

**УЧЕБНИК
ДЛЯ ВУЗОВ**

ПИТЕР®

С. Э. Пивоваров И. А. Максимцев



Сравнительный МЕНЕДЖМЕНТ

Возникновение и эволюция ■

Культура и стили ■

Страновый анализ ■



2-е издание

**РЕКОМЕНДОВАНО
СОВЕТОМ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ
ВУЗОВ РОССИИ**



С. Э. Пивоваров, И. А. Максимцев

Сравнительный МЕНЕДЖМЕНТ

2-е издание

Рекомендовано Советом Учебно-методического объединения вузов России
по образованию в области менеджмента в качестве учебника по специальности
«Менеджмент организации»

 ПИТЕР®

Москва · Санкт-Петербург · Нижний Новгород · Воронеж
Ростов-на-Дону · Екатеринбург · Самара · Новосибирск
Киев · Харьков · Минск

2008

ББК 65.290-21я7
УДК 658.1(075)
ПЗ2

Рецензенты:

д. э. н., проф. кафедры экономики и предпринимательства ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет» *А. А. Маркин*;
д. э. н., проф., заслуженный деятель науки РФ *А. Е. Карлик*

Пивоваров С. Э., Максимцев И. А.

ПЗ2 Сравнительный менеджмент. 2-е изд. — СПб.: Питер, 2008. — 480 с.: ил. — (Серия «Учебник для вузов»).

ISBN 978-5-388-00059-0

Сравнительный менеджмент является частью общей теории менеджмента, в рамках которой рассматриваются представления и закономерности взаимодействия представителей разных культур в системах управления предприятиями. Главная цель сравнительного менеджмента как дисциплины — повышение эффективности управления бизнесом с учетом менеджерами разных уровней национально-культурных особенностей поведения своих подчиненных и партнеров, а также особенностей стран, в которых осуществляется их бизнес. Вместе с тем, помимо чисто экономических целей, сравнительный менеджмент безусловно преследует и важные социально-политические цели: его корректное применение способствует укреплению доверия и взаимных симпатий людей разных культур.

В учебнике на богатом фактическом материале рассмотрены теоретические и практические вопросы управления деловыми предприятиями, как национального, так и мультинационального характера, на основе которых могут быть выработаны практические рекомендации по управлению мультинациональными коллективами.

Во второе издание добавлены главы, посвященные вопросам менеджмента в странах Скандинавии (Дания, Финляндия, Норвегия) и Швейцарии. Учебник будет полезен всем изучающим страновой и международный менеджмент.

Рекомендовано Советом Учебно-методического объединения вузов России по образованию в области менеджмента в качестве учебника по специальности «Менеджмент организации».

ББК 65.290-21я7
УДК 658.1(075)

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

ISBN 978-5-388-00059-0

© ООО «Питер Пресс», 2008

Оглавление

Предисловие	10
-------------------	----

Часть I

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ СРАВНИТЕЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Глава 1. Возникновение и эволюция сравнительного менеджмента	14
1.1. Сравнительный менеджмент как учебная дисциплина и раздел теории и практики менеджмента на Западе	14
1.2. Предмет курса «Сравнительный менеджмент»	20
1.3. Возникновение сравнительного менеджмента в России	22
Контрольные вопросы	24
Литература	24
Примечания	25
Глава 2. Культура в сравнительном менеджменте	28
2.1. Теории культуры	28
Универсальный подход	30
Системный подход к культуре	30
Ценностный подход	35
Теория внутреннего содержания личности	36
2.2. Классификации деловых культур	37
Низкоконтекстные и высококонтекстные культуры	37
Классификация Р. Льюиса	42
Классификация деловых культур по типу обработки информации	43
2.3. Исследования Г. Хофстеде	45
2.4. Измерение культуры Ф. Тромпенаарсом	53
Универсализм – специализация	53
Индивидуализм	54
Нейтральные и эмоциональные культуры	55
Специальные и диффузные культуры	55
Культура достижений и культура принадлежности к группе	56
Время	57
Окружающая среда	58
2.5. Кластеризация культур	58
2.6. Конвергенция и дивергенция	60
Контрольные вопросы	64
Примечания	66

