

经济名词

“经济”一词的由来

“经济”一词，最早出于古希腊思想家色诺芬的《经济论》一书，意思是“家庭管理”。在我国，“经济”最早出现于隋朝王通的《文中子·礼乐》：“是其家传七世矣，皆有经济之道”。此处之“经济”，当源出自葛洪《抱朴子》“以聪明大智，任经世济俗之器而修此事”，意为治理天下拯救百姓。唐时人著作，凡涉及此者，皆含此意，如“万言经济略，三策太平基”（白居易）、“古来经济才，何事独罕有”（杜甫）和元人评王安石“尤以道德经济为己任”（《宋史》），等等。宋元时人亦有以此命名为文集者，如《经济文衡》（宋·滕洪著）、《经济文集》（宋·李士瞻著）、《经济类编》（明·冯琦著）等。日本明治维新时期，向西方汲取文化，将薄田昌曾译为“经济”，指财政经济。20世纪末期，中国人又将它自日本移植过来。当时，“经济”、“理财”、“生计”等各种译法相持不下，直到辛亥革命后，在孙中山先生的肯定下，才确定用“经济”这种译法。

我们现在所说的“经济”含义，比过去要广泛得多，主要的含义有三个：一指生产、交换、分配、消费等活动；二指社会的经济基础，即生产关系的总和；三指节约、核算等等。

“经济学”是个翻译错了的词

“经济学”一词，最初是由日本人根据英语翻译出来的。追溯其语源，英语是古希腊语的翻译，希腊语的原词是“家”与“规则”两个词组成的复合名词——家庭十规则。也有人译为“家庭管理术”的。日本在十九世纪后半期就曾有人把它翻译为“计学”，后来，日本又有人把它译成“经济学”，其实这是错译。但以讹传讹，一直沿用到现在。

日本人译这个词的时候，借用了中国古代文献中的词。《文中子》中有“经世济民”，简称“经济”，按中国古代“经济”是现代政治的意思，“经世济民”是“治国救民”意思，纯属政治的范畴，当时译者没有理解它的真正含意。

清朝末年，中国大量吸收外来的文化，翻译了许多书籍。在此之前，日本已翻译了大量西方著作，中国又从日译本转译过来。因为日语中有许多汉字，“经济”这个翻译错了的词，遂又被原封不动地承袭下来。

价值观念指的是什么

要了解价值观念，首先要了解什么是价值。这里所说的价值，不是经济学上以社会平均劳动时间为计算标准的商品价值，而是更为广泛的哲学概念。要了解作为哲学概念的价值，

不能离开事物和人的需要之间的关系。在一个星球上，纵使遍地是金子，如果那里没有人，不同人的需要发生关系，那么这个星球上的金子就没有丝毫价值。某种事物，只是因为满足人的需要，它才对人有价值。所以马克思说：“‘价值’这个普遍的概念是从人们对待满足他们需要的外界物的关系中产生的”（《马克思恩格斯全集》第32卷，第184页）。简单地说，价值是事物满足人的需要的那种关系的属性。

既然价值依存于事物与人的需要之间的关系，那么人对这种关系如何认识，就是我们所说的价值观念。

事物对人的价值关系是客观的，它不依赖于人对该事物的价值的认识。远古的人还不知道空气为何物，他们早就在呼吸空气了。就是说，空气满足人的生存需要的关系，在客观上早就存在了。至于人对空气的价值观念，是随着科学技术的发展而逐步获得的。有了近代物理学和生理学，人才能真正懂得和科学地说明空气给人供氧和作为声波载体转递信息的巨大价值。

人在实践中获得种种价值观念后，反过来用它作为评判、衡量客观事物和指导自己行动的依据，这就是人们的价值评价标准。研究价值观念的意义就在于此。

有各种各样的价值评价标准。某些自然物，如空气、阳光等，是任何时代、任何种族、任何阶级的人的生存活动所必不可缺的对象，只要人类存在着，它们就有永恒的价值，并为一切人所承认。但是，许多价值评价标准不是这样的。因为价值是满足一定主体需要的关系的属性，而人们（主体）所处的时代不同，在社会生产关系体系中的地位不同，社会生活环境对人的影响不同，所以同一事物，特别是社会事物，与不同主体的需要便具有不同的关系，换句话说，这一事物对他们来说，就具有不同的价值。因此，在同一社会里，不同的社会成员往往具有不同的价值观和价值评价标准。

承认价值评价标准的这种相对性，并不等于否认对社会事物的价值的科学评价。而归根到底决定这些价值标准的进步性和反动性的，是历史唯物主义关于衡量社会进步的科学的标

准——生产力。

物价指数

物价指数是反映不同时期（作为比较基础的时期，叫基期，与之进行对比的时期，叫报告期或计算期）商品价格水平变动方向和变动程度的相对数。物价指数通常是百分比表示，说明计算期比基期物价水平上升或下降百分之若干。因为指数必然用百分比的形式表示，所在不再在指数后使用百分比符号（豫）。一般以基期物价指数比为100，当计算期指数大于100时，表明计算期物价比基期上升，例如，计算期物价指数为105，就是说物价水平比基期上升5%；当计算期指数小于100时，表明计算期物价比基期下降，例如，计算期物价指数为95，就是说，物价水平比基期下降5%。

物价指数的种类很多。反映一种商品价格水平变动的指数，称为单项物价指数，如猪肉零售物价指数等；反映某类商品价格水平变动的指数，称为分类物价指数，如食品物价指数等；反映全部商品价格水平变动的指数，称为物价总指数。

木桶理论

所谓“木桶理论”本是现代管理科学中的一个概念。它以一个生动形象的比喻给人以

启迪：一只木桶的容水量，不取决于构成木桶的那块最长的木板，而取决于最短的那块木板。因此，要想使一只木桶能够装更多的水，就要认清哪块是最短的木板，并设法改变这块短木板的现状。据此道理，一个优秀的管理者，必须善于发现自己负责管理的系统中的“短板”，敢于揭短，善于补短，才能使整个系统更加协调有效地运转，从而大大提高工作效率和经济效益。

其实，“木桶理论”的意义决不仅限于现代管理科学领域，它在人们的社会生活乃至个人修养等方面，都给人以深刻的启示。抓住短板，消灭弱项，无论做人做事，都是一条事半功倍、收效显著的重要方法。中国历史上有个“李谐用短”的典故，说的是南北朝时北魏的李谐，身材矮小，跛脚，脖生肉瘤，说话结巴，但他不仅靠刻苦努力终于成才，而且在奉命出使南梁时，“因瘦而举颐，因跛而缓行，因蹇而徐言”，驰骋辩才，不辱君命；现代戏剧大师梅兰芳则以坚强的毅力矫正了自己的近视眼，使之能在表演艺术中极尽传神之妙；另一位戏剧大师马连良也力克咬舌的生理缺陷，终于在素有“千斤白，四两曲”之称的须生行当中修炼成了独具一格的马派唱腔。这些大约都可以说是善用“木桶理论”的成功范例了。

