

辽宁大学工商管理文库

主编 / 高 闯

Frontier
Theory of Management

管理学前沿理论

高 闯 等 编 著



辽宁大学出版社

WWW.lnupress.com.cn

辽宁大学工商管理文库

管理学前沿理论

高 闯等 编著

辽宁大学出版社

©高 闯等 2002

图书在版编目 (CIP) 数据

管理学前沿理论/高闯等编著. — 沈阳: 辽宁大学出版社,
2002. 11

ISBN 7-5610-4399-6

I. 管… II. 高… III. 企业管理—高等学校—教材 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 079904 号

责任编辑: 祝恩民

封面设计: 刘桂湘

责任校对: 何 丽

辽 宁 大 学 出 版 社 出 版

地址: 沈阳市皇姑区崇山中路 66 号 邮编: 110036

联系电话: 024-86864613 http: // www. lnupress. com. cn

Email: mailer@lnupress.com.cn

沈阳第三印刷厂印刷

辽宁大学出版社发行

幅面尺寸: 140mm×203mm

印张: 10

字数: 260 千字

2002 年 11 月第 1 版

2002 年 11 月第 1 次印刷

印数: 1~2 000

定价: 18.00 元

辽宁大学工商管理文库编委会

顾 问 陈佳贵 吕 政 汤云为

赵纯均 程 伟

主 编 高 闯

副主编 唐晓华 胡家诗

委 员 (以姓氏笔画为序)

马 爽 王 宏 刘力钢

李成滨 李续忠 李雪欣

肖 升 张肃珣 赵德志

祝恩民 姚海鑫 黄继忠

总 序

辽宁大学工商管理学院创立于1995年,其前身是始建于50年代初期的东北财经学院工业经济系。学院设有企业管理博士学位授权点,工商管理学科博士后工作站,MBA专业硕士学位授权点及会计学、企业管理、产业经济三个硕士学位点和五个本科专业(方向)。学院现有近80位教师,50%为博士和博士生,青年教师均具有硕士学位,一些人还具有海外留学或访问学者的背景。这些人思维活跃,视域宽广,触角敏锐,拥有崭新的知识框架和扎实的理论功底,对中国经济尤其是企业的管理和发展问题有较为深刻的体察和感受。在完成繁重的教学任务的同时,他们笔耕不辍,积累了一批具有较高质量和学术价值的教学与科研成果。去年初,作为献给新世纪的一份礼物,在经济管理出版社的鼎力支持下,我们推出了一套学术丛书,受到社会关注和学界称道,这无疑使我们增强了自信。今承蒙辽宁大学出版社的厚爱,我们又组织出版了这套文库。

《辽宁大学工商管理文库》的第一批作品包括四部学术专著和四本教材,四部学术专著对跨国公司、企业财务战略、消费者行为和比较会计等诸多领域的前沿问题进行了深度开掘和研讨。20

世纪 90 年代以来,作为经济全球化最主要的推动者,跨国公司呈现出一种加速度的发展态势,跨国公司的全球扩张给企业发展带来了新机遇,《中国跨国公司论》系统评析了西方跨国公司理论,着重探讨中国跨国公司经营模式、运作方略与制度抉择等问题,力求为中国跨国公司的迅速成长提供指导;竞争环境的不确定性使企业经营的风险加剧,于是,战略问题及其要素进入财务管理研究的领域,《风险环境下的企业财务战略》一书深刻揭示了在风险环境下将企业财务战略引入财务管理领域的必然性,该书以风险与收益关系的理论为基石,根据企业成长不同阶段的财务特征提出了有针对性的财务战略;准确把握消费者的行为变化是制定正确的营销策略的基本前提,《新消费者行为研究》一书着重探讨消费者行为的新变化、新特点以及引致这种变化的因素,在此基础上提出相应的营销策略,该书还对政府采购行为、消费热点中的消费者行为以及消费引导、消费者教育等问题进行了探讨;改革开放的 20 多年里,中国的理论界一直致力于中国会计与世界发达国家会计之间的差异分析,以寻求中国会计改革的方向和出路,《比较会计研究》一书对此做了有益的尝试,该书在全面介绍中外会计理论与方法的基础上,对各国会计之间的差异进行了较深刻的分析比较,最后针对中国会计的现状,设计了提升中国会计水平的对策思路。

教材类的作品涉及到企业管理、会计学 and 旅游规划等领域。《管理学前沿理论》较为系统地评述了 20 世纪 90 年代以来经济全球化和信息革命背景下西方管理学界涌现出的一批新理论,具有较强的透析力和前沿性;《公司战略管理》围绕企业竞争战略的制定与实施,给出了一整套当代战略管理的最新原理和方法,对于企业把握未来、提高核心竞争力具有较强的指导意义;《管理会计学》全面介绍了决策会计、执行会计等管理会计的基本理论以及作业成本法、质量成本会计和战略管理会计等管理会计的新领域,学生

