

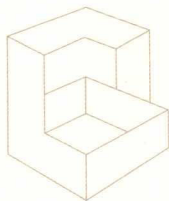


中国管理创新前沿系列 [第一辑]
国家“211工程”三期重点建设项目“管理创新与大企业竞争力”

主 编：唐晓华
副主编：王伟光

组织行为学视域： 企业竞争力

周 菲 等 / 著



The Horizon of Organization Behavior: The
Competitiveness of Enterprises



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

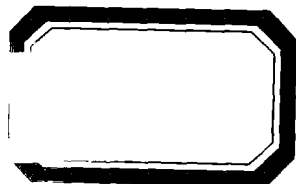


：中！国！管！理！创！新！前！沿！系！列！【第一辑】

主 编：唐晓华

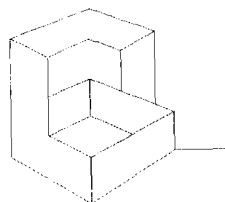
副主编：王伟光

重点建设项目“管理创新与大企业竞争力”



组织行为学视域： 企业竞争力

周 菲 等 / 著



The Horizon of Organization Behavior: The
Competitiveness of Enterprises



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

组织行为学视域：企业竞争力/周菲等著. —北京：
经济管理出版社，2012.4

ISBN 978-7-5096-1835-6

I. ①组… II. ①周… III. ①企业管理—组织行为
学—研究 IV. ①F272.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 041674 号

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 11 层

电话：(010)51915602 邮编：100038

印刷：北京银祥印刷厂

经销：新华书店

组稿编辑：陈 力

责任编辑：陈 力 李晓宪

责任印制：杨国强

责任校对：超 凡

720mm×1000mm/16

19.5 印张 302 千字

2012 年 6 月第 1 版

2012 年 6 月第 1 次印刷

定价：48.00 元

书号：ISBN 978-7-5096-1835-6

·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

总 序

唐晓华

《中国管理创新前沿》系列丛书，是国家“211工程”三期重点建设项目“管理创新与大企业竞争力”研究成果的重要组成部分。该项目以工商管理一级学科博士授予点、工商管理和产业经济学等省级重点学科为依托，借助辽宁大学商学院省级重点研究基地“辽宁产业组织和技术创新研究中心”、“现代公司治理与成长研究中心”等科研平台，重点围绕产业组织创新、企业文化创新和制度创新等层面，研究如何通过管理创新塑造和提升企业竞争力。

创新型国家、创新型社会的建设需要创新型企业。同时，创新型企业需要不断探索适合其特点的管理创新手段、方式和方法，以提升企业创新能力和企业竞争力。管理创新作为优化配置和有效整合资源的重要手段，已经成为这一时代背景下我国企业可持续发展的必然选择。管理创新是塑造和提升企业竞争力的主要措施，对世界任何国家和地区的企业具有普遍适应性，对处于经济转型期的中国企业而言，管理创新是尽快缩小与世界发达国家企业竞争力差距的重要路径。从区域经济建设的需求来看，在东北振兴和实现辽宁全面振兴的关键时期，探索一条与地方经济社会发展相适应的管理创新模式，激发包括国有企业在内的所有企业的竞争力，是促进和保障老工业基地实现全面振兴的重要手段。与此同时，对地方性特点突出的企业管理实践的探索与分析，对于深化管理创新与企业竞争力问题的研究，丰富和提高国际管理创新研究的范畴和层次，也具有重要的理论和实践意义。从促进科技进步的需求来看，管理创新是加快科技进步速度，促进科技成果向现实生产力有效转化的制度保证。科技进步离不开科研人员持续不断的智力投入，而影响科研人员投入的恰恰是管理水平。管理创新可以调动科研技术人员的工作主动性和积极性，激励他们全身心投入到科研工作中。因此，管理创新作为软环境建设的重要手段，对科技进步硬指标的实现具有积极作用。