Глава 3. Культура и стили руководства	70
3.1. Теоретические модели управления	70
3.2. Факторы формирования стиля руководства	71
Система ценностей	71
Интенсивность потребностей	74
Картина мира	76
Процесс познания	77
Отношение к риску	78
Карьерный путь в менеджмент	79
Искусство межличностного общения	80
3.3. Стиль принятия решений	81
Контрольные вопросы	83
Примечания	84
Глава 4. Институциональный подход в сравнительном менеджменте	86
4.1. Институциональная экономика	86
4.2. Институциональная среда международной компании	91
4.3. Институциональные и социокультурные факторы трансформации экономики в России	100
Контрольные вопросы	101
Литература	102
Примечания	102
Глава 5. Становление и развитие институциональной теории	103
5.1. Основатели школы	103
Торстейн Веблен (1857–1929)	103
Джон Роджерс Коммонс (1862–1945)	106
Уэсли Клэр Митчелл (1874–1948)	109
Йозеф Шумпетер (1883–1950)	111
5.2. Новые теории институциональной экономики	114
Джон Кеннет Гэлбрейт (1908–2006)	114
Рональд Гарри Коуз (1910)	117
Дуглас Сесил Норт (1920)	121
Дэниэл Белл (1919)	124
Элвин Тоффлер (1928)	126
Контрольные вопросы	130
Литература	132
Примечания	132
Глава 6. Управление мотивацией в сравнительном менеджменте	134
6.1. Мотивационная дифференциация в мультинациональном коллективе	139
6.2. Влияние культурно-странового контекста на мотивационные изменения	144
6.3. Практика стимулирования труда в различных странах	157

Контрольные вопросы	164
Примечания	165
Глава 7. Коммуникации в системе сравнительного менеджмента	166
7.1. Коммуникация как процесс	166
7.2. Межкультурная коммуникация	168
7.3. Стили коммуникации	170
7.4. Коммуникационные потоки	172
7.5. Каналы коммуникации и современные информационно-коммуникационные технологии	174
7.6. Культурные шумы в коммуникационном процессе	175
7.7. Коммуникация и языковые барьеры	177
7.8. Невербальная коммуникация	180
7.9. Управление кросс-культурной коммуникацией	183
7.10. Способы преодоления языковых барьеров в международном бизнесе	185
Улучшение системы обратных связей	187
Контрольные вопросы	189
Литература	189
Примечания	190

Часть II

СТРАНОВЫЙ АНАЛИЗ И МЕНЕДЖМЕНТ

Глава 8. Менеджмент США	194
8.1. Экономико-географическая характеристика	194
Особенности экономического развития США	195
Регулирование рынка труда в США	208
8.2. Теория менеджмента США	209
Научный менеджмент	209
Концепция человеческих ресурсов	211
Бихевиористический (поведенческий) научный подход	213
8.3. Теория конкурентоспособности наций М. Портера	219
Контрольные вопросы	228
Литература	229
Примечания	229
Глава 9. Менеджмент в Европе	231
9.1. Модели экономического развития и роль государства в экономике стран Европейского союза	231
9.2. Многообразие деловых культур и менеджмент в Европе	236
Группировка стран Европы по культурным параметрам: страновые кластеры	241
Классификация европейских систем менеджмента по Лессему и Нойбауэру	242

Типы организационной культуры: классификация Тромпенаарса	244
Стили менеджмента и типы культуры, характерные для высшего звена управления	245
9.3. Концепция евроменеджмента	246
Критика концепции евроменеджмента	250
9.4. Профиль евроменеджера	252
Контрольные вопросы	253
Литература	254
Примечания	254
Глава 10. Немецкая модель менеджмента	257
10.1. Общая характеристика экономики Германии	257
Послевоенный период: становление социального рыночного хозяйства и экономическая конкуренция Западной и Восточной Германии	258
Актуальные проблемы немецкой модели социального рыночного хозяйства	262
Уроки немецкой модели развития	265
10.2. Немецкая деловая культура и стиль управления	267
10.3. Модель менеджмента	275
Особенности немецкой модели менеджмента	276
Возможности переноса немецких управленческих технологий в другие страны	280
Западные и восточные немцы: различия в деловой культуре и поведении менеджеров	284
Контрольные вопросы	286
Литература	287
Примечания	288
Глава 11. Французская модель менеджмента	290
11.1. Экономика Франции	291
Особенности макроэкономической модели развития Франции	292
11.2. Французская модель менеджмента	295
Особенности французской деловой культуры	297
Подготовка управленческих кадров во Франции	298
Роль государства в подготовке и повышении квалификации менеджеров	299
Статус менеджера	300
Профили французских менеджеров и управленческая карьера	300
Стиль управления и коммуникация во французской организации	301
Лидерство и французская организация	303
Принятие решений	304
Контрольные вопросы	308
Литература	308
Примечания	308
Глава 12. Менеджмент в Великобритании	310
12.1. Общая характеристика страны	310

