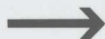


当代经济学系列丛书

Contemporary Economics Series

主编 陈昕



企业成长理论



当代经济学译库

[英] 伊迪丝·彭罗斯 著
赵晓 译



上海三联书店
上海人民出版社

当代经济学系列丛书

Contempo

主编 陈

F270

P516

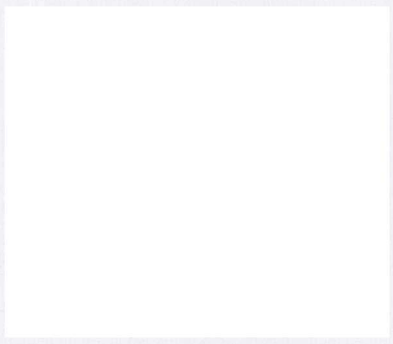
8



企业成长理论



[英] 伊迪丝·彭罗斯 著
赵晓 译



当代
经济学
译库



上海三联书店
上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

企业成长理论/(英)彭罗斯(Penrose, E.T.)著;
赵晓译.—上海:上海人民出版社,2007
(当代经济学系列丛书.当代经济学译库/陈昕主编)
书名原文: The Theory of the Growth of the Firm
ISBN 978-7-208-06761-5

I. 企... II. ①彭...②赵... III. 企业管理
IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第001737号

责任编辑 王 炜
装帧设计 敬人设计工作室
吕敬人

企业成长理论

[英]伊迪丝·彭罗斯 著
赵 晓 译

上海三联书店
上海人民出版社

200001 上海福建中路193号 www.ewen.cn



上海世纪出版股份有限公司
高等教育图书公司 出品

世纪高教 www.hibooks.cn

上海福建中路193号24层021-63914988

世纪出版集团发行中心发行
上海商务联西印刷有限公司印刷

2007年2月第1版

2007年2月第1次印刷

开本: 850×1168 1/32

印张: 11.5 插页: 5 字数: 242,000

ISBN 978-7-208-06761-5/F·1537

定价: 25.00元



出版前言

为了全面地、系统地反映当代经济学的全貌及其进程,总结与挖掘当代经济学已有的和潜在的成果,展示当代经济学新的发展方向,我们决定出版“当代经济学系列丛书”。

“当代经济学系列丛书”是大型的、高层次的、综合性的经济学术理论丛书。它包括三个子系列:(1)当代经济学文库;(2)当代经济学译库;(3)当代经济学教学参考书系。该丛书在学科领域方面,不仅着眼于各传统经济学科的新成果,更注重经济前沿学科、边缘学科和综合学科的新成就;在选题的采择上,广泛联系海内外学者,努力开掘学术功力深厚、思想新颖独到、作品水平拔尖的“高、新、尖”著作。“文库”力求达到中国经济学界

当前的最高水平；“译库”翻译当代经济学的名人名著；“教学参考书系”则主要出版国外著名高等院校的通用教材。

本丛书致力于推动中国经济学的现代化和国际标准化，力图在一个不太长的时期内，从研究范围、研究内容、研究方法、分析技术等方面逐步完成中国经济学从传统向现代的转轨。我们渴望经济学家们支持我们的追求，向这套丛书提供高质量的标准经济学著作，进而为提高中国经济学的水平，使之立足于世界经济学之林而共同努力。

我们和经济学家一起瞻望着中国经济学的未来。



译者的话： 企业成长理论 及其启示*

扩张的欲望是人性最本质的欲望之一，我们称之为“一要生存二要发展”，德国哲学家尼采则称之为“权力意志”。人类与生俱来的这一欲望被带入到市场经济中，便表现为人类对于市场经济的基本组织——企业的成长的强烈追求。

人类对企业成长的强烈追求带来了人类对于企业成长知识的渴望。这让我们明白为什么市面上众多的讲述成长企业与成功企业的书能够成为畅销书。当然，这些书都还是个案，个案未必适用于所有的企业，因此如果有人能够从理论上、从规律上讲清楚企业成长的奥秘，其价值自然不言而喻。

在国际上，最早尝试从理论上讲清楚企业成长奥秘的是一

* 本序为译者与北京科技大学博士生贾立杰一同完成。

位女性经济学家，名叫伊迪丝·彭罗斯 (Edith Penrose)。伊迪丝·彭罗斯 1912 年生于美国加利福尼亚，大学毕业于加州大学伯克利分校，后在约翰·霍普金斯大学获得经济学博士学位，曾长期为国际劳工组织 (ILO) 工作，奔走于日内瓦、巴格达和贝鲁特等地，也曾在澳大利亚作访问学者，并在伦敦经济学院获得教职。她的经济学的学习经历以及她国际游历的经历使得她对市场经济中的企业的认识不局限于学院派，因此能够突破新古典主义以及传统商学院的局限，得以从企业成长的角度发现新的企业理论知识。