可以在该领域得到较系统的训练;《旅游规划与开发》则直面世界旅游产业勃兴的事实,从培养精良的旅游规划人才的基点出发,系统阐述旅游规划与开发的基本理论,着重介绍了都市旅游等十几种专项旅游的规划与开发技术。

这套丛书是我们规划中工商管理文库的第一批著作。今后,我们将陆续推出新著,就教于诸位同仁,交流教学与研究之心得,繁荣我国的管理教育事业,推动企业现代化发展进程。

感谢学界前辈、专家出任文库的顾问,感谢辽宁大学出版社领导和编辑们的大力支持,感谢所有为文库出版付出辛勤劳动的人们!

高闯

2002年4月9日

目 录

1. 企业核心能力/(1)

- 1.1 企业核心能力理论溯源/(1)
- 1.2 企业核心能力理论阐述/(4)
- 1.3 核心能力的培育和管理/(12)
- 1.4 企业核心能力战略观/(19)
- 1.5 企业核心能力理论评析(27)

2. 企业智力资本/(31)

- 2.1 智力资本的基本概念及辨析/(31)
- 2.2 智力资本的要素构成/(38)
- 2.3 智力资本的管理/(42)
- 2.4 智力资本的评价/(47)
- 2.5 智力资本的理论渊源与管理学意义/(53)

3. 团队管理/(61)

- 3.1 如何理解团队/(61)
- 3.2 团队的领导/(69)
- 3.3 团队的文化/(76)
- 3.4 团队的变革/(81)
- 3.5 团队管理理论简评/(85)

4. 企业再造/(88)

- 4.1 对流程的重新认识/(89)
- 4.2 企业再造的核心思想/(92)
- 4.3 企业再造需要的其他条件/(98)
- 4.4 对再造理论的评价/(102)

5. 学习型组织/(105)

- 5.1 理论渊源/(106)
- 5.2 发现组织的学习智障/(107)
- 5.3 五项核心修炼/(109)
- 5.4 学习型组织的结构及领导者的新角色/(139)
- 5.5 学习型组织的理论评价/(141)

6. 知识管理/(143)

- 6.1 知识管理的渊源/(143)
- 6.2 知识管理理论的主要代表人物/(145)
- 6.3 知识管理理论的基本内容/(153)
- 6.4 知识管理理论对管理实践的改变/(155)
- 6.5 知识管理理论与其他理论的联系/(159)
- 6.6 知识管理理论有待解决的问题/(163)

7. 企业伦理/(166)

- 7.1 企业社会责任理论及其发展/(166)
- 7.2 利益相关者及其管理/(179)
- 7.3 信息技术的伦理问题/(195)

8. 客户关系管理/(213)

- 8.1 客户关系管理的内涵及价值/(214)
- 8.2 客户关系管理溯源/(219)
- 8.3 客户关系管理的核心思想/(227)
- 8.4 客户关系管理的功能/(233)
- 8.5 客户关系管理的技术基础/(236)
- 8.6 客户关系管理的实现/(243)
- 8.7 客户关系管理的现状与发展趋势/(253)

9. 虚拟企业管理/(261)

9.1 虚拟企业理论产生的渊源/(261)

9.2 虚拟企业的运作/(273)

9.3 虚拟企业管理模式/(281)

附 管理变革:世纪之交的回顾与前瞻/(290)

——管理学者访谈录

参考文献/(297)

后 记/(304)

1

企业核心能力

近年来,在战略管理领域运用企业能力理论揭示企业经营奥妙是最新的潮流。战略专家们将企业拥有的特殊资源和能力作为长期竞争优势的关键因素,从而这种理论一跃成为企业战略管理理论研究的时代主旋律。20世纪80年代末以来,企业能力理论已经被作为当代企业理论与战略管理领域一系列重要理论分析和实证研究的共同基点。该理论认为,与企业外部条件相比,企业内部条件对于企业占据市场竞争优势具有决定性的作用,尤其是企业内部能力、经验和知识的积累是解释企业获得超额收益和保持企业竞争优势的关键。企业能力理论最早是在安蒂思·潘罗斯1959年发表的《企业成长论》一文中得到比较全面深入的阐述。此后,伯格·沃纳菲尔特发表了《企业资源基础论》一文,成为20世纪80年代最具影响力的有关企业能力理论的学术论文。20世纪90年代,潘汉尔德和哈默在1990年和1994年先后发表了《公司核心能力》和《企业能力基础竞争论》两篇文章,掀起了围绕核心能力的理论研究新高潮。