Особенности макроэкономической модели развития Великобритании	311
12.2. Модель менеджмента	315
Индивидуализм в британской деловой культуре	315
Влияние классовой структуры общества на производственные отношения	316
Проблемы уровня менеджмента и системы подготовки менеджеров в Великобритании	317
Профессиональный менеджмент и персональный капитализм в Великобритании	319
Проблемы повышения квалификации работников	320
Деловая организация	321
Стиль принятия решений	321
Профиль британских менеджеров	322
Британские структуры управления и коммуникация	322
Британский стиль управления	324
Контрольные вопросы	324
Литература	324
Примечания	325
Глава 13. Швейцарская модель менеджмента	327
13.1. Общая характеристика Швейцарской Конфедерации	327
13.2. Особенности экономического развития Швейцарии	330
13.3. Швейцарская деловая культура и стиль управления	338
Выводы	347
Контрольные вопросы	349
Литература	349
Примечания	350
Глава 14. Шведская модель менеджмента	352
14.1. Скандинавская модель экономики	352
14.2. Шведская модель менеджмента	356
Ценности шведской культуры	356
Особенности шведской деловой культуры	358
Стиль менеджмента в шведских организациях	359
Шведская модель менеджмента и международная практика	363
Контрольные вопросы	364
Литература	364
Примечания	364
Глава 15. Стратегический менеджмент Финляндии	366
15.1. Общая характеристика Финляндии	366
15.2. Топливо-энергетический комплекс Финляндии	370
15.3. Структура и стратегии компаний, конкуренция	376
15.4. Сотрудничество с Россией	377
Контрольные вопросы	379
Литература	380

Примечания	381
Глава 16. Экономические стратегии Норвегии	382
16.1. Общая характеристика Норвегии	382
16.2. Специфические черты конкурентоспособности Норвегии	384
16.3. Перспективы сотрудничества	392
Контрольные вопросы	395
Литература	395
Примечания	396
Глава 17. Японская модель менеджмента	397
17.1. Экономико-географическая характеристика и национальная специфика развития	397
17.2. Особенности послевоенного развития Японии	400
Модель развития японской экономики	404
17.3. Информационные технологии в Японии	409
17.4. Японская модель менеджмента	410
Характерные признаки и особенности японской системы управления	413
Роль менеджеров в японской системе управления	417
Возможности использования японской модели менеджмента в других странах	419
Управление в зарубежных подразделениях японских МНК: столкновение национальных деловых культур	420
Новые тенденции в эволюции японского менеджмента	421
17.5. Экономическая ситуация в Японии на рубеже XX–XXI вв. и кризис японской модели экономики и управления	422
Контрольные вопросы	429
Литература	430
Примечания	431
Глава 18. Менеджмент Кореи	433
18.1. Общая характеристика экономики Республики Корея	433
18.2. Корейский менеджмент	439
Корейская модель менеджмента: влияние японской управленческой практики	440
Конфуцианские традиции в корейской деловой культуре	442
Современная корейская модель менеджмента	445
Контрольные вопросы	448
Литература	449
Примечания	450
Глава 19. Китайский менеджмент	451
19.1. Общая характеристика	451
Модель экономического развития КНР	452
Оценка эффективности китайской модели экономики	457

192. Китайский менеджмент	459
Особенности китайской деловой культуры	459
Роль <i>guanxi</i> в управленческой и деловой практике	460
Семейное предпринимательство и семейный менеджмент	460
Государственные предприятия и менеджмент	464
Профиль китайского менеджера	466
Подготовка менеджеров и специалистов в области экономики и управления	467
Обучение за рубежом	469
Роль зарубежной китайской диаспоры	469
Тенденции в развитии китайской модели менеджмента	470
Контрольные вопросы	471
Литература	472
Примечания	473

ПРЕДИСЛОВИЕ

Глобальная экономика, ставшая исторической реальностью во второй половине XX столетия и новой моделью развития традиционной мировой экономики, приобретает все больший вес и влияние.

По весьма точному определению М. Кастельса, «глобальная экономика — это экономика, способная работать как единая система в режиме реального времени в масштабе всей планеты». Д. Бодди и Р. Пэйтон оценивают глобализацию как процесс возрастания значений международных транзакций компании в сравнении с внутренними, а также как тенденцию уменьшения значения государственных границ как барьеров на пути потоков товаров и услуг.

