



21世纪高等职业经济管理专业系列教材



管理学原理

第二版

乔颖丽 主编



清华大学出版社

内容简介

21 世纪高等职业经济类专业系列教材

管理学原理

(第二版)

乔颖丽 主编

江苏工业学院图书馆
藏书章

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本教材是2002年出版的同名教材的第二版,读者主体定位为高职高专院校经济管理类学生,也适用于其他初涉管理学领域的读者,还可以作为高职高专管理学教师的参考教材。本教材的特点是涵盖了管理学的基本理论体系,以“四职能论”为主线展开,由计划、组织、领导和控制形成教材的主体框架。围绕主体框架,主要在三个方面做了延伸:从计划职能中将决策职能分离开来;从组织职能中延伸出了人员配备职能和沟通职能;从领导职能中延伸出了激励职能。区别决策与计划的关系,突出了管理中的决策问题和人的问题。据此本教材由三大部分十二章组成。第一部分为总论,包括第一章绪论、第二章管理理论的形成和发展;第二部分为管理基本原理,由第三章管理的基本原理构成;第三部分是管理职能部分,包括第四章决策、第五章计划、第六章组织、第七章人员配备、第八章领导、第九章激励、第十章沟通、第十一章控制、第十二章管理方法。

教材体系清晰,内容精练,逻辑性强,思路易于把握。通过精心设计的例题,使教师和学生最短的课时内,掌握通常认为不易理解的管理技术方法。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

管理学原理/乔颖丽主编.—2版.—北京:清华大学出版社,2009.3

(21世纪高等职业经济管理专业系列教材)

ISBN 978-7-302-19596-2

I. 管… II. 乔… III. 管理学—高等学校:技术学校—教材 IV. C93

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第021725号

责任编辑:徐学军

责任校对:王凤芝

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦A座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:清华大学印刷厂

装 订 者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×260

印 张:12.25

字 数:284千字

版 次:2009年3月第2版

印 次:2009年3月第1次印刷

印 数:1~5000

定 价:25.00元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:010-62770177 转 3103 产品编号:032602-01



21 世纪高等职业经济管理 专业系列教材编写委员会

丛书主编 刘进宝
编写委员会成员

刘进宝 张思光 刘建铭 乔颖丽
潘 力 申松涛 秦树文 陈宝财

总 序

在 21 世纪中国经济走向全球的时代,我们不但需要大批高素质的理论人才,更需要大批高素质技能型人才。高等职业教育是我国高等教育的重要类型,主要培养生产、建设、管理、服务等第一线亟需的高素质技能型人才,具有周期短、实用性强、针对性强、文化层次与我国国民经济发展水平拟和度高、教育投资效率高等优势。

教材建设是高等学校基本的教学建设之一,是学科建设的主要组成部分。教材作为体现教学内容和教学方法的知识载体,无疑是承载教学改革种种思路并传导至教学对象的主要方面,因此是体现高等职业教育特色可选择的首要改革路径。对于此,一线教师在多年的教学实践中深有感触。长期以来,在教学中使用本科教材或本科院校编写的高等职业教育教材时,深感现有教材不能适用教学工作的实际需要,教材上的许多内容教学中不需要,需要讲的内容不在教材当中,主讲教师需要进行多本教材的综合提炼,极大地影响了教学效率和教学效果。由于高等职业教育是我国高等教育其中的一个新的类型,教材建设成为一个瓶颈问题。

基于以上认识,我们开始探索高等职业经济管理类专业教材建设。在清华大学出版社的大力支持下,包括原张家口农业高等专科学校、郑州牧业工程高等专科学校、洛阳农业高等专科学校等 14 所高等职业院校共同合作,2002 年由清华大学出版社出版了“高职高专经济管理类系列教材”,教材出版发行后,受到教材使用单位的普遍好评,其中《管理学原理》一书截至 2006 年 6 月印刷、发行 60 000 册。由于首次教材编写获得成功,2007 年年初,和清华大学出版社共同协商,决定对前次出版教材进行修订,同时再新编一批教材。

本套教材主要满足高等职业教育相关专业的教学需求,同时也可以用于实际工作者的技能培训。教材编写以先进性、适用性、针对性为主导原则,突出了高等职业教育培养技术应用人才的办学特色,教材体系简明精练,理论选择深浅适度、范围明确,不求面面俱到;内容削枝强干,强化应用性、实践性、可操作性,削减抽象的纯概念阐述和繁复的模型推演。在此基础上,教材具有如下特色:

1. 摒弃“本科压缩型”教材模式,构建高职高专教材自成体系。我国高等职业教育发展历史短,其教材长期以来由本科院校的教授们编写,具有较高的理论水平、完善的理论体系和系统的知识结构,和本科教材在形式上、结构上和内容上没有太大的差异,不适应高等职业教育教学的需要。本系列教材以培养学生的实际操作技能为主线,教材编写上要求理论和实践相结合,以实践为主,强调理论够用;一般内容教学和案例教学相结合,加强案例教学内容;课堂教学和课外练习思考相结合,强化课外思考。

2. 教材内容简明易懂。针对目前我国的高等教育由传统的精英教育转向大众化教育后,高职高专学生素质的变化,高等职业教育教材建设努力做到理论简明且通俗易懂,

实际操作技能过程程序化,以便于学生更好地接受和掌握。

3. 适应快速变化的国民经济环境对教材建设的要求。经济管理在我国各学科专业当中是一门新兴专业学科,它与我国政治经济的发展紧密相关联。最近 20 多年是我国政治经济发展最快的一个时期,我国由传统的计划经济体制转向了全面建设社会主义市场经济体制,这就要求经济管理专业的教材建设必须与之相适应;我国加入 WTO 以来,经济、文化快速融入国际经济体系,这就要求我们在编写教材时将国际规则融入其中。

为出版本套教材,清华大学出版社的编辑人员和相关人员付出了极大辛苦,在本套教材编写组织过程中得到了河北北方学院领导的大力支持,在此表示衷心感谢。

第二版前言

本教材(第一版)在2002年出版的时候,专门的高职高专管理学教材还不多,很多院校使用本科的管理学教材上课。为了适应教学急需,我们编写了这本读者定位于高职高专院校经济管理类专业学生的管理学教材。教材一经出版发行,迅速得到广大读者的认可。即便在近年同类管理学教材大量涌现的情形下,这本教材依然发行量较大,目前已重印了15次,发行量达到9万余册。为了能及时反映管理学理论与实践的发展动态,更好地适应高职高专教学的需要,本着总结经验、保留精华、发现问题、力求完善的原则,我们在第一版的基础上,修订了本教材。

在第二版修订中,与大多数管理学教材一样,我们保留了第一版教材以职能为主线的体系,根据教育部《高职高专管理课程教学基本要求》,强化了理论够用、注重实用的原则,主体定位在高职高专院校经济管理类学生,他们是管理学的初入门者,还没有管理学的理论与实践知识。在主体定位方面,与其他同类教材定位基本一致。在职能主线与主体定位的界定下,第二版教材的特点主要有下述方面。

第一,沿承了第一版教材体系完整的特点。高职高专的培养目标定位是高等应用型人才,因此对各门课程的要求是理论够用、注重实用。我们对此的理解是,通过学习管理学课程,让学生了解管理学的基本理论体系。管理学的基本理论体系是在管理概念的基础上,以“四职能论”为主线展开的,由计划、组织、领导和控制形成教材的主体框架。围绕主体框架,主要在三个方面做了延伸:从计划职能中将决策职能分离开来;从组织职能中延伸出了人员配备职能和沟通职能;从领导职能中延伸出了激励职能。区别决策与计划的关系,突出了管理中的决策问题和人的问题。

第二,沿承了第一版教材内容精练、思路易于把握的特点。在理论够用的前提下,高职高专学生教学基本要求的另一个方面是注重实用。我们在教材编写过程中,特别强调语言简练、内容精练和易于理解。讲解基本理论避免过多过深地阐释理论,侧重用易于理解的语言和例题帮助学习者有效地理解理论。

第三,第二版教材更注重了实用性。以“管理的基本原理”一章为例,学生掌握主要的管理基本原理固然重要,然而更重要的是使学生在管理中树立系统的观念,初步掌握系统地分析组织内部和环境的思路,为此在这一章的最后,我们落脚到“管理系统分析方法”。以计划职能中的计划方法为例,用精练和易于把握的方式阐述网络计划技术方法的核心内容,目的是让教师用最少的课时、以最简练的方式讲解这种方法,让学生在有限的课时内掌握这种计划方法的核心

