

南
京
大
学
博
士
文
丛

专业化、 协调与企业战略

贾良定 著

南京大学出版社

NANJING
DAXUE
BOSHI WENCONG



F270
J329

南京大学博士文丛

专业化、 协调与企业战略

贾良定 著

南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

专业化、协调与企业战略/贾良定著. —南京:南京大学出版社, 2002. 5

(南京大学博士文丛/蒋树声主编)

ISBN 7-305-03814-8

I. 专... II. 贾... III. 企业管理—研究
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 014724 号

从 书 名 南京大学博士文丛

书 名 专业化、协调与企业战略

著 者 贾良定

出版发行 南京大学出版社

社 址 南京市汉口路 22 号 邮编 210093

电 话 025-3596923 025-3592317 传真 025-3303347

网 址 <http://press.nju.edu.cn>

电子邮件 nupress1@public1.ptt.js.cn

经 销 全国各地新华书店

印 刷 南京人民印刷厂

开 本 850×1168 1/32 印张 8.5 字数 210 千

版 次 2002 年 5 月第 1 版 2002 年 5 月第 1 次印刷

印 数 1—2000

ISBN 7-305-03814-8/D·456

定 价 16.00 元

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

目 次

《南京大学博士文丛》总序(洪银兴)	
序(周三多).....	1
摘要.....	1
ABSTRACT	1
第一章 导论.....	1
第一节 研究主题.....	1
第二节 研究主题的理论可行性.....	6
第三节 相关文献的评述与本文所做的工作	13
一、有关专业化思想的文献评述与本文所做的工作	13
二、有关协调的文献评述与本文所做的工作	18
三、有关专业化分工选择的文献评述与本文所做的工作	23
第四节 本文所要证明的命题及其结构安排	26
第五节 本文的研究方法与创新之处	31
第二章 产业内专业化分工及其演进	36
第一节 产业内互补任务的均衡完成	38

目 次

一、模型基本假设	38
二、互补任务的均衡完成	39
第二节 产业内专业化分工	41
一、产业内专业化分工受资源市场容量、协调与 激励成本的影响	41
二、产业内专业化分工受产业知识和任务知识的 影响	47
第三节 产业内专业化分工的演进机制	48
附录 2-1 交易租金与人的异质化	53
附录 2-2 子格与超模函数	61
第三章 产业内协调方式的选择	64
第一节 引论	64
第二节 一般模型	68
一、理论假设	68
二、一般模型	70
第三节 企业资源最优配置及其价值最优创造	75
一、结构 1:分立的自给自足管理协调	75
二、结构 2:准一体化协调	77
三、结构 3:半自给自足的契约/市场协调	80
四、结构 4:半专业化的契约/市场协调	85
五、结构 5:完全专业化的契约/市场协调	89
六、结构 6:合并的管理协调	92
第四节 结构间比较及其结论	93
附录 3-1 企业 A 和 B 对称条件下的各结构比较 实例	98
第四章 企业生产方式的安排及其演进	104
第一节 引论	104
第二节 一般模型:顾客满意水平与顾客价值创造	

函数·····	109
一、顾客满意水平·····	109
二、企业的顾客价值创造函数·····	113
三、企业决策的一般模型·····	118
第三节 产品品种最优数量的确定·····	119
一、顾客满意指数-产品品种数弹性($E_{\alpha^*,k}$)的 性质·····	119
二、顾客价值-产品品种数弹性($E_{v,k}$)的性质·····	121
三、企业产品品种最优数量确定定理·····	122
第四节 企业生产方式的历史考察及其演进机制·····	126
一、企业生产方式的历史考察·····	126
二、企业生产方式的演进机制·····	133
附录 4-1 命题 4.1 与命题 4.2 的证明·····	137
附录 4-2 ω^* 关于 n 的递增性质证明·····	141
附录 4-3 $E_{\alpha^*,k}$ 的性质·····	143
附录 4-4 企业资源最优配置定理·····	146
第五章 企业专业化分工的选择·····	148
第一节 引论·····	148
第二节 一般模型: 2×2 模型·····	153
一、静态模型·····	153
二、动态模型·····	154
第三节 静态均衡·····	155
一、分立的自给自足管理协调·····	156
二、完全专业化的契约/市场协调·····	157
三、准一体化协调·····	158
第四节 动态均衡:初步分析·····	160
一、分立的自给自足管理协调·····	161
二、完全专业化的契约/市场协调·····	163

