



旭日管理文库 XURI GUANLI WENKU

企业管理研究 新进展

Qiye Guanli Yanjiu

Xin Jinzhan

戴昌钧
孙明贵
主编



上海三联书店



旭日管理文库

企业管理研究 新进展

Qiye Guanli Yanjiu
Xin Jinzhan

戴昌钧
孙明贵
主编



上海三联书店

图书在版编目(CIP)数据

企业管理研究新进展/戴昌钧,孙明贵主编. —上海:上海三联书店,2005.4

(旭日管理文库)

ISBN 7-5426-2063-0

I. 企... II. 戴... III. 企业管理—研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 021521 号

企业管理研究新进展

主 编 / 戴昌钧 孙明贵

责任编辑 / 王秦伟

装帧设计 / 范峤青

监 制 / 林信忠

责任校对 / 张大伟

出版发行 / 上海三联书店

(200031)中国上海市乌鲁木齐南路 396 弄 10 号

<http://www.sanlian.com>

E-mail: shsanlian@yahoo.com.cn

印 刷 / 上海市印刷四厂有限公司

版 次 / 2005 年 4 月第 1 版

印 次 / 2005 年 4 月第 1 次印刷

开 本 / 787×1092 1/16

字 数 / 600 千字

印 张 / 36

ISBN 7-5426-2063-0

F·425 定价:55.00 元

序

1951年东华大学创建于上海,前身是华东纺织工学院,1985年更名为中国纺织大学,1999年更名为东华大学。东华大学是教育部直属的全国重点大学,国家“211工程”重点建设的高等院校,全国首批具有学士、硕士和博士三级学位授予权的单位。

东华大学旭日工商管理学院是东华大学下属二级学院,学院坐落于上海西部东华大学延安西路校区。学院拥有管理科学与工程一级学科博士点;产业经济、国际贸易、企业管理和管理科学与工程4个硕士点以及工商管理(MBA)、工程硕士2个专业硕士点;同时还有9个本科专业。学院建有企业文化与战略、人力资源管理、财务管理、信息管理 etc 学科研究基地、东华—IBM电子商务研究基地以及博士生研究基地、硕士生创新创业研究基地和本科生科技发展中心。

学院经过量的规模发展,目前已进入以质的提升为特征的全面发展阶段,广大教师在科研方面取得了可喜的成果。学院以“旭日管理文库”形式建立起学院的学术阵地,这里有论文集、专著、精品教材和译著,并在此基础上打造“旭日管理文库”品牌。

本论文集首版主要分为三种,凝聚了我校教师在工商管理、应用经济学、管理科学与工程等三大学科中的研究成果。目的在于以文库形式保留这方面的研究成果,使之在以后的教学与科研中发挥作用;同时与国内外兄弟院校交流,构架海内外学术研究网络。在此我诚恳希望各位同仁不吝指教!

厉无畏
2005年春节

前 言

改革开放以来,中国经济取得了举世瞩目的成就。中国经济的快速增长得益于改革开放的基本国策,得益于以经济建设为中心的基本路线,得益于市场经济体制的建立和完善,得益于一系列富有成效的宏观财政、税收、投资等经济政策的推动。但是,宏观经济的持续增长和繁荣归根结底离不开作为微观基础的企业的迅速崛起和竞争力的不断增强。毋庸置疑,中国经济发展的一个重要亮点就是涌现了像海尔、联想等一批有竞争力的企业,他们积极应对科技进步和经济全球化的挑战,通过技术创新和管理创新不断地适应国内外市场的新变化。

在技术进步飞速发展的今天,管理的重要性日益提高,企业家已经深刻地认识到只有切实加强和改善企业管理,才能赢得国际竞争;只有把企业管理放到十分突出的位置,才能把握企业未来的命运。管理是生产力,管理是兴国之道,这已经成为社会的普遍共识。

