

国外战略管理研究的新动向

刘华文, 谭力文

(武汉大学 经济与管理学院, 湖北 武汉 430072)

摘 要: 随着科学技术的迅速发展, 战略管理的研究也出现了新的趋势。从战略管理理论学派、历史演化、战略选择以及战略管理工具4个方面阐明了国外学者研究的新动向。
关键词: 战略管理; 定位学派; 竞争战略; 渐进战略; 战略沟通
中图分类号: C934 文献标识码: A 文章编号: 1001- 7348(2008) 01- 0191- 05

0 引言

自从20世纪60年代以来, 战略管理研究已走过了相当一段漫长的道路。其文献与实践活动的最初发展虽然都较为缓慢, 但从20世纪90年代开始则呈现出多个前沿领域齐头并进的局面, 现在正形成百家争鸣的态势。战略管理理论在发展过程中产生了各种理论, 并形成了各大流派, 管理大师明茨伯格^[1]曾梳理出“战略管理十大流派”, 即设计学派、计划学派、定位学派、企业家学派、认识学派、学习学派、权力学派、文化学派、环境学派、结构学派等, 并归纳了各个学派的特色、代表人物、代表作、特征以及战略管理理

论发展的历史沿革。但是, 随着时代的发展和环境的变化, 战略管理理论和实践都已获得新的发展。这些发展有一部分是在原有研究框架内的继续深化, 而另一部分则是重新开拓战略管理理论研究和实践的新领域。
笔者无意重复明茨伯格的研究模式来重新归纳与总结战略管理的流派, 而且目前有些理论还处于发展初期, 未能形成一种学派, 也不具备流派研究的现实基础。因此, 本文的研究重点在于关注战略管理的发展趋势: 一方面探讨原有战略管理流派的新发展, 一方面则关注未来战略管理发展的新趋势。另外, 本文也反映了国外学者对于战略管理发展历史的研究成果, 以便于中国学者更好地把握战略管理总体发展趋势。最后, 针对科技的发展和组织的变

参考文献:

[1] Teresa. Ress. 性别主流化: 欧盟国家科技领域的妇女发展 [C]. 妇女就业权益法律保护国际研讨会, 上海, 2000.

[2] P.M.雷曼. 在科学界取得成功——女性的坎坷历程 [J]. 国外社会科学, 2001, (2): 92.

[3] JANICE. R.LONG. The New Millennium Status of Women in Chemistry——50 Years Later [J]. C&EN, 2000(9): 25.

[4] 吕继华, 吕频. 科技界女性 “顶天立地” [J]. 中国妇女报, 1995, (7): 11.

[5] MADELEINE. Women Scientists Take Varied Paths to the Top [J]. C&EN, 2001, (14).

[6] M.Holloway. 科技领域不平等面面观: 妇女将拥有更多天地 [J]. 科学(中译本), 1994, (3).

[7] 林聚任. 美国科学社会学关于科学界性别分层研究的综述 [J]. 自然辩证法通讯, 1997, (1): 34.

[8] H.Zucherman, J.Cole and J.T.Bruer (ed). The Outer Circle: Women in the Scientific Community [M]. New York: W.W. Norton & Company, 1991.13.

[9] 伊卡林·凯勒.情有独钟 [J]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1987.61.

[10] Beaslea. Witch Hunting, Magic and the New Philosophy [M]. Brighton, England: Harvester Press, 1980.70.

[11] 恩格斯.家庭、私有制和国家的起源 [A]. 马克思恩格斯全集(第二十一卷) [Z]. 北京: 人民出版社, 1965.69

[12] 鲁洁. 教育社会学 [M]. 北京: 人民教育出版社, 1990.545.

[13] J.A.Malthael. An Economic History of Women in America: Women's Work: the Sexual Division of Labor and the Development of Capitalism [M]. New York, 1982.256.

[14] 赵红洲. 科学能力学引论 [M]. 北京: 科学出版社, 1984.113.

[15] 恩格斯. 家庭、私有制和国家的起源 [A]. 马克思恩格斯选集(第 4 集) (Z). 北京: 人民出版社, 1972.158.

