

PAT JOYNT
MALCOLM WARNER

(英) 帕特·乔恩特

马尔科姆·华纳

编

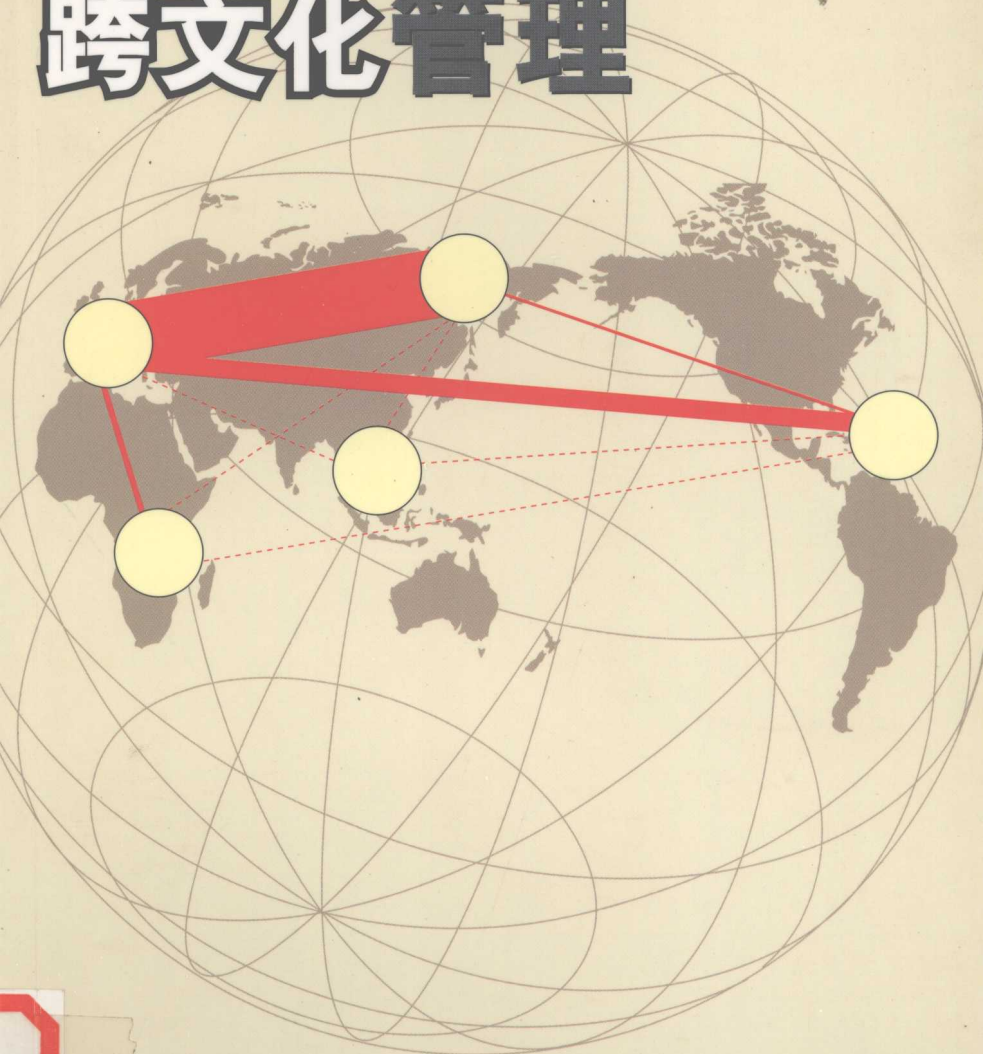
卢长怀 孙红英 杨洁 译

TOP

经理人书架

MANAGING ACROSS CULTURES
ISSUES AND PERSPECTIVES

跨文化管理



东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

THOMSON
LEARNING

F270-53
Q318:1

j 经理人书架

跨文化管理

(英) 帕特·乔恩特

马尔科姆·华纳 编

卢长怀 孙红英 杨洁 译

东北财经大学出版社

大 连

© 东北财经大学出版社 2003

图书在版编目 (CIP) 数据

跨文化管理 / (英) 乔恩特 (Joynt, P.) 等编; 卢长怀等译
—大连: 东北财经大学出版社, 2003.4
(经理人书架)
书名原文: Managing Across Cultures: Issues and Perspectives
ISBN 7-81084-269-2

