



中青年经济学家文库

ZHONGQINGNIAN JINGJIXUEJIA WENKU

现代企业的学习与创新： 理论与实证研究

陈 江 / 著

**Learning and Innovation of Modern Enterprises:
Theoretical and Empirical Research**



经济科学出版社
Economic Science Press

中青年经济学家文库

现代企业的学习与创新： 理论与实证研究

Learning and Innovation of Modern Enterprises:
Theoretical and Empirical Research

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代企业的学习与创新：理论与实证研究 / 陈江著.
—北京：经济科学出版社，2011. 1

ISBN 978 - 7 - 5141 - 0031 - 0

I. ①现… II. ①陈… III. ①企业管理 - 组织管理学 - 研究 IV. ①F272.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 207703 号

责任编辑：李 雪

责任校对：王肖楠

版式设计：代小卫

技术编辑：邱 天

现代企业的学习与创新：理论与实证研究

陈 江 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100142

总编部电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：www. esp. com. cn

电子邮件：esp@ esp. com. cn

北京密兴印刷厂印装

880 × 1230 32 开 7.625 印张 200000 字

2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 0031 - 0 定价：28.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

序

从事管理研究多年，有几件事情是我很担心的。读过陈江老师这本书后使我放心了一些。

我的第一个担心是由于出版研究论文的压力，很多研究人员，包括老师和博士研究生，都挖尽心思找热门和其他人认为重要的研究题目来做，外在酬劳变成了研究的动力，研究人员好像都变成了名利之徒。第一次见到陈江老师是在中山大学的课堂中，他那时候离开了老家海南到广州的中山大学读博士班。由于他在读博士班前已有一定的工作经验，因此与一般的博士研究生很不一样，他非常清楚自己是源于对学问的喜爱而选择学习做研究和从事这方面的工作。所以，他在做研究时，一直都是很起劲和愉快的。印证了“当一个人不是为了外在酬劳，而是真的在从事他自己喜欢的工作时最勤劳”的真理。在这本书中，读者可看出陈江老师对组织学习和创新的热情，而由此热情转化为很踏实地去了解和掌握这两个概念的含义，再一步一个脚印地论证、收集和分析数据来验证他的推论，除了阅读书中的具体内容外，我希望读者也能体会陈江老师的“热心”。

我的第二个担心是管理学的研究愈来愈与现实的管理工作脱节，在科学期刊发表论文的压力越来越大的情况下，研究人员写论文的对象都变成了只是针对同行，而忽略了论文是否对

真实管理工作有所启发。陈江老师这本书以非常严谨的科学方法为基础，读者从他的论证和数据分析中可以看到，同时，本书关心的议题也明显是管理者应该关心的。通过第一章和第二章读者可掌握组织学习和创新的含义，而陈江老师经过严谨科学方法确定的量表，也可供管理人员对其企业的组织学习和创新两方面的情况作出评估，从而判断需要改善及加强的方向。

我的第三个担心是和第二点相关的，那就是内地从事管理研究的同行和学生，在学习西方的研究方法的同时，把题目定得太小和太没有意义。我的一位老师在十五年前曾这样形容内地和西方的研究，内地是“大题小做”，意思是题目定得很大，但论述和证据却不足，而西方的研究是“小题大做”，即题目很小但论述和证据则很多，两者其实都有缺点。很可惜，目前内地很多研究人员似乎都完全接受了西方研究的方式，因此有时会套用不合内地情况的概念，或在证明一些其实没有太大意义的事情。如何同时避免“大题小做”和“小题大做”的缺点，我也提不出具体的建议，但陈江老师这本书可作为一个很好的例子，读者很容易看到他要探讨的问题并不小，但同时他又应用现代科学研究的标准和规范，来一步一步地论证，这都是很难得的。

无论你是研究或管理人员，我相信你都可以发现本书对你很有意义的。因此，我诚意推荐你细心读一下本书。

黄炽森*

2010年10月于香港

* 黄炽森，美国普渡大学组织行为及人力资源管理学博士，自1990年开始在香港中文大学管理学系任教，现为该系教授。黄炽森教授为多个国际上主要学术期刊的编辑委员，包括 *Academy of Management Journal*, *Journal of International Business*, *Journal of Organizational and Occupational Psychology* 等刊物。截至2008年，黄炽森教授已在国际学术杂志、学术会议上发表关于管理及教育的著作百余种，其2002年以中国企业的劳资信任为题的论文更被有超过四十年历史的 Anbar 资料库 (Emerald Management Review) 评为当年全球发表的两万多篇与管理有关的论文中最优秀的五十篇之一。

