

中国商学院的趋同性分析：基于新制度理论的解释

彭贺¹ 刘莉² 苏勇¹

(1. 复旦大学管理学院; 2. 上海交通大学高等教育研究院)

摘要：运用新制度理论对中国商学院的趋同性进行分析后发现，中国商学院的趋同已从植入趋同、竞争趋同过渡到制度趋同，强制趋同、模仿趋同以及规范趋同作为制度趋同的3种形式并存于中国商学院趋同中，但模仿趋同是中国商学院目前趋同的主要类型。在未来一段时间内，强制趋同将进一步提高；模仿趋同则会逐渐下降；规范趋同将逐渐增加，并逐渐占主导。随着中国商学院的趋同性进一步提升，必然会到一个临界点，一旦突破这个临界点，各商学院会积极开始寻求自身的特色，营造差异化。

关键词：商学院；制度同形；新制度理论；模仿趋同；强制趋同；规范趋同

中图分类号：C93 **文献标识码：**A **文章编号：**1672-884X(2012)03-0329-09

Isomorphism in Chinese Business School: Explanation Based on New Institution Theory

PENG He¹ LIU Li² SU Yong¹

(1. Fudan University, Shanghai, China; 2. Shanghai Jiaotong University, Shanghai, China)

Abstract: Neo-institutional theory is applied to analyze the isomorphism in Chinese business school in this paper. It argues that the Chinese higher business education has reached a stage of institutional isomorphism from competitive isomorphism. All three process of isomorphism (coercive, mimetic and normative) shape the organization field of Chinese higher business education. The field is primarily motivated by mimetic isomorphism at the present time. But in the future, coercive isomorphism will increase, mimetic isomorphism will reduce and normative isomorphism will increase to dominate the field. As the isomorphism in Chinese business school increase, it will reach a threshold and the business schools will seek their own characteristics and differentiate themselves.

Key words: business school; institutional isomorphism; new institution theory; mimetic isomorphism; coercive isomorphism; normative isomorphism

中国商学教育始建于上世纪初，但很长一段时间处于停滞状态，其真正兴盛是在改革开放之后。改革开放使中国经济从计划经济体制向市场经济体制转型。为了适应经济形态变化引起的社会需求，中国大学开始恢复或重建商学教育。与此相适应，中国商学院也开始从不成熟逐步走向成熟，从小规模走向大规模，从科学学位教育扩大到专业学位教育，从正规教育扩大到高级经理人员开发(EDP)。中国商学院在迅速成长的同时，日益表现出趋同性。

本文将中国商学院的趋同性界定为各商学

院在课程设计、结构、定位、研究等方面逐步趋同。国内商学院的趋同方向主要表现为向美国商学院的趋同。从趋同形态上看，国内商学院向美国商学院的趋同呈现一种扩散形态，即少数国内领先商学院率先向美国商学院的趋同，而后导致更多国内商学院向美国商学院的趋同。具体而言，中国商学院的趋同主要表现在以下几个方面：①就教材而言，国内一流高校的管理学系列学位教育大多直接采用国外尤其是美国原版教材或者翻译教材。虽然有些高校采用国内学者自己编写的管理学教程，然而，大多

收稿日期：2011-09-16

基金项目：国家自然科学基金资助青年项目(70601005)；教育部人文社会科学基金资助青年项目(07JC630053)；全国教育科学“十一五”规划国家青年基金资助项目(CEA100134)；上海市哲学社会科学规划资助青年项目(2010EJY002)；复旦大学“985工程”三期整体推进社会科学研究资助项目(2011SHKXZD005)

为数种西方管理学教材的翻版和整合,基本沿袭美国商学教程体系,教材中鲜有对中国独特管理情境的描述和讨论。^②从课程设置来看,在MBA教学方面,尽管近期国内一些商学院开始以专业选修课和课外讲座的形式来弥补全面“美化”的倾向,并加强中国本土案例库建设,但总体而言仍是参照美国MBA教育体系模版,创新内容较少^[1]。^③从研究状况来看,绝大多数概念、命题、理论框架来自西方尤其是美国管理学界,进行本土探索的甚少。在学术期刊发表机制方面,学术界也日益认同西方主流范式,也就是美国范式。国内一流商学院对教师的考核也倾向以在西方期刊发表论文的数量和质量为标准来衡量。^④就内部管理而言,中国商学院日益表现出学生定位的市场化、学术生产的商品化、学术管理的企业化等特征,而这些都是美国商学院的典型特征。所谓学生定位的市场化,是指学生被视为顾客,学位成为一个商品,是学生用来交换工作的入门砖,商学教育不再注重完善个性、充实知识、体验生命的社会化目标。学术生产的商品化是指学术劳动的市场交换价值得到前所未有的重视,而学术劳动的使用价值被漠视。学术劳动的交换价值在于教师通过一定的科研产出和教学质量的评价,能够获得的资源(诸如奖励、升职、科研项目等),而学术劳动的使用价值在于其能对学生的个人成长、人类知识的传承、公认价值体系的塑造做出贡献。两者具有截然不同的运行规律。学术管理的企业化则是指将市场规则、企业竞争的规则逐步引入到学术管理之中。

