

现代国际比较经营学

——加拿大、中国、美国、日本理论与实践

MODERN INTERNATIONAL
COMPARATIVE
MANAGEMENT

Theory and Practices of Canada,
China, America, Japan

[中] 天津对外贸易学院教授 李春林 (Chun Lin Li)

[加] 莎州大学商学院教授 邓胜荣 (Sheng L. Deng)

[中] 天津市津信实业公司经理 谷平东 (Ping Dong Gu)

天津科技翻译出版公司

TIANJIN SCIENCE & TECHNOLOGY
TRANSLATION & PUBLISHING CORP.

津新登字 (90) 010 号

立体论多卷系列专著:

现代国际比较经营学

——加拿大、中国、美国、日本理论与实践

编著者 李春林 邓胜梁 谷平东

责任编辑 于洪涛 万家祯 杜永怡

※ ※ ※

天津科技翻译出版公司出版

(邮政编码:300192)

新华书店天津发行所发行

天津津华胶印厂印刷

※ ※ ※

开本 850×1168 1/32 印张:10.75 字数:280(千字)

1992年12月第1版 1992年12月第1次印刷

印数 1—1500 册

ISBN 7-5133-0377-9/F·52

定价:8.00 元

作者简介

李春林(Chun Lin Li),现任天津对外贸易学院教授,长期以来在中国科学院以及高等院校从事科学研究工作,在比较学方面开展了一系列开拓性研究,所提出的立体论受到国内外专家的高度评价。有关立体论的著作在国际学术界颇有影响。系国际知名学者。

邓胜梁(Sheng L. Deng),现任加拿大萨州大学商学院终身教授,曾获美国波士顿大学工商管理学院博士学位,在营销学、国际经营学的理论发展中做出了卓越贡献,著作颇丰,在国际营销学界享有盛誉。

谷平东(Ping Dong Gu),天津市津信实业公司经理,长期从事科技开发与经济工作,具有丰富的管理经验,并发表过多篇译作。

前 言

随着第二次科技革命给生产力带来的巨大发展,现代社会经济已然发展到了国际经济、世界经济的规模。世界经济是以国际市场、国际货币、国际资本活动所形成的经济体系。由于资本国际化、生产国际化的推进以及现代跨国公司的迅速发展,尤其是在近年来世界经济和贸易格局发生了急剧变化,全球正在迅速地变成一个单一的市场。

改革开放的中国,作为发展中的社会主义国家,在所必然地在世界经济中参与了竞争。

当前,国际、国内经济潮流的走向,要求我们在新的思维高度上来认识新的世界经济,尤其是对加拿大、中国、美国、日本等国家在决策、经营、营销等方面的理论与实践进行探究。而国际比较决策学、国际比较经营学、国际比较市场营销学的思维发展轨迹继由线性思维向截面思维转化之后,也在所必然地完成了截面思维向立体思维的转化。其转化规律是同人类思维的总体发展规律相吻合的。

立体论的基本原理是,现代经济发展中任何决策现象、任何经营现象、任何营销现象,都是活生生的、充满纵横交错网系的、有机的立体网络。立体论思维的基本原则是,立体性、网络性、杂多性、有机性。上述任何现象都具有立体性、网络性、杂多性、有机性的特征,因此,探究任何现象必须以立体性原则、网络性原则、杂多性原则、有机性原则作为思维的基本原则。唯有对加拿大、中国、美国、日本的决策、经营、营销的理论与实践进行立体比较研究,方能展

示出立体论的普遍价值。

完成这一套国际比较立体论系列专著(包括《国际比较决策学》、《国际比较经营学》、《国际比较市场营销学》)对我们的学识、才力乃至精力、体力都可以说是一次考验。几度寒暑,几易其稿,始得杀青。此中甘苦亦是如鱼饮水,冷暖自知的了。

加拿大外交部对于此项研究给予高度评价和大力支持,谨表谢忱。

对在成书过程中所有给予支持帮助志同道合的文章知己,鼎力协助的天津科技翻译出版公司第三编辑室以及参加部分撰写工作的天津市经贸委李晓东、天津新华职大外语系主任李敏龙同志等其他各界朋友一并表示感谢。