前 言

面对日益激烈竞争和越来越多的不确定性因素影响的外部环境，组织学习被众多学者认为是未来组织成功的关键，具备比竞争者更快速的学习能力是持续竞争优势的唯一来源，组织学习是一种核心能力，也是一种战略性资源和能力。组织学习已经成为组织真正的竞争优势，并带来更多新的挑战。企业若缺乏自我更新、快速学习、弹性和持续的创新能力，绝对无法蓬勃发展。然而，组织如何有效学习并获取持续的竞争优势，对实践者仍是一个很大的挑战。为了真正能让学习型的组织在我国生根、发芽、开花和结果，提高组织学习能力，提升我国企业的活力，应对日益激烈的市场竞争，提高企业经营绩效，并获得持续发展，对组织学习的研究显得至关重要。

组织如何在动荡的环境中与其竞争对手抗衡，创新是组织的必要因素，在变幻莫测的外部环境中，组织唯有创新才能生存。著名管理学家德鲁克开明宗义地说：“不创新，就死亡（innovate or die）”，依据德鲁克的观点，创新代表着一种赋予人力与物质资源以创造更大财富的能力，使得资源变成真正的资源。企业界对“创新是企业生存的关键因素”的重要性认识也与日俱增。但是，纵观我国创新主体重要组成部分的企业，它们的实践更多的是注重技术创新，对管理创新的认识和投入有待不断深化提升。企业如何全面推动企业自主创新，提高企业的创新能力，特别是企业管理创新能力，是当前我国经济社会发展中的重大研究课题。

企业的经营管理者绝大多数都非常清楚地认识到，组织学习和

创新对企业的持续发展都将起到非常关键的作用。然而，在现实的企业实践工作中我们对以下这样的场面也并不陌生：企业每年在员工学习与发展方面投入并不少，耗费了不少精力，在创新方面也引起足够重视，无论是产品创新、工艺创新和管理方面的创新等工作也耗费了不少的财力或物力，但是企业经营绩效收效甚微，甚至有的还每况日下。问题出现在哪里？造成以上这些问题的症结在于企业并没有能很好理解组织学习、创新和绩效三者之间的关系。组织学习和创新是企业提升企业经营绩效、竞争制胜的两大法宝，但是二者是如何对企业经营绩效产生影响的，只有深刻理解三者之间的关系，企业在有限的资源下才能合理进行分配，做到有限资源的优化配置，并能快速提升经营绩效，构筑企业的核心竞争优势。那么组织学习、创新和绩效三者之间的关系是怎样的呢？本书的研究将从理论上进行深入探讨分析，并通过实证研究论证组织学习、创新和绩效三者之间的关系，我们从研究结果中可以寻找到答案。

目 录

第一章 导论	1
第一节 问题的提出.....	1
第二节 研究的意义.....	5
第三节 研究目的和对象	10
第四节 研究方法和技术路线	11
第五节 本书结构安排	13
第二章 组织学习与创新理论研究	15
第一节 组织学习的理论研究	15
第二节 组织创新的理论研究	41
第三节 组织学习、创新与绩效关系的理论研究	61
小结	72
第三章 研究设计	76
第一节 研究理论框架	76
第二节 研究假设的提出	78
第三节 操作性定义与测量	83
第四节 样本选择及数据收集	94
第五节 研究分析工具及方法	99

第四章 研究 1——组织学习量表的开发	101
第一节 质的研究	101
第二节 量的研究	113
小结	126
第五章 研究 2——管理创新和技术创新关系的实证研究	127
第一节 研究方法	127
第二节 样本描述	128
第三节 研究过程与结果	130
小结	137
第六章 研究 3——组织学习、创新与绩效关系 的实证研究	140
第一节 样本描述	140
第二节 信度和效度分析	144
第三节 变量的描述性统计	153
第四节 变量之间的比较分析	157
第五节 变量之间的关系分析	175
小结	185
第七章 总体研究结论及建议	188
第一节 主要研究结论	188
第二节 研究贡献	191
第三节 研究的实践指导意义	193
第四节 研究的局限性以及未来研究方向	194
附录	196
附录 1：开发的组织学习量表	196
附录 2：组织学习、创新和绩效关系研究调查问卷	198