Следовательно, глобализация движима в первую очередь экономическими причинами. Вывод продукции за национальные рамки осуществляется с целью приближения производства к источникам сырья и рынкам сбыта товаров, снижения издержек производства и транзакционных расходов, приближения к рынкам продаж, сферы предоставления услуг послереализационного сервиса, для освоения новых секторов и сегментов мирового рынка ради расширения бизнеса и получения более высоких результатов хозяйственной деятельности.

Процесс глобализации является объективной закономерностью, не зависящей от воли и действий отдельных людей, правительств и государств. В основе глобализации лежит интернационализация воспроизводственного процесса в масштабе мировой экономики, который с целью оптимизации затрат и получения максимальной прибыли ломает национальные барьеры и становится интернациональным.

Новая фаза деловой активности характеризуется и ускоряющимися темпами роста прямых иностранных инвестиций, и увеличением объемов внутрифирменной торговли. Наряду с основными производствами создаются сборочные предприятия в разных странах, усложняются системы поставок транснациональных корпораций в результате поглощений, организуются совместные предприятия, используются и другие формы взаимодействия.

Нарастающие процессы глобализации неразрывно связаны с развитием экономики передовых индустриальных стран. Она способствовала и рождению новых индустриально развитых стран, в первую очередь в Юго-Восточной Азии (Южная Корея, Тайвань, Гонконг), а также стран, успешно приближающихся к этой стадии.

Успешное развитие глобализации напрямую взаимосвязано с информационно-коммуникационной революцией конца XX столетия. Только благодаря технологическим возможностям в области средств информации и коммуникаций удалось реализовать главную организационно-управленческую задачу этого феномена — работу единой системы в режиме реального времени в международных масштабах.

Глобализация и рост информационной экономики заставляют по-новому взглянуть на соотношение конвергентных и дивергентных факторов в развитии человечества начала XXI в. С одной стороны, как писал около двадцати лет назад Т. Левит, мы являемся свидетелями процесса конвергенции, все более усиливающейся общности различных частей мира. Возникают глобальные рынки стандартизированных потребительских товаров с гомогенизированной структурой предпочтений и потребителей. Достоянием прошлого ста-

носятся многие различные, свойственные той или иной культуре предпочтения, национальные вкусы и стандарты, а также бизнес-институты.

Однако вопреки прогнозам глобализация не приводит к стиранию культурных различий, скорее, наоборот, она усиливает национальное и культурное разнообразие в современном мире, являющееся основой разнообразия национальных моделей менеджмента. Если бы все рынки стали глобальными, то мир менеджеров, как пишут Р. Абделал и Р. Тедлоу, стал бы скучным, ибо речь шла бы о единственной стратегии управления и одной универсальной модели менеджмента, пригодной для этих рынков.

Наблюдается культурная и национальная дифференциация общества, проявляющаяся в межцивилизационных, межконфессиональных и межэтнических конфликтах. Плодами глобализации и информационно-коммуникационных технологий пользуются в основном развитые страны, прежде всего США, усиливая свое технологическое, экономическое, политическое, идеологическое и культурное влияние на остальной мир. Проявления глобализации в виде «макдональдизации» общественных отношений наталкиваются на стремление сохранить и отстоять культурную самобытность.

Вместе с тем становится очевидно, что учет культурно-институциональных различий в менеджменте позволяет достичь успеха в глобальной конкуренции, в которую вовлечены фирмы, страны, культуры и цивилизации. Культурно-институциональное разнообразие вполне может способствовать достижению корпоративных целей.

Таким образом, общие тенденции глобализации экономики и развития информационных и коммуникационных технологий, повышение роли факторов культуры в обеспечении конкурентоспособности стран и фирм делают актуальным сравнительный анализ национальных моделей менеджмента.

В новом издании учебника прежде всего рассматриваются вопросы структуры, основного содержания и постановки основных проблем дисциплины «Сравнительный менеджмент», методологии сравнительного подхода, проблемы сравнительного менеджмента в России. Большое внимание уделяется культурному аспекту сравнительного менеджмента, включая конструктивные определения понятий, основные положения универсального и культурно-кластерного подходов к анализу феномена культуры, общий обзор основных теорий культуры, оценку их как базис понимания специфики «национального» в управлении транснациональными компаниями.

В книге анализируются модели интерпретации национальной культуры Г. Хофстеде, полихронные и монокронные культуры, культурные переменные Ф. Тромпенаарса, кластеры культур, конвергенция и дивергенция деловых национальных культур в эпоху глобализации. Рассматриваются также особенности национальных культур и стили руководства, анализируются модели управления, факторы формирования стилей руководства и принятия решений.