内容。

第四,第二版教材更突出思路易于把握的特点。本教材的对象主要是初涉管理学领域的学生,一本能使他们系统地掌握管理学是什么、要做什么、怎样做的教材无疑十分重要。为了给学习者提供这样的教材载体,我们在修订过程中特别强调思路上的逻辑性,并且这种逻辑是易于把握的。以“组织”一章为例,我们以组织结构和组织工作中关系为逻辑展开,较好地解决了组织是什么和怎样形成组织结构的关系等问题。

本书由乔颖丽担任主编,由王立杰、张宏升、张飏担任副主编。参加本书编写的有乔颖丽(第一、二、四、五、九章)、王立杰(第十章)、张宏升(第三章)、张飏(第六、七、十一章)、林艳辉(第七章)、陈宝财(第八章)、毕海水(第十二章)。乔颖丽负责对全书内容体系的设计和统稿总纂。

管理学是一门涉及面广的学科,持续更新知识、总结经验、提高理论水平是我们每个人永恒的目标。对于书中出现的缺点和不足之处,敬请专家和读者指正,我们将在不断的学习和教学实践中,广汲博取,至诚至真追求更高的目标。

编写过程中参考了大量相关教材和论著,在此一并致谢。

乔颖丽

2008年10月

第一版前言

根据国家教委(87)教字第 022 号文件要求,普通高等院校在经济管理类专业开通《管理学原理》课程。其后,高等专科学校经济管理类专业也陆续开设了这门课程。长期以来,由于没有相应层次的教材,我们在沿用本科院校教材体系的基础上,结合高等专科学校培养目标及课程体系设置的整体要求,逐渐形成了自己适用的《管理学原理》课程体系。在高职高专教育面向市场迅速发展的形势下,总结本课程十几年的教学实践,经过十几所兄弟院校同行教师研讨交流,汲取管理学发展的新理论、新知识,我们编写了这本教材。

主 编:乔颖丽、仲岩

副主编:陈宝财、弓兰秀、倪杰、李艳英

参 编:毕海水、林艳辉

参加本书编写的有仲岩(第一、三、十章)、乔颖丽(第二、四、十一章)、李艳英(第五、六章)、倪杰(第七章)、林艳辉(第八章)、陈宝财(第九章)、弓兰秀(第十一章)、毕海水(第十二章)。最后由主编乔颖丽、仲岩分别整理总纂。

当我们把长期辛勤耕耘累积的果实在此汇集呈现在读者面前的时候,恳切地希望大家批评指正。作为编者,由于水平所限,我们衷心期待广汲博取,不断修正错误、改进与完善自己。

编写过程中参考了大量相关教材和论著,在此一并致谢。

编 者

2001 年 3 月

目 录

第一章 绪论	1
第一节 管理的概念	1
第二节 管理的含义	3
第三节 管理学的研究内容与特性	5
本章小结	7
思考与理解	7
课外阅读	7
第二章 管理理论的形成和发展	8
第一节 早期管理思想	8
第二节 古典管理理论	13
第三节 行为科学理论	16
第四节 现代管理理论	20
第五节 几种管理新观念	23
本章小结	27
思考与理解	27
课外阅读	28
第三章 管理的基本原理	29
第一节 系统原理	29
第二节 系统原理在管理中的应用	31
第三节 其他基本原理	34
本章小结	38
思考与理解	38
课外阅读	39
第四章 决策	40
第一节 决策概述	40
第二节 决策的基本原则	43
第三节 决策的程序	45
第四节 决策的方法	47
本章小结	55

思考与理解	55
课外阅读	56
第五章 计划	57
第一节 计划概述	57
第二节 计划的类型	60
第三节 计划的编制过程	62
第四节 计划的实施方法	64
本章小结	72
思考与理解	72
课外阅读	73
第六章 组织	74
第一节 组织概述	74
第二节 组织结构设计	77
第三节 典型的组织结构	85
本章小结	89
思考与理解	89
课外阅读	90
第七章 人员配备	91
第一节 人员配备概述	91
第二节 人员配备的原理	93
第三节 管理人员的选聘、考评与培训	98
本章小结	105
思考与理解	105
课外阅读	105
第八章 领导	106
第一节 领导概述	106
第二节 领导理论	107
第三节 领导决策	115
第四节 领导艺术	118
第五节 领导的有效性和领导方式	121
本章小结	124
思考与理解	124
课外阅读	125

