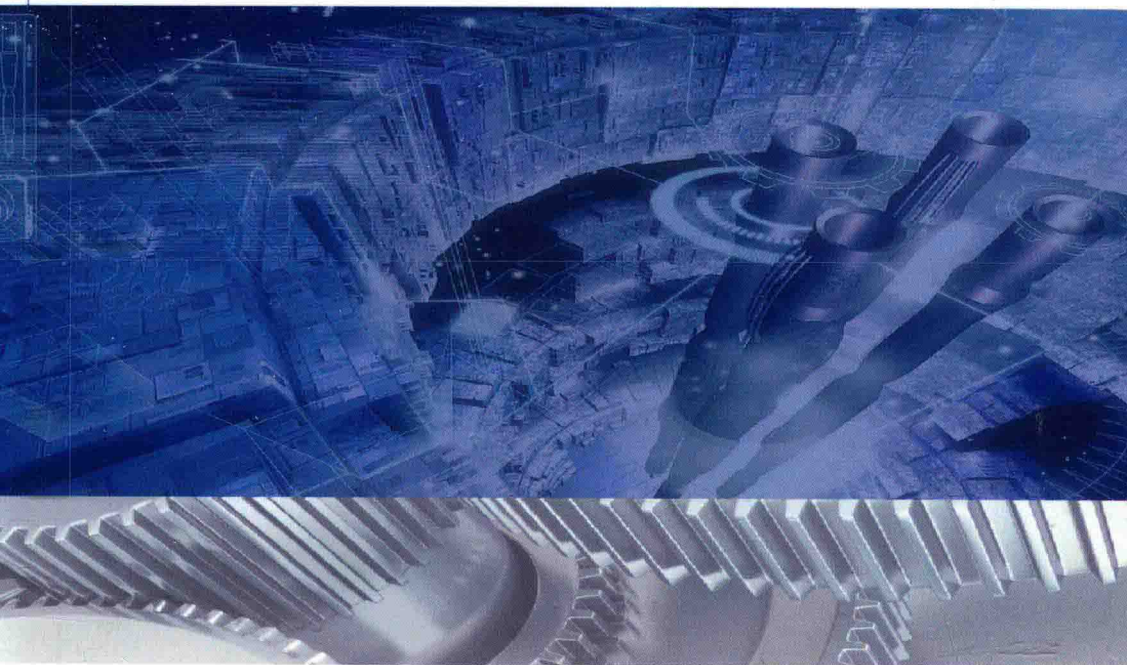


基于多Agent系统的 企业组织学习研究



邱奇 著 ■



西安电子科技大学出版社
<http://www.xduph.com>

基于多 Agent 系统的企业组织学习研究

Study on Organizational Learning of Enterprise Based
on Multi-Agent Systems

邱 奇 著

西安电子科技大学出版社

内 容 简 介

企业组织学习是企业知识管理的重要内容,也是增强企业核心竞争力的重要途径。本书通过对国内外企业组织学习理论的系统梳理,提出了企业组织学习的两种基本模式,即面向市场的试错型企业组织学习模式和面向竞争对手的效仿型企业组织学习模式;再结合多 Agent 系统的复杂系统理论,构建了基于多 Agent 系统的企业组织学习研究范式。这一范式包括理论分析、模型构建、模型运行、案例分析 4 个部分,形成了理论分析、模型分析与案例分析的有机结合。通过多种方法的综合研究,本书发现,对于企业来说,进行两种组织学习,是企业赢得市场、战胜竞争对手的必然选择。本书的研究成果,不仅丰富了企业组织学习理论,而且对于中国企业通过组织学习赢得国内外市场,逐步缩小与世界巨头的差距具有重要参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

基于多 Agent 系统的企业组织学习研究/邱奇著. —西安:西安电子科技大学出版社,2016.6
ISBN 978-7-5606-4123-2

I. ① 基… II. ① 邱… III. ① 企业管理—组织管理学—研究 IV. ① F272.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 119467 号

策 划 王芳子

责任编辑 邵汉平 王芳子 黄 捧

出版发行 西安电子科技大学出版社(西安市太白南路 2 号)

