

战略竞争与联盟： 产业组织理论和企业战略理论的融合

刘传江 刘 军

摘要：组织概念包含多个层次，主要有企业内的组织形态、产业内企业间的组织形态及产业间的组织形态、国家组织形态等。企业战略理论的研究主线是沿第一个层次展开，而产业组织理论则是沿第二个层次展开。两种理论虽然分属不同学科，但是在发展过程中经历了几次融合和交叉，促进了理论共同发展。现在基于知识经济和网络时代的企业在多个层次的组织上均出现了新特征，这促进了企业战略理论的发展，也必将带动产业组织理论在新的视角中获得突破和发展。

关键词：产业组织 企业战略 战略管理 融合

一、产业组织理论和企业战略理论的早期发展

马歇尔 (Marshall, A.) 在他的经典名著《经济学原理》(1890) 中提出了除劳动、资本和土地之外的第四种要素“组织”，并进一步分析了组织的不同层次，主要是企业内的组织形态、产业内企业间的组织形态及产业间的组织形态、国家组织等多种层次和形态。以马歇尔的“组织”概念作为理论基础，经过张伯伦 (Chamberlin, E. H.)、罗宾逊 (Robinson, J.) 等人的竞争—垄断理论的奠基阶段，梅森 (Mason, E. S.)、贝恩 (Bain, J. S.) 等人提出 SCP 框架，标志着西方传统产业组织理论 (IO) 的正式形成。需要指出的是，这一阶段的产业组织理论关于“组织”研究重心主要放在产业内企业间的组织和产业间的组织这两个层次上面，尤其是以前一个层次为主要内容。在 SCP 框架中，市场结构、市场行为、市场绩效三个范畴就是围绕产业内企业间的组织来展开，并认为市场结构决定市场行为，市场行为决定市场绩效。虽然芝加哥学派对其进行反驳，认为市场结构、市场行为和市场绩效之间是一种互相影响的动态关系，而且反驳的着眼点是企业的效率异质性，但从理论的研究重心来讲都是一致的，即在产业内部企业构成的组织形态及企业间的各种市场行为。后来以积极引入博弈论和信息经济学等新的分析工具为主要特点的新产业组织理论虽然着重研究企业行为（价格行为和非价格行为）之间的相互依存关系及其均衡，研究重点与传统产业组织理论相比有了变化，但从总体上来讲产业组织理论的研究主要是沿马歇尔组织概念的第二个层次来展开的。对于企业内部的组织形态和行为则并没有太多涉及，即使是作为产业组织理论基础的企业理论在对新古典厂商理论中企业同质性假设的突破过程中也是如此。

围绕企业内组织形态的研究更多的是从工商管理学的角度来展开的。工商管理范畴的企业理论是基于经济学、组织行为学、管理学等学科的综合，其主要内容是研究如何有效地组织企业内部的各种资源以获得持续的竞争优势和长期利润，理论的核心部分是企业的战略管理，企业战略理论的研究主线是沿马歇尔组织概念的第二个层次展开。早在 20 世纪初，法约尔 (Farrell, J.) 对企业内部的管理活动进行整合，将企业内部的各种活动分为六大类：技术活动、商业活动、财务活动、安全活动、会计活动和管理活动，并提出了管理的五项职能：计划、组织、指挥、协调和控制，其中计划职能

是企业的首要职能。这可以说是最早出现的企业战略思想。几乎在产业组织理论 SCP 框架形成的同时，企业战略管理理论也在迅速形成和发展。企业战略理论完成萌芽阶段进入形成阶段的标志性事件应该是在 1965 年，安德鲁斯 (Adreus, K. R.)、安索夫 (Ansoff, H. I.) 分别出版的《企业战略概念》和《企业战略》两部著作，意味着企业战略研究已经在理论上形成比较完备和成熟的研究框架和范式。安德鲁斯认为战略的四个构成要素是：市场机会、公司实力、个人价值观和社会责任，而安索夫认为战略构成要素是：产品与市场范围、增长向量、协同效应和竞争优势。两个人虽然对战略构成要素在具体表述上有所不同，但对于战略的本质理解是一样的：战略管理就是高层管理者研究、制定、实施和控制组织的长期目标、成长方式和组织架构的过程。

