

<<中国商道>>

图书基本信息

书名：<<中国商道>>

13位ISBN编号：9787509719411

10位ISBN编号：7509719410

出版时间：2011-1

出版时间：社会科学文献出版社

作者：罗家德

页数：188

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中国商道>>

内容概要

这本小书是我上课时的演讲稿，整理出来，可以提供给学生与大众读者一本通俗性的读物。这本书可以说是14年来我在管理领域做的定性研究的一个总结，对下述问题可用一个粗略的概念架构加以回答。

为什么中国人谈领导，强调的是无为而治？

为什么我们谈经营会说“做生意前先做人”？

为什么我们谈治理会说“半部《论语》治天下”？

为什么中国人要“诚意、正心、修身、齐家”，之后才能“治国”？

为什么中国人的治理理想是“百道并行而不悖，万物并育不相害”？

为什么中国又总是陷在“一放就活，一活就乱，一乱就收，一收就死，一死再放”的治乱循环中？

为什么我们会有“宁为鸡首，不为牛后”的现象？

为什么中国人的社会总是创业特别多，中小企业特别发达？

为什么我们的企业内常有“上层级、下网络”的结构，企业内常有一些不同形式的自组织，如挂靠进来的子公司或独立团队，以及承包出去的业务单位、地方分公司、利润中心部门或内部创业团队？

为什么我们企业间总是结成网络，合作共赢？

商帮如温州帮，小企业网络如义乌模式，平台模式如联发科提供技术平台给山寨手机与淘宝网提供服务平台给网店，网络整合者如利丰公司，还有到处可见的中心—卫星外包网，以及一镇一产业的产业网。

这是内层级、外网络的结构。

这样的上层级、下网络，内层级、外网络的结构在中国竞争力特别强。

相反，把整个价值链全部整合的大型企业，除了劳动力密集型的“血汗工厂”表现较好外，大多数往往十分低效，不是靠垄断生存，就是不具国际竞争力。

为什么我们的企业内部总是充斥着派系、抱团现象，上有政策下有对策，集体规避层级制的管理？

这些本土常见的组织现象，如何解释？

14年来的研究与教学，其间也数度参与企业做顾问，参与组织电子商务企业与非营利组织，促使我思考这些中国本土的组织现象。

1996年开始，一个意外，一位日本留英博士生想研究高科技产业集群，找我合作。

在一位业界重要人士的介绍下，我得到了进入这个产业的机会，随即带着学生开始做中国高科技制造业的外包交易治理研究。

我们先是访谈了44家相关企业，继之在东莞及苏州，对两家全球顶尖的高科技产品厂商做了深入的田野研究。

我们的研究人员经常一驻厂观察就是3~9个月。

另外，我在收集企业内整体网资料之前，往往也会要求研究人员进驻公司观察，以对从西方引入的问卷，做必要的本土化修正。

就这样，慢慢累积了14年的定性管理研究资料。

这些定性研究经验让我看到中国人的组织行为和管理实务与管理学教科书的教条或西方管理研究成果有很多不同的地方。

比如，从西方社会网研究的成果引申出的管理实务总是鼓励企业多轮调，因为轮调可以促成更多的关系联结，在部门与部门间建立一些桥，增加沟通的管道。

人力资源管理实务也鼓励轮调，因为这样可以提高工作的挑战性与有趣性，而且可以增加员工更多样的工作技能。

但一些中国中型企业的老板却对这样的管理实务表示质疑，他们只敢采取有限范围内的轮调，却有计划地避免员工熟悉每个部门，以免他们学会了所有技术细节，又掌握了客户关系，跳出去开相同的公

<<中国商道>>

司，回过头来与自己竞争。

更糟糕的情况是，有时跳出去的不是一个人而是一群人，一下子公司就少了好大一群骨干，全成了竞争对手。

这样的管理问题如何解决？

是什么原因造成的？

我们常说中国人“宁为鸡首，不为牛后”，显然，这样的民族性深深地困扰着中小企业的老板们。

另外中国人喜欢抱团、搞派系，所以一跳槽，一自立门户，走的常常不是一个人，而是一群人。

如何解释这种现象？

如何解决这些老板面对的管理问题？

原本我学的是统计方法与数量模型，这在管理学界无疑是常见而且主流的方法，但这种方法是在已有良好大型理论（Grand Theory）的前提之上。

当发现这么多的中国本土管理现象，西方来的管理理论并不能很好解释时，我只好重新回到管理领域的田野中，访谈、观察、参与，从定性研究及亲身参与组织实务里慢慢去发掘新的理论方向。

