

物业

管理企业

创新管理

- ◆ 全国物业管理专业本科教学系列教材
- ◆ 全国物业管理师资格考试辅导系列教材
- ◆ 全国物业管理企业高管人员培训系列教材

韩朝 陈凯◎主编

清华大学出版社



全国物业管理专业本科教学系列教材
全国物业管理师资格考试辅导系列教材
全国物业管理企业高管人员培训系列教材

物业管理企业创新管理

韩朝 陈凯 主编

清华大学出版社

北京

内 容 简 介

本书运用理论与实践相结合的方法,对物业管理企业创新活动的展开及管理进行了阐述,并结合编者实地调研所获得的一手案例进行了分析。本书共包括八章内容,前七章主要阐述基本理论,第八章则介绍了物业管理企业创新相关案例。在基本理论部分,本书首先阐述了物业管理企业创新的紧迫性和必要性,提出物业管理企业的发展必须走创新之路。其次,梳理了创新理论的历史与现状,界定了物业管理企业创新的概念,并简要阐述物业管理企业创新的六个特点。第三章至第七章分别探讨了物业管理企业的服务创新、制度创新、管理创新、市场创新以及物业管理企业创新管理体系的理论与实践问题。

本书是为了适应新时期物业管理行业以及物业管理企业发展过程中实践与理论的需要编写而成,既可作为在校大学生、研究生的学习用书,也可作为物业管理企业从业人员以及相关政府部门工作人员的理论读物。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。
版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

物业管理企业创新管理/韩朝,陈凯主编. —北京:清华大学出版社,2009.10
(全国物业管理专业本科教学系列教材)
ISBN 978-7-302-21048-1

I. 物… II. ①韩… ②陈… III. 物业管理:企业管理—高等学校—教材 IV. F293.33
中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第162980号

责任编辑:徐学军

责任校对:宋玉莲

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦A座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京嘉实印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:9.5 字 数:216千字

版 次:2009年10月第1版 印 次:2009年10月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:19.00元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:027744-01

编委会名单

主 编：韩 朝 陈 凯

副 主 编：张 勇 廖月华 张高峰 张绍文 翁国强
沈 杰 陈耀忠 董贤钧 陈照新 刘 刚
周 星 孙建伟 王雪丽 杨 勇 臧宇宏
侯 宁 康琪雪

编写人员：孙 莹 贾 琰 郭倩楠 蒋 茸 夏春锋
王 敏 王子敬 朱 嘉 黄 馨

在今天的经济环境里,全世界都在讲创新,实施创新工程。可以说,唯一不变的规律就是一切都在变!创新是推动企业不断发展的重要动力,这已成为企业界和理论界的共识。我国物业管理企业自创建至今,对提高人们的生活质量和改善工作环境,维护社会稳定局面发挥了重要作用,这些无不得益于其持续开展的企业创新活动。物业管理企业是社会经济中的细胞。由于社会经济的发展,科学技术的进步,人们对居住需求逐步提高,这就要求物业管理企业加快创新步伐、不断培养和增强创新能力。

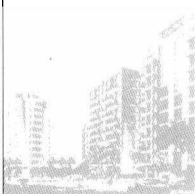
创新是个较为时髦的话题,对其研究的人很多,研究成果也不少,但在企业这一层面上,从企业创新的角度,对我国物业管理企业的改革与发展进行分析总结的却不多。物业管理是社会主义市场经济条件下发展壮大起来的新兴行业,随着人们生活水平的不断提高,对生活质量、居住环境的要求也越来越高,对物业管理不断提出新的内容和要求。因此,研究探讨物业管理企业创新问题,具有十分重要的意义。

受经营环境的影响,物业管理企业已具备了一定的创新意识,但缺乏较为系统的创新战略理论指导,导致创新的有效性较差。为了提高物业管理企业创新的有效性,提高创新的质量和效益,提高物业管理企业的竞争能力,物业管理企业尚需较好地理解创新的内涵与特点,把握创新活动的基本内容和系统方法,建立合理的创新经营机制,营造良好的创新环境和创新文化,建立鼓励创新的有效激励机制,才能促使物业管理企业日常经营中的创新活动高质量、高效率、高效益地开展。