目 录

附录3：企业实地调研访谈提纲	204
附录4：上市公司样本（A股）一览表	206
参考文献	210
后记	228

第一章

导 论

第一节

问题的提出

当今，现代企业所处的环境可用两个字来概括，那就是“变化”，市场在变、客户需求在变、政治体制和政策在变、产业结构在变、人们的观念和社会文化在变、科学技术在变、员工的状况和要求在变、生产方式在变、管理思想在变……这种不断变化的环境对企业经营管理是巨大的挑战（张德、陈国权，2006）。在快速变化、竞争日益激烈的营商环境里，一个企业要想拥有持续的竞争优势，就必须比它的竞争对手学习得更快，行动得更快，变革得更快。否则，要么沦入二、三流的境地，要么被市场无情地淘汰。在我国的企业中，由于不能进行快速学习而导致企业轰然倒塌或深陷困局的案例我们屡见不鲜。组织学习已经成为组织真正的竞争优势，并带来更多新的挑战，缺乏自我更新、速度、弹性和创新能力的组织，绝对无法蓬勃发展（Sydanmaanlakka，2002）。

20 世纪 90 年代，彼得·圣吉（Peter Senge）发表了其著作《第五项修炼——学习型组织的艺术与实务》之后，把组织学习的企业实践推向了高潮。美国、欧洲、澳大利亚、日本和中国台湾等国家或地区很多优秀企业，争先恐后纷纷创办自己的企业大学来创建学习型组织，为企业的学习创造良好的条件，如 GE、宝洁、摩

托罗拉、惠普、壳牌石油、英国石油、AT&T、松下、丰田和施乐，等等。我国企业实践界也逐步意识到了学习对企业发展的重要性，近年来也逐步加入了创造条件开展组织学习的这股世界潮流。部分经济发达地区的企业也开始创建企业大学，营造组织学习的良好氛围，如华为大学、中兴通讯学院、腾讯学院、TCL 学院、美的学院，等等。而尚未具备创办企业大学条件的企业也纷纷完善内部培训机构或成立学习与发展部门，为企业的组织学习创造更好的条件，旨在通过企业的组织学习更好地适应外部环境变化。组织学习对企业的发展和构筑持续竞争力是如此的重要，但是，如何理解复杂的组织学习能力（这种关键的能力能帮助公司有效地发现、创造、转化和传播知识），以帮助组织通过有效的组织学习获取竞争优势，目前对企业的实践者仍然是一个挑战（Gold, 2001）。

创新是一个民族进步的灵魂。其实对于一个企业也是如此。创新是企业竞争力的源泉，是企业发展的不竭动力。在变幻莫测的外部环境中，组织唯有创新才能生存（Johnson et al., 1997）。著名管理学家德鲁克（1954）认为“企业的唯一目标就是创造客户，顾客决定了企业的方向。因为企业的目的是创造顾客，因此企业有两大基本功能，就是营销和创新。”并开明宗义地说：“不创新，就死亡（innovate or die）”。当今企业界对“创新是企业生存的关键因素”的重要性认识也与日俱增。波特（1996）认为，由于经营环境多变且难以掌控，只凭借着传统的精简人事、降低成本、改造流程等活动，并不足以维系组织的长期生存，唯有不断地创新，才能构建组织长期的竞争优势，适应环境的变化。持续创新是组织在激烈竞争环境中生存的基本法则。

我们再来看宝洁公司的成功案例：创始于 1837 年的老牌企业宝洁公司，2000 年面临对所有企业来说都不会陌生的困局：日趋激烈甚至残酷的竞争环境，业绩预警，盈利下滑，股价随之大幅下挫，6 个月的时间股价下跌超过 50%，投资者失去信心……当 CEO 雷富礼临危受命接管深陷困境的宝洁公司时，没人相信他在短短的

几年内就成功实现绝地反击，2001~2007年，宝洁的销售额从390亿美元增长到760亿美元，利润增长两倍，营业收入的内生性增长率、现金流以及营业利润率均大幅提高，平均每股收益率年增长12%。迄今为止，宝洁已拥有23种销售额超过10亿美元的品牌。如此辉煌的成绩是怎样取得的？2008年，已成为美国最佳CEO的雷富礼在其著作《游戏颠覆者》中首度揭示了宝洁公司成功大逆转的幕后驱动力，那就是创新。正是创新，使宝洁公司这个百年老店现在仍可以充满活力地引领未来的潮流，将创新不断转化为利润和利益。但是，通过仔细研究发现，宝洁公司能通过创新实现成功大逆转的背后，有着完善的培训体系、经验丰富的内部师资力量、组织严明的宝洁大学，即构建了完善的学习体系和营造了良好的学习文化作为强大的后盾，所以宝洁公司成功的关键因素就是学习与创新。