目 次

三、准一体化协调	168
第五节 动态均衡:进一步分析	174
一、基于任务重要性(β 值)的动态分析	175
二、基于资源相对量($\eta = \frac{R_B}{R_A}$ 值)的动态分析 ...	179
三、基于学习能力(μ_{ik} 值)的动态分析	182
第六节 结论	188
附录 5-1 动态比较 I :基于任务重要性	191
附录 5-2 动态比较 II :基于资源的比较	204
附录 5-3 动态比较 III :基于学习能力的比较	211
附录 5-4 两种准一体化结构间的动态比较: 基于任务重要性	216
 第六章 结论:基于专业化及其协调的企业战略	 220
 参考文献	 225
 后记	 245

第一章 导 论

第一节 研究主题

本文从专业化及其协调角度来研究企业战略问题。我们认为,企业战略的实质是确定优势的专业化任务和活动、并选择恰当的协调方式来协调其所选择的专业化任务或活动。本文主要探讨企业如何确定专业化任务和活动及其协调方式。为什么如此认识企业战略呢?其一,任何经济组织所面临的基本经济问题是“效益与公平”,即“生产什么”、“如何生产”和“如何分配”。前两者与效益有关,是资源有效配置问题,其处理人与自然之间的关系。后一者与公平有关,是激励动力问题,其处理人与人之间的关系。本文讨论的是前两者问题。^①从企业角度来看,此两问题就是“专业化确定及其协调方式选择”,即确定优势的专业化分工(做什么?)、及其选择

① 詹森(Jensen, 1998)在哈佛商学院开设的“协调、控制和组织管理”课程及其研究主要从“人及其人与人之间关系”角度来研究企业战略,其研究的焦点在第三个基本问题上。本文研究不涉及“人及其人与人之间关系”的问题。

恰当的协调方式(如何做?)。其二,专业化及其协调是任何经济组织所需解决的根本问题。不讨论专业化及其协调,我们无法认识经济组织的内涵。人类创造出不同的协调方式去协调一定条件下为达到一定目的的分工活动,并且人类能从已存在的众多组织中选择适应一定条件和达到一定目的的最好协调方式。其三,随着技术和社会的进步,以及经济日益全球化,企业内及企业间专业化分工日益深化;专业化分工的发展,协调愈加重要,协调方式愈加复杂。

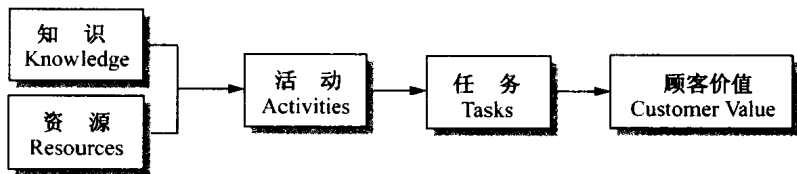


图 1-1 产业:顾客价值创造系统

本文从专业化及其协调角度来理解企业战略。首先,我们认为产业是一个顾客价值创造系统,企业是顾客价值创造系统的子系统。如图 1-1 所示,^①产业是由完成某一顾客价值创造的所有

① 本文对产业的认识受到阿林·杨格、乔治·理查德森和波特的影响。杨格指出,“这是非常明显的,即对于绝大多数的产业而言,在原材料生产者与最终产品消费者之间存在着日益复杂的专业化活动的链(an increasingly intricate nexus of specialised undertakings)……随着产业间劳动分工的扩展,产业内的代表企业(representative firm)也日益失去其特性(identity)”(Allyn Young, 1928, pp. 538)。理查德森认为,“把产业看作是完成无数多活动(activities)——与对未来需求发现和估计、研究、开发和设计、物理制造过程的实施与协调、市场营销等等相关的——是恰当的。并且必须认识到这些活动得由拥有适当的能力(capabilities)的组织来完成,换言之,得由拥有合适知识、经验与技能的组织去完成。”(Richardson, 1972, pp. 888. 斜体系原文所有)波特认为,“企业的价值链体现在我称之为价值系统的更为广泛的一连串活动之中,……每一个企业都是用来进行设计、生产、营销、交货以及对产品起辅助作用的各种活动的集合。所有这些活动都可以用价值链表示出来。”(Porter, 1985, pp. 34, 36)