英格尔斯效应

美国人类文化和社会心理学家英格尔斯就人的现代化问题所提出的一个著名论断。英格尔斯在研究了西方发达国家现代化进程并考察了第三世界国家经济发展问题后，曾写出一本专门探讨人的观念、人的心理状态与现代化的关系的专著《人的现代化》。书中提出了“现代人”的概念，以区别于尚未摆脱传统落后的生活方式和保守落后观念束缚的“传统人”，并深刻地指出：国民的心理和精神还被牢固地锁在传统意识之中，构成了对经济与社会发展的严重障碍，如果一个国家及其人民缺乏一种能赋予这些制度以真实生命力的广泛的现代心理基础，如果执行和运用这些现代制度的人自身还没有从心理、思想、态度和行为上都经历一个向现代化的转变，失败和畸型发展的悲剧结局不可避免。再完善的现代制度和管理方式，再先进的技术工艺，也会在一群传统人手中变为废纸一方。这就是著名的“英格尔斯效应”。

当然，英格尔斯在指明人的现代化的重要意义的同时，并没有把它推向极端。并不是主张坐等人的现代化进程完成之后，再去引进现代化的设备、技术和管理制度等等。他指出：现代工业的程序设计体现了一系列现代行为准则，因而是培养现代人的最佳摇篮。广而言之，现代经济、政治和社会文化生活的实践，是造就现代人的土壤，我们应该全面正确地理解这种在现代化过程中人与物之间的辩证关系。

企业管理学的学派

企业管理学的学派很多，主要的学派有：

①过程学派或经营学派，其基本观点认为，管理的过程可以分解为各个管理职能，从而为管理提供了一个框架结构。这一学派的主要代表人物有法约尔和孔茨。

②经验学派，又称经理主义学派。这一学派是以向大企业的经理提供管理企业的经验和科学方法为目标。这一学派的主要代表人物是德鲁克。

③人类行为学派。早期称作人际关系学派。这一学派重点研究企业职工在生产和管理

中的行为，研究人与人的关系，研究对人的管理。主要代表人物有梅奥、马斯洛等。

社会系统学派。代表人物是巴纳德。他把企业看成是一个由物质的、生物的、个人的和社会的几方面要素组成的一个“协作系统”，企业管理的核心问题就是这几方面要素的协调。

系统理论学派。他们认为，从系统的观点来考察和管理企业，有助于提高企业的效率，使各个系统和有关部门的相互关系网络更清楚，更好地实现企业的目标。

决策理论学派。这一学派认为，决策贯穿于管理的全过程，管理就是决策，重点研究决策理论。主要代表人物是西蒙。

权变理论学派。他们认为，没有一成不变、普遍适用的“最好的”管理理论和方法，企业管理必须根据企业所处的内外部条件随机应变，主要代表人物有德沃德、卡莱尔等。

管理科学学派。又称数理学派。代表人物有伯法等人。他们认为，管理就是用数学模式与程序来表示计划、组织、控制、决策等合乎逻辑的程序，求出最优的解答，以达到企业的目标。

尽管这些学派的理论见解不尽相同。但基本上属于从不同角度、不同侧面对管理进行研究，它们可以互相补充。近年来，各学派间有互相渗透和融合的趋势。

《成功之路》的八项原则

美国的著名的咨询企业麦肯齐公司的工作人员，对几十家美国优秀企业作过一年多调查之后，写成《成功之路》一书。该书把美国优秀企业经营之道的精华，归纳为八项原则：

雷厉风行。优秀企业说干就干，勇于试验各种新主意，甘冒一定的风险。

紧密联系顾客。不但向顾客提供优质产品和服务，而且经常从顾客处取得启发和建议。

鼓励自主，发扬创业精神。给职工充分自主权，提倡创造革新，不使过分束缚。

以人促产，决不重物轻人。把职工视作提高生产率与质量的基本力量，发挥他们手和脑的作用。

以企业推崇的价值为主力，重视企业根本宗旨的指导作用，提倡经理人员深入基层。

不离本行，慎于兼并。

精兵简政，班子精悍，结构简单。

张弛结合，控制适宜，分权与集权配合得当。一般经营权尽量下放，基本价值观寸步不让。

现代企业制度

现代企业制度是现代市场经济的微观基础，以公司法和其他工商法规作为企业运行、管理的规范，以健全的生产要素市场为运行条件。其基本特征是：产权关系明确，产权边界清楚。即企业资产的终极所有权、企业的法人财产权和企业的生产经营权三层次的产权以一定的契约既相联系协调又相分离，“三权”关系有相应的责任主体。不同的产权责任主体责、权利明确，并且相互对称。即资产所有者依据拥有资产份额多少享有所有者的权益，并承担与资产份额对应的有限责任；企业以其全部法人资产自主经营，自负盈亏，享有民事权利，承担相应的民事责任；企业经营者在法人授权范围内，按照市场需求组织生产经营活动，完

成盈利目标，并相应获取丰厚的报酬。因此，政府不直接干预企业的生产经营活动，做到政企分开。现代企业制度以现代公司制为基本的企业组织形式，包括有限责任公司或股份有限公司等。并且要求在企业内部实行相应的组织领导体制，以及包括现代会计财务制度在内的一系列现代管理制度。

产权

“财产权利”的简称。产权，是现代产权经济学的一个重要概念，通常有两种含义：一是财产所有权，即由法律加以维护和强化的最高占有权，这是产权最基本的含义；二是财产使用权、收益权、转让权和处置权，即对某种财产的实际占有权。在财产出现所有权和使用权两权分离的情况下，会有这样一种关系，即人们对资产没有所有权，却拥有一定时间和一定程度内的使用、收益、转让和处置的权利。我国国有企业中实行所有权与使用权两权分离，就是要保证企业对其使用的资产有充分的占有权和支配使用权，使企业拥有法人财产或相对的企业财产。

法人财产权

《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》明确提出了“法人财产权”的概念，这对于深刻理解现代企业制度的本质含义具有极其重要的意义。要弄清什么是法人财产权，首先要搞清楚什么是法人财产。这里说的法人财产，实际指的是企业法人财产。企业设立必须要有出资者，出资者（可以是一个也可以是多个）要依法向企业注入资本金，这部分财产本来是属于出资者的，但它以资本金的形式注入企业后，即与出资者的其他财产区分开来，出资者不能再直接支配这一部分财产，也不能随意从企业中抽回，但依法仍对这部分财产享有一定的财产权利，同时，以其出资额对企业承担有限责任。由出资者注入企业的资本金及企业在经营中负债所形成的财产即构成企业法人财产。

企业法人财产从归属意义上讲是属于出资者的，但出资者享有的权益却是净资产，即资产扣除负债后的剩余额。出资者向企业注入资本金，并没有把这部分财产的所有权全部让渡出去，只是把所有权的部分权能让渡给企业了。出资者按投入企业资本的份额，对企业法人财产享有所有者权益，成为企业产权的主体，享有财产收益权，对企业的经营活动可以依法行使产权主体的约束权利，选择企业的管理者，决定产权的变动和重组，享有产权有偿转让的收益权。

