

Thinking of Chinese Management Indigenous Research and Oriental Management

Yong Su¹, Qianni Gu²

¹School of management, Fudan University, Shanghai, China

²School of management, Fudan University, Shanghai, China

Email: yongsu@fudan.edu.cn, 072025097@fudan.edu.cn

Abstract: With the rapid economic development and growing competitiveness of enterprises in China today, academia and industry increasingly focuses on and encourage the Chinese management indigenous research. First, this paper defines the concept of Chinese management indigenous research. Second, the article studies some questions on the research method of Chinese management indigenous research. Third, it points out some problems in nowadays research in Chinese management. Finally, suggestions about the Chinese management indigenous research and the idea of oriental management are put forward.

Keywords: China; management; indigenous; oriental management

“管理学本土化”研究及“东方管理学”构想

苏 勇¹, 顾倩妮²

¹复旦大学管理学院, 上海, 中国, 200433

²复旦大学管理学院, 上海, 中国, 200433

Email: yongsu@fudan.edu.cn, 072025097@fudan.edu.cn

摘 要: 随着中国经济的快速发展以及中国企业竞争力的不断增强, 学术界和实业界越来越注重并鼓励在中国背景下进行管理本土化的研究。本文首先澄清了“管理学本土化”的概念, 接着对“管理学本土化”研究方法提出了几个值得思考的问题, 然后对“管理学本土化”研究现阶段面临的问题进行了分析和探讨, 最后在此基础上提出了对中国“管理学本土化”发展的展望以及“东方管理学”构想。

关键词: 中国; 管理学; 本土化; 东方管理学

1 中国“管理学本土化”问题的提出

管理学大师彼得·德鲁克(2001)曾经说过,“管理是关于人类的管理, 其任务就是使人与人之间能够协调配合, 扬长避短, 实现最大的集体效益……因为管理涉及人们在共同事业中的整合问题, 所以它是被深深地植根于文化之中。管理者所做的工作内容都是完全一样的, 但是他们的工作方式却是千差万别。因此, 发展中国家的管理者所面临的一个基本挑战就是, 如何发现和确定本国的传统、历史与文化中哪些内容可以用来构建管理, 确定管理方式。”^[1] 随着中国经济的快速发展以及在经济全球化背景下中国企业竞争

力的不断增强, 学术界和实业界日益重视并鼓励在中国背景下进行本土化管理研究。^[2] 我国的管理科学正处于从跟踪、模仿走向自主创新的关键时期, 在解决实际管理问题的过程中发展管理理论, 是中国管理学界的历史性任务。中国是世界上最大的发展中国家, 深入而广泛地进行符合中国国情的管理学探讨, 创建并繁荣管理学中国学派, 促进中国经济和社会的全面发展, 是从事管理学科工作者义不容辞的责任。^[3] 长期以来, 我国学者在促进管理学本土化的进程中, 一直在不断努力和摸索。复旦大学东方管理研究中心从1997年起便每年召开“东方管理学研讨会”, 并多次在日本、韩国、德国以及在中国上海等地由世界管理学联盟(IFSAM)主持召开的“世界管理学大会”上, 呼吁要创建基于东方文化的东方管理学和中国管理学,

本文受国家社科基金重点项目《提高我国文化软实力研究》(08AZX010)资助

获得了中外学者的积极回应。而 2008 年 3 月在西安交通大学召开的第一届“管理学在中国”学术研讨会，又明确提出要进行“管理学在中国”的研究，为致力于管理学中国本土化研究的学者建立了一个广泛交流的平台。2009 年 11 月在华中科技大学成功举办的第二届“管理学在中国”学术研讨会，关注中国情境下的管理实践讨论，反映出越来越多的学者对中国管理学本土化的努力探索和深入思考。

管理学本土化的研究，不仅在理论上有其必要性，即对于长期以来处于西方管理学绝对话语权语境下的管理学科，海内外的中国学者渐渐意识到建立中国自己的管理学体系和推进“管理学本土化”进程的必要性和紧迫性。本文对中国“管理学本土化”的研究提出了一些也许被忽略的问题，希望给致力于研究“管理学本土化”的学者们带来更多的启发。

2 什么是中国“管理学本土化”？

2.1 “本土化”的意义

1986 年，国际上提出了一个词 *indigenization*，意为“本土化”。Enriquez (1989) 曾经将本土化 (*indigenization*) 分为两种，即内生性本土化 (*endogenous indigenization*) 与外源性本土化 (*exogenous indigenization*)。前者是一种发源于内的本土化 (*indigenization from within*)，其动力是内在的自发性要求，后者是一种发源于外的本土化 (*indigenization from without*)，是受外力推动的本土化进程。[4]Sinha (1997) 称前者为内在本土化 (*internal indigenization*)，称后者为外来本土化 (*indigenization of the exogenous*)。[5]

