

文章编号:1002-980X(2007)02-0070-04

企业的性质:管理学视角的研究

李庆华

(东南大学 经济管理学院,南京 210096)

摘要:经济学关于企业性质的研究侧重于企业为什么存在的问题。然而,管理学更为关注的问题包括两方面:第一,企业为什么能够持续存在?由此形成了两种典型的观点:一是价值活动观;二是核心能力观。第二,企业为什么必须存在?现有理论观点主要包括:企业是价值创造的有机系统;企业是经济发展的基本单元;企业是社会运行的重要机构。

关键词:企业性质;经济学;管理学

中图分类号:F270 **文献标志码:**A

1 问题的提出

企业理论的产生以科斯1937年发表经典论文《企业的性质》为标志。企业理论所要研究的最基本的问题是:企业为什么存在?科斯认为企业可以作为价格机制的替代物而存在。张五常在《企业的契约性质》一文中支持了科斯的契约关系观。詹森和马克林认为,企业是一种组织,这种组织和其他许多组织一样,是一种法律虚构,其职能是为个人之间的一组契约关系充当连结中枢(nexus)。Williamson认为企业的本质在于通过订立长期的契约关系以节约交易费用。周其仁基于人力资本的概念分析了企业的存在。他认为,市场里的企业在本质上是一个人力资本与非人力资本的特别合约。

尽管以上关于企业存在问题的观点不尽一致,但是这类研究都是聚焦企业的“契约关系”,而不是企业的“生产功能”,即忽视了对企业生产功能的关注和分析。阿尔奇安和德姆塞茨在质疑科斯关于企业的契约性质的同时,将研究的重点从企业与市场的关系转向企业内部的激励与监督问题,并提出了“团队生产理论”。迪屈奇^[1]在挑战科斯“企业作为市场的替代物”的观点以及威廉姆森的基于交易费用的研究范式的基础上,提出了关于企业性质的新的观点。他指出,企业作为一种生产单位,其核心功能是从事生产活动,而这个功能是无法替代的。

企业内部存在着对要素投入、生产组织、产品销售的组合与管理功能。

经典的企业理论主要是在市场背景下,从经济学意义上分析了企业为什么存在的问题。然而,管理学更加关注的问题则是:企业为什么能够持续存在?企业为什么必须存在?关于这些问题的探讨,将影响和决定企业理论的研究内容与研究方向,影响和决定人们对于企业的认识以及对于管理的认识,影响和决定企业的管理行为及其与社会的相互关系。因此,从管理学视角探讨企业的性质具有十分重要的意义。

2 企业为什么能够持续存在

企业的存在并不意味着企业能够持续存在。或者更准确地说,在激烈的市场竞争中,企业为什么能够获得持续竞争优势?在现代市场经济中,竞争是企业成败的关键。这一问题在交易费用经济学中并没有得到应有的重视。随着企业理论的深入发展以及市场竞争的日益激烈,回答这一问题不但具有很强的理论意义,而且具有很强的实践意义。

2.1 价值活动观

现有的企业理论关于“企业为什么存在”这一问题的一个重要结论是,企业的显著特征就是作为市场的替代物。因此,企业家要做的事情就是判断交易费用的大小,然后决定“自制”还是“外购”。但是,

收稿日期:2006-09-29

基金项目:东南大学“国家自然科学基金项目预研基金”(XJ0614241)

作者简介:李庆华(1966—),男,江苏兴化人,东南大学经济管理学院副教授,管理学博士,主要从事企业战略管理研究。

企业并不是一个存在于真空中的机构。相反,任何一个在竞争性市场中的企业都必然要面临着许多企业的竞争,因此,竞争是决定企业能否获得持续存在的关键因素。波特从竞争优势的角度探讨了企业的性质。他认为,竞争优势是竞争性市场中企业绩效的核心,但许多企业经营失败的主要原因在于不能将精心设计的竞争战略转化为获取竞争优势的具体实施活动。竞争优势来源于企业在设计、生产、营销、交货、服务等过程及辅助过程中所进行的许多相互分离的活动。因此,如果将企业作为一个整体来看,就无法认识企业的性质,只有运用系统的方法来考察企业的所有活动及其相互作用,才能正确认识企业的性质。波特基于产业组织理论哈佛学派的关于“企业是一组功能和子功能的集合体”的假设,提出了企业是一组价值活动(value activities)的集合体的观点。这些价值活动各自都对企业生产经营的总成本水平作出贡献,并且奠定了差异化经营的基础。

