

介紹一套好書

哈佛商業評論精華

林富松

臺灣由於經濟發展快速，國民生活水準不斷提高，貿易的成長更是驚人，根據資料顯示，民國六十七年的總貿易量已佔GNP的一一〇%，臺灣對貿易依賴度之高，於焉可見。對貿易依賴度大，伴隨而來的自然是管理及行銷方法的提倡，以及對管理人才與制度的重視。「管理」是一門與「人」有相當密切關係的學問。因此，不易建立一套放諸四海皆準的定論，這也是企業管理一直以個案分析為核心的主要原因。因為這種緣故，臺灣在管理及行銷方面的譯著，可謂如雨後春筍，使人眼花撩亂，不知如何選擇。在這些已出版大量管理專書中，不乏好的譯著，然而濫竽充數者亦比比皆是。筆者經過一番比較，發現絕大部份的管理專著（或翻譯），大都以闡述管理及基本方法為主，討論個案的著述或翻譯却付之闕如。

最近「普及出版社」出版了一套管理方面的新書，這套書（共三冊）取材自「哈佛商業

評論」之精華，並由研讀此門學科的研究生逐譯成中文，經過政大企管研究所教授司徒達賢博士精心核對原文，改正疏失，再經專習中文修辭之專家潤飾而成，態度十分謹慎，是一套值得信賴的好書。誠如司徒達賢博士所說，「哈佛商業評論」。是一份融合企管理論與實務的最具代表性刊物。該刊物在美國已風行數十年，不僅在企管階層擁有廣大的讀者，更是美國上層管理人員吸收管理新知的主要來源之一。在文化背景不同的情況下，吸收外國的新知是必須加以過濾的。這套書在翻譯之初便考慮到了我國的國情，因此所選出的三十篇文章，均是在此前提下安排逐譯的，所以必能滿足國內重視企業新知人士的要求。

第一集「哈佛商業評論精華」共收錄十篇文章，「產品與品牌」、「有效的企業管理」、「小廠商電腦化成本制度」、「理念的管理」、「中小企業的經營規劃」係屬概念及制度的闡述；「日本式經營法的啓示」、「科技發展的預測」、「你能分析這個問題嗎？」、「如何去分析一個問題」、「優秀的主管不作政策性的決策」均為相當實際的討論，而「分析問題的個案討論」更帶給讀者深刻的印象。

第二集亦共收錄十篇。「論中年的主管人員」所揭櫫的，乃是古今中外所共有的問題，一個人一旦步入中年，在事業上便不可避免地走下坡，對這個既平凡又嚴肅的問題，原作者有相當精闢的見解。「企業經理人員所需的知識」更是現代從事企管人士不可失之交臂的好文章。在面對瞬息萬變，波譎雲詭的商場，我們如果想建立應變的能力及信心，務必要有自己的一套學習計畫，「自我教育的方案」提供了頗為有效的方式。職業道德的問題一向受人們注意，在今日競爭益發激烈的企業環境裏，情況可能更尖銳化，「奎薩公司職業道德上的危機」一文，乃是根據實際情況撰寫的個案史，栩栩如生的描述，不僅刻劃出母子公司之間的窘境，亦提出許多寶貴的改善意見，談的雖是美國，仍值得我們借鏡。

林富松著

公開的 作家市場

定價55元

本書作者從本行——經濟的觀點，配合兩年的寫作經驗，極力呼籲作家主權的建立。

每一位愛好寫作的朋友，關心文運發展的筆耕者，均不可失之交臂。

七月末出書，本刊讀者八折優待。

照明出版社

■ 郵政劃撥：108948號

■ 電話：3036561
3036554

第三集共收錄九篇文章。第一篇「受過良好教育的管理者不一定有很卓越的表現」是一篇很有趣的分析，參考價值很高。「沒有計劃的陞遷制度」更是管理者的警鐘，從事管理者應一讀再讀。「三位一體的行銷學」發表時間雖早些，然而在觀念上仍是領先的，在該文中，作者強調一位行銷經理所扮演的角色是多重的，他必須同時是一位採購員、投資者及精打細算的商人。價格的訂定不僅影響銷路，更是利潤所攸關，「多階段的定價法」對各銷售階段之定價方式均有相當建設性的見解提出。最後二篇「拋開產品生命週期的觀念」及「善用產品生命週期」對於產品行銷策略的擬定，具有甚高的啟發性與參考性。

這套書在編輯上，已將理論性的文章與實務性的文章，平均勻佈在各集中，這種安排使讀者不致感到枯燥。至於這套書的需求者，可以涵蓋頗廣的範圍，高階層、中階層的管理人士固不可或缺，在學的學生更應仔細研讀。評論性的文章一向難讀，自然也難譯，普及出版社能使每篇文章達到如此的清晰度，實屬難能可貴。