



中 / 国 / 管 / 理 / 理 / 论 / 前 / 沿 / 系 / 列

马 璐 / 著

企业能力提升 及其影响效应研究

Research of Enterprise Capability
Development and Influence

本书从外部战略风险以及组织学习视角分析企业动态能力的演化机制，从企业文化视角探讨企业创新能力的提升，并从企业信息化视角分析企业技术创新能力的发展

结合隐性知识创新以及人力资源开发的双重角度剖析企业核心竞争力的发展路径

从实证角度检验了企业网络能力对企业创新绩效的影响效应、企业社会关系网络对新企业成长的影响作用、企业动态能力对产业竞争力以及高新技术企业成长的作用机制



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



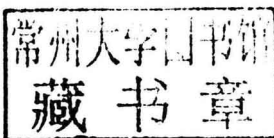
中 / 国 / 管 / 理 / 理 / 论 / 前 / 沿 / 系 / 列

马 璐 / 著

本书由广西科技大学工商管理博士点建设基金资助

企业能力提升 及其影响效应研究

Research of Enterprise Capability
Development and Influence



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

企业能力提升及其影响效应研究/马璐著. —北京: 经济管理出版社, 2016. 12
ISBN 978-7-5096-4814-8

I. ①企… II. ①马… III. ①企业管理—研究 IV. ①F272

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 298807 号

组稿编辑: 胡 茜

责任编辑: 任爱清

责任印制: 司东翔

责任校对: 王淑卿

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京玺诚印务有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm × 1000mm/16

印 张: 24

字 数: 369 千字

版 次: 2018 年 6 月第 1 版 2018 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-4814-8

定 价: 69.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

前 言

企业能力是指企业在生产、技术、销售、管理和资金等方面力量的总和。企业的竞争力来源于企业的组织能力，而组织能力只能依靠企业在市场竞争中的学习获得，积累相关的知识和能力并将其嵌入企业组织中，主要体现在企业的运作程序上。企业组织能力分为三种：技术能力、功能性能力（产品开发能力、生产能力、营销能力）和管理能力。

无论企业处于产业价值链中的何种位置，其组织能力都体现在管理能力、功能性能力和技术能力的合理组合和系统化配置上。同时，企业是在特定的环境中运作的，它既需要上、下游的生产配套，又需要相关研究开发、营销、金融、人力资源、管理咨询等一系列支撑性服务。通过将企业的内部组织能力和外部环境联系在一起，我们能更全面地理解影响企业竞争力的系统要素。树立这种企业能力观，可以使我们更加明确企业竞争力的来源，更好地理解企业能力的形成过程和演进路径，也可以避免简单地将企业的核心竞争力理解为可以迅速从外部获得的、可以一蹴而就而且一劳永逸的某种东西。

由于企业获得能力的产业环境、制度环境和文化环境各不相同，企业的能力组合也不尽相同。我国大多数企业并未处于技术发展的前沿，而且参与市场竞争的时间比较短，这决定了其能力建设的先后顺序应该是“先管理能力，而后功能性能力，最后技术能力”。因为只有在通过运用有效的管理策略和功能性能力获得市场生存机会后，企业才能逐步建立起技术能力，特别是进行原创性技术创新的能力。在管理能力方面，要求企业家和高层管理团队具有发现市场机会和形成合理战略的能力，同时具备有效执行战略的能力，能够将包括投入要素、生产手段、市场策略、产业机会等多种资源有效地整合在一起，从而建立起企业稳定盈利的基础。

能力是指运用、转换与整合资源的能耐，是资产、人员和组织投入产出过程的复杂结合，表现在整合一组资源以完成任务或者从事经营活动的有效性和效率。因此，这种利益观念重在资源间的整合，通过这种整合可以有效地发挥资源的作用，所以，能力往往包含着各种无形资源与有形资源彼此之间的复杂互动。

