State University

Nicholas Siropolis
Cuyahoga Community College

Michael J. Stahl
University of Tennessee

Marc Street
University of Tulsa

Charlotte D. Sutton

Auburn University

Robert L. Taylor
University of Louisville

Mary Thibodeaux
University of North Texas

Joe Thomas
Middle Tennessee State University

Sean Valentine
University of Wyoming

Robert D. Van Auken
University of Oklahoma

Billy Ward
The University of West Alabama

Fred Williams
University of North Texas

James Wilson
University of Texas—Pan American

Carl P. Zeithaml
University of Virginia

I would also like to make a few personal acknowledgments. The fine work of Randy Newman, Roy Orbison, Lyle Lovett, Johnny Rivers, and the Nylons helped me make it through many late evenings and early mornings of work on the manuscript that became the book you hold in your hands. And Stephen King, Tom Clancy, James Lee Burke, Peter Straub, and Carl Barks provided me with a respite from my writings with their own.

Finally, there is the most important acknowledgement of all—my feelings for and gratitude to my family. My wife, Glenda, and our children, Dustin, Ashley, and Matt are the foundation of my professional and personal life. They help me keep work and play in perspective and give meaning to everything I do. It is with all my love that I dedicate this book to them.

R. W. G.

本书中文版出版者天下风华感谢南开大学国际商学院周建教授和东北财经大学工商管理学院李品媛教授在出版过程中提供的指导。

目 录

序 言	(1)
-----------	-----

第一部分 管理学导论

第1章 管理和管理者的工作	(3)
1.1 管理学导论	(4)
1.2 管理过程	(6)
1.3 管理者的类型	(9)
1.4 基本的管理角色与技能	(12)
1.5 管理工作的性质	(15)
1.6 新的工作环境	(18)
总结案例：西南航空仍在高飞	(23)
第2章 传统的和当代的管理问题与挑战	(26)
2.1 理论和历史对管理学的重要意义	(27)
2.2 古典管理理论	(30)
2.3 行为管理理论	(33)
2.4 定量分析的管理理论	(36)
2.5 理论的整合	(38)
2.6 当代管理问题及其挑战	(41)
总结案例：黄车货运公司在行动	(45)

第二部分 管理的环境和背景

第3章 组织的环境和文化	(49)
3.1 组织的环境	(50)
3.2 外部环境	(51)

3.3 内部环境	(57)
3.4 组织文化	(58)
3.5 组织—环境关系	(61)
3.6 环境与组织效能	(66)
总结案例：照亮通用电气公司的每一个角落	(71)
第4章 伦理环境与社会环境	(73)
4.1 组织内的个人伦理	(74)
4.2 组织中的热点伦理问题	(80)
4.3 组织与社会责任	(82)
4.4 政府与社会责任	(87)
4.5 管理社会责任	(89)
总结案例：游轮公司可能污染它们赖以生存的环境	(93)
第5章 全球环境	(95)
5.1 国际企业的性质	(96)
5.2 全球经济的结构	(102)
5.3 全球化管理的环境挑战	(104)
5.4 在全球经济中竞争	(110)
总结案例：最后的战线	(115)
第6章 多元文化环境	(117)
6.1 多元化和多元文化主义	(118)
6.2 组织中的多元化和多元文化主义	(119)
6.3 组织中的多元化和多元文化主义的影响	(122)
6.4 管理组织中的多元化和多元文化主义	(127)
6.5 多元文化的组织方向	(130)
总结案例：美国的宜家化和宜家的美国化	(132)

第三部分 规划与决策

第7章 规划与决策的基本要素	(137)
7.1 决策与规划过程	(138)
7.2 组织目标	(140)
7.3 组织规划	(143)