电 话 (029)88242885 88201467 邮 编 710071

网 址 www.xduph.com 电子邮箱 xdupfb001@163.com

经 销 新华书店

印刷单位 虎彩印艺股份有限公司

版 次 2016 年 6 月第 1 版 2016 年 6 月第 1 次印刷

开 本 787 毫米×960 毫米 1/16 印 张 10.25

字 数 147 千字

定 价 28.00 元

ISBN 978-7-5606-4123-2/F

XDUP 4415001-1

如有印装问题可调换

作者简介

邱奇，江苏苏州人，管理学博士，美国杜肯大学高级访问学者，北京交通大学经济管理学院讲师。研究方向为企业组织理论。自参加工作以来，一直坚持在教学科研一线。发表中英文论文近 20 篇，主持或参与省部级以上科研项目 8 个。

前 言

21 世纪以来，中国进入了全面建设小康社会的发展阶段，这使得中国市场在迅速扩大的同时，其发展的不确定性也在大幅度增加，因此，向市场学习成为中国企业的必修课。2001 年中国加入 WTO 后，世界性跨国巨头已大举进入中国市场，迅速学习到这些跨国巨头赖以称雄世界市场的核心能力和隐性知识，成为中国企业的另一门必修课。

这两门必修课，都属于企业的组织学习范畴。20 世纪 90 年代末，Senge 所提出的基于五项修炼的学习型组织理论传入中国，在中国企业中曾掀起一阵建设学习型企业的热潮，但效果却并不尽如人意。这表明，中国企业有进行组织学习的热情，但由于缺乏适合中国企业的组织学习理论的指导，中国企业的组织学习难以取得预期的效果。

创建适合中国企业的组织学习理论是中国学者的任务。这不仅仅是为中国企业进行理论指导，也是中国学术界自身发展的需要：一方面，中国学术界要紧跟国际学术界的研究热点以避免研究领域的落伍；另一方面，这种新兴的研究领域可能正是中国学术界进行学术突破的希望所在。

组织学习研究从 20 世纪 50 年代起步，在经历了概念的孕育期、理论的孕育期、理论的发展期等阶段后，目前已经进入研究的兴盛期。但是这种兴盛更多表现为量的兴盛，而不是研究模式的成熟，组织学习研究目前仍处于丛林状态。

通过对组织学习研究现状的深入研究，本书认为，造成组织学习研究目前这种状态的根本原因是组织学习是一种复杂适应现象，而目前的研究模式，是建立在传统简单还原论的基础上的，这就导致目前关于组织学习的研究，无论是在研究内容上还是研究方法上，都存在着缺陷。研究内容的缺陷主要表现在两点：一是主要关注组织学习的内部情况，而忽视组织学习的外部情况；二是主要研究作为个体的企业的组织学习，而忽视作为一个群体的企业之间必然相互影响的组织学习。研究方法的缺陷主要表现在两个方面：一是定性研究多而定量研究少；二是仿真研究基本没有。

针对组织学习研究上述两个方面的缺陷，本书构想进行两个方面的突破，即研究内容的突破和研究方法的突破。

在研究内容上，本书认为应该将企业组织学习的外部情况及企业群体间的组织学习作为研究的重要内容。基于上述考虑，并结合中国企业进行组织学习的实际情况，本书提出了企业组织学习的两种基本学习模式：一是面向市场的试错型企业组织学习模式，二是面向竞争对手的效仿型企业组织学习模式。

市场是企业这种组织所处的发展环境的主要内容，在市场是不确定的条件下，企业必须进行组织学习。目前关于市场的性质，有部分学者认为市场是稳定的。正是基于这样一种假设，才能够进行均衡分析，而在均衡分析的研究模式中，没有企业组织学习的空间。

本书认为市场的性质是不确定的，市场的不确定表现在七个方面。在不确定的市场中，企业必须进行面向市场的组织学习。由于存在着不确定性，企业的组织学习难免发生错误，因此，企业向市场学习必然是试错型的。本书给出了面向市场的试错型企业组织学习的含义，并根据犯错误的原因将面向市场的试错型的组织学习分成三种，同时设计了这三种学习类型的过程。

同一市场上的企业之间必然发生竞争关系，不论这种竞争是纯粹的竞争，还是混有合作关系的竞争。在有限理性和企业异质性的条件下，企业必须进行组织学习。关于企业的性质，有部分主流经济学学者认为企业是完全理性和同质性的。但随着人们认识的深化，有限理性和企业异质性正在成为新的主流观点。

