



中国海洋大学学报

Journal Of Ocean University Of China

社会科学版

Social Sciences

- 首页
- 学报概况
- 编委成员
- 编排规范
- 编辑学坛
- 编读往来
- 学报内容
- 在线投稿

学报内容

企业管理学科研究对象的重新界定

作者 :冷绍升 添加时间: 2006-1-16 11:52:12 点击:668

[标题] 企业管理学科研究对象的重新界定

[所属年份] 1999 年 第1期

[作者] 冷绍升

[作者单位] 青岛海洋大学经贸学院经济管理学副教授

[关键词] 企业管理

[摘要] 企业管理学科研究对象是近几年又重新兴起的企业管理热点问题。对这一问题国内外管理学者从不同角度进行了探讨,但理论稳定性方面不足。本文在对各种流派对象评述的基础上,从管理关系入手,揭示出企业管理研究对象为以企业本源原则为导向的企业管理主体与客体间的内在关系。与以往的研究对象相比,这一关系突出了效益性、学科综合性、要素组合性和管理者自身魅力特性,符合企业管理发展历程的要求。

[正文]

当前随着企业活动内容的丰富,对其影响的因素不断增加,影响深度日益增强。作为对这一活动进行计划、组织、指挥、监督、协调职能运作的企业管理,其理论与实践活动更具综合性、更加复杂。针对这一状况,为了进一步推动企业管理活动的深入发展,国际、国内的管理专家进行了积极探索,更多地致力于企业管理理论创新。但美国、德国的一些管理学家却在近年掀起的科斯对企业本源研究浪潮的启示下,对企业管理研究对象这一过去曾探讨过的问题又进行重新认识,试图从根本上对企业管理学科进行研究,为其学科理论研究的展开打下基础。但这些探讨更多地拘泥于企业管理实务,造成了企业管理研究对象随企业实践活动的变化而发生变化,不具有相对的稳定性。我认为需要改变这一理论研究现实。

每一门学科都有其特定的研究对象,没有特定研究对象的学科就不能称其为独立学科。研究企业管理学科对象需从实际出发,进行理论高度的概括、抽象、总结,以相对稳定地正确引导企业管理实践活动。本文试图对企业管理学科的研究对象作一理论探讨,使企业管理在理论和实践两方面都能作为一门独立的学科运作,并为企业管理的其它理论研究奠定基础。

学科中存在着本质的特定联系方式,它通过相应的关系来直接体现。企业管理学科研究对象是此学科得以确立的根本,应以其关系的探讨为出发点,确立企业管理学科对象。近年来,国内外管理学家针对企业管理中关系的研究,盛行如下几种企业管理学科研究对象的说法:

社会对象说—此说认为企业管理研究刘一象为社会企业关系,它是企业作为共同协作的团体来完成有目的的活动过程中形成的。在这种关系中,企业发挥着社会单位作用,企业管理通过对这些社会关系的协调来提高管理效益。

技术对象说—此说认为企业管理学科研究对象为技术性企业关系。此关系是指企业中由于有各种各样的设备、技术及其集合,是企业生产经营活动得以进行的必备条件,因此将企业管理中的关系视为技术性关系。这种观点迎合了企业中的技术人员。

● 来稿查询:

生态学批评再思考

查询

● 目录查询:

2005 年 01

关键字

查询

● 按年份查看:

- | | | |
|------|------|------|
| 2007 | 2006 | 2005 |
| 2004 | 2003 | 2002 |
| 2001 | 2000 | 1999 |

法律对象说—此说认为企业管理学科研究对象为法律性企业关系。此关系是指企业从组建到运作都是在一定的法律环境中进行的，都必须遵循一定的法律、法规而存在，因此将企业管理中的关系归结为法律关系。

经济对象说—此说认为企业管理学科研究对象为企业经济性关系。此关系是指企业从事的是经济活动，它是企业的最根本活动，因此企业管理中的关系就是这种根本关系。此说在当今的企业管理学中影响最大。

从以上种种探讨企业管理学科研究对象的说法来看，每一种关系都是从不同角度进行探讨的，对企业生产经营活动有着直接影响，这些影响因素有的针对企业本源活动，有的针对企业经营必备条件。诚然，当前的企业管理活动已由传统的决策、计划、控制发展到了沟通、人力资源管理和网络联系，这使管理活动的内容更丰富，与上述影响因素间的联系更加密切，交叉性更强。但上述说法仍显不足，都没有充分地或没有从企业管理本身进行其对象的抽象、归结与概括，需要从企业管理关系本身出发探讨企业管理学科研究对象。