显然,这种向美国商学院范式趋同的中国商学院发展模式一方面引进了美国先进的管理教育经验和教育模式,有助于中国管理教育质量的提升;但另一方面没有兼顾我国的教育传统和文化传统,因而效果并非最好,而且全面趋同的商学院发展模式也会使商学院发展的多样性丧失,不利于商学教育的整体发展。鉴于此,分析中国商学院向美国商学院的趋同,研究如何在管理教育日益国际化的今天,创造并保持中国商学院的持久竞争力已成为重要的议题。

对于这些问题的思考,一般从话语霸权即批判性的视角来考察,其基本观点是美国管理教育在全球的霸权导致中国商学院的复制行为,中国管理教育要摆脱这种被动局面需要反思与拓展本土教育话语权,过滤与反思西方教育话语^[2]。本文主张从新制度理论的视角来考

察中国商学院对美国商学院行为的模仿而导致趋同的过程,进而对中国管理教育如何突破造成趋同的制度性要素进行思考。本文之所以采取新制度理论视角,主要基于以下几点考虑:^①基于话语霸权的批判性视角更多侧重对结果的宏观描述,而无法具体细微地分析中国商学院向美国商学院趋同的变化历程。^②新制度理论就是围绕“组织为什么会相似”这一核心命题而发展起来的,因而对于理解中国商学院的趋同具有先天上的理论优势。^③分析对象,即中国商学院,适合新制度理论。DIMAGGIO指出^[3],制度理论特别适用于解释长期的变迁、国家或者独特制度结构的单位之间的差异、组织已经迈上高制度化道路的情况,而中国商学院正好具备上述特征。^④从商学教育来看,不仅涉及工具理性,而且涉及交往理性,比如需要取得社会公众、政府、学生等多方主体的认同,合法性是商学院发展的重要依凭。因此,采用新制度理论的视角来研究中国商学院的趋同性是合适的。

1 新制度理论对趋同性解释的基本理论

在组织理论的发展过程中,研究者有两大关注点:组织多样性和组织相似性。权变理论是对组织多样性进行解释;而制度理论则相反,要解决的根本问题是“为什么越来越多的组织变得相似”。可以说,趋同性问题贯穿了新制度理论发展的始终。

1.1 场域

新制度理论对趋同的解释是将趋同放在一个场域中进行分析的。新制度学者认为,组织需要面对2种不同的环境:技术环境和制度环境。对制度环境的分析涉及场域这一概念,所谓场域,实质上就是主体活动的空间。布迪厄等^[4]最早将“场域”定义为在各种位置之间存在的客观关系的一个网络或一个构型。DIMAGGIO等^[5]较早将“场域”概念引入组织之中,并将“组织场域”定义为“在总体上构成一个公认制度生活的领域的组织,包括主要供给者、资源和产品消费者、管制机构、生产相同产品和服务的其他组织。”

本研究认为,中国商学院其实是在中国高等商学教育这一场域(小世界)中进行运作的。在这一场域中,国内各高校商学院、国外商学院、学生、政府、高校、社交媒体等都构成了活动主体,因此,在分析商学院趋同行为时,不仅要考虑商学院与政府之间的控制和资源依赖关

系,以及中国商学院与国外商学院的竞争合作关系,而且要分析商学院与学生之间的关系以及商学院与公众传媒的关系。

1.2 合法性

场域中的制度环境如何影响组织趋同?最为重要的机制就是合法性机制。合法性机制迫使组织采取制度环境中已经建立的具有合法性的形式和做法。所谓合法性,就是“在某个由规范、价值、信念和定义组成的社会建构系统内对实体行动的希求性、正确性,或恰当性的一般化知觉或者假定”^[6],但无论希求性、正确性还是恰当性,合法性的实质就是要取得社会认可。组织生存于一定的制度环境中,为获得在场域中比较有利的地位及权威关系,就必须努力追求各利益相关体的认同,为大家所接受。为了获得这种合法性,各组织纷纷采取符合各利益相关主体认可的行为,从而促进了趋同性的发展。周雪光^[7]认为,这种诱使或迫使组织采纳在外部环境中具有合法性的组织结构或做法的制度力量,就可以称为合法性机制。在这种合法性机制逻辑下的组织行为主要受社会承认的逻辑或者合乎情理的逻辑约束,与市场效率机制下的组织行为逻辑完全不同。正因为如此,MEYER等^[8]甚至将这种制度性环境所导致的趋同逻辑称为一种“神话”。

合法性包括了不同的类型。SUCHMAN^[6]提出了3种合法性:实用合法性、规范合法性、认知合法性。ALDRICH^[9]将合法性分为认知合法性和社会政治合法性。由于SUCHMAN的合法性框架得到更为普遍接受,因此这里以他的框架来描述中国商学院所追求的合法性内容。

(1)实用合法性依赖组织最直接听众的理性计算。对于中国商学院而言,其最直接的听众包括政府、学生、社会公众以及社会捐助机构。为取得这些听众的认同,必须关注实用合法性。实用合法性包括了交换合法性、影响合法性和倾向合法性^[6]。所谓交换合法性,即中国商学院必须能给政府、学生、社会公众甚至社会捐助机构带来一定的期望价值,因为只有满足这些主体的预期,这些主体才会给与其支持。所谓影响合法性,即中国商学院能给整个社会、整个学生群体乃至政府声誉带来多大的价值和影响力,而不是给特定的个体带来多大的价值。更大的影响力也会带来更多的支持。所谓倾向合法性,则是指中国商学院在多大程度上分享了政府、学生、公众以及社会捐助机构的意愿、