具有互补性的任务(tasks)和活动(activities)构成的一个系统,完成这些任务和活动需要知识(knowledge)和资源(resources);企业是承担这一系统内部分任务和活动的子系统,通过生产性资源和特定知识的投入去实施并协调多种任务和活动的管理框架。^①本文基本假定是:产业和企业存在的理由是为顾客创造价值(customer value)。^②创造顾客价值需要众多互补性的任务,这些具有互补性的任务内又由许多活动来完成,产业系统内的迂回生产(roundabout production)表现在两个层面:一为任务专业化分工不断细化,从而使具有互补性的任务不断增多;二为不同任务内部的活动专业化分工不断细化,从而使共同完成同一任务的活动不断增多。本文理解的专业化即为此两层面的专业化。^③

其次,产业内具有互补性的任务和活动需要恰当的协调方式

① 对企业的定义,本文主要受以下观点的影响。卡尔多把企业定义为“拥有一定协调能力的生产性联合体”(Kaldor, 1934, pp. 69)。斯蒂格勒认为,“企业从事着一系列不同的活动(distinct operations)——采购与贮存原材料,把原材料转换为半成品以及把半成品转换为产成品,贮存与销售产成品,对顾客信贷,等等。……单个活动的成本与其技术相关。不同活动具有不同的规模经济”(Stigler, 1951, pp. 130—131)。彭萝丝认为,“企业不仅仅是一个管理单位,而且是在一个管理框架组织下的生产性资源集合体”(Penrose, 1995, pp. 24)。波特用价值链(value chain)来剖析企业的竞争优势的来源,用价值系统(value system)来剖析产业的顾客价值创造(Porter, 1985)。作为一位企业史学家,钱德勒解释了企业的四个特征,即“法律实体,管理实体,技能、物质资源和资本集合,生产和分销物品和服务的实体”(Chandler, 1992b, pp. 483)。

② 德鲁克曾指出,“企业的目的,只有一个定义说得通:创造顾客”(Drucker, 1954, pp. 44)。波特认为“竞争优势归根结底产生于企业为顾客所能创造的价值”(Porter, 1985, pp. xvi)。哈梅尔和普拉哈拉德认为核心能力的首要特征是“有助于实现用户看重的价值”(Hamel & Prahalad, 1994a, pp. 217)。

③ 本文第二章将“产业是一顾客价值创造系统”概念模型化,讨论产业内专业化分工及其演进机制。

来协调。并且,协调与专业化分工是相互演进的,一方面,随着产业内专业化分工的不断深化,协调方式也日益复杂;另一方面,随着协调方式发展和协调的能力的增强,产业内专业化分工也不断深化。从完全由价格支配的市场协调的一端,到完全由企业家指挥的管理协调的另一端,存在着众多的协调方式,这些协调形式构成了人类经济活动协调方式的连续统一体,如图 1-2 所示。^①市场协调(market co-ordination)是用价格机制来对专业化分工进行协调,现场交易(spot transaction)便是其典型的表现形式。合约协调(contract co-ordination)通过合约规范交易各方的现在的和未来的行为,从而对专业化分工进行协调,合约一般分为短期合约、中期合约和长期合约。一般来说,合约条款的详尽程度与合约规范交易各方的时间长度呈负相关,合约规范交易各方的时间越长,合约条款将越笼统,合约所蕴含的风险(risk)和不确定性(uncertainty)越强。由于同一产业内不同任务及其任务内的众多活动为完成相同目的具有互补性,选择不同合约的目的是恰当地协调不同任务及其活动,从而降低各任务和活动主体投资的风险和不确定性。准一体化协调(quasi-integration co-ordination)通过一定的相互投资(资本、人员、技术、信息等)来对专业化分工进行协调。准一体化协调比合约协调对交易各方的约束能力更强,因为各方

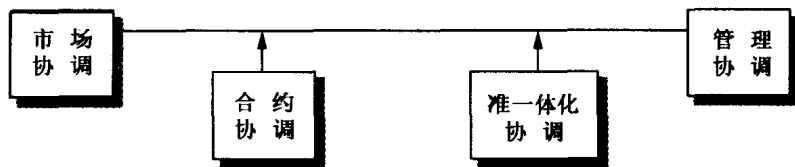


图 1-2 协调方式的连续统一体

^① 本文第三章将各种协调方式模型化,讨论企业对产业内协调方式选择的具体条件。本文第四章进一步分析企业内生产方式的安排及其演进机制。

在资本、人员、技术、信息等方面进行了一定相互的投资,各方间利益相关性更强。管理协调(managerial co-ordination)通过企业家的指挥对专业化分工进行协调。