1.1 企业核心能力理论溯源

企业能力理论的思想可追溯到亚当·斯密的分工理论、马歇尔的企业差异与企业间专业化分工理论、潘罗斯的企业成长论和理

查德森的企业间的专门化。

1.1.1 亚当·斯密的分工理论

亚当·斯密在《国富论》的第一部分,试图分析劳动分工是如何影响劳动生产率并进而影响经济成长的。斯密指出:“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,1664)。斯密认为,劳动分工提高生产效率的原因有三:一是工人重复做类似工作有利于提高生产效率;二是工人从一项工作转向另一项的转换成本下降;三是有利于工人寻求以机器代替手工的有效途径。根据他论述的限制劳动分工、促进规模效益和经济成长的因素是市场的大小,即“劳动分工由市场化程度决定”的命题,只要市场能够拓展,就可以把复杂的工作任务分解为越来越细的简单作业。斯密的生产分工理论试图从企业内因寻找解释的视角是同企业能力理论的内因成长论有相似之处,但企业能力理论更注重的是能力的分工,而不是生产的分工。

1.1.2 马歇尔的企业内部差异与企业间专业化分工理论

建立在赫伯特·斯宾塞的差异理论基础之上,马歇尔把职能工作连续分解为新的次级职能单元,不同的次级职能单元产生出一系列不同的专门技能和知识。然而,专业化分工的增加导致了新的协调问题,这又需要产生全新的内部专门职能来进行各原有的和新的各专业职能的协调整合。马歇尔又指出,生产过程和知识积累不只发生在单个企业范围内,而且发生于产业中,发生在整个社会中。为此,马歇尔建议应当把源于企业的“内部”经济问题和源于企业之间相互作用的“外部”经济区别开来。“我们可把任何一种货物的生产规模之扩大而发生的经济分为两类:第一是有赖于这工业的一般发达的经济;第二是有赖于从事这工业的个别企业的资源、组织和经营效率的经济。我们可称前者为外部经济,后者

为内部经济”。这两类经济在 20 世纪 50 年代和在 20 世纪 60 年代得到了安蒂斯·潘罗斯和 G·B·理查德森各自独立的深入研究。

1.1.3 潘罗斯的企业成长理论

安蒂斯·潘罗斯 1959 年发表了《企业成长论》一文,她主要集中于分析单个企业的成长过程。她认为以企业内在成长论来分析企业,特别要重视企业固有的能够拓展其生产机会的知识积累倾向。因此,潘罗斯的理论也可以被认为是试图使存在于单个企业中的经济资源专门化。潘罗斯主要集中于两个问题:一是企业知识促进机制和企业知识积累机制;二是企业如何积累“标准操作规程”和“程序性决策”等方面的知识。潘罗斯的理论主要是基于内部化进程之上的。新知识的积累是通过把关联的和正式的知识转化为程序化的富有针对性的意会的知识。潘罗斯理论说明,知识的积累主要是企业内部化的结果,这一过程体现了企业稀缺的决策能力资源。依此而行,新的管理者才能释放出用来解决新问题、促进企业成长的能量。

1.1.4 理查德森的企业间专门化

理查德森则把注意力集中于马歇尔经济理论中的“外部经济”问题,他着重研究生产者是如何获取每个人投资计划中包含的充分信息以确保“投资期望的重点所在”以及其后的内部协调问题的。他提出了组织经济活动的“知识基础论”,即能力反映了企业累积的知识、经历和技能,企业的具体活动如生产、营销、研发都是以能力为基础的。他还区分了“替代性活动”和“互补性活动”,即依存于同一能力的活动称为“替代性活动”;以一定的规模 and 专业化程度为条件,与其他活动相匹配的称为“互补性活动”。在这一理论基础之上,他提出经济协调问题的制度安排的理论。替代性活动在企业内部组织和协调,因为一个组织能力的发挥倾向于使自身精通的经济活动专门化。当组织活动不属于这两类时,市场将

是有效的协调方式。在企业 and 市场之间,还存在第三种制度形式,即组织间协调。

1.2 企业核心能力理论阐述

1.2.1 企业核心能力理论体系及基本观点

1. 核心能力的相关概念

不同的学者给核心能力赋予的称谓及定义不同,例如:独特的能力(distinctive competence)、核心能力或组织能力(core or organizational competences)、企业专有的能力(firm-specific competence)和无形资产(invisible assets)等。

根据潘汉尔德和哈默给出的定义,核心能力是“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结合各种技术流派的学识”(潘汉尔德、哈默 1990)。在这个定义中核心能力的要点是“学识、协调和有机结合”。