7.4 战术规划	(148)
7.5 作业规划	(150)
7.6 目标设定与规划过程的管理	(152)
总结案例:福特公司能否加速运转	(159)
第8章 战略与战略规划的管理	(161)
8.1 战略管理的性质	(162)
8.2 运用SWOT分析法构建战略	(164)
8.3 构建业务层战略	(166)
8.4 实施业务层战略	(170)
8.5 构建公司层战略	(172)
8.6 实施公司层战略	(175)
8.7 国际战略与全球战略	(179)
总结案例:丰田公司如何提高在美国的收入	(186)
第9章 决策与问题解决	(188)
9.1 决策的性质	(189)
9.2 决策中的理性方面	(192)
9.3 决策中的行为方面	(196)
9.4 组织中的群体与团队决策	(199)
总结案例:揭开超级CEO之谜	(204)
第10章 新企业的创建和创业	(206)
10.1 创业的概念	(207)
10.2 创业对于社会的意义	(208)
10.3 创业型组织的战略	(212)
10.4 创业型组织的结构	(218)
10.5 创业型组织的绩效	(222)
总结案例:迪尔伯特的成功	(230)

第四部分 组织工作的过程

第11章 组织工作的基本要素	(233)
11.1 组织工作的要素	(234)
11.2 工作设计	(235)

11.3 工作组合：组织的部门化	(238)
11.4 职位间报告关系	(241)
11.5 职权的分配	(244)
11.6 协调工作	(246)
11.7 职位间的差异	(249)
总结案例：日产公司是否授权太多？	(252)
第12章 组织设计	(254)
12.1 组织设计的性质	(255)
12.2 组织设计的通用理论	(255)
12.3 影响组织设计的情境因素	(258)
12.4 组织设计与战略	(261)
12.5 组织设计的基本形式	(263)
12.6 当前组织设计中出现的新问题	(267)
总结案例：顾客说“好极了！”	(271)
第13章 组织变革与创新	(273)
13.1 组织变革的性质	(274)
13.2 组织中变革的管理	(276)
13.3 组织变革的领域	(279)
13.4 组织创新	(285)
总结案例：Cargill 公司的变革	(293)
第14章 组织中的人力资源管理	(295)
14.1 人力资源管理的环境与背景	(296)
14.2 吸引人力资源	(299)
14.3 开发人力资源	(303)
14.4 保持人力资源	(308)
14.5 变化的工作环境中的新挑战	(310)
总结案例：退休之后的工作	(314)

第五部分 领导过程

第15章 组织中个体行为的基本要素	(319)
15.1 理解组织中的个体	(320)
15.2 人格与个体行为	(322)

15.3 态度与个体行为	(327)
15.4 知觉与个体行为	(329)
15.5 压力与个体行为	(331)
15.6 组织中的创造性	(334)
15.7 工作环境中行为的类型	(336)
总结案例：不堪负担的品格培养 (character building)	(340)
第16章 员工激励与绩效的管理	(342)
16.1 激励的本质	(343)
16.2 激励的内容理论	(345)
16.3 激励的过程理论	(349)
16.4 激励的强化理论	(353)
16.5 常见的激励策略	(356)
16.6 运用奖励系统进行绩效激励	(358)
总结案例：你要热爱自己的工作	(365)
第17章 领导和影响过程	(367)
17.1 领导的性质	(368)
17.2 领导的一般方法	(371)
17.3 领导的情境方法	(374)
17.4 其他领导理论	(381)
17.5 新的领导理论	(382)
17.6 组织中的政治行为	(384)
总结案例：改良的新宝洁	(387)
第18章 人际关系与沟通的管理	(389)
18.1 组织人际关系的性质	(390)
18.2 沟通和管理者工作	(392)
18.3 组织中沟通的形式	(394)
18.4 组织中的非正式沟通	(399)
18.5 组织沟通的管理	(402)
总结案例：向未成年人解释吸烟的真相	(407)
第19章 工作群体和团队的管理	(409)
19.1 组织中的群体和团队	(410)
19.2 群体和团队的特性	(415)
19.3 人际冲突与群体间冲突	(420)