



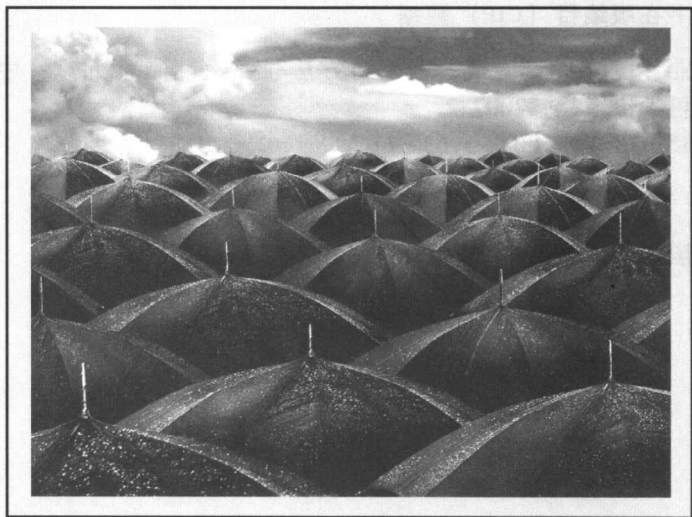
METHOD & THEORY

企业环境分析与调适 ——理论与方法



赵锡斌 著

中国社会科学出版社
CHINA SOCIAL SCIENCES PRESS



METHOD & THEORY

企业环境分析与调适 ——理论与方法



赵锡斌 著

中国社会科学出版社
CHINA SOCIAL SCIENCES PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

企业环境分析与调适: 理论与方法/赵锡斌著. —北京: 中国社会科学出版社, 2007. 2

ISBN 978 - 7 - 5004 - 5963 - 7

I. 企… II. 赵… III. 企业管理—研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 020196 号

策划编辑 冯 斌
责任编辑 刘其昌
责任校对 周 昊
封面设计 曙光皓缘
版式设计 戴 宽

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010—84029450 (邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 华审印刷厂

装 订 广增装订厂

版 次 2007 年 2 月第 1 版

印 次 2007 年 2 月第 1 次印刷

开 本 880 × 1230 1/32

印 张 7.25

插 页 2

字 数 220 千字

定 价 20.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究



赵锡斌，1948年生，男，湖北省鄂州市人，武汉大学经济与管理学院（原商学院）教授、博士生导师。主要从事企业环境研究和宏观经济管理理论与政策分析的教学和研究工作。

目 录

前 言	(1)
1. 导论	(6)
1.1 企业环境理论研究的意义	(7)
1.2 企业环境理论的研究对象	(12)
1.3 企业环境理论研究的基本内容体系	(18)
1.4 企业环境理论研究与其他相关学科的联系与区别	(20)
2. 企业环境理论的产生及研究进展	(25)
2.1 企业环境理论的产生与发展	(25)
2.2 对迄今企业环境理论研究的简要评论	(49)
3. 企业环境分析理论基础	(56)
3.1 几个核心的概念	(56)
3.2 对企业环境的重新定义	(62)
3.3 企业环境系统的构成	(71)
3.4 关于企业环境的研究边界问题	(76)

4. 企业环境的一般特征与中国特征	(86)
4.1 对现有企业环境特征分析的简要评介	(86)
4.2 企业环境的一般特征：非均衡性	(89)
4.3 认识环境非均衡性的理论和实践意义	(101)
4.4 关于企业环境的中国特色问题	(108)
5. 企业与环境相互作用机理	(113)
5.1 问题的提出	(113)
5.2 企业与环境相互作用的传导机制	(119)
5.3 企业与环境的互动机理分析	(131)
6. 企业与环境关系理论整合	(137)
6.1 企业与环境关系的理论回顾	(137)
6.2 企业与环境关系理论的整合	(143)
6.3 企业环境与企业绩效	(151)
7. 企业环境分析与评价	(157)
7.1 企业环境分析的常用方法	(157)
7.2 对现有环境分析方法的评论	(167)
7.3 补充观点	(171)
8. 企业环境的调适方法	(182)
8.1 企业环境调适的基本问题	(182)
8.2 企业环境调适的主要内容及方法	(187)
8.3 企业环境调适的速度与时机	(198)
8.4 企业环境创新	(201)