企业法人财产权是企业对法人财产依法拥有的独立支配的权利。企业法人是具有民事权利能力和民事行为能力、依法独立享有民事权利和承担民事义务的组织。企业法人财产权是企业依法独立享有的民事权利之一，也是最重要的一项民事权利。企业可以依法对法人财产行使各项财产权利，同时以全部法人财产承担民事责任。企业要依法维护出资者的权益，保证企业财产不断增值。

法人财产权的规定，有利于企业真正成为法人。《民法通则》第三十七条规定，必要的财产是法人成立的要件之一。如果企业没有必要的财产，企业就不具备法人条件；企业对其法人财产不具有独立支配的权利，企业就不能依法独立承担民事责任；也就不能成为民事法律关系的主体。因此，确立企业享有法人财产权，是使企业真正成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的法人实体和市场竞争主体的必备条件。

公司制

按照财产的组织形式和所承担的法律责任的划分、现代企业的一种基本组织形式。它是商品经济发展的产物，是社会化大生产条件下组织大规模商品生产和商品交换的重要的、富有生命力的经济组织形式，是以赢利为目的的法人实体。规范的公司可以实现所有权与经营权的分离，有利于建立起适应市场经济要求的经营机制，同时也便于筹集资金、分散风险。公司分为有限责任公司、股份有限公司等不同类型。它产生于 16 世纪初期的欧洲，18 世纪后半期广泛流行于资本主义各国。

有限责任公司

由法律规定的一定人数的股东出资组织，股东对公司债务负有限责任的公司。具有如下主要特征：(员) 公司不发行股票。股东各自的出资额，相互间协商确定。在各自交付其应付的股金后，由公司出具书面的股份证书，作为各自在公司中享有权益的凭证。公司不公开出售其股份，也不允许其股份在证券交易所发售。(圆) 公司的股份一般不得任意转让。如遇特殊情况需转让时，须经全体股东的一致同意，且其他股东有优先购买权。(猿) 公司的股东人数较少。(源) 股东一般直接参加公司管理。(缘) 帐目可以不公开，资产负债表一般不公开。我国 1993 年 12 月 1 日颁布的《中外合资经营企业法》规定，在我国举办的中外合营企业的形式为有限责任公司。《中外合资经营企业法实施条例》对有限责任公司资本转让和合营各方的责任等都作了具体规定。

股份有限公司

公司的组织形式之一。由有限责任股东组成，全部股本分成等额股份。股东就其所认股份对公司负有限责任。由一定数目的股东发起，发行一定数量的有面值或无面值的股票，由认股人承购。持有公司股票的员工，按其持股数拥有对公司的监督权、表决权、红利分配权和清理时的财产分配权，员工只对公司负责，不对公司债权人直接负责。公司除可以发行普通股票之外，还可发行公司债券、优先股票等，以便筹集所需的资金。公司是法人或法律上的整体，筹资手段较多，能广泛吸收各类资金，股票可以转让。公司不受股东变化的影响，公司的所有权与管理分离，可以由专业人员进行管理，小股东对公司事务事实上无权过问。股份有限公司于 16 世纪初期出现欧洲，18 世纪后半期起广泛流行于世界各地。

有限公司与股份有限公司的区别

有限公司和股份有限公司都具有独立的法人资格，股东对公司的经济责任均仅限于股东各自的出资额。其区别如下：

1. 有限公司的股东人数较少，国外公司法规定一般不超过 50 人；股份有限公司的股权分散，股东人数众多，如法国规定，超过 50 人的必须转为股份有限公司。

2. 有限公司的董事通常须拥有该公司全部或大部份股权，公司高级管理人员亦由股东担任；股份有限公司的大多数股东不担任本公司高级管理人员。

3. 有限公司不得发行股票；股份有限公司的全部资本采用发行股票。

四、有限公司的股份一般不允许转让；股份有限公司的股票国外均可以自由转让买卖。

控股公司

控股公司也叫持股公司或股权公司，是指以少量资本获取其他公司股份并将其纳入自身业务的公司。其特点是，比购买资产或实行联合更简单，而且所需要资本较少，往往只需购买其他公司**猿一源豫**的股票，就能控制该公司甚至操纵其业务经营，还能将所控制公司经营多年花费代价得来的商业信誉保存下来，从而巩固、加强自身实力。

控股公司分为两种形式，一种是只凭持有其他公司一定数量的股票来控制其他公司；另一种是除了以纯粹控股为业务之外还同时经营其他业务。人们称后者为混合控股公司。

控股公司是以其他公司的股东身份对其他公司进行控制的。于是，又出现了无限责任股东和有限责任股东的区分。当公司经营失败，而公司财产不足以还清所欠债务，无限责任股东必须以自己的全部财产为公司还清债务。而有限责任股东在公司破产时，除了必须缴足自己认购的股金外，对公司所欠债务不负连带偿还责任。我国目前实行的都是股份有限公司。

股份合作制

股份合作制是劳动群众自愿组合，自筹资金，并以资金、实物、技术等作为股份形式投入，在财产按份共有的基础上，实行集体经营、共同劳动、企业民主管理、以按劳分配为主、提留一定比例公共积累，从而成为集体所有制经济的一种有效实现形式。股份合作制是我国改革实践探索中提出的一个新范畴。它比较适合于国有小企业和集体企业改革。它的本质是劳动群众之间实行劳动联合、资金联合、智力联合的联合经济。股份合作制的实质就是合作制，是在合作制的基础上吸收了股份制的做法，追加资金的联合因素，因而成为合作经济的一种新形式。显然，股份合作制与合作制有所区别。同样，股份合作制与股份制也有所区别。首先，在募股方式上，前者完全是内部募股，后者主要是社会募股；其次，在分配方式上，前者实行按所出劳动量、交付资金和生产资料数额有比例地进行分配，并以按劳分配为主，企业的税后利润也归本企业劳动者同时又是所有者所有和分配；后者税后利润则完全按股份份额进行分配。另外，股权的自由度不同，股份合作制遵循入股自由、退股自愿的原则，但股金不能对外转让和出售。而股份制企业的股东，虽然有购股的自由，但不能退股，其股份只能继承、转让或通过二级市场出售。

市场中介组织

市场中介组织是市场经济运行中以公平、公开、公正为准则，为参与市场活动的供求双方提供服务的机构。其作用除提供服务以外，还有沟通买卖双方关系、监督买卖双方各自行行为以及为买卖双方提供公证等。从市场体系发育和市场经济运作效率而言，市场中介组织的发展，有助于加快生产要素的流通速度、减少流通环节、降低交易费用等。市场中介组织的确立、职能的界定与市场经济发展水平直接相关，大量的交易活动使中介机构独立出来成为必然，而且，中介机构的独立有助于对市场经济活动的法制化管理。一般说来，市场中介组织包括会计师、审计师和律师事务所，公证和仲裁机构，计量和质量检验认证机构，信息咨询机构，资产和资信评估机构，证券交易、期货交易所等。还需发挥行业协会、商会等民间组织的作用。对各类中介机构的建立，一般要通过政府有关部门的资格认定，各类市场中介机构一俟建立则依据有关法律法规自律运行，并承担相应的法律和经济责任。