企业在进行任何一项管理活动时都直接体现为两个部分的组合，即管理主体与管理客体。管理主体必须是人，而管理客体可以是人，也可以是财、物、信息等。这种管理主体与管理客体形成的管理关系就是我们所探讨的企业管理中本源的管理关系，它与社会关系、技术性关系、法律性关系、经济性关系不同。社会对象说把企业管理活动与社会活动混为一体，将企业管理活动的范围扩大了，把企业管理活动与其它组成社会活动的部分相等同，未突出管理的特性。技术对象说虽然从企业管理活动中的要素出发，但却将企业中包括人、财、物、信息、技术等多种要素的活动缩小，仅考虑技术因素，造成对企业由各种要素组合形成复杂管理活动理解的简单化、单一化。法律对象说在探讨企业性质的科斯学说启示下，成为当前探讨企业管理学科研究对象的重要流派。但毕竟企业管理活动不能简单地等同于法律活动，其中既包括比例关系，也包括非比例关系，既包括企业内部关系，又包括企业外部关系，而这些关系不是法律关系所能锁定的。

企业经济关系与企业管理关系既有区别又有联系。二者运作的主体均为企业，企业是其经济关系与管理关系的出发点和终结点。企业经济关系与企业管理关系所包含的企业运作与发展的原则都体现为效益原则。企业进行生产经营活动时，二者均以效益最大化为目标，并采用相同或相似的手段与方法，进行具体运作。但企业经济关系与管理关系毕竟不同，企业经济关系更多地从渊源角度探讨企业，而企业管理关系则从操作角度探讨企业。当前存在着认为这类操作性强的学科其层次低的观点，把企业管理理解为对理论学科的一种补充，实际上这种观点对企业管理学科而言并不成立。企业管理关系本身就是一种再造生产力，是一种组合之后集合生产力的综合体现，对这种集合生产力的探讨需其自身理论与实践紧密相联，这已在日本战后成功地进行企业管理取得巨大效益的过程中得以验证。

可见企业中的管理关系是与企业中其它各类关系并列的单独存在的关系。这种关系运行的能量是企业的人、财、物、信息等，是企业经营管理关系得以形成的基本要素，是其进行启动和运转的根本条件。这些要素通过相互间的配比发挥作用，使管理关系有层次、有等级，体现为一定质量与数量的要素间的有序运作，即投入时体现管理启动关系，运作中体现管理转化关系，产出时体现管理凝结关系。这些关系循环往复，构成企业管理关系的正常运转。

管理关系运作需要一定方向指导，即企业管理关系的本源原则，它是企业作为一种经济组织形成和发展过程中必然的内在利益表现。任何组织都是在一定生产力水平基础上，在一定生产关系和社会分工条件下形成的。原始社会生产力水平低下，形成了氏族公社或部落；奴隶社会生产力水平进一步发展，形成了庄园和作坊组织；封建社会则形成了封建家庭和手工业作坊，这些组织的产生都与当时的生产力水平和生产关系息息相关。到了资本主义社会，生产力水平更高，社会分工进一步精细，使每一个组织的运作都必须依赖于其它组织，并通过交换关系来实现。交换关系要顺利实现就必须承认每个交易者为商人，所进行交易的产品为商品，其关系实质以彼此承认对方的利益为前提，即便存在暂时的让渡行为，也是为今后获取更大利益或保持利益的长久发展而存在的。进行商品交易的组织即为企业，它是商品经济发展到一定阶段的产物。企业为使内在利益最大化，必须对其生产经营活动进行计划、组织、指挥、监督、协调等等管理职能活动，可以说自从企业诞生的那一刻起，企业管理活动就始终围绕这一本源内在利益来进行。只有贯彻效益原