8.5 企业环境调适的能力分析	(208)
参考文献	(217)
后 记	(227)

前 言

谨呈在读者面前的这部拙作，从酝酿到成书，整整花了 16 个年头！

还在 1990 年，我就萌生了研究企业环境的想法。因为，1988 年夏秋期间，我国出现了一种历史上罕见的奇特现象：抢购风潮骤起、通货膨胀率急速攀升、商品价格越涨越抢。因此，一方面企业日夜赶产，包括印钞机也可能日夜不停地运转致使币纸也供给短缺。另一方面，商场却无货上架，甚至出现“休市”的情况，购买者是“一货难求”！这种经济现象，从某种意义上讲，对企业是一种难得的好机遇。但从宏观上看，它对经济、社会等各方面产生了非常不利的影响。所以，在 1988 年冬季，国家采取了“治理整顿、深化改革”的一系列果断措施。主要目的是抑制通货膨胀、调整产业结构和产品结构，把不适当下放的权力收回来。结果，通货膨胀和抢购之风很快得到抑制。但同时也随之出现了“市场疲软”。不断降低利率的结果使银行存款不降反升，反复降低商品价格的结果使商品销售量不升反降。于是，在企业界，乐观者喊出了“市场疲软我不软”的顽强口号！悲观者则哀叹：“经济大萧条已经来临！”“周期定律！周期定律！”与此同时，一些企业在困境中发展壮大，而另一些企业则在逆境中死亡！

这种严酷的现实，以及笔者多年的工作实践经历和在高校从事宏观和微观管理两个层面的教学与科研的心得体会，使我深深感到环境对企业的重要影响以及企业适应或控制环境的重要性。于是，就萌生了对企业环境问题进行研究的兴趣。并利用 1993 年在加拿大拉瓦尔大学管理学院进行项目合作研究的机会，留意收集西方学者对企业环境方面的研究文献，以致乘机回国时“行李”超重。

但随后发生的一系列重大变化，如我国 MBA 教育试点工作中，率先引入了市场机制，使试点院校直面市场激烈竞争的挑战；不久是管理学院与经济学院、旅游学院合并为商学院；紧接着又是武汉大学与武汉水利电力大学、武汉测绘科技大学、湖北医科大学合并，要我去学校研究生院主持工作。如此这般，几乎耗尽了我所有的时间和精力！不得不将研究企业环境的问题丢在一边，致使本书直到现在才得以面世。

本书针对目前理论界和企业界较普遍地存在着的“环境决定论”、“不可控论”、“无能为力论”、“被动适应论”等理论认识偏差和实践行为偏差，以及由此而产生的消极影响，试图以科学发展观和认识论为指导，从系统环境观的视角，利用管理学、经济学、社会学、政治学、组织行为学以及决策科学和生物与生态学等方面的研究成果，较全面地对企业环境和企业与环境关系的理论及其在企业管理实践中的具体分析与应用问题，进行了较系统的探讨。企盼能初步建立起具有自身特色的企业环境分析的理论与方法体系框架，改变迄今为止对企业环境的一些理论认识和研究范式。同时也希望能为企业提高决策水平和管理效率，提高企业适应环境、影响或控制环境、创造环境的能力，从而提高企业绩效，有所帮助。由于对 MBA、EMBA 教育有着特殊而深厚的情感，因此，本书也希望能为 MBA 和 EMBA 学员的学习与思

