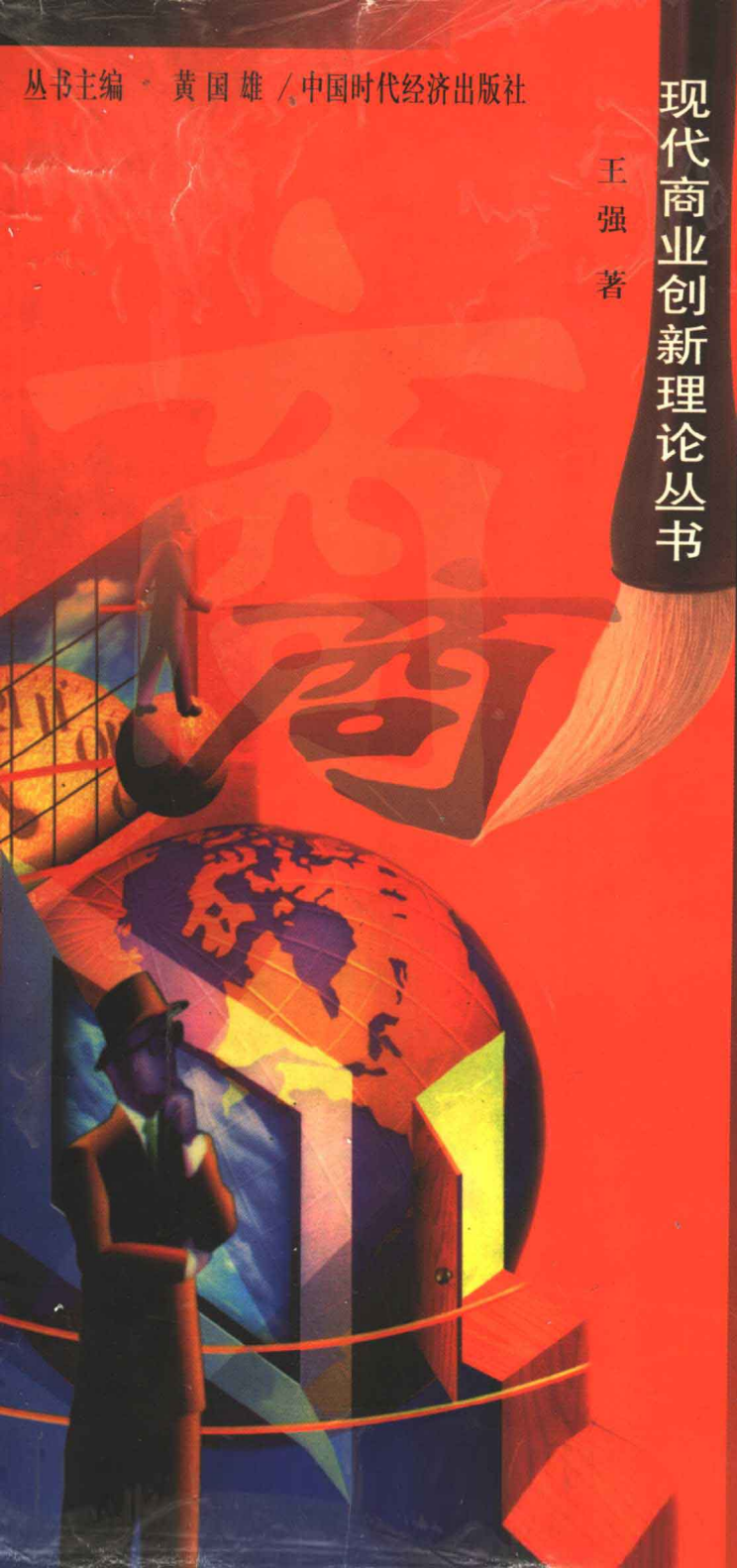
丛书主编 黄国雄 / 中国时代经济出版社

现代商业创新理论丛书

企业失败研究

王强 著



企业失败研究

企业失败研究

王　强　著

中国时代经济出版社
（原中国审计出版社

图书在版编目(CIP)数据

企业失败研究/王强著,—北京:中国时代经济出版社,2002.1
(现代商业创新理论丛书)
ISBN 7-80064-941-5
Ⅰ.企… Ⅱ.王… Ⅲ.企业管理-研究 Ⅳ.F270
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 092645 号