什么是“本土化”？Tsui (2004) 年提出，“本土化”是用来描述内容“具体化”的研究，包括最高程度的情境化，或者不旨在检验已存在理论的研究，而是在特殊情境下的现象中总结出新的理论。本土化研究关注本土情境下的新颖问题或者本土情境下的熟悉问题。[2]Mckinley, Mone and Moon (1999) 年提出，本土化研究应该高度关注与主流术语或知识相一致或联系紧密的新颖性。[6]

2.2 “管理学本土化”的定义

管理学在中国发展的三十多年中，逐步在学习和运用西方管理学的理论、概念、方法与工具，而在学习过程中，则往往照搬美欧的理论、概念、方法与工

具，进而对我国的管理现象进行解释。在西方管理学界强势的话语权威下，非西方国家学者的研究观念与方式受到了严重局限。极难进入主流。当今世界管理学界，只有美欧的管理学才算得上是本土管理学，也就是内生性管理学，非西方国家这种照搬美欧的理论、概念、方法与工具的管理学，其实质是一种外源性管理学，并非本土管理学。

我们应该清楚地认识到，这种外源性管理学所提供的知识，与中国当地的社会、文化、历史、生活、企业实践及心理状况存在脱节的现象，这种管理学难以有效了解我国人民的心理与行为，自然也难以有效解决我国企业管理中存在的适应问题与社会问题。在这种情况下，为了更好地促进我国经济发展，推动企业管理水平的提升，我们必须从外源性管理学向本土化管理学迈进。

我们认为，“管理学本土化”，是指在当今的管理学本土化的研究中，在不忽略西方管理学方法的前提下，避免不加批判、食洋不化地套用国外的理论、概念、方法及工具，从本国的管理现实出发，逐渐建立我国本土的管理学理论、概念和方法，使管理科学能更符合我国的社会现实、文化和历史传统，并更好地指导我国的管理实践。

2.3 高质量本土化研究的特点

Tsui (2004) 认为，高质量的本土化研究不是检验西方模型的可适用性；高质量的本土化研究不是仅仅使用非美国或非欧洲的样本，相比于简单使用非西方国家的样本，研究者更应该关注样本的独特属性和这些属性如何影响被研究的现象；高质量的本土化研究不是翻译已有的量表，而应该把已知的测量方法当成一个起点，研究者必须保证这些量表的指标在当地的情境下是有意义的，并且从属于当地建立的构念；高质量的本土化研究不是比较或跨文化研究，比较研究和跨文化研究包括至少两个国家或文化，而高质量的本土化研究旨在理解一个特殊的情境，并且因此必须避免两种情境的比较研究。[2]

3 对中国“管理学本土化”研究方法的疑问

3.1 “管理学本土化”的研究主体：管理学者与管理者？

中国“管理学本土化”的研究主体包括管理学者和管理者。Gummesson 提出一个有力的观点：获得

管理真实性的最好途径，是研究者一定程度地参与组织流程。简单的、“蜻蜓点水”式的调查在获得组织真实性方面不可能有效，因为这一过程会在一定程度上遭到破坏，也因为研究者同组织接触的深度是有限的。他建议，管理学研究者的最佳角色最好是研究者或顾问。这一角色定位让管理学者既把注意力集中于发展一般性知识，又利用了顾问可以深度参与的优势。[7]

管理研究的实质要求管理实践者和管理学研究者两方面都要付出创造性劳动。管理实践者群体需要认识到，“行”胜于“知”，他们所做的一切要比他们经常强调的具有更大的价值。而同样，管理研究群体也要认识到，纯科学模式在管理领域并不适用，因为管理研究的核心是对实践的理解、诠释和凝练，管理研究来源于现实生活中的实践活动，在相当程度上，管理学理论是针对某种情境的局部性理论，而只有少量经过长期和大量实践检验的理论，才能成为某种普适性理论。