“霍桑效应”

20世纪20年代末，以美国哈佛大学教授梅奥（~~别援援配别~~）为首的一批专家，组成人际关系系统研究小组，在美国西方电气公司霍桑工厂进行了著名的“霍桑实验”。结果发现，对在群体中工作的个体，其工作成效受人际关系，心理氛围等社会学和社会心理学因素的影响远远大于受工作条件、疲劳状态等物理的生理的因素的影响。于是便把这种影响作用，称为“霍桑效应”。所以创造良好的心理氛围，建立和谐的人际关系是充分发挥人才创造才能的重要条件，应引起群体领导者的高度重视。“霍桑效应”的产生有其内在的心理基础，它表现为个体成员三种基本追求：价值追求、力量追求和交往追求。价值追求是个体要在群体中表现其才干，显示其价值，并在群体产品上打上个人劳动印记的心理趋向；力量追求则是个体希望自己的思想行为能够对群体产生影响，以得到同伴喜爱、信任的心理趋向；交往追求表现为个体寻求友谊，消除误解，力图使自己为群体接纳的心理趋向。正是这些个体追求的心理因素促使个体在群体中积极表现自己，一旦其工作受到鼓励，价值得到承认，影响被接受，就会大大强化其信心、责任感和创造力，从而取得更高的成绩。

连续效应

作为一个现代人要想求得高效率，仅知“文武之道，一张一弛”还不够，还要获得“连续效应”原则，即不该停止的时候，决不能停，必须坚持到底才能取得成功。

持续不断地做一件事，可以花费较少的成本而取得成功的效果。例如烧水，烧一壶开水，连续烧一会儿就开了，烧烧停停即使耗掉十倍的燃料和时间也未见得烧开。一位科学家谈到成功的经验时曾讲述了这样的体会：当你快要接近目标或者即将找到答案的时候，必须一直不停地工作下去，直到找出最后答案，使人的创造力得到持续的发挥，这样才有可能成功。如果在关键时刻停止或被打断了，以后也许要用十倍甚至几十倍的时间才能补回来。一鼓作气地干某一件事能够产生一种如惯性加速度般的进攻态势，造成一种在断续状态下不可能保持具有的优势积累，这就是连续效应。连续效应往往能产生惊人的创造性突破。

科学管理的主要目标和原则

在整个工业中，大部分雇主组织和雇员组织与其说是在寻求和平，不如说是在寻找对抗。这些人中的大多数都相信：雇主和雇员的基本利益必然是对立的。而科学管理的基本点却是坚信这两者的真正利益应该是一致的。没有雇员的繁荣，雇主的繁荣是不可能长久的。反之亦然。它坚持满足工人最迫切的要求——高工资，和满足雇主的欲望——工厂的低劳力成本是可能同时办到的。管理的主要目标应该是确保每一个雇员和雇主事业的高度繁荣。

科学管理的基本原则是：

● 开发一门新的科学，专门研究工人工作的各组成部分，并以此取代过去的经验法则。

● 科学地选择、训练、教导和培养工人，而在过去却是工人尽最大可能训练自己。

● 管理人员诚心诚意地与工人合作，及确保所有工作都按照新开发的科学原理去做。

● 在管理人员和工人之间须均分工作和责任，由管理人员承担的工作，应该是他们比工人更能胜任的新型工作并更能承担责任。

市场竞争策略

障碍创新取胜。推陈出新是市场商品变化的客观规律。谁能适应市场需求，不断创造出有特色的商品，谁就能占领市场，在竞争中处于有利地位。

障碍优质取胜。在价格大体相同的情况下，优质产品能吸引用户，占领市场。

障碍快速取胜。企业在市场竞争中，时间就是金钱，必须立足于一个“快”字，抓住一切有利时机，当机立断，靠快速取胜。

障碍价廉取胜。用户不但要购买到更多优质产品，而且普遍要求用相同的货币量购买到更多的优质产品。所以，价廉物美是商品市场竞争中的两个主要条件。

障碍信誉取胜。良好的信誉是保持市场竞争中稳定优势的重要条件。

障碍优势取胜。现代企业的经营活动是很复杂的系统运动，影响竞争能力的因素很多。谁能发挥自己的优势，扬长避短，形成自己独特的“拳头”产品和经营策略，谁就可能取胜。

障碍优良服务取胜。不断提高服务质量也是企业间开展竞争的重要手段。

障碍联合取胜。因为专业化协作是社会化大生产的客观要求。

企业管理的职能

按照马克思主义关于管理二重性的学说，企业管理具有管理的自然属性和管理的社会属性，分别表现为合理组织生产力（指挥劳动）和维护、发展产生关系（监督劳动）。因此，企业管理具有两个方面的基本职能。一方面，它是由社会化大生产引起的、属于合理组织生产力的管理职能，另一方面，是由劳动过程的社会性质产生的维护生产关系的管理职能。两方面的关系，是普遍性和特殊性、一般与个别的关系，是统一体的两个方面。

企业管理的职能是通过一系列具体管理工作体现的。根据对企业管理工作的基本内容或过程的概括，可以划分为若干具体管理职能：

计划职能。是企业的首要职能。它是通过调查研究、预测、制订长期和短期计划，对企业经营目标、经营方针作出决策。在社会主义制度下，计划职能首先是宏观经济的管理性，这是社会主义公有制的客观要求。要求企业在国家统一计划指导下，开展经营生产活动。科学性、统一性、灵活性、连续性和群众性，是企业管理计划职能的特征。管理决策将日益成为企业管理职能的重要内容。

组织职能。要求把企业生产经营活动的各个要素，从劳动的分工和协作上，从组织机构和人员配备上，从时间和空间的互相关系上，从纵横交错的联系上，合理地组织起来，以形成一个有机整体，从而保证企业按照统一计划，有效地进行活动。

指挥职能。这是指对企业各级各类人员的领导或指导，保证企业生产经营活动的正常进行和既定目标的实现。

协调职能（调节职能）。即协调企业内部各级、各单位的工作，协调各项生产经营活动。协调可分为上下级领导人员和职能部门之间活动的纵向协调和同级各单位部门之间活动的横向协调。