波特认为,企业是一组相互独立而又相互关联的价值活动的集合体,价值活动是企业所从事的物质上的和技术上的界限分明的各项活动,这些活动是企业创造顾客价值的基石。波特独创性地以价值链为基础,探讨了企业竞争优势来源这一核心问题。所谓价值链是企业进行设计、生产、营销、交货等基本活动以及各种辅助活动的集合体。基本活动是涉及产品的生产与销售以及售后服务的各种活动,具体包括内部后勤、生产运作、外部后勤、市场营销和顾客服务。在任何产业内进行竞争所涉及的各种辅助活动可以分为采购、技术开发、人力资源管理和企业基础设施管理。辅助活动是辅助基本活动并通过提供外购投入、技术、人力资源以及各种企业范围的职能以相互支持。在各种基本活动和辅助活动中,有三种类型的活动分别对竞争优势发挥不同的作用,它们包括直接活动、间接活动和质量保证活动。一个企业的价值链和它所从事的单个活动的方式反映了其历史、战略、推行战略的途径以及这些活动本身的经济特性。波特强调指出,竞争优势来源的基本单元是各种不同的价值活动,因为完成这些不同价值活动的方式及其经济特性决定了企业生产经营的总成本水平和差异性,而不是企业在整体上的特征。

2.2 核心能力观

企业为什么能够持续存在?许多理论研究人员试图从企业能力理论的基本观点出发去寻找答案。Selznick 在《行政管理中的领导行为》一书中,首次

提出了“独特能力(distinctive competence)”的概念,并认为能够使一个组织比其他组织做得更好的特殊因素就是组织的独特能力。Andrews 在《公司战略概念》一书中对这一概念作了进一步的发展,并且从企业战略的角度阐述了“独特能力”对于企业获得竞争优势的重要性。Prahalad and Hamel 在《哈佛商业评论》发表了著名的“企业核心能力”一文,明确提出了企业是核心能力的集合体的观点。以此为标志,企业能力理论正式形成并迅速发展起来。他们认为,所谓核心能力是组织中的集体学习,尤其是如何协调多种生产技能以及整合众多技术流的能力。核心能力是分布于组织内部以及跨越组织边界的特殊物质,在核心能力统领下,许多根本不同的业务变成了可以协调整合的业务,而以往对企业竞争战略的分析几乎都是以特定的产品或服务为单位。实际上,市场竞争不是产品对产品的竞争,甚至也不是业务单元对业务单元的竞争,而是企业整体对企业整体的竞争。Prahalad and Hamel 提出的“核心能力”概念,一个重要特征就是整体构架性(corporate span),把核心能力看作超越不同的业务单元而与企业整体相关的东西。企业是核心能力的集合体的观点认为,企业的核心能力是持续竞争优势的源泉,作为核心能力,应当具有以下四个方面的特征:一是价值性,二是异质性,三是不可模仿性,四是难以替代性。

企业能力理论认为,企业能力的本质是知识。企业能力理论并不强调交易费用,而是从企业的“生产功能”出发,把企业看成是一个知识库——生产性知识的集合。知识是企业在生产经营活动中最重要投入要素,知识的专业化特征决定了企业的生产经营活动需要拥有各种不同类型知识的个人或部门之间的协作。从知识的特点来看,知识的分布具有离散性,知识的表达具有缄默性,知识的积累具有长期性,知识的运用具有整体性,知识的创造具有专业性,这就要求必须有某种制度安排发挥协调个人或部门知识的功能。然而,由于市场制度在协调过程中会因为知识的上述特点而失效,因此,市场制度并不能承担这种协调功能。在这种情况下,企业作为一种生产产品和服务的制度安排由此出现。因此,一方面,企业作为一种机构存在,能将个人或部门的专业知识整合起来,以生产产品和提供服务。从这一角度出发,企业就是一种知识整合和运用的机构。另一方面,企业还是一种知识创造和扩散的机构。Grant 强调指出,在企业的生产经营活动中,

知识的创造比知识的使用需要更高的专业化水平。由于企业知识的积聚是拥有各种专业化知识的个人或部门在生产过程中相互作用的结果,所以由此形成的有关知识资产就由企业拥有而不是由个人或部门拥有,即企业具有比其中所有个人或部门拥有的知识之和还要多得多的知识。从知识基础论的观点出发,企业被视为异质的、作为知识载体的生产活动主体,这是企业能够获得超额收益和持续竞争优势的根本原因。