事实上，如果将彭罗斯 1959 年出版的《企业成长理论》一书看作是对企业成长理论的正式提出的话，那么这一理论在国际上，可以说是一个为时已久且相当热门的论题。但译者个人开始关注企业成长理论却迟至 20 世纪 90 年代中叶。大约 1994 年时，中国政府明确提出了“扶优扶强”和“抓大放小”的口号，意在发展起一批国有大企业，作为中国企业的国家队，去参与国内外与跨国公司的竞争。^①而此项工作主要就由译者当时供职的国家经贸委经济政策协调司来协调推进，译者则成为参与其中的工作人员之一。不同于其他人的是，译者不太满足于日常的政策工

作,而是总在心里思考这样的问题:中国企业要成为世界 500 强那样的企业,关键是经历一个持续的成长过程,那么企业成长的奥秘是什么,中国企业是否已经具备持续成长的内外部条件?

当译者提出这些问题并且试图搜索有关资料时,却发现在国内关于企业成长的研究几乎是空白。就在译者孤独地思考这些问题时,牛津大学经济学博士、时任英国米德瑟克斯大学经济学教授的刘芍佳正好到北大中国经济研究中心作访问研究,他对产业及公司治理卓有研究且对中国的国企改革很有兴趣,我们成为无话不谈的好朋友,他给译者带来了彭罗斯 1995 年最新版的《企业成长理论》一书。此后,译者借助这本书进行了一系列企业成长问题的研究,其中“企业成长理论与中国工业发展”(《首都经济贸易大学学报》1999 年第 5 期)一文在国内较早地分析了“规模经济”与“成长经济”之不同,并以此对中国工业企业的发展进行了分析。

在此过程中,译者还惊奇地发现了中国人民大学杨杜(1996)博士的大作《企业成长论》。杨杜博士在这本书中谈到了彭罗斯女士基于“资源学派”的企业成长理论,并且主要依据其理论对企业成长展开了案例分析,他的分析很棒,打消了译者本来要为此写一

本专著的想法。

拜读彭罗斯的书，感觉她的思想非常有意思。她是一个彻底的非均衡主义者，认为企业总可以从一种非均衡状态到达另外一种非均衡状态，而在这一过程中实现成长。与此同时，她也是一个彻底地从企业内部来寻求企业成长解释的人，即她认为企业成长总是来自企业内部资源的不平衡的驱动。当然，她还特别强调了管理的重要性，认为只有管理的服务供给才能使得企业的资源真正转变成企业成长的资源。所有这些，都成为启发后人研究的思想亮点。除此之外，“成长经济”（growth economy）^②、“彭罗斯曲线”（Penrose Curve）^③也成为带有她个人标志的学术符号。

虽然企业成长问题一直是国际经济管理学关注和研究的重要内容，虽然中国政府和企业界对企业成长十分关注，但总体而言，国内迄今为止对于企业成长问题的研究还处于一个起步阶段，并没有形成一个统一的理论体系，越来越多的学者认为企业成长理论仍处在理论研究的“丛林”时代，而相当一部分国内企业可以说正处于成长的烦恼阶段。所幸的是，译者遇见了富于前瞻的眼光并积极支持学术性著作翻译和出版的出版社，在其积极争取和大力支持下，彭罗斯的《企业成长

理论》终于得以在汉语学术界出版。

借此书出版之际,译者想再占用一些篇幅,稍稍介绍一下企业成长理论的情况,并从企业成长理论史的角度来看待彭罗斯的思想,这对于许多以前未曾太关注企业成长理论的读者特别是企业界的读者也许是必要的。

企业成长理论的渊源

企业成长的思想可以追溯到古典经济学,古典经济学家们认为分工的规模经济利益是企业成长的主要诱因——企业中生产作业的分工和专业化提高了劳动生产效率,同时也促进了企业生产规模的扩大,而这又进一步深化了企业的分工协作,如此循环往复,最后通过企业规模经济的获得实现了企业的成长。最早在著述中涉及企业成长思想的当属古典政治经济学的开创者亚当·斯密,在他的经济学巨著《国民财富的性质和原因的研究》中,第一章开篇第一句写到:“劳动生产力上最大的增进,以及运用劳动时所表现的更大的熟练技巧和判断力,似乎都是分工的结果。”斯密认为,由于专业化和分工协作所带来的报酬递增现象,是市场中一只看