控制职能（监督职能）。是指按预定计划或目标、标准，进行检查、考核、核算，分析实际完成情况同原定计划标准的差异，采取对策，促使生产发展。同时还要建立高效率的管

理系统，加强对生产、质量、库存、成本等控制。

中国的管理哲学与现代企业管理

中国的管理哲学有许多方面值得珍视，其中尤显重要的有七个字：生、变、和、中、敬、群、无。

䷎“生”的原则。生的原则即创造性原则。《周易·系辞传》曰：“天地之大德曰生”，“生生之谓易”。中国哲学崇尚“生生之德”，即以人的创造性精神匹配天地乾坤父母之大生广生之德，尽人能以弘大天性。中国“尊生”的传统，即尊重、发扬创造性的生命精神，强调全面发挥人的潜能，参赞天地之化育，理性地适应并进而主宰天地。在管理学上，《周易》的管理智慧，即把自强不息、生生不已的主体精神，“元、亨、利、贞”的流行创化的客观历程和效法天地的自然之道结合起来。这样，它就不是单方面地强调开拓创新，穷通变易，而在一定程度上又涵盖了顺应自然之意。因此，开与阖、守常与应变、原则性与灵活性、创造性与继承性（企业与守成）的辩证统合，即是企业管理的一种高级的智慧或艺术。

䷍“变”的原则。“变”也是一种“生”。但“生”的意涵主要是“创生”、“生化”，而“变”的意涵主要是“变通”、“制宜”。《周易》被人称为“变经”，《老子》五千言通篇讲变化之道，《孙子兵法》的战略策略更是应对瞬息万变之经典。《易》《老》《孙》之预测学、管理学和谋略学，总结了自然、人事正反诸方面的经验教训，对吉凶、祸福、穷达、存亡、生死、利害诸关系的把握，提供了最佳趋避的模型和最佳应变的方法。在阳与阴、否与泰、剥与复、损与益、革与鼎、既济与未济之间，寻找因条件变化而不断求变的契机。由是而提出了因时、因地、因物、因位制宜的要求。另一方面，《老子》、《易经》、《易传》、《孙子兵法》关于刚柔、予取、进退、攻防、正奇、明晦等等权变谋略的思想，在市场营销、价格战等方面，提供了灵活的战术计谋、市场权术等辩证智慧。

䷌“和”的原则。“和”主要指“和谐”及“多样统一”。孔子讲“和为贵”，“和而不同”；史墨讲“和实生物，同则不继，以他平他谓之和”；《礼记》讲“和也者，天下之达道也”。中国哲学关于天地人我之间的“和谐”思想、“宽容”思想，不仅为人类自然环境的生态平衡和人文环境的生态平衡提供了睿智，不仅可以纠正人们片面执着于“斗争哲学”的负面影响，而且是现代社会管理和企业管理的重要思想资源。现代管理强调人与自然、人与社会、人与人、人与内在自我的协调关系，强调一种宇宙一体、普遍和谐的整体观念。我国儒道诸家素来肯定并发挥的“天地与我并生，万物与我为一”，“仁者以天地万物为一体”和“民吾同胞，物吾与也”的宇宙家族思想及推己及人、润物及物的意识，在未来世界具有越来越重大的作用，对于企业之间及企业内部人际关系的处理，乃至企业效益的显发有着重大意义。

䷌“中”的原则。“中”指“中道”无过无不及。与“和”略有不同，“和是强调容纳相异的人才、意见，保持一种生态关系”，“中”则指处事所掌握的“节”与“度”。“中庸”只是平常的道理，于平常中见“道”。“尚中”、“执中”的管理方略，对“过”与“不及”之两端持守动态统一，使各种力量与利益参和调济、相互补充，在大小、刚柔、强弱、周疏、疾徐、高下、迟速、动静之际保持弹性，具有一种节奏感，实在是一门高超的管理美学。

䷌“敬”的原则。这里指尊重人才和敬业精神。严格地说，中国哲学区分“仁”、

“诚”、“忠”、“信”、“敬”、“恭”诸范畴。现代企业的经营之道，在正常的市场经济秩序的规约下，一种健康而有效率的竞争，决不是假冒伪劣的横决天下，根本上应是在延揽、使用、对待人才方面，内部员工的敬业精神方面，产品质量信誉方面，即是对内对外的诚信无欺的态度。忠于职守、团队精神、勤奋严谨、真正的主人翁态度和责任感，作为企业伦理或工作伦理的建设，无疑是现代企业管理的首要前提。东方文化精神积淀在其工作伦理之中，不是以个人主义为动力，而是在注重不同人的利益的同时，更加肯定勤奋和睦、敬业乐群、相互协调及对企业的忠诚、奉献、责任。

⑤“群”的原则。这里指群体本位（包括家庭本位）、群体协作精神。当前我们需要重新厘定现代化进程中个体与整体的整合与互动原则。传统礼治（人治、德治）社会重视群体价值，有一整套协调个体与群体之利益、意志、关系的办法。其负面则是个体的独立性往往被淹没于社会群体的伦理纲常之中。在以个体为元点或细胞的市场经济生活秩序中，现代社会较之传统社会的巨大进步是个体性得以确立。也就是说，个体的生存权利、私有财产、经济权益、政治权利、教育权利、人格独立与尊严及道德价值实现权利的不可剥夺，不可让渡，及其法律保证和舆论保证，是有序化的现代社会生活的支点。在此基础上重建适合于市场经济的社会整体秩序、公共利益，保证公平竞争，承认与肯定他人及社会整体权益的实现，重建社会公正、正义等道德原则，调节个体与整体的关系，调节义与利的关系，是现代管理中的重要环节。

⑥“无”的智慧。主要指道家“无为而无不为”、“无用之用乃为大用”的方法学，亦即重视管理中的软件。那些看起来并无实际效用、虚无抽象的企业精神、企业哲学、企业风格、企业凝聚力等，却渗透到企业管理有形有用的各个方面，正所谓“无之以为利，有之以为用”。管理不仅提供结构、计划、规章、控制、分工的原则，更重要的是观念、价值、信仰、氛围、文化。因此，成功的企业都能形成自己独特的价值信念，形成一种凝聚力，使员工自觉地为企业目标奋斗，并使这种文化精神在员工中代代相传。这才是决定企业成败、兴衰的根本。

现代管理思想的要点

现代管理思想与传统管理思想虽有继承，但在许多观念上更有完全相反的思想。现代管理思想基本上可以概括为以下几点：

①认为管理的目的不只是为企业追求获得最大利润。而要完成企业对社会的责任和职工的责任，只求利润的满意性，稳定性和长期性。②认为企业的成败，经营的好坏，不是单靠某个有天赋的企业家，而是由一个合理智能结构的领导集团和全体职工决定的。③认为企业规模大，生产技术复杂，市场变化快，要反应灵敏，决策正确及时，管理有效率，必须实行分权化，实行民主管理，调动职工的积极性。④认为现代企业面临市场竞争激烈，变化快，决策管理是核心，决策是否正确及时，将决定企业的成败，所以管理思想是重视决策，而不是以生产为中心重视效率管理的思想。⑤认为企业要承担社会责任，讲求信誉，重视社会舆论，不欺骗顾客，牟求暴利，在市场竞争中不搞“互相吞并，你死我活”，而要在竞争中有协作联合，扶植协作厂搞“我活你也活”的思想。⑥认为当代市场的竞争主要不是现有产品的推销竞争，而是预测、开发新产品等等的开发竞争，是知识技术的竞争。⑦重视应用行为科学的管理思想。认为人的本性都是向上的，有进取心的，愿意做好工作承担