本书认为企业的性质是有限理性和异质性，企业的有限理性表现在三个方面，异质性表现在五个方面。由于有限理性和异质性，企业必须进行面向竞争对手的组织学习。而面向竞争对手学习，必然是效仿型的组织学习。本书给出了面向竞争对手的效仿型企业组织学习的含义，并将面向竞争对手的效仿型的组织学习分成四种，同时设计了这四种学习类型的过程。

本书关于研究方法的突破，采取了进行仿真研究的思路。仿真研究可行性的逻辑基础是复杂适应系统之间的相似性。之所以采取这种思路，在于本书认为组织学习就是一种复杂适应性现象。本书采用的仿真模型是多 Agent 仿真模型。

本书构建了设计仿真模型的基本思路，并针对两种主要的企业组织学习模式进行仿真研究。仿真模拟的结果证明了本书关于两种企业组织学习模式的结论，即市场的不确定促使企业进行面向市场的试错型组织学习；企业的有限理

性和异质性则促使企业进行面向竞争对手的效仿型组织学习。

本书还选择了入世以来的中国汽车行业的组织学习现象进行了案例分析。这种分析是从市场不确定分析、企业有限理性和异质性分析、面向市场的试错型企业组织学习分析、面向竞争对手的效仿型企业组织学习分析这四个方面展开的。这种分析框架可以作为对具体产业进行组织学习案例分析的基本框架。

限于本书作者的能力，多 Agent 仿真研究没有达到整个研究的核心地位，研究的主要结论依然是基于逻辑推理得出的，并非是基于多 Agent 仿真研究得出的。

将组织学习研究和多 Agent 仿真研究相结合，是一项创造性研究，值得进一步展开，包括用多 Agent 表示同一市场上的企业群体，用 Agent 有效地表示企业学习行为等。多 Agent 仿真研究还需要与传统多元统计分析方法相结合，与理论研究、案例研究相互促进。

这里要感谢我的导师刘延平教授以及北京交通大学经济管理学院的其他老师和我的博士生同学们，是他们在学术上的探讨、学习中的帮助和鼓励，为我营造了一个和谐的学习和研究氛围。最后，我要感谢我的家人对我的鼓励、支持和生活上的关心，他们的默默奉献是我学习和工作的坚强后盾和精神力量。

著 者

2016 年 3 月

PREFACE

Since the 21st century, China has entered into the development stage of building the well-off society in all-round way. At this stage of development, while the China's domestic market capacity is expanding rapidly, the uncertainty of China's domestic market is increasing substantially as well. Studying the market becomes a compulsory course of Chinese enterprises in this condition. In 2001, China joined WTO. The global foreign transnational giants are entering into the China's domestic market in droves. Another compulsory course of Chinese enterprises is to learn the global foreign transnational giants' core competencies and tacit knowledge on which these giants rely to dominate the international market.

Both of these compulsory courses belong to the category of enterprise organizational learning. In the late 1990s, Senge's learning organization theory which based on five disciplines spread into China, and for a while, the Chinese enterprises had set off an upsurge of building a learning-oriented enterprise. However, the results were not satisfactory. This shows that Chinese enterprises have enthusiasm to implement organizational learning. Without the guidance of organizational learning theory which is suitable for Chinese enterprises, the organizational learning of Chinese enterprises is difficult to achieve the desired results.

Creating the organizational learning theory which is suitable for Chinese enterprises is the task of Chinese scholars. For the Chinese scholars, the aims of researches on organizational learning are not only to offer the theoretical guidance for the Chinese enterprises to engage in the organizational learning, but also to meet their own development needs: on the one hand, they need to keep up with their international counterpart on the research hot spots to avoid the research field that is out-dated; on the other hand, this emerging field of study is likely to generate the hope of a breakthrough for China's academia.

The research on the organizational learning started from 1950s. After the concept (organizational learning) incubation stage, the theory (organizational learning theory) incubation stage, and the theory development stage, the researches

on the organizational learning have reached the prosperity stage. However, this prosperity of the researches on the organizational learning is showed as the abundance of quantity, but not as the maturity of the research model. So the researches on the organizational learning are still in the jungle state.