(责任编辑: 高建平)

收稿日期: 2006- 12- 19
基金项目: 国家社会科学基金项目 (04BJY003)
作者简介: 刘华文(1978-), 男, 湖北天门人, 武汉大学经济与管理学院博士研究生, 研究方向为管理学理论、企业战略管理; 谭力文(1948-), 男, 四川成都人, 武汉大学经济与管理学院企业战略管理研究所所长、教授、博士生导师, 研究方向为管理学理论、企业战略管理。

化,本文也研究了战略管理在具体实践中的新工具。

1 战略管理理论学派的新发展

1.1 定位学派的新发展:从产业分析到企业生态分析

定位学派的代表人物是迈克尔·E·波特^[2]。波特在战略定位问题的基础上,提出企业在考虑战略时,必须将企业与所处的环境相联系。行业是企业经营的最直接环境:每个行业的结构又决定该行业内部的竞争状况,五力模型(进入威胁、替代威胁、买方侃价能力、供方侃价能力和现有竞争对手的竞争)决定该行业的平均利润率,从而决定了行业内各企业的潜在利润水平。企业通过对产业演进说明和各种基本产业环境分析,得出不同的战略决策,包括成本领先、标新立异和目标集聚战略。该理论以哈佛学派的传统产业组织理论为基础,融合了建立竞争优势的具体途径,从而将企业战略的研究推至一个新的高度。

以产业分析近似代替环境分析的研究方法,奠定了定位学派的地位,但也限制了定位学派的进一步发展。Marco Iansiti and Roy Levien^[3]突破了波特的研究成果,用企业生态系统分析代替产业分析,提出了新的定位战略——根据企业生态环境选择战略。在其研究中,提出了企业生态系统的定义及健康状况的3个评价指标:生产力(productivity)、活力(robustness)、细分市场的创造力(niche creation)。并基于企业所处生态系统的分析,提出了企业生态战略(见图1)。



图1 企业生态战略

公司生态系统战略选择,主要根据公司类型而定,同时也要考虑公司的生态系统,即:生态系统总体混乱状况及公司与内部其它成员之间关系的复杂性。

如果企业处于长期快速变化的环境中,为平衡其它公司资产,公司采用细分市场战略是一个合适的选择:通过发展与提升专有技能来应对环境的变化。

如果公司处于一个资产共享的复杂关系网络的中心,同时也处于一个混乱的环境中,那么基础战略就是最为有效的战略。通过仔细管理公司所依赖的分布广泛的资产,或者说,通过和商业伙伴分享那些资产所创造的财富,能充分利用整个生态系统的多样性,提高对环境变化的创新反应能力。

如果公司处于一个复杂的外部资产网络内,而又处在一个成熟产业中,合适的选择是采用自然统治者战略。由

于环境相对稳定,创新对多样性的要求不高,通过收购商业伙伴或接管商业伙伴的相关职能,公司可以快速地直接控制所需资产。通过吸收不同组织之间相互作用的复杂网络关系,一个自然统治者最终成为它自己的生态系统,并能从它所控制的资产中获取最大的短期利益。但此时,企业生态系统战略也失去了其现实意义。

如果公司选择从自己并没有控制的资产网络获取最大利益(统治者战略的利益),公司将变得资产匮乏并最终破坏企业所在的生态系统。这也最终成为一个缺陷战略。如果公司业务非常复杂,所处商业环境成熟而稳定,和其它组织的业务关系相对独立,生态系统战略就没有什么现实意义。

企业生态战略不仅在分析工具和战略选择上突破了传统定位学派的观点,而且也对竞争战略提出了新的思考命题,将竞争的领域从个体公司之间拓展到企业生态系统之间。一方面,强调了企业生态系统内部公司之间相互协作的重要性:如果公司制定战略时缺乏整体生态系统观,在短期内获取财务利益的战略,可能会破坏企业生态系统的长期发展;另一方面也重新诠释了作为主要竞争手段之一的技术战略,即技术发展的本质:企业生态系统内分布广泛的创新组织的多样性,使得竞争的主要领域不在于从事技术竞争的个体公司数量,而在于生态系统之间或生态系统领域之间的竞争。

1.2 竞争战略理论的新发展:产业分析新视角

1980年,波特的竞争战略研究开创了企业经营战略的崭新领域,有力地推动了企业竞争战略理论的发展。竞争理论建立在产业分析的基础上,探究产业竞争压力环境下的战略选择,因此竞争压力分析也是整个竞争理论的一个基础内容。