责任取得成就的，愿意合作共事和睦相处的，人是社会人，要调动人们的积极性，不仅要满足人的金钱、物质需要，而要从满足人的精神、环境、人群关系等等的需要来刺激人的积极性，以及重视人力资源开发的管理思想。由于企业内部生产的自动连续化，高效化，现场停工损失大，企业外部竞争变化快等等，形成重视信息，重视预测，应用量化方法和电子计算机等进行预防性管理的现代管理思想。各种现代管理方法也都基本上体现了这一思想。

东西方的不同管理艺术

为什么日本会在战后不长的时期内，一个个地夺走美国汽车、炼钢、造船、手表、照相机、家用电器等工业在世界上的优先地位？

《日本企业管理艺术》的作者以其新颖的模型证明：主要是因为管理技能上的差距。作者认为，考察企业经营成功与否，可用七个要素衡量，这就是：战略、结构、制度、人员、技能、作风、最高目标。美国向来过分重视前三个硬性要素的作用，而轻视后四个软要素的作用。日本在引进西方管理理论的同时，不忘记提炼民族文化中的有益成分，加以折中融合，使西方的唯理主义与东方的奇妙心灵主义结合得当。这样，它的企业便拥有七个管理要素。

西方的企业不关心下属的精神世界，只是要求下属象机器上的一个部件一样发挥作用，围绕企业主转。他们的管理是靠个人技能来维持，只体现个人才能、胆略和气派等。其结果，比较倔强、有自信心和有作为的、在工作中追求更高精神价值的下属，纷纷离去。日本的企业家则认为，企业的其他人既是供使用的客体，也是应尊重的主体。企业所要达到的，既是领导个人的，也是全体职工的目标。从这个思想出发，他们非常重视向下属灌输管理哲学。日本企业的成功，正是来源于职工对工作意义的更高一级的理解，来源于职工融合的力量。

纠正借鉴国外管理方法“三偏向”

首都研究西方经济的一些人士提出，我国一些部门在借鉴国外先进经营管理方法上存在偏向，应当纠正。

一种偏向是“重东方轻西方”，认为西方国家与我们社会制度不同，其管理方法有“阶级烙印”，因此有所忽略。

另一种偏向是“重微观轻宏观”，对西方的管理是比较重视，但对西方国民经济管理的方法视为禁区，似乎这些方法仅能用于市场经济。因此，对西方宏观管理方法的研究几乎是空白。

第三种偏向是“重方法轻理论”，具体方法介绍，但作为这些方法基础的国外经济理论却研究得十分不够，即使研究了也往往常有批判倾向。

中国古代的管理思想

管理作为一门科学，还十分年轻。从泰勒在 1911 年发表《科学管理原则》一书标志着“科学管理”的开始算起，到现在才 70 多年，而“管理科学”实际上是二次大战后才迅速发展起来的。然而，管理作为一门学问，却有着十分悠久的历史。以我们中国来说，在现代

化管理方面虽然相对落后于一些先进国家，但是早在我国古代，就已经产生了比较科学的管理思想，并用于实践。在学习国外管理科学的同时也学一些我国古代的管理思想，将对我们创建有中国特色的现代化管理起重要的作用。现在我列举几个事例来说明现代管理科学中的一些学科，如系统工程、信息系统、运筹学、经营战略、人事管理等等，是怎样被中国人民的祖先所运用的。

系统工程和信息系统——万里长城。万里长城是宇宙航员在月球上能见到的地球上唯一的人造工程，这是中国古老文化的历史见证。

万里长城的建筑，不论从时间上和空间上，在人类文明史上都是罕见的。建造长城最早是在公元前七世纪开始动工的，到明朝末年先后经历了 600 个世纪。如果把这些不同朝代建造过的长城加起来，总长就不是“万里”，而是“十万”里了。长城的建造与管理，都体现了系统工程与系统管理的思想。在工程上明代一般分作镇城、路城、卫城、关城、堡城、城墙、放台、烟墩等不同等级、不同形式和不同用途的建筑，形成一个完整的防御工程体系。在管理上，沿线设九个镇，每镇设总兵，上受兵部指挥，之下又分级设“路”、“关”及城、堡墩台，这是个典型的“金字塔式”的多级管理系统，命令自上而下层层下达，遇有敌情，信息由烽火台到关城守备和军事首领、总兵，一直报到朝廷，是自下而上的反馈过程。

当今，信息技术已成为新技术革命的核心。它是以计算机加通讯技术形成的信息网络为特征的。这样一个现今世界最先进的技术和管理的成就，在中国的古长城管理中就早已体现其雏形。这主要是指信息传输的技术和方法。建筑长城的主要目的是为了防御敌人进犯，因此对敌情的及时反映就至关重要。绵延在整个长城的无数烽火台（烟墩），就起着“信息源”的作用，而传递信息的“介质”，则是通过白天燃烟、夜间放火，保证了信息传递的必要距离。公元 1456 年（明朝成化二年）朝廷进一步作出规定：来犯敌人在一百人左右，则以一烟、一炮表示；五百人二烟、二炮；超过一千人三烟、三炮；五千人以上五烟、五炮。这样在千里之外几小时内便可得到军情，这种信息的传输，既有定性概念（敌人来犯），又有定量概念（进犯人数），而以光（烟）与声（炮）两者交举作为信息传输手段，起到相互核对作用。

对策论——田忌赛马。运筹学是二次大战期间开始发展的一门管理科学。开始时主要用于军事目的，战后转向民用，在管理上解决有限资源的最佳利用问题，成为管理科学、系统工程的主要定量办法，并发展了一系列分支。其中“对策论”或称“博弈论”就是研究“敌我”双方的对阵胜负问题。其实，这个不到五十年的科学分支，早在二千多年前我国战国时代就已有过光辉的例子，这就是有名的田忌赛马故事。齐威王喜欢赛马，大臣田忌屡赛屡输，军事家孙臆向田忌建议说，齐国的好马都在齐王那儿，靠硬拚是不能取胜的。赛马有上、中、下三等之别，在三局比赛中，如果第一局你以下马对齐王的上马，这样你先输一局，然后你以上马赛他的中马，以中马赛他的下马，就可保证你在后两局取胜。田忌采纳了他的建议，果然以一负两胜赢得齐王千金。这个生动的事例，正是“对策论”中的“零和对策”（即敌我双方的胜败之和等于零），而这个对策的应用却发生在两千五百年前的古代中国。

经营战略——孙子兵法。经营战略对企业的成败具有全局性影响，现在已越来越成为国内外企业界与管理学界在理论和实践上关心的重大课题。这个问题随不同企业所处不同环境而异，不能有千篇一律的解法或模式。但是，一个好的经营战略必然具有某些共性的东西，

