

经典回顾 (2): 普通企业管理学 (京特·沃厄)

古典管理学派

(德) 京特·沃厄

普通企业管理学

整个企业管理学可分为三个部门: 企业管理方法学、普通企业管理学、特殊企业管理学(某个经济部门的企业管理学)。结算学和组织学构成企业管理方法学。属于企业管理方法学范围的有下列几个方面: 簿记和结算、成本计算、经济计算、财务数学、企业管理统计学、计划计算以及办公室技术和组织技术。其中有些部分, 像结算、成本计算和计划计算可能也是普通企业管理学或特殊企业管理学的理论探讨对象。

普通企业管理学的任务, 是描述和解释所有企业共同存在的现象和问题。这些现象和问题, 与他们属于哪个经济部门, 以哪种法律形式表现出来以及企业归谁所有没有关系。普通企业管理学又分为企业管理理论和应用部分。理论的任务是确定各种因素在职能上的关系以及解释现实的联系和事件进程, 找出因果关系的规则和规律。

应用企业管理学则是要把理论上获得的知识运用于各个具体问题, 并研究出有助于实现企业的特定目标的方法。企业管理理论着眼于认识生产过程, 应用企业管理学则路新企业生产过程的安排。

特殊企业管理学则是讲由各个经济部门的特征所决定的, 因而不是所有企业共有的企业管理的问题。工业管理学、商业管理学、银行管理学、手工业、交通业和保险业的企业管理学和农业管理学, 都属于这种所谓的经济部门管理学。此外, 税务企业管理学以及审查和信托企业管理学也发展起来了。

尽管在大学和高等学校的考试制度和教学计划中, 上面提到的最后两种企业管理学被算作特殊企业管理学, 但他们既不属于经济部门管理学, 也不属于特殊企业管理学。税收的作用, 要么在所有经济部门的企业中原则上都相同, 要么它就主要不是取决于经济部门的不同, 而主要取决于法律形式的不同, 或者取决于该企业与其它企业的联合形式, 或者取决于企业的所有制上的区别。

把企业管理学分成普通和特殊企业管理学的这种分类法, 是不太令人满意的。现在正越来越多地要求要根据企业的职能, 也就是根据主要活动领域来对企业管理学进行分类。按职能进行的分类, 还未能取代迄今为止的按组织机构进行的分类, 并且还没有得出一个企业管理

学自身严谨的体系。下列各项是最重要的企业职能：1. 经营管理；2. 筹资；3. 投资；4. 采购；5. 储存；6. 生产；7. 运输；8. 销售。

根据企业职能范围对企业管理学加以分类，当然不能代替通常的把企业管理学分为普通企业管理学和特殊企业管理学的分类。因为由各经济部门的特性所产生的问题，需要在各项职能范围内再作一番特殊的研究。比如会计工作的某些问题，在工业企业、商业企业和银行企业中差别是极大的。除了几个一般问题外，上述三个经济部门在处理成本核算和预算时，就必须分开讨论，还不算一些一般性的问题。

就像生产的职能对大家都适用，工业生产和商业部门、银行部门或保险部门提供劳务，其本身很少有共同之处。这样，毫无区别地处理这类问题就显得不甚妥贴。如果用职能分类法代替了按经济部门进行分类，那么在每项职能内便仍要按经济部门来分类。这对分类学无疑没有好处。因为现实的经济向我们表明的不是彼此分离的职能，而是带有各自特殊问题的相互分离的经济部门。

因此，我们认为，容忍把彼此管理学分为普通企业管理学和特殊企业管理学所带来的缺陷，比用按企业的职能来分类去代替之，要更相宜。后一种分法只表面上克服这些缺陷，并且还有其它不足之处。如果按职能对普通企业管理学和经济部门企业管理学加以分类，但又不因此而放弃处理经济部门上的问题，那么按职能分类的想法是会大有用场的。

对管理学分类是一个怎样分更合适的问题。企业管理文献今天虽运用着两个分类标准，但可以断定，综合性的教科书，从根本上说，或者是研究普通企业管理学的领域，或者是研究各个经济部门企业管理领域。按职能分类则被包括在各经济部门企业管理学之中。而专门谈这样或那样职能的教科书和专著，一般却不是对各经济部门的有关职能都加以研究，而是基本上把对所有企业是共同的东西，也就是按职能分类的普通企业管理学的片断部分作为探讨的对象。