Through in-depth study of the status quo of the researches on the organizational learning, this book has recognized that the root causes which cause the current state of the researches on the organizational learning is that the organizational learning is a complex phenomenon of adaptation. The current research model is built on the basis of the traditional simple reduction theory which considers that anything is just the sum of all parts of it. This situation leads to the inevitable defects in the current research on the organizational learning. Those defects not only exist in the research content, but also exist in the research methods. The defects in the research content mainly embody in the two areas: first, the researches focus on the internal situations of the organizational learning, and ignore the external situations; second, the researches focus on the organizational learning of the individual enterprises, and ignore the organizational learning of the enterprises which act as a group and inevitably interactions exist between them. The defects in the research method embody mainly in the following two areas: first, there are more qualitative researches than quantitative researches; second, there's little emulation in the organizational learning researches.

This book hopes to achieve the breakthroughs both in the research content and in the research method.

For the research content, this book will study the external situation as an important research area, and will study the organizational learning of the enterprises which act as a group and inevitably interactions exist between them. Based on the above considerations, combined with the actual situations of the Chinese enterprises organizational learning, this book raises two basic learning modes of the enterprises organizational learning: one is the market-oriented trial and error mode; the other is the rivals-oriented imitative mode.

For the development of enterprise organizations, the market is the main content of the business environment. If the market is uncertain, the enterprise must carry out the enterprise organizational learning. As for the nature of the market, the current mainstream economics implied the assumption that the market is certain.

Only based on such assumption, the mainstream economics can carry out a balanced analysis. There is no room for enterprise to implement the organizational learning in a research mode based on the balanced analysis.

This book finds that the nature of the market is uncertain. The uncertainty embodies in seven areas. In the uncertain market, enterprises must carry out the market-oriented organizational learning. As there is uncertainty, the enterprise's organizational learning inevitably has errors. Therefore, the enterprise's market-oriented organizational learning must be the type of trial and error. This book explains the meanings of the market-oriented trial and error enterprise organizational learning mode, divides this mode into three types according to the reasons for the errors, and designs the processes of these three types.

Inevitably, the competitions exist between the enterprises in the same market, whether these competitions are pure competitions, or mixed with the cooperation between the competitions. Under the condition of bounded rationality and heterogeneity of enterprises, the enterprises must implement the organizational learning. As for the nature of the enterprises, the current mainstream economics implied two assumptions: Completely rationality and homogeneity of enterprises. But with the deepening of the awareness, bounded rationality and heterogeneity of enterprises are becoming the new mainstream viewpoints.

This book finds that the nature of the enterprises is bounded rationality and heterogeneity. The bounded rationality of enterprises embodies in three areas, and heterogeneity of enterprises embodies in five areas. Due to the bounded rationality and heterogeneity, the enterprises must carry out rivals-oriented organizational learning. The rivals-oriented organizational learning must be imitative. This book explains the meanings of the rivals-oriented imitative enterprise organizational learning mode, divides this mode into four types, and designs the processes of these four types.

The breakthroughs in the research methods are the adoption of the idea of emulation. The logical basis for the feasibility of the emulation is the similarity between complex adaptive systems. The reason for the use of such methods is that the organizational learning is a complex phenomenon of adaptation. In this book, the emulation model is multi-agent.

This book constructs the basic ideas of designing the emulation model, and

carries out the emulation study on the two main types of enterprises organizations learning modes. The results have proved the conclusions of this book. The first conclusion is that the uncertainty of the market forces the enterprises to carry out the market-oriented trial and error organizational learning. The second conclusion is that the bounded rationality and heterogeneity of enterprises forces the enterprises to carry out rivals-oriented imitative organizational learning.

— This book also carries out the case study which selects phenomenon of the enterprises organizational learning in China's auto industry since China joined WTO in 2001. The analysis is based on four aspects which include the analysis of market uncertainty, the analysis of enterprises' bounded rationality and heterogeneity, the analysis of market-oriented trial and error enterprises learning organizations, and the analysis of rivals-oriented imitative enterprise organizational learning. Such an analysis framework can be used as the basic framework of the case analysis of the enterprise organizational learning in specific industries.

Due to the limitation of author's ability, multi-Agent simulation research has not reached the core status of the whole study, the main conclusions are still based on logical reasoning, but not based on multi-Agent simulation research.

The combination of Organizational learning research and multi-agent simulation research is a creative research which is worthy of further expansion, including the use of multi agent to represent the same market enterprise groups, and the use of agent to show enterprise learning behavior. Multi-Agent simulation research also needs to be combined with the traditional multivariate statistical analysis methods, and to support each other with the theoretical research and case study.