企业失败研究

著者:王 强

出 版 者	中国时代经济出版社 (原中国审计出版社)
地 址	北京东城区东四十条 24 号 青蓝大厦 11 层东办公区
邮政编码	100007
电 话	(010)88361317 64066019
传 真	(010)64066026
发行经销	各地新华书店经销
印 刷	北京昌平百善印刷厂
开 本	850×1168 1/32
版 次	2002 年 1 月第 1 版
印 次	2002 年 1 月第 1 次印刷
印 张	17.5
字 数	378 千字
印 数	1~3000 册
定 价	34.00 元
书 号	ISBN 7-80064-941-5/F·653

版权所有 侵权必究

王强，1972年出生，1999年考入中国人民大学攻读博士学位，已出版《现代管理学教程》，参与编写《现代商学概论》，并发表学术论文多篇。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

现代商业创新理论丛书

编委会

主　任：纪宝成（中国人民大学校长、博导）

副主任：黄　海（经贸委贸易市场局局长）

李金轩（中国人民大学教授、博导）

黄国雄（中国商业经济学会副会长、中国人民大学教授、博导）

委　员：（以姓氏笔画为序）

王亚星　刘东明　向　欣　任兴洲

纪宝成　宋　刚　李　飞　李金轩

李辉华　何明珂　张采庆　金永生

侯善魁　陶　琲　黄　海　黄国雄

曹厚昌　路志凌　蔡文浩

主　编：黄国雄

21世纪是商业的世纪(代序)

黄国雄

《现代商业创新理论丛书》是作者奉献给21世纪的礼物。

21世纪是商业的世纪,我们的时代是商业的时代。

第一,这是历史发展的必然。

尽管我们对时代有种种不同的叫法,什么信息时代、知识经济时代、网络时代等等。但更确切地说我们的时代应该是商业时代,21世纪将是商业世纪。只要我们寻找历史发展的轨迹就不难发现:第一次社会

大分工产生农业，第二次社会大分工出现工业，第三次社会大分工诞生商业，社会发展正是沿着这一规律，从农业社会进入工业社会，迎来了商业社会。所谓后工业社会实质上就是商业社会，正如古典经济学家亚当·斯密所指出的一样，只要人人都参与交换，人类就进入商业社会。发达的国家已跨进商业时代的门坎，21世纪全球将迎来商业全球化的曙光。市场经济从本质上说就是交换经济，它根本区别于以分配为核心的计划经济。市场经济通过交换实现社会分工与合作；通过交换来满足彼此对商品和劳务的需要；通过交换来达到社会资源优化配置的目的。当生产发展到一定程度，市场就是决定因素，也就是说当买方市场出现以后，生产能否继续，生产的规模和结构，生产的深度和广度，完全取决于市场的状况，有需求就要生产，多需求多生产，快需求就快生产。没有市场，没有需求，任何一种形式的生产都会造成新的浪费。商业是交换的主体，商业的职能就是从事商品交换、媒介商品交换，一个成熟的市场经济，必须以发达的、完善的现代商业为条件、为依托。市场经济作为全球性的发展趋向，商业也就成为我们时代的特征。

第二，国际竞争力的重要表现。21世纪世界竞争主要表现为商业竞争。

西方学者深刻地指出："今后改变世界格局的不是战争而是商业。"揭示了商业的发展在未来世界的

重要作用。随着世界经济在全球范围内的建立、发展和完善,商品服务贸易的国际化,商业综合能力将是衡量一个国家国力的基本标志。它既表现为科学技术应用所焕发出来的现代生产力,也表现为有效配置社会资源和充分利用国际资本所表现的综合流通力。战争只是交战双方某一时期力量的对比,它所带来的破坏性和后遗症已被全世界人民所唾弃,霸权既不得人心也无法持久。只有商业的实力(生产力与流通力的统一)才能决定一个国家国际地位及其所产生的影响。流通力不仅自身在创造价值,同时还是生产价值实现的关键。生产什么?生产多少?何时生产不取决于主观愿望,而取决于市场需要、流通能力和商业行为。竞争力一直居于世界前茅的新加坡,不在于生产优势,而在于流通力的强大。我国香港地区之所以成为国际大都市,具有许多城市无法比拟的竞争力,也不在于生产的规模,而在于第三产业的发展。

