

基于模仿创新的我国企业组织战略选择

卢晓勇¹ 胡平波² 李红³

(2、南昌工程学院; 1、3、南昌大学、天津大学博士生)

[摘要] 在分析模仿创新效应极其能力的基础上,得出我国企业要积累世界级的企业核心能力,就要通过培养并提升模仿创新能力来缩短积累的时间。提出了“全球模仿学习型组织”的概念,指出建立“全球模仿学习型组织”是我国企业提升模仿创新能力的组织战略选择。并结合我国现实论述了如何建立这一组织的问题。
[关键词] 模仿创新 模仿创新能力 全球模仿学习型组织

在经济全球化的推动下,我国企业生存空间变大,但企业生存、发展压力更大,市场竞争更为激烈。因此,我国企业关键是要更快的积累企业的核心能力,才能在世界经济竞争大潮流下生存、发展。通过全球模

身执行的顺利会提出自己的见解,指出制定准则的缺陷,从而,提高会计准则的质量。而对于一些不利于自身利益,通过利益相关者之间的相互博弈,最终采取一个大家基本上都公认的一个处理方法,都按照去执行。从而会计准则制定机构在满足资本市场信息的可比性方面达到了要求,也就完成了会计准则制定机构责任。因此,为了提高会计准则的质量,会计准则制定机构也需要利益相关者对会计准则制定的关注。

三、利益相关者参与对我国会计准则制定的启示

我国的利益相关者对会计准则的参与热情不高的原因主要是利益相关者对会计规则经济后果性的认识不够。通过对美国利益相关者关注会计准则制定的原因剖析可知,我国利益相关者对会计准则参与度不高的具体原因有二:一是我国不存在以会计准则制定为依据的会计信息供给需求链,二是我国企业在资本市场上不存在优胜劣汰资源竞争机制。从而导致我国利益相关者缺乏对会计准则制定参与的动机。而缺乏这两个动机的主要原因是我国企业的非市场化经营运作。根据刘芍佳等人的《终极产权论、股权结构及公司绩效》的研究结论得出中国上市公司股本结构的主要特征是,不论是按照证券市场上政府最终控制的企业数量还是按其所占股份的比例,都是政府或国家占主导地位。在2001年最终由私人控制的上市公司仅占16%。而在韩朝华《明晰产权与规范政府》中指出政府对股市的行政统制,遏制了中国资本市场对上市公司的控管能力,使中国股市成为政府和国有企业的自动提款机。从中国股权结构看,国家控股占主导地位,使政府的行政干预成为可能,当然,这里不是反对国家控股。而是说明国家控股,企业无法抗拒来自行政部门的随意干预。为了使国有企业能够服务于政府的行政管理目标,政府对企业提供了诸多相应的条件和保护,使企业可以不按商业化原则运营。结果,国有企业也无须为企业资产的长期价值最大化负责。而在资本市场上,政府纵容了上市公司虚假操作利润,圈钱,损害中小股东的利益,从而导致资本市场上失去了以会计准则为依据判断投资决策的信息需求链。即投资者并不以公司提供的会计信息作为判断投资决策的依据,而是通过其它渠道进行投资决策。另外,我国的上市公司并不存在资本市场上自由收购的机制。因此,企业不存在被收购的威胁。因而,从供给方面讲,公司不存在提供以会计准则为依据的会计信息,导致优胜劣汰资源竞争机制,以及按照会计准则提供会计信息供给动机。而从需求方面讲,由于公司的虚假操作利润,致使投资者失去了对公司提供会计信息的信任度,因而判断投资决策并不依据公司提供的财务报表。从而资本市场失去以会计准则为依据的会计信息需求。

