

内蒙古大学满洲里学院（满洲里俄语职业学院）文库

基于管理视角的 印刷企业 核心竞争力培育

孙德忠 著



HEUP

哈尔滨工程大学出版社

本书受内蒙古大学满洲里学院(满洲里俄语职业学院)出版基金资助

基于管理视角的印刷企业 核心竞争力培育

孙德忠 著

HEUP 哈尔滨工程大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

基于管理视角的印刷企业核心竞争力培育/孙德忠著.
—哈尔滨:哈尔滨工程大学出版社,2015.4
ISBN 978-7-5661-1021-3

I. ①基… II. ①孙… III. ①印刷工业-工业企业-
核心竞争力-研究-中国 IV. ①F426.84

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 075011 号

出版发行 哈尔滨工程大学出版社
社 址 哈尔滨市南岗区东大直街 124 号
邮政编码 150001
发行电话 0451-82519328
传 真 0451-82519699
经 销 新华书店
印 刷 哈尔滨市石桥印务有限公司
开 本 787mm×1 092mm 1/16
印 张 10
字 数 262 千字
版 次 2015 年 6 月第 1 版
印 次 2015 年 6 月第 1 次印刷
定 价 28.00 元
<http://www.hrbeupress.com>
E-mail:heupress@hrbeu.edu.cn

编 委 会

编委会主任:李卫东

编委会成员(按姓氏笔划排列):

龙长海 孙德忠 李卫东

李加洞 梁 荣

李卫东

2015年9月30日

总 序

内蒙古大学满洲里学院是经内蒙古自治区人民政府批准,由内蒙古大学与满洲里市人民政府于2008年合作建设的一所全日制普通高等本科院校,是内蒙古大学的办学分支机构。目前学院共设有俄罗斯语言文学、汉语言文学、新闻与传媒学、对外汉语、金融学、国际经济与贸易、旅游管理、法律、行政管理和艺术设计等本科专业。满洲里俄语职业学院是经内蒙古自治区人民政府批准、教育部备案的一所公办全日制普通高等职业院校,与内蒙古大学满洲里学院共享师资,目前设有应用俄语、国际经济与贸易、金融管理与实务、报关与国际货运、旅游管理、酒店管理、涉外旅游、艺术设计和家具设计等高职专业。

满洲里学院坐落于中国最大陆路口岸——满洲里市,满洲里市北邻俄罗斯,西连蒙古国,素有“亚洲之窗”的美誉,是一座拥有百年历史的口岸名城,基于这一得天独厚的地缘优势,满洲里学院确立了“高起点、高质量、有特色、国际化”的办学方向,重点突出“国际化”的办学特色,优先发展俄罗斯语言文学、国际经济与贸易、旅游管理等与国际化密切相关的专业,全校学生实行英语+俄语的“双外语”教学,致力于培养适应国家向北开放战略需要的俄语专业人才和“俄语+专业”的应用型、复合型人才。学院积极探索与俄罗斯毗邻高校的合作交流模式,组织学生、选派教师到俄罗斯高校留学进修,着重开展留学生教育项目,招收俄罗斯和蒙古国学生到学院学习汉语。力争把学院打造成“中国人学习俄语的最大平台”和“俄罗斯人学习汉语的航空母舰”。

学院师资全部具有硕士以上学历,具有较为扎实的专业基础和科研潜质,在学院成立的短短几年内,科研工作快速启动并在论文、课题和专著等方面取得了较好的成绩。《内蒙古大学满洲里学院(满洲里俄语职业学院)文库》是学院于2015年开始启动的一项标志性出版工程,学院设立出版基金,每年扶植、资助本院优秀的学术著作和特色教材出版,旨在为学院科研工作提供一个学术成果展示的平台,引导和激励广大教师从事和热爱科研工作,培育和提高科研人员的科研意识和科研能力,在学院营造出良好的学术氛围,推动全院科研工作的进一步发展。

我们希望出版基金项目的实施,能够促使学院科研人员多出成果、出好成果,为推进学院科研水平的提高做出贡献。我们也相信经过若干年的努力,本套文库会越办越好,越办越精,并不断提升学院在学术界的影响和地位,其也会成为学院学术、科研历史发展与传承的见证。

李卫东

2015年3月20日

前言

中国印刷业的增长速度是全球其他国家和地区可望而不可即的,连年来持续保持2位数增长,发展速度明显超过了综合经济的发展速度。即便是在金融危机爆发以后,印刷行业所受影响也不是很大,全国印刷业总产值增长依然强劲,2013年我国印刷业首次突破1万亿元,达到10398.5亿元,比上一年增长9.3%,整体规模排在全球第二位,中国已成为全球印刷业发展最快的国家。