但是资源不等于能力。虽然资源有重要价值，但仍然不是能力，如某一物流企业拥有为数众多的仓库和配送中心，而另一家物流企业仅有几个仓库和配送中心，但是这家物流公司有强大的物流信息系统作为支持，在这种情况下就不能贸然断定拥有众多仓库和配送中心的物流公司的服务能力要强于另外一家。

能力理论管理学家克里斯蒂森指出，“就本身而言，资源几乎没有生产能力。能力是生产活动要求资源进行组合和协调而产生的”。在现实中有不少物流企业存在这样一种状况，企业资金实力雄厚、人才充足、技术设备一流，但是企业经营业绩不佳，其原因不在于资源而在于企业缺乏运作资源的能力，缺乏将资源有效整合在一起为企业利润做贡献的能力。但是需要注意的是，虽然资源本身不是能力，但是拥有优势资源的确能够给企业带来较强的市场竞争优势。

本书共包括十二章，第一章为导言，主要是概括性地介绍企业能力的重要影响作用及其发展。第二章为企业网络能力构建研究：基于组织学习视角，从组织学习的视角进行模型分析。第三章为基于外部战略风险视角的企业动态能力演化研究，从风险的角度找到提升企业动态能力的研究策略。第四章和第三章一样同为研究企业动态能力的演化，以组织学习为视角。第五章为企业文化对企业创新能力的影响研究，找到企业文化和企业创新能力的关系是本章的重点。第六章为广西企业信息化与技术创新能力，重点研究了广西企业的发展状况并提出了可行性建议。第七章为隐性知识创新与企业核心竞争能力提升的关系研究，找出提升企业核心竞争力的隐性知识创新策略。第八章和第七章同样关注企业核心竞争力的发展，第八章为核心竞争力视角下中小企业人力资源开发研究。第九章和第十章研究了网络能力对企业成长与绩效的重要影响，构建了社会关系网络与新企业成长关系的模型。第十一章为基于动态能力的广西汽车产业竞争力研究，找出了广西汽车行业辉

煌的原因和未来发展的对策与建议。第十二章则研究了高新技术企业的成长机制,运用案例分析的方法找出其影响因素。

本书首先在对企业能力整体进行深入剖析的基础上,分析了管理者对于企业运行与公司发展的重要意义,然后重点研究了企业能力的内在驱动机制。对处于不同产业的不同价值链环节的企业来讲,其组织能力的构成与组合会有所不同,这导致企业具有不同的综合性组织能力。这种嵌于企业组织中、能给企业带来持久竞争优势的综合性组织能力就是核心能力(核心竞争力)。因而,研究企业核心竞争力问题,最重要的是从企业组织能力的角度去考察企业的竞争力。这样,我们会建立一种动态的、系统的思维方式和分析框架,从而认识到企业的组织能力内生于企业内部,必须通过持续的积累来建立。这样一种企业能力观,主要包括以下内容:①学习和积累的观念。企业组织能力建设的过程是一个“干中学”的过程,无论是企业管理能力的提高,还是功能性能力的加强、技术性能力的获得,都必须在市场竞争中边干边学。②主体和主动的观念。企业能力建设的途径是在市场竞争中不断学习,这种学习必须有明确的目的和强烈的激励。企业能力建设就是企业在竞争压力下主动建构起组织能力的过程,特别是企业大规模的研究开发投入是其技术能力提升的基础。对此,本书构建了多个模型进行了研究分析。

目 录

第一章 导言	1
第二章 企业网络能力构建研究：基于组织学习视角	3
第一节 引言	3
第二节 理论基础	4
第三节 组织学习与企业网络能力关系及其模型构建	8
第四节 实证检验与结果分析	17
第五节 结语及展望	26
第三章 基于外部战略风险视角的企业动态能力演化研究	29
第一节 问题提出	29
第二节 理论基础	30
第三节 企业外部战略风险分析	34
第四节 企业动态能力及其演化分析	39
第五节 外部战略风险与企业动态能力的演化	44
第六节 基于外部战略风险视角的企业动态能力提升策略	51
第七节 结语及展望	55
第四章 基于组织学习的企业动态能力演化研究	57
第一节 问题提出	57
第二节 理论基础	58
第三节 组织学习及其过程分析	62
第四节 企业动态能力的提升机制	66