随着经济全球化的发展，国家竞争力和产业竞争力更多地体现为企业竞争力。技术、资本和劳动力都是企业竞争力的重要源泉，而管理及其创新则是将这



种源泉转变为现实生产力和市场竞争力的关键。正因为如此，近年来国内外学术界及权威机构对管理创新与企业竞争力问题研究十分关注，形成了一大批研究成果。世界经济论坛（WEF）、瑞士洛桑国际管理学院（IMD）是国际竞争力评价领域的两家权威机构。金碚、赵彦云等一大批学者围绕中国元素也做了大量研究，形成了许多高水平研究成果。其中，《全球竞争力报告》的竞争力排行榜以全球竞争力指数为基础，将机构、基础设施、宏观经济环境、健康与初等教育、高等教育和培训、商品市场效率等因素作为评价切入点，全面反映了处于不同发展阶段的世界各国的竞争力状况。2010年9月9日，世界经济论坛发布了《2010年至2011年度全球竞争力报告》，中国排名上升两位至27位，在新兴经济体中继续领先。

“管理创新与大企业竞争力”项目将充分继承国外权威机构基于国家或地区层面进行的竞争力评价和国内基于行业层面的研究，借鉴其竞争力评价方法，从微观角度对企业竞争力进行深入的理论分析，从企业价值链各个环节研究企业竞争力问题，从软竞争力角度研究企业竞争力的提升问题，并密切结合中国改革开放30多年的实践经验，特别是结合东北地区国有企业改革的实践，参考国外管理创新与企业竞争力最新研究成果，构建一个具有区域特色的管理创新与企业竞争力分析框架，为建立企业管理创新研究体系提供重要的理论支撑。

围绕学科建设目标、学术前沿和国家经济建设重大需求，结合前期研究成果、研究特色以及学科发展新趋势，“管理创新与大企业竞争力”项目下设“企业制度创新与大企业竞争力”、“产业组织创新与大企业竞争力”和“公司文化创新与大企业竞争力”三个研究方向。公司治理、产业组织与企业文化是企业竞争力形成与强化的三个重要微观因素。这三个因素的相互作用和协调程度，决定着企业竞争力的形成和发展。“企业制度创新与大企业竞争力”，重点从企业内部制度设计视角，探索大企业竞争力的内生动力机制；“产业组织创新与大企业竞争力”，重点从企业间竞争模式和行为视角，探索促进大企业竞争力的产业组织设计；“公司文化创新与大企业竞争力”，重点从企业文化、企业伦理和社会责任视角，探索提升大企业竞争力的社会管理创新途径。

就学科研究而言，基于上述学科发展和建设构想，我们设计了“标志性著作”（第一辑）和“标志性成果支撑性著作”（第二辑）两大系列。标志性著作的目标是围绕产业组织创新、企业文化创新和企业制度创新，探索以上述三种类型创新为主要内容的管理创新与大企业竞争力之间的逻辑关系，试图为分析这些问题提供一套基本框架和方法，共计7部著作。而标志性成果支撑性著作则将目标定位在围绕产业组织创新、企业文化创新和企业制度创新三大内容，重点突破这三类创新中的某个方面或环节，有的强调并购视角，有的注重集群视角，有的突



出治理机制，也有的集中在供应链方面，还有的侧重财务控制等方面，这些成果主要体现于《中国管理创新前沿》系列丛书之中。

参与此类项目的所有研究人员均来自辽宁大学商学院，形成了三个方向的研究团队和十个左右的核心研究小组。通过团队和小组成员的充分研讨与合作，在进一步明确学科发展方向的同时，也形成了一批高质量的研究成果，更塑造了一个有创新力的教学科研团队。