20世纪80年代以来,经济活动中的知识含量日益增加,科学技术广泛应用,人类生活方式和需求发生急剧变化,时代的这种变革对企业管理提出了许多新的研究课题,新的管理理论和方法层出不穷。如,核心竞争力、流程再造、业务外包、知识管理、学习型组织、企业伦理、价值创造及管理、服务管理、供应链及物流管理、客户关系管理等等,它们已经成为现代企业管理的核心内容,企业管理正在发生革命性的变化。新兴管理理论和方法的不断涌现折射出现代管理科学发展的许多新方向,其中突出的表现如:现代管理正在试图突破单一组织边界和单一企业的限制,企业间的管理问题应运而生,供应链管理、关系管理、业务外包等正是这一方向的印证;现代管理正在从对单一企业的关注转向对复合企业的关注,企业集群、虚拟企业、战略联盟、集团治理等是对这一方向的有利支持;现代管理正在由专业化向综合化方向发展,知识管理、学习型组织、流程再造、核心竞争力所强调的正是企业的综合能力等等。

新中国成立以来,我国的企业管理取得了长足的进步,其中,纺织业的

企业管理在计划经济时期已达到了相当科学和规范的水平,在生产过程组织、质量管理、成本核算和作业方法等方面有许多成功探索并产生了积极影响。作为我国纺织科学的领头高校,东华大学的前身——中国纺织大学为推动纺织企业的规范管理作出了积极的贡献。东华大学的管理专业是我国高校中少数几个长期坚持、几乎没有中断过的一个专业之一,1953年开设管理专业,1983年就获得硕士学位授予权,是学校最早招收、培养硕士研究生的专业之一。近年来,东华大学管理学院紧紧抓住管理科学发展的大好机遇,加快发展步伐。经过20余年的建设,企业管理学科呈现出队伍整齐、结构合理、特色鲜明、成果显著的特点和趋势,不仅培养了大批高素质的能够适应现代企业要求的各类管理人才,而且在学术研究上结出了累累果实,取得了不凡的成绩。东华大学悠久的历史教育历史和浓厚的学术氛围使之赋有深厚的知识积淀和学术传统。

在企业管理面临巨大变革的今天,我院师生一如既往地作出自己的努力,不断跟踪国内外企业管理的研究前沿,取得了一些新的成果。本书作为我院近几年来这一领域研究的论文选集,即是这些成果的反映。出版这本书的目的,一是检阅我院的研究成果,二是与学术界及企业界的同仁进行交流,以共同促进我国企业管理理论的发展。

现代企业管理内容涉及广泛,包括企业战略、市场营销、人力资源管理、财务管理、运作管理、信息化建设等。本书搜集的论文基本涵盖了这些内容,相应把它们归类到六个篇章中。在选编论文时我们掌握如下两个原则:一是选题和研究内容具有前沿性和专业性。本书入选论文在选题上围绕企业管理研究的前沿课题,展示的是近年来的最新成果。二是体现管理科学研究的多样性。管理是复杂的,管理科学的研究具有多样性,本书入选的论文既有前瞻性的理论研究、数理模型研究,也有以数据和实际案例为依据的实证研究。明确上述两个原则的目的是避免低水平重复,突出本论文集的特色。此外,本书所搜集的论文很多都以纵向和横向课题为依托,作为这些课题的阶段成果或最终成果很多论文分散发表在不同的学术刊物上,比较零散,此次把它们集中在一起出版,更系统、完整地反映了这些研究的思路和成果。

需要说明的是,这次搜集的论文仅仅是我院的部分成果,尚有许多高质量的论文未来得及搜集在内,我们计划今后在“旭日管理文库”这一总目录下陆续出版。我们希望“旭日管理文库”如同“旭日”这一名词所包含的含义那样,以充满活力、朝气和创新这样一种姿态,融入到现代企业管理日新月异

异的巨大潮流中,不断地有新的成果奉献给我国管理学界的同仁和搏击在企业管理第一线的实践者。

本书收编中的不足和错误之处,恳请读者批评指正!