核心竞争力这一概念以及其作为企业竞争优势的源泉已被广泛接受,国内外在此领域的研究学者众多,成果颇多,但大多针对能源、制造等大行业展开研究。相对而言,印刷业只是一个小行业,目前国内外学者对印刷企业及其核心竞争力关注很少,相关研究成果非常少,因此难以对我国印刷企业的健康发展提供科学的指导。基于此,本书的研究旨在为中国印刷企业培育和提升核心竞争力提供理论和决策支持,在把中国印刷工业“做大”的同时实现“做强”,以促进中国成为世界印刷基地战略目标的实现。

本书以印刷业核心竞争力培育的国内外借鉴和全球印刷业发展现状为出发点,对全球印刷业的发展态势进行了研究,对美国、日本和欧洲各国印刷业的发展状况进行概述,对我国印刷业的特点、问题进行分析,并重点研究了我国印刷企业的管理需求。本书构建了印刷企业培育核心竞争力的“半人马”构型管理体系,这是本研究的重点及创新之处,其在界定我国印刷企业核心竞争力内涵与特征的基础上,分析了我国印刷企业核心竞争力的主要要素——技术、资金与管理,并通过对技术、资金的管理能力分解得到印刷企业核心竞争力的根本来源是管理能力的结论,在此基础上构建由目标管理竞争力子系统、知识管理竞争力子系统、价值链管理竞争力子系统与战略联盟管理竞争力子系统四部分组成的我国印刷企业核心竞争力管理体系,分析了管理体系与印刷企业核心竞争力的契合关系。

在自组织理论分析框架下,本书系统分析了印刷企业核心竞争力管理体系的自组织运行机理和自组织发展机理,对印刷企业核心竞争力管理体系的内在关系进行了验证,从管理视角对我国印刷企业的核心竞争力进行了评价,并从总体结果与分项结果两个方面分析我国印刷企业核心竞争力状况,以发现我国印刷企业核心竞争力培育的瓶颈之处。最后,基于管理视角提出了我国印刷企业培育核心竞争力的对策建议。本书分别从提升目标管理能力、知识管理能力、价值链管理能力、战略联盟管理能力的视角提出强化印刷企业核心竞争力管理体系的对策,建议印刷企业加强目标的制定与落实、知识的共享与创新、价值链的增值和战略联盟的构建,此外,还提出从增强管理体系的开放性、涨落、非线性、超循环能力和突变性等方面提高管理体系的自组织能力以提升印刷企业的核心竞争力。

本书是在本人博士论文的基础上修改而成,并得到内蒙古大学满洲里学院(满洲里俄语职业学院)出版基金项目的资助。首先,我要感谢导师徐建中教授,在先生的引领下,三年的博士学习不仅丰富了我的专业理论知识,也让我领悟到了许多做人的道理。感谢刘希

宋教授、梁静国教授、傅毓维教授、范德成教授、赵金楼教授、陈伟教授等老师,他们的宝贵意见,使我的论文得以顺利完成。还要特别感谢内蒙古大学满洲里学院(满洲里俄语职业学院)给我这次出版的机会,这是对我莫大的鼓励。在此,对本书成稿和出版给予帮助的所有个人或组织表示衷心感谢!

由于研究水平有限,书中难免存在不足之处,有些观点可能还比较肤浅,恳请读者和各位专家学者批评指正!

著 者

2014年12月

目 录

第1章 绪论	1
1.1 研究背景、目的及意义	1
1.2 国内外研究现状	6
1.3 研究思路与内容框架	13
1.4 研究方法	15
1.5 创新之处	15
第2章 相关理论综述	16
2.1 竞争理论	16
2.2 现代管理理论	20
2.3 自组织理论	27
2.4 本章小结	30
第3章 我国印刷企业现状与问题及需求分析	31
3.1 印刷业发展现状	31
3.2 我国印刷企业的特点与面临的主要问题	33
3.3 我国印刷企业发展的管理需求	42
3.4 本章小结	49
第4章 印刷企业核心竞争力管理体系构建	50
4.1 我国印刷企业核心竞争力的内涵与特征	50
4.2 我国印刷企业核心竞争力的构成要素	51
4.3 “半人马”构型的印刷企业核心竞争力管理体系构建	56
4.4 管理体系与印刷企业核心竞争力的契合关系	61
4.5 本章小结	63
第5章 印刷企业核心竞争力管理体系的自组织运行	64
5.1 印刷企业核心竞争力管理体系的耗散结构自组织运行条件	64
5.2 印刷企业核心竞争力管理体系的协同作用自组织运行机理	70
5.3 印刷企业核心竞争力管理体系运行的分形结果	79
5.4 本章小结	81
第6章 印刷企业核心竞争力管理体系的自组织发展	82
6.1 印刷企业核心竞争力管理体系的超循环演化	82
6.2 印刷企业核心竞争力管理体系的突变进化	89
6.3 印刷企业核心竞争力管理体系发展的混沌	95
6.4 本章小结	97
第7章 印刷企业核心竞争力管理体系内在关系的验证	98
7.1 结构方程模型概述	98
7.2 印刷企业核心竞争力管理体系内在关系验证指标体系设计	99