当然，作为现代商科发展的重要组成部分，我们的研究和设计还存在很多不足，还需要进一步探索和努力，我们的研究成果也只是一种探索性的尝试。在希望我们团队研究成果能够得到学界和读者认可的同时，也向那些在此领域辛勤工作的学术前辈和同行表示深深的敬意，因为正是这些研究者卓有成效的研究方法和研究成果，使得我们的研究重点领域和研究内容有了厚重的学术积淀基础。最后，在此向为我们研究提供支持和帮助的各位学者致敬，也欢迎各界人士提出宝贵意见，以进一步丰富和完善我们的研究成果。

前言

经济全球化速度的加快，社会信息化程度的提高，使得社会竞争也越来越激烈，社会环境变化加剧，不确定性因素增多，这一切都加大了企业的生存成本与发展风险。企业要想在激烈的市场竞争中取得优势、得到发展，就必须抓住一切有利于增强自身竞争力和发展强大的因素。企业的高科技水平，科学合理的战略、结构、制度等因素有利于提高企业的竞争优势，但在实际的竞争环境中，真正具有决定性作用的因素在于人本身。企业行为是人的行为的集中表现，对企业行为的分析离不开对人的行为的分析。提高企业员工的行为能力是使企业具有竞争力的关键因素。

本书是近几年来我和我的博士研究生们在组织行为学领域的一些最新研究成果，特别是对企业竞争力所涉及的心理与行为问题进行了一些较为深入的研究，有些成果在实践中具有较好的可操作性。近年来，心理学越来越显现出较强的学科渗透性，组织行为学的学科发展也越来越显现出对实践较强的指导意义，心理与行为因素对企业组织的发展尤其是对企业竞争力的影响更是全方位的。每当我在给 MBA 学生上课的时候，他们对知识与实践技能的渴望，总是使我产生对他们倾囊相授的想法，总是希望将我们的研究成果提供给这些职业经理们，使得他们能携全新理念、操高超技能，集理论与实践能力于一身，在商场上游刃有余。希望本书对他们能有所帮助。

本书共 11 章，除第一章作为导论外，其余 10 章均为对企业竞争力进行的组织行为学视角研究。第一章、第二章由周菲执笔，主要研究在企业竞争决策中的行为模式，包括问题求解模式、直觉模式、权变模式、有限理性模式以及渐进模式。第三章由李显东执笔，主要研究企业竞争力的价值观问题，包括企业家个人价值观与组织价值观，企业文化价值观、道德价值观、经济价值观与社会价值观的内涵及构建等。第四章由高英执笔，主要研究心理资本与企业竞争力的关系，包括心理资本的内涵与维度、我国企业员工心理资本水平调查、心理资本与企业员工工作结果以及心理资本如何提升企业竞争力等问题。第五章由孙莹执笔，主要研究企业人格化特征，包括企业性格、企业核心能力、企业声誉以及企业精神等人格化特征与企业竞争力的关系。第六章由付保第执笔，主要研究企业家的不确定性决策行为及认知偏差，包括具有代表性的不确



定性决策行为模式、不确定性决策的多元化归因、企业家风险决策的认知要素以及企业家产生认知偏差的心理机制与文化因素等。第七章由周菲执笔，主要研究企业竞争决策中的群体行为，包括群体决策的偏好依存、群体决策中的互动与冲突行为、群体决策过程模型以及群体不良决策行为分析。第八章由邓雪执笔，主要研究企业战略联盟组织间学习，包括如何从企业知识理论视角看企业竞争力、企业战略联盟组织间学习的特征与内容以及企业战略联盟组织间学习的方式与机制。第九章由孙雪梅执笔，主要研究 EAP（员工帮助计划）与企业竞争力，包括 EAP 的内容、特色、服务模式以及企业 EAP 方案的制定与实施等。第十章由白晓君执笔，主要研究员工心理边界问题，包括员工心理边界的内涵、员工心理边界的影响因素、心理边界与个体绩效的关系等。第十一章由周菲、朴英烈执笔，主要研究心理所有权与企业竞争力的关系，包括心理所有权对企业竞争力的作用及其测量、心理所有权与组织公民行为以及心理所有权与企业管理者行为问题。