二、基于产业组织理论的竞争战略：理论的初步融合

20 世纪 60 年代是战略理论研究比较活跃的时期，许多学者从不同角度对企业战略管理提出自己的分析和看法。安东尼 (Anthony, R. N.) 在法约尔管理职能划分的基础上，将计划和控制进一步细划为战略规划、管理控制和操作控制，并分别对应于组织的三个层次。并认为战略规划是企业组织高层管理的一项独特而重要的活动。钱德勒 (Chandler, A. D.) 在《战略与结构》(1962) 一书中对企业战略问题进行了专题研究，他认为企业战略应该适应环境，企业结构则应该适应企业战略，即著名的“结构跟随战略”思想。另一位企业战略研究学者巴纳德将战略理论从一般性企业管理中分离出来，并对组织理论给予足够重视，认为组织设计应该与企业外部环境相适应。这些理论说明企业战略研究重心逐渐由单纯的制定组织的一般性计划转向对企业组织与环境之间的关系研究。这一点在安德鲁斯那里得到强化，安德鲁斯提出在战略形成过程中应该把企业内部条件因素与外部环境因素进行匹配，并将麦肯锡咨询公司的 SWOT 分析工具 (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats analysis) 发展成为企业正式的战略分析模型。这种研究方向的转变就为产业组织理论和企业战略管理理论在某种程度上的融合提供了可能性。如同其他任何一种理论的发展一样，在产业组织理论和企业战略理论的早期发展阶段发展重点主要是形成各自的基本内容和体系框架，形成统一的理论研究和分

析范式,随着理论的逐渐成熟和成型,在进一步的发展过程中可能会出现理论的融合和相互借鉴的情况。在产业组织理论和企业战略理论内首先将理论融合的可能性变成现实的是波特(Porter, M. E.)。

我们知道由于工商管理学科的特性,企业战略理论的研究更多的是侧重于对企业管理实践经验的归纳和总结。对应于现实的复杂性,反映在理论上就是企业战略研究呈现出林林种种的“流派”,诸如设计学派、计划学派、权力学派等等,这在一定程度上也说明企业战略研究缺乏传统经济学的较为正式的理论工具和分析方法。波特的研究在一定程度上弥补了这种缺陷,他运用产业组织理论作为分析工具系统地研究企业战略问题。波特运用传统产业组织理论中的SCP框架构造了企业竞争战略的基本分析工具,以企业所处的市场环境为出发点,分析了进入威胁、替代威胁、买方侃价能力、供方侃价能力、现有竞争对手的竞争等五种驱动产业竞争的力量,并提出了企业在产业内定位的三种竞争战略:成本领先、标新立异和目标积聚战略。波特的分析是基于外部环境为基础的,他认为竞争优势的具体体现是持续获得高于平均水平的利润,而企业的利润水平从根本上说取决于企业所处产业的发展空间和赢利潜力,以及企业在该产业中所处的位置。根据这一观点,波特提出如下制定竞争战略的基本过程:首先,分析有吸引力的产业的各种竞争力量,基本分析工具是五种竞争力量模型;然后识别、评价和选择适合所选定行业及企业自身定位的竞争战略;最后实施所选定的战略。波特确立的“产业与竞争分析—一般竞争战略—获取和维持竞争优势”的企业战略管理基本框架的理论基础是较为成熟的产业组织理论(SCP框架),理论具有较强的系统性,逻辑严密,层次鲜明,因此在企业战略理论的发展中具有非常重要的地位。