第五节	组织学习与企业动态能力的关系分析	72
第六节	基于组织学习视角的企业动态能力提升策略	78
第七节	结语及展望	82
第五章	企业文化对企业创新能力的影响研究	85
第一节	引言	85
第二节	企业文化及自主创新的理论基础	86
第三节	企业文化与企业创新能力的关系分析	92
第四节	实证研究与结果讨论	100
第五节	结语及展望	106
第六章	广西企业信息化与技术创新能力	109
第一节	问题提出	109
第二节	企业信息化与技术创新的相关理论基础	110
第三节	广西企业信息化建设与技术创新现状分析	115
第四节	广西企业信息化与技术创新能力互动关系分析	129
第五节	实证检验与结果讨论	134
第六节	结语及展望	144
第七章	隐性知识创新与企业核心竞争能力提升的关系研究	147
第一节	问题提出	147
第二节	相关理论基础	149
第三节	隐性知识创新与核心竞争力提升的关系模型构建 及假设提出	156
第四节	实证研究	160
第五节	统计检验的方法和程序	162
第六节	提升企业核心竞争力的隐性知识创新策略	179
第七节	结语及展望	185
第八章	核心竞争力视角下中小企业人力资源开发研究	189
第一节	引言	189

第二节	相关理论基础	190
第三节	中小企业人力资源开发现状与问题分析	194
第四节	中小企业人力资源开发与核心竞争力发展的关系分析	204
第五节	中小企业人力资源开发的模型	211
第六节	中小企业人力资源开发的原则与对策	218
第七节	结语及展望	225
第九章	企业网络能力对创新绩效的影响研究	227
第一节	引言	227
第二节	相关理论基础	232
第三节	企业网络能力与创新绩效的关系机制	237
第四节	实证分析与检验	241
第五节	结语及展望	247
第十章	基于社会关系网络的新企业成长	251
第一节	引言	251
第二节	社会关系网络与企业成长相关理论基础	256
第三节	新企业社会关系网络分析	260
第四节	社会关系网络与新企业成长关系模型构建	264
第五节	实证研究过程设计与数据收集	269
第六节	结语及展望	283
第十一章	基于动态能力的广西汽车产业竞争力研究	287
第一节	问题提出	287
第二节	基于动态能力的汽车产业竞争力模型构建	289
第三节	基于动态能力的汽车产业竞争力评价体系构建	296
第四节	广西汽车产业竞争力实证研究	304
第五节	基于动态能力视角的广西汽车产业竞争力提升对策 与建议	314
第六节	结语及展望	317

第十二章 动态能力视角下高新技术企业成长机制研究	319
第一节 引言	319
第二节 动态能力与企业成长相关理论基础	320
第三节 高新技术企业及其成长的知识特性	325
第四节 动态能力与高新技术企业成长关系分析	329
第五节 高新技术企业动态能力的影响因素	335
第六节 案例分析	343
第七节 结语及展望	352
参考文献	355
后 记	371

第一章 导言

企业能力理论作为近几十年来的理论研究热点而受到关注，大致可分为四大流派，即资源基础论、核心能力论、知识基础论和动态能力论，其中资源基础论是企业能力理论研究的一个热点，动态能力论则是近些年企业能力理论研究的前沿。