不见的手的作用，使企业的形成及扩张变得可能，同时使国民的财富实现增长。自斯密后，约翰·穆勒和艾尔弗雷德·马歇尔等古典经济学家对企业成长思想进行了进一步的研究。约翰·穆勒的企业成长理论主要集中于对于企业的规模和成长的探讨，他认为正是由于规模经济对资本的需要和企业规模经济所产生的作用，才出现了大企业代替小企业的企业成长趋势，其企业成长理论就是企业的规模经济理论。

在古典经济学中，对企业成长问题研究最全面的当属艾尔弗雷德·马歇尔，他的《经济学原理》就是一部集古典企业成长思想之精华的巨著，其企业成长理论从企业规模经济论、企业的市场结构论和企业家理论等三个方面进行了论述。

企业成长理论的思想起源于古典经济学家对大规模生产规律的研究，然而企业成长理论的开山之作还属伊迪丝·彭罗斯(Edith T. Penrose) 1959年出版的这本《企业成长理论》，从本书开始，可以说才正式奠定了企业成长理论的基础，彭罗斯也因此被认为是现代企业成长理论的奠基人。在本书中，她对企业成长问题进行了严密、全面的系统性理论分析，第一次将企业成长作为分析的对象，认为企业成长理论是一种纯内因成长

论,它强调管理对于企业成长的作用,而基本不考虑大量的外在因素,她主张以“成长经济”理论代替传统的“规模经济”理论,开创了在管理学领域研究企业成长问题的先河。在彭罗斯之前,法国经济学家吉布莱特(Gibrat, 1931)在其代表作《非均衡经济学》中对企业规模与成长和产业结构之间的关系问题进行了开创性的研究,其研究成果被人们称作吉布莱特定律。自彭罗斯始,有玛瑞斯(Marris)、安索夫(Ansoff)、钱德勒(Chandler)、吉尔(Gill)、斯托里(Storey)以及察斯顿(Chaston)和曼格尔斯(Mangles)等人,都对企业成长理论的发展做出了经典贡献。

有关企业成长决定因素的理论

与古典经济学家的企业成长思想相对应,从企业经营管理的角度来分析影响企业成长的决定因素的有关理论,被称为现代企业成长理论。其代表有彭罗斯的企业资源成长理论,从企业经营管理的某项关键职能出发来定义企业的成长,主要代表性的理论有安索夫的战略成长论、德鲁克的经营成长论和钱德勒的管理与技术成长论。

彭罗斯的企业资源成长理论

彭罗斯认为,企业内在因素决定企业成长,企业是在特定管理框架之内的一组资源的组合,企业成长是由于企业有效地协调其资源和管理职能的结果。彭罗斯认为,企业首先是一个管理型组织^④,企业主根据整体利益,制定企业政策,并用于企业内部各项活动的协调;企业还是一个生产性资源的结合体,企业主通过决策来决定在何时及如何利用这些资源。

彭罗斯认为,企业使用自己拥有的生产资源所产生的服务是企业成长的原动力,企业的成长并非由市场的均衡力量所决定,而是由每个企业自身的独特力量(即由使用资源所产生的服务或能力)所推动。彭罗斯注意到由于资源的不可分割性、资源间的不平衡性以及理性和能力的有限性的原因,企业总是存在着未被利用的资源,而未用完的生产性服务的继续可利用性是企业成长的原因。每个企业都有各种各样的资源,根据技术有机构成原则,存在着资源的各种搭配,在合理使用和优化配置的过程中,就会衍生出新的资源需求或资源潜在的服务趋势,企业需要购进新的资源或实现资源的潜在服务,在这个过程中,又会衍生出更多更新的资源需求或更多更新的资源潜在服务……如此循

环往复,企业固定资产规模就会扩大,企业人力资本规模就会扩大,企业总规模也会增长。服务(能力)只能产生于对资源的使用过程,所以每个企业在其经营活动中所产生的能力就必然是独特的、其他企业难以模仿的。她批评传统“规模经济论”单纯从物质资源的一定时间以及经济的、数量的纯生产的角度来把握企业成长的研究方法,主张视企业成长为一个不断地挖掘未利用资源的无限动态变化的经营管理过程,认为管理资源是企业成长的源泉,突破管理服务供给的限制、释放管理能力对企业成长有着显著的意义。