由于我们团队的水平有限，有些观点的提出与模型的建构可能不够成熟，希望能得到同行们的批评。写作过程，感谢高英博士、邱畅博士、孙莹博士以及李显东博士为本书进行文字校对工作，同时本书也参考了其他学者的研究成果，在此一并致谢！

周 菲

2012 年 5 月 3 日

目 录

第一章 导论	1
第一节 企业竞争力与我国企业发展概述	1
一、关于企业竞争力内涵的研究	1
二、我国企业发展现状	3
三、我国企业发展中存在的主要问题	10
第二节 企业组织行为研究的历史沿革	12
一、19 世纪末期的研究	13
二、20 世纪 20 年代的研究	14
三、20 世纪 50 年代以后的研究	17
第三节 企业竞争行为的心理基础	23
一、决策的认知过程	24
二、价值观体系	27
三、态度与情感体系	28
四、人格特征	29
五、心理动力系统	31
第二章 企业竞争决策的行为模式	35
第一节 问题求解模式：严格的逻辑思维程序	35
一、问题空间	35
二、问题求解中的模式识别	36
第二节 直觉模式：经验积累的飞跃	38
一、直觉模式的讨论回顾	39
二、直觉模式在决策中的作用	40
第三节 权变模式：具体问题具体对待	41
一、菲德勒的权变理论	41
二、V.H.佛隆和 P.W.耶顿的权变模式	43
三、领导决策的连续带模式	44



第四节 有限理性模式：寻求满意而不是最优	46
一、有限理性思想的提出	46
二、有限理性的心理机制	47
三、有限理性的决策模式	50
第五节 渐进模式：摸着石头过河	51
一、渐进决策的理论观点	52
二、渐进模式的依据	53
三、渐进模式的决策思路	54
第三章 企业竞争力的价值观前提	57
第一节 企业价值观与企业竞争力	58
一、企业竞争力与企业价值观的关系	58
二、企业价值观及其功能	59
第二节 企业家个人价值观与组织价值观	62
一、企业家个人价值观	62
二、组织价值观	63
三、企业家价值观对企业组织价值观的影响	66
四、企业家价值观与组织价值观统一的实现途径	68
第三节 企业文化价值观与道德价值观	69
一、企业文化价值观内涵及其构建	69
二、企业道德价值观内涵及其构建	71
第四节 企业经济价值观与社会价值观	76
一、企业经济价值观内涵及其构建	76
二、企业社会价值观内涵及其构建	80
第四章 心理资本与企业竞争力	85
第一节 心理资本释义	85
一、心理资本理论提出的背景	85
二、资本理论的演进历程	87
三、心理资本的内涵与维度	89
四、企业员工心理资本水平调查	93
第二节 心理资本与企业员工工作结果	97
一、国内外心理资本与工作结果研究	97
二、希望与工作结果	100
三、乐观与工作结果	101

四、自我效能与工作结果	101
五、韧性与工作结果	102
第三节 心理资本提升企业竞争力	103
一、资源理论下的心理资本	103
二、心理资本与企业竞争力的构建	104
三、心理资本干预与开发	110
四、组织承诺的开发	119
第五章 企业人格化特征与企业竞争力	123
第一节 企业性格	123
一、企业性格的概念	123
二、企业性格类型与企业竞争力	124
三、企业性格特征与企业竞争力	125
第二节 企业核心能力	128
一、企业核心能力概念	128
二、企业核心能力特征对竞争力的影响	128
三、企业核心能力的培育	130
第三节 企业声誉	132
一、企业声誉的概念	132
二、企业声誉对竞争力的影响	132
三、企业声誉的评价体系	133
第四节 企业精神	137
一、企业精神的概念	137
二、企业精神的特征	137
三、企业精神对竞争力的影响	138
四、企业精神的创造	139
第六章 企业家的不确定性决策行为及认知偏差	141
第一节 企业家的最大期望效用：SEU 模式	141
一、SEU 模式的提出	141
二、主观概率的引入与 SEU 模式的内涵	142
三、SEU 模式的局限性	143
第二节 企业家的不确定性决策	144
一、具有代表性的不确定性决策行为模式	144
二、不确定性决策的多元化归因	149