东华大学旭日工商管理学院

2005年3月

目 录

企业战略、文化与伦理篇

企业核心竞争力的文化诠释	陈荣耀 [3]
情、理、法——中、日、美三国企业理念比较	陈荣耀 [11]
能力本位与企业成长战略	刘 泳 陈荣耀 [18]
国外企业的“政治经营”及其效果分析	孙明贵 [26]
国外零售业经营战略的四大转变	孙明贵 [35]
世界制造业生产竞争战略的动向及其启示	戴昌钧 周国平 潘 洁 [43]
生产战略及其设计	戴昌钧 李金明 [52]
生产竞争态势的国际比较	李金明 戴昌钧 [59]
SA8000 认证与中国企业发展	姜启军 贺 卫 [66]
Business Strategy and Perceived Benefits of Internet Banking: Their Impact on Banks' Strategic Responses to China's Entry to WTO	Liu Chunhong Jiang Jing Li Jie [78]

组织与人力资源管理篇

岗位知识含量指标体系的构建及实证	戴昌钧 傅 磊 徐 华 [95]
岗位工作元素和知识工作特征的实证分析	戴昌钧 徐 华 傅 磊 [111]
知识员工的激励问题探析	贺 卫 缪叶刚 [123]
对制造业人工成本管理的方法及对策研究	张 丹 [132]
领导效用影响机理模型的建立与实证研究	刘春红 谢霍坚 [139]
中国智力型企业家的成长路径	陈荣耀 [149]
Knowledge Characteristics of Jobs and the Empirical Testing	

- Hou Yun Dai Changjun Wu Jianjun [158]
 Production and People Values: Their Impact on Relationships and
 Leader Effectiveness in China
 Liu Chunhong Yu Ziyou Dean Tjosvold [173]
 Effective Japanese leadership in China: Co-operative Goals and
 Applying Abilities for Mutual Benefit
 Liu Chunhong Dean Tjosvold Wong May [196]

市场营销篇

- “深度经济”与顾客终身价值管理 孙明贵 [231]
 顾客满意的形成机理与提升策略 孙明贵 刘建新 [244]
 最终顾客的分析方法与满足战略 孙明贵 [256]
 我国两类超级零售商店消费者购物兴奋情绪比较研究
 顾庆良 严巍 [266]
 大型综合超市中拥挤度对情绪与行为的影响 顾庆良 何晶璐 [282]
 上海高档西装消费现状的调查分析 杜芹平 张洪营 [295]
 销售优化决策与控制系统的研究 宋福根 袁德玲 [302]

企业产权与公司治理篇

- 公司控制权配置:模型、特征与效率性选择研究 瞿宝忠 [313]
 资源全球化:公司控制权配置本质研究 瞿宝忠 [327]
 跨国并购:公司控制权整合环境研究 瞿宝忠 [337]
 上市公司控制权让渡的定价问题研究 瞿宝忠 刘涛涛 [350]
 企业治理权的配置:内外部治理的成本收益假说
 吴炯 胡培 谭德庆 [360]
 公司治理结构演进的进化博弈分析 吴炯 彭飞 [370]
 企业边界的多重性与公司治理结构 吴炯 胡培 任志安 [376]
 企业的两重边界性及其合作博弈解释
 吴炯 胡培 舒建平 [385]

财务与投资篇

- ABC 法与 EVA 结合下的项目成本控制方法探讨
..... 葛文雷 郭燕妮 [397]
- 可持续增长等式与企业财务管理 葛文雷 宗 欢 [407]
- 应用经济增加值指标评估上市公司的经营业绩——对沪市工业类
95 家上市公司的实证分析 葛文雷 顾文雅 [418]
- 沪籍上市公司经营业绩及价值创造能力分析 葛文雷 赵冷艳 [428]
- 我国国有商业银行盈利能力比较分析——基于近三年银行的
排名分析 顾晓敏 [437]
- BP 神经网络在企业财务危机预警之应用
..... 杨保安 季 海 徐 晶 温金祥 [449]
- 创业资本在不对称信息下博弈的委托代理分析 田增瑞 [461]
- Comparison of Earnings Power between State Commercial Banks and
Stock Banks Gu Xiaomin Zhu Yunyun [470]
- Portfolio Optimization Under New Measures of Risk
..... Gu Xiaomin Jia Jianmin [479]

生产与运作管理篇

- SERVQUAL 标尺测量服务质量的应用研究 徐 明 于君英 [491]
- 供应链管理与企业关系战略 孙明贵 [499]
- 供应链管理中的联合库存控制 郭大宁 张 健 [511]
- 利用改进的 ARMA 模型来预测供应链中的需求
..... 郭大宁 王 磊 陈 成 [518]
- 基于策略的供应商选择决策方案的研究 朱 静 宋福根 [527]
- 再制造条件下逆向物流回收模式的研究 姚卫新 [535]
- 支持移动推送的一种分层式体系结构 姚卫新 [544]
- Using Servqual Scale to Measure Customer Satisfaction
to Securities Branches in Mainland China
..... Xu Ming Yu Junying Mao Aimin Bian Liya [550]