彭罗斯认为“服务”又可分为“企业家服务”(entrepreneurial services)和“管理服务”(managerial services)两个相对照的部分。前者用来发现和利用生产机会,后者用来完善和实施扩张计划。它们都是企业成长不可或缺的。不过在某种意义上,企业家服务对成长的动机和方向影响更深远,企业家管理是企业持续成长的必要条件。彭罗斯进一步分析认为,限制企业成长的因素主要有三方面,即管理竞争力、产品或要素市场以及风险与外部条件的结合。企业成长既一方面“与其特定群体的人的意图(attempts)有关”,另一方面又取决于企业内部存在部分未利用的生产性服务。真正限制企业扩张的因素来自

企业内部,受制于企业的管理服务。管理服务的实践可以产生新的知识,而知识的增加又会导致管理力量的增长,从而推动企业的成长。

安索夫的战略成长理论

安索夫(Ansoff, 1965)在《企业战略》一书中论述了企业产品—市场战略决策过程,并且探讨了企业发展的范围和方向(成长向量)问题。安索夫认为,企业成长战略有四个属性:(1)规划适当的产品—市场范围;(2)根据发展的范围和方向划分与选择战略类型;(3)运用竞争能力的优势;(4)灵活运用协同效应。因此,安索夫强调企业对自身“能力概况”和“协同作用”的把握。前者表现企业现有技能和资源的特征,是直接反映企业强弱的现实能力;后者反映企业现有经营项目和新办经营项目之间的关联性,实质上是企业的一种潜在的实力。它预示着有利于企业的发展方向和范围,因此是一种“成长向量”。

安索夫认为企业成长要向良性的特长领域发展,尽可能向有关联的经营项目发展,以取得较竞争对手有利的位置。他将产品和市场需求作为二维参数,确定了四类具体的企业成长战略以及相应的子战略。这四类成长战略分别是:扩大现有经营项目和市场占有

率战略、开发新产品战略、开发市场战略和多样化经营战略。安索夫的向关联领域发展的战略成长论,可以认为是核心能力理论的原型。但是,这种先见并未受到足够重视,企业战略理论界过多地偏向了波特的产业因素的分析,直至 20 世纪 90 年代核心能力理论出现,安索夫的战略成长论才重新焕发了生命力。

德鲁克的经营成长理论

德鲁克(Peter Drucker)指出,企业对成长机会的把握取决于内部的成长准备。企业成长能力的关键在于本身有成长潜力的人为组织上。企业管理阶层不能只抱着对成长的希望和承诺,必须有一个切实可行的目标和一套相应的成长战略。他认为,一家企业所能成长的程度完全由其员工所能成长的程度决定。而经营成长的控制性因素是企业最高管理层。经营成长是企业最高管理层所面临的挑战性任务,需要最高管理层进行谋划和组织。因此,最高管理层必须从思想到行动做好不断改变的准备。尤其重要的是不断保持和加强企业的创业精神与创新精神。实行有效的创业管理是企业急剧变革时代中生存发展的先决条件。德鲁克认为,企业成长和员工成长是一致的,更强调企业与人的天

人合一、协调发展,这是企业成长理论的较高境界。在员工中,中高层管理者具有至关重要的作用,在某种程度上可以说其决定了企业的成长方向和成长速度。

钱德勒的管理与技术成长理论

美国著名企业史学家钱德勒(Alfred D. Chandler)教授运用大量的史料分析了现代大型工商企业的成长历程。他认为,伴随并支撑现代工商企业诞生成长的是一只“看得见的手”,即由经理阶层和相应的组织结构组成的企业管理协调机制(Chandler, 1977)。他认为,现代工商企业成长的历史也就是管理层级形成的历史,并且后者“一旦形成并有效地实现了它的协调功能后,层级制本身也就变成了持久性、权力和持续成长的源泉”。一方面,管理层级减弱了企业受个人变故造成的经营中断的威胁,打下了企业持续稳定的基础;另一方面,职业经理出于自身职业生涯的考虑,将自觉抵制损害公司持续发展的短期行为,宁愿选择能促使企业长期稳定和成长的政策。因此,他们要维持企业组织被充分利用和确保作为创造利润机构的企业获得成功的愿望,就成为推动企业成长的强大力量。并指出管理协调的“看得见的手”比亚当·斯密所谓的市场协调的“看不见的