

中国商务活动 正经历一场重要的变迁

中国企业的商务活动必须寻求新的理念,从对社会生活的挖掘中开拓市场,从对文化特质的理解中获取利润,从对各种社会规范的适应中求得发展

文 / 刘世定 邱泽奇 (本刊特稿)

商务是社会之核心,社会乃商务之本源。

纵横商海,几经沉浮;虽深谙商战之技巧,仍无奈时势之速变。始悟“唯持大道者,方可图天下。”中国企业的商务活动,正在经历一场重要的变迁,这一变迁表现为向两个方向的深化。

一是从满足人们的基本生活需要向具有社会文化含义的各个领域渗透。在人们基本生活需要得到满足的条件下,需求的社会文化意涵就会不断升华,社会文化含量就会日益提高。

二是从在熟知的文化环境中进行商务活动到在跨文化的理解中进行商务活动。这个方向的转变是伴随中国日益走向国际化而来的,特别是在加入世贸组织之后,中国厂商的国际化进程将大大加快。经营者必须具有跨文化理解或理解异文化的能力,才能够在“全球化”的环境下,使企业获得发展。

面对这一变迁,简单的以己度人式

的需求理解方式已经不够用了,以我们熟知的社会准则来判断他人的行为也已经不够用了。概括地说,单向度的思考模式已经不能够把握经营事态的快速变化。因此,商务活动必

须寻求新的理念,那就是:从对社会生活的挖掘中开拓市场,从对文化特质的理解中获取利润,从对各种社会规范的适应中求得发展。

所有这些使我们清醒地认识到,仅仅用经济的办法来处理商务活动已经远远不能适应时代的发展变迁,我们必

须寻求新的思维,从新思维中来获得新的理念和新的商务精神。由此,在经济学、管理学和社会学的融汇贯通中获得新的企业精神已经成为了越来越多跨国企业的选择。

在此过程中,社会学的学科精神、学术传统、知识体系对于商务活动者在

新环境下的能力提升,具有其他学科所不可替代的影响。

成功的商务活动无法回避文化的影响。社会学高度重视跨文化的理解 and 研究,不仅积累了这方面的大量知识,而且总结出了从事跨文化探讨和分析的方法和技巧。这正是中国企业在发展中需要充实的重要内容。

市场细分是商务活动的另外一个趋势,因此社会调查的重要性也日趋突出。社会学是最重视社会调查的学科,已经发展了一系列适用于不同环境条件的社会调查分析和资料处理方法。从日常观察,到高级的统计分析,在社会学中都得到有理论支持的系统运用。社会学的研究技术,对市场开发和市场分析等商务活动特别适用。

多重视角的研究、分析、判断能力,是当今商务活动者所需要具备的重要素质。社会学以特别宽容的精神对待不同视角的研究,使得这一学科的知识体系具有多重视角的特点。受过社会学学科训练的人,往往能够从多重视角的研究、分析、判断中获益。

社会文化的互渗和交流要求商务活动者具备综合和兼容的素质。社会学高度重视综合性研究,它关注社会生活的许多方面,并力求把各种社会因素联系起来考虑。当商务活动需要从丰富的社会生活中去发掘市场和商机时,社会学的知识背景和思维方式将提供最有力的帮助。社会学还兼容不同的思维层次,从社会哲学的抽象思考、到逻辑严谨的数学分析、到高度操作化的研究技术,在社会学的知识结构中都有其重要的地位。这种不同思维层次的系统训练,对于在商务活动中和各种有着不同思维特点的人交往、在商务活动中的分析、判断和想象力的发挥,至关重要。

栏目主持:汤应波 E-mail: tangyb@xindianzi.com



绘 / 张钢钢

社会变迁(social change)

一切社会现象发生变化的动态过程及其结果。社会变迁的内容:1、自然环境引起的社会变迁2、人口的变迁3、经济变迁4、社会结构的变迁5、社会价值观念和生活方式的变迁6、科学技术的变迁7、文化的变迁。

每一次社会变迁都会对商务活动形成冲击,商务机会或出现,或毁灭,或扩大,或缩小。因此,成功的商务活动其思维和行动必然紧随甚至领先社会的变迁。商务活动已经不再只是经济学、管理学的研究范畴,而是应该加入更多社会学的思维 and 意识。