企业的任何一种生产过程都需要使用人的劳动力，都需要使用各种机械、工具和材料。人的劳动、劳动资料 and 材料是企业的三个生产要素。然而，这三种要素在企业内的组合并不是它们自己自然而然地进行的，而是依靠人的领导、计划和组织工作才组合到一起的。这些带领导性的工作同一个车工或一个女秘书所从事的劳动一样，都属于人的劳动，但它又不同于后者。车工和女秘书从事的劳动我们把它叫作执行性劳动，而那些带领导性的工作我们却把它叫做领导性劳动。领导性劳动是体现在各种生产要素的一切组合中的。所以，如果没有领导性劳动，其余的各种要素是不能收到经济效果的。也正是由于这个原因，我们才把领导性劳动从人的劳动这一要素中抽了出来，并把它看作一个独立的生产要素。于是，我们便得出了企业的四种生产要素：（1）领导性劳动。其作用是对劳动过程实施领导、计划、组织和监督。从事这种劳动就是为决策进行准备以及作出相应的决策。（2）执行性劳动。（3）劳动资料。（4）材料。后三种生产要素也 P4 基本要素，他们是直接与生产对象发生关系的，因而也叫与劳动对象有关的生产要素。这三种要素的使用是受领导性要素控制的。一个企业总收益的多少不但取决于能否使各种生产要素实现最佳的组合，而且也取决于各种要素本身的质量。所以在我们研究各种生产要素如何实现最佳组合之前，有必要首先来单独研究一个每一种生产要素。

生产这个概念，在日常生活用语中和企业管理著作中有不同的理解，一般可归纳为三种含

义。(1)就广义而言,"生产"可理解为各个生产要素的一种组合,即生产就是生产过程,包括企业的全部职能:筹资、采购、运输、库存、制造、管理、销售、监督。(2)就狭义言,"生产"应理解为企业创造劳动成果的过程,"生产"只包括采购、运输、库存、制造及其管理和监督等基本职能。(3)就最狭义而言,"生产"仅仅理解为"制造"这一种职能,这种理解首先使人想到的是工业企业的生产制造,而不会联想到服务性行业的劳动,因此,这种理解是太狭隘了。我们认为把生产看成为企业创造劳动成果的过程较为恰当。

生产只是整个生产过程的一部分,即创造成果的那部分,此外,还有利用成果(即销售)和筹资与投资两部分。销售与生产一样,也包括企业的一系列基本职能。除了推销商品外,还包括仓库保管、运输、管理、市场研究、招球与监督。而且许多职能既属于生产范畴,又属于销售范畴。例如,仓库保管不仅要贮存采购来的属于生产范畴内的原材料、辅助材料和燃料,还要贮存应在市场上销售的成品。这样管理和监督也都涉及生产和销售两个范畴。此外,企业必须掌握全部生产过程中所需要的资金,否则,生产和销售便都是不可想象的。因此,筹资和投资就成了企业生产过程的第三部分。

企业进行生产的目的是不只是供给人们需要的一定的物品,而主要是获取最大限度的利润,企业生产和销售的过程只是达到此目的的手段,因此,上述三个方面在企业进行生产的全部活动中,没有高低之分,而必须使三个方面相互密切地协调一致。因为如果生产的产品不能保证销售,生产就毫无意义,只有销售兴旺,才能把投入的资金以尽可能高的利润收回来;另一方面,如果不能开辟生产所需要的各种资金来源,即使销路再好也没有用。

产品销售是生产过程的最后阶段。当销售通过对生产成果的利用,即通过出售实物和劳务,回收投入生产过程中的资金,而使生产继续进行,销售就完成资金流通过程的活动。销售不仅要满足现在的需要,而且要激发新的需求。为实现激发新的需求这一目的,主要是靠招徕活动。

销售的目标是在需要的地方和在需要的时机,以适当的数量单位向需求者提供生产的成果。对于销售所完成的空间、时间和数量上的调节任务,也可以称作物理学上的分配。这在一切经济体系中,这种转变的目的都是把物品从较低一级的价值转变到较高一级的价值。然而,价值的估计方法却是与经济体系有关的。在中央管理的经济体系中,价格是通过行政命令规定的,而在市场经济体系中,价格却是在市场上由买卖双方自由决定的。

除了物理学上的分配以外,销售的另一个任务是向潜在的顾客介绍有关产品的数量、质量和供货条件等。除了物理学上的分配和介绍商品这两种主要的职能外,还有辅助性的和补充性的职能,如各种方式的为顾客服务项目、办理赊购等。

在一些企业管理的文献中,Absatz(销售)的概念越来越广泛地由Marketing这一概念所代替。Marketing这个概念原来是"销售学"的意思,但近几年来涵义扩大多了,它已不再局限于企业的一种主要职能,而是包括了全部生活过程,成了一个经营管理上的概念。

蒂茨认为,从企业政策角度看,市场活动主要包括三方面的问题:(一)以市场活动为中心的企业主的管理思想,即市场活动哲学;(二)以市场活动为中心的企业组织和领导;(三)在采购和销售政策上采取实用主义的态度。