我与邓胜梁(Sheng L. Deng)博士的合作是诚挚的,这套系列专著仅仅是我们共同研究的开始,只是一个小小的里程碑。

李春林

一九九二年七月

目 录

第一章 比较经营学的概念	(1)
第一节 比较经营学的范畴.....	(1)
第二节 比较经营学的维度.....	(7)
第三节 比较经营学的立体论	(14)
第二章 国际比较经营学的发展	(25)
第一节 一维比较经济分析框架	(25)
第二节 二维比较经济分析框架	(37)
第三节 三维比较经济分析框架	(45)
第三章 不同国家企业的经营观念	(54)
第一节 加拿大企业的经营观念	(54)
第二节 中国企业的经营观念	(62)
第三节 美国企业的经营观念	(70)
第四节 日本企业的经营观念	(82)
第四章 不同国家企业的经营人员	(93)
第一节 加拿大企业的经营人员	(93)
第二节 中国企业的经营人员	(98)
第三节 美国企业的经营人员.....	(105)
第四节 日本企业的经营人员.....	(111)

第五章 不同国家企业的经营方式	(129)
第一节 加拿大企业的经营方式.....	(129)
第二节 中国企业的经营方式.....	(137)
第三节 美国企业的经营方式.....	(146)
第四节 日本企业的经营方式.....	(153)
第六章 不同国家企业的经营组织	(162)
第一节 加拿大企业的经营组织.....	(162)
第二节 中国企业的经营组织.....	(174)
第三节 美国企业的经营组织.....	(181)
第四节 日本企业的经营组织.....	(188)
第七章 不同国家企业的经营战略	(199)
第一节 加拿大企业的经营战略.....	(199)
第二节 中国企业的经营战略.....	(208)
第三节 美国企业的经营战略.....	(215)
第四节 日本企业的经营战略.....	(226)
第八章 企业经营观念立体论	(234)
第一节 企业经营观念的立体特性.....	(234)
第二节 企业经营观念的网络特性.....	(249)
第三节 企业经营观念的杂多特性.....	(257)
第四节 企业经营观念的有机特性.....	(271)
第九章 企业经营人员立体论	(286)
第一节 企业经营者能力的立体特性.....	(287)
第二节 企业经营者能力的网络特性.....	(298)

第三节	企业经营者能力的杂多特性·····	(304)
第四节	企业经营者能力的有机特性·····	(312)

Multi-volume Series on Stereoscopism

MODERN INTERNATIONAL COMPARATIVE MANAGEMENT

----THEORY AND PRACTICES OF
CANADA, CHINA, AMERICA, JAPAN

CONTENTS

Chapter 1. The Conception of Comparative Management	
.....	(1)
Section One. The Category of Comparative Management	
.....	(1)
Section Two. The Dimension of Comparative Management	
.....	(7)
Section Three. The Theory of Stereoscopism for	
Comparative Management	(14)
Chapter 2. The Development of International	
Comparative Management	(25)
Section One. The One-Dimensional Framework of	

Comparative Economic Analysis	(25)
Section Two. The Two-Dimensional Framework of	
Comparative Economic Analysis	(37)
Section Three. The Three-Dimensional Framework of	
Comparative Economic Analysis	(45)
Chapter 3. The Concepts of Management in Different	
Countries	(54)
Section One. The Concepts of Management in Canada ...	(54)
Section Two. The Concepts of Management in China	(62)
Section Three. The Concepts of Management in America	
.....	(70)
Section Four. The Concepts of Management in Japan	(82)
Chapter 4. The Management Personnel in Different	
Countries	(93)
Section One. The Management Personnel in Canada	(93)
Section Two. The Management Personnel in China	(98)
Section Three. The Management Personnel in America	
.....	(105)
Section Four. The Management Personnel in Japan	(111)
Chapter 5. The Management Styles in Different	
Countries	(129)
Section One. The Management Style in Canada	(129)
Section Two. The Management Style in China	(137)
Section Three. The Management Style in America	(146)
Section Four. The Management Style in Japan	(153)
Chapter 6. The Management Organization in	
Different Countries	(162)

Section One. The Management Organization in Canada	(162)
Section Two. The Management Organization in China	(174)
Section Three. The Management Organization in America	(181)
Section Four. The Management Organization in Japan	(188)

Chapter 7. The Management Strategy in Different

Countries	(199)
Section One. The Management Strategy in Canada	(199)
Section Two. The Management Strategy in China	(208)
Section Three. The Management Strategy in America	(215)
Section Four. The Management Strategy in Japan	(226)