7.3	印刷企业核心竞争力管理体系内在关系的结构方程验证模型设计	103
7.4	印刷企业核心竞争力管理体系内在关系验证的实证分析	106
7.5	本章小结	112
第8章	印刷企业核心竞争力管理体系的绩效评价	113
8.1	投影寻踪评价方法概述	113
8.2	印刷企业核心竞争力管理体系绩效评价的目标与功能	115
8.3	印刷企业核心竞争力管理体系绩效评价指标体系构建	116
8.4	指标数据的预处理	116
8.5	印刷企业核心竞争力管理体系绩效的投影寻踪评价	117
8.6	本章小结	123
第9章	面向管理的我国印刷企业核心竞争力培育对策	124
9.1	目标的制定与落实是印刷企业培育核心竞争力的前提	124
9.2	知识的共享与创新是印刷企业培育核心竞争力的关键	127
9.3	价值链的增值是印刷企业培育核心竞争力的落脚点	129
9.4	战略联盟的构建是印刷企业培育核心竞争力的保障	130
9.5	管理体系的自组织是印刷企业获取持续竞争优势的源泉	132
9.6	本章小结	135
结论		136
附录A		138
附录B		140
参考文献		142

第1章 绪 论

1.1 研究背景、目的及意义

1.1.1 研究背景

1. 宏观层面

(1) 经济全球化

20 世纪末世界经济走向全球化,这一趋势不可逆转,它深刻地改变了经济运行的特点。经济全球化是生产和资本国际化不断深化,各国经济相互依赖、相互渗透日益加深,阻碍生产要素在全球自由流动的各种壁垒不断削弱的历史进程。一般认为,经济全球化是生产、金融、科技三个方面的全球化,生产的全球化是基础,金融、科技的全球化是生产全球化的延伸和必然结果。

①生产活动的全球化。跨国公司成为对外直接投资的主要载体,它们遍布全球的投资、生产活动使国际分工从传统的以资源为基础的垂直分工逐步演变为以现代工艺、技术为基础的水平分工。跨国公司在劳动力最便宜的地方生产零部件、在技术力量最雄厚的地方进行研究开发和创新、在离市场最近的地方组装并销售产品,通过生产的全球化以实现资源的最佳配置。

②国际贸易飞速发展,贸易壁垒不断降低。1997 年世界商品和服务额合计达到 6.7 万亿美元,2012 年全世界货物贸易总额已超过 18 万亿美元,加上服务贸易则超过 22 万亿美元。贸易自由化已由传统的商品扩展到技术、金融等服务贸易领域。全球化的资本市场趋于形成,时间、地域的限制已不能成为国际资本流动的障碍,资本在日趋全球化的金融市场上自由流动,流量大、速度快,全世界日货币交易量近 2 万亿元。中国的表现更为瞩目,其对外贸易额在自 2002 年开始的十年里,以每年超过 20% 的速度递增。2004 年增至 1 万亿美元,2007 年突破 2 万亿美元,2013 年首次超过 4 万亿美元。据 WTO 统计,2009 年中国的出口额超过德国跃居世界第一,至 2013 年连续 5 年稳坐全球最大出口国的交椅。

③区域集团化向纵深发展。目前,全球 146 个国家和地区参加了各种形式的 23 个区域性经济集团。这些集团的经济合作向更广泛、更紧密和更高层次发展,出现了一些新特点,突破了区域性经济集团只能由经济发展水平相近的国家组成的传统观念。

全球化使经济过程已经不再局限于一国范围之内,而是形成“无国界的经济实体”。在企业之间、企业集团之间,竞争和合作、交流和限制并存,从而形成错综复杂的局面。我国印刷企业要想在全球竞争的市场上立足,就必须树立起全球经营、全球竞争的战略意识。

(2) 经济知识化

知识经济化使经济活动对知识的依赖不断加深,经济系统日益知识化。主要表现在生产的日常进行已经离不开知识资源的参与,知识成为又一大生产要素,知识资本的作用日益重要;公司拥有自己的核心知识是提高竞争力的唯一途径,知识战略和知识策略的选择适当与否成为决定公司是否能够长期生存与发展最关键的因素;对国家而言,知识资源

与知识增长是决定其经济系统未来走势和命运的关键。

经济全球化与经济知识化是一个互动加速的过程。在这个过程中,知识与经济日渐融合在一起,知识在经济中的地位越来越强,知识最终将成为最重要的生产要素和企业的第一资源。在这样的背景下,知识已不仅仅是一种信息,一种答疑解惑的工具,而更多地表现为资本,一种不仅能驾驭资本而且能产生价值的知识资本;在这样的背景下,知识资本和资本相互影响,从本质上改变了传统资本的内涵和结构,这必然要求建立与其适应的管理模式,以推动企业再造;在这样的背景下,知识资本的管理必将成为企业管理的重点,创造、培养知识资本也将成为管理的主要职能,工业经济时代偏重实物资本的企业管理模式正被扬弃,知识管理、知识资本管理和运营等全新的管理理论和方法正不断地被更多的企业研究和运用。