第三,企业战略的实质是确定优势的专业化任务或活动,并选择恰当的协调方式来协调其所选择的专业化任务或活动,从而获得企业最佳持续生存。^①产业是由创造相同顾客价值的企业的集合。每个企业都是差别的,差别表现为企业对专业化分工的确定及其对协调方式的选择的不同,其实质源于企业所拥有的生产性资源和知识以及学习能力不同。^②因此,企业战略制定过程是企业基于自身拥有的资源(知识)状况、学习能力和顾客偏好所进行专业化分工及其协调方式选择的过程。如图 1-3 所示。

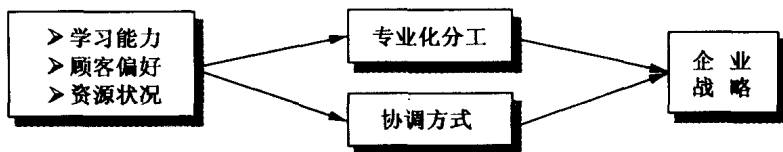


图 1-3 企业战略及其决定因素

本文在讨论企业如何根据顾客价值偏好、企业学习能力和企业资源状况确定专业化分工及其协调方式时,突出了企业战略的整体性(holistic)、未来性(future)、竞争性(competitive)和持续性(sustainable)等显著特征。整体性是指企业战略对协调方式的选择

① 本文第五章在第三章分析的基础上,分别从静态和动态角度讨论了企业如何根据顾客价值偏好、企业学习能力和企业资源状况确定专业化分工及其协调方式。

② 受艾尔钦和德姆塞茨(Alchian & Demsetz, 1972)启发,独特的资源和知识需要更多的成本,因此,资源与知识不是企业竞争优势的源泉。企业竞争优势源于企业管理框架的能力,即识别资源与知识不同用途及其边际报酬的能力。但是,资源和知识影响企业对专业化分工的确定及其对协调方式的选择。

择是有关企业整体,而非局部。未来性是指选择虽然很大程度上依据过去的知识与经验,但选择的目的是使现在和未来更好。未来性决定了战略过程的行动准则及其思维方式,是未来牵引着、吸引着人类向前走,而不是过去驱使着、推着人类向前走。竞争性是指企业在顾客价值创造上,与竞争对手相比必须存在优势。没有优势,企业就不能生存;同时没有竞争便没有战略。^①持续性是指战略不仅关注企业生存而且关注企业持续生存。没有战略便没有企业生存的持续性,反之,生存无需持续,企业也就无需战略了。

第二节 研究主题的理论可行性

本节将从战略管理理论发展的历史维度来解释“基于专业化及其协调来理解企业战略”理论上是可行的。

战略,是关于组织方向(the direction of organizations)的问题(Rumelt, Schendel & Teece, 1991, p. 6)。战略管理思想虽然拥有悠久的历史,但是战略管理作为一门科学在企业界和学术界进行研究、教育和传播,其历史并不长。

20 世纪 60 年代前,企业战略管理领域没有明确提出“战略”一词,商学院课程中称之为“企业经营政策”,并隐含地把“经营政策”认为是职能整合(functional integration)。^②经营政策的意义在于在一个更加宽阔的视野中——把企业看作一个整体和基于总经

① 大前研一认为,“经营战略就是如何实现竞争优势,如果没有竞争对手,就没有必要制定战略”(1986, pp. 26)。

② 哈佛商学院最早开设“企业经营政策”课程,其综合学生在各种职能课程(functional courses)中所学知识,去解决高层管理者所面临的问题,这些问题需要管理者拥有企业整体观念(Rumelt, Schendel & Teece, 1994, pp. 10)。