本书首先从探寻国内外物业管理的诞生入手,结合我国物业管理企业的经营环境变化,阐述了物业管理企业创新的紧迫性和必要性,提出物业管理企业的发展必须走创新之路。其次,以国内外专家学者提出的创新理论为基础,在企业这一层面对物业管理企业创新的概念进行了界定,并简要阐述物业管理企业创新的六个特点。在此基础上,本书重点就物业管理企业的产品(服务)创新、制度创新、管理创新和市场创新这四个方面的理论与实践的基础上进行分析与探讨,并列举了一些物业管理企业创新成功的典型案例,最后探讨了物业管理企业创新的管理体系以及在创新实践中应重点把握的几个问题。

通过本书的学习,广大读者及从业人员可以对物业管理企业创新有一个清晰整体的认识。在对国内多家知名物业管理企业实践情况进行细致分析的基础上,本书充分将理论与实际结合起来,内容设计具有科学性、理论性、前瞻性、逻辑性、系统性,希望对广大读者有所帮助。

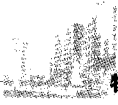
本书主要作为高等院校物业管理、房地产、土地资源管理专业的专科生、本科生和研究生的教材及参考书,也可作为高职、高自考、物业管



物业管理企业创新管理

前言



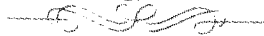


理人员的自学参考书和培训教材,还可作为物业管理企业中高层管理者的培训教材及参考书。

由于物业管理行业在我国的发展时间不长,对其进行系统性的理论研究也只是刚刚起步。也由于时间、精力和水平所限,书中难免有错误和不妥之处,敬请各位读者批评指正。

编 者

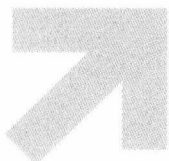
2008年5月于北京





物业管理企业创新管理

目 录



第一章 物业管理企业的生命之源——创新	1
第一节 物业管理的产生是创新的结果	1
第二节 物业管理企业经营环境的变化	2
第三节 物业管理企业创新的紧迫性和必要性	4
第二章 物业管理企业创新的基础理论	8
第一节 创新理论的历史与现状	8
第二节 企业创新的概念和特点	11
第三节 物业管理企业创新的含义与特点	13
第三章 物业管理企业的服务创新	17
第一节 服务与服务创新	17
第二节 物业管理企业服务创新的主要内容	20
第三节 服务新产品开发	28
第四章 物业管理企业的制度创新	33
第一节 制度创新的含义与重要意义	33
第二节 物业管理企业制度创新的主要内容	35
第三节 创新制度的具体实施	38
第四节 国有物业管理企业改制思考	40
第五章 物业管理企业的管理创新	44
第一节 管理创新的含义与重要意义	44
第二节 物业管理企业管理创新的重点	47
第三节 管理创新的技法	51
第四节 当代西方管理创新态势	54
第五节 建立学习型组织	58
第六章 物业管理企业的市场创新	61
第一节 市场与市场创新	61
第二节 市场创新模式的分类	65
第三节 物业管理企业市场创新的主要内容	66
第四节 物业管理营销创新	69
第七章 物业管理企业创新管理体系	76
第一节 企业创新管理体系的概念	76



第二节	创新管理的主体——企业家	80
第三节	创新管理的资源	82
第四节	创新管理的目标	84
第五节	创新管理的过程	86
第六节	创新原则、创新机会和创新能力	90
第七节	物业管理企业创新应把握的几个问题	95

第八章 物业管理企业创新相关案例介绍 99

案例一	上海陆家嘴物业管理有限公司组织结构的独特之处	99
案例二	北京万通鼎安国际物业管理顾问有限公司的矩阵式组织结构	101
案例三	上海陆家嘴物业管理有限公司的市场营销	102
案例四	深圳市长城物业管理股份有限公司的市场细分	105
案例五	北京国宏联合物业管理有限公司的市场拓展	106
案例六	北京盛世物业管理有限公司的市场机遇	108
案例七	上海陆家嘴物业管理有限公司的培训制度	110
案例八	深圳市长城物业管理股份有限公司健全的人力资源管理体系	113
案例九	北京盛世物业管理有限公司的准军事化管理	117
案例十	上海中星集团申城物业有限公司严格的质量控制体系	118
案例十一	北京远洋基业物业管理有限公司的成本控制	122
案例十二	北京网信物业有限公司的全面预算管理	124
案例十三	北京天鸿宝地物业管理经营有限公司“以规模求效益”战略	128
案例十四	北京国宏物业管理有限公司鲜明的服务特色	129
案例十五	北京首佳物业管理有限公司的特色服务	130
案例十六	中实杰肯道夫物业管理有限公司的多元化经营战略	132
案例十七	北京网信物业管理有限公司的战略环境分析	136
案例十八	深圳市长城物业管理股份有限公司全面推进企业文化体系	139