从制定方面讲,也说明我国的会计准则不完善。利益相关者对准则制定的不关注,以及缺乏广泛代表的参与制定,致使我国初期制定的有些会计准则对其规范力度及其可操作性估计不足。从而使公司利用准则的漏洞,粉饰财务报表成为可能。如关于关联交易及其披露的准则。由于缺乏对该准则规置力度的估计,致使公司利用非货币性交易和债务重组大肆进行关联交易,从而使股市大量充满虚假操纵利润的会计信息,严重的损害了股市的投资诚信环境。因此,我国的上市公司即无提供真实信息的压力;也无投资者判断投资的需求动机。进而导致,利益相关者对我国会计准则的制定参与缺乏热情。然而,随着我国经济的迅速发展,尤其是加入WTO以后,市场化的因素必将对我国经济的发展及国家控股公司的命运产生重大影响,我国的上市公司必将在未来形成一个健全的优胜劣汰的竞争机制。因此,要解决利益相关者关注会计准则的制定,必须减少政府的行政干预,一切按市场化经营运作执行。从而产生使我国利益相关者有更多的关注会计准则制定热情。同时我国的会计准则制定机构也为利益相关者提供一个广泛参与的渠道。形成一个良性循环,最终提高我国会计准则的质量,为我国公司资金的筹集提供良好的环境,从而加速经济的发展。

参考文献

- [1]郭道扬:2004,《论产权会计观与产权会计变革》,《会计研究》,第2期。
- [2]吴联生:2004,《利益相关者对会计规则制定的参与特征》,《经济研究》,第3期。
- [3]刘芍佳、孙霏、刘乃全:2003,《终极产权论、股权结构及公司绩效》,《经济研究》,第4期。
- [4]韩朝华:2003,《明晰产权与规范政府》,《经济研究》,第2期。
- [5]汪祥耀:2001,《会计准则的发展:透视、比较与展望》,厦门大学出版社。

仿学习型组织的建立,通过向先进的跨国企业模仿学习,将学习的知识被企业模仿吸收并转化和扩散,提高企业的模仿创新能力、组织管理能力和全球知识、资源整合能力,获得企业核心能力是我国企业成功参与全球竞争的关键。

一、模仿创新效应及其能力分析

1、模仿创新及其效应。模仿创新是指企业以率先者的创新思想和创新行为为榜样,并以其创新产品为示范,跟随率先者的足迹,充分吸取率先者成功的经验和失败的教训,通过引进购买或反求破译等手段吸收和掌握率先创新的核心技术和知识秘密,并在此基础上对率先创新进行改进和完善,进一步开发和生产富有竞争力的产品或服务,参与竞争的一种渐进性创新活动^[2]。发展中国家企业长期不懈的模仿创新能够另辟蹊径构建企业核心能力快速积累机制,这主要得益于模仿创新在知识积累方面所具有的三种积累效应^[2]。一是复制效应。企业核心能力虽然难以用语言、文字、符号进行表达、传播。但是,对拥有核心能力企业的经营活动或经营活动结果进行模仿,并导入率先者完成创新所需暗默知识与技能的生成环境,让模仿企业反复实践和训练,可以在短期内获得与知识和能力拥有企业类似的知识和能力,产生快速“复制”和“传输”的效果。二是跨越效应。对优秀企业的核心能力的模仿,可以对不同的率先成功者进行比较,避免了可能招致失败的大量探索和尝试,保证了在有限资源条件约束下的实践机会,大大提高了模仿学习的效率,实现核心能力学习积累在时间和进程上的跨越。三是递增效应。在率先创新企业基础上改进创新的努力,向模仿创新者提供了极其宝贵而富有成效的探索实践机会,使模仿创新企业快速培养起与创新企业类似内容的核心能力与知识的同时,还能够进一步有所递增和超越。从而形成自己的特色,赶超先进企业水平。

2、模仿创新能力。从模仿创新的知识运动过程来看,知识运动可分为模仿知识的引进、模仿知识的学习和模仿知识的创新等三大阶段^[3],与此对应地,模仿创新能力可分为三种相应的能力。一是模仿知识引进决策能力,它是企业在根据生产经营目标、技术创新战略、组织学习能力、被选模仿对象的知识性质以及模仿者与模仿对象在相关知识领域内的“知识距离”等因素,选择合适的模仿对象或知识的能力。其能力大小要受到组织的信息能力、企业经营的市场定位能力、组织学习能力等的制约。二是模仿知识学习与掌握能力,它是指在既定的模仿知识条件下,在导入被模仿者完成创新所需要暗默知识生成的环境下,组织团队消化、吸收该知识的能力,它受到个人学习能力、组织学习机制、组织内外信息沟通能力等制约。三是模仿知识创新能力,它是组织在破译与掌握模仿知识的基础上,结合组织内外已掌握的知识,对模仿知识进行重组、变异、改进与创新,并尽快将这些知识“内化”到企业经营体系中去的能力。它受到个人与组织的自我超越能力和心智模式等方面的制约。