考提供一种新的视野。

值得一提的是，本书既着重理论分析而又明显地蕴含着实际应用；针对现实实际情况而写又未写具体实际案例。这与目前很多管理方面的论著有所不同。其原因主要是出于三点考虑：一是目前对管理的基本理论问题研究不足，而太多地热衷于管理“实务”或具体案例方面的经验性介绍与分析。虽然这些自然是非常重要的，但由于环境的不同，不同国家、不同地区、不同行业的企业之间，甚至同一国家、同一地区、同一行业的企业之间，情况千差万别，加之环境的变化速度日益加快，大有迅雷不及掩耳之势。因此，某一企业成功的做法或案例，复制到另一个企业就未必成功，甚至可能是导致失败的重要原因。即使是同一企业，昨天的成功做法，今天也未必有效，未来则更可能完全无用。因此，本书既着重针对实际进行理论上的一般概括，又着力使理论分析隐含实践应用或现实意义上的意蕴，以留给读者更多更大的思维空间，唯恐因受某一事例的误导而妨碍丰富的想象力和创造精神。二是世间万事万物，无奇不有。你可能找出任何事例说明任何观点，也可能列举无数事实表述不同的看法。因此，虽然理论一定要、也一定是来源于实践，才能指导实践，但实践毕竟不是理论，实践也不能替代理论。因此，本书中，即使是对实践应用问题的研究，也未做案例分析，也未举实例说明，也未反映实证研究，只是根据实践而提供一般的方法或思路。三是研究一个问题，提出一种理论，出版一部著作，着实不易。如果其中所举案例或实例随着环境的变化而失去意义；如果所涉及的企业今日的辉煌反成为明日的失败！或今日失败的企业明日又东山再起而成为耀眼明珠！当这种情况发生后，我们又当如何？恐怕只能是：过去说的不算数，咱们重新再说吧！虽然这也有部分道理，因为，环境是动态变化的，没有一种普遍适用的最佳管理方法或

管理经验。管理理论也是环境的产物，随着环境的变化，需要不断地总结，发展原有的理论，总结出新的理论。但作为理论，又应该具有其科学性和相对稳定性，即使是社会科学也当如此。如果理论也“朝令夕改”，或者是像“初一、十五的月亮”，势必又会导致实践中的混乱。

应该说，本书还只是尝试性、探索性的。虽然提出了系统环境观的概念，对企业环境的定义、企业环境系统的构成做出了新的解释，并提出了企业环境的研究对象；引入均衡与非均衡的概念，从新的视角，对企业环境一般特征和中国企业环境特征、企业与环境互动关系及传导机制、企业环境的分析与评价以及企业环境调适方法等进行了初步探索；尝试将企业环境纳入内生性分析，并对企业环境与企业决策、企业环境与企业绩效之间的内在联系进行了研究；提出了“适应性调适”和“控制性调适”两种企业对环境进行调适的方法，并具体分析两种环境调适方法的实现途径；提出了企业环境创新的概念，对环境创新的主体和环境创新的路径进行了讨论。如此等等。但在研究和写作的过程中，笔者才深知，企业环境这一似乎是耳濡目染、妇孺皆知的日常话题，深入探究起来，却是博大精深，可以说是有无尽的难解之谜。以致美国著名的社会学和管理学家理查德·H. 霍尔（Richard H. Hall, 2002）提醒说：把对企业环境的分析变成分析问题的焦点是有风险的！因此，对该选题的研究，我一直是诚惶诚恐，也深感自己的学识和能力的不足，大有书到用时方恨少之感慨！也因如此，本书中定有许多纰漏，诚望各路专家、同仁、朋友们，不吝赐教。

“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索”，这是古人的教导。虽然企业环境研究来源于实践，是企业管理实践的需要。但企图建立具有自身特色的企业环境研究的理论与方法体系，并能指导实

践，说时容易做时难！可能还有很长的路要走，还有许多问题有待进一步深化研究。而本书所做的一些初步探讨，如能被认为是引玉之砖，我会感到万分慰藉。

作 者

2006 年 11 月 于武昌珞珈山

1. 导 论

加雷思·琼斯（Gareth R. Jones, 2000）等人^①在《当代管理学》一书中，将管理理论的演进划分为科学管理理论、行政管理理论、行为管理理论、管理科学理论、组织环境理论。