参考文献 143

第一节 物业管理的产生是创新的结果

从我国物业管理行业诞生 20 余年的历程来看,物业管理是在不断探索、创新中发展的。回顾物业管理发展历史,可以说从其产生之日起就深深地打上了创新的烙印。19 世纪 60 年代,英国一位女业主为其名下出租的物业制定了一套行之有效的管理措施,其初衷也许仅仅是为了增加物业的经济效益。但随着这种新思想、新方法的扩散应用,其重要性、价值性被越来越多的业主乃至英国政府有关部门所接纳与采用,从而逐渐被推广到世界各国,并不断发展、成熟、更新和完善。

同样,物业管理在我国的产生与发展也离不开一批有着创新意识的先驱者。1981 年,面对改革开放的逐步深化,针对房地产市场的客观需要,深圳率先组建了我国第一家涉外商品房管理的专业公司——深圳市物业管理公司,它们借鉴香港先进的物业管理经验,结合特区的实际情况进行了改革。改革的核心是政企分开,所有权与经营权分离,由单纯管理型公司向服务经营型公司转变,研究并确定了新的企业化商品房管理模式,为我国物业管理的发展迈出了第一步。

无论从国外还是国内物业管理的起源来看,物业管理这一模式的新颖性、变革性、价值性、先进性都是鲜明的创新成果的特性。正是因其在继承中不断发展、不断创新,才具有无可比拟的优越性和强大的生命力。如今,物业管理已经发展为一个相对独立的行业,它的健康发展对于提升物业价值、提高居民生活质量,以及推动和谐社区建设、促进整个经济社会的可持续发展,都起到不可替代的作用。



第二节 物业管理企业经营环境的变化

“不创新,就死亡。”——世界管理学大师彼得·德鲁克的忠告高度概括了企业在市场竞争中生存和壮大的根本途径,已经成为新经济时代企业生存发展的真实写照。创新,已经成为关系企业生存发展的命运所在。

随着经济全球化形势和知识经济时代的来临,物业管理企业的经营环境正发生着日新月异的变化,影响物业管理企业生存与发展的因素变化也呈加速趋势。在这场变化的大潮流中,袖手旁观无疑是坐以待毙。面对迅猛发展的科学技术与瞬息万变的市场,物业管理企业只有认真地分析环境带来的机会与威胁,权衡自己的优势与劣势,以敏锐的洞察力及时发现市场机会,以正确的决策和快捷的反应能力抓住机会,通过不断变革和创新,才能保持领先的竞争优势,维护企业的利益格局。

一、物业管理企业面临知识经济时代的挑战

随着知识经济时代的到来,信息传递高速化、商业竞争全球化、科技发展高新化将引发传统社会经济结构、增长方式及企业管理模式的一系列深刻变革。在知识经济时代,一切都以知识为基础,所有财富的核心都是知识。知识经济的繁荣不再直接取决于资源、资本、硬件技术的数量、规模和增量,而是直接依赖于知识或有效信息的积累和利用。

21 世纪的企业将在知识聚变中重新“洗牌”。企业的竞争力源泉将由原来有形的物的形态,转向无形的知识形态。知识将取代资本、劳动力成为最有价值的资源要素,成为企业的头号竞争利器。

二、经济全球化使国外物业管理企业进入国内,市场竞争激化

经济全球化浪潮正以不可阻挡之势席卷全球的每一个角落。市场竞争的边界日益模糊,竞争领域开始从局部向全球扩展。我国加入 WTO 后,国内市场将最终与国际市场融为一体,外国企业将会逐渐进入我国市场的各个领域,国内企业面临的竞争将更加激烈。

物业管理作为一个融管理、经营、服务于一体的服务性行业,其巨大的市场空间将对外资形成强烈的吸引力。早在 20 世纪 90 年代初期,一些国际知名的物业管理企业已逐渐觉察到中国内地各省市的物业管理服务需求正因房地产市场的急速发展而扩大,已开始把目光投向中国市场。例如,号称亚洲最大的物业管理公司“第一太平戴维斯”,其目前在中国的业务已发展到北京、上海、天津和深圳等 10 多个大中城市。另外,像美国的世邦威理士、我国香港的戴德梁行、英国的威格斯等也已经开始涉足我国大陆地区物业管理业。