I. 跨… II. ①乔… ②卢… III. ①企业文化-文集 ②跨国管理-企业管理-文集 IV. F270-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 017188 号

辽宁省版权局著作权合同登记号: 图字 06-1999-49 号

Pat Joynt, Malcolm Warner: Managing Across Cultures: Issues and Perspectives

Copyright © 1997 by Thomson Learning

Simplified Chinese translation copyright © 2003 by Dongbei University of Finance & Economics Press

All rights reserved.

本书简体中文版由东北财经大学出版社在中国境内独家出版、发行, 未经出版者书面许可, 任何人均不得复制、抄袭或节录本书的任何部分。

版权所有, 侵权必究。

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

网 址: <http://www.dufep.com.cn>

读者信箱: chbooks@online.ln.cn

东北财经大学印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 140mm × 203mm 字数: 283 千字 印张: 13 3/8

2003 年 4 月第 2 次印刷

责任编辑: 孙 越

责任校对: 张旭凤

版式设计: 单振敏

定价: 26.00 元

出版者的话

21 世纪是一个由人力资源、智力资本主宰的时代,是一个信息高速传播的时代,是一个管理精英云集的时代,是一个金融工具创新、管理方法创新、道德观念创新、沟通途径创新的时代。中国成功加入世界贸易组织,诸多国际性公司落户中国,无数企业正在为建立现代企业制度而求索。基于此,我社从多家全球知名的出版公司引进了 36 种经典的财经管理著作并译成中文,奉献给广大的中国读者。

“经理人书架”(含 12 种)不是用来装点书房的摆设,而是非常实用的案头参考。拥有它,您将《生财有道》,拥有一个“给予”的从商生涯;更好地管理企业的《智力资本》,提升企业价值;加强《业绩管理》,提高组织绩效;用最具操作性的结构性分析工具开展《新人力资源管理》;提高《项目管理》水平,降低项目风险;进行《供应链再造》,改善交易关联关系,扩大企业盈利;掌握《会计精要》,《超越数字》,利用财务报表进行《经营透视》;改进《产品创新战略》,根据客户需求激发创意,不断推出新产品、新服务;完善《企业成长战略》,利用战略思维方式获取竞争优势;实施有效的《跨文化管理》,进行成功的全球扩展。

“激情创业丛书”(含 6 种)为有志独立开创企业的人们描绘美好的《小企业创业蓝图》;开发您《通向成功的创造力》;帮您建立组织的愿景,让您和整个组织成竹在胸,《成功在望》;奏响成功十步曲,实现《竞争战略进阶》,引领您走上成功的《创业之路》,真正《抓住企业的未来》。读过这几本书,您就会发现:企业家并非天生,独立创业人人可为!

“e时代丛书”(含5种)描绘了《数字经济蓝图》,助您在电子商务时代创造财富;《数字化成长》重塑就业方式、休闲观、人际沟通方式,引领网络世代的生活主张;《梦想社会》告诉您如何为产品和服务赋予情感价值,从而打动顾客的心灵,而不仅仅是说服他们的头脑;利用信息技术改造企业,实现《范式的转变》;揭示《信息悖论》的奥秘,助您实现企业IT投资的价值。

“商战宝典丛书”(含3种)立足于营销实战。《营销秘诀》是销售高手的真实体验,全部案例均来自他们的推销实践;《营销戒律》则剖析了172条流传已久的营销法则,指出其局限,对于营销人员具有深刻的指导意义;《商战法则》则是对全球各国礼仪与习俗的介绍和剖析,使读者在与世界各地的人们打交道时做到心中有数,应付自如。

