

关注管理时尚的研究

王圆圆

2012-09-05 09:50:21 来源: 《中国社会科学报》2012-08-29

管理时尚 (management fashion or management fad) 整体表现为一种社会文化现象, 被合理性行为和成就预期所塑造。最早对管理时尚进行系统研究的学者Abrahamson将其定义为: “短时间内大家普遍认为处于管理学发展前沿的某种管理技巧。”他指出, 管理时尚的出现是一种社会文化现象, 环境的不确定性导致企业采用管理时尚, 这种行为不能完全用以理性与效率为核心的技术—经济因素解释, 更大程度上受到以非理性与非效率为核心的社会—心理因素的影响。

管理时尚理论指出, 在环境不确定条件下, 组织 (时尚追随者) 会模仿时尚设定者 (咨询公司、管理大师、商业媒体、商学院) 提出创新模型, 并且时尚的扩散速率和最终采用水平不能完全用理性的或效率的观点进行解释。除了技术经济因素的影响, 社会心理因素对管理时尚的采用具有更加明显的影响。

为了能够迅速流行, 管理时尚往往表现出Miller和 Hartwick总结的八大特征: 易于记忆和理解、可操作性强、虚假的鼓励和承诺、对问题以偏概全、可以模块化应用、符合潮流需求、包装非常新颖、被管理大师认可。

管理时尚的大量出现已经严重威胁到管理学的健康发展和实践领域的正常行为, 成为非常值得研究的一种事物。(1) 每一次的传播都会导致与管理有关的绝大多数人员参与其中, 出现管理领域无人不知的热潮, 甚至其他领域的人也引为谈资; (2) 管理者对这种未被证实的事物表现狂热; (3) 管理时尚严重干扰了基础管理理论的发展; (4) 管理时尚可能产生较大的负面效果, 进而影响现代组织的健康发展, 需要管理者作出正确的决策。

如何避免中国管理学者在引进、消化国外各种管理时尚中浪费过多的精力, 将更多的精力投入中国管理理论的创建, 并借鉴国外管理时尚广泛迅速传播中的某些规律性的东西, 以扩大中国管理理论在国际上的影响, 很值得我们思考。

建议应关注管理时尚以下七个方面的研究。第一, 管理创新的一般理论。以下问题值得研究: 管理创新与管理时尚的标准、特征和价值有哪些; 管理创新的形成过程; 管理时尚的形成过程; 管理创新与管理时尚的区别、转化与融合; 文化等情境因素对管理创新与管理时尚的诱发与应用的影响等。

第二, 管理时尚的产生。以下问题值得研究: 管理时尚的供求分析; 管理时尚供给过程中的创造、选择、包装和发布四个环节的具体机制; 对管理时尚的需求由诱发到潜在到明确的具体机制; 宏观环境、产业环境对管理时尚供给和需求的影响; 利益相关者对管理时尚供需的影响; 管理时尚产生的背景、原因与各种因素的博弈。

第三, 管理时尚的扩散。以下问题值得研究: 管理时尚的特征、扩散渠道、时间属性和社会系统四种创新扩散中的主要因素如何影响管理时尚的扩散; 管理时尚的相对优势、兼容性、复杂性、可试性和可观察性等特征如何影响管理时尚的扩散速度; 管

理时尚在扩散过程中是否发生、在什么条件下发生“再创新”；产业结构与竞争规则如何影响管理时尚的扩散；大众传媒渠道和人际关系渠道如何影响管理时尚的扩散；强制度性等情境化因素如何影响管理时尚在中国的扩散等。

第四，管理时尚的应用。以下问题值得研究：企业应用管理时尚的条件、影响因素、选择程序、最优决策以及社会层面管理时尚的应用机制；企业规模与成熟度对应用管理时尚的影响；管理者认知和“模糊逻辑”（非线性逻辑）如何影响对管理时尚的采用与效果；预期收益、潮流压力与应用阈值如何影响企业是否应用管理时尚的决策；强制度性等情境化因素如何影响管理时尚在中国企业的应用；从社会学习理论和博弈论的角度分析企业应用管理时尚的真实心理；在什么条件下会发生对管理时尚的过度应用与应用不足；经济标准和社会心理标准如何影响管理时尚的应用效果；中介组织对企业应用管理时尚的影响；企业应用管理时尚的层次顺序；企业应用管理时尚的过程中修辞与事实不符的原因；循证管理难以实施的原因；企业应用管理时尚影响因素的测评指标设计、影响因素的验证与完善。

第五，管理时尚的影响。以下问题值得研究：管理时尚对企业文化、客户服务、团队协作等有何影响；管理时尚如何影响企业变革与经营绩效；管理时尚对产业竞争焦点的影响；强制度性等情境化因素如何影响管理时尚在中国的应用效果；管理时尚的预期效果与实际效果；某种管理时尚的应用效果对后续管理时尚的应用决策与实际效果的影响；管理时尚的正面影响与负面影响、短期影响与长期影响；管理时尚对企业以外的其他领域的影响；企业应用管理时尚成败机制分析。

第六，管理时尚的应对。以下问题值得研究：如何科学测评管理时尚的潜质；如何在中国情境下制定制度化的应对策略；如何应对管理时尚导致的变革；实施循证管理的必要性，如何通过循证管理正确区分管理创新与管理时尚、管理修辞与管理事实；企业外的其他类型组织（如宗教组织、军队组织、学术机构等）的成长经验对企业应对管理时尚的启示；应对管理时尚的基本原则与原则有哪些；一般对策与特殊对策有哪些。

第七，管理时尚对构建中国管理理论的启示。以下问题值得研究：如何让实践领域更容易接受中国管理理论；如何让国际管理学界更容易接受中国管理理论；如何增强中国管理理论的生命力和扩散速度；中国管理理论如何同时具备管理创新与管理时尚的优点。

（作者单位：湖北大学商学院、武汉市企业创新与企业成长软科学研究基地）

责任编辑：晓雁

文档附件：

隐藏评论

用户昵称：（您填写的昵称将出现在评论列表中） 匿名

请遵纪守法并注意语言文明。发言最多为2000字符（每个汉字相当于两个字符）

4880