国内的物业管理企业,无论是弱小的还是实力雄厚的,在这场没有国界的竞争中,都会

感到真正威胁的存在。任何一家物业管理企业,不仅要面对来自国内同行费尽心机的“巧取豪夺”的内忧,同时,还要面对国外专业化、技术型物业管理公司对国内市场份额蚕食的外患。市场竞争的基本法则是优胜劣汰,通过竞争,胜者得到发展壮大,劣者被市场所淘汰。国外物业管理跨国公司进入我国物业管理市场,必将给我国尚未成熟的物业管理行业带来极大的冲击和挑战。

三、物业管理市场运作规则快速变化,市场竞争呈多维化和动态化趋势

2003年9月,国务院颁布《物业管理条例》,标志着我国物业管理行业已步入法制化、规范化发展的新时期。随后,《前期物业管理招标投标管理暂行办法》、《物业管理企业资质管理办法》、《住房专项维修资金管理办法》等相关法令、法规和示范文本等相继出台,各地方政府也陆续推出了一系列更具有操作性的地方性配套法规,如2006年2月颁布的《北京市专项维修资金使用管理办法(试行)》。从政府部门出台的这一系列法律、法规可以看出,政府已加大对物业管理行业的监管力度,力求规范物业管理企业的市场行为,促使行业更规范运作。

随着知识在经济增长中重要性的增强,增加经济效益的途径越来越多样化。对于物业管理企业来说,如果想单纯地通过技术、质量、价格、服务等传统的竞争手段来甩开对手,显然会变得非常困难,市场竞争的焦点已经逐步转向企业综合实力的竞争。通过扩大管理规模来降低单位成本的范围经济、通过提供差异性服务来吸引业主的差异经济、通过拓展企业外部成长空间来实现多种经营的成长经济,正在成为提升物业管理企业经济效益的新途径。因而,市场竞争出现了多维化的局面。

与此同时,经济全球化、技术创新的加速化以及竞争手段的现代化等因素都正在使竞争进一步动态化。由于竞争对手具有学习、模仿和创新的能力,故任何企业的先动优势都是暂时的,都有可能被竞争对手的反击行为所击败。

近年来,物业管理企业受到的竞争威胁不仅来自本行业之内,而且来自其他行业。房地产中介代理业务范围本应界定在房地产的营销策划、经营代理及相关的咨询培训,然而,时下一些中介代理公司为实现多元化目标,效仿香港地区的地产代理商,将一只脚伸进了本不肥沃的物业管理行业,与还处于饥饿状态的物业管理企业“争食”。另一方面,由于业主对物业管理公司提供的服务不满,在炒掉物业管理公司后,成立了业主自治管理委员会,自我管理小区。因而,物业管理企业的竞争对手不再仅仅是静态环境下的同行,而且包括房地产中介代理商,甚至包括业主自治管理委员会等这些潜在的竞争对手。在当今这种多维化和动态化的竞争格局中,物业管理企业唯有不断创造出新的竞争优势才能成为市场上的“常胜将军”。

四、买方市场条件下,物业管理服务高度顾客化

随着社会主义市场经济的快速发展,我国经济格局已开始告别短缺经济,逐步形成买方市场的局面。买方市场“供过于求”的特点决定了在市场上买者选择卖者,主动权掌握在顾



客手中。一切生产经营活动以需求为导向是买方市场条件下企业生存与发展的基本前提。

近年来,生活水平不断提高,消费者的消费心理也渐趋成熟,消费需求呈现出新的变化特点,如个性化和多元化的价值观将逐步取代从众化,标准化的产品会被“量身定制式”的个性化产品所取代。对企业而言,要想拓展市场份额,关键在于提高顾客对自己产品的偏好程度,顾客需要什么,企业就必须生产什么,以满足顾客追求个性的张扬和标新立异的愿望得以实现。

人们在满足了衣食住行这些基本要求之后,自然过渡到追求和期望更高层次、高品质的文化生活,希望拥有一个“安全、文明、舒适、高雅”的人居环境。业主对物业管理企业的服务要求也越来越个性化、多样化,期望也越来越高,单纯的保安、清洁、代管车辆等平庸的物业管理服务已很难获得业主的认可。在买方市场下,业主的可选择范围扩大,消费行为也变得更加成熟、理性,业主总是趋向于选择服务质量更好、服务收费更低、口碑信誉更优的物业管理企业做自己的“管家”。因此,物业管理企业不仅要勤练内功,制定规范的企业标准与详尽的操作流程,提升自己的管理水平与服务质量,同时,也要围绕业主需求做文章,有预见性地创造出新的服务项目,引导业主消费。