第三,国际交往的客观需要。

21世纪国际交往主要表现为商业交往,商业原则就是国际通则。随着经济全球化、世贸组织一体化的进程,商业竞争将逐步取代政治纷争,商业原则将成为处理国际关系的基本准则。21世纪国际交往主要表现为商业交往。以商业为纽带建立更加紧密的国际合作关系,通过广泛的商业交往、交流和交易,实现国家之间经济合作,技术交流,达到优势互补,不断提

高人民生活水平、推动人类社会共同进步的目的。这是历史发展的潮流,是任何人都无法改变的。而商业原则(亦是市场经济的基本原则)的核心是:平等互利、等价交换、自由过渡、自由贸易。这不仅是处理人与人之间关系的基本原则,也是处理国际关系的基本准则。市场经济是利他经济,商业行为是利他行为,任何一种商品,任何一次买卖行为,如果不首先得到社会承认,能够满足生产或生活的某种需要,就失去存在的价值和发展的条件,不利他就无法达到利己的目的。任何一种商业行为、国际交往必须以满足对方需要为前提,才有合作的基础、交换的可能并实现双赢的目标,才能实现互通有无、资本增值的目的。这也是商场区别于战场,商业竞争不同于战争的根本标志。"无商不奸"、"无商不诈"这不是商业的本质,是商人道德堕落的结果和个人欲望盲目扩张在商业行为的丑陋表现。

第四,消费水平提高的内在要求。

21世纪的消费方式完全取决于商业形式。如果说农业社会上是人类社会生存的一种形式,如何通过自给自足,实现生存的条件,达到生命延续的目的,而工业社会就是一种经济发展的模式,采取不同的产业政策,寻求不同的发展道路,实现社会进步的共同目的;那么现代商业就是一种生活方式、消费模式,它从多方面制约和影响着现代消费的内容和质量。第一,

商业是现代人类生活质量的标志，是生活内容的重要表现，从商品的品种和质量、服务的形式和方式、网点的布局和业态，从多层次、多方位反映人们生活质量的深度和广度。第二，商业在改变人们的消费观念，引导生活质量的不断提高。通过消费信贷、分期付款、广告宣传、产品展示等形式，引导人们改变观念，提前消费，达到启动市场、拉动生产的目的。第三，商业在丰富人们的生活内容，通过拓宽服务领域、增加服务内容，扩展以旅游、健身、娱乐、庭院、野外等生活为内容的消闲经济，为人们提供丰富多彩、健身健心的业余文化生活。第四，商业在改变人们的生活方式，通过汽车电影、汽车银行、自动售货、网上购物和24小时营业等，提供了多种消费形式和生活方式，满足不同档次、不同阶层的消费需要。

21世纪的商业是现代商业。现代商业就是大商业、大市场、大流通的观念，是传统商业与现代商业的统一，是商品与服务的统一，是数量商业与素质商业的统一：第一，它不只是商业企业和自然人的个体行为，而是所有商业主体（独立商业和厂商）、组织商品和劳务流通的全过程，是社会整体商业组织的协调。第二，它不仅仅是部门经济行业性的经济行为，而是国民经济运行的有机整体，“是商品所有者全部关系的总和”（马克思语），关系到每一个部门的经济利益和经济效益。第三，它不仅是一种发达的交换形式，

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

而是商品交换的全体，是整个商品生产、商品流通的组织和决策者。第四，它不是发达国家的专利，而是所有国家存在的共同现象。它在国民经济发展中的作用，取决于社会对商业尊重的程度、开拓的深度和广度。第五，它不是独立商人的买卖行为，而是所有生产者和经营者都要经历的经济过程。所有企业行为最终需要表现为商业行为。只有出售商品或劳务，才能实现价值，为企业的生存和发展创造条件。