初衷、价值甚至特质。商学院的行为倾向性与这些主体的倾向性之间相似点越多,则商学院的倾向合法性越强。

(2)规范合法性反映了对组织及其活动的一种积极的规范评价。与实用合法性不同,规范合法性是社会性的,它不取决于评价者是否会从某项活动中获益的判断,而取决于该项活动是否是“正确的行动”的判断^[6]。由此,中国商学院必须满足社会道德规范要求,必须理解社会、公众、政府等对什么是“正确的”标准,以避免激怒相关主体。如果从事一些公益性、对社会有价值的、慈善性等行为,就可以获得规范合法性。中国商学院的规范合法性包括4种类型:①结果合法性,比如商学院培养出来的学生是否具有良好的道德品质,发表的论文是否没有剽窃行为,商学院教师在公众媒体上发表的言论是否站在中性的立场等;②程序合法性,比如学生入学考试或面试的公正、公开程度,教师职称评定的公正程度,学生考试分数评定公正程度等;③结构合法性,比如商学院是否具有社会价值所期待的组织结构;④个人合法性,比如商学院的领导者是否具有良好的行为风范。

(3)认知合法性,不是基于利益,也不是基于评价,而是基于可理解和基于理所当然的合法性。所谓基于可理解的合法性,是指商学院必须努力将自己的行为、政策等进行整合,描述出一个有趣的、可信的“故事”,从而证明行为、政策的意义和价值。其本质就是依据公众、政府、社会的认知逻辑,提供一套可信的说辞。所谓“理所当然的合法性”,是指商学院必须努力将自己的行动与其他主体的认知结构中的假定建立起关联,从而取得其他主体的认同。

1.3 竞争趋同与制度趋同

DIMAGGIO等^[5]指出,组织趋同有2种最基本类型:竞争趋同和制度趋同。竞争趋同主要强调市场竞争、生态位变化和适者生存,最适合自由和开放的竞争领域或改革的早期。组织创新的早期采纳者通常是被改善绩效的动机驱动,但随着这些创新在整个场域内被认知,那么其他组织采纳就不再是为了提升绩效,而是为了提供合法性。这时的趋同就成了制度趋同。可见,制度趋同是竞争性趋同演化的结果,见图1。

在制度趋同中,DIMAGGIO等^[5]识别了3种基本的形态:强制趋同、模仿趋同、规范趋同。所谓强制趋同,来源于组织所依赖的其他组织和社会文化期待强加的正式或非正式压力,比

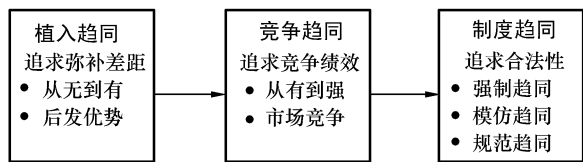


图1 转型背景下的趋同路径

如必须遵守政府制定的各种规章制度、法令等,又如各种认证机构也会对组织产生强制性的影响。其背后的合法性机制是实用合法性。所谓模仿趋同,即各个组织模仿场域内成功组织的行为和做法。模仿的一个重要条件就是环境的不确定性。通过模仿那些成功的组织的做法,可以有效降低不确定性。其背后的合法性机制是认知合法性。所谓规范趋同,即要遵守社会所共享的观念和思维模式,其背后的合法性机制是规范合法性。笔者认为,DIMAGGIO等提出的竞争趋同和制度趋同理论框架还不足以解释中国商学院的趋同。这是因为他们提出的框架主要用于解释在完善的市场竞争环境下组织如何在某个独立的场域中进行趋同的行为,并没有阐述从非市场环境向市场环境转型背景下组织的趋同行为。而中国商学教育的发展正是在一个转型环境下展开的,因而具有其独特性。

在转型背景下成长起来的组织与在单一环境下成长起来的组织具有不同的趋同路径。在单一环境下组织的成长更多地依赖于原始竞争;但在转型环境下组织具有某种后发优势,可以从其他类似环境下组织的成长中获得很多启发。换言之,在转型背景下组织最早呈现出的模仿行为并不是出于竞争性的目的,也不是出于合法性的目的,而完全是出于借鉴的目的。为此,笔者在他们的理论框架上提出一种新的趋同类型,即植入趋同,从而形成新的模型,见图1。所谓植入趋同,主要强调引进、吸收,其目的并非用于竞争,而是用于填补目前的差距。一旦外部环境转型逐步完成,这种植入式趋同也将逐渐让位于竞争趋同,因为此时竞争环境已经构成。随着竞争环境的进一步成熟,竞争趋同将逐渐演化到制度趋同。

2 中国商学院的趋同行为:从植入趋同到竞争趋同

2.1 植入趋同

建国后直到1978年以前,由于实施计划经济体制,并不存在现代意义上的管理教育。真正开展现代管理教育和研究是改革开放之后^[10],且与中国市场经济体制改革的步骤和路