第三节 物业管理企业创新的紧迫性和必要性

物业管理企业是社会经济中的细胞。由于社会经济的发展,科学技术的进步,人们对居住需求逐步提高。如果物业管理企业不能以变应变,就会陷入生存危机;如果没有创新的动力和能力,因循守旧,最终必将被市场所淘汰。因此,加快创新的步伐、不断培养和增强创新能力已经成为物业管理企业生存发展的迫切要求和当务之急。

一、我国构建社会主义和谐社会的重大战略目标对物业管理行业提出了新的要求

党的第十六届四中全会提出了“构建社会主义和谐社会”的重大战略目标,即构建一个民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处的和谐社会。社会的和谐,必须要求社会机制的科学合理、社会政治经济的均衡发展及人们生存环境的不断优化。而社区是社会的细胞,社区是否和谐,和谐程度如何,直接关系到居民的生活质量和城市的生活品质。物业管理作为一个与人民生活息息相关的行业,对于维护社区稳定、丰富社区文化生活、提高业主精神生活水平及协调邻里关系等都发挥了重大作用。我国构建和谐社会的重大战略目标可以说对物业管理行业提出了新的要求。

企业的最高目标是为实现企业使命而奋斗,崇高、明确、富有感召力的使命不仅为企业指明方向,使企业的每一个成员都能明确工作的真正意义,而且驱使着企业不断创新。现阶段我国物业管理行业还存在着一些不和谐的因素,如物业管理企业自身经营活动不规范、



开发建设与物业管理职责不清、市场机制尚未完全建立、从业人员整体素质不高等。这些问题都不同程度地影响到我国构建和谐社会的重大战略目标。因此,物业管理企业必须审时度势,不断创新,调整自己的发展战略,为构建和谐社区发挥应有的作用,作出应有的贡献。

二、行业激烈的竞争环境要求物业管理企业通过创新赢得竞争优势

随着经济全球化和买方市场的形成,物业管理企业面临着更加激烈的市场竞争环境。这种动态多变的市场环境,既给企业提出了创新的迫切要求,同时也给企业带来了众多的发展机遇。企业只有不断创新,才能抓住机遇,真正获得竞争优势。正因为此,国际著名大企业才纷纷确立以创新开发为主导的经营战略,不断加大创新投入,以增强自身的创新能力。

买方市场条件下,市场竞争在很大程度上取决于行业市场不同企业产品的可替代性和替代程度,即产品“同质性”的强弱,市场中产品的同质性越强,市场竞争也就越激烈。随着物业管理行业的日趋成熟完善,几乎所有的物业管理企业都认识到提高服务质量的重要性,物业管理的“产品”——服务同质化趋势将越来越明显。这就意味着,物业管理企业必须通过持续创新使自己的管理和服务具有相对于竞争对手的特色,弱化本企业的可替代性,采用特色化战略,提供“异质化”服务,拓展市场空间,回避与竞争对手的正面竞争。

三、国有物业管理企业亟须体制改革

党的第十六届三中全会提出要完善国有资产管理,深化国有企业改革,实现国有经济布局调整的战略思想,很多行业都面临着在国有经济结构中推进改革和实现发展的双重任务。国有物业管理企业大部分是从计划经济时期的房管所转制过来,受到传统体制的影响,不少国有物业管理企业依赖原单位资源,不能适应市场经济发展的要求,管理体制落后、经营机制不活、服务意识不强、经营业绩不佳、没有经营拓展的独立自主权和决策权,这些都严重制约了企业走向市场的步伐。同时国有物业管理公司员工整体素质不高、年龄偏大、文化水平较低,给企业带来沉重的负担。因此,国有物业管理企业的改革、改制势在必行。

国有物业管理企业不可避免地涉及体制问题,必须进行企业制度创新。制度创新具有远期潜在的收益,同时也是国有企业从根本上走出困境、走向繁荣的重要基础。要通过体制改革和国有物业管理企业制度创新,在企业内部形成优胜劣汰、自负盈亏、激励有效和约束有力的运行机制,提高企业竞争力,才能适应新市场、新变化,以求健康持续地发展。