经过大量文献总结，企业能力理论研究的核心是从投入要素角度来解释企业竞争优势的获取、巩固与提升。由于研究者对投入要素理解的角度不同，因此才形成了企业能力理论的资源基础论、核心能力论、知识基础论和动态能力论四大流派。资源基础论与核心能力论都是基于企业内部变量的静态分析，资源基础论强调投入要素的禀赋，核心能力论更加关注要素的联结和运用方式，但并没有超越资源基础论，只是更强调能力的独特性、稀缺性和不可模仿性。知识基础论是从知识的角度，认为不同企业之间知识创造和利用机制的不对称性产生了绩效差异。动态能力论则将静态分析转向动态分析，把能力提升从一次性获取转化为持续取得，持续培育、改进和重构企业的异质性能力。企业能力的四大流派从根本上改变了企业是市场机制的替代物的传统观点。

在经济高速发展的今天，企业面临的经营环境越来越具有不确定性，企业越来越需要提升自己的能力来获取持续竞争优势。在此环境下，企业也越来越需要通过组织学习、树立企业文化等方式来提高企业的核心竞争力、创新能力以及动态能力，从而维持或提升竞争优势。通过对企业能力理论的研究，本书做出相关研究，主要目的在于研究企业能力提升的影响效应，帮助企业提升核心竞争力。

第二章 企业网络能力构建研究： 基于组织学习视角

第一节 引言

随着经济一体化程度的不断深化，企业内外部环境都发生了较大变化，企业凭借自身获取持续竞争优势的年代已不复存在，处于网络经济时代的企业，其各项活动都在一定程度上嵌入纷繁复杂的网络中，企业与各利益关联方（如供应商、顾客以及竞争对手等外部组织）正在从单一的直线连接关系发展成为多组织间相互依存的网络关系，网络已经成为企业获取竞争优势的来源。因此，这就需要企业变被动为主动，努力构建企业网络能力，通过寻求和运用网络资源实现企业绩效的提升。

然而，在动态环境下，企业所面临的市场、技术和信息等因素具有高度的不确定性，企业要想构建网络能力，就需要提高学习能力，将企业自身的“干中学”发展到网络中的“互相学”，增强企业应变复杂环境的能力，提升企业的持续竞争力。企业持续竞争的优势在于核心能力，核心能力的关键在于知识，知识的关键在于能够不断地更新和获取，在激烈的竞争中获取知识的更好办法是通过企业网络进行组织间的学习。

基于以上原因，本书将组织学习作为企业网络能力构建的重要影响因素之一引入企业网络能力的构建中，企业在“互相学”的过程中，增强企业适应网络环境的能力，应对市场、技术和信息等不确定性因素（赵爽，2009）。

国内外学者对企业网络能力和组织学习已有一定的研究，但是对这两者

的关系,国内外学者涉及较少。本书在回顾已有重要研究成果的基础上,对企业网络能力与组织学习做了相关性研究,使这两者的理论体系更加完善。同时,国内学者对企业网络能力构建的研究刚刚起步,还没有比较成熟的理论体系,本书借鉴国内外的研究,将组织学习作为企业构建网络能力的影响因素,进一步延伸国内对企业网络能力构建路径的相关研究。

企业网络化的发展能够提升企业竞争力,实现企业竞争从单个企业之间的竞争转向企业网络之间的竞合关系。而处在知识经济时代的企业,财富的来源基于知识,学习和应用知识的能力成为支持经济不断发展的动力。因此,在合作中通过学习掌握信息资源,提高企业应对动态环境的能力,已经成为提升企业竞争力的有效方式。

然而企业怎样通过发展自身的组织学习能力来帮助企业应对纷繁复杂的环境变化,本书认为其关键在于提升企业网络能力,即在企业中通过组织学习来提升企业网络能力,最终获得并维持企业竞争优势。文章试图研究组织学习对企业网络能力构建的具体作用,为企业构建网络能力提供必要的路径参考(赵爽,2009)。