I would like to thank my supervisor, Professor Yan Ping Liu and other teachers in the School of Economics and Management, Beijing Jiaotong University and my doctoral students. It's their academic discussion and help and encouragement in learning that create a harmonious learning atmosphere for me. In the end, I would like to thank my family for their encouragement, support and life care, and their dedication is of the strong backing and spiritual power of my study and work.

Author
March, 2016

目 录

第 1 章 引言	1
1.1 问题的提出	1
1.1.1 研究背景	1
1.1.2 研究价值	3
1.2 核心概念的厘定	4
1.2.1 企业组织	4
1.2.2 组织学习	7
1.2.3 多 Agent 系统	9
1.2.4 仿真模型	10
1.3 研究思路	12
1.3.1 思路	12
1.3.2 章节安排	13
1.4 预期成果	14
第 2 章 关于组织学习研究的文献综述	16
2.1 组织学习研究的历史回顾	16
2.1.1 组织学习理论形成的历史逻辑	16
2.1.2 组织学习研究的各个发展阶段	18
2.2 现有组织学习研究中的各种观点综述	22
2.2.1 现有各种关于组织学习的定义综述	22
2.2.2 现有各种关于组织学习作用的观点综述	25
2.2.3 现有各种关于组织学习层次划分的观点综述	27
2.2.4 现有各种关于组织学习能力的观点综述	28
2.2.5 现有各种组织间学习的观点评述	30
2.2.6 现有各种学习型组织理论的观点综述	30
2.2.7 现有各种知识管理的观点综述	31
2.3 组织学习研究现状分析	33
2.3.1 目前组织学习理论的成熟程度分析	33
2.3.2 目前组织学习研究内容上的缺陷	34
2.3.3 目前组织学习研究方法上的缺陷	35

2.4 组织学习研究突破构想.....	36
2.4.1 组织学习研究形成成熟理论的条件分析.....	36
2.4.2 组织学习研究内容上的突破构想.....	36
2.4.3 组织学习研究方法上的突破构想.....	37
第3章 多 Agent 系统及其在企业组织学习研究的应用分析	39
3.1 复杂适应性理论.....	39
3.1.1 复杂适应性理论的发展历史.....	39
3.1.2 复杂适应性理论的基本内容.....	44
3.2 多 Agent 系统仿真模型说明.....	46
3.2.1 多 Agent 系统仿真模型研究的发展历史.....	46
3.2.2 多 Agent 系统仿真模型的特点.....	49
3.3 多 Agent 系统经济仿真成果综述.....	50
3.3.1 多 Agent 系统在经济管理研究领域应用简述.....	50
3.3.2 基于多 Agent 系统的证券市场仿真模型评述.....	51
3.4 企业组织学习研究中应用多 Agent 系统的相关分析.....	52
3.4.1 多 Agent 系统应用于组织学习研究的潜在优势.....	52
3.4.2 多 Agent 系统应用于组织学习研究的现实可行性.....	53
第4章 面向市场的试错型企业组织学习模式理论研究	56
4.1 现有经济管理理论对市场性质的研究.....	56
4.1.1 完全竞争市场理论及其派生理论对市场性质的研究.....	56
4.1.2 完全竞争市场理论及其派生理论关于市场假设的简要评述.....	58
4.1.3 Knight 对市场性质的研究.....	59
4.2 关于市场性质的基本假设.....	60
4.2.1 不确定性的含义.....	60
4.2.2 现实市场不确定性的具体表现.....	61
4.2.3 现实市场不确定性的根源.....	63
4.2.4 关于市场性质基本假设的表述.....	63
4.3 关于面向市场的企业组织学习理论研究的核心结论.....	63
4.3.1 其他经济管理现象研究者的相应研究成果.....	64
4.3.2 面向市场的企业组织学习理论研究的核心结论.....	65
4.4 面向市场的试错型企业组织学习过程和做法.....	67
4.4.1 面向市场的试错型企业组织学习的过程.....	68
4.4.2 面向市场的试错型企业组织学习的基本做法.....	70

