

组织学习新模式及其影响机制: 机会识别视角

韦雪艳

(浙江大学 人力资源战略与发展研究中心, 浙江 杭州 310028)

摘要: 针对组织学习的3种模式: 行为学习、认知学习、行动学习在机会识别过程中的角色进行了分析。根据组织学习领域与机会识别领域经典观点的分析, 认为组织学习能够加强企业识别机会的能力并帮助企业寻求新机会。同时也进一步启发研究者深入理解创业企业机会识别过程中的动态学习机制及形成过程。

关键词: 创业; 组织学习; 机会识别

中图分类号: C936

文献标识码: A

文章编号: 1001-7348(2008)04-0144-04

0 引言

创业企业通过战略更新和创造新机会提高创业绩效。近来, 许多企业发现组织学习也能够提供一种动力, 即创业过程中以知识获得为资本, 实行组织学习实践的企业可以通过学习新知识为杠杆获得战略优势^[1]。某些企业中的组织学习已经成为战略更新的一个核心要素。

但是组织学习在新企业创业机会的创造中扮演了什么角色呢? 机会发现、评估和利用是创业的明确特征, 而且创业企业的创业程度同新产品和服务的创造能力相关。尽管很少有研究探讨组织学习与机会识别之间的关系, 但是 Lumpkin 等(2005)认为探讨组织学习与机会识别之间的关系能够支持两个领域中的理论与实践^[2]。一方面, 组织学习, 强调提高实践并通过创造新知识把这种实践扩展到新领域中, 构建新的理解, 并去除和矫正偏差。这些特点可能会促进企业进一步创业; 同样的特质可用于区别一个学习型组织, 一个擅长创造, 获得, 传递知识, 并塑造反映新知识和新观点的学习行为的组织, 也是有效识别和寻求新企业机会的特质。另一方面, 组织学习能够提高一个企业识别机会的能力, 并训练这种能力有效追求新企业创业。

1 组织学习的模式

组织学习对于所有类型的企业都是一个重要的话题。探讨知识创造、智力资本、知识管理性质的文献日益增多, 无论是学术界还是理论界, 多种框架和类型都用于描述组织学习^{[3][4]}。这些类型并非重新发明, 只是把关注的焦点及重点放在行为学习和认知学习方面。Lumpkin(2005)增加了第3个分类——行动学习^[5]。这3种学习模式同 Greeno, Collins 和 Resnick (1996)提出的比较宽泛的学习类型分类

相符合: 行为的, 认知的, 情景的或者行动的学习^[6]。另一方面, 组织学习的水平也是多层次的。研究者不得不承认学习结果产生影响的过程是复杂的, 而且是在多水平分析基础上进行研究的。某些研究者把组织学习区别为个体、团体以及组织水平, 认为这些水平之间存在交互作用^[7]。不同的机会识别过程也包括与个体相关和与团队相关的行为。机会识别与组织学习领域中, 可以想象有无数种跨水平现象。比如, 努力整合新知识的企业可能会对个体机会识别过程产生影响, 单个的企业家的想法可能会唤起团队水平的学习。Lumpkin (2005) 强调3种不同的组织学习方法——行为学习, 认知学习和行动学习, 从创业研究和创造力研究中提取出组织学习的机会识别模型^{[8][9]}, 研究认为机会发现和机会形成过程可以通过组织学习得到提高。

其一, 行为学习模式。组织学习的许多经典观点是目标导向, 认为是通过不断学习对经验作出反应的常规系统, 描述的是一个企业中知识与信息的获得、分布与存储^[10]。行为学习关注的是试误中的适应性学习和选择过程。由于学习来自反复重复的行为, 因此这个观点就被认为是行为学习。行为学习认为组织结构、技术、系统的变化都是影响变量, 组织学习是一个适应性过程, 只能通过绩效差距或者其他不良商业绩效引发; 其二, 认知学习模式。最近出现了一个关注组织学习认知内容的观点, 这个观点主要探讨个体的认知地图如何变化、整合并被转变成成为组织认知图式的变化内容。本文主要关注的是学习内容, 并非行为结果, 或提高企业组织学习的过程, 以及运用知识提高创造性、交互作用质量或者绩效。通过把正确的过程置于适当的位置, 学习组织就能够把资料转变成成为组织知识。在某种意义上, 组织学习包括运用外部生成知识的过程或转变内部存储知识增加企业战略资本过程。这些资本是知识或者“思维过程”资本, 因此这个观点被称为认知学习。认知学