“用‘心’管理书系”(含6种)的目标在于传播先进的管理理念,武装管理者的头脑。《协作制胜》打造成功团队;《管理宝典》荟萃开创管理新纪元的36部经典著作之精华;《管理宗师》传达世界一流的管理思想;《愿景领导》规划企业战略;《核心能力战略》整合企业竞争优势;《企业万能》集合名家关于企业能力的真知灼见。

“点股成金丛书”(含4种)介绍简单而有效的《炒股绝招》,让您精明地选购股票;为您进行《技术分析精解》,令您轻松驾驭股市行情;总结《交易规则II》,给您股市成功的50贴妙方;通过8位叱咤风云的《市场大师》的传奇经历,揭示期货交易成功的奥秘。

以上就是我们呈献给您的以企业管理为主,兼顾个人投资;以企业发展为主,兼顾个人发展的财经知识大餐。希望能够借此为白手起家的创业者实现经营之梦助一臂之力;为已经积累了相当管理经验的人们开辟新的管理思路;为金融投资者提供有效的交易策略……

东北财经大学出版社

前言

这本编选文集收录了来自许多国家和地区(如巴西、加拿大、捷克共和国、法国、中国香港、德国、荷兰、挪威、波兰、瑞典、英国、美国等)的大学和商学院的管理学著名学者的国际性论著,还有一部分内容摘自两位编者十年前撰写的《不同文化环境下的管理》(奥斯陆:弗洛捷大学,1986)。

本书收集了管理学领域一些最具代表性的文章。有些文章是1994年和1995年召开的跨文化管理研讨会上管理学学者发表的学术论文的修改版本。这些研讨会是由布鲁塞尔欧洲高级管理学研究院和亨利管理学院共同组织的。其他文章摘自报刊上最新发表的有关跨文化管理的文章。在此,对那些允许我们转载这些学术论文的期刊和出版物致以衷心的感谢。

我们对劳特利奇和国际汤姆森商业出版公司的全体工作人员,尤其是最初约稿的罗斯玛丽·尼克松女士和弗兰尼亚·维芙

女士以及文字编辑安妮·辛普森及其同事所提供的大力支持和帮助表示感谢。

最后,我们还要向我们的秘书,阿普里尔·波特女士和乔·格兰海姆女士表示谢意,她们为本书的出版做了大量的工作。

帕特·乔恩特
马尔科姆·华纳

目 录

	前言
	第一部分 总论
3	第1章 导言:跨文化透视
8	第2章 建立网络,跨越国界:跨国知识形成的动力
34	第3章 文化:理论回顾
57	第4章 社会科学在研究经济和文化变革中所起的作用
73	第5章 新兴民主化的实用主义与完整主义管理方法
98	第6章 民族文化和组织员工的价值观念
	第二部分 区域性研究
113	第7章 美国管理:重塑竞争文化
137	第8章 世界的发展:国际分组中的短期变化
163	第9章 欧洲印象:过去、现在和未来

180	第 10 章	对领导者的态度、标准和要求:欧洲几个国家的文化差异比较
193	第 11 章	社会文化对管理决策的影响:英格兰与巴西的比较
217	第 12 章	英国和德国在经营中的角色、观念和 行为比较
228	第 13 章	管理的发展:英国和捷克经理的矛盾 和困境
249	第 14 章	亚洲的管理方式:跨文化影响
262	第 15 章	日本的工作价值观:工作与工作动机 的比较
276	第 16 章	文化、教育和工业:日本的管理手段 分析
293	第 17 章	一个倒置的世界:在亚洲做生意

第三部分 跨文化问题

329	第 18 章	寻求跨国经营:国际企业结构选择的 研究
346	第 19 章	主管人员再配置:人事和组织策略
359	第 20 章	英国、挪威、波兰,不同环境和文化条 件下的企业家:关于比较架构
379	第 21 章	文化、消费者行为及全球市场细分
393	第 22 章	国内外竞争优势中的跨文化因素