虽然安德鲁斯和安索夫共同形成了战略研究的统一范式,但两者的侧重点是不同的。以安索夫为代表的计划学派强调企业战略管理的计划性和可控制性,而以安德鲁斯为代表的设计学派更为注重外部的环境,认为战略形成是一个将企业内部条件与外部环境进行匹配的过程。在波特的理论中,构成企业环境的最关键部分就是企业投入竞争的一个或几个产业,产业结构强烈地影响着竞争规则的确立及可供选择的竞争战略,对产业结构的分析是确定竞争战略的起点。在所谓的“学派丛林”中,一些学者从不同的角度出发,将波特的理论或划分为定位学派,或划分为结构学派。但是从战略研究的发展来看,波特的理论逐渐占据主流地位至少表明了一种趋势:即企业战略管理的研究重心由内部计划和外部环境并重变为以外部环境为主作为研究的出发点。这种趋势在一定意义上是对企业战略理论的早期思想的回归,同时这种变化也是产业组织理论与企业战略理论初步融合的基础,波特的竞争战略理论是产业组织理论与企业战略理论融合的具体体现。

三、公司战略经济学:理论的进一步融合和学科交叉

如前所述,抛开经济学和工商管理学科的不同特点,产业组织理论和企业战略理论分别是沿着马歇尔“组织”概念的不同层次来展开的。虽然马歇尔“组织”概念在外延的界定上具有明显的宽泛性和不确定性,但这种概念的宽泛性正好说明了企业内组织形态和产业内企业间组织形态天然存在的内在联系。随着理论不断发展,人们普遍认识到产业组织本质上不过是企业之间的相互竞争关系,对企业本质和行为特性的理解和把握是分析产业组织问题的关键。对于这一

点从产业组织理论的定义中就可以很清晰地看到,许多学者已经把企业理论纳入到产业组织理论的研究范围中。如森(Sen, A.)指出,产业组织理论的定义可以是较宽泛的,包括企业理论、规制理论、反垄断政策、合同理论以及组织理论的某些内容。在产业组织理论的发展过程中,企业理论的创新和发展是产业组织理论持续创新的前提和基础。

20世纪70年代以来,企业理论发展的最显著特征是对新古典经济学厂商理论中企业同质性假定的突破。企业异质性假定对同质性假定的替代以及企业异质性假定的不断深化对传统产业组织理论提出挑战,极大促进了新产业组织理论(NIO)的出现和发展。我们知道,传统产业组织理论的SCP框架是对新古典完全竞争市场结构的否定,其核心就是企业基于规模差异和产品差别化的异质性对新古典理论中企业完全同质性的替代。但是这种企业异质性存在片面性:从效率的角度看,企业仍然是同质的(至少在相同规模条件下)。既然企业仍然是充分有效的,那么理论研究的重点必然是由外在条件所决定的市场结构及其特征,由此决定了SCP分析框架的单向和静态的特点。哈佛学派上述理论的缺陷受到其他学派的抨击,其中最具有影响力的是芝加哥学派。芝加哥学派认为企业在效率上同样存在差异,导致效率差异的根源是信息和交易成本。企业的效率差异不仅取决于生产技术而且取决于信息和交易成本的高低。针对传统SCP框架的单向和静态性,芝加哥学派认为三者的关系是互动的,其中企业绩效的作用是决定性的。所谓形成垄断的企业规模和市场结构是由企业的效率所决定的。企业的效率差异决定了企业规模上的差异,而不是相反。在芝加哥学派理论中企业的差异不仅体现在产品和规模上,还体现在效率上。在对企业异质性假定的认识不断深化的基础上,逐渐形成了新的产业组织理论。以泰勒尔为代表的新产业组织理论主要特点是积极引入博弈论和信息经济学等新的分析工具,着重研究企业行为(价格行为和非价格行为)之间的相互依存关系及其均衡。从产业组织理论的发展和演化中可以归纳出两点带有规律性的结论:一是理论的发展融合和吸收的趋势越来越明显。新产业组织理论的发展引入博弈论等新工具,吸收交易成本理论、产权理论等新发展,并融合了企业理论的思想精髓。二是在产业组织分析中,对企业行为的关注越来越居于中心环节。企业是产业组织分析的最基本的经济单位,而市场结构本身是不确定的,它只是企业竞争关系的一种反映。