在波特的竞争理论中,主要使用五力模型来分析竞争压力。用一些影响市场价格竞争程度的指标来测度产业竞争压力,例如:竞争者数量和集中度,需求增长比率,产业资本集中度和固定成本,差异化程度,转化成本,竞争群体的多样性及退出壁垒的高度等。但这种分析缺乏客观而具体的测量方法,同时,这些指标不能解释近年来的多市场的复杂情况,无法解释构成和影响产业间竞争的压力模式类型。

Richard A. D'Aveni^[6]提出新的压力测度方法:压力体系描绘,并运用竞争压力地图来发展企业的压力战略。

在任何产业,公司都必须解决两个关键问题:如果当前压力模式继续下去,其最终将占据什么竞争地位?应如何稳定或改变压力方向来减少或提升对当前压力体系的影响?一个公司能否从当前竞争体系中获益,取决于其根据竞争对手和市场,采取合并和收购或正式的战略联盟等战略工具来改变这一竞争系统获取竞争优势的努力。

Richard A. D'Aveni认为,竞争压力系统内的不同公司有着不同的竞争压力战略:稳定压力体系。这一战略取决于产业领袖的财务和战略能力以及实施这一战略的意

愿。破坏和重新设定压力体系。不能从既有压力体系中获益或不想遵循既有演化路径的组织,一般会采取此战略,而这也需要企业作出两个重要战略选择:选择合适的联盟伙伴以及合适的目标。

基于测度压力的竞争压力地图对于产业的动态稳定和产业内公司盈利问题也很重要。它也提供了一种新的分析思路。在传统的竞争地图之下,竞争者能与对手和联盟建立很好的联系,可以理解产业内潜在多市场联系的动态模式。压力地图则提供了一种直观方法展示这种动态转换,包括产业如何演化、压力如何流动等。

2 战略管理历史演化新动向：第三代战略管理

今天大多数经理都认识到战略在信息时代和知识经济中的实际意义,也明确商业游戏的新要求:速度、灵活性和自我更新,同时深刻体会到高素质的人才才是公司成功的必须条件。但在原有战略管理思想的影响下,很少有人注意到人力资本的重要性,更大的挑战在于经理们对战略的认识还停留在过时的认识上。当外部战略环境和内部战略资源都发生了重大变化的时候,许多公司还在采用过时的战略观念。

在竞争战略模式下,战略规划系统可以帮助高层决定发展或收获相关业务。但是,所有的计划和投资却不能阻止来自竞争者对自己的产品——市场定位的残酷模仿。在20世纪90年代晚期,战略研究开始更为关注动态、适应性和持久性优势,这也使得人们用一种内部能力评价对外部竞争进行补充分析,意识到知识和能力的发展将很难被模仿。核心能力观点关注知识创造的重要性和建立有助于提升竞争优势的学习过程。但是,这一方法也面临挑战:雇员从事知识密集型工作的能力各不一样。人是能力战略的关键:研发人员的稀缺知识和经验是推动新产品开发的保证,市场人员的重要客户以及发展客户的人际能力是公司应对市场竞争的核心。总之,人是战略资源的核心,战略必须以人为本。

Christopher A. Bartlett and Sumantra Ghoshal^[5]提出了战略三代论的观点,将战略管理的理论演化分为3个阶段,目前的研究正处与第二代向第三代战略管理转化的阶段。在其研究成果中,比较了三代战略管理的战略重点(见表2)。

第一代战略和第二代战略都代表着当时外部环境和内部资源和能力下的战略选择,而随着外部环境和内部资

源与能力的变化,先前的战略选择成为公司生存的基础而固化下来,但是支撑公司成功的战略则需要增加新的内容。Christopher A. Bartlett and Sumantra Ghoshal认为,在第三代战略管理时代,经理的目标在于努力用第一代的管理、第二代的组织来实施第三代战略。

3 变化环境下的战略新选择：渐进战略和文化学派

由于组织外部环境变化的不可预测性和组织本身所固有的适应性,一些通过严格程序制定的战略(理性战略)未能得以实现,而一些未经正式制定的、自然显现的战略却得以实现。

另一方面,由于战略规划和执行上的缺陷和失败,很多公司仅仅实现部分战略潜能,即出现战略目标和战略实施结果之间的差距问题。

面对这两种看似相互矛盾的状况,战略制定和战略实施应如何适应?公司到底需要什么样的战略制定方法?如何看待战略目标?