径息息相关,因此,对中国商学院趋同行为的分析,也主要是基于对改革开放30年来商学教育的发展而展开的。

纵观近30多年的发展历程,中国管理教育发展大致可归纳为4个时期:①初创期(1978~1986年),管理教育和研究开始逐渐展开。这一时期有2个重要的标志性事件值得关注:一是1982年胡耀邦在十二大报告中明确提出加强管理科学的研究和应用,从而确立了管理科学研究和教育的重要地位,促进了国内现代管理教育和研究的迅速发展。在这之前,管理科学是不受重视的。二是1984年,教育部批准部分院校成立或者恢复管理学院,自此管理学教育和研究具备了良好的结构性条件。②积累期(1987~1993年),各管理学院积极开展研究和教学,并逐步明晰未来发展方向。③快速发展期(1994~2000年),随着中国经济的迅速发展和转型,中国管理教育和研究迎来了前所未有的发展机会。管理学的学科地位、基金支持、专业学位都迎来了飞速发展。④快速竞争期(2000年~),随着中国商学院的逐渐成熟、商学教育市场规模的扩大、商学教育的日益国际化,中国商学院之间的竞争也日趋激烈,从而进入快速竞争期。

从这一历史回顾不难看到:我国管理教育开展的历史非常短,且与中国经济体制改革紧密相连。中国经济体制改革历程艰辛,且尚无成熟经验可以借鉴,以邓小平的语言来描述就是“摸着石头过河”。作为对经济体制转型的重要支撑,我国管理教育也一直处于不断探索中。我国商学院自成立以来就一直面临很大的不确定性,一个非常重要的表现是其发展目标的模糊性。在1992年以前,国家经济改革发展目标一直不明确,各商学院很难就如何服务中国经济改革给予清晰的定位。直到1992年明确提出建立社会主义市场经济是经济改革发展目标,整个中国经济重新翻开新的一页,中国商学院的发展开始进入新阶段。首先是市场竞争引入到大学毕业生之中,毕业生开始需要自主找工作,不再包分配。强烈的市场化要求各个商学院开始考虑学生未来的就业,各个商学院开始逐步思考自己的定位、使命和特色。然而,由于中国商学教育市场的需求巨大,在相当长时间内供不应求,使得很多商学院并没有强烈的动力来仔细检视学院定位、使命,并将这种定位使命贯穿于整个学院的所有流程、政策之中。直到近期,随着商学院之间竞争的加剧,一些国

内领先的商学院才真正开始思考自己的定位和使命。

在前3个时期,中国商学院都在引进、吸收西方管理思想和教育,属于植入趋同的阶段。这是因为1992年我国才明确社会主义市场经济是经济改革目标,也是从那时开始市场竞争机制才日益被引入到高等教育中。比如从1993年开始,我国开始实行大学毕业生“自主择业”的就业方式,以替代“统包统分”和“双向选择”的就业制度。到1999年,除极少数专业外,全国高校基本都实现“自主择业”。在这种情况下,中国大学商学院必须从计划体制下的商学院向市场体制下的商学院进行转型。这种转型包括专业设置、课程内容设计、研究方法、教学形式等诸多方面,必须以为市场经济体制服务为导向。由于西方商学院长期服务市场经济体系,自然就成为中国商学院首先学习、模仿的对象。因此,在2000年中国市场经济体制基本确立之前,中国商学院对西方尤其美国商学院的模仿是植入式的,其出发点不是为了竞争,也不是为了合法性,而是为了能尽快在国内建立现代商学教育体系。

2.2 竞争趋同

2000年之后,中国商学院的发展进入一个新的时期。从某种程度上而言,现代商学教育体系已经基本建构完成,各商学院之间已经开始形成一定的竞争关系,并且这种竞争关系呈现出愈演愈烈之势,主要是因为:

(1)教育经费双轨制的实施 从教育经费方面来看,我国传统上管理教育主要依赖国家财政拨款,但随着教育规模的扩大,学生招收人数增多,国家拨款的教育经费远不能满足需要。商学院要进一步发展,就必须自筹资金。MBA学费、EDP、企业(校友)捐助等就逐渐成为商学院办学经费的重要支柱,用以补贴其他项目(本科生、科学硕士、博士学位)办学经费不足的局面^[11]。由此,为了生存,商学院的重点就逐渐从公共品的提供者转变为产品的提供者。市场化特征日益明显,学生成为顾客。

(2)各类排名造成的压力 现在中国高校面临的排行榜来自4个方面:①政府行政管理部门形成的排名,比如211工程重点建设院校、985工程高校、教育部学位与研究生教育发展中心的全一级学科排名、国家重点学科评估等,高校最为看重这类排名,因为其直接引导国家资金的流动;②研究机构推出的排名,比如广东管理科学研究院发布的中国大学评价、上海

交通大学发布的世界大学学术排名等;③一些公司或者媒体推出的排名,比如网大推出的中国大学排行,中国校友会推出的中国大学排名,中国青年报社与武汉大学联合推出的中国大学竞争力排行榜等;④国外媒体或者杂志推出的中国大学或者某些项目排名,比如中国大学的一些MBA项目已经参与国际商业排名。