3 企业为什么必须存在

随着社会经济的发展,现代企业正在被赋予越来越多的社会责任,企业的存在已经不是一个单纯的经济问题,而是一个重要的社会问题。在科斯的语境里,作为企业性质的契约关系涉及到劳动的买方和卖方。但是,企业存在的前提是,必须处理好与所有权利要求者的关系,平衡兼顾“四满意”。这里的“四满意”包括顾客满意、股东满意、员工满意和社会满意。从这个意义上讲,企业已经超越了作为一个经济组织所承载的经济功能。正如迈尔所指出的,企业作为一个服务于人的目标、具有特定结构的组织,明显具有复杂社会人文系统的特点^[2]。因此,如果将科斯的语境扩展至企业外部——产业甚至社会,那么,企业将具有不同的性质。

3.1 企业是价值创造的有机系统

企业的使命,首要而且最为重要的是创造价值^[3]。作为一个经济组织,企业必须考虑各种权利要求者的利益才能维持自身的存在。在对顾客、员工、股东、社会利益的考虑中,企业最终的利润回报来自于顾客。因此,从企业经营的角度看,顾客是企业生存和发展的根本基础,创造顾客价值就成为企业经营的重要目标之一。德鲁克^[4]明确指出:“企业经营目标的唯一有效的定义就是创造顾客”。因为决定什么是一个企业的是顾客,只有为一种产品或一种服务付款的顾客才能使经济资源转化为财富,使物品转化为商品。正如波特所强调的,在企业的所有价值活动中,所谓的价值归根结底取决于顾客为企业提供的产品和服务所支付的价格。顾客是产品或服务的最终接受者,也是价值的最高仲裁者,如果没有顾客需求,企业的价值活动就没有任何意义。

但是,顾客并不是现代企业组织惟一需要满足的对象^[5]。每个成功的企业组织都依赖于多种社会经济角色的支持,而这些角色往往也从各自独特

的视角在价值创造和价值分配方面对企业提出相应的要求。在这些利益相关者中,一些经济学家,如密尔顿·弗里德曼认为,企业的目标就是确保股东价值最大化。其他一些经济学家,尤其是欧洲的经济学家认为,企业必须为整个社会承担更为广泛的使命,需要为社会提供就业岗位和稳定。在美国,关于企业使命的认识也正在发生重大的变化。崔之元^[5]援引美国自20世纪80年代以来共有29个州修改了公司法的事实,说明美国的公司法已经发生了“与私有化相反方向的深刻变革”。这一涉及美国公司法的改变,要求经理们必须为公司的“利益相关者”创造价值,而不仅仅是为股东创造价值。这些事实表明,企业已经成为价值创造的有机系统。

3.2 企业是经济系统的基本单元

钱德勒^[6]通过对美国企业发展史的考察,分析了企业内部管理协调取代市场协调的历史过程,从一个侧面阐释了企业的性质。钱德勒以大量的企业史资料论证了在大量生产和大量分配的条件下,管理协调具有比市场机制更高的生产力和更低的单位产品成本。因此,一些原来由市场调节的经济活动逐渐转移到企业内部进行,企业就逐渐演变成为具有多个事业分部,执行多种经济职能的庞大的经济组织。这种协调所造成的节约,远远大于因降低信息成本和交易成本所造成的节约……这种优势只有当企业通过管理活动,执行先前由市场机制执行的功能时才能实现。传统的、单一业务单元的企业活动是由价格机制所控制和协调的,而现代工商企业内生产和分配单元则由中层经理控制和协调。高层经理人员除了评价和协调中层经理人员的工作外,还取代市场为未来的生产进行资源配置等方面的决策。

古典经济学理论认为,生产的实现必须结合三种要素:劳动力、原材料和资本设备。但是,即使是简单的工业生产也要求具备第四种要素——有管理的组织,这种要素是现代大规模生产中最重要、同时也是惟一不能被替代的要素。而且,交易费用经济学忽略了不可交易活动的存在。由于企业能力具有路径依赖性、情境依赖性、缄默性等特点,因而是难以测量和相互比较的,这就决定了企业能力在很大程度上是不可契约的,或者仅仅在高昂的信息成本上是可契约的。有时,由于企业业务活动的独特性而缺乏互补性的外部交易者,那么,企业的一些资源,尤其是能力,往往就是由于市场失灵而不得不产生的结果。因此,正是企业的生产活动及其过程中