遵循某些共同的规律。

中国春秋末期的军事家孙武所著《孙子兵法》，总结了许多军事方面的规律与原理，对军事科学的研究有重大价值。从现代管理的角度看，对管理科学的研究来说无疑也是一座思想的宝库。

这里仅就对企业经营战略可供借鉴的一个论点略加阐述。

《孙子兵法》的“计篇”中说：“主孰有道？将孰有能？天地孰得？法令孰行？兵众孰强？士卒孰练？赏罚孰明？吾以此知胜负。”这里，孙武从七个方面的敌我比较，就可以预测战争的胜负。同样，上述决定战争胜负的七个因素，也是经营战略应当仔细研究分析的几个重要方面。

主孰有道，即哪一方的君主得民心。所谓“得民心”，指上下有一个统一思想，使上面的战略目标成为下面全体成员的自觉行动，而这正是当今一些成功企业的主要经验。这些企业一般都有明确的奋斗目标，并反复宣传，使之深入人心，使大家愿意为其实现而努力。这上下齐心，既需思想动员，也需组织与措施保证。“目标管理”就是实现这一目的的一种科学方法。我国现在推行的“经济责任制”，把企业目标层层分解，层层落实到班组或个人，也是使企业上下目标一致、行动一致的科学管理措施。

将孰有能，即哪一方的将帅有才能。将帅的才能对军事指挥起决定作用，企业经营的成败很大程度上取决于厂长（经理）的素质。这里不仅是指对企业领导人的政治上、文化上、业务上，实际工作经验上有一定要求，更要求具有企业“将帅”的才能，即从国内、国际市场迅速变化的环境中把握时机，比别人早看到一着，早行动一步。那种只照着别人成功经验亦步亦趋的“将帅”，是无法带领企业走向胜利的。

天地孰得，即哪一方得到天时地利的有利条件。企业的“天时”、“地利”，即企业的内外环境。这种环境虽然是客观存在，但如何利用得当，却决定企业经营的成败。这里关键是要真正了解企业本身的优势是什么，劣势是什么，然后从自己的实际出发，扬长避短，制订自己的经营战略，以充分利用“天时地利”所提供的客观条件来做有利于企业发展的事。

法令孰行，即哪一方认真执行法令。这是企业的制度建设与组织建设问题，是企业建立正常的、不是有没有“法令”，而是能否执行。一个企业有了好的规章制度，如果不去认真贯彻落实，只是一纸空文，是没有任何意义的。

兵众孰强，即哪一方的部队比较强大。企业的竞争，归根到底是人才的竞争。一些企业的成功经验说明，产品的开发实质上是人才的开发，产品的竞争是智力的竞争。决定战争胜负的是人，同样在企业经营上决定成败的关键之一也是职工队伍的素质。

士卒孰练，即哪一方的士兵较有训练。这是与“兵众孰强”有联系的。要使兵众“强”，就要使士卒“练”，这里强调培训对提高职工队伍素质的重要性。近十年来技术发展很快，一些发达国家“白领人员”一个人一生需要经过不断的培训，使知识不断更新，以跟上形势发展的需要。否则，即使有了先进技术也不能充分发挥作用。

赏罚孰明，即哪一方赏罚比较公正。“公正”是管理的一条基本原则，这在本世纪二十年代法国管理学家法约尔早就指出了。赏罚是否分明，是对队伍士气影响颇大的一个因素。因为这体现了对这个队伍到底提倡什么、鼓励什么和反对什么、限制什么的问题。

可见孙子兵法提出的决定战争胜负七个方面的问题，对制订成功的企业经营战略有很大意义，很有参考价值的。

人事管理——选才用才的艺术。在现代管理中，当今世界各国都越来越重视对人的管理。西方在三十年代就出现了行为学派。现在象组织行为学一类课程更属学习管理专业者所必修。对于人的管理既是一门科学，更是一门艺术。

我国古代在人事管理上有着无比丰富的经验与深刻的哲理。日本东海大学研究人事管理的教授铃木博说：现代管理科学中人事管理的许多原理，几乎都可以从中国历史上找到根据。

知人善任，尊贤重士，是我国古老而优秀的传统。这可追溯到周朝的兴起由周文王重用姜太公算起。到春秋战国，秦国之所以终于兼并六国，这和秦穆、孝公、惠王、昭王，分别重用蹇叔、商鞅、张仪、范雎分不开的。楚汉之争，刘邦最后战胜项羽，据刘邦自己说：夫运筹帷幄之中，决胜于千里之外，吾不如子房。镇国家，抚百姓，给馈饷，吾不如萧何。连百万之军，战必胜，攻必取，吾不如韩信。此三者，皆人杰也，吾能用之，此吾所以取天下也。

这里确实寓意深刻，体现着领导者的用人艺术，即既要善于发现人才，更要善于用人之长。美国管理学家杜拉克就强调：“用人的决策，不在于如何减少人的短处，而在于如何发挥人的长处。”美国钢铁大王卡内基一生的特点是，“知道选用比他本人能力更强的人来为他工作”。刘邦比项羽的高明之处就在于，他不象项羽那样，“嫉贤忌能，有功者害之，贤者疑之”，而是能够使用在某些方面比自己高明的部下。但要使能人得以充分发挥作用，关键还在于领导者要组织协调好这些力量，使他们形成“合力”。这才是领导者比有才智的部下更高明之处。领导艺术就在于创造一个环境，使大家愿意并且能够施展各自的才华。“士为知己者用”，这说明自古以来调动积极性与领导者素质的密切关系。

西方管理心理学的发展

霍桑工场实验的启示。本世界 1920 年代末期，美国芝加哥的西部电气公司的工程师在霍桑工场进行了一项实验，目的是想通过改善车间照明条件来提高工效。然而，结果却大出研究人员的意料，不论是照明条件得到改善的实验车间，还是一切照旧的控制车间，在实验期间的产量都下去了。这意味着产量的提高也许与工作条件的改善并不一定相关。这个令人困惑的实验结果，引来了以哈佛大学工业心理学梅约教授为首的一组研究人员。

在实验的早期阶段，随着诸如允许工间休息，增加工资和实行计件工作制等改进措施的实施，都使产量得到了提高。如果按照传统的管理理论，就可顺理成章地把这些改进措施视为提高产量的动因。然而梅约教授并不满足于这个表面结论。他取消了休息，规定了较长的工作时间，恢复了过去的工资和工作条件。可是产量仍在持续上升。显然，传统的管理理论已无法解释这隐藏着的、更为复杂的动因。

霍桑工场的实验，启发了越来越多的管理学家，并使他们认识到：在生产过程中，工人积极性的发挥和工效的提高，不仅受物质因素影响，更重要的是受社会的和心理的因素影响。管理理论也开始从过去的“以人去适应物”而转向了“以人中心”。