Chapter 8. The Theory of Stereoscopism of

Management Concepts	(234)
Section One. The Stereoscopic Nature of Management	
Concepts	(234)
Section Two. The Network-Nature of Management	
Concepts	(249)
Section Three. The Medley Nature of Management	
Concepts	(257)
Section Four. The Organic Nature of Management	
Concepts	(271)

Chapter 9. The Theory of Stereoscopism for

Management Personnel' s Ability	(286)
Section One. The Stereoscopic Nature of Management	

Personnel' s Ability	(287)
Section Two. The Network-Nature of Management	
Personnel' s Ability	(298)
Section THree. The Medley Nature of Management	
Personnel' s Ability	(304)
Section Four. The Organic Nature of Management	
Personnel' s Ability	(312)

第一章

比较经营学的概念

比较经营学是随着现代经济的发展而发展起来的。

五十年代以来,现代经济发展的国际化特征日趋强烈,在第二次产业革命的推动下,多国企业急骤发展。而由于多国公司的数量不断增加,总体经营论便越来越难以满足这些企业在理论上的需求,国际比较经营问题研究便是适应这种需要应运而生的。

最近十年来,现代经济发展的国际化特征又增加了新的特点,即多极化的国际化特征,而国际化的新特征为国际比较经营学亦增添了新特色。无论在国际比较经营研究的范畴抑或国际比较经营研究的维度以及方法论等方面,现代国际比较思维的多样化已经成为势不可挡的潮流。

不言而喻,比较思维方法立体论确将现代国际比较经营学提高到了新的理论高度。

第一节 比较经营学的范畴

自第二次大战后,无论是管理学者还是企业经营者,都对外国的经营管理倾注了极大的兴趣。诸多学者和企业家的研究都开始转向不同国家的经营者、经营过程、经营结构以及经营功能的特点的开发上。但是,由于当时的比较经营研究刚刚开始起步,尚未形成明确的概念。

在 60 年代中期,美国教授法默(R · N · Farmer)和里奇曼(B · M · Richman)发表了一部专著,题名为《比较经营与经济进步》(Comparative Managment and Eaonomic Progress),他们试图建立比较经营学的一般理论。他们认为,“必须确立一种共同的特征或分类系统,以便适用于不同国家的经营过程 and 经营特征的比较研究。换言之,必须对工业公司及经营部门在世界各地所采用的办法进行有效的描述,以便进行有价值的比较分析。”^①

从法默和里奇曼两教授的观点来看,比较经营研究应在下列三个方面展开:

第一,要探究不同国家的经营过程和经营特征的共性;

第二,要对上述经营过程和经营特征的共性进行有效的描述;

第三,要对上述有效的描述内容进行有价值的比较。

按照法默和里奇曼的观点,比较经营学的范围应包括对世界各地经营管理的共性研究。无疑,这一点表明,比较经营管理学应当是跨国界的,即探究不同国家的经营管理特征。至于比较研究所涉及的内容,则包括经营过程和经营特征。

法默和里奇曼观点的重要价值在于,他们明确地指出了对比较的内容进行有效的描述以及对所描述的内容进行有价值的比较。因为,正确而科学的描述是有价值的比较的前提,只有所描述的内容是正确的、科学的,比较分析方有可能成为有价值的。诚然,比较研究必须进行价值判断才会对本国的经营实践以及别国的经营实践具有指导价值,也才会对本国的经营管理理论以及别国的经营管理理论的发展有重要意义。

七十年代初期,美国学者巴顿(J · Booddewyn)和纳奇(R · Nath)在他们的著文《比较经营研究—评价分析》(Comparative Managment Studies; An Assessment)中对比较经营研究的范畴提出了他们的论点。他们指出,并非所有经营者对不同国家的经营者、经营过程、经营结构以及经营功能的研究都属于比较研究。巴顿和纳奇

认为,比较研究的宗旨是根据一个系统(或其各部分)与其他系统(或其各部分)之间的关系来探究某一系统的特性。就此意义而论,对经营研究者与生产经营者,医院管理者与工商管理,或是对欧洲经营领导者与美国经营领导者之间的关系所进行的比较分析可称之为比较研究。^②

就比较经营学的研究范畴而言,巴顿和纳奇将此项研究划分为三种范畴^③:

第一种范畴是描述研究。

此类研究从本质上看通常是一种调查性质的,而且往往以探索美国的经营方式同别国的经营方式之间的差异为宗旨。而描述研究可归结如下几种类型:

1. 在外国收集资料以美国为参照基点按比较框架进行比较分析。
2. 采用收集案例的方式。
3. 考察实际情况,这是描述研究的主要手段。

第二种范畴是概念研究。

概念研究的宗旨,是为比较经营研究建立颇为全面的概念框架或模式。

巴顿和纳奇列举了如下几种概念研究:

1. 哈比森(F·H·Harbison)和迈伊尔(C·A·Myers)主要依据在不同国家占统治地位的四类权力体系(独裁式、家长式、法治式、民主式)来对比权力体系。他们还提出了评价经理职位的分类法:世袭的、政治的和专业的。

2. 法默和里奇曼强调经济特性和经营特性是受诸多的环境因素制约的,诸如教育因素、社会文化因素、政治法律以及经济因素。

3. 巴顿将比较经营研究的诸多类型统一为一个框架,即根据行动者、过程、结构、功能以及环境等各种概念建立起来

的框架。

第三种范畴是假设试验研究。

此类研究的宗旨是,对专门的假设进行试验。

试验研究大致有如下两个方面:

1. 由同一学者或其他学者在其他国家反复实验美国著名的研究成果。

2. 多国的调查试验可以在两个以上具有特殊条件的国家中进行。

可见,巴顿和纳奇无论从理论上抑或从具体内容上都为比较经营学廓清了范畴。从理论上来看,巴顿和里奇提出了依据此一比较对象同他一比较对象之间的关系进行比较经营研究的主张,而这种“关系”比较研究可以包括:

1. 对经营体系进行跨文化因素的比较。
2. 对于在不同环境中形成不同形式的系统进行比较。
3. 依行动者、过程、结构以及功能为关系点进行经营系统的比较研究。
4. 同其他领域相结合进行比较经营研究。

70年代末,日本学者大岛国雄在其著作“国际比较经营论”中对于国际比较经营范畴提出了更为鲜明的论点。

他认为,过去的经营学(包括经济学)往往集中于一般性原理的探讨,而对于具体的、特殊问题的阐述却总有一种轻视的倾向。实际上为了理论的进一步发展,通过对具体的特殊问题的分析,就会感到过去理论的不足,必需重新评价。^④

对于国际比较经营学的研究范畴,大岛国雄提出了如下两方面:

1. 国际比较经营的基本课题,一方面是要搞清各国经营的特殊性,同时也要考查超越特殊性之外的经营的一般性。这里所说的一般性与特殊性,也可以称为同质性与异质性、同种性与异种性、

共同性与相异性。总之,通过比较研究把两方面都搞清楚是很必要的。不过,在具体分析一国的经营时,应以特殊性为重点,同时注意到一般性与特殊性的统一。特别是在不同的经济体制之下比较两种以上的经营时,更应如此。

2. 在掌握一般性与特殊性的基础上,还必须研究每个国家经营或经济的改善途径。通过对各国经营的比较,再深入探讨本国的经营状况,注意取长补短是至关重要的。

大岛国雄对于国际比较经营学的基本课题阐述得十分清楚,尤其是对于一般性与特殊性的关系。就一般性与特殊性的关系而论,首先要考察一国经营的特殊性,然后要探讨各国经营的统一关系。其次,要特别注意一般性与特殊性的统一关系。再其次,要在掌握一般性与特殊性的基础上探索改善每个国家经营的途径。

随之,在 80 年代中期,米勒(Edwin L · Miller)发表了一篇论文,其题目为《比较经营的概念化—评价分析》(Comparative Management Conceptualization: An Assessment)。他在论文中指出,比较经营学是一门学科,它涉及到经营现象的跨文化相同性与相异性或跨国界的相同性与相异性。^⑤

与此同时,国际经营学则是涉及多国公司的经营与管理,特别是涉及超越国家界线和政治界线的资金筹措与控制、商品、人员以及信息的一门学科。^⑥

因此,米勒认为,比较经营学与国际经营学之间存在着密切的关系,其主要关系可大致为:^⑦

第一,比较经营学的研究可以丰富国际经营学的理论与实践,其极其丰富的信息对于多国公司的有效管理具有潜在的价值。对于多国公司而言,可以从战略管理、组织结构等方面,即受益于比较经营学,也受益于国际经营学的研究。

第二,比较经营学研究可以为国际经营学者提供大量具有发展潜力的学识,因为,通常,比较经营研究方向同理论性问题有关,