В новом издании учебника последовательно излагаются различные подходы институциональной теории и их влияние на сравнительный менеджмент. В двух новых главах, посвященных этой проблеме, формулируются основные положения современного институционализма, рассматривается институциональная среда международной компании, возможности различных форм взаимодействия национальных и международных институтов, институциональные и социальные факторы трансформации экономики в России. В главе «Становление и развитие институциональной теории» системно изложены взгляды основателей этой школы: Торстена Веблена, Джона Коммонса, Уэсли Митчелла, Йозефа Шумпетера, а также новые теории современных выдающихся ученых: Джона Гэлбрейта, Рональда Коуза, Дугласа Норта, Дэниела Белла и Элвина Тоффлера.

Серьезное внимание уделяется вопросам управления мотивацией в сравнительном менеджменте, представлен анализ существующих теорий мотивации, оцениваются пути разрешения мотивационных проблем сравнительного менеджмента, вопросы мотивационной

дифференциации в мультинациональном коллективе, влияние культурно-странового аспекта на мотивационные изменения, практика стимулирования труда в различных странах.

В разделе, посвященном коммуникациям в сравнительном менеджменте, рассмотрены сущность и структурные составляющие коммуникации, интерактивная модель коммуникации, межкультурная коммуникация, вопросы национальной стереотипизации и этноцентризма, стили коммуникации и коммуникационные потоки, коммуникация и языковые барьеры, невербальная коммуникация, управление межкультурной коммуникацией и роль менеджера мультинационального коллектива как «коммуникатора».

В учебнике подробно рассматриваются вопросы, связанные с развитием национальных моделей менеджмента, проблемы «интернационализации» современного менеджмента: мифы и реальности сложного сочетания дивергентных и конвергентных процессов.

Авторы посчитали целесообразным рассмотреть европейские проблемы менеджмента на «национальном» и «мультинациональном» уровнях в отдельной главе, включив в нее модели экономического развития и роль государства в экономике стран ЕС, концепцию евроменеджмента, проблемы управления «между крайностями», характерные черты организационных культур в Европе.

Предваряя изложение особенностей национальных моделей менеджмента разных стран, мы посчитали необходимым включить краткие экономико-географические характеристики и дать оценку специфике их развития. В книге рассмотрены национальные модели менеджмента ряда ведущих и наиболее продвинутых в этой области стран мира: США, Германии, Франции, Великобритании, Швейцарии, Швеции, Финляндии, Норвегии, Японии, Китая, Южной Кореи.

Большое место, отведенное авторами учебника северным странам Европы, не случайно, ибо эти страны — ближайшие соседи России и их большой позитивный опыт в области международного стратегического менеджмента особенно интересен и полезен для развивающейся рыночной экономики нашей страны.

Данная книга является первым российским учебником по дисциплине «Сравнительный менеджмент».

Учебник написан авторским коллективом кафедры международного менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов в составе: заслуженный деятель науки, д. э. н., профессор С. Э. Пивоваров (общая редакция, предисловие, гл. 1, 2, 4, 5, 8–12, 14–16); к. э. н., доцент А. В. Бутуханов (предисловие, гл. 1, 7–12, 14, 17–19); д. э. н., профессор И. А. Максимцев (гл. 13–16); к. э. н., доцент И. С. Пивоваров (гл. 4, 5, 15, 16); д. э. н., профессор А. И. Погорлецкий (гл. 8–14, 17–19); к. э. н., доцент Н. В. Трифонова (гл. 6, 19); к. э. н., доцент М. З. Эпштейн (гл. 2, 3).

НИНТА-ЛОТОН



*Пивоваров Симон Эльевич
Максимцев Игорь Анатольевич*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

2-е издание

Серия «Учебник для вузов»

Заведующий редакцией	<i>С. Жильцов</i>
Руководитель проекта	<i>Е. Базанов</i>
Ведущий редактор	<i>О. Кувакина</i>
Выпускающий редактор	<i>Е. Маслова</i>
Литературный редактор	<i>Н. Лосев</i>
Художественный редактор	<i>С. Маликова</i>
Корректоры	<i>В. Макосий, Н. Сулейманова</i>
Верстка	<i>А. Полянский</i>

Подписано в печать 20.03.08. Формат 70х100/16. Усл. п. л. 38,7.
Тираж 2700. Заказ 50

ООО «Питер Пресс», 198206, Санкт-Петербург, Петергофское шоссе, д. 73, лит. А29.

Налоговая льгота — общероссийский классификатор продукции ОК 005-93, том 2; 95 3005 — литература учебная.

Отпечатано с готовых диапозитивов в ОАО «Техническая книга»
190005, Санкт-Петербург, Измайловский пр., 29