三、企业家风险决策的认知要素	152
第三节 企业家产生认知偏差的心理机制	155
一、认知因素的影响	156
二、决策者的个性因素	167
三、决策者的有限理性	168
第四节 企业家认知偏差的文化因素	169
一、群体与组织文化对认知偏差的影响	170
二、社会文化对认知偏差的影响	171
第五节 企业家认知偏差的纠正策略	173
一、认知偏差纠正的过程策略	175
二、认知偏差纠正的数理策略和框架策略	178
第七章 企业决策中的群体行为	181
第一节 群体决策的偏好依存	181
一、不可能性定理	182
二、移情与利他主义	183
第二节 群体决策中的互动与冲突行为	184
一、群体决策中的互动因素	184
二、囚犯的困境	186
三、群体决策中的冲突	188
第三节 群体决策过程模型	190
一、群体决策的层次模型	190
二、群体决策的协调模型	193
第四节 群体不良决策行为分析	195
一、冒险性迁移	195
二、决策中的遵从	196
第八章 企业战略联盟组织间学习与企业竞争力	201
第一节 企业知识理论的提出	201
一、企业知识的内涵与特征	201
二、企业知识的分类	203
三、从企业知识理论视角看企业竞争力	205
第二节 企业战略联盟组织间学习的内涵	206
一、战略联盟与组织间学习	206
二、企业战略联盟组织间学习的概念与特征	208



三、企业战略联盟组织间学习的内容	210
第三节 企业战略联盟组织间学习的方式与机制	212
一、企业战略联盟组织间学习的方式	212
二、企业战略联盟组织间学习的机制	213
第九章 EAP (员工帮助计划) 与企业竞争力	221
第一节 EAP 的发展历程	221
一、EAP 的内涵	221
二、从 OAP 开始的 EAP	222
三、EAP 的内容	223
四、EAP 服务的特色	225
五、EAP 的服务模式	228
第二节 EAP 在企业竞争中的作用	229
一、EAP 如何影响企业竞争力	229
二、EAP 与世界 500 强企业	230
三、EAP 与中国企业发展	232
第三节 EAP 与企业人力资源竞争战略	233
一、EAP 对企业人力资源管理的影响	233
二、企业人力资源战略对竞争战略的影响	235
三、EAP 在企业人力资源战略与企业竞争战略中的中介作用	236
第四节 企业 EAP 方案的制定与实施	238
一、企业 EAP 的需求评估	239
二、EAP 可以实现的目标	239
三、EAP 方案实施案例	239
第十章 员工心理边界与企业竞争力	245
第一节 心理边界的内涵	245
一、问题的提出	245
二、心理边界的内涵及维度	247
第二节 员工心理边界影响因素	252
一、群体因素	252
二、领导者因素	254
三、组织文化因素	254
第三节 员工心理边界与个体绩效	255
一、基于个体的绩效界定	255



二、绩效的影响因素	257
三、绩效管理	259
四、员工心理边界与个体绩效关系论证	259
第四节 员工心理边界与个体绩效实证检验	263
一、研究设计	263
二、调查实施与分析	263
三、研究结论	266
第十一章 心理所有权与企业竞争力	269
第一节 心理所有权的内涵	269
一、心理主人意识	269
二、心理所有权的定义	270
第二节 心理所有权对企业竞争力的作用	275
一、心理所有权影响企业绩效	275
二、心理所有权影响员工的态度与情感	276
三、心理所有权影响组织公民行为	277
第三节 心理所有权的实证研究	280
一、研究假设	281
二、量表设计	281
三、心理所有权评价维度的设计	283
四、服务质量纬度设计	286
五、研究结论与启示	287