商学院对这些排行榜不能置之不理,因为在今日中国,市场经济意识使得学生和社会从教育的被动接受者转为消费者,日益开始评判学校提供的教育产品及其质量。这些排行榜会极大地影响学生和公众对商学院教育质量的认知,从而影响到学生的择校、社会捐助的流向,甚至政府相关资源的流动。大学(或者学科)排名确实向社会提供了一定的比较优势信息,引导了大学的改革和发展,也能对高校进行一定程度的监督,然而这种排名也具有极大地负面作用^[12]。商学院面对排名欲罢不能,一方面不很认同这种排名,另一方面又不得不去关注这种排名。但不管如何,各种排名极大地增加了商学院之间的竞争,对商学院施加了极大的压力。各商学院为了在排名中取得有利位置,纷纷想方设法在各个指标上进行努力。

(3)学生竞争的压力 商学院面临越来越多的来自学生方面的需求和竞争压力。一方面,随着具备开设MBA/EMBA专业学位的商学院数量越来越多,各商学院在学生生源方面展开激烈竞争。在各类MBA排行榜中,重要指标是学生的入学分数、入学前薪水以及毕业后的薪水,好的生源能确保商学院挑选到更有潜质的学生,从而能有效提高在排行榜中的位置。另一方面,商学院的学生也越来越关心自己的职业发展以及在就业市场上的竞争力,商学院必须通过多种手段提升学生的就业能力。

(4)国际化竞争的压力 由于中国经济发展,中国商学教育市场迅速扩展,国际商学院也纷纷进入中国市场。在国内,除本土高校商学院外,还出现了新型体制下的独立商学院,比如中欧工商管理学院和长江商学院。由于这些独立型商学院特有的体制,相比较本土高校商学院具有很大的灵活性和竞争优势。高校商学院常受制于大学体制,在财务、人事权等方面并没有太多的自主权;但独立商学院则没有这些限制,它们办学经费充裕,且可自由聘任教授、讲师,可完全参照市场化模式运作。由此,国内高校商学院面临更大竞争压力。

正是在这种愈演愈烈的竞争环境下,中国

商学院更进一步向西方商学院学习。此时各个商学院向西方的模仿、学习、引进以及与西方商学院展开的合作,更多是为其树立竞争优势服务,因此,此时的趋同已经演化为竞争趋同。在植入趋同阶段,学习和引进更多是集中在专业设置、课程设计、内容体系等方面;而在竞争趋同阶段,各个商学院侧重的是在科学研究、学位项目等方面向西方展开学习与合作,并力图在某些方面完全超越其他竞争对手。

3 中国商学院的趋同行为:从竞争趋同到制度趋同

3.1 从竞争趋同过渡到制度趋同

以竞争趋同和制度趋同框架来考察中国商学院趋同的形态,不难发现中国商学院的趋同已经从竞争趋同过渡到制度趋同。中国商学院已经有20多年发展历史,随着改革开放的进程,中国商学院逐步与世界各商学院建立了紧密关系,中国商学院场域已经与世界整体商学院场域紧密联系起来。中国商学院的很多创新行为的采纳已经不再是提升绩效,而是提供合法性。对那些最初进行创新的或者率先模仿美国模式的中国商学院而言,其所获得的合法性在一定程度上可为其竞争优势提供重要的战略性资源。这种战略性资源也对其他商学院构成了一种差异化竞争优势,但随着其他商学院模仿这些领先的商学院,这种差异化优势就会逐步丧失。合法性最终成为迫使其他商学院必须采取类似行动的制度力量。纵观中国商学院模仿行为的扩散形态,基本验证了这个判断。以目前国内商学院纷纷开始的国际认证(AACSB、EQUIS等)为例,最先获得认证者可将此作为竞争优势进行宣传,然而,随着越来越多的国内商学院获得国际认证,这种优势将不复存在。对于其他国内商学院而言,申请认证也已经不再是为了获得竞争优势地位而采取的手段,已经演变为不得不进行的行为,换言之,认证已经成为对于在这个场域中参与者的一项制度性约束。由此,得到如下命题:

命题1 中国商学院的趋同已从竞争趋同过渡到制度趋同。

3.2 制度趋同的3种形态

基于对中国商学教育场域的制度环境分析,笔者认为中国商学院同时存在这3种趋同。

(1)强制趋同 强制趋同来源于组织所依赖的其他组织和社会文化期待强加的正式或非正式压力。在其中,商学院主要追求的是实用

合法性(尤其是交换合法性)。政府、公众、学生以及一些认证机构等都会给商学院产生强制性影响。政府是商学院办学经费的重要来源,其政策取向(比如遵循一个统一的标准来衡量、考核商学院,遵循一个共同的教育经费分配方式)是中国商学院强制趋同的重要来源。对于公众,由于市场经济意识、公共意识的兴起,经常会对商学院进行评价,因此公众意见、公众口碑、各类排名也通常会给商学院带来强制性影响。商学院的学生尤其是MBA/EMBA学生,对商学院也具有很大的影响力。有时,商学院会被迫屈服于学生的要求。对于认证机构,越来越多的国内商学院开始进行各类认证,比如AACSB、EQUIS等,这些认证机构遵循统一的标准来评价商学院,也会迫使商学院趋同而不是多元化。