就总体而言,模仿创新能力越强,其三大效应就越明显,企业积累核心能力的时间越短。鉴于我国企业经营的现实情况,我国企业要通过模仿创新战略来培养并积累其核心能力,其实质是要通过模仿创新的三大效应来解决我国企业在核心能力积累方面的暗默性,实现我国企业拥有核心能力在时间上的合理性。这就需要我国企业不断培养企业模仿创新能力。

二、在企业建立全球模仿学习型组织

学习型组织是1990年由彼得·圣吉教授提出,Nevis,DeBellB & Could (1995)描述学习型的组织为“一个构建能够持续提高的学习能力,并将这种学习和组织的适应性和变革融入组织文化的组织,组织的价值观、政策、实践、系统和结构都是支持和增进全体员工的学习。”它具有以下特征:第一,自我超越。它要求企业每一成员集中精力,全身心投入,不断创造和超越自我。第二,建立共同愿景。共同理想和愿景可以把全体成员团结再一起,鼓舞每个成员为实现愿景目标而奋斗。第三,团队学习。通过团队学习能够产生高于个人智慧的集体智慧,能够通过组织内个别成员的创新思想因素感染到整体,能达到运作上的默契,形成一种流动的团队意识。第四,改进心智模式。它要求组织或组织成员打破既成思维定势,解放思想,进行创造性思维的过程。最后是系统思考。它与自我超越结合在一起,促进个人更好的学习,将个人与周围世界联为一体,形成对整体利益的使命感^[4]。本文关于“全球模仿学习型组织”概念是建立在彼得·圣吉的学习型组织概念基础上,并强调组织所具有的强大的模仿实践学习能力。彼得·圣吉在《第五项修炼》中指出,建立学习型组织是企业进行创新的可靠保证,因此,笔者认为,“全球模仿学习型组织”是企业模仿创新的可靠保证,是发展模仿创新能力的组织基础,它强调企业在全球范围内具有持续模仿实践学习的能力,并通过企业员工或组织的模仿实践,发挥员工与组织的创新性思维,把学习研究与模仿实践系统结合起来,形成对全球环境具有高灵活性和适应能力。它是后进企业为实现后发优势所形成的一种组织形式,并同时具有一般学习型组织的五个特征,但更强调这些特征与模仿实践学习过程的融合。

三、如何建立全球模仿学习型组织

1、通过全球模仿学习拓展视野。一个以率先创新为经营战略的企业和一个以全球模仿创新为经营战略的企业的视角是不同的,只有将以率先创新为经营战略的企业的视角改变了,让这些企业具有以全球先进技术和目标领域的视野,才能够从观念和思维模式上来进行改造。拓展视野的过程就是一个组织成员心智模式的转变过程,表现为心智模式摊开、并加以检视和改善,这有助于改变心中对于周围世界如何运作的既有认知。对于建立模仿学习型组织而言,这是一项重大的突破。

浅析企业实施 ERP 的难点与对策

山东省经济干部管理学院 王卫东

[摘要] 实施 ERP 是提升竞争力的利器,实施 ERP 确能有效解决企业的诸多困扰,提升综合绩效。目前实施 ERP 的主要难点集中在以下方面:认知偏差多、企业管理欠帐多、技术难点多、实施矛盾多。实施 ERP 需精心筹划,搭建班子,统一认识;选准软件供应商;切实做好 BPR;加强进度控制。

[关键词] ERP WTO 信息流 物流 资金流 BPR

加入 WTO,意味着中国完全进入全球经济的竞争环境中。我国经济在未完成市场化转变的情况下,已面临着全球化的挑战;在未完成工业化转变的情况下,又面临着企业重组和改造的要求;在没有建立战略管理体系和创新体系的情况下,又面临环境变化加快所引起的不确定问题的困扰;在未完成国际化经营的情况下,又面临着跨国公司的竞争压力,这是我国企业面临的处境危机。

一、实施 ERP 是提升竞争力的利器

为适应竞争环境的改变,实施 ERP(Enterprise Resource Planning)即企业资源计划是提升竞争力的利器。ERP 系统的实质是将先进的管理理念与高科技的管理工具有机融合,从而达到企业绩效改善的目的。就日