第一章 导论

在我国，对企业竞争力的研究是一个热门研究领域，学术界已有颇多的研究成果，主要集中在对企业竞争力内外环境的研究、对企业内外制度的研究、对大企业并购的研究、对企业核心竞争力的研究。从心理学与行为科学的角度研究如何提高企业竞争力以及企业竞争力究竟受到哪些心理因素及行为因素的制约，则是一个较新的研究领域。

第一节 企业竞争力与我国企业发展概述

企业是一个国家参与国际竞争的坚实基础，企业发达的国家也是经济高度发达的国家。中国经济要立足于世界经济之林、参与国际竞争，就必须培育和发展一批大型企业和企业集团。因此，提高我国企业的国际竞争力，发展具有国际竞争力的企业不仅是我国企业参与国际市场竞争的需要，也是实现我国经济参与世界经济大循环的战略选择。

一、关于企业竞争力内涵的研究

企业竞争力是竞争力的形态之一。多年来，学术界对企业竞争力概念的定义上仍未达成一致。薄湘平和易银飞从三个角度对国内外相关研究进行归纳。^①

第一，从与竞争对手相比较的角度界定，认为竞争力是一个通过比较而得到的相对概念，这反映了当代市场经济的本质，即企业竞争力只有通过其在市场上的表现，通过与其他企业的比较衡量才能体现出来。世界经济论坛（1994）将企业竞争力定义为“一个公司在世界市场上均衡地生产出比其他竞争对手更多的财富”。^② 菲利普·科特勒认为企业比竞争对手更有效地满足消费者

^① 薄湘平、易银飞：《国内外企业竞争力研究综述》，《商业研究》，2007年第12期，总第368期，第11-16页。

^② World Economic Forum (WEF). The World Competitiveness Report, 1997.



需求的能力就是企业竞争力。^①此外，张志强、吴建中（1999）得出企业竞争力的核心是比较生产力这一结论。^②但是，单从与竞争对手相比较的角度来理解企业竞争力，只侧重企业外部竞争环境的分析，往往忽略了企业打造自身内力的重要作用，有一定的局限性。

第二，从企业自身资源和能力的角度界定，认为企业竞争力是企业将自身资源和能力进行整合的能力，从企业内部资源和能力的角度对企业竞争力进行定义，突出了企业内部自身能力在竞争中的重要作用。C.K.Prahalad 和 G.Hamel（1990）将企业竞争力界定为“组织中的积累性学识，特别是关于如何协调不同的生产技能和有机结合多种技术流派的学识”。曹建海（2000）认为，企业竞争力是由企业一系列特殊资源组合而形成的占领市场、获得长期利润的能力。^③他强调企业自身资源和能力在竞争中的作用，侧重企业内部环境分析有其合理的一面，但使部分企业看不到外部竞争环境的变化，容易导致企业盲目自大，躺在资源的优势上睡大觉，最终丧失竞争优势。

第三，资源是企业竞争力形成的基础条件，能力是企业竞争力形成的必要条件，而企业的外部竞争环境影响着企业资源、能力的发挥。因此，界定企业竞争力要综合考虑这三方面的因素。韩中和（2000）认为，企业竞争力是面向市场和顾客，合理地运用企业内部的经营资源，提供市场和顾客所需要的产品和服务，在与竞争对手的角逐中建立竞争优势的能力。^④胡大立（2001）将企业竞争力界定为，企业通过自身要素的优化及与外部环境的交互作用，在有限的市场资源配置中占有相对优势，进而处于良性循环的可持续发展状态的能力。^⑤

可以说，企业竞争力是一个较复杂的概念，企业内部自身资源和能力以及企业外部竞争环境都在一定程度上影响着企业竞争力的形成及其强弱。此外，企业竞争力最终要在市场竞争中形成，能否具备满足消费者（包括生产性消费者）需求的能力对企业竞争力也有很大的影响。因此，企业竞争力是企业通过整合自身资源和内在能力以及与外部竞争环境的交互作用，比竞争对手更能满足消费者需求的能力。