四、物业管理企业要通过创新提高经济效益

目前,我国物业管理企业数量多,规模小,管理粗放,自身造血功能较差,加上社会对物业管理行业“保本微利”的定位,多数企业亏损现象严重。物业管理作为特殊的服务性行业,



受传统体制的影响,其服务收费标准仍实行政府定价或指导价,鉴于我国目前的经济发展程度和业主的收入水平,政府价格主管部门在制定价格时往往出于稳定社会秩序或其他因素考虑,一般对物业管理收费标准定得很低,限制其利润率(如规定一般住宅小区物业管理的最高利润率在10%左右),因而企业不可能从基本服务中获取高额利润。此外,由于部分业主的思想还停留在计划经济时代,尚未建立起在住房消费上花钱买服务的观念,造成物业管理费收缴率低,给物业管理企业带来了进一步的亏损。

物业管理企业作为一个经济组织,必须以实现效益最大化为自身追求的目标,而创新正是实现这一目标的有效途径。创新的过程,是企业实现发展的过程,是企业优化自身行为的过程,是适应环境变化的过程,更是谋求竞争优势的过程,而这一切最终都将通过经济效益反映出来。一个企业的创新是否成功,其检验标准就是看创新行为是否使企业获得了明显的收益。这种收益可能是现实的和眼前的,也可能是潜在的和长远的,也许是立即见效的行为,也许是为今后获得较高经济效益打基础的行为。但不论哪种行为,最终追求的都是提高企业的经济效益。

物业管理企业要实现经济效益,增加自身的造血功能,就必须不断探索、创新,扩展服务领域,建立以业养业、多种经营的良性经济运行机制,最终实现企业的赢利和可持续发展。

五、智能化、网络化的迅猛发展要求物业管理企业掌握科技化的管理手段

随着信息技术的飞速发展,人类开始迈入以数字化和网络化为平台的智能化社会,对居住环境也不断提出新的需求,现代化的建筑已不是传统意义上的蔽身之所,而是向智能化的方向发展。信息化高科技社区服务,涵盖了物业管理智能化、电子商务系统开发等多项功能,可以最大程度地满足业主的各项生活与工作、娱乐需求。如日常收费管理实施专业物业管理软件,方便物业人员对大量住户资料和收费资料的查询和存档工作;小区宽带网络的运用,使业主感受到现代信息技术的便捷等。

物业管理企业应适应时代发展的要求,不断进行技术创新,除了人工进行设备设施维护、服务管理以外,还应加快引入科学技术手段,采用以计算机管理为主导的新技术,推出智能化管理,以降低物业管理的人力成本,同时推广先进的管理方法和理念,不断提高服务的现代化水平。

六、创新是物业管理企业全方位提高员工素质的最有效方式之一

科技的飞速发展引起世界的迅速变化,知识老化的速度也因此大大加快。知识经济的发展最终取决于人的素质,更多的工作需要劳动者良好的科学文化素质、坚实的专业技术知识和勇于开拓的创新能力,即便是普通岗位上的劳动者也应如此。要想适应这个环境,就必须不断创新,掌握新的知识。

物业管理专业人才匮乏已经是一个不争的事实。目前从事物业管理的人员中,具有大中专以上文化程度的管理人员所占比例很少,大量的物业管理人員只具备初中文化程度,缺



乏必要的文化知识和专业技能,多数人员未参加过物业管理上岗培训,专业水平普遍不高。当前物业管理企业需要的是既懂经营管理、工程技术、维护技术,又通晓物业管理业务的专业化人才。物业管理企业创新的过程,既是企业技术人员和服务人员不断提高自身技术素质、服务水平,管理人员不断提高科学管理能力的过程,同时也是企业提高自身适应国际国内市场需求能力的过程。



第一节 创新理论的历史与现状

一、西方创新理论的历史与发展

纵观西方创新理论 80 余年的研究进展,对其阶段的具体划分,大都简单而笼统地分为两个阶段,即第二次世界大战前阶段和第二次世界大战后阶段,或者是熊彼特阶段和熊彼特以后阶段。本书从对创新内涵的认识和研究的不断深化、丰富的角度将西方创新理论的发展划分为三个阶段:熊彼特阶段(1912 年—1950 年)、新熊彼特阶段(1915 年—1970 年)和繁荣发展阶段(1971 年至今)。