第一部分

总 论



导言:跨文化透视

帕特·乔恩特和马尔科姆·华纳

跨文化管理

随着越来越多的组织跨越国界,拓宽自己的视野、重新审视竞争已成为当务之急。而且更重要的是,组织得直接面对其他国家不同的行为方式(欧麦,1990)。如果这个地球想要继续存在并繁荣下去的话,那么我们需要了解的不仅仅是各国之间的相同点,而且还要更多地了解它们的不同之处。文化和亚文化也许是全球行为产生这种变化的最重要的方面。

跨文化管理这一课题所涉及的文化和亚文化多达数百种。要把这么多文化和亚文化融为一体是不可能的。这不仅仅因为

部门大小不一(从小团体到一个部门、再到一个组织),而且人们还需考虑其他因素(国情、地区及全球特点)。文化的焦点会因以下要素而异:如同浮在水面上的“冰山”的明显要素,如行为和能力;隐藏的潜在要素,如价值观、态度、信仰和理念。

我们研究的重点是文化,就文化定义而言,很值得我们进行深入的研究。“文化”一词源于拉丁语的 *cultura*,与 *cultus*, *cult* 或 *worship* (崇拜) 相关,具有崇拜神和崇拜耕耘的意思。*cult* 一词在拉丁语中意为“居住于”或“崇拜”,“*are*”一词被定义为“是……的结果”。因此,从广义而言,人们可能把“文化”定义为“人类行为的结果”。起初,这一术语与社会阶层的概念(如由于受过良好的教育或教养而形成高尚的思想、优雅的举止等)紧密地联系在一起。人们还发现该术语与理性有关,尤其是在德语中。在第二次世界大战前的欧洲,*kultur* 一词仅限于那些具有高人一等的优越感的人们使用。也许此定义最适合这样的概念:文化是某一“群体思想”、“群体灵魂”或某种“社会属性”,它是维系某一群体的纽带。豪尔认为文化是人们在处理日常事务时属于某一群体的人们约定俗成的思想、行为以及感想的模式。其他定义包括如下内容:价值观、信仰、态度、行为、准则、英雄观、道德观、习俗、信条、宗教仪式、感想、礼节和各种模式等。

我们通常从广义上谈论文化,诸如:美国文化、英国文化、法国文化、德国文化、斯堪的纳维亚文化等。然而,今天我们已把这一概念引申到了组织或社团的层次,因而人们经常谈论 IBM 文化、GM 文化、P&G 文化、Shell 文化等。就这些文化而言,上述所举的例子涉及文化的内容更广泛。

目前在某一管理部门和组织中,人们运用文化及其影响的方法主要有两种:一种是“差异论”,这种方法之所以需

要我们研究文化,是因为斯堪的纳维亚管理不同于德国、英国、美国等的管理;另一种方法是应急理论(也叫权变理论,指重视各种条件的相互联系、相互作用,结合个人、集体、物质、社会因素等诸多条件,通盘考虑,灵活处理各种管理问题的一种理论),在组织行为学中很常见。差异论认为诸如价值观念和行为的差异、经济发展的阶段差异以及全球资源分布不均衡导致了全球差异。

相比之下,应急理论认为,由于各公司在技术、结构及全球定位上存在差异,并不一定都需要进行跨文化管理。应急理论包括一些实际问题,这些问题促使人们沿着采纳全球最佳机构管理的方法这一方向前进。这两种方法——差异论和应急理论,哪种方法较好?关于此问题的探讨还得持续下去,因为二者毕竟代表着硬币的两个面。对那些经理和潜心钻研管理学的研究人员来说可能会提出这样一个关键性的问题:行为和技术从一国转移到另一国,或者想要获得更丰富的多样化的管理方法和技术知识,二者哪个更重要?希望本书就这一问题所提出的一些观点对各位读者有所帮助和启迪。