面对这些新时代下的新问题,学者们进行了广泛研究。Sarah Kaplan and Eric D.Beinhocker认为,正式的战略规划不是浪费时间,而是公司竞争优势的来源。商业环境常常变化,在公司制定战略的过程中发生重要变化,而公司很少对这些变化作出有效反应。因为准备得不充分,公司高层的讨论往往基于观点而非事实,随后的决策往往基于直觉而非系统分析。但是,例行的战略规划的重点在于提前准备不确定性,因此也能使公司获取竞争优势。成功的公司不是把战略规划当成一种战略计划生成器,而是作为一种在管理团队之间创造“预备意识”的学习工具。判断战略规划流程成功与否的标准:不是书面计划的优劣,不是每个人的事后感觉好坏,也不是战略决策是否在正式会议上作出,而是这一规划流程中所有的参加者是否对战略决策工作做好了相应准备^[4]。

而基于战略规划是一种战略预备的认识,Robert S. Kaplan and David P.Norton在其研究中借用平衡计分卡的相关概念和工具,系统测度公司无形资产(人力资本、信息资本、组织资本),从而将这种战略预备的工作具体化^[7]。

在本文中,重点介绍渐进战略和战略文化的研究成果。

3.1 渐进战略

Rosabeth Moss Kanter^[8]重点研究公司在各种不可预测的环境约束下的战略形成问题,并提出了渐进战略。

新技术给商业带来了许多不确定性因素,包括可能的重大改变。Rosabeth Moss Kanter通过分析这一应变过程中领先者和落后者的表现发现,领先者具有很多区别于落后者的特征,其中之一就是它们通过行动创造计划,换言之,它们进行即兴表演。

作为制定战略的渐近方法,即兴模式具有很

表2 战略重点的演化

	第一代战略	第二代战略	第三代战略
战略竞争重点	产品和市场竞争	资源和能力竞争	才能和梦想竞争
战略目标	防御性的产品—市场定位	长期竞争优势	持久自我更新
主要工具、观点	产业分析;竞争对手分析 市场细分和市场定位 战略规划	核心能力 基于资源的战略 网络组织	愿景和价值观 灵活性和创新 前线创业者和实验
关键战略资源	财务资本	组织能力	人力和智力资本

多优点, 也有点保守: 即不完全采用新的模式, 也不完全抛开有可能过时的模式。同时, 将战略管理看作一场表演, 以往的战略管理只是一个提供剧本, 然后根据剧本进行按部就班演出。而完整的战略即兴表演包括6个要素: 剧本、剧院、演员、观众、暂停和连续版本。

当环境的变化使得公司无法按照既有计划行事时, 即兴表演就为公司应对未来挑战提供了一种可能。通过项目制定的即兴表演, 组织可以不断提升自己。公司高层的任务在于提供一个创新氛围。在这一状况之下, 变化就成为组织的一个过程, 而不是组织对超出公司控制范围的痛苦反应。

Rosabeth Moss Kanter提出, 技术的变化总是要求公司进行无数创造性的尝试, 尝试后就是思考和制定共同标准以减少不确定性, 这一过程直到下一次浪潮到来。实行即兴战略或渐进战略的公司能为应对变化建立基础。

3.2 战略文化

渐进战略探究战略随环境变化的发展问题, 将战略制定和战略实施结合起来, 回答了战略的管理问题。而Michael C.Mankins and Richard Steele则是直视“战略—绩效—差距”(战略目标和战略结果之间差距)问题, 并重点探讨了消除这种差距的直接利益: 战略文化。

Michael C.Mankins and Richard Steele的研究结果表明, 影响公司战略和绩效差距问题的因素包括: 公司很少针对长期战略计划追踪其业绩表现; 公司高层经常忽略绩效瓶颈因素; 公司战略目标多年都未能实现而造成的“战略—绩效—差距”, 逐渐形成了一种低绩效的公司文化。

消除这种“战略—绩效—差距”的方法很多, 包括战略简单具体化, 使用增长框图和共同沟通语言(框图的作用在于为公司高层和业务单元之间提供一种共同的沟通工具), 管理资源前期使用情况, 跟踪管理绩效, 开发战略执行人员的能力等。