第 5 章 面向竞争对手的效仿型企业学习模式理论研究	72
5.1 现有经济管理理论关于企业的研究成果	72
5.1.1 现有企业基本理论评述	72
5.1.2 现有企业间关系理论评述	74
5.1.3 现有组织间关系理论评述	77
5.2 现有经济管理理论关于企业性质的基本假设	78
5.2.1 关于企业的完全理性假设	79
5.2.2 关于企业的有限理性假设	79
5.2.3 企业的同质性假设	80
5.2.4 企业的异质性假设	81
5.3 关于企业性质的基本假设	84
5.3.1 企业有限理性假设	84
5.3.2 企业异质性假设	85
5.3.3 关于企业性质基本假设的表述	86
5.4 关于面向竞争对手的企业组织学习理论研究的核心结论	87
5.4.1 企业有限理性和面向竞争对手的企业组织学习	87
5.4.2 企业异质性和面向竞争对手的企业组织学习	88
5.4.3 面向竞争对手的效仿型企业组织学习理论研究核心结论的表述	89
5.5 面向竞争对手的效仿型企业组织学习过程和做法	89
5.5.1 面向竞争对手的效仿型企业组织学习的过程	89
5.5.2 面向竞争对手的效仿型企业组织学习做法	90
第 6 章 基于多 Agent 系统的企业组织学习仿真模型研究	93
6.1 多 Agent 仿真模型的设计思路	93
6.1.1 多 Agent 仿真模型设计的指导思想	93
6.1.2 进行模拟研究的基本思路	94
6.2 面向市场的试错型企业组织学习的多 Agent 仿真模拟	95
6.2.1 面向市场的多 Agent 仿真模型设计	95
6.2.2 面向市场的试错型企业组织学习的多 Agent 仿真模拟(1)	98
6.2.3 面向市场的试错型企业组织学习的多 Agent 仿真模拟(2)	99
6.2.4 面向市场的试错型企业组织学习的多 Agent 仿真模拟(3)	103
6.3 面向竞争对手的效仿型企业组织学习的多 Agent 仿真模拟	104
6.3.1 面向竞争对手的多 Agent 仿真模型设计	104
6.3.2 面向竞争对手的效仿型企业组织学习的多 Agent 仿真模拟(1)	107

6.3.3 面向竞争对手的效仿型企业组织学习的多 Agent 仿真模拟(2)	108
6.3.4 面向竞争对手的效仿型企业组织学习的多 Agent 仿真模拟(3)	110
第 7 章 企业组织学习的案例研究: 以入世以后的中国汽车企业为例	112
7.1 入世以来中国汽车市场的不确定性分析	112
7.1.1 世界各国汽车市场普遍具有不确定性	112
7.1.2 中国汽车市场所特有的不确定性	113
7.1.3 入世对中国汽车市场影响的不确定性	114
7.2 中国汽车企业的有限理性及异质性分析	116
7.2.1 关于中国汽车企业的必要界定	116
7.2.2 中国汽车企业的有限理性分析	117
7.2.3 中国汽车企业的异质性分析	119
7.3 入世以来中国汽车企业的试错型企业组织学习研究	119
7.3.1 入世以来中国汽车产业和汽车消费的变迁	119
7.3.2 入世以来中国汽车企业的试错型企业组织学习情况	122
7.4 入世以来中国汽车企业的效仿型企业组织学习研究	124
7.4.1 入世以来中国汽车企业的相互关系	124
7.4.2 入世以来中国汽车企业的效仿型企业组织学习情况	125
第 8 章 结论	128
8.1 结论	128
8.1.1 关于组织学习定义的研究成果	128
8.1.2 关于企业组织学习研究突破的构想	129
8.1.3 关于企业组织学习三大前提表现的研究成果	129
8.1.4 关于面向市场的试错型企业组织学习的研究成果	130
8.1.5 关于面向竞争对手的效仿型企业组织学习的研究成果	130
8.1.6 仿真模拟的研究成果	131
8.1.7 确定了组织学习的案例研究模式	131
8.2 研究不足	131
8.2.1 多 Agent 仿真研究的水平还处于初级状态	131
8.2.2 仿真研究和案例研究的关系还不够密切	132
8.3 下一步待研究方向	132
参考文献	133

第1章 引言

进入 21 世纪, 两件大事对中国企业的未来发展产生了深远的影响: 一是党中央做出的全面建设小康社会的伟大决策^①, 这促使中国经济在新世纪持续快速健康发展, 导致国内市场容量迅猛扩大, 而且不断升级, 当然市场风险也在逐步加大。这对中国国内企业开拓国内市场既是机遇, 更是挑战; 二是中国正式加入世界贸易组织(World Trade Organization, 简称 WTO), 这既使中国国内市场逐步转变成为高度开放性的国际竞争市场, 国外跨国巨头大举进入, 迫使国内企业必须和这些世界巨头正面竞争, 同时, 也为中国企业开拓国际市场初步取得了通行证, 要求中国企业在国外市场上也要敢于和国外跨国巨头进行竞争。