全书内容提要

现在我们谈一谈此书的内容提要。介绍完上述编辑撰写的引言之后,接下来的五章内容是由跨文化管理引发的一些主要课题。包括苏姗·巴索罗姆和南锡·阿德勒针对跨文化管理的最新发展撰写的评论性文章,主要探讨跨国知识形成的动力。此后,杰里·达灵顿对这一领域的最新理论进行了全面的概述。接下来由弗兰克·哈勒论述社会科学在研究经济和文化变革中所起的作用。然后克里斯托弗·里兹继续为大家论述新兴民主化实用的完整主义的管理方

法。最后,由彼得·史密斯再次探讨一些有关民族文化和组织中雇员价值观的问题。

本书的第二部分以区域性研究为主要内容,每章主要研究某一个国家或某一类国家,甚或更广泛的地理区域。这部分从弗雷德·鲁申斯和理查德·荷杰特撰写的关于美国管理这一章开始。他们研究的重点是:美国企业如何试图重新塑造其竞争文化。在随后的第8章,读者将会看到有关由雷兰德·彼特和同事对许多国家的几组特征进行的分析以便做出文化比较的内容。第9章是由格尔特·霍夫斯泰德撰写的《欧洲形象》,霍夫斯泰德在该领域的地位恐怕无人能及。在第10章,茵格理德·陶尔格德—安德森试图对欧洲许多国家领导的才能的特点进行比较研究。然后是由卡洛斯·阿尔伯托·阿鲁达和大卫·希克森撰写的有关英格兰和巴西管理决策的制定和社会文化一文。第12章包括:罗斯玛丽·斯图尔特和同事对英、德两国的管理人员进行的比较研究。接下来的内容是由理查德·索普和卡莱尔·帕夫利卡对英国和捷克管理人员所做的比较研究。在此后的几章里,我们的重点转向亚洲。罗塞利·唐运用跨文化方法阐述亚洲的管理方式。接着是由安德斯·托恩瓦尔(Anders Tornvall)所做的关于日本人和瑞典人的工作和工作动机的研究。下一章是由华纳撰写的关于日本文化、教育和工业一文,重点突出日本管理研究。最后一章,也就是第17章,登载了查尔斯·汉姆登—特纳的《一个倒置的世界》一文,主要论述了亚洲的商务活动。

本书第三部分是跨文化问题文选。首先,爱恩·特纳对跨国公司结构性的选择的作用进行分析。接着,莱恩·麦考米克和托尼·查普曼重点论述世界不同地区高级管理人员的重新定位这一主题。克立兹托福·奥布列奥和来尔斯·考维雷德还对包括英国、挪威和波兰等不同国家的企业家进

行了论证。在第 21 章中,彼德·沃尔特斯论述了在全球市场细分化的情形中文化对消费者行为的影响。最后一章是由胡尧苏和马尔科姆所著的跨文化因素及相对优势的文章。

小结

文化能对管理和组织行为产生重大的影响。从事管理学的学者们面临的挑战就是如何确定行之有效的做法,以及怎样适应不同的文化环境(如果存在的话)。弗兰克·哈勒曾举例说明人们看待文化应该像护士不帶有任何偏见地对待一名挑剔的病人一样,须有耐心,不受外界左右,不应只说些宽慰的话敷衍了事。从最后的分析中我们可以得出这样的结论:文化意识的提高有助于我们更好地相互了解,理解往往是成功管理的关键所在。希望此书的编写不仅仅有助于这一学术领域的研究,而且还会对跨国环境中的组织分析有所帮助。



建立网络,跨越国界: 跨国知识形成的动力

苏姗·巴索罗姆和

南锡·丁·阿德勒

跨文化管理

引言

从经济领域的角度看,国界正在失去其原有的意义。正如欧麦(1990)所说:“从政治版图上看,国与国之间的疆界还同以往一样一清二楚。不过一张经济地图展现在人们面前的却是不分国界而颇具竞争性的财务和工业的活动内容。”如今,技术成为全球一体化的决定因素。然而飞速的技术变革不仅仅加速了跨国经济一体化进程,而且还改变了国与国之间、公司与公司之间关