3.2 “管理学本土化”的研究：实证主义？

科学的本质是为了创造出关于研究对象新的规律性知识，以解释和预测研究对象的现象，而不是推广某一具体理论或者学科。[8]如果一项研究仅仅解释现象而不能预测趋势，那这个研究很可能仅仅停留在讲故事的层次，而如果一项研究不能解释现象而仅仅做预测，那么这个研究最多不过是运用科学研究的结果而不是推进科学研究。一般来讲，社会科学理论和自然科学理论相比，因为社会活动的复杂性和不确定性因素是如此之多，所以预测成功的程度没有那么多，所运用的模型可能会帮助我们识别个人或群体面临的各种不同选择，但预测出他们将来采取哪种选择的概率都很低。

对于实证研究，胡适先生曾提过要“大胆假设，小心求证”，然而，反观当今中国管理学界的一些实证研究，并没有把“小心求证”作为实证研究的精华而给予足够的重视。[9]实证研究是一个内涵很丰富的概念，不应该片面局限于问卷调查和统计。在某种情况下，基于行为介入和非行为介入研究之间的真正区别是研究者在说明结果时所作的选择，而不是研究方案自身。人们在不同的研究方案、资料收集或分析方法的细节中可以察觉到，真正实质性的差别来自于研究者的意图，而不是来自于研究方案或调查现象的性

质。研究者所采取的解决问题（如数据的采集和运用方法等）都会对研究结论产生重要影响。中国“管理学本土化”的发展应该避免强调任何一种研究方法而排斥其他研究方法的尝试。

4 中国“管理学本土化”研究者面临的问题

中国“管理学本土化”研究已经探索多年，取得了长足进步。但不可否认，进行中国“管理学本土化”研究时同样存在许多问题。

4.1 研究者对中华文化的认识不足

要真正进行中国“管理学本土化”研究，基本的前提就是要对中华文化有充分的认识，包括对中华的传统文化以及当今文化的认识。没有对中华文化的基本认识，就谈不上研究本土化管理，因为本土化并非生硬地将西方的东西借过来或搬过来，而是对中国文化的价值有起码的内化。[10]目前中国的管理学院中给博士生开设中华文化相关课程的实属凤毛麟角，只有很少一部分学者认识到中华文化的重要性。在“管理学本土化”的进程中迫切需要从文化高度认识诸多管理中的现象，找到其文化根源，为理论指导建立相应的深度和高度。

4.2 研究者对研究方法的意义认识不足

要真正进行中国“管理学本土化”研究，研究者需要有扎实的基本功。这种研究能力不单是定性和定量的分析能力，同时也包括了研究者对文献的分析能力、对概念的界定能力以及对命题的建立能力等。进行中国“管理学本土化”研究，需要研究者掌握很强的质化和量化的研究方法。但是现在大多数学者并没有将质化和量化的方法一起应用于“管理学本土化”研究。笔者曾经看到很多博士生在做研究时仅仅追求统计数字的匹配，仅仅追求模型的完美，而忽略了问题背后的意义，未能做到方法为研究目的服务。

4.3 研究者倾向于从理论出发而非解决管理现实问题出发

一些研究者，在寻找题目时总是以国外最新期刊马首是瞻，不管其是否符合中国的基本国情，就一头扎进去。许多研究是沿用外国的理论模式，将外国的测量工具译成本国文字，以本国受试者为研究对象，从事“复制型”的学术研究。这种研究看似运用中国

为样本，但实际是为了检验西方管理理论在中国是否适用，对中国的“管理学本土化”建设意义不大。要真正进行中国“管理学本土化”研究，研究者需要从中国的社会现实出发，深刻思考中国的企业在进行各种活动中出现的问题背后深层次的原因，并尝试从理论上找出解决方案。

4.4 研究者存在急功近利的倾向

中国“管理学本土化”研究，是一项比较艰苦的道路。尤其是在建立符合中国现实的理论和概念时，必须运用质性方法才能对问题进行深刻认识。由于质性研究不像量化研究一样有明确的程序可寻，开始时做起来比较混乱，所得到的材料比较庞杂，分析它们比较费时；而且最后写论文的技巧，也影响研究的质量。[11]这对于那些习惯于量化研究，习惯于逻辑实证主义的研究者而言，困难非常大。由于这种情况的出现，一些研究者就放弃进行真正意义上的中国“管理学本土化”研究，而去做一些较为快速发表论文的题目。这其实就是为什么真正意义上的中国“管理学本土化”的理论和概念如此之少的原因之一。