企业战略、文化与伦理篇



企业核心竞争力的文化诠释

陈荣耀

对于中国企业而言,构筑核心竞争力必须解决三个前提问题:即企业自组织能力的恢复,它是建立在对传统产权制度道德质疑的基础上;企业工业精神的振兴和对核心技术的关注,关键在于变传统商业精神为工业精神;构筑文化型企业,整合企业内在的文化资源和经营性知识系统。

因此,构筑企业核心竞争力的关键仍在于文化创新,即企业内在的制度文化、科技文化、经营文化和伦理文化的创新,由此实现企业经营性知识系统的创新,此乃核心竞争力之本。

为了迎接世界企业 500 强和 WTO 的挑战,中国企业必须构筑自己的核心竞争力和竞争优势,这是不少企业家所刻意追求的一种竞争意境和能力提升目标。然而,企业核心竞争力不是一蹴而就的,它的不可替代的竞争优势必须建立在特定的制度结构、技术支撑点和文化背景之上,并通过市场化的有效运作,而逐步形成的一种企业的自组织能力。

一、企业核心竞争力构筑的逻辑前提

核心竞争力(Core Competence)是企业获得长期稳定竞争优势的基础,是将企业的技能、资产和运作机制有效结合的自组织能力,是企业推行内部管理性战略和外部交易性战略成功经验之结晶。

企业核心竞争力,最初是在市场中表现的,如果一个企业在饱和市场中运行有序,能够经常性地推出基于自己核心技术基础上的产品,以满足社会的不同需求,这样的企业可以认为具有了自己独特的核心竞争力。由此可见,企业一般竞争力提升为核心竞争力,应该具备三个条件:其一,需要具备充分的有用性价值,能够为用户提供根本性的好处和效用;其二,核心竞争力应该具备独特性,其核心专长不易被别人模仿,否则它就失去了自己的这种能力;其三,核心竞争力具有延伸型、延展性,能够支持企业打造多种产品

市场,能够对企业一系列产品或服务的竞争力都有促进作用。由此可见,从最直观的角度分析,核心竞争力最初被理解为基于技术基础上所开发的核心产品对市场需求的满足程度,这种满足越充分越具有独特性,其核心竞争力就越有效。

核心竞争力的这种独特性优势,赋予了企业更深层次的战略价值:其一,它超越了具体的产品和劳务,形成为企业的一种综合竞争力,将企业的竞争提升为企业整体实力的竞争;其二,核心竞争力虽然具体表现为满足市场需求的竞争,但实质上是整个企业的经营机制、运作机制的竞争,因为企业的技术优势只是企业整体竞争优势的一个方面;其三,企业核心竞争力的构筑,更多地是依靠企业“内部管理性战略和外部交易性战略”的产物,它必须基于特定的制度背景和文化结构基础上。

当人们的视野超越了具体的技术范畴以后,可以对企业的核心竞争力表述为以下三个方面的内容:(1)企业经营资源的能力,目的在于实现企业内外部资源效用的最大化,以追逐企业利润的最大化;(2)企业创新和发展市场的能力,这里较多地表现为基于企业自身核心技术基础上开发竞争性产品以满足市场需求的能力;(3)企业更新经营性知识系统的能力。其实,不论是企业的决策效应,产品开发效应,对宏观经济大势的把握和决策,技术创新,流程重组,组织智障的克服等,都表现为企业内部知识系统的作用和更新效应,即直接服务于经营过程的知识系统的创新。所以,企业核心竞争力最本质的代表乃是随环境改变而不断更新企业内经营性知识系统的能力。