第二节 研究主题的理论可行性

理角色——将各种职能专业知识整合起来(Rumelt, Schendel & Teece, 1991, p. 7)。

20 世纪 60 年代,企业战略管理领域正式提出“战略”一词,并明确地界定了战略含义及其管理过程。“战略”的含义远超出“企业各种职能协调或整合”,它包括企业选择所要竞争的产品-市场组合和确定企业如何竞争的关键政策方针。战略也并不必要是单一决策或初始行动,而是一系列相关的、相互增强的资源配置决策和执行行动的集合。60 年代建立了一个普遍的概念,无论是斯尔兹尼克(Selznick, 1957)、钱德勒(Chandler, 1962),还是安德鲁斯(Andrews, 1965)、安索夫(Ansoff, 1965),读他们的著作都可以得到这一概念:公司使命(mission)或战略(strategy)建立在“独特能力(distinctive competence)”^①基础之上,它包括企业成长方式,有关企业实力与不足的平衡思考,以及明确企业的竞争优势和协同效应从而开发新市场和新产品。

20 世纪 70 年代,由 60 年代发展起来的“战略”概念被广泛地运用于企业实践和理论研究中,企业战略理论研究的方法得到迅速发展。70 年代前,战略管理学术研究的方法主要是对实际情境的临床案例分析(Rumelt, Schendel, & Teece, 1991, p. 7),这种方法以哈佛商学院为代表,并且这一直是该学院战略管理教学和研究的特色之一。70 年代,人们试图理解和检验企业战略与其绩效间的关系,在这项工作中,有三个主要方法(Rumelt, Schendel & Teece, 1991, p. 8; 1994, pp. 21):(1)哈佛大学商学院,由斯科

① “独特能力”由斯尔兹尼克(Selznick, 1957)提出,安德鲁斯(Learned, Christensen, Andrews, & Guth, 1969)发展了它。安德鲁斯说,“组织的‘独特能力’不是它能做的,而是它能做得特别好的。……在每个企业,独特能力、组织资源和组织价值结合的方式都是独特的,都是不同的。”(Learned et al., 1969, pp. 180, 182)这一概念到 20 世纪 90 年代由普拉哈拉德和哈梅尔(Prahalad, & Hamel, 1990)发展为“核心能力(core competence)”。

特(Bruce Scott)及其学生遵循钱德勒的方法来探讨多元化战略与绩效的关系;(2)普渡大学(Purdue University),由辛德尔(Dan Schendel)和科普(Arnold Cooper)及其学生,进行酿造业的战略与绩效关系的实证研究;^①(3)哈佛大学经济系,由凯夫斯(Richard Caves)及其学生遵循并修正梅森/贝因(Mason/Bain)传统模型来研究产业结构与绩效的关系,并开创了“战略群(strategic group)”研究,这一研究是波特理论的基础。

20世纪80年代,战略管理研究的一个重要发展是:经济学思考越来越进入了其研究的中心。这一发展趋势的主要原因是,70年代的许多发现和成果并没有给出满意的理论解释。最重要的,波特的研究在战略管理和产业组织经济学间架起一道桥梁。波特把梅森/贝因的“结构-行为-绩效(structure-conduct-performance)”引进企业战略分析中。波特把产业看成一个顾客价值创造系统,企业是这一价值创造系统中的子系统,是众多价值活动的集合。波特(1980, 1985)认为,“竞争优势归根结底产生于企业为顾客所能创造的价值;或者在提供同等效益时采取相对低价格,或者其不同寻常的效益用于补偿溢价而有余”(1985, pp. xvi)。如果产业是一个顾客价值创造系统,企业是这一价值创造系统中的子系统,那么传统经济学中对竞争的分析就过于狭隘了。因此,波特提出了一个范围宽阔的产业竞争分析框架,即五种力量模型。波特认为,企业最关心所在产业的竞争强度,而竞争强度又取决于市场上存在的五种基本竞争力量,即现有企业间的竞争力量、供方讨价还价的能力、买方讨价还价的能力、潜在进入者的威胁和替代品生产者的威胁。正是这五种力量的合力决定了企业在产业中的最终盈利潜力。并且波特认为,“把企业看作一个整体是不能理解竞争优势的。竞争优势来源

① 这一研究首次显示了产业内结构异质性(structural heterogeneity)的存在,并且第一次给出了哈佛大学所开创的“战略群”概念的实证资料。

第二节 研究主题的理论可行性

于一个企业在设计、生产、销售、发送和辅助其产品生产过程所进行的众多离散的活动”(Porter, 1985, pp. 33)。因而他用价值链工具来剖析企业竞争优势的来源。在极短时间内,在商学院、咨询公司和工商企业,波特的五种力量模型和价值链理论被广泛地接受和运用。