5 中国“管理学本土化”研究展望及“东方管理学”构想

管理学的研究，必须改变这种现象，即：运用美国人发明的理论，去研究美国人感兴趣的问题，用美国人的语言写出符合美国人评价标准的论文，在美国杂志上发表。[12]而且实践证明，过去被我们奉为经典、几乎管理学各专业教师在课堂上都要作为成功案例详细介绍的西方企业，如美国通用汽车公司、美林证券、花旗银行等曾经有着耀人光环的公司，在这次金融危机中都纷纷落马，有的甚至面临破产的境地，这都给我们敲响了警钟。这些名声如雷贯耳的企业，无不按照西方管理学理论来进行管理，被认为是西方企业成功的样板，其管理模式都被世界上许多企业争相仿效，像通用汽车公司更是所谓百年老店。但如今这些公司遭受灭顶之灾的现实也非常清晰地证明了，西方管理学理论并非完美无缺，并不能解决企业经营管理中所有的问题。2006年起，国务院发展研究中心、中国企业联合会和清华大学联合主持了《中国式管理科学基础研究》的研究项目，这一研究的目的，是对中国成功企业管理实践进行总结和理论提升，研究其成功之道，推动中国企业管理的创新，并为当代

管理学理论的发展贡献新知。该研究对中国企业成功之道所提出的第一点发现，就是“中”的管理思想，就是实用理性的辩证智慧。该研究从大量中国有代表性的企业案例研究中，特别注重研究和总结了企业和企业家的经营哲学、管理理念以及价值观基础，发现就像人体的基因一样，这些要素居于企业管理的核心，并深刻影响着从战略、组织、文化到运营、营销、创新等诸多方面。该研究发现，中国传统管理思想的精神，通过社会文化而嵌入，历久弥新，深入今天的企业家和管理者的内心深处，直接影响着他们的决策方式和思维框架。

因此，实践证明，当代管理学，必然不可能是西方一元的，而是多元的。而直接和西方管理学相对应的，自然就是东方管理学。东方管理学的研究对象是什么？可以用一句话来概括，即具有东方文化特点、社会特点的管理活动和在此基础上提炼形成的管理理论。具体而言，主要包括以下内容：

5.1 用东方社会文化视角分析现有的管理学理论

按照目前管理学中约定俗成的说法，这里的管理学理论是指自泰罗“科学管理理论”问世以来的所有西方管理学理论。这些理论虽然经过了西方社会发展过程的筛选和西方企业管理实践的检验，被证明有着较高的科学性和实践效果，理论的表现形式也较为完善。但是用东方社会文化视角来加以分析，这些理论本身的科学性和规范性、严密性还需要进一步研所有

5.2 探讨现有西方管理学理论在东方社会和企业中的应用效果

东西方管理学并非互相排斥的。但即便西方管理学理论在西方企业中应用收到了良好效果，但其是否具有普世性，在不同的社会和文化情境中应用，是否能收到同样良好的效果，是否能够很好地被吸收到东方管理学体系中来，成为东方管理学中的有机组成部分，这是东方管理学研究中的重要部分。

5.3 研究东方国家中企业管理活动的特点和规律

这一方面当前管理学界已有不少研究成果。早在东方管理学这一概念被提出、被学术界接受之前，就有学者针对日本企业的管理方式，概括出日本企业的管理特点，即长期雇用制、含蓄的控制方式、集体的决策过程等。也有学者根据对海外华裔的研究，提出

华商在经营中注重“亲缘、地缘、神缘、业缘、文缘”的“五缘文化”管理模式。这些规律、特点和模式的概括，虽然还可能略显粗糙，有的也未完全形成严密的理论体系，但都在某种程度上提出了东方国家中企业管理活动的特点和规律，为东方管理学理论体系的形成做了十分必要的前期工作，下一步的研究主要是要用规范科学的方法将其理论化。

5.4 研究东方文化价值体系下对管理活动的认知和判断

管理活动无论是内部的人力资源、组织行为、质量控制、运营管理，还是外部的投融资、营销管理，东西方文化因为价值体系的不同，不同文化背景的企业经营管理者对于同样的管理活动和行为可能会有不同的认知和判断。而管理的实践效果，取决于管理者的实践创造和被管理者的接受程度。处于东方文化背景和东方社会环境下的管理者和被管理者，对于这些管理活动的认知，将直接影响到管理的成效和企业的发展。而作为管理学研究者来说，既然我们认为管理既是一种科学，又是一种艺术，那么我们也更有必要从东方文化价值体系出发来研究各种管理活动的适用性和有效性，为东方管理学构建实践基础。

5.5 研究东西方管理思想和理论的异同和融合

东西方管理思想并非截然不同，作为人类共同的文化成果，东西方管理思想和理论很可能你中有我，我中有你。在当今经济全球化现象日益突出的情况下，管理思想和理论同样存在着某种共同性。在东方管理学研究中，通过比较分析的方法，认真分析研究东西方管理理论的异同，探索东西方管理理论的融合之道，是东方管理学研究中不可或缺的重要部分。