三者表现为一种逐步递进的关系,首先是对现有资源的有效利用,其次是表现为对市场的创新和开拓能力,最后表现为对企业整个知识系统的更新和应用。作为一种自组织能力,对企业资源有效利用的前提是企业自组织功能的形成;对市场的适应度,则表现为企业技术创新功能的完善和产品开发的完善;而对经营性知识系统的更新,前提则是企业作为一种文化载体的功能和效用,也即取决于企业内在文化资源的整合程度。由此可见,传统产权制度的更新,企业核心技术的培育,企业文化力构筑,构成为企业核心竞争力构筑的逻辑前提。

二、传统产权制度的道德质疑

产权制度的道德质疑,实际上是研究在特定的制度框架内,人要素和物要素之间的结合问题。两者有效结合的,是有道德的;两者分离的,是缺乏

道德的。因为“人”才是整个经济生活、整个社会经济进步的主宰。

然而,当某种制度安排割裂了两者之间的联系,把人仅仅贬低为一种生产要素,成为物的支配者时,必定导致人性、人格的扭曲。显然,这是违背规律而又不道德的。在这种状态下,为了生存人不得不拼命劳动,但是他的收益却无法同其劳动成果结合,这种“劳动”本身就成为一种异化物,人们不可能对它产生兴趣。不论是资本关系,还是传统的社会产权关系,都发生了这种异化:人本身被剥夺,他的自身价值无法直接同生产要素结合。在资本关系下,是资本介于两者之间;在传统模式内,则是国家政权介于两者之间。这两种情况产生的都是“物对人”的支配关系,由于劳动者无法对自己的劳动成果进行支配,他们都只能是这类“割裂”关系的牺牲品。

在资本关系下,这种割裂违背了资本效率法则。所以,西方凡是有生命力的企业都把管理重心转移到员工身上,提出了“员工第一”的命题,提出了“职工职业生涯设计”的社会课题,力求在资本允许范畴内联接职工与资本、职工与劳动成果之间的逻辑关系。如排列世界 500 强第二的美国沃尔玛公司,就特别注意公司和员工之间建立亲密的关系,他们分别以工资、奖金、红利、股票折让等多种方式使员工共享公司利润。1971 年,公司开始实施利润分享计划,保证每一个在公司工作一年以上,并且每年至少工作 1000 小时以上的员工都有资格分享利润。通过运用一个与利润增长相关的公式,把每个够格的员工工资的一个百分比纳入他的计划份额,员工离开公司时可以有以现金或公司股票的形式取得属于自己的份额。在沃尔玛,员工发家致富速度很快,因为忠诚地报效公司,以优质的服务善待顾客,使顾客的回头率大大提高,员工也从中获取收益。于此,实现整个公司运作的良性循环。

传统的产权制度,同样割裂了两者之间的联系,介于其中的名义上是国家,实际上是控制权。员工名为主人,实际上不具备对公司重大决策的发言权和监督权,由于所有权的缺乏,控制权取代所有权,这种控制实际上不受支配。整个公司运作只有“控制权的积极性”,一旦这种控制权同私利结合,就会出现钱权交易、为己谋利、侵吞公款的危害。而在传统产权制度下对劳动者的束缚,则表现为:由行政控制所造成的各种公开和变相的行政依附;由非市场关系所造成的各种机会的不均等、地位的不均等甚至种种特权;以及人的思想与行为的封闭、狭隘等。所以,传统产权制度把人变成了物,而现代产权制度则是把物变成了人。如果认为传统的产权制度可以建立起核心竞争力,简直是天方夜谭。

当然,一个好的经营者也可以逐步建立自己的竞争力,然而,当某种机制的运作只是建立在个人道德的基础上,而不是建立在制度基点上时,它是多么的脆弱和无奈。市场经济的本质在于唤起人心,在于召唤每个自然人深入经济生活的活力,而这一点必须以制度变革和创新为起点,因为人总是在特定的制度框架内活动的。当产权制度的安排有利于激活人心,有利于实现经济生活中人要素和物要素的结合,只有这样,企业核心竞争力才能找到自己道德的基点:每个人都将为企业贡献出自己的热情和勤奋。

三、工业精神与企业核心技术

中国传统文化的又一大缺陷,就是重商业精神而轻工业精神。企业核心竞争力的构筑以核心技术为支撑点,然而在一个缺乏工业精神的范畴内,核心竞争力的构筑就会成为无源之水,无本之木。不仅中国工业的最后成功乃在于工业精神的建立,而且企业核心竞争力的构筑也在于企业内工业精神的建立。