与此同时,战略管理理论中另一重大流派也在发展着:以资源为基础的战略理论。芝加哥学派对传统的“产业结构反映市场力量,从而影响企业绩效”的观点提出挑战,并认为,产业结构反映的是资源配置的效率,而非市场力量;不同产业及其不同企业的绩效不同,是由于它们的资源禀赋不同和对资源配置的效率不同(Demsetz, 1973, 1982)。芝加哥理论构成了基于资源的战略理论的基础。资源是资源基础理论中最基础的概念,它是指“(企业)控制的所有资产、能力、组织过程、企业特质、信息、知识等等。是由企业为了提升自身的效率和效益而用来创造并实施战略的基础”(Barney, 1991, pp. 101)。同市场结构论不同的是,资源基础论的基本假定是(Barney, 1991, pp. 101):(1)同一产业内的企业所控制的战略性资源是异质的,(2)并且这些异质资源在企业间是不完全流动的,因而异质性能够长久保持。巴尼(Barney, 1991)把资源分成三类:物质资本资源、人力资本资源和组织资本资源。这三类资源与竞争力的关系既可能是促进,也可能是阻碍,亦或是无关。资源能给企业创造竞争优势,但能给企业创造持续竞争优势的资源必须同时是(Barney, 1991):(1)有价值的(valuable);(2)稀缺的(rare);(3)不完全模仿的(imperfectly imitable);(4)不完全替代的(imperfectly substitutable)。科恩(Coyne, 1986)认为企业持续竞争优势源于企业拥有的相关能力差异(capability differential),即功能差异(functional differential)、位置差异(positional differential)、文化差异(cultural differential)和规制差异(regulatory differential)。在科恩工作的基础上,豪(Hall, 1992)进一步认为,能力差异的源泉(feedstock)正是企业拥有的无形资

源,其中最重要的无形资产是企业声誉、产品声誉、雇员所掌握的技术诀窍(know-how)、文化和网络等。彼得阿夫(Peteraf, 1993)试图给出整合资源基础论的基本模型,他认为,竞争优势是企业超过盈亏平衡的租金,该租金的获得并能被持续地保存于企业,如下四个条件均须满足:(1)资源异质性(heterogeneity),这保证产生垄断租金或李嘉图租金;(2)事后竞争限制(ex post limits to competition),这保证租金的持续存在;(3)资源的不完全流动性(imperfect mobility),这保证租金保存于企业内;(4)事前竞争限制(ex ante limits to competition),这保证租金不被事前寻租竞争所产生的成本所抵消。

20 世纪 90 年代战略理论研究趋势是把企业看作一个整体,由整体来研究竞争。^①1990 年普拉哈拉得和哈梅尔在《哈佛商业评论》五六月卷上发表了一篇具有广泛影响的论文:“公司的核心能力(The core competence of the corporation)”,一下子把众多学者、实践家的目光吸引过去。^② 由斯尔兹尼克(Selznick, 1957)提出的“独特

① 比如,哈梅尔和普拉哈拉得认为,“过去我们对竞争战略的分析大都是以特定的产品或服务为单位。……核心能力的竞争不是产品对产品的竞争,甚至也不是业务单位对业务单位的竞争,而是公司对公司的竞争。”(Hamel & Prahalad, 1994a, pp. 214)“产品间竞争仅代表企业间的竞争马拉松的最后 1 英里。惊讶的是,过去的竞争战略却忽视了这场马拉松的前 25 英里。”(Hamel, 1994, pp. 21)但在 20 世纪 80 年代,波特却认为,“把企业看作一个整体是不能理解竞争优势的。竞争优势来源于一个企业在设计、生产、销售、发送和辅助其产品生产过程中所进行的众多离散的活动。这些活动中的每一项都能有助于企业的相对成本,并为别具一格的形象奠定地位。”(Porter, 1985, pp. 33)

② 哈梅尔和普拉哈拉得发表于《哈佛商业评论》的论文“战略意图(Strategic Intent, Hamel & Prahalad, 1989)”和“公司的核心能力(The core competence of the corporation, Prahalad & Hamel, 1990)”均获得麦肯锡奖(McKinsey Prize),并是 HBR 五篇再印数最多的论文中的二篇。1992 年战略管理学会在斯德哥尔摩专门为“公司的核心能力”论文召开了研讨会。