Michael C.Mankins and Richard Steele进一步提出, 消除“战略—绩效—差距”的利益除了提升短期绩效外, 还能推动形成一种战略文化——这种文化对组织能力、战略和竞争力具有重要而持久的影响: 如果一定时期内, 战略都能转化为优秀业绩, 组织领导者对自身能力将会更自信, 会愿意承担更大责任, 更具雄心地将公司转变为更大的公司; 另一方面, 经理受到激励后也会更努力工作, 推动公司进一步发展^[9]。

4 战略管理工具的新发展

4.1 战略决策工具的新发展: 从决策支持系统到自动决策系统

随着计算机技术的发展, 自动决策被人们寄予过厚望, 但是运用到实践的速度却慢得多, 而且很多人工智力程序多用于发现问题, 很少用于提高组织绩效。在20世纪80年代, 经理和分析人员用“决策支持系统”将自动决策理念付诸实践。但也只是用

来收集和分析数据, 而不是制定决策本身。一些决策支持工具虽然具有很强的统计分析能力, 但在使用上依赖于专家的指导。这些工具和战略实践也不统一: 经理在战略制定时使用“决策支持系统”, 在战略实施时再使用其它的应用方法。种种原因, 使得这些工具很少被用于实践: 仅仅限于诸如ERP(企业资源规划)系统之类的交易软件的运用。现在, 随着技术的发展, 出现了一些新的战略决策工具。

Thomas H. Davenport and Jeanne G. Harris^[10]全面研究了新的自动决策工具和旧的决策支持工具的不同特点。同时, 也分析了自动决策系统所面临的管理挑战, 具体包括:

管理职责。自动决策的内容和限制条款需要经理承担相应责任。专家挑选。自动决策系统的成功既需要设计系统的专家, 也需要维系和提高系统流程的分析专家。雇员问题。随着自动决策系统的实施, 公司对于技能和经验不足的雇员需求会减少。法律和道德问题^[10]。

随着公司经营过程中涉及数据的增多, 自动决策的潜能也趋大, 传统的决策支持系统必然被自动决策系统代替。当然, 随着越来越多的公司采用自动决策系统, 这也使得公司很难在战略管理上实施差异化战略, 因此自动决策系统必须和战略以及战略流程结合起来, 否则很难保持竞争优势。

4.2 战略实施新工具: 战略沟通

企业战略可分为3个层次: 公司战略(corporate strategy)、业务战略或竞争战略(business strategy)和职能战略(functional strategy)。成功的战略在这3个层次上都具备很好的一致性, 这也是公司制定各个层次战略时所追求的目标之一。

早期的企业战略理论的研究重点在于企业如何通过分析外部环境的机遇和挑战, 结合自身的优势和劣势形成匹配型或一致性战略(Porter, 1980; Hofer & Schendel, 1978)。这是公司战略的一致性要求: 内部公司战略和外部环境的一致性。而一旦公司战略制定出来后, 竞争战略和职能战略都需要和公司战略保持良好的一致性。

但是, 如何保持战略一致性? 在战略实施上怎样开展? 之前的研究工作并没有从计划、组织、领导、控制等管理工作的传统职能上进行考虑, 即便涉及职能战略, 更多的是从职能部门的视角去考虑, 如市场营销战略、融资战略、研究与开发战略、人事管理战略等功能性战略。现在, 这一情况得到了改变, 学者们开始将研究的视角跳开管理层级, 立足管理工作本身进行研究。Paul A.Argenti, Robert A. Howell and Karen A.Beck^[11]站在战略一致性的角度来研

表3 战略沟通方法

沟通职能	目 标	首选沟通对象	次选沟通对象	沟通渠道
媒体关系	公共关系、危机管理	所有组织	媒体	新闻发布会、访谈
雇员沟通	内部协调建设	雇员	顾客、家庭	会议、新闻
财务沟通	满足财务利益	投资者	评论家、媒体	会议、CEO/CFO
社区关系	形象建设	社区	媒体	事件、演讲
政府关系	法规, 满足社会利益	立法机构	媒体、顾客	政府游说
市场沟通	促进销售, 建立形象	顾客	关键机构	广告、促销