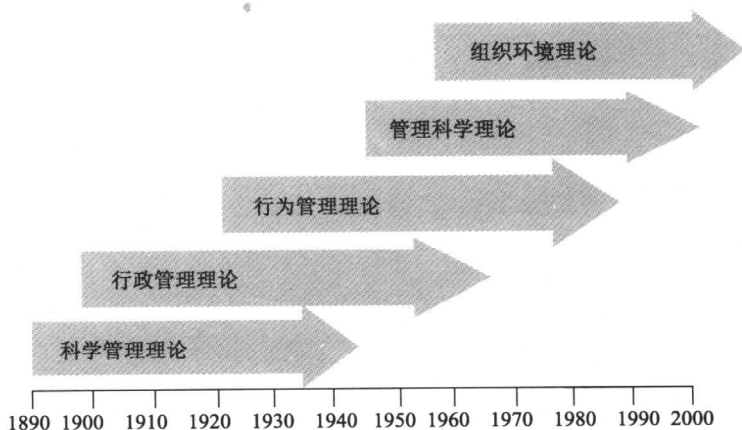


图 1.1 管理理论的演变

资料来源：加雷思·琼斯等著：《当代管理学》（第二版），人民邮电出版社 2003 年版，第 28 页。

^① 加雷思·琼斯、珍妮弗·乔治、查尔斯·希尔著：《当代管理学》，李建伟、严勇、周晖等译，人民邮电出版社 2003 年版，第 28—40 页。

理理论、行为管理理论、管理科学理论和组织环境理论^①等五个阶段。并认为“组织环境理论的出现，是管理思想发展史中的一个里程碑”。见图 1.1 所示。

应该说，近百年来，理论界对企业环境问题的研究日益关注，并已经取得了丰硕的成果。企业界在实践中也越来越重视环境变化及其应对问题的探索，积累了不少实践经验。但尽管如此，关于企业环境的理论和方法的研究迄今似乎还未形成具有自身特色的体系，也尚未发现将企业环境作为研究对象进行专门的系统研究。

本章根据管理理论的发展和企业管理实践的需要，着重就企业环境理论的研究对象及内容体系问题，进行专门的讨论。

1.1 企业环境理论研究的意义

1.1.1 管理实践需要研究企业环境

随着我国经济体制改革的深化，市场机制在资源配置中已越来越发挥着基础性作用。而经济全球化、竞争国际化和信息技术的发展，更进一步加剧了企业环境的动态性、复杂性和不确定性。对企业而言，竞争对手、竞争范围、竞争规则、竞争形式等都发生了巨大变化，环境对企业发展的影响日益增大，给企业的选择产生了越来越大的压力。正如管理学大师德鲁克（Peter Drucker）^② 所描述的：对“那些拥有多年成功经验的大公司而

① 在现有文献中，主要有“企业环境”和“组织环境”两种提法。应该说，“组织”这一概念，较之“企业”这一概念具有更广泛的含义。在本书中，我们视两者为同一概念。

② P. 德鲁克等著：《未来的管理》，李小刚译，四川人民出版社 2000 年版，第 2 页。

言,‘去做什么’正日益成为挑战性的中心。突降的灾难已经不再令人惊讶,一家昨日尚且如日中天的超级巨星公司,一日之内也许会发现自已僵化腐朽,陷于绝境又难以自拔。这种情况也绝不仅仅限于美国,从日本到德国,从芬兰到法国,以至意大利、瑞典,类似的事件人们已习以为常。而在商业系统以外的政府机关、医院、博物馆、工会组织以及教堂中也不乏其例”。

这种压力的来源,主要表现在以下几个方面:^①

(1) 市场的承载力。或者说是市场所能容纳的商品量。如果市场对商品的需求是无限的,或者是在“短缺经济”条件下,市场是一种卖方市场,企业所生产的产品,都能在市场上顺利地实现其价值,那么,企业选择就不存在困难。但是,随着市场经济的发展和国内外市场竞争格局以及消费者购买行为的变化,我国“过剩经济”的特征已非常明显,买方市场已经基本形成。一种产品或服务进入市场后,很快就达到饱和或过剩。即使某种产品制造得无可挑剔,也可能仍卖不出去。因此,产品的生命周期大大缩短了。于是,企业原有的产品生产能力大于市场容量,因而企业很快又面临着重新选择产品及市场定位的压力。