第九章 激励	126
第一节 激励概述	126
第二节 激励理论	128
第三节 激励的原则和方法	134
本章小结	137
思考与理解	138
课外阅读	138
第十章 沟通	139
第一节 沟通概述	139
第二节 组织中的正式沟通与非正式沟通	142
第三节 沟通的原则和方法	146
第四节 沟通的障碍与控制	149
本章小结	154
思考与理解	154
课外阅读	154
第十一章 控制	155
第一节 控制概述	155
第二节 控制工作过程	157
第三节 控制工作的基本类型	160
第四节 有效的控制系统	163
第五节 控制技术和方法	167
本章小结	171
思考与理解	171
课外阅读	171
第十二章 管理方法	172
第一节 管理方法概述	172
第二节 经济方法	173
第三节 行政方法	175
第四节 法律方法	177
第五节 教育方法	179
本章小结	181
思考与理解	181
课外阅读	181
参考文献	182

第一章

绪论

第一节

管理的概念

一、管理的起源与发展

管理起源于人类的共同劳动,发展于社会分工的细致化和协作的普遍性。人类的共同劳动需要分工协作,自从人类以群体的形式参与活动以来,协调、组织、指挥就成为必不可少的行为。从这种意义上讲,管理与人类的历史共存,人类自有史以来,只要有共同劳动的地方,就不同程度地有协调、组织、指挥等管理活动存在。远古时代的人类在狩猎时就有不同的分工,其中最重要的工种,就是发出信号来指挥他人相互配合,以达到群体成员行动的协调一致,提高获取猎物的可能性。

随着人类社会的不断进步,社会分工逐渐细致化,协作的范围也不断拓展,对管理的要求不断提高。特别是18世纪下半叶,始于英国的产业革命在西方国家迅速推进,工具机的进步带动了动力机的进步,机器大工业替代了工场手工业,工厂应运而生,工厂规模持续扩大,分工与协作变得具体和明晰,社会化大生产逐渐成为普遍的生产方式。从这一时期起,管理的重要性及作用日益突出,成为合理组织社会化大生产和提高劳动生产率的重要手段。管理实践日益丰富,管理经验不断积累,一些重要的管理思想就由实践中产生。

到了19世纪末20世纪初期,公司规模扩大,市场竞争日趋激烈,大企业的有效管理成为了一项新的课题。这一时期,管理成为了一种专门的职业,出现了专门的管理者阶层。在管理实践中,管理者阶层针对急需解决的现实问题,开始研究有效的管理措施和方法,从不同角度探寻管理中存在的共性内容,提出了相应的管理理论。管理理论的诞生,标志着管理已经从经验发展到规律,是管理学知识体系和学科体系形成的里程碑。

二、管理的概念

管理的中文含义为管辖、治理。管辖是指管理能达到的范围,是权限;治理则是指管理权限的运用。因此,管理可以理解为在一定范围内,为了实现既定的目标,对人员和事物的安排和处理。英文中的管理一词有 Management(工商管理)和 Administration(行政管理)两种表述方法。但到目前为止,管理一词尚无统一定义,因为不同的管理者研究管理时的出发点不同,他们对管理下的定义也各不相同。

马克思在《资本论》第一卷中指出:“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——所产生的各种职能。一个单独的小提琴手是自己指挥自己,一个乐队就需要一个乐队指挥。”^①马克思的阐述表明了管理的本质含义。首先,管理是共同劳动的需要,尤其是社会性的共同劳动更需要管理;其次,管理是通过指挥来协调劳动的过程的,这种指挥可以具体到协调某一个人的活动;最后,劳动过程是在管理控制下所进行的,目的在于实现指挥者想要达到的劳动结果。从这种意义上讲,管理是一个过程,是引领他人与自己一道去实现既定目标的过程。

一些管理学家强调工作的重要性。美国管理学家小詹姆斯·H.唐纳利等认为,管理就是由一个或者更多的人来协调他人的行动,以便收到个人单独行动所不能收到的效果而进行的活动。美国的管理学家哈罗德·孔茨、海因茨·韦里克认为,管理就是设计并保持一种良好环境,使人在群体里高效率地完成既定目标的过程。可见,他们强调集体成员的活动必须协调一致,为此需要一种专门的活动,这种活动即管理。另有强调决策重要性的管理学家,如美国的赫伯特·A.西蒙有一个著名的观点:管理就是决策。还有强调管理是一系列特殊职能过程的学者,如美国的弗里蒙特·E.卡斯特等认为,管理就是计划、组织、控制等活动的过程。著名的管理过程学派代表人物法约尔认为,管理就是实行计划、组织、指挥、协调、控制。法约尔的观点在我国学术界影响广泛。