与产业组织理论的蓬勃发展形成鲜明的对比,战略管理理论无论是理论还是实践都遇到了一定的阻碍。国外一些企业的战略规划部门或被解散或被大幅精简,战略研究更倾向于作业改进这些实际的操作层面,一时间企业重组、组织转型等充斥企业。企业战略之所以面临如此难堪境地主要是20世纪80年代末尤其是进入90年代以后,随着经营环境中不确定性的增大,市场竞争加剧,产业边界日益模糊,产业结构的稳定性日益下降,以企业恰当定位获得竞争优势变得越来越难以持续,相反却可能在产业竞争力量突变或产业转型的过程中落伍。企业面临的不确定性大大增加,传统战略规划难于适应现实环境的剧烈变动是一方面的原因,其根本原因是指导企业战略实践缺乏一个统一的理论基础。企业战略理论研究各种流派竞相发展,但是由于研究的角度不同,各家学说对于同样的战略现象往往会得出不同的研究结论,使得企业战略理论研究类似于“盲人摸象”,只及部分,未及整体。而且传统的企业战略研究采用的基本方法是案例描述和分析,缺少对战略行为背后一般性规律的研究和探索。有鉴于此,20世纪90年代以来企业战略理论的研究出现了一种综合以往各个流派观点,同时用统一的理论基础来解释、分析

战略问题的研究趋势。正是在这一背景下,经过战略学家和经济学家的不断努力,逐渐形成了战略经济学这门交叉学科。

新产业组织理论为代表的各经济学分支的迅速发展,极大加强了经济学对企业战略管理问题的解释说明能力。运用经济学理论构筑战略管理研究框架的集大成之作是贝赞可(Besanko, D.)等人所著的《战略经济学》一书。该书运用新产业组织理论对企业的竞争定位、竞争方式选择、进入/退出决策、价格策略以及R&D等行为进行分析。同时运用以交易费用为主要分析工具的企业理论,分析企业边界尤其是纵向边界变动情况,加深了人们对企业活动规律性的认识,从而为企业的生产或购买决策以及交易治理机制的安排提供了基础,有助于提高企业重大战略决策,如企业一体化战略、多样化战略的成功率。除此之外还运用了关于权力和文化、关于组织结构等一些经济理论,加深了人们对于组织激励系统、组织结构及组织成员行为的理解,丰富了战略分析的方法和工具。

战略经济学是一门新的学科,产业组织理论与企业战略理论的融合体现在学科的交叉上。但是必须指出的是包括产业组织理论在内的经济学理论并不能因此就会替代企业战略理论研究,因为经济学与企业战略理论本质上属于不同的学科,两者的研究对象和目标取向都是不同的,融合更多地体现在分析工具、方法和思路的相互运用以及理论发展的相互促进、相互挑战上,完全的替代既不可能也不符合理论发展的方向和潮流。

四、核心能力与战略联盟理论融合的挑战和方向

由于学科特点的不同,经济学理论的调整往往慢于企业战略理论的发展和调整。应该说,企业战略理论的发展在经过短暂的调整阶段后,开始主动适应外部环境的剧烈变化,在研究范式和重点上出现调整和转移,从而使企业战略理论获得全新的发展,对产业组织理论的发展提出了挑战,并且对两种理论的融合指出了未来的方向。

1. 自20世纪90年代以来,经济全球化趋势加快,技术变革的加速,以及消费者需求的多样化,企业战略理论的研究重心出现了由外向内然后内外并重的转移趋势,理论研究获得新的发展,其标志性事件是普拉哈拉德和哈默(Prahalad, C. K. and Hamel, G.)于1990年在《哈佛商业评论》上发表了《公司的核心竞争力》,提出了“核心竞争力”的概念。这种观念强调了企业竞争优势来源于企业内部,企业战略的制定和实施依赖于企业现有的资源水平及体现在企业内部的技术能力和管理能力。在核心竞争力这个概念的基础上先后出现了基于资源的战略观和基于能力的战略观。两者的观点大体上是相通的,区别在于与资源观相比能力观更为强调无形的知识和能力的方面。对于我们的分析而言,可以将其统称为基于核心能力的企业能力理论。企业能力理论认为,与其说市场竞争是一种基于产品之上的竞争,还不如说是基于企业核心能力的竞争。企业能力理论同时认为,联结核心能力和终端产品的环节是核心产品,它们是核心能力的物质体现。核心能力的来源是企业所拥有的独特的组织知识和能力,因而如何保持、发展和增强组织能力对企业赢得竞争优势具有关键作用。这里所说的组织能力主要是对企业内部组织架构的协调能力,体现在企业内部专业分工、知识积累和技术研发等各个方面。核心能力的提出是对企业异质性假设在效率差异基础上的进一步深化,这种理论的突破为解决现实产业组织问题提出的挑战提供了可能。鲁梅尔特(Rumelt,