(一) 熊彼特阶段

这一阶段又可称为创新的提出阶段。主要指从 1912 年首次提出创新概念到熊彼特谢世之日。熊彼特在 1912 年发表其著作《经济发展理论》,首次提出了“创新”这一概念,从而开创了创新理论的先河。熊彼特创新理论的基本要点主要有 4 方面:创新的内涵;创新与企业家(创新的主体);创新与资本主义产生、发展及资本主义经济周期;创新与“社会主义”的产生。其中最重要的贡献在于提出了创新的含义。

熊彼特认为,创新是“企业家对生产要素的新的组合”,即把一种从来没有过的生产要素和生产条件的新组合引入生产体系,从而形成一种新的生产能力,以获取潜在利润。熊彼特还认为创新是一个经济学范畴而非技术范畴,指出发明是新工具或新方法的发现;创新则是新工具或新方法的实施。另外,在他看来,发明往往是创新的一个环节,创新并不一定需要



发明,发明只有用于经济之中,并带来利润才算是创新。

(二) 新熊彼特阶段

这一阶段又可以称为创新单项研究阶段,重点是技术创新。主要指从熊彼特逝世到戴维斯和诺思的著作《制度变革和美国经济增长》(1971年)出版前。进入20世纪50年代后,以微电子技术为核心特征的新技术革命蓬勃兴起,如何迎接挑战、抓住机会,以技术上的进展来推动经济上的增长促进了众多熊彼特的追随者对熊彼特创新理论的强烈关注,形成了所谓新熊彼特学派。主要是以爱德温·曼思菲尔德、莫尔顿·卡曼、列昂惕夫、克莱夫·特列比尔科克和南赛·施瓦茨等为代表,贡献在于他们在分析研究熊彼特创新理论的基础上,引出了技术创新理论,对技术创新理论研究做了开创性工作,如概念、含义、过程和影响因素等,初步搭起了技术创新的理论框架。

在这一阶段,新熊彼特学派对技术创新的含义可以分为6类:一是新思想;二是新思想引入;三是创新;四是创造的介绍;五是同现有观念区别;六是打破传统观念,并引进新观念。

(三) 繁荣发展阶段

这一阶段也可以说是创新理论的分解研究与深造阶段。第二次世界大战之后,计量经济学、制度经济学和产权学说等理论的发展促使创新理论分为两个独立分支进行研究,而两个独立分支研究的深入是以1971年戴维斯和诺思合著的《制度变革与美国经济增长》为标志的。这两个独立分支是:一是以技术变革和技术推广为研究对象的技术创新论;二是以制度变革和制度推进为研究对象的制度创新论。因而可以说,1971年后,创新理论进入繁荣发展阶段,既是技术创新理论研究的深入阶段,又是制度创新理论研究的发展阶段。

(1) 技术创新理论深入阶段。进入20世纪70年代后,技术创新理论研究形成了从不同方向对技术创新的不同侧面与内容进行多视角、多层次探讨的局面。到20世纪80年代初,已基本理顺了技术创新理论研究的整体框架。这时期其主要代表人物除新熊彼特学派外,还有弗里曼、多西和厄特贝克等人。研究主要涉及技术创新的理论基础、起源、过程、决策机制、动力机制、阻力机制、环境因素及技术创新的采用与实现问题。

在这一阶段,对技术创新的含义认识进一步具体化,代表性观点有英国 Succox 大学教授弗里曼:“技术创新是第一次引进一个新产品或新工艺中包含的技术设计、生产财政、管理和市场诸步骤。”英国经济学家斯通曼(P. Stoneman):“技术创新是首次将科学发明或研究成果进行开发并最后通过销售而创造利润的过程。”经济合作与发展组织(Organization for Economic Cooperation and Development, OECD):“技术创新是使一种设想成为在工业或商业活动过程中销路好的产品或改进的产品的变换。”美国国会图书馆研究部:“技术创新是一个从新产品或新工艺商业化到市场应用的完整过程,它包括设想的产生、研究方法、商业化生产到扩散过程这样一系列的活动。”

(2) 制度创新理论发展阶段。熊彼特的创新理论曾涉及制度创新,如他在创新概念中提出的“实行一种新的企业组织形式”,但他没有就此进行深入研究。英国经济学家兰斯·戴维斯和道格拉斯·诺思则承袭熊彼特这一思路,于1971年出版《制度变革和美国经济增