我国晚清学者郑观应曾经指出："商理极深，商务极博，商心极密，商情极幻"，揭示了商业活动的特点和复杂的经济过程。由于我国商品经济不发达，加上长期受到轻商思想的影响和"左"的干扰，不仅忽视对"商情"、"商心"的研究，没有对商务过程进行系统、全面地研究，也无视对"商理"的探讨，揭示商业活动的内在规律和商业产生和发展的必然过程。传统的商业经济学及其相关著作，多停留在对现行商业政策的诠释或实践的总结。商业理论的贫困必然导致贫困商业。面对着未来的商业社会，所要研究的内容非常广泛，本丛书作者试图从商品商业、服务商业等方面的探索填补商业理论研究的一点空白。如果能做到这一点，也就没有白费作者的心血，也不辜负中国审计出版社对出版这套丛书所付出的艰辛。

理论研究是没有禁区的，但理论创新需要冲破种种禁区，需要一批勇敢的探索者，去探索前人没有涉

及的领域，提出自己独到的见解，形成一家之说，科学才会兴旺，理论才能发展。但是，应该看到，任何一种理论的提出和创立，都不可能是完全正确的，系统全面的。因此，本丛书的特点：一是力求适应商业社会的发展需要，逐步填补社会对商业理论研究的不足，以商业通则和国际惯例为指导，结合我国现实情况，探索在新的形势下商品流通的特点、规律和存在形式，针对我国商品流通、商业活动存在的问题，提出一些见解、设想和对策，有一定的可操作性和参考价值。二是力求在观点、体系和结构上有所突破，力图对从计划经济向市场经济转轨过程中的商业现象做出新的解释。因此，选题的重点不在于理论的完善、结构的系统，而在于创新和独到见解，哪怕是一个观点、一种见解、一个章节都是自己研究的成果，做到独到、创新和发展，都可以达到选题的标准。三是丛书作者都是经济学博士，甚至是同学科全国学术的带头人，即使个别刚跨出校门的博士生，也是学生的佼佼者，学术研究成果颇丰，他们各有所长，形成本丛书的作者群体，使丛书具有系统性、科学性和可读性，有较高的社会价值，值得一读。四是丛书第一批主要有：《交换经济论》、《商业制度创新论》、《国家经济安全与流通》、《物流系统论》、《分销通路设计——商品分销体系建立与创新》、《农业产业化与农产品流通》、《政府采购制度创新》、《流通秩序与商业行为》、《商业产业

组织创新》、《企业失败研究》等 10 本，计划 2001 年出齐。并做好第二批丛书的出版和发行的准备工作。

理论的探索同样存在风险，其风险在于本身的谬误、片面和不成熟，总要经历否定——肯定的过程。这个过程需要同行的支持、帮助、批评和指正。可以这样说，这套丛书不论哪一本都存在这样或那样的问题甚至错误，但是如果能在商业理论研究这一平静的湖上激起一层涟漪，引发社会注意，得到同行的批评与指正，达到抛砖引玉的目的，就实现了本丛书编辑出版的意图。

作者前言

如同自然界的生命体一样，企业的机体和运行可能会出现这样和那样的问题，这些问题相互作用就有可能导致企业像生命体一样患上各种疾病，这些疾病的不断恶化甚至最终的死亡构成了企业失败的残酷过程。企业的生生死死、兴衰成败是所有企业家、经济学家、管理学家、社会学家以及其他任何与企业有关的个人或组织所共同关注的问题。

一、关于企业失败研究

从哲学角度，我们需要辩证的认识成功与失败问题。(1)成功与失败就像一对孪生姊妹。谁都不想遭遇失败，但失败有时又不可避免。“失败乃成功之母”认为由失败而诞生成功，只是一种可能性，失败的积极作用不会自发实现。它需要人们在深刻理解企业失败发生机理的基础上，吸取教训、总结经验，充分发挥主观能动性和创造性，可能性才会变为现实性。与此相对，很多企业由盛而衰的历史告诉我们，成功极易导致企业家自我评价和自我期望过高，各种不切实际的欲望