5.6 建构东方管理学的理论体系

西方管理学发展，自“管理学之父”泰罗提出“科学管理理论”迄今，约为百年，构建了较为完整、系统的管理学体系，形成了一整套管理学科框架、学说、研究方法、评价体系。而东方各国由于市场经济发展的时间普遍不长，规范意义上的企业历史大多也较短，因而至今为止还没有能形成一套理论系统、逻辑严密、行之有效的管理学体系，许多东方企业至今还停留在经验管理阶段，即便是采用一些西方管理学理论和方法，许多也不完全适用。在当前情境下，建构一套东

方管理学的理论体系，无论是从管理学科全面发展的角度，还是从东方企业管理实践需要的角度，都十分迫切。目前，已有一些学者在这方面做了不少有益的探索，如复旦大学苏东水教授等提出“以人为本、以德为先、人为为人”的东方管理核心思想，西安交大席酉民教授等提出的“和谐管理”理论体系、美国夏威夷大学成中英教授提出的“C理论”等，都已有一些研究成果问世。但这些研究对于建构东方管理学的理论体系而言还远远不够，因此有待更多学者的参与和努力。

6 总结

管理学科的发展需要多视角的研究，管理学的发展，诚如生物的多样性一样，只有打破西方管理学理论一统天下的局面，才能获得健康成长。如果说，以前我们还被那些采用一整套西方管理学理论来进行管理的西方企业成功的光芒所照耀，而不敢明确提出东方管理学或“管理学在中国”这类命题的话，那么在经历金融危机，西方管理学已被事实证明也并非那么灵验，而中国企业经历30年改革开放的历程，也迫切需要更加切合中国企业实际的管理学理论引领的情境下，我们以更加科学和实事求是的态度，来认真思考和探讨东西方管理思想的融合，建构更适合中国和东方社会经济、东方企业发展的管理学体系，已经时机成熟。让我们共同努力！

References (参考文献)

- [1] Drucker.P.F. The Essential Drucker. [M]. Beijing: China Machine Press. 2007.
彼得·德鲁克(著作)，李维安等(译)：《德鲁克管理思想精要》.机械工业出版社，2007
- [2] Tsui, A.S. 2004. Contributing to global management knowledge: A case for high quality indigenous research. [J]Asia Pacific Journal of Management, 21: 491-513.
- [3] Management of the Ministry of Education, Division of Science and Technology Commission, Chinese Academy of Engineering Professor Liu Renhuai in the 2nd, "Management in China" Seminar Consultants inscription
教育部科学技术委员会管理学部主任、中国工程院院士刘人怀教授在第2届“管理学在中国”学术研讨会顾问问题词
- [4] Enriquez, V.G.1989. Indigenous psychology and national consciousness. [M].Tokyo: Institute for the study of languages and cultures of Asia and Africa.
- [5] Sinha,D.1997.Indigenizing psychology [M].J W Berry, Y H Poortinga & J Pandey (Eds). Handbook of cross-culture psychology: vol.1. Theory and method. Boston: Allyn &Bacon.
- [6] McKinley.M.A. Mone, and G.Moon. 1999. Determinants and development of schools in organization theory. [J]Academy of Management Review, vol.24.pp.634-648
- [7] Evert Gummesson. 2000. Qualitative methods in management research.[M] Thousand Oaks, Calif. :Sage,c2000.

- [8] Paul Feyerabend. 1981. *Realism, Rationalism, and Scientific Method: Philosophical Papers, Volume 1*. [M] Cambridge: Cambridge University Press
- [9] TAN Justin. Reflection on management research: Theory and methods. [J] *Journal of management science in China*, vol.11 No.2 Apr.2008.
- [10] YouHanMing. Chinese marketing management localization of research. [M] *Chinese management pictures of localization development*. The city university of Hong Kong press, 2001
- 游汉明. 华人管理营销本土化研究之众生相. 《华人管理本土化之开拓》. 香港城市大学出版社, 2001
- [11] Meloy, J M. 1994. *Writing the qualitative dissertation: Understanding by doing* [M]. Hillsdale, NJ: LEA.
- [12] Yong SU. Financial crisis management thinking blend of East and West. [N]. *liberation daily*. August 23, 2009 "version of the thinker"
- 苏勇 《金融危机下东西方管理思想的交融》. 解放日报 2009年8月23日“思想者”版