第二节 理论基础

一、企业知识理论

企业知识理论是企业在同行业竞争中,探寻如何获得相对竞争优势产生的,该理论解释了企业能够拥有竞争优势并获得超过本行业正常利润的原因(周杰等,2013)。奥地利经济学家弗里德里希·奥古斯特·冯·哈耶克(Friedrich August Von Hayek, 1899 ~ 1992)首次将知识与经济问题联系起来,他认为社会中的经济问题是如何利用知识的问题(Hayek, 1945)。企业知识理论提出知识是企业最重要的资源,认为企业的知识存量是企业竞争优势的源泉,企业的知识存量及其知识结构决定了企业构建和保持竞争优势的能力(马璐,2004)。同时,企业是更好地创造和共享知识资本和建立知识库的载体,企业绩效的差异源于创造和利用社会资本能力的不同(张洁梅,

2009)。

20 世纪 80 年代，管理学界的学者们从知识特性角度而非从传统观点的交易成本角度对“企业本质是什么”这一核心问题提出了新的见解，认为企业本质上是企业自主学习、创新知识，构建动态的、共享的知识系统的过程。企业通过将所积累的新知识融入企业现有组织文化中，形成企业核心刚性（余光胜，2005）。

根据企业知识表达的难易程度为标准，可以将其分为显性知识和隐性知识两大类。前者是指不易表述清楚、隐含于行动中的内容，它取决于个人和组织特有的体验、直觉和洞察力；后者是指可以通过对话、文字、图像、表格等形式明确表述的内容。将奥地利心理学家西格蒙德·弗洛伊德（Sigmund Freud, 1856 ~ 1939）的冰山理论应用到企业知识上，我们可以得到企业知识冰山理论。企业的隐性知识远远大于其显性知识，可以被转换的隐性知识也仅占企业全部隐性知识的一小部分（王润良等，2001）。隐性知识的多少预示着企业知识库储备水平的高低，企业可以通过内部开发、市场契约购买和企业合作等方式获取企业隐性知识。

以企业知识的所有者为标准，可以将其分为三个部分：个体知识、团体知识和组织知识。个体知识是团体知识和组织知识形成的最初来源，通过对个体知识的整合可以形成团体知识。团体知识又分为个体显性知识和个体隐性知识。个体显性知识的整合可以通过对话、文字、图像、表格等形式明确表述，而个体隐性知识的整合就相对困难一些，其可以通过编码化或通过模仿和交流使其转化为团体的隐性知识。通常显性知识的共享容易一些，隐性知识的共享就要通过合作研究和战略联盟等方式来实现。同样，通过对不同团队知识的整合，可以形成组织知识。组织知识又分为组织内知识和组织间知识。组织内知识是组织内各团体成员通过知识共享，形成的组织规则、程序、惯例和共同行为准则中的一种特殊记忆；组织间知识是不同企业之间的各团体成员通过知识共享和内化创新等有效互动实现知识跨企业边界的流动。

二、技术创新理论

20 世纪初，美籍奥地利人，当代西方著名经济学家约瑟夫·阿洛伊斯·

熊彼特 (Joseph Alois Schumpeter, 1883 ~ 1950) 在《经济发展理论》一书中首次提出了“创新”理论, 文中阐述了创新的三大内容: ①创新的内涵。熊彼特认为创新是生产要素和生产条件的重新组合, 通过引起技术体系变革获得超额利润的过程, 具体可以通过改变新产品、新生产方法、新市场、新供应源和新组织五种情形实现。②创新与发明的关系。熊彼特从经济学的角度界定了创新与发明的关系, 他提出发明是发现新工具或新方法, 是对知识的创新; 创新则是对新工具或新方法加以应用, 赋予发明的商业作用。③创新与企业家的关系。熊彼特在书中指出了企业家必须具备以下三个条件: 其一, 要有发现企业潜在利润增长点的能力; 其二, 要有敢冒风险的精神, 风险爱好者相比较风险规避者, 更适合创新型企业的发展; 其三, 要有领导组织、创新能力, 关键是要能推动企业创新, 带来利润。由此看来创新是企业家的基本职能, 是企业和企业家的常规行为 (约瑟夫, 1997)。