比德林·马易尔认为，市场活动是一种企业管理的概念，它表示为了达到企业的目标，企业所采取的一切活动，都要坚定不移地针对市场的当前和将来的要求来安排。

迈费特把市场活动解释为“计划、协调和检查企业根据当前的潜在的市场所进行的一切活动。通过持续的满足顾客的要求，在整个经济的供货过程中，实现企业的目标。”

市场活动的概念扩展到采购市场和销售市场和使生产过程的所有其它方面都服从于销售经济的观点，导致了对销售方面意义的过分强调，并使企业管理学最终成为市场活动科学。蒂茨就把市场活动看成是一门独立的学科，它应该对买卖双方之间的货物交换，根据具体情况提供决定性的帮助。

从广义的观点看，市场活动这个概念与企业的一切重要职能都有联系，因此，在采购市场活动范围内，人们称之为人力市场活动、原料市场活动和资本市场活动，并应用如地区性的、超国家的和市场的市场活动概念，来区分微观和宏观市场活动之间、单一经济和整体经济问题之间的差别，并且在宏观市场活动中，不仅涉及整体经济问题，而且涉及社会问题和社会政策问题，还要区分商业市场活动和社会市场活动。

如果不考虑社会和社会政策范围，那么以市场为中心的市场活动概念就不仅仅成了采购市场和销售市场的总和。为了影响这两个市场，就要投入市场活动工具。销售市场活动工具主要以影响收益为目的，即以影响销售量和销售价格、销售费用为目的；采购市场活动工具正相反，主要以影响采购量和采购价格为目的。

这种市场活动概念是从这种错误观点出发的，即在协调企业各方面活动时，销售处于优先的地位，因此企业的一切活动都要根据销售来安排。根据古股贝格的计划平衡规律，一切其它部门的计划永远要以最薄弱部门为依据。尽管销售部门有重大的意义，但销售部门永远是最薄弱部门的论点是不符合实际经验的。有足够的例子说明，有时筹资方面和生产方面也会成为最薄弱环节。那时，调整其它各方面工作是要以这两个最薄弱环节为依据的。

近几年可以观察到市场活动脱离了原来的销售经济的性质。越来越大的市场活动范围不能再纳入企业管理学的范畴，市场活动已成为一门独立的、科学的市场活动科学。我们认为从当代学科划分的观点看，它是一门包括企业管理学。在这里要明确指出，市场活动的概念远远超出了以上论述的销售概念。

（点评）

京特·沃厄是原德意志联邦共和国政治学博士及经济科学名誉博士。生于1924年5月2日，曾在哈雷大学和维尔茨堡大学学习，接着在维尔茨堡就获得了博士学位和在大学讲学的资格。1958~1960年沃厄博士曾在维尔茨堡大学任私人讲师，接着成了萨尔布吕肯大学企业管理学专业的国家委任教师。1960年以来，他一直是萨尔布吕肯萨尔州综合大学企业管理学正教授。在他的科学论文和著作中，博士衔教授汉尼曾研究过企业管理学的方法和存在的主要问题，研究结算和结算政策，研究过税务学和资本主义企业的筹资问题。他在内容广泛的教学与科研活动中撰写了约85部著作。

在《普通企业管理学》一书中，沃厄教授着重地深入研究了在企业管理方面特别重要的会

计学。本书着重论述企业管理、投资计算、成本计算等。全书共分为六篇。第一篇研究的是企业管理学本身，研究了企业的分类、企业管理学的思想方法及其历史发展。第二篇研究了构成企业经济生活前提的各种要素，尤其是各种生产要素，如人的劳动与劳动报酬、劳动资料 and 材料。然后深入地研究了包括法定的共同决定权在内的企业管理基础知识、包括运筹学在内的计划工作的概念和基础知识，以及企业组织工作的基础知识。第三篇从企业管理学的角度一般地而不是从技术上研究了生产问题，详细地论述了生产函数的成本函数。第四篇介绍的是销售和企业的价格政策。第五篇和第六篇可以使读者深入地学习到有关投资、投资计算、筹资以及企业整个会计学的基础知识和任务方面的知识。企业会计本身又包括财务簿记、年终决算、成本计算和企业管理统计各个项目。

本书作者在向读者介绍企业管理学基础知识时章节划分得很细，使人看后一目了然。但这些带普遍性的基础知识和各经济部门的特殊要求中却可以很容易地得出企业管理学在不同企业内特殊应用的规律性。

本书 1559 年在原联邦德国出版后，至今已修订出版了 14 版，这是一本在原联邦德国影响较大、有相当代表性的企业管理学著作，已经成为工商成功人士必读的一本经典著作。