企业竞争力是由不同要素构成的，竞争力的形成取决于相互联系的多种因素的共同作用。Feurer R.（1995）等认为，影响企业竞争力的因素主要包括顾

① 菲利普·科特勒、加里·阿姆斯特朗：《市场营销》，余利军译，华夏出版社 2001 年版，第 121-135 页。

② 张志强、吴建中：《企业竞争力及其评价》，《管理现代化》，1999 年第 1 期，第 24-25 页。

③ 曹建海：《过度竞争论》，中国人民大学出版社 2000 年版，第 10-11 页。

④ 韩中和：《企业竞争力：理论与案例分析》，复旦大学出版社 2000 年版。

⑤ 胡大立：《企业竞争力论》，经济管理出版社 2001 年版。



客评价、股东评价,对竞争环境的作用与适应性。^①金碚(2003)认为,企业竞争力的决定因素有四个方面:企业面临的各种“关系”和环境、拥有的各种资源、企业特有的能力及文化理念。而世界经济论坛(WEF)认为企业竞争力的影响因素主要有五个:变革因素、变革过程、环境、企业自信心和工业序位结构。也有学者将企业竞争力的影响因素总结为三个方面。Thomas(1999)认为快速反应能力、产出加快能力和资源效果能力是影响企业竞争力的三个方面。^②柴小青(2002)认为生存能力、适应能力和发展能力的共同作用决定着企业竞争力。^③

二、我国企业发展现状

(一) 我国大企业发展现状^④

改革开放 30 多年来,企业通过资本运营和企业并购重组不断壮大。2002~2009 年,中国 500 强企业每年都有大量企业进行并购重组,通过这种方式迅速扩大规模。数据表明,在 500 强中,有 100 多家企业每年并购重组大约四五百家企业,实现企业的迅速成长。成为中国 500 强的企业一般都不是单体企业,而是企业性集团。中国 500 强排名靠前的企业一般都是“跨省公司”,做不到跨省发展难以成为国家级大企业。这就出现大企业必须突破行政边界谋求发展的情况,因此,大企业必须是在能利用好、整合好政府资源、政府利益、政府关系的前提下发展起来。在中国这种特殊的国情下,大企业的发展对企业家的要求就有别于国外的企业家。

从国家发改委 2008 年的报告中可以看出,中国前 500 家大企业规模持续扩张,但增长速度有所放缓;行业持续多元化发展,国有经济仍占据主导地位;大企业集团区域发展,仍呈现出明显的不平衡性。中国前 500 家大企业分布在 54 个行业中,其中原材料采选及加工业、批发业、电力、机械制造等行业具有一定优势,但行业分布总体呈多元化趋势。从中国前 500 家大企业的所有制情况看,国有经济仍占据主导地位,多种所有制经济共同发展的局面继续保持。国有企业和国有独资企业的单位数分别占到总量的 18.20% (91 家) 和 37.20% (186 家),合计 55.40% (277 家)。结合近 5 年来中国前 500 家大企业

^① Feurer R. Chaharbagh, iK.Strategy Development, “Past, Present and Future”, Management Decision, 1995 (6): 11-21.

^② Thomas H. Brush, Kendall Wartz, “Toward a Contingent Resource-Based Theory: The Impact of Information a Symmetry on the Value of Capabilities in Veterinary Medicine”, Strategic Management Journal, 1999 (3): 223-251.

^③ 柴小青:《竞争战略选择的影响因素分析》,《商业研究》,2002 年第 5 期,第 20-23 页。

^④ 国家发改委产业经济与技术经济研究所、北京师范大学地理学与遥感科学学院课题组:《中国前 500 家大企业发展报告 (2008/2009)》,《经济参考》,2010 年第 21 期。