2、建立以信息技术为基础,信息理念为核心的全型企业信息系统。广泛地从组织系统外界摄取大量的、及时的、相关的信息,并进行加工处理,在组织内部合理交流使用,为组织模仿创新提供信息基础。例如,海尔在韩国汉城、澳大利亚悉尼、日本东京、美国洛杉矶等十多个国家和地方设立了信息中心,搜寻世界最先进的技术信息和资料,在海尔强大技术消化、吸收和开发能力保证下,对世界最先进的技术进行模仿创新,使海尔技术发展很快。

3、强化双层学习视角。双层学习视角分为内向学习视角和外向学习视角。内向学习应该从两个方面来看,一是企业内部学习;二是中国企业国内外先进企业学习。企业内部学习是模仿知识消化和吸收的基础。向先进企业学习是手段,它主要是通过与国内外的跨国公司的竞争与合作当中学习,然后通过内部进一步模仿学习将它转化为企业自身的能力和优势,增强企业的竞争力。企业的外向学习也是一个循序渐进的过程,这与企业参与国际经营的程度有关。国际经营参与的程度从最浅的间接出口,到最深的全球企业的建立、世界性地配置资源。外向学习主要是指企业全球化的模仿学习,以适合的跨国企业作为模仿学习的对象,研究并模仿跨国公司的技术与全球经营拓展能力,并通过中国企业的本土化战略、市场进入策略等等以及跨国经营实际来消化并吸收所获得经验和能力,因此跨国经营是一个模仿学习和提高的实践过程。

4、组建实践研究能力强的高素质专业团队。在自我超越、共同愿景的基础上,团队成员在模仿实际学习中相互配合、相互提高,并不断地推进实践行为深度沟通与总结,在此基础上产生创新灵感,达到模仿创新提高的目的。其次,强调以人为本的特色,为组织注入的活力,注重企业实践研究型人才的培养和修炼,这是模仿学习型组织的根本。在知识经济时代,企业获取核心能力的战略资源是掌握信息、知识和创新能力的人才,中国企业要模仿发达国家企业以达到创新的目的,必须注重模仿实践研究型人才的培养。

5、改造企业文化。将本土型的企业文化改造成为国际性企业文化,最终改造成为全球包容性的企业文化。这些包容性企业的文化特征:企业管理者负责创建企业文化氛围;组织系统和程序支持多元性、创造性和全球思维,员工的招聘,提升和员工发展规划是基于企业全球模仿思维哲学。

其次,注重培养企业家的模仿创新精神。模仿创新精神应该是我国这一时期企业家精神的重要组成部分,在成长型的企业中,这种精神尤其重要,企业家的其他精神,如团队精神、学习精神、进取精神等都要围绕模仿创新精神展开。我国企业家精神应该是“模仿学习型组织”文化特点的缩影。企业家只有不断在实践中模仿学习,超越自我,勇于创新,才能避免实践性学习型组织流于形式,才能使企业模仿创新能力不断提高。

6、用知识管理对模仿知识进行整合,将模仿知识学习转化为企业检核心能力。企业获得核心能力自始至终都贯穿着模仿学习。模仿学习成为企业知识的产生、更新、传递及应用并转变为能力的过程。建立全球模仿学习型组织,运用全球模仿学习能力持续获得新的模仿知识。并将新的模仿知识传遍整个组织,迅速模仿开发新技术和新产品和服务,全面提升我国企业的核心能力,获得竞争优势,成为我国企业跨国乃至全球经营成功的关键。知识管理包含了知识的获取、知识的存储、知识的整合、知识的传递和知识的应用的整个过程,其目的是为了通过知识的获取,转化为企业的竞争能力,提高技术优势和市场运作能力,满足市场需求。提高企业竞争能力。

参考文献

- [1] 迈克尔·波特(陈小说译):竞争优势[M] 华夏出版社 北京 1998 年
- [2] 施培公. 后发优势——模仿创新的理论与实证研究[M] 清华大学出版社 北京 1999 年
- [3] 彭灿. 模仿创新的知识运动极其管理[J] 科技进步与对策 2003(4)
- [4] 彼得·圣吉. 第五项修炼——学习组织的艺术和实务[M] 上海三联书店 上海 1994 年