膨胀，会驱使企业去再造奇迹，出现各种非理性扩张行为从而埋下失败的隐患。越是高速成长、超常发展的企业，问题往往越多，而且不会马上显现，也就不易引起企业家的警觉，直至最后的败局，即所谓成功乃失败之母。[①] (2)混乱和失败的根源在于我们自己，这种世界观哲学主要用内省的眼光来看待世界，来看待成功与失败。这种哲学认为，外部世界纷繁复杂，变化不息，人们一般会误以为整个世界充满了紊乱与无序，尤其在当今的社会，各种规则和传统都无法长期维系，世界处于严重的动荡和混乱之中，然而真正陷入混乱的不是客观世界，陷入混乱的是我们自己。Gerber(1996)的研究印证了这样的哲学观点：企业失败过程中所遇到的种种问题从本质上来说都不是外界问题，而是我们自身的问题。我们如果要想取得成功，就必须要认识到，我们不可能改变外部的世界，我们应该从自己开始，改变自己，才能改变世界。[②]

---

① 吴一夫(2001)认为"成功乃失败之母"，成功容易导致随后的失败。《商败》，吴一夫等编著，西南财经大学出版社，2001 年，第 120 ~ 121 页。

② Michael E. Gerber 研究了美国小企业倒闭率惊人的现象：美国每年有 50 多万人创办企业，而其中至少有 40% 的人所创办的企业就在当年倒闭，80% 以上的人(40 万人)所创办的企业不到 5 年就倒闭；那些捱过头五年的企业有 80% 以上在第二个 5 年里倒闭。他的研究结果表明：优秀的企业并不是不平凡的人建立，而是普通人用不平凡的业绩建立的。要使普通人做出不平凡的业绩就需要有一种制度；在商场中，成功者之所以成功，并不是因为他们掌握了哪些知识，而是因为他们具有永不满足的求知欲。《企业家迷信——多数小企业不成功的原因及对策》，(美)迈克尔·格伯(Michael E. Gerber)著，洪允息译，新华出版社，1996 年，第 173 页，第 4 页。

系统演化的观点认为，系统的产生取决于系统的元素、结构和环境。系统的产生和存在是差异整合的结果，系统发生过程即差异整合过程，整合的结果就是1+1不等于2。离开了系统产生的三个要素，就不可能会产生企业组织。不论何种系统，存续能力都是有限的，不可能永远保持其基本结构、特性、行为不变。演化性是系统的一个基本属性。对于企业系统的衰亡问题，演化论的系统观试图从系统消亡的角度进行回答。这种观点认为：一切系统的寿命都是有限的。系统消亡有两种基本方式和动因，即外部和内部。外部方式表现为破坏性的环境压力直接导致系统消亡：或者是边界被打破而不能修复，或者是要害子系统被破坏，或者是整个系统被摧毁。内部方式表现为企业系统逐步老化，包括组织老化和结构老化，整合力衰减，达到临界值时系统消亡。演化论的系统观还认为在很多情况下企业系统的衰亡是由内外因素的综合作用，导致系统发生病变、分裂而消亡。不论哪种情形，系统消亡都是整合能力被破坏的结果。

从心理学角度，也可以在一定程度上解释为什么企业会失败。大体来看，企业失败的心理学原因主要有六类：(1)思维的有意识简化，即有意识的把问题转化成“两极”式的选择，容易导致视野固囿僵化；(2)强调自我保护与自我能力感，只愿意做能够做到的事情，在工作中表现为“偷奸耍滑”，“避重就轻”；(3)有选择地吸收外界的信息，容易只看到想看到的事情，只记住想记住的事情；(4)鼠目寸光、不考虑不存在的问题，在处理复杂系统时不愿意将思维按照时间之轴去深入思考，不愿意去思考当前问题背后隐藏的东西；(5)偏见与思维定势，偏见会使固步自封凌驾于推理之上，思维定势容易把人们引入思维的误区，阻碍新观念、新思想的形成；(6)“一朝被

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com