从社会人到成就人。1930 年代后期，随着马斯洛的“需要层次论”的提出和行为科学的兴起，一些管理学者感到人际关系的满足还不足以解释人的工作动机，他们提出人不只是社会人，而且更是成就人。这种观点认为：人的需要是按照生理需要、安全需要、相属与相爱需要、尊重需要和自我实现需要这五个层次，由低级到高级排列的。随着低级需要的满足而

产生人的高级需要，最终要满足的，亦即人的最大追求，是自我实现的需要。

社会人的概念虽比经济人的观点提高了人的需要水平，但还只涉及到第三和第四个层次，除此之外，人还有一种想充分发挥和使用自己的潜在能力的需要。美国著名的工业心理学家赫桑伯格经过调查，把工人的需要分为两类，第一类是使工人安心工作而避免不满的基本因素，它包括经济报酬、宽容的监督和管理系统，以及有利于工人的企业政策，良好的工作环境和人际关系等等，也借用了一个医学用语，把它称为“保健因素”；第二类是存在于工作本身之内的“动力因素”，包括工作的意义和责任，取得成就的机会和未来的发展等，它直接关系到工人的工作热情和效率。赫桑伯格指出，如必要的工作条件和环境（即保健因素）缺乏的话，就会使工人不愉快或不满，以至不能安心工作。然而，仅有这种保健因素，工人可能不会抱怨，但也不会使他们从内心感到满意并追求最大效率，因为还缺乏动力因素。只有当工人的动力因素方面的需要得到满足，他们才会不断地去追求更高目标和作出创造性的努力。

赫桑伯格的“需要二因素论”与马勒洛的“需要层次论”，在基本点上是一致的，即都认为人的需要是从生理到精神上的满足，而以自我实现为最高层次。但需要层次论认为各种需要都能激发人的工作动机，而二因素论则把前四个层次都看作只能避免工人不满的保健因素，仅把对工作本身的满足感和成就感视为动力因素，更突出了后者的作用。

载理论·再理论和权变理论。把人看作经济人、社会人，还是成就人，实际上取决于对人性的不同解释。西方管理心理学的各种理论都可以从其对人性的假设上找以根源。

20年代末，美国心理学家麦格雷高指出，由于对人性的认识不同，在管理上也就相应地存在两种对立的理论，即所谓载理论和再理论。载理论代表传统的管理哲学，它基于对人性的这样假设：①一般人的本性都是厌恶并企图逃避工作；②必须以强迫、指派和试罚的威胁来促使工人努力工作来达到企业组织的目标；③一般人没有雄心，明哲保身，宁愿接受指派，总想逃避责任。如果按照载理论，管理上就应注重对工人的外部奖惩来达到控制和支配的目的，也就是采取经济刺激加权威支配的方法。显然，载理论的起点正是经济人的假设。与此相反，再理论则是基于成就人的假说，这种理论认为：①人们总是乐于使用自己的体力和智力的；②人们对于他所积极投身于其中的企业目标是能进行自我指派和自我控制的；③人们投身于企业的目标是与他们的成就感的满足密切联系的；④一般人不但能学会承担责任，而且能主动寻求责任；⑤一般人都有潜在的想象力和独创力。根据再理论，组织和个人的目标是可以综合的，组织的目标应照顾到工人的需要，而工人的自我实现的目标也可在完成组织时达到。这样，管理者所面临的问题是如何把职工的需要与组织的目标综合起来，从而形成工人与管理者的良好关系，使工人象管理者那样积极参与企业的决策，并热情投身于工作。再理论还强调，管理者的职责不能只是作为监工来监督和驱使工人，而应象教师、顾问或同事那样，为工人提供自我控制和自我激励的适当条件，帮助工人发现符合综合原则的努力目标，发挥出目前尚远未发挥出的想象力和创造力，从而满足对工作和成就的胜任感。

麦格雷高提倡的再理论，重视人内在的精神上的需要，这比只重外在经济诱因的理论提高了一步。然而，再理论关于“人性乐于工作”的假设仍然不能全部说明人性，因而也受到一些人的批评。有人考察了这几种对人性的假设，认为人类的最大需求并不可能都是一样的，而是因人和因时而异的。不可能有纯粹的社会人或成就人，而实际存在的是在各种情

况下采取不同反应的复杂人。首先，人的需要是复杂的，各人的需要层次结构也会出现差异，而且具有变动性。再则，人的需要的满足也因具体情况而异，一个人在正式组织中可能闷闷不乐，却可能在非正式团体中感到胜任和快活。最后，一个人会受到经济的、社会的、成就的等各种因素的激励，并根据自己的需要、能力而对不同的管理方式作出反应。因此没有一种能适合于任何时代、任何人的万能管理方法。于是便在管理上提出了一种权变理论。这种理论强调指出，关于人性的三种假设都在某一方面合理的，但须结合起来考察才是全面的。在管理上，应充分考虑到个体与组织、正式组织与非正式团体、物质条件与社会因素和心理因素、企业目标与个人目标等各项因素及其相互关系，这样就能自如地处理管理上的各种问题。

从上述的对于人性的不同假设中，我们可以看到西方管理心理学发展的过程。应该指出的是，西方管理学者对人性的种种假设，所偏重的都是人的自然属性，而离开了人的社会本质，似乎人对工作的态度，对人际关系的需求和对成就的渴望，都是生而具有的天性，却忽视了不同的社会制度和阶级关系对人性的制约。因而，这种抽象而虚构的人性观是难以构成管理心理学的科学基础的。然而我们也应看到，人的需要也是有其共同规律可循的。如何满足人的各种物质需要和精神需要以促进职工的生产积极性，这也是我们的管理科学应该重视并加以研究的课题。西方管理心理学在这方面为我们提供了大量的有价值的经验，可供我们参考和借鉴。

九十年代成功管理的八种方法

英国《星期日泰晤士报》载文指出：鉴于我们已接近下一个**1990**年，不论是资方还是工会都有责任安排他们自己的命运。

对英美那些利润和生产率不断上升的企业的经理们进行过研究的是总部设在美国内布拉斯加州林肯县城的最佳管理研究公司。**1984**年来，这家公司分析了这些经理们为何总是高人一筹。它得出了这样的结果，即这些经理的特点是：

重视人才。他们的头号原则是可以把管理建立在实力和智力开发上。

分析成功的原因。他们了解很久以来我们一直在研究人员的失误和不足，认为发现了失误和不足，就能更多地知道如何才能成功。

把注意力放在创造最佳成绩上。我们总是去做因为干得好而受到他人赞扬的事情。

进行智力投资。

有着正确的期待。如果这种期待能与我们的潜力相吻合，就会产生动力，进而带来增长。

尽可能使决定与行动接近一致。实行岗位责任制可以使每一个人具有一种事业与己有关的主人翁责任感，认为“这也是我的事情，我必须把它干好”。

坚持用具体的标准来提高工作质量。

建立得力的班子。一个所向披靡的班子总是在充分调动每一个人最大的聪明才智，总是不断帮助他们把聪明才智最大限度地奉献给集体事业。

以上几点为**1990**年代的成功管理提供了基本方法。