20 世纪 50 年代, 熊彼特创新理论随着第三次科技革命的开始, 逐渐为人们重视, 并且众多学者在此基础上提出技术创新理论。技术创新理论共有两个研究方向, 一个是 Edward Mansfield、Bill Kirk Wilkins 等学者形成的技术创新经济学派, 又称新熊彼特主义, 他们从技术的角度研究技术创新开始, 探究其与市场的关系; 另一个是 Lance Davis 和 Doug 等形成的制度创新经济学派, 他们将熊彼特的创新理论与制度学紧密结合起来进行研究 (徐金金、雷茜, 2009)。

学者们从不同的角度对技术创新下了定义: 从行为集合的角度出发, 1962 年, 由伊诺思 (S. L. Enos) 首次明确地定义了技术创新的概念, 他认为技术创新是筛选发明成果、规划成本投入、组建组织结构、规划发展、招募人员和开辟市场等行为并且作用于企业的综合结果; 美国经济学家曼斯菲尔德与厄特巴克均认为技术创新是一种新产品或新发明首次为社会应用, 厄特巴克按照发生的先后次序, 将创新过程分为思维创新、攻克技术难点、产品商业价值的实现及扩散三个阶段 (William, 1993); 弗里曼教授将新产品具体分为引进的新产品、工艺中所包含的技术、设计、生产、财政、管理和市场活动等诸多方面; 迈尔斯和马奎斯认为技术创新源于新观念和新概念, 企业在不断的发现问题、解决问题的过程中, 使具有经济价值和社会价值的新项目最终实现商业价值的复杂活动过程; 正如我国陈昌曙教授认为的技术

创新是企业遵守市场规律，在组织内部开展的、开发应用企业先进科技成果的，最终使之商业化的过程。

三、企业动态能力理论

20 世纪末，Prahalad 和 Hamel 发表了《企业核心能力》一文，此后，核心能力理论得到了飞速的发展，文中提出核心能力是企业可持续发展的关键之处，此外，该理论认为企业生产的核心产品可以体现出该企业生产技能水平，以及和企业各技术流有机结合的水平（Prahalad and Hamel, 1990）。随着企业所处大环境的变化，Barton 于 1992 年提出了核心能力具有核心刚性，这就推动了企业动态能力理论的研究与发展。

动态能力具有复杂性和隐秘性，其最初被学者们定义为难以观察到的过程，后来具体解释为根植于组织运行过程中的企业能力（王铁骊，2011；高阳、王铁骊，2007）。美国经济学家大卫·蒂斯（David Teece）等 1994 年提出一个全面的动态能力概念，他强调动态是指企业为了迎合商业运行环境的需要而对自身已有能力的重新整合、调整与构建，而能力是恰当地调整和整合组织内外的技能、资源和功能，从而满足变革环境的需要，因此动态能力即为企业快速适应环境变化的能力。Kathleen（1988）与 Zott（1997）将动态能力理解为可识别的明确的惯例，他们认为每个企业在一定时期内的资源配置都是可以改变、转变和保持的，动态能力正是指导企业资源构建发展的常规程序。Subba 和 Narasimha（2001）认为动态能力能为企业带来多元化业务的知识特性。董俊武、陈成红等（2004）认为企业动态能力是企业维持在维持现有竞争优势的同时，还能培养竞争能力的企业技术知识的集合。1997 年大卫·蒂斯等从组织过程、位置以及发展路径三大关键因素入手，提出动态能力分析框架（Teece et al., 1997）。其中，组织过程是企业通过整合、学习和重构的三个过程，是逐步实现对企业惯例、行为与学习、行动战略规划模式的识别；位置是通过了解企业特定资产在产业链中的位置来掌握企业目前战略态势及与供应商、客户间的关系；发展路径是企业识别未来可能战略选择。

动态能力是指导企业资源构建及其正常开展生产经营活动等一系列常规程序的能力，最终是在指导企业运营过程中带来绩效提升。Zott 研究表明，