R. P.)通过统计分析揭示出,产业中长期利润率的分散程度比产业间利润率的分散程度要大得多,通常是3到5倍。显然,企业超额利润的源泉是企业的内在差异性而不是产业之间产业吸引力的大小。这个问题是波特的战略产业分析所无法解释的。而企业能力理论认为,同一产业内某些企业的超额利润来源于企业内部资源或能力的异质性,而不是由外在条件决定的市场结构特征及其产业吸引力。

2. 虽然企业能力理论的着眼点是企业内部的资源和能力,战略规划局限于单一的企业发展,并没有明确提出对产业内企业间组织能力问题的关注,但是从企业能力的发展过程中可以非常明显地看到对产业内企业间组织能力存在一个由提出到逐步重视的过程。在企业能力理论的萌芽阶段,潘罗斯(Penrose, E. T.)首先强调了企业内部的知识创造是企业增长的源泉。受潘罗斯的启发,理查德森(Richardson, G. B.)第一个提出了企业能力的概念。他认为,工业开展着无限多的活动,这些活动需要由具备适当能力的组织来展开。他进一步区分了活动的种类:相似活动和互补活动。最关键的要点在于他认为,由于许多需要协调的非相似活动,即互补活动必须通过企业之间的能力互补来进行,所以互补活动的协调既不可能全部由一个企业承担,也不可能完全通过市场来调节。于是理查德森把企业之间的合作概念化为在企业之外(市场)和企业之内(科层)这两种协调机制之外的第三种协调机制。这一点应该说是战略联盟及网络组织研究的最初的理论基础。而企业能力理论与演化经济学相结合,促进了“动态能力”战略观的出现和发展。蒂斯、皮萨诺和肖恩(Teece, D. Pisano, G. and Shuen, A.)明确提出了“动态能力”的战略观,¹⁰并指出:第一,“动态”是指为适应不断变化的市场环境,企业必须具有不断更新自身核心竞争力的能力;第二,“能力”是指战略管理在更新核心竞争力以满足环境变化的要求方面具有关键的作用。这种能力不仅包括整合、重构内部组织技能、资源,还包括整合、重组外部组织技能、资源。在“动态能力”战略观中已经明确了企业之间的组织能力与企业内部的组织能力一样也是企业竞争力的来源。对于这一点经济学领域内产业组织理论及企业理论都没有给予足够重视,同时也是现有经济理论所无法解释的。

3. “动态能力”战略观的出现是与现实背景的深刻变化分不开。一方面,经济全球化使得企业竞争程度越来越激烈,竞争的广度日益延伸到全球范围;另一方面随着网络时代、知识经济的到来,使得企业战略发展方向面临着重大的调整。在这种背景下传统战略方式已无法使企业真正建立起强大的战略竞争优势,“超竞争”的现实迫切要求战略视角和战略范式的改变,必须从企业内部组织和外部组织两个方面同时营造核心能力才能维持企业持续的竞争优势。从企业内部来看,主要是由过去的职能部门制、事业部制、矩阵制等科层组织向学习型组织等非科层组织转变,组织结构出现扁平化、柔性化、分立化、网络化和开放化的特征。从企业之间的关系和组织形态来看,由过去的价格勾结、产品联盟等单一、低层次的企业联盟向产品、事业、公司联盟等多层次、多形态的联盟转变。企业之间的竞争思维由过去的你死我活的战争思维向创造价值、实现双赢的价值思维转变。企业之间既有竞争又有合作,出现了虚拟企业、网络组织等柔性化、网络化和开放化的新型组织形态。战略联盟的形成使得传统企业之间的竞争逐渐转向以集团为基本单位的市场竞争形式,即联盟集团与联盟集团之间的竞争。出现这种战略联盟的竞争形式主要是因为:第一是经济全球化条件下的全球统一市场和全球性的规模经济促使国内的行业巨头在全球视野寻求战略伙伴。如目前在世界汽车产业内形成了“6+3”格局,即6