2. 中观层面

(1) 行业内印刷企业增多,印刷业产值迅速增长

中国印刷业的增长速度是全球其他国家和地区可望而不可即的,多年来经济增速基本超过10%,持续保持2位数增长,印刷业的发展速度明显超过了综合经济的发展速度。近年来,中国印刷业一直保持着持续、稳定、健康发展的良好态势。即便是在金融危机爆发以后,印刷行业所受影响也不是很大,2010年我国印刷业的产值达到7 706.5亿元。2011年达到8 677.13亿元。2012年达到9 510.13亿元。2014年中国(上海)国际印刷周公布我国印刷业发展的最新统计数据显示,2013年,我国印刷业总产值首次突破1万亿元,达到10 398.5亿元,比上年增长9.3%,整体规模排在第二位;全国共有印刷企业10.5万家,从业人员341.5万人,全行业资产总额10 624.7亿元,利润总额796.2亿元,对外加工贸易额837.5亿元。

以湖北省为例,截至2013年底,湖北省共计有印刷企业6 433家。其中,出版物印刷企业为306家,包装装潢印刷企业为606家,排版、制版、装订专项企业为82家,专营数字印刷企业有7家,其他印刷品印刷企业有1 752家,此外,复印、影印、打字单位3 680家,从业人员总计为10万多人。2013年,湖北省印刷企业(包含复印、影印、打字单位)共实现工业总产值318亿元,全年的销售收入达到317.8亿元,年税金为5.02亿元,全年利润总额为19.01亿元,全年资产总额达22.09亿元,全年负债总额28.82亿元,已建成印前、印中、印后及印刷耗材设备供应服务等相对完备的产业体系。

并非是印刷大省的四川省,2014年共有印刷企业3 348家,其中,出版物印刷企业198家,排版、制版、装订专项企业38家,内部资料性出版物印刷企业165家,包装装潢印刷品印刷企业1 164家,其他印刷品印刷企业1 780家,专营(兼营)数字印刷企业3家。2013年全省印刷企业共有从业人员117 481人,同比增长4.71%;资产总额374.79亿元,同比增长7.80%;全年印刷工业总产值370.96亿元,同比增长10.89%;实现利润39.93亿元,同比增长38.50%;营业税金及附加6.23亿元,同比增长7.05%;销售收入373.66亿元,同比减少4.13%;工业增加值85.72亿元,同比减少36.36%;工业总产出326.05亿元,同比增长4.91%。

除印刷总量保持较快增长外,产业布局和产业结构也进一步优化,绿色环保和数字印刷也获得较快发展。从产业区域来看,我国中部地区承接产业转移成效明显,2011年到2013年,山西、安徽、江西、河南、湖北、湖南6省印刷产值由1 094亿元增长到1 538亿元,平均增长率为20%;从产业结构来看,在出版物稳定增长的基础上,包装装潢印刷产值保持

快速增长,2013 年产值达 7 742 亿元。从环保举措来看,2013 年全国 43 家印刷企业获得中央文化产业发展专项资金共计 2.765 亿元的绿色印刷扶持,据估算,这至少带动了社会 50 亿元的绿色印刷投资。此外,数字印刷发展模式的探索可圈可点。2013 年我国数字印刷实现产值 103 亿元,比上一年增长 63%,占印刷总产值的比重首次达到 1%。全国共有专营和兼营数字印刷企业 2 488 家,数字印刷生产设备 7 715 台(套),均比上一年增长两倍多。

虽然 2013 年我国印刷产业增长 9.3%,增速首次从 2 位数回落到 1 位数,较前些年增速有所放缓,但仍高于国民经济的增长速度,而且发展模式上也不断优化,中国印刷业保持了稳中有进、提质增效、绿色发展,中国依然是全球印刷业发展最快的国家。

(2) 印刷业遭遇诸多挑战

作为资讯和传播业的重要一环,印刷业将不可避免地面临重大的挑战和转型的契机。如何把握契机,迎接挑战,将成为 21 世纪中国印刷业的战略抉择。

①生产效率方面:2013 年美国印刷产业总产值为 1 593.46 亿美元,共有印刷企业 45 596 家,从业人数 922 571 人,企业平均产值为 349.5 万美元,人均产值 172 719.5 美元。2013 年我国印刷业总产值为 10 398.5 亿元人民币,共有印刷企业 10.5 万家,从业人员 341.5 万人,企业平均产值为 990 万元人民币,人均产值 30.5 万元人民币。2013 年人民币对美元平均汇率 6.193 2,我们依此进行换算,得出我国 2013 年印刷总产值为 1 679 亿美元,企业平均产值为 159.9 万美元,人均产值为 4.925 万美元。