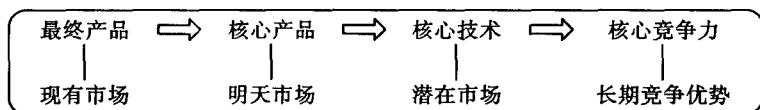
所谓的工业精神,是通过技术创新,构筑核心技术而实现的超额利润。因此工业竞争的实质不是价格的竞争,而是技术创新的竞争,人力资本积累和发挥效应的竞争。但是,由于中国历来重商业精神而轻工业精神,从而使新产品的开发呈现有极大的阻抗;企业更重视短期效应而缺乏对长期技术开发和投资的重视。由此,中国产品市场的竞争在大多数情况下仍然是一种“最终产品”的竞争,缺乏“核心产品”的竞争,更缺乏核心技术的竞争。

这种现象在海外华人身上也表现得很充分。海外华人大多从事的是贸易、不动产、股票交易,主要是在买进卖出中积累资本。而一旦规模做大,仍然囿于按照原先方式运作,形成商业精神过头而工业精神不足的缺憾。结果,华人资本缺乏自己的工业基础和技术含量,难以形成自己的品牌效应。这一切,固然有效地填补了东南亚经济发展过程中国际资本和所在国弱势资本之间的空隙和差额,从而赢得了自己的发展空间和时间。但是,一旦这种经济模式的发展趋向稳定和饱和,这种缺乏技术含量的产业就难以进入下一个更高的层次,更不要说迎接知识经济时代的挑战。由此,从全球范围看,现代产权制度的缺陷和工业精神的缺乏,正成为海外华人资本进一步发展的两大障碍。

利用外资是重要的,利用海外技术也是高效的,但是如果不能建立自己的产品创新体系,不能建立自己的核心技术,企业所谓的构筑核心竞争力就

只能是一句空话。

从产品和技术开发以满足社会需求的角度看,企业核心竞争力的构筑呈现如下轨迹:



以冰箱为例,商场上卖的冰箱都是最终产品,而冰箱里边的制冷机则是核心产品;制冷机技术的开发与创新就是冰箱的核心技术。在此基础上才可能构筑在制冷技术方面的企业核心竞争力。可是中国冰箱厂的老总关注的只是最终产品,即冰箱产品在市场上的价格竞争,很少关注核心产品的竞争,更缺乏对核心技术的投入与研究,显然,这样的企业不可能在这个领域内构筑自己的核心竞争力。夏普公司依托的是自己在液晶显示技术方面的优势,而使其在笔记本电脑、袖珍计算机、大屏幕电视显像技术等领域都比较容易地获得一席之地。

核心技术的构筑不仅决定一个企业的生命周期和命运,更是直接影响到一个国家的前途和命运。前苏联的瓦解,究其原因,乃20世纪70年代微电子技术开发滞后,当时世界上正面临微电子技术革命的关键期。西方和日本抓住了这次机遇发展相关产业,奠定其继续发展的基础;而前苏联却失去了这次机遇,从而失去了技术更新的条件。再追溯其深层次的原因,在于背离市场经济的集权模式失去了对新技术的敏感度和需求。当前苏联集中力量发展其军事工业时,却忘记了人类科技文明已经悄悄地进入了微电子时代,而技术产业化才是一国经济实力乃至国家整体综合实力的根本标志。

日本经济的滑坡也是由其特定的经济文化背景决定的。作为一种高级模仿型经济,他们创造了人类20世纪60—80年代的经济辉煌。按照他们自己的话说,是用小改小革造就了经济大厦。然而,当人类科技文明的发展已经进入知识和技术更新替代的关键时刻,日本还在模仿人家,还想通过小改小革创造奇迹,显然是不行的。作为一种模仿性文化,只能在一个经济周期内产生作用,一旦进入经济和技术更替期,不是靠模仿而是要创新才能提升竞争力。它走完全过程的事实表明:未来日本的竞争,关键在于其“文化”的创新,如果日本的模仿文化本身不能创新的话,日本国在20世纪70、80年代所构筑起的产业竞争优势也就会被创新者取代而永远地失去。