1.1 问题的提出

1.1.1 研究背景

1996 年, 总部设在巴黎的经济合作与发展组织(Organization for Economic Co-operation and Development, 通常简称 OECD)发表了研究报告——《The Knowledge Based Economy》(《以知识为基础的经济》)。这篇报告系统地讨论了知识经济的含义和发展趋势。这篇报告的发表表明, 世界经济已经开始跨入知识经济时代。这种全新的经济发展模式促使全球的理论界和企业界越来越深刻地认识到组织学习对于企业发展的极端重要性。1988 年, 世界最大石油公司之一的荷兰皇家壳牌公司的高级主管 De Geus, 发表了论文《Planning as Learning》, 提出了一个著名论断: 对于企业来说, 未来唯一持久的优势, 就是这家企业有能力比竞争对手学习得更快。1990 年, 管理学大师 Peter Senge 出版了关于学习型组织(Learning Organization)的专著《The Fifth Discipline: the Art

① 江泽民(代表中国共产党), 在中国共产党第十六次全国代表大会上的报告[R]. 北京: 中国共产党第十六次全国代表大会, 2002.

and Practice of the Learning Organization》，书中基于理论分析再次表达了这个论断。世界著名的财经杂志——美国《财富》杂志就曾设专刊介绍企业的组织学习，这期专刊的封面标题就十分醒目：“要么学习，要么死亡”^①。

由于组织学习所具有的重大意义，使得关于组织学习的研究成为 20 世纪 90 年代以来国际学术研究的热点^②。在 20 世纪 90 年代后期传入中国后，组织学习理论也迅速成为中国国内学术研究的重点领域，参见图 1-1。

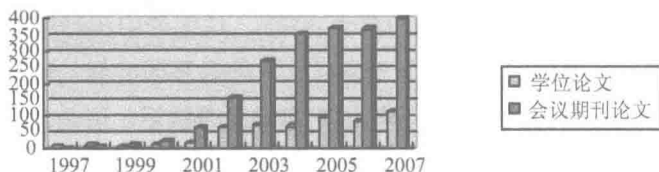


图 1-1 近年来国内关于组织学习和学习型组织研究的论文数量示意图^③

在中国加入 WTO 之后，组织研究的兴起，为中国企业迅速提升自己的核心能力提供了一条新的发展思路。

为了避免在加入 WTO 之后国外跨国巨头凭借其强大实力迅速占领中国市场，也为了给中国企业提供一个学习国外跨国巨头核心能力的条件，中国实行了外商投资管制政策^④。这迫使国外跨国巨头不得不在重要产业与国内企业实行合资。但是，为了防范国内企业成为未来的竞争对手，这些国外跨国巨头想方设法对合资的国内合作伙伴实行技术封锁。而且，能够成为国外跨国巨头合资伙伴的国内企业往往是实力相对雄厚但市场意识薄弱的国有企业，而实力相对薄弱但市场意识强烈的民营企业却难以获得与国外跨国巨头合资的资格。面对国外跨国巨头的激烈竞争和技术封锁，迫使中国企业必须进行有效的组织学习。

然而，由于组织学习是一种复杂性问题，现有组织学习研究模式在研究内

① 陈国权，马萌．组织学习的过程模型研究[J]．管理科学学报，2000，3(3)：15-23．

② 关于组织学习发展状况的详细分析，参见第 2 章的相关内容。

③ 本图的检索源是万方全文数据库。检索词是“组织学习”和“学习型组织”，在检索中，二者是“或”的关系。图中所指学位论文是指万方全文数据库上的博士学位论文和硕士学位论文；图中所指的会议期刊论文是万方全文数据库上的期刊论文、会议论文。由于 2008 年文献数据尚未全，所以检索到 2007 年。

④ 参见中华人民共和国国家发展和改革委员会和中华人民共和国商务部联合颁布的《外商投资产业指导目录(2007 年修订)》，该指导目录 2007 年 10 月 31 日颁布，2007 年 12 月 1 日施行。