通过对两国数据进行比对,可知美国印刷产业的企业平均产值约是我国的 2.2 倍,人均产值约是我国的 3.5 倍,如图 1.1 所示。可见虽然两国的总产值相近,但在印刷产业的生产效率上存在巨大的差距。

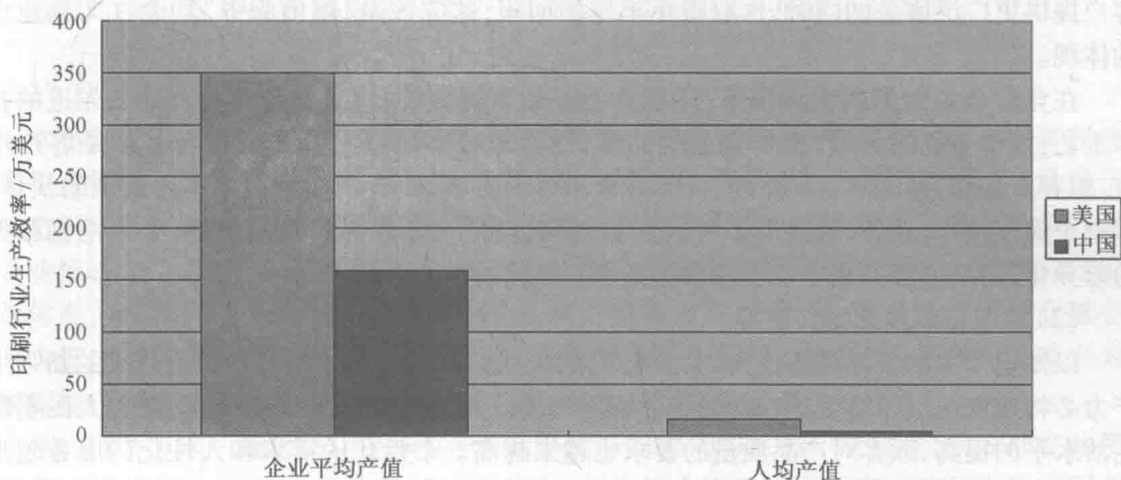


图 1.1 2013 年中国与美国印刷产业数据对比图

②技术方面:自从 1984 年 DTP(桌面出版系统)出现以后,印前的技术逐步从模拟化走向数字化,特别是 CTP(计算机直接制版)技术于 1995 年推向商业化以及 PDF(便携式文档格式)的推行,使得印前工艺的数字流程得以实现。同期出现的调频加网制版技术、数码打样和稍后出现的软打样,在流程整合和工艺提升上起了很大的推动作用。在印刷工艺上,色彩管理系统、高精度印刷、原色印刷以及数字印刷提升了印刷质量,扩展了产品的多样

化。喷胶、选择性装订与邮寄系统等印后技术的发展使 CIP4(计算机整合生产技术)从理论变成现实。此外,传输技术、防伪设计、射频技术和数字资产管理等都是印刷业的必经之路。如果要与世界接轨,中国的印刷业必须在短期内武装自己,紧随高科技的发展。

③设备方面:目前,无论是书刊印刷企业、商业印刷企业还是包装印刷企业,使用全数字流程的少之又少,这妨碍了与世界的对接。20 世纪 90 年代以来,我国进口和自产了大量的单张纸印刷机,问题是未能发挥设备的效能和产能,还要面对更新和升级。商业轮转设备和大型凹印设备的产能落后,对开拓大批量印件不利。数字印刷与柔性版印刷属于起步阶段,与欧美的差距大约有十年。

④人才方面:印刷业缺乏几方面的人才,包括具有国际视野和全局观念的高层管理人员、对新技术熟悉的营销人员、研发和 IT 人员、高级财务人员、技术人员和精通外语的人才。印刷与其他行业一样,要做大做强,走向国际,必须要有大量的精干人才。

⑤布局方面:印刷业目前遭遇三个不平衡——市场不平衡、产业规模不平衡和地域分布不平衡。中国的印刷企业过度集中在包装印刷,杂志和商业印刷滞后于经济的发展,书刊印刷数十年停滞不前。据有关方面的统计,中国的印刷企业以中小企业为主,具有规模的大型企业不多。此外,我国的印刷业高度集中在沿海经济区,幅员辽阔的内陆相当薄弱,地域分布结构有待调整。

3. 微观层面

(1) 企业越来越注重增值服务

印刷市场的竞争日益激烈,可以说已到了白热化程度。增值服务就是跳出传统经营理念,在蓝海开拓一席之地,扩大市场占有率的一个重要途径。越来越多的客户期待印刷企业和自己的业务轻松而完美地整合在一起,要求印刷企业功能要更加丰富,印刷企业在为客户提供更广泛服务的同时,也取得更丰厚的回报,这应该是“增值服务”理念在印刷业中的体现。