大集团:通用-菲亚特-铃木-富士重工-五十铃集团、福特-马自达-沃尔沃轿车集团、戴姆勒·克莱斯勒-三菱集团、丰田-大发-日野集团、大众-斯堪尼亚集团、雷诺-日产-三星集团;另有3个独立公司:本田、宝马、标致。第二是产业技术标准的竞争。从产业的角度来看,任何一个产业市场中企业之间的竞争都要经历三个互有重叠却性质截然不同的阶段:产业先见之争、核心能力之争和市场地位之争。而在知识经济时代,所谓的产业先见之争更多地体现在技术标准之争上。由于网络的外部效应和R&D投入的高风险性,促使企业组成技术联盟来竞争。如围绕3G手机的技术标准之争形成了以欧洲、日本各大运营商支持的W-CDMA和美国运营商支持的CDMA 2000这两大标准对峙的局面。而就在2002年年初,索尼、飞利浦等世界9大电子巨头在东京联合宣布已经研发出一种名为蓝光光碟的新产品,成为下一代光盘刻录的新格式标准。第三是新技术的出现使得原本独立的产业发生关联,出现产业融合的现象。联盟网络使每个领域变得更容易合作并有利于发现新的市场机会。最典型的是时代华纳和美国在线这两个传统娱乐媒体和基于因特网的新兴媒体之间的联盟。

4.“动态能力”战略观是一个正在发展的理论前沿,从理论的融合视角来看,“动态能力”战略观强调了无论是企业内部的组织知识和技能,还是企业之间的组织形态和能力,都是企业核心能力的重要来源,是维系企业长期竞争优势的两个不可或缺的基础部分。这就使得企业战略理论研究的重心从外向内,最终实现了内外并重的局面。而以这种战略观为基础的企业能力理论不仅对企业异质性的假定有了进一步的突破,而且对于产业组织理论的发展开辟了一个全新的空间。首先企业能力理论认为企业的异质性表现在多方面,不仅表现在产品和规模的差异上,还表现在企业文化、主导性竞争领域、核心能力这些更深层次的竞争上。虽然企业异质性表现在诸多方面,但是其核心却是作为诸多层次联系枢纽的企业知识和能力,尤其是企业的核心知识和能力。企业的核心知识和能力的产生和积累是企业之间和企业内部生产专业化和分工发展及演化的结果。一方面企业内部分工的有效协调是企业外部分工的效率基础;另一方面基于互补性活动的企业间分工与协作使得企业通过专业化分工获得规模效果,并极大地提高了企业的效率水平。在这两方面的专业化分工同时发展过程中,形成了企业特有的核心知识和能力。这种核心知识和能力具有难以模仿和难以被替代的特点,是属于缄默知识或私人知识。¹¹因而企业的核心能力决定了产业内某些企业能够保持长期而持久的竞争优势。企业核心能力的异质性是专业化分工的结果,而企业核心知识和能力的积累和深化既需要内部组织的协调也需要外部组织的协调。显然在企业(科层)—市场(价格)之间存在着另一种协调机制,产业组织实际上正是这种专业化分工的外部协调机制。如果说产业组织理论在发展中经历了从产业(市场)结构到企业行为的研究重心的转变,那么这种转变是以产业组织只是企业竞争关系的反映这种认识为依托的。随着对企业本质认识的深化,现在我们可以看到产业组织反映的不仅仅是企业间的竞争而且还包括企业间的合作与联盟,产业组织本质上是一种协调机制,这一对产业组织本质和基本规定性的认识必将对产业组织理论和实践产生深远的影响。¹²实际上早在马歇尔那里就已经存在这种思想的萌芽了,他在《经济学原理》中就提到:现代产业经济的基本特性是……。这些特性可能且经常使人们相互竞争,但这些特性另一方面又倾向于把各种好的、坏的竞争者都联合起来,共同合作。之后理查德森明确提出企业之间的合作是在企业之外(市场)和企业