然而，在现实的企业实践工作中我们对以下这样的场面也并不陌生：企业每年在员工学习与发展方面投入并不少，耗费了不少精力，在创新方面也给予足够重视，无论是产品创新、工艺创新和管理方面的创新等工作也耗费了不少的财力或物力，但是企业经营绩效收效甚微，甚至有的还每况愈下。同时，我们还经常看到企业高层管理者在经营决策中碰到这样的困惑：在年度经费等资源预算有限的情况下，如何合理分配在学习与创新方面的资源常常难于决策，最后的结果是“会哭的孩子有奶喝”，即哪个部门或项目负责人能更好地游说高层管理者，资源就向谁倾斜，造成的局面是该重点投资的工作开展甚少，而现阶段应该减少投资的工作却花费更多，结果是钱花了不少，但是企业经营绩效并没有得到很好的提升。仔细分析发现，造成以上这些问题的症结在于企业并没有能很好地理解组织学习、创新和绩效三者之间的关系。组织学习和创新是企业提升企业经营绩效、竞争制胜的两大法宝，但是二者是如何对企业经营绩效产生影响的，只有深刻理解三者之间的关系，企业在有限的资源下才能合理进行分配，做到有限资源的优

化配置，并能快速提升经营绩效，构筑企业的核心竞争优势。那么组织学习、创新和绩效三者之间的关系是怎样的呢？本书的研究将从理论上进行深入探讨分析，并通过实证研究论证组织学习、创新和绩效三者之间的关系。

创新是企业获得竞争优势的重要来源，是企业竞争制胜的法宝之一。但是回顾过去学者对创新理论的相关研究，对“创新”（Innovation）绝大多数集中在对技术上的改进或突破等方面（Tushman & Nadler；Gobeil & Brown，1987），导致人们经常把创新（Innovation）和技术创新（Technology Innovation）混为一谈。实际上创新不但包括技术创新，也可能是一个新的产品、新的服务、新的技术或是一种新的管理方法等。然而，学者们对组织创新的研究中更多地集中在对技术创新的研究（Lynn & Akgun，1998；谢伟，2006；杨艳等，2007；孙健，2007），探讨“管理创新”的研究相对较少，深入对管理创新的研究更是罕见。企业的创新能力，对于推动企业和全社会的创新具有举足轻重的作用。我国于2006年公布的《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006 - 2020年）》已明确提出要建立“以企业为主体、市场为导向、产学研相结合”的创新体系，且在同一年公布的《国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》重申了企业为创新主体的方针。但是综观我国多数企业的实践更多的是注重技术创新，而对管理创新的认识和投入仍有待深化提升。那么技术创新和管理创新之间的关系是怎样的？二者有何联系？若企业只注重技术创新，而忽略管理创新，是否会对企业经营绩效有影响呢？所以，本书研究将对管理创新和技术创新的关系进行深入的研究与分析。

对以上两个核心问题进行深入研究并试图作出合理的解释构成了本书写作的初衷。希望对这两个问题的研究可以从理论上和实证的研究贡献微薄的力量。

第二节

研究的意义

一、理论意义

随着经济全球一体化进程的不断加快,在信息技术迅猛发展的快速推动下,产品更新换代的周期越来越短,市场竞争的激烈程度日益加深。面对日益激烈竞争和越来越多的不确定性因素的外部环境影响,企业只有根据环境变化,及时获取新的知识,掌握新的技能,自我适应、不断学习,并且不断调整企业行为的组织,才能顺应时势,获得竞争优势,保持可持续发展(Fiol & Lyles, 1985; Levitt & March, 1988; Dodgson, 1993)。组织学习是一个企业基于能力的竞争优势的重要资源(Dya, 1994; Grant, 1996; Lei et al., 1996, 1999),组织学习是一个企业能够拥有并能用之保持竞争优势的最有价值的资源(Diekson, 1996),组织的学习能力也越来越成为企业最重要的核心能力之一(陈国权, 2000)。企业核心能力理论认为,企业发展的动力来自于企业组织的集体学习,来自于经验规范和价值观的传递,即组织学习(Parhalda & Hamel, 1990)。管理大师彼得·圣吉(Peter M. Senge, 1990)曾预言,21世纪最具生命力的企业将是学习型组织,并指出企业未来唯一持久的优势,就是有能力比你的竞争对手学习得更快。

1958年马奇和西蒙(March & Simon)最早提出组织学习的概念,1965年肯格罗斯和迪尔(Cangelosi & Dill)开展了组织学习实证研究的先河,但是一直到1978年克里斯·阿吉里斯和舍恩(Chris Argyris & Schon)合著的《组织学习:一种行为观点的理论》一书的出版,才真正标志着国外学者对组织学习系统化研究的开始。克里斯·阿吉里斯和舍恩在其著作中提出组织学习的概