(2)模仿趋同 模仿趋同主要源于高不确定性。商学院在其中主要追求的是认知合法性。中国商学院目标模糊,发展方向不明确,教育经费也受到约束,还面临学生不断变化的需求。正是由于这种高不确定性,商学院开始拷贝这个场域中的最优秀者——美国商学院范式;国内二流商学院开始拷贝国内一流商学院的做法。模仿美国商学院——国际上最强的商学院或者国内顶级商学院的运作范式,可有效强化自身在学生、政府、公众眼中教育质量声誉,强化其认知合法性。商学院的教师也体验到了不确定性:究竟如何评价研究,如何展开研究,如何发表研究成果这些都面临转型和重新定位。为提高研究的科学价值,于是开始逐步接受西方的研究方法,应用西方学者普遍采用的评价方法来评价学术成就,并以此作为职称评定的标准。商学院的教师还面临教学模式变革的不确定性:传统的主讲式教学模式越来越受到质疑,为应对这种质疑,教师们也只好模仿美国商学院教师一样纷纷开始案例教学模式。

(3)规范趋同 规范趋同源于社会规范,主要产生于专业化。商学院在其中主要追求的是规范合法性。规范趋同与场域的成熟度有关,场域越成熟,越受规范性约束。经过30余年发展,中国商学教育场域逐步成熟,教师、教学专业化水平逐步提升,高等商学教育场域的规范性也越来越强。各类学术团体组织纷纷发展,这些学术团体通过会议、工作坊、学术活动等,对促进研究、对管理教育的专业化起到了重要作用。在专业化的过程中,中国商学教育的国际化也在其中扮演了重要角色。虽然早在

1979年中美就签订了有关培训中国企业管理人才、引入哈佛案例教学的中美协定书,1982年我国和加拿大国际开发署(CIDA)签订中加两国管理教育机构开展交流与合作的协定。1994年后,国际化倾向越来越明显,呈加速发展态势。主要表现为:①中外商学院合作办学项目迅速发展,这一方面是越来越多的国外商学院意图进入中国市场,另一方面中国商学院尚缺少成熟教材、案例、师资等所致。②越来越多的海外学生来中国交流学习。根据教育部2009年教育统计数据,我国高等学校(机构)在校生中有留学生117 548人,比2008年增加10 678人^[13]。以中欧国际工商学院为例,2009级的国际学生比例已占38%^[14]。③教师国际化。国内商学院中具有海外博士学位的教师占比越来越大,比如2008年北京大学海外博士占比49%,清华大学海外博士占比38%,而这些海外博士大多是从北美获得学位。不仅海外获得博士学位的教师增多,而且全职教师中外籍教师人数也越来越多。本土教师也不断到海外商学院进行访问,接受长期或短期的培训,努力提高国际化水平。

事实和理论证明,商学教育国际化促进了商学教育的专业化发展。DIMAGGIO等^[5]指出,专业化的2个方面对趋同性产生重要影响:一是专业生产认知基础上的合法化;二是跨组织的专家网络的增长和深入发展。中外合作办学项目的迅速拓展,促使对教育手段、方法、内容体系等方面形成了基本一致的认知。唯有满足这种业内标准,其他的项目才具有认知合法性。由于海外博士教师的引进,跨国界的教师网络增长和互动,逐步在学术规范、准入机制、社会化机制、发表期刊等方面形成了公认的规范,其他的研究者唯有遵循这种公认的规范,才能获得这个场域中的认同,从而最终获取合法性。

(4) 小结

综上所述,3种趋同并不是截然分开的,它们之间相互关联。模仿趋同经过一段时间的积淀,会逐渐成为场域中的专业标准,从而导致规范趋同。规范趋同则会诱导参与主体的认知期望,从而影响那些对商学院拥有不对称影响力的主体期望与行为。通过对上述中国商学教育场域和制度环境的分析,我们可以看到,这3种趋同是同时存在的,但其地位不同。

首先,向美国模式的强制趋同比较弱小。这是因为尽管政府仍维持相当的影响力,但学

校行政当局已逐步放权给各商学院,商学院的自主权逐步增大;尽管财政体制的双轨制,MBA、EMBA学生对学院的影响力逐步加大,但学生毕竟也是商学院的“产品”,因而其影响力有限;尽管越来越多的商学院正在申请国际认证,因而国际认证机构对商学院的强制影响力会越来越大,但就目前而言,已通过或正进行国际认证的商学院数量仍然较少。

其次,向美国模式的模仿趋同在所有趋同中占据主导地位。这主要由于中国经济转型在相当长的时间并没有解决目标问题,而中国商学院在服务对象、使命等方面也一直处于不确定状态。不仅如此,在中国独特的高校商学院行政管理体制下,商学院如何发展并没有成功经验可以供借鉴,如何发展商学教育并服务好中国的经济改革事业,也没有任何既定答案。加之学生竞争的压力、各类排行给商学院施加的压力都非常巨大。这些都迫使商学院采取模仿行为。作为高校商学教育模式之一的美国商学院模式,自然成为中国商学院模仿的“范本”。由于模仿而导致的趋同在整个趋同中占据主导地位。

再次,向美国模式的规范趋同逐步加强。中国商学教育经过模仿,逐步积淀下来,形成了中国商学教育、商学研究的业内规范,并逐渐成为一种重要的力量。

基于上述分析,得出如下命题:

命题2 强制趋同、模仿趋同以及规范趋同并存于中国商学院趋同中,但由不确定性导致的模仿趋同是中国商学院目前趋同的主要类型。

3.3 制度趋同的未来走势

资源依赖程度是影响强制趋同的主要因素。在未来一段时间,中国高校商学院依然会维持办学经费的双轨制,政府拨款仍然会在其中起重要作用。教育行政部门开展的各类排行和各种重点支持计划等都将对商学院产生重要影响。尤其在未来一段时间,高校商学院将进入品牌竞争阶段,在商学教育场域中的合法性位置将成为商学院吸引优秀生源、师资以及企业捐助的重要保证,因此,教育行政部门所侧重的评价指标(如学术队伍、科研成果、人才培养、学术声誉等)将引导各高校商学院的行为,促使趋同。另外,商学院积极参与各种国际认证的趋势越来越明显,这些也会促使商学院进一步趋同。应注意的是,由于科研基金的大幅度增长,国家在诱导各高校商学院的科研行

为方面将会有更强的影响力,但这种诱导的趋同可能导致科研范式向美国模式趋同,但在科研选题方面会更加注重本土问题。总体而言,强制趋同会进一步加强。

模仿趋同性主要取决于手段和目的之间关系的不确定性以及组织目标的模糊程度。过去,我国商学院的使命、愿景等并不清晰,更谈不上如何达成这些目标,因而不确定性很强,这也是促使我国商学院大规模模仿美国商学院模式的重要原因。随着近些年的发展,中国商学院的目标逐渐清晰,很多商学院制定了学院的详细发展战略规划。参与AACSB、EQUIS认证的商学院更是在制度约束上必须有详细的发展目标和使命,才能通过这些国际认证。可以说,现在中国商学院已经进入良性循环,简单的模仿策略将会逐渐不被采用。可以预见,模仿趋同将逐渐下降。

规范趋同主要取决于专业组织的标准化过程。从商学院的教师构成来看,取得北美博士学位的教师越来越多。一些一流商学院在青年教师招聘中甚至已经不招非海外博士。这种已经接受了美国范式教育和熏陶者自然会更有可能会支持商学院的规范趋同。另外,越来越多的中国学者加入美国管理学会等美国学术社团,中西方管理学术交流比以往任何时候都要密集、深入。这也就使得中国学者更有可能会接受美国学术规范和生产准则。我们预计,规范趋同将越来越明显,并将逐渐在中国商学院的制度趋同中占主导。

正是基于上述分析,得出如下命题:

命题3 在未来一段时间内,强制趋同将依然保持一个较高的水平,并将进一步提高;模仿趋同则会逐渐下降;规范趋同将逐渐增加,并占主导。

4 转型背景下制度趋同约束的中国商学院创新

4.1 同中求异,营造竞争优势

中国商学院的趋同性及造成这种趋同的3种制度性机制表明,中国商学院的趋同是制度性环境约束的必然结果。然而,近期越来越多的学者认识到管理的文化嵌入性,开始积极提倡本土管理研究和本土管理教育^[15]:不仅在研究、课程设计上需要本土化,在教学方法上也需要本土化,因为中国人的思维方式、行为逻辑与外国人不同,其偏爱的接受知识的方式也不同。比如,在中国如果完全采用哈佛全案例教学,很

多同学就会反映效果不好。这是因为外国学生习惯自己去探索知识,他们的知识建构是个体性的;而中国学生习惯的思维方式是整体性,一定需要教师给出整体性的知识框架,否则学生会认为没有学到任何东西。

完全模仿美国模式的商学教育不仅会造成与中国教育传统和文化传统的冲突,而且也会使中国各个商学院丧失自己的独特竞争优势。每个学院有自己的资源、研究传统和文化特色,这是形成差异化竞争的重要来源。过度的趋同必然导致各学院逐步丧失特色、丧失差异,从而丢掉传统的优势;过度的趋同必然导致更激烈的竞争,最终,商学院为获得竞争优势,必须寻求自身的特色^[16]。基于上述分析,得出如下命题:

命题4 随着中国商学院的趋同性进一步提升,必然会到一个临界点,一旦突破这个临界点,各商学院必然会积极寻找自身的特色,营造差异化。

然而,要打破这种趋同性并不是单个商学院可以独立完成的,需要多方的努力,突破口仍然必须从打破造成趋同性的制度性要素着手。比如,从破解强制趋同来说,政府需要改革原有的较为片面的高校评价和资助体制,AACSB等认证机构也需要加强多元化指标;从破解规范趋同来说,各商学院需要改革教师绩效评价和薪酬奖励体系,扭转科学研究的价值取向,放弃目前偏狭的、完全偏美国模式的评价模式,兼顾非美国式的管理知识生产范式,成立多种不同的学术共同体,创办能兼容多种学术思想的学术期刊。商学院排行指标也需重新设计。