之内(科层)这两种协调机制之外的第三种协调机制。另外威廉姆森(Williamson, O. E.)在研究企业理论中也指出,不确定性、交易频率和资产专用性是决定企业边界的主要变量,当三个变量较低时,市场是有效的协调手段,而当这三个变量较高时,企业就会出现,在这两者之间存在着中间组织状态,这是对网络组织思想萌芽最早的理论阐述。¹³这些思想的火花为包括企业理论在内的产业组织理论在长期发展过程中所忽视,而现在基于“动态能力”战略观使得我们对企业的异质性有了更为深刻和本质的了解,这必然会触动以企业理论为基础的产业组织理论的发展和深化。正如我们前面所分析的那样,经济学和工商管理学之间不会出现学科替代,但是理论的发展会出现不同程度和不同形式的交叉和融合。如果说波特的产业分析竞争战略和战略经济学只是产业组织理论与企业战略管理理论在工具层次上的理论融合和学科交叉,那么可以预见理论的融合必将在更高层次上出现,在研究重心上会向马歇尔的“组织”概念回归,既关注第一层次的组织,企业内的组织;同时也关注第二层次的组织,产业内企业间的组织和产业间的组织。“组织”既是核心能力的来源,也是理论研究的重心所在。

在外部环境的剧烈变动中,随着企业边界的模糊和交叉、产业边界的融合和变动,组织在第一和第二个层次均出现网络化、柔性化、开放化的特征,组织的调整实质是核心能力集中的过程,企业战略管理理论准确把握到现实的变化,使战略理论的研究出现了新的发展和突破,企业战略理论的发展又必然影响到属于经济学科范畴的产业组织理论及企业理论,产业组织理论需要在新的视角中寻求突破。我们有理由相信这既是现实对理论提出的挑战,同时也是理论创新和突破的方向。

注释:

- 1刘传江等:《西方产业组织理论的形成和发展》,载《经济评论》,2001(6)。
- 2蓝海林:《各种战略学派总览》,载《企业管理》,1999(10)。
- 3Porter, Michael E.,1980. *Competitive Strategy*. New York: Free Press.
- 4Porter, Michael E.,1985. *Competitive Advantage*. New York: Free Press.
- 5叶克林:《企业竞争战略理论的发展与创新》,载《江海学刊》,1998(6)。
- 6Prahalad, C. K. and Hamel, G.,1990. *The Core Competence of the Corporation*. *Harvard Business Review*, (66), pp.79 ~ 91.
- 7Rumelt, R. P.,1991. *How Much Does Industry Matter?* *Strategic Management Journal*, 12.
- 8Penrose, E. T.,1959. *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford University Press.
- 9Richardson, G. B.,1972. *The Organization of Industry*. *Economic Journal*, 82, pp.883 ~ 896.
- 10Teece, D., Pisano, G. and Shuen, A.,1997. *Dynamic Capabilities and Strategic Management*. *Strategic Management Journal*, 18(7), pp.509 ~ 533.
- 11Hayek, F. A. Von.,1937. *Economics and Knowledge*. *Economica*, 4, pp.33 ~ 54.
- 12杨瑞龙:《企业理论的发展对产业组织理论演进的影响》,载《东南大学学报》(哲学社会科学版),2001(1)。
- 13Williamson, O. E.,1987. *Antitrust Economics: Mergers, Contracting, and Strategic Behavior*. Basil Blackwell.

(作者单位: 武汉大学经济发展研究中心 经济研究所
武汉 430072)
(责任编辑: N)