将管理方法、管理职能与管理目标结合起来的学者对管理的概念有不同的表述。科学管理之父泰罗认为,管理是一门怎样建立目标,然后用最好的方法经过他人的努力来达到的艺术。美国管理学者丹尼尔·A.雷恩说,“给管理下一个广义而又切实可行的定义,可把它看成是这样的一种活动,即它发挥某些职能,以便有效地获取、分配和利用人的努力和物质资源,来实现某个目标。”^②(《管理思想的演变》)美国管理协会对管理的定义是:管理是通过他人的努力来达到目标。

我国通常采用的定义是将管理职能和管理目标结合起来,强调定义能全面地概括管理的内涵和外延,体现管理的本质和目的,即管理是指一定组织中的管理者在特定的组织内外环境的约束下,运用计划、组织、领导和控制等职能,有效地整合、利用组织的资源,协调他人的活动,使他人同自己一起实现组织的既定目标的活动过程。

① 马克思.资本论(第一卷上).北京:人民出版社,1975年6月第一版,第367页

② 丹尼尔·A.雷恩著,李柱流等译.管理思想的演变.北京:中国社会科学出版社,1997年3月第一版,第2页

管理的这一概念包括六个内涵要点：管理的主体、管理的客体、管理的职能、管理的载体、管理的环境、管理的目的。理解管理的概念需要从这几个内涵要点着手，把握管理的含义。

第二节

管理的含义

一、管理者

管理者是指管理活动的发起者和执行者，是管理的主体，是承担着决策、计划、组织、指挥和控制的组织成员。因此，传统的管理者是那些告诉别人该做什么以及怎样做的组织成员。现代的组织结构、管理活动和管理方式发生了根本的变化，传统的属于管理者职责范围内的工作分布于更多的职位中，例如在目标管理及团队管理方式中，在学习型组织这样的组织形式中，所有的组织成员均参与制定计划和制定决策，都具有自我控制的职责。据此，现代管理者是承担着协调与整合职责的组织成员，他们最主要的工作是协调组织的人、财、物资源，整合他人的行动，达到与别人一起或者通过别人实现组织目标的目的。

根据组织结构设计的需要，可将管理者分成不同的种类。按管理者所负责的组织活动范围分为直线管理者和职能管理者。直线管理者是在组织中拥有指挥权的主管人员，他们在组织中被赋予制定决策、执行决策及发布命令的权力。职能管理者是指组织中服务于直线管理者的参谋人员，他们最基本的职权是建议权，一般没有指挥权。只有在直线管理者授权给参谋人员时，他们才会拥有原属于直线管理者的指挥权。

从管理者在组织中充当的角色看，杰出的管理学者明茨伯格研究了管理者的管理行为类型，经过归纳，提出了管理者担当着人际关系角色、信息传递角色以及决策制定角色这样三种角色。人际关系角色是指管理者担任着与组织中的下级和组织外部的相关人员交往的角色，因此管理者是挂名首脑、领导者和联络者。信息传递角色是指管理者是寻求和获取外部信息的“监听者”，是将收集到的信息传递给组织其他成员的信息“传递者”，还是为完成组织目标而作出相应抉择的决策者。

就管理者应具备的能力而言，另一位著名的管理学者孔茨将管理技能概括为三种，分别为技术技能、人际技能和概念技能。技术技能是指管理者要熟悉某一个特定领域的专业知识，对基层管理者尤为重要。人际技能是成功地与别人打交道并与别人沟通的能力，各层次管理者都应具备。概念技能是管理者对复杂情况进行抽象化和概念化的能力，对高层管理者尤其重要。概念技能有一系列的能力，包括能够提出新想法和新思想的能力、能够进行抽象思维的能力、能够把一个组织看成是一个整体的能力，以及能够识别在某一领域的决策对其他领域将产生何种影响的能力。简言之，概念技能主要表现为创新与变革能力、系统分析问题和解决问题的能力，以及驾驭全局的能力。

管理的客体是指管理活动的接受者、对象,即组织的各类资源,包括人力资源、财力资源、物质资源、信息资源、关系资源、时间资源。一个组织中的最重要的资源是人,因为人是最主要的管理对象,其他各类资源都是由人来运用的。此外,物力、财力的配备是一个组织生存与发展的物质基础。对人力、物力与财力三种资源的管理要求是使三者在组织中同步化、和谐化,即所谓协调。一个协调的组织可以发挥应有的效率,做到人尽其才、物尽其用、财尽其力。信息资源、关系资源和时间资源是现代信息社会中组织高效率运营与发展的关键性资源。信息时代,“地球是平的”,快速的信息联系拉近了人与人之间的距离,也提出了如何快速应对市场变化、保证组织在激烈的市场竞争中常盛不衰的新要求。在经济全球化的发展趋势中,信息获取的渠道、速度与时效越来越成为决定组织生存发展的重要力量,因此信息资源、关系资源和时间资源成为重要管理对象,成为组织高层管理者应用和提升概念技能的物质基础。