念，其认为“组织学习是一个发现错误和改正错误的过程”，并首次系统提出了组织学习的理论。但在随后的十几年间对组织学习理论研究的仍寥寥无几，直到1990年彼得·圣吉（Peter Senge）在其著作《第五项修炼——学习型组织的艺术与实务》中提出组织学习的五项修炼之后，全球管理学术界才兴起关于组织学习研究的热潮。彼得·圣吉提出的五项修炼包括系统思考（System Thinking）、自我超越（Personal Mastery）、心智模式（Mental Models）、共启愿景（Shared Vision）和团队学习（Team Learning）。随后加入组织学习研究行列的学者包括胡贝尔（Huber, 1991）、加勒和海金德（Galer & Heijden, 1992）、托宾（Tobin, 1993）、迪克森（Dixon, 1994）、斯莱特（Slater, 1994）、辛库拉（Sinkula, 1994）、鲍威尔（Powell, 1996）、霍特和费雷尔（Hult & Ferrell, 1997）、贝克尔和辛库拉（Baker & Sinkula, 1999）、麦格拉思（McGrath, 2001）、克罗桑（Crossan, 2004）、亨特利（Huntley, 2005）等众多学者。西方学者对组织学习的研究更多地集中在组织学习内涵、组织学习的层次、组织学习的程序、组织学习的类型等方面的理论研究，并从理论层面探讨组织学习对组织创新、组织绩效和获取竞争优势等方面的影响。学者从不同的研究视角都提出了各种观点和看法，很有必要对他们的研究进行进一步的梳理和综合分析。此外，组织学习对其他构念如组织创新、企业绩效、核心竞争力等影响的研究更多的是集中在理论层面分析，实证方面的研究甚少，所以对各构念之间的研究存在进一步实证研究的必要。

我国学术界对组织学习的研究是在2000年之后才引起学者们的更多关注，如阎海峰（2001）、罗彪等人（2003）、许庆瑞（2001）、芮明杰（2001）、谢洪明等人（2005、2006、2007），蒋春燕、赵曙明（2006）、陈国权（2002、2005、2007）等。近年来，我国学者在组织学习的理论研究上也做了许多工作，并取得了一些重要的研究成果。但是，就目前的研究成果而言，还是主要集中在概念模型构建和解释性研究，相关的实证研究还较为薄弱，针

对中国企业组织学习过程和组织学习度量方面的研究较少（黄群慧、王钦，2007）。因此，深入对组织学习的系统研究，开发组织学习的量表及进行相关实证研究是很有必要的。

1912年约瑟夫·熊彼特（Joseph Schumpeter）发表的经济类著作《经济发展理论》中首先提出“创新理论”（Innovation Theory），当时曾轰动西方经济学界，且一直享有盛名至今。熊彼特认为“创新”（Innovation）就是把一种从来没有过的关于“生产要素”和“生产条件”的“新组合”，这种“创新”包括引进新产品、采用新工艺、开辟新市场、控制原料或半制成品来源和实现新的组织方式等五种情况。创新者可以从他们对自己创造出对创新的暂时垄断控制中获得回报。使创新者在市场中占有优势，从他们的创新中获取超额利润和“经济租金”（Joseph Schumpeter, 1934）。可见，创新能够成为企业竞争优势的来源。创新对企业竞争优势的重要意义主要体现在两个方面：一方面可以为企业提供对一些具有潜在价值和企业特性资源的更深入的洞察和获取途径，这样企业可以通过对这些“竞争占有资源”提前进行投资和配置；另一方面通过创新活动可以在企业内部生成一些难以为竞争对手所模仿的特定资产和能力（薛求知、孔德洋，2004）。

组织创新是企业不断前进推动的动力来源（Kanter, 1984），许多具有领导地位的公司都将创新定为公司的发展战略（Burns & Napier, 1994），不断创新的组织在全球竞争的动态环境中，具有较高的适应能力及生存能力（Robbins, 1986）。哈梅尔等（Hamel et al., 2001）提出创新经济第一定律（First Law of the Innovation Economy）：公司不能持续追求创新，很快就会随着环境变化而被竞争对手打败，创新是唯一持续发展的方法。而斯莱特等（Slater et al., 1994）更认为创新是一种核心创造的能力，其引导以市场为导向并共同促进企业经营绩效提升。

组织创新是企业获得竞争优势的重要来源之一，但是回顾过去学者对创新理论的相关研究，对“创新”（Innovation）绝大多数集