利奥纳多·巴顿认为,核心能力是“企业内部的知识集合,包括员工的知识和技能、技术系统、管理系统和价值规范四个方面,主要发挥协调各种生产技能和整合不同技术的作用”。

克里斯称“核心能力是企业资产投资的简短总结,而这些资产投资的总和决定了企业的战略地位”。

费欧泽认为核心能力不仅包括企业的有形资产,还包括企业对这种资产的认识过程以及如何将之转化为行动的理解。

美国麦肯齐咨询公司认为:“企业核心能力是指企业内部一系列互补的技能和知识的结合,它具有使一项或多项业务达到世界一流水平的能力。”

从核心能力的上述概念可以看出,核心能力并不是简单的拥有资源,核心能力除具有卓有成效地利用资源的功能外,还与组织

结构密切相关,即如何将资源转化为能力的组织资本,这种将组织结构与核心能力联系在一起、使协调和有机结合成为可能的是组织资本和社会资本。组织资本反映了协调和组织生产的技术方面,而社会资本则显示了社会环境的重要性。前者可以在组织结构中得到体现,而后者可以反映企业文化,并可被看作是特定组织结构水平的产物,二者被认为是互相补充的。能力的这两方面都暗含了企业的效率,因为这二者都是在特定的情形中寻求提高组织活动的效率。从以上对核心能力的表述中可以看出:①核心能力的载体是企业整体,而不是企业的某个业务部门或某个业务领域;②核心能力是从企业过去的成长历程积累产生的,而不是通过市场交易获得的;③核心能力关键在于“协调”和“有机结合”,而不是某种可分散的技术和性能;④核心能力的存在形态基本上是结构性的、隐性的,而非要素性、显性的。

由此可以看出,企业的核心能力不是一般意义上的科学技术,它应该是一种制度化的相互依存、相互联系的知识体系,表现为企业的整体行动能力,长期看它是组织具有创造独特消费者价值的的能力。所以企业核心能力是指企业通过获取和配置资源,从而形成竞争优势并得以保持的能力。它包括两个方面:一是企业获取各种资源或技术并将其集成、转化为企业开发独特技术产品的能力;二是企业组织、调动各生产要素进行生产,并最终将企业的技术能力延伸至不同的产品——市场领域,转化为价值的能力。因此,核心能力具有使公司持续开发新产品和拓宽市场的特性,企业的最终产品和服务可能是给予一项或几项核心能力而发展起来的。由此可见,企业的核心能力是以知识、技术为基础的综合能力,是支持企业赖以生存和稳定发展的根基,它通过企业的产品和服务体现出来。如佳能公司的核心能力是激光、图像和微处理技术,这使它在复印机、激光打印机、照像机和图像扫描仪等领域始终处于国际领先地位。

2. 核心能力理论体系

到目前为止,企业能力理论主要形成两大理论体系:

(1)以伯格·沃纳菲尔特和潘罗斯为代表的“企业资源基础论”。该理论主要是更多的有关企业能力理论的学术研究,企业资源基础论的出发点是强调资源的重要性,并试图将企业内部分析和外部产业竞争环境分析结合起来。资源基础论是企业能力理论的重要组成部分,但由于它主要侧重于归纳演绎的理论分析,故与实用性还有一段距离。企业资源基础论认为,企业是一个资源的集合体,每种资源有多种不同的用途,成功的业绩依靠获得具有产生租金潜在价值的资源。该理论的代表人物包括沃纳菲尔特、罗曼尔特、巴尼、库尔等。

(2)以潘汉尔德和哈默为代表的更加接近于工商战略管理实践的“企业核心能力理论”或“企业能力基础论”。该理论以核心能力是企业竞争优势为出发点,并试图建立一种战略观。其代表人物为潘汉尔德和哈默、赫尼、多兹等。

尽管这两大理论体系的研究角度存在差异,但所有的理论研究成果一致认为,企业整体战略的重要意义首先在于企业拥有的特殊资产,即:与知识相关的、看不见摸不着却又让大家都感受到的、难以买卖和在企业内部可分割的资产。这种资产是一种特殊的智力资本,这一资本确保企业在生产经营活动中以自己特定的方式更有效地处理各种现实难题。企业能力可能分属于企业内部不同的个人,但是,存在于企业和企业战略管理中的特殊能力更突出地表现为一个组织所拥有的资产,而不是某个人的私人资产。在今天,竞争成功不再被看作是转瞬即逝的产品开发或战略经营的结果,而被看作是企业深层次的物质——一种以企业能力形式存在的、能促使企业生产大批量消费者难以想象的新产品的智力资本的结果。在企业取得和维持竞争优势这一过程中,企业内部能力的培养和各种能力的综合运用是最关键性的因素,而经营战