则,企业管理活动才能针对性地有序运作,才能使企业不断壮大。成功管理的企业能变草为金,低劣管理的企业却恰恰相反。

综上所述,企业管理学科的研究对象为企业管理活动中所形成的以效益原则为本的管理主体与管理客体间的关系及其发展变化规律。管理主体在企业中处于管理者的地位,而管理客体在企业中则处于被管理的地位,主体与客体之间所形成的关系为排列关系,而非组合关系。管理者可以是各种身材、各种模样、各种肤色和不同性别的人,他们在不同类型的企业中履行着自己的职责。但任何一位管理者进行管理时,其管理的方法、风格、艺术等各方面均受其内在素质及其它方面因素的影响,不可能出现两位相同的管理者。同时,在这种关系中既有比例关系,也有非比例关系。比例关系是指按资源配置原则将企业中的各项资源按一定比例进行配置,使企业取得最佳效益。非比例关系是指人的行为关系总和,很难通过一定的量度来测定,但它却直接影响企业管理效果,直接影响比例关系的顺利运作。如何将比例关系与非比例关系有机地结合起来,是企业管理学科所必须解决的基本关系问题。管理主体与客体的关系又具体体现为管理主体与管理主体、管理客体与管理客体、管理主体与管理客体、管理客体与管理主体的关系,企业管理学科就是针对这些具体关系所进行的比例与非比例性关系的探讨,并进行相应的规律总结。

从企业管理发展的进程来看,上述研究对象充分反映了企业管理学科的内在要求。古典管理阶段,以美国的弗雷德里克森·泰罗、法国的亨利·法约尔、德国的马克思·韦伯等管理学家为主进行了企业管理职能、组织管理和原则的探讨,并以标准化管理为突破口,展开上述理论的实践运作。根据动作研究和物资消耗规律,确立了企业劳动定额、物资消耗定额等标准,并通过制定和运营责任制和规章制度,实现资源在数量方面的合理配置,充分揭示出这些标准比例关系即为企业管理学科的基本量度关系。行为管理阶段,探讨了需求层次、双因素、非正式群体行为和领导方式等行为理论,揭示出决定企业管理运行效益的因素不仅有量度比例关系,更重要的在于行为等非比例因素,二者构成企业管理学科的两大大类关系。现代管理阶段通过系统论、控制论、信息论、耗散结构论等方法论和决策理论、权变理论等管理理论将企业管理中的比例和非比例关系模型化、规范化和系统化,并进一步揭示出主体和客体间的这类企业自身管理关系。

与其它探讨企业管理学科研究对象相比,本文论述的研究对象具有以下特点:

第一以效益为中心,使企业管理对象具有可行性。传统的企业管理学科研究对象仅从其生产力、生产关系属性展开,旨在反映企业管理的特性,并未探讨两种特性间具体融合对企业管理效益的影响。尤其是企业管理的生产关系属性,更多地从生产关系本身出发体现出资本属性,意在揭示资本主义企业管理与社会主义企业管理的区别。而以效益为中心的企业管理,通过运用生产力属性——企业管理中资源配置的比例关系、企业管理中激励人员积极性充分发挥的非比例关系行为属性的具体方式、方法和手段,使企业管理能以效益为指导并实现效益,具有可行性。

第二企业管理学科的性质更加明确。从企业管理研究对象主体与客体特性可以得出,与主体直接相关联的学科有生理学、心理学、社会学等;与客体直接相关联的学科有物理学、生物学、工业技术学等;与管理主体与管理客体间关系直接相关联的学科有生产力经济学、政治经济学、数学、统计学等;与企业管理关系综合作直接相关的学科有哲学、系统科学等。可见,企业管理是一门综合性的边缘学科。

第三不但注重比例关系,更注重非比例关系和二者的有机结合。哈佛大学心理学家斯金纳认为行为并不是由反射或天生决定的,而是后天习得的。他指出在具体的行为之后创造令人满意的结果,会增加这种行为的频率。显而易见,如果人们的行为得到了积极强化,则最有可能从事这种令人满足的行为,促进企业管理效率的提高。同时,这种积极行为与比例关系密切联系,有机配置,将使企业管理发挥更大效力。

第四注重管理者的特性、魅力与变革。上述企业管理对象将管理主体与客体、客体与主体一认定为两类不同的关系,旨在揭示出不同的领导者在智慧、个性、语言表达能力、进取心、理解力和勤奋程度均不相同,因而具有不同的管理风格,企业应根据自身特点选择相应的风格;一般有令人折服的远见、能全身心投入其事业、自身素质高的领导具有魅力,企业应选聘这样的领导以便更有利地领导企业;同时,企业领导应能根据不同的外部环境进行变革管理。

正如企业管理的发展一样,其研究对象必然随着实践环境的变化需要不断增强其适应性,但内在的关系却保持相对稳定。

©2004-2005 版权所有 中国海洋大学学报(社科版)编辑部

地址: 山东省青岛市鱼山路5号中国海洋大学学报(社科版)编辑部 邮编: 266003

电话: 0532-82032739 0532-82032719 E-mail: xuebshk@ouc.edu.cn

Design by biner