(2) 竞争对手的威胁。入世后,企业的竞争对手也发生了重大变化。不仅要与国内企业竞争,而且要与外国强大的企业直接竞争,争夺有限市场,使国内市场也国际化、白热化了。在这种竞争态势中,各竞争对手均不断变换或调整竞争策略,寻求竞争优势,哪一个企业都不能说是稳操胜券,是最终的赢家。大企业可能受到小企业的挑战,强可能变弱,弱可能变强;领先企业可能面临跟随企业赶超的压力,而跟随企业则可能有被淘汰出局的

^① 参见赵锡斌、夏频著:《动态环境中企业选择的压力及对策》,载《江汉论坛》2004年第5期。

危险。如此等等，使每个企业都面对着竞争对手的现实或潜在的威胁。

(3) 资源获取。资源是一个广义的概念，既包括自然资源、技术资源、人力资源、金融资源、信息资源，也包括客户（消费者）等资源；既包括有形资源，也包括无形资源。企业可获取的资源状况，决定了企业的生存和发展状况。但资源是稀缺的，并不是企业想要什么资源就可轻易获得的，否则企业也就不存在选择的压力。因此，对稀缺资源的争夺，已成为企业生存和发展的首要。而资源的稀缺性、市场性和流动性，决定了企业难以获取所需的全部资源，这就制约了企业的发展，甚至可能因不能获取某些资源或某些资源得而复失，导致企业的生存危机。因此，如何在激烈的市场竞争环境中不断获取企业所需资源，形成资源占有优势，保持企业的可持续发展，是企业的持久性压力。

(4) 组织惯性。企业是一种经济组织，其组织结构一旦设计出来，便具有规范性、一致性、稳定性、连续性、重复性、可靠性和可控性等基本特征。这对于初创期的企业，或对处于相对稳定的环境中的企业而言，无疑是有利的。即使是在动态的环境中，尤其是大企业或老牌企业，组织惯性对抵御环境的不确定性、减轻企业选择的压力、增强企业内部员工及利益相关者的信心等方面，也是有积极意义的。大企业 and 老牌企业比小企业或新企业的死亡率低，就是一个证明。但组织惯性也存在一个限度，过度的组织惯性力量可能会导致组织僵化、缺乏灵活性，影响组织把握机遇的能力。当环境的变化使企业原有组织结构与环境之间出现严重的非均衡或性质上的不相容时，组织的惯性力量可能也就是葬送企业的力量。因此，在我国经济体制、政治体制、企业体制改革不断深化，企业环境（包括外部环境和内部环境）剧烈变化的情况下，企业如何与时俱进，调整组织结构，克服组织

惯性的消极影响，提高组织的决策与控制效率，始终是企业需要面对的问题。

因此，如何认识和把握环境，进行科学决策，是我国企业管理实践中迫切需要解决的难题。

因此，以科学发展观和认识论为指导，立足中国实际，深入研究企业环境理论及分析方法，研究企业与环境调适的路径，对提升企业的决策与执行能力、适应和控制环境的能力、市场竞争能力等方面，均具有重要的理论研究价值和现实指导意义。

1.1.2 管理理论创新

目前理论界和企业界在企业环境的问题上，较普遍地存在着理论认识偏差和实践偏差。如环境的“不可控论”的观点、企业对环境变化“无能为力”的观点以及“被动适应”环境的观点等。由此也导致了企业实践活动中的误区，如政府依赖等。这些理论认识和实践行为，都会影响企业的主动性和创造性，不利于企业的发展。正如亨利·明茨伯格（Henry Mintzberg, 2001）^①所说：“现在，领导和组织变得从属于外部环境了”，“变成了一种被动的因素”。环境似乎成了企业的“铁笼子”。

而遗憾的是，迄今为止，国内外学者对企业环境的理论研究还明显滞后。现有对企业环境的研究，多分散在组织理论、战略管理、市场营销、财务管理、人力资源管理等各分支学科之中，且是为特定的功能性管理服务的，尚未建立起具有自身特色的理

^① 亨利·明茨伯格等著：《战略历程：纵览战略管理学派》，刘瑞红、徐佳宾、郭武文译，机械工业出版社2002年版，第195页。