三、管理的职能

管理是管理活动的抽象,在现实社会中,存在的只有具体的管理活动,没有抽象的管理。具体的管理活动表现为管理者所执行的各种管理职能,离开具体的管理职能,管理就是一个空洞的概念。管理的基本职能是合理组织生产力,维护和发展生产关系。管理的具体职能是计划、组织、领导、控制等,又称为管理过程。不同的管理学者对管理职能有着不同的描述。在法约尔的五职能论中,认为管理具有计划、组织、指挥、协调、控制五种职能。古利克的管理七职能(POSDCORB)论则包括:计划、组织、人事、指挥、协调、报告、预算七个职能。多职能论对管理职能的描述各有不同,如认为管理的职能包括计划、组织、控制、人员配备、激励、领导等等。对管理职能的不同认识中都包含着计划、组织、协调和控制四个最重要的职能,管理四职能论为目前诸多管理学者所认同。

四、管理的组织

管理起源于集体劳动的分工协作,集体劳动的目的是完成单个人所不能完成的工作任务。当集体劳动规模足够大时,为完成特定的工作任务,必须保证集体中的每一个成员行动一致,因此要求形成一定的集体成员间的相互关系体系,这就是管理的组织,它也是管理的载体。从静态角度看,组织是一个有一定结构的人员集合系统。组织的结构主要包括部门组成、管理幅度、管理层次这样的实体结构,也包括人员配备、职责与职权划分这样的权责关系界定。从动态角度看,组织是完成其结构设计的一系列组织工作。组织工作广义的概念,主要指按照一定的原则将组织的工作任务分派到不同的部门和相应的职位、建立职权线等。此外,组织工作还包括维护已形成的组织结构以及根据环境和工作任务的变化创新组织结构。

五、管理的环境

管理的环境指的是影响管理系统生存和发展的一切要素总和,可分为外部环境和内部环境两类。外部环境是指能够对组织绩效造成潜在影响的外部力量和机构,由一般环境因素和具体环境因素构成,各自又包含五个因素。一般环境因素包括:政治法律环境因素、经济环境因素、科技环境因素、人文社会环境因素和自然环境因素。具体环境因素包括:顾客、供应商、竞争者、战略同盟(战略伙伴)和管理机构。管理的内部环境包括组织的人力、物力、财力及信息资源。

六、管理的目的

管理的目的是实现组织的目标。管理者运用管理职能,协调组织中的人、财、物资源,其最终目的是为了更有效地实现组织的目标。组织的目标能否有效地实现,除了取决于上述管理所涉及的各项内容之外,还取决于组织能否承担相应的社会责任。社会责任对企业组织尤为重要,现代管理中将社会责任定义为“企业追求有利于社会的长远目标的一种义务,它超越了法律和经济所要求的义务”。^① 因此,企业的社会责任是一种道德行为,是有益于社会公众和改善社会环境的行为。管理者对社会责任的关注范围经历了变迁,最初的企业只对企业的所有者和管理层承担责任,此后范围扩大到企业的雇员,再扩展到具体环境中的各种力量,最后涵盖了社会整体——认为企业的社会责任在于保护和增进社会福利,对社会全体公众负责(保护环境、促进社会公正、支持社会活动)。企业承担自己的社会责任有利于企业的持续发展。

第三节

管理学的研究内容与特性

一、管理学的研究内容

管理有许多特殊的领域:行政管理、经济管理、企业管理,以及各种行业、部门和过程的管理。这些领域都有专门的学科从事研究,但是所有领域都有许多共性的内容,因为所有管理都要以一定的组织为载体进行,各种组织的管理对象都是人力、物力、财力和信息资源等,各种组织中都面临着组织、计划、领导和激励问题等。管理学的研究范畴正是这种一般意义上的管理。管理学以一般组织为研究对象,研究管理的基本概念、原理、过程、

^① 斯蒂芬·P. 罗宾斯:《管理学(第7版)》,北京:中国人民大学出版社,2004,115