在竞争日益激烈的大环境下,印刷企业开始重视宣传自己,宣传企业有什么先进的技术工艺,宣传企业的业绩,宣传企业的品牌,然而最根本的就是宣传的内容必须是客户所需,想客户所想,替客户解决难题,为客户拿出好的方案,使自身成为客户不可或缺的伙伴。印刷企业在技术、设备、价格等多种因素相近的情况下,要发挥自身的优势,必须挖掘服务的差异化,而增值服务是企业实现市场竞争差异化的重要措施。

(2) 管理变革理念受到重视

以知识为主的新经济正成为 21 世纪发展的主流,以信息技术等高科技为代表的新兴生产力必将改变包括印刷企业在内的企业管理环境。首先是顾客要求的变化,随着人民物质生活水平的提高,顾客对产品质量的要求也越来越高。个性化的需求和人性化的服务越来越多,多品种、少批量已成为包装印刷的发展趋势。与此同时,由于行业投资门槛不高,以及前些年“要想发,搞印刷”错误观念的影响,一大批直接印刷、数字印刷、按需印刷等印务公司相继成立,顾客的选择达到前所未有的宽度。其次是随着买方市场的形成,市场竞争的加剧,印刷质量的概念在不断深化,质量管理被提到一个全新的高度。印刷质量管理不仅包括通常意义上的印刷品,诸如套准、色彩等实物质量的管理,还包括交货时间、服务水平等抽象质量管理。

结合以上印刷企业管理环境的变化以及行业自身特点,印刷企业管理正面临着以下几种发展趋势:管理观念从传统型向发展型转变;管理对象从有形生产要素为主转向无形生

产要素为主;管理方式由传统管理转向集成管理;企业战略从注重经济目标转向注重社会目标,实现双重目标统一;组织模式由纵向层次结构为主转向横向结构为主;效益增长方式从规模型、质量型效益增长方式转变为速度型效益增长方式。

(3) 相关企业间合作意识加强

近年来,印刷企业间的合作越来越频繁,几乎每个企业都会有几家业务互补、分工协作、紧密联系的同行兼伙伴,但是这种合作更多是小范围的基于浅层次的需要而展开的,显然还在初级阶段,但随着市场竞争的日趋激烈,合作与联盟已经成为印刷企业的必然选择,并不再依靠和停留于经理人的灵机一动或自然形成的分工协作,而是开展一种有经济理论依据、有组织、有约束、大范围、更深入的“大协作”,即企业间的战略合作。这种合作包括三种形式:

①共同合作,走向国际,向海外要订单。目前中国有大量的中小型印刷企业,通过多年的积累,已经有了很多配套齐全的国际先进印前、印中和印后设备,以及人才和经验,这些企业通过一些行业协会或者强势机构战略性组织到一起,到海外市场统一接单,这已成为一种很好的印刷企业间的合作方式。

②印刷企业间的合作以及印刷企业和上下游的合作。条件比较成熟的企业,开始考虑和上下游客户的联合,减缓印刷企业之间的恶性竞争,合作方式一般是相互参股或业务资源上的战略合作。而印刷企业间的合作则表现为共同服务另一个终端客户等。

③合作营救中小企业。我国印刷业的重要组成部分是75%的国有和民营中小企业,还有20%的微型企业,而大型企业只占5%。目前的合作方式是有实力的大型企业尽量把眼光投向海外,去广阔的国际市场竞争,把国内市场留给中小企业,如从国外寻找到活源,也会把小企业有机地组织起来生产。

通过这些方式,中国印刷企业实现了“大合作”,也推动了印刷业的大发展。

1.1.2 研究目的及意义

本书研究的目的是通过构建印刷企业核心竞争力的管理体系,根据自组织原理研究核心竞争力管理体系内部各子系统的运行机理和发展机理,并通过实证研究的方法测量各子系统之间的影响关系,从而为印刷企业核心竞争力的培育提供对策与建议;在自组织的印刷企业核心竞争力运行机理的基础上,构建基于管理视角的我国印刷企业核心竞争力评价指标体系,并运用科学的方法对我国印刷企业核心竞争力进行评价。而分析印刷企业核心竞争力管理体系的运行机理与发展机理,评价我国印刷企业核心竞争力,并在此基础上为我国印刷企业核心竞争力培育提供对策与建议是本书研究的根本目的。

核心竞争力这一概念以及它作为企业竞争优势的源泉均已被广泛接受,国内外在此领域的研究学者众多,成果颇多,但大多针对能源、制造等大行业展开研究,相对而言,印刷业只是一个小行业,国内外学者对印刷企业及其核心竞争力培育关注很少,相关研究成果非常少,这难以对我国印刷企业的健康发展提供科学的指导。因此,探讨如何培育和提升我国印刷企业的核心竞争力具有较强的理论和现实意义,是一项值得我们着力探索的课题,其理论与现实意义主要体现在以下几个方面:

(1)本书为核心竞争力的培育提供了一个管理视角,对印刷企业培育与提升核心竞争力具有重要的参考借鉴意义。

(2)本书将自组织理论引入印刷企业核心竞争力管理体系的研究,对于理解印刷企业

核心竞争力的运行与发展具有重要的理论指导意义。

(3)本书建立了科学的管理视角下的印刷企业核心竞争力评价指标体系,并选用合理的评价方法对其进行实证研究,对于我国印刷企业核心竞争力的研究具有重要的决策借鉴意义。

1.2 国内外研究现状

1.2.1 自组织研究现状

目前,自组织理论主要包括耗散结构理论、超循环理论、突变论、协同学、分形与混沌等六大理论学派。在对自组织理论研究的过程中,国内外学者多是在自然科学领域运用自组织理论去诠释和解决自然科学问题,这里包括了出版《看得见的手》的美国学者钱德勒,出版《协同学》的德国学者赫尔曼·哈肯,出版《耗散结构论》的普里高津,出版《自组织的宇宙观》的美国学者埃里克·詹奇等。近年来,部分国内外学者开始将有关的自组织理论应用于社会和经济系统的研究。

1. 自组织国外研究现状

霍兰(1986)将有关理论创造性地应用于社会和经济领域,以经济系统为研究对象提出复杂适应系统(CAS)理论,指出作为系统组成部分的“要素”是具有适应能力的“个体”或“主体”。而且正是主体的“适应性造就了系统的复杂性”,或者说系统的整体性主要来源于系统内个体间的“主动的适应性”,是在要素间的相互适应和制约的自组织中呈现的。

曼德勒罗(1996)运用混沌经济学对美国棉花价格进行了研究。他收集了美国自1900年以来60多年的棉花价格资料,当他通过计算机对棉花价格数据进行精细分析时,他发现从正态分布观点看反常的数据,从标度观点看却出现了对策性。每个特殊价格的变化是偶然的和不可预测的,但变化的序列却与标度无关。每天价格变化大的曲线与每月价格变化曲线惊人的吻合。在大量不规则的棉花价格数据中隐藏着一种难以想象的次序。

杰克布斯·简在其著作《经济的本质》(2000)中认为人类社会的经济运行模式类同于自然的生态系统,在一国一地区的经济与一个生态体系之间有着相当大的相似性。经济的发展并不在于数量上的扩大,质方面的多样化和专门化更加重要,这恰是与生命体系的发展一模一样。同样,经济发展取决于所谓共同发展,也就是说要有一个普遍发展环境,这也是与生态发展的道理一样。

波图格利在《自组织与城市》(2001)中将城市看作是自组织的一个典范,认为城市系统本身具有自我结构化的力量,会随着时间的演变成具有组织的结构形态,并致力于建设一个基于自组织理论的新的城市理论。

克鲁格曼在其著作《自组织的经济》(1996)一书中,提出了一些空间经济的自组织模型,探讨经济在一定的时间和空间中组织自我的方式。他以对厂商之间的向心力和离心力及其相互作用的分析为基础,建立起多中心城市的空间自组织模型——边缘城市模型。通过对黑箱内部的动态演变机制的深入分析,从更为基本的考察中导出空间集聚的自我强化特性,向人们勾画出一个随时间发展的滚动雪球。

2. 自组织国内研究现状

20世纪90年代以来,国内学者逐步引入系统科学的新成果将经济系统作为复杂系统进行相关的研究。

1981年,我国著名科学家钱学森教授提出三个崭新的科学技术大部门:系统科学、思维科学和人体科学,并通过对这三个领域做出的大量创新性工作,于20世纪80年代末总结和提炼出“开放的复杂巨系统”的概念,从系统观的角度揭示了现代科学技术发展的整体状况,建立起一个开发复杂的“现代科学技术体系”。

成思危教授在1999年的香山学术会议上指出:复杂科学是20世纪80年代国外有些学者提出的,主要是指研究复杂性和复杂系统的科学。近些年来,结合自组织理论,国内学者在经济增长理论、经济系统对称性的分析、教育经济效益分析、经济系统多因子模型分析、人力资源经济等方面都进行了研究。

1990年,姜璐、时龙等在承担国家自然科学基金委员会资助“自组织管理理论及其在大型企业经营环境研究中的应用”项目中,比较系统地将自组织理论应用于企业管理领域,就自组织理论与一般管理理论相区别,对管理系统、预测、决策控制分别进行了分析。所以我们认为自组织管理理论不仅是一种新的管理思想,而且也是一种具体的管理技术,特别是可以利用自组织管理理论来讨论某一类系统演化的定性问题,从而根据系统的特点进行管理、控制,使之按照我们的要求运动。

陈克文(1996)提出高技术产业区的形成和发展,除政府采取优惠政策,并得到高等院校和科研单位的支持外,主要决定于系统的自组织机制,包括自扩散机制、自繁殖机制、自适应机制和自稳定机制。