4.2 返璞归真,重塑人文精神

向美国模式趋同还应警惕的另一个重要方面是商学院市场化日益明显,过分注重“交换价值”,而较少注重“使用价值”。商学院的市场化主要体现在3个方面:学生定位的市场化、学术生产的商品化以及学院管理的企业化。市场化体系的精髓在于反对研究和教育由国家主宰或控制,但是只根据市场逻辑进行运营并不能令人满意。基于市场规则的商学院在运营中已经出现一些问题。比如,由于学生定位的市场化,商学院对教师教学的评价通常由学生而不是教师同行或者学校当局做出,教师为讨好学生以获得好的教学评价就有可能放松教学要求,漠视知识传递、人格塑造等传统大学教育目标,甚至有可能采取“贿赂”行为。由于学术生产的商

品化,商学院对教师升职等的评价侧重科研成果,使得学者的传统责任中比如教学、学生服务、社会服务等成为第二位的责任,或者根本没有任何价值。对科研的考核侧重出版物的档次和数量指标,也导致学者不再关注那些对社会具有重要价值的,但很难在一流期刊发表论文的研究问题。学者用以衡量问题研究价值的标准是能否在一流期刊发表论文,而不是研究问题本身的社会价值。总之,过于市场化的导向使得学术劳动的导向发生偏离,学术劳动不再是学术知识创造者的内在“召唤”,而转变为其交换价值的驱动。学院管理的企业化也引起人们质疑,毕竟学术生产不同于企业产品制造,而商学院也不是企业。一所真正意义上的商学院,其首要责任应该是诱导整个社会商业文化的方向,塑造社会价值体系。作为大学内的商学院,不仅有传授管理知识的责任,更应有陶冶知性的责任,而这样的教育目标是不能以利益为导向的。鉴于此,在向美国模式趋同的过程中,我国的商学院必须警惕这种忽视社会价值塑造、陶冶知性等传统大学使命的倾向。

5 结语

本文的基本结论是:中国管理教育全面向美国模式趋同,不是中国商学院非理性决策的结果,而是制度性约束的必然结果。中国商学院的趋同已从竞争性趋同过渡到制度趋同。3种制度趋同过程(强制趋同、模仿趋同以及规范趋同)同时存在,但由不确定性导致的模仿趋同是中国商学院目前趋同的主要类型。尽管趋同性会带来规范化、标准化等好处,却也会带来去多元化、过度市场化而忽视传统大学教育使命等缺点,因而要高度警惕趋同性的过度发展。我们预计,在未来一段时间内,中国商学院的趋同性将进一步提升,但到一个临界点后,各商学院将会积极寻求自身的特色,营造差异化。笔者不主张以对抗的态度来对待商学院的趋同,相反,笔者认为这种趋同是不可避免的,也无需去对抗。单纯撇开国际管理教育发展的潮流进行本土化是不明智的,我们需要的是在这种趋同的基础上积极地结合本土文化和教育传统进行管理理论和管理教育的创新。

参 考 文 献

- [1] 俞明南,刘俊美,董大海. MBA 课程体系调整与管理思维的培养[J]. 学位与研究生教学, 2005(2):32~36.
- [2] 李承先,陈学飞. 话语权与教育本土化[J]. 教育研究, 2008(6):14~17.
- [3] DIMAGGIO P. Interest and agent in institutional theory [M]// ZUCKER L G. Institutional Patterns and Organizations. MA: Ballinger, 1988: 3~22.
- [4] 布迪厄 P,华康德 J D. 实践与反思[M]. 李猛,李康,译. 北京:中央编译出版社,1998:133~134.
- [5] DIMAGGIO P, POWELL W. The Iron Cage Revisited; Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields [J]. American Sociological Review, 1983, 48(2):147~160.
- [6] SUCHMAN M C. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches [J]. Academy of Management Review, 1995, 20(3):571~610.
- [7] 周雪光. 组织社会学十讲 [M]. 北京:社会科学文献出版社,2003.
- [8] MEYER J W, ROWAN B. Institutional Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony [J]. American Journal of Sociology, 1977, 83(2):340~363.
- [9] ALDRICH H. Organizations Evolving [M]. Thousand Oaks, CA: Sage, 1999.
- [10] 苏勇,刘国华. 中国管理学发展进程:1978—2008 [J]. 经济管理, 2009, 31(1):164~172.
- [11] 张维迎. 大学的逻辑[M]. 北京:北京大学出版社, 2004.
- [12] 刘莉. 大学排行对大学发展的价值分析[J]. 科学与科学技术管理, 2004(1):56~58.
- [13] 教育部. 高等学校在校生统计[EB/OL]. (2010-12-01)[2011-09-01]. <http://www.moe.edu.cn/public-files/business/htmlfiles/moe/s4633/201010/109880.html>.
- [14] 胡景旺. 国内商学院拥有“在地”优势,外国学生人数增加[N]. 北京晚报, 2010-05-26(13).
- [15] 宣家骥. 中外文化对中国管理教育发展的影响与对策[J]. 中国管理科学, 1995, 3(2):61~64.
- [16] 朱煜明,郭鹏,田庆峰. 专业化、特色化 MBA 教育:中国 MBA 教育的新趋势[J]. 西北工业大学学报:社会科学版, 2004, 24(4):80~83.

(编辑 予衡)

通讯作者:彭贺(1976~),男,湖南隆回人。复旦大学(上海市 200433)管理学院讲师,博士。研究方向为组织行为与人力资源。Email:fdpenghe@gmail.com