究沟通,提出了战略沟通概念:一种提升公司战略地位,和公司全面战略一致的沟通过程。战略沟通要求层次多样而目标统一的沟通方法。为达到战略效果,不同组织的不同沟通人员运用不同沟通渠道时,必须遵循统一目标,相互协调并统一于公司战略中(见表3)。

通过管理工作的一致性来保持企业战略的一致性,这也是联结战略制定和战略目标之间的战略实施环节上的一致性体现。

5 结语

战略的本质是人们对企业与环境之间相互关系的认识,各种不同的流派产生的根本原因,不在于战略管理思想本身,也不在于研究者所取的视觉,而在于不同历史时期企业环境的变化。正是由于某种特定的历史环境(经济、技术、社会、法律、制度等),才产生了某种战略管理思想,并使之成为流派。由于环境在不断变化,任何流派都不可能永恒。环境发生了巨大变化,原有流派必将为新的流派所取代。因此,随着时代发展,战略管理理论必将继续发展,旧有的流派必将被更能体现环境变化的新流派所取代。

本文通过对国外主流管理学杂志上最近几年内有关战略管理研究的相关文章进行比较研究,从学派观点、历史研究、战略选择和战略管理工具等方面,全面介绍了国外战略管理的新发展,从而为国内学者更好地把握当今战略管理研究的新趋势提供借鉴,并为实践工作者的战略管理工作带来了新的理念和工具。

战略管理理论的产生与发展代表着时代发展的趋势,中国的战略管理实践者应很好地把握这些国外的最新研究成果,以更好地适应经营环境的变化。比如,可以借用Marco Iansiti and Roy Levien(2004)有关企业生态分析的方法来指导企业的多元化战略,特别是多产业类型的多元化战略决策。另外,还可以借用这种战略思想来理解企业面对全球价值链整合下的战略选择:竞争与合作都只是企业生态战略的一种选择而已,而竞争与合作的取舍则由企

业在现实生态环境和未来生态环境发展趋势下利益平衡的需要而定。

总之,战略管理的理论将会随着时代的发展而继续深化,而这些代表和体现着时代特征而不断发展的理论理应受到中国的战略管理研究者和实践者的足够关注。

参考文献:

[1] [加]亨利·明茨伯格.战略历程:纵览战略管理学派[M].刘瑞红译.北京:机械工业出版社,2001.

[2] [美]迈克尔·波特.竞争优势[M].陈小悦译.北京:华夏出版社,2002.

[3] Marco Iansiti and Roy Levien. Strategy as Ecology[J]. Harvard Business Review, March 2004, (3): 69- 79.

[4] Richard A. D'Aveni. Competitive Pressure Systems Mapping and Managing Multimarket Contact [J]. MIT Sloan Management Review,Fall 2002, (3): 39- 49.

[5] Christopher A. Bartlett and Sumantra Ghoshal. Building Competitive Advantage Through People [J]. MIT Sloan Management Review,Winter 2002, (4): 34- 41.

[6] The Real Value of Strategic Planning[J]. MIT Sloan Management Review, Winter 2001, (4): 71- 76.

[7] Robert SKaplan and David P.Norton. Measuring the Strategic Readiness of Intangible Assets [J]. Harvard Business Review, February 2004, (2): 52- 63.

[8] Rosabeth Moss Kanter. Strategy as Improvisational Theater[J]. MIT Sloan Management Review,Winter 2002, (4): 76- 82.

[9] Michael C.Mankins and Richard Steele.Turning Great Strategy To Great Performance [J].Harvard Business Review,July- August 2005, (2): 65- 73.

[10] Thomas H. Davenport and Jeanne G. Harris [J]. MIT Sloan Management Review, Summer 2005, (2): 83- 89.

[11] Paul A.Argenti, Robert A. Howell and Karen A.Beck.The Strategic Communication Imperative[J]. MIT Sloan Management Review,Spring 2005, (1): 83- 89.

(责任编辑: 赵贤瑶)

New Research Trend on Strategic Management in Western Countries

Abstract: With the rapid development of science and technology, there is new research trend on strategic management. The purpose of this paper is to analyze experts' new study in western countries, mainly including strategic management theories, history, alternative strategy and the tools.

Key Words: strategic management; position theory; competitive strategy; strategic communication