从本土社会学及本土心理学出发，渐渐地一个解释架构浮上心头，我以为这些现象就是根植在“人情社会”或“关系社会”的本质中。

中国的工作者都晓得人脉的重要，工作的主要内容就是在积累人脉，因为未来的工作成就，最重要的决定因素就是人脉的广度与深度。

而人脉的积累有赖于平时的人情交换，在人情交换中建立的很多熟人连带，正好是实现个人成就目标时可以动员的资源。

中国人就是在“你捧我场，我捧你场”的交换中追求自我实现。

中国人懂得个人英雄主义是成不了事的，所以要用一群人的力量，也懂得要与这群人分享成果，所以一群人很容易结成一个圈子，一荣共荣，一毁俱毁。

利用这种中国人的圈子现象的最好方法就是让他们“裂土封侯”，自组织出自己的团队，开疆辟土。

相反的，圈子留在科层组织中，不免会形成派系，相互争斗，上有政策下有对策，搞出潜规则。

自组织是解释中国人组织行为的关键，自组织会相互结成组织网络，互为联盟或上下游，所以中国的组织总以网络结构为主。

正视自组织，善用自组织，学习管理自组织，正是中国这些管理智慧的根源。

教授组织理论及其相关课程已历16年，1997年以后我也开始在管理学门类中教授组织行为学、关系管理学以及创业学。

渐渐地，我将这些研究心得融入课程，在创业学中谈中国人的领导特色——无为而治、差序格局、恩威德并济与中庸之道，在组织理论中谈中国人的人情交换、圈子现象、派系问题以及组织的网络结构。

经过与EMBA学生与研究生的不断切磋，以及自己亲身实践和做顾问的经验，这套课程渐趋成熟。

一方面我准备将过去的研究以这个解释架构集结起来出书，一方面趁着2009年赴西安交通大学讲课之便，将课程录下来，整理，出个演讲集，较学术性专著通俗易懂，就是这本小书了。

这本小书不是一部严谨的学术性论著，所以不强调其立论的逻辑性，而着重把这些年的研究心得以最简单、通俗的语言表达出来。

因为它不是学术性论著，所以本书也不会使用学术论文的格式，不加标注与参考书目，而是以整理演讲稿的方式刊行。

但这也不同于我写给企业界学生及社会大众的通俗性读物，这本小书加强了学理性，引用了较多学术理论，仍是可以做大学教材用的，有点类似“科普”类的书籍。

希望这本小书可以引导大学本科生和研究生以及社会上对学理知识较感兴趣的人进入本土管理学的天地，并了解社会学如何看待中国文化特色下的管理学。

最后我要谢谢台湾逢甲大学的郑孟育教授，我演讲中用了一些他和我共同研究的个案，也要谢谢我的学生谢朝霞，她整理了我的演讲稿，还要感谢社会科学文献出版社的董根兴编辑，演讲稿是很难编辑的，他却完成了一个美好的任务，使得这本书的可读性大增。

<<中国商道>>

作者简介

罗家德，美国纽约州立大学社会学博士，清华大学社会学系教授、博士生导师。

书籍目录

导 论 中国管理思想的渊源——中庸第一讲 本土管理学存在吗？

一 西方管理在中国的水土不服问题 二 我们已有好的管理实务，但缺好的管理理论 三 关系主义下的中国管理第二讲 自组织 一 本土社会学的观点 二 自组织 三 自组织的形式 四 解释自组织第三讲 关系管理 一 本土社会学观点 二 关系管理：经营信任环境 三 人情困境第四讲 礼法并治 一 本土社会学的启示 二 法、礼之间 三 礼法并治：案例 四 恩、威、德并济的家长式领导第五讲 圈子理论——中国人的工作动机 一 本土社会学的解释 二 从X理论到Z理论 三 C理论 四 C型组织 第六讲 中庸之道治理——层级与自组织的平衡 一 本土社会学的启示 二 自组织作为第三种治理模式 三 市场、政府和自组织间的平衡 四 管理自组织第七讲 从家族企业到企业家族 一 关系内涵的历史沿革 二 关系的动态发展第八讲 中国管理的本质 一 中国的管理哲学——中庸 二 中国管理的特征 三 中西管理哲学的差异第九讲 中国商道研究方法论 一 社会网理论如何研究组织 二 社会网的方法论观点

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>