成思危(2000)认为自组织理论等复杂科学的应用前景广阔,如提高决策的有效性、组织的演化、管理的变化、合作与竞争、灾难的预防、技术创新等,并对复杂科学在管理中的应用研究提出了许多原则性的方向和建议。

刘兴国(2002)认为企业与企业事实上都具有分形的有关特性,即具有开放性、对称与自相似性以及非平衡有序性等特征。

苏小康(2002)根据耗散结构理论自组织建模原理,考虑区域人口的相互迁移作用,尝试建立了城市区域人口动态演化自组织模型,并对模式的解法及典型计算结果进行了讨论,在长沙市对模型进行了实际应用,模拟预测了长沙市未来百年9个区域人口动态演化情景。

廖忠祥(2003)运用自组织理论从风险型中小企业的外部环境和系统内部要素协同统一的角度来剖析它的多元化行为,并从决策、生产、财务、营销、技术和人力资源管理等方面分析了各要素对其多元化经营的影响。

靳涛(2003)分析了浙江民营企业在自我发展的过程中,通过竞争和协同会自发形成与市场体制适应的组织形式,这种有效的市场组织形式可以明确表述为一种柔性组织和模糊契约,通过两者的有效结合,使浙江民企获取了强大的竞争力。

赵玉林(2004)运用自组织理论,主要是耗散结构理论,探索了高技术产业开发区的演化机制,认为高技术产业化是高技术成果系统向产业系统演化的自组织过程。

刘洪(2005)研究了经济混沌及其在管理中的应用,研究了企业系统演化的模式以及不同模式相互之间的转化问题,动荡变化的环境条件下企业的组织、计划和控制以及混沌学理论在投资领域的预测等问题。

井然哲(2006)运用自组织理论分析了企业集群和谐发展的条件和过程,对企业集群和谐发展的机理进行了讨论。

袁晓劭(2006)运用自组织思想与科学发展观研究了城市系统的自组织运行机制与自

组织演化过程,对于理解城市系统的复杂性与解释城市的蔓延现象具有重要的意义。

周密(2007)通过建立商业银行金融创新系统,明确其内部构成要素、目标、特征和结构、边界、功能等,运用自组织思想研究商业银行创新运作的过程及创新系统的演化机制。

1.2.2 核心竞争力研究现状

1. 核心竞争力国外研究现状

普拉哈拉德和哈默尔(1990)通过对世界500强中部分机械与电子企业的实证研究,在《哈佛商业评论》上发表了《公司的核心竞争力》一文,首次提出了企业核心竞争力的概念。他们认为,企业核心竞争力又称核心能力,是企业内的一种积累性的学识,特别是关于如何协调不同生产技能和有机结合各种技术流派的学识,其主要包括三个层次的内涵:“组织中的积累性学识或学说,特别是如何协调不同的生产技能和有机结合多种技术流派的学识或知识”“它是关于工作的组织和价值的传递”“核心竞争力是交流、介入和跨越组织边界的深入工作”。

普拉哈拉德与哈默尔(1994)在进一步描述核心竞争力时提出了一个非常形象的“树形”理论:将一家多元化经营的企业比作一棵大树,核心产品是树干,业务单位是树枝、树叶,果实是顾客所需要的最终产品,提供养分、维系生命、稳固树身的根就是核心竞争力。核心竞争力实际上是隐含在核心产品里面的知识、技术或他们的集合,突出表现在如何协调纷繁复杂的生产技能和融合多种技术潮流。

在《竞争大未来》一书中,哈默尔和普拉哈拉德(2004)将核心竞争力的竞争分为四个层次:开发与获取构成核心竞争力的技能和技术之争;整合核心竞争力之争;核心产品份额之争;扩大最终产品份额之争。

梅约和厄特巴克(1998)把企业核心竞争力分解为四个维度:产品技术能力、对用户需求的理解能力、分销渠道能力以及制造能力。他们发现了企业核心竞争力和市场绩效之间的因果关系,并发现企业所面临的市场竞争状况对其因果关系能够产生影响。

巴顿(2006)认为,企业核心竞争力是使企业独具特色并为企业带来竞争优势的企业专有知识和信息,是企业所拥有的提供竞争优势的知识体系。它包括四个维度:技巧和知识基础、技术系统、管理系统、价值观系统,这四个维度之间存在着较强的相互作用。

克里斯汀·奥利弗(2007)强调资源和能力对企业获取高额利润回报率和持续市场竞争优势的作用。

库姆斯(2008)认为企业核心竞争力包括企业的技术能力以及将技术能力予以有效结合的组织能力。企业核心竞争力既具有技术特性,又具有组织特性,它包括企业的技术专长和有效配置这些专长的组织能力。

另外,麦肯锡管理咨询公司根据自己的长期实践经验总结的概念则更具指导性:核心竞争力是群体或团队中根深蒂固的、相互弥补的一系列技能和知识的组合,借助该能力,能够按世界一流水平实施一到多项核心流程。

国外学者关于核心竞争力的主要理论见表1.1。