的能力使得经济系统能够正常地运转。从这个意义上来说,企业已经成为经济系统的基本单元,认识这一点对于维持和促进经济系统的正常运行具有非常普遍的意义。

3.3 企业是社会运行的重要机构

德鲁克在谈到“企业是什么”这个问题时强调指出,企业的本质在自身之外,在社会之中,即企业是一个以满足社会需求为目的,把人们联合起来的社会机构^[7]。或者说,企业是一种社会组织,即人文组织,而不是一个单纯的经济组织。人文组织是任何行业不可或缺的,它是工业区别于工场手工业的重要特征,同时也是现代工业,尤其是大规模生产行业的基础和意义所在。事实上,企业不能独立于人而存在。人作为具有独立生命的能动主体,自有其存在意义。企业作为许多能动生命的集合体,必然带有某些不同于这其中每一个体的存在意义。企业在本质上是一个作为植根于社会和社区而受到公众利益影响的“社会机构”^[7]。如果将企业组织作为一个社会机构来考察,那么企业一旦创立,就开始独立于其所有构成要素,表现出自身的整体特性,这是由企业作为复杂人文系统具有的“突现(emergence)”性质所决定的^[2]。

Kogut and Zander 反对将企业视为用来对产权进行有效配置的一组契约,他们认为,企业的存在是因为它能组成一种自发行动的社会团体,这种团体由组织原则加以结构化,而这种结构化不能还原到个人^[8]。随着社会历史的变迁,原来由群体和家庭执行的社会使命,有很大一部分已由现在的组织特别是由企业来行使^[9]。事实上,在现代社会,个人要行使公民权利并且被完全接受为一个社会成员,就必须拥有一份工作。因此,企业必须能够在寻求自身利益最大化的过程中自发地履行社会义务。也只有如此,社会与社会机构的良性互动才能促进“和谐”的社会生活的实现。与此同时,对“和谐”的要求

并不意味着社会应该抛弃它的需要、它的目标和它限制企业经济行为的权力。因此,德鲁克认为,维系企业这样一个生产性单位的存续与统一对于社会而言,意义高于一切^[7]。

4 简短的结语

经典的企业理论主要是在市场背景下,从经济学意义上分析了企业为什么存在的问题。然而,管理学更为关注的问题包括两个方面:第一,企业为什么能够持续存在?由此形成了两种主要的观点:一是价值活动观;二是核心能力观。第二,企业为什么必须存在?现有理论观点主要包括:企业是价值创造的有机系统;企业是经济发展的基本单元;企业是社会运行的重要机构。关于这些问题的探讨,将影响和决定企业理论的研究内容与研究方向,影响和决定人们对于企业的认识以及对于管理的认识,影响和决定企业的管理行为及其与社会的关系。因此,在社会背景下,从管理学视角探讨企业的性质具有十分重要的意义。

参考文献

- [1] M 迪屈奇. 交易成本经济学——关于公司的新的经济意义[M]. 北京:经济科学出版社,1999.
- [2] E 迈尔. 生物学思想发展的历史[M]. 成都:四川教育人民出版社,1990.
- [3] 琼·玛格丽塔,南·斯通. 什么是管理[M]. 北京:电子工业出版社,2003.
- [4] 彼得·F·德鲁克. 管理实践[M]. 北京:工人出版社,1989.
- [5] 崔之元. 美国二十九州公司法变革的理论背景[J]. 经济研究,1996(4).
- [6] A D 钱德勒. 看得见的手——美国企业的管理革命[M]. 北京:商务印书馆,1987.
- [7] 彼得·F·德鲁克. 公司的概念[M]. 上海:上海人民出版社,2002.
- [8] B Kogut, U Zander. Knowledge of the Firm, Combinative Capabilities, and the Replication of Technology[J]. Organization Science, 1992, 3(3):383—397.
- [9] 彼得·F·德鲁克. 工业人的未来[M]. 上海:上海人民出版社,2002.

The Nature of the Firm: Angle of View of Management

LI Qing-hua

(School of Economics & Management, Southeast University, Nanjing 210096, China)

Abstract: That why the firm is to be is very important for economics on the nature of the firm. However, management's focuses are such as why the firm can be continuance and why the firm must be continuance. For the former, there are two viewpoints such as the view of value activities and the view of core competence. For the later, there are three viewpoints: the firm is an organic system of value creation; the firm is the basic unit of economy development; the firm is an important organization of society function.

Key words: the nature of the firm; economics; management