习同战略资源观相关,认为知识创造的每一个过程都能够生成独特的组织胜任力和竞争优势的潜在资源。“知识资本加强胜任力……”企业感知和抓住机会的能力,重新架构知识资本、胜任力和互补资本……所有这些资本构成了其动力能力^[11]。正因为如此,组织学习促使组织拥有采取有效行动的能力,并且能够提高内隐知识的流动,导致更高的企业效率;其三,行动学习模式。一方面,行动学习关注不断实践,纠正错误,以产生更有效的行动。另一方面,行动学习主要关注促进企业增长能力的组织成员之间的观念形式和交互作用的质量。这种学习既是个体的,又是组织的,因为它通过承诺来提高个体行动的整体性和组织之间的联盟行动。当一个个体承诺采用行动学习方法的时候,学习实践团体就产生了,可以显著地影响沟通质量创新以及企业中的团队绩效。采用这种方法,通过几乎同时对个体观点和行为的再造,学习就会产生^[12]。因此,这个观点就是行为学习。行动学习的即时再造行为通常关注对观念和组织领导者的认知图式交互作用模式的操作。这可以解释为什么行动学习是一种认知学习类型。然而,并非关注认知学习的外部核心—企业水平资源和组织知识的创造,行动学习更多关注的是内在核心—核心组织成员的观念和行动模式以及人际关系。采用这种方式,行动学习本质上是一种“情境性的”,因为这种学习的功能就是个体-情境之间的体验。行动学习的主要结果就是组织中“承诺规则”的相互承诺,因此,可以创造一种更透明,开放的和决定性的文化。

这些模式并非严格相互独立的。学习理论学家认为一种模式的存在能够支持另一种模式的存在。此外,行为学习与认知学习的独立性只是人为的划分,研究中对操作定义的明确划分产生的。实际上,某些行为学习理论学家认为这两种学习性质是相互交织在一起的,而且不能在实践中独立出来。学习是行动—认知—行为的一个连续不断的反思过程。

2 创业机会识别模型

机会识别是创业的核心观点之一,是识别一个好的想法并把这个想法转变为一个增加价值、产生回报的商业概念。机会识别的早期理论认为企业家是识别机会并创造一个组织去追求机会的个体。后来的研究认为机会发现、评估和利用是创业领域的明确特征。最近,机会识别过程模型在机会发现和机会评估基础上建构起来。经典心理学模型认为机会识别是一个阶段性模型^[13],包括机会发现阶段和机会形成阶段。机会发现阶段包括准备、孵化、洞察;形成阶段是由评估和精加工构成。Lumpkin等提出把组织学习同五阶段模型的机会发现过程和机会形成过程联系在一起。

第一,准备。准备最初认为是在机会发现过程之前的体验和知识,是一种培养个体在一个领域中成为专家的意识努力,会在感兴趣的领域中培养一种对观点和问题的敏

感性。事实上,准备也包括无意识中收集的知识和体验,即没有针对性的发现机会。在组织背景下,成功创业的想法通常更多来自于企业环境,目前产品或服务线以及技术知识。第二,孵化。孵化是机会识别的一部分,企业家或创业团队沉思观点或一个特别的问题。然而,这并非指有意识的解决问题或系统的分析。相反,Csikszentmihalyi认为在孵化过程中,“观点在意识门槛下搅动”。因此,孵化很典型的是一种直觉的、对不同观念非直接的思考或选择。Gaglio和Taub(1992)把孵化描述为识别之前的焦虑,是“慢煮的状态”,是机会识别过程的一部分,因此新的想象组合才会出现^[14]。第三,洞察,洞察是指“找到了”的时刻或经验。孵化是一个连续不断的过程,洞察是识别的一个时刻。在许多案例中,正是这一时刻一个总的答案或核心解决方案会突然地、没有预测性地出现了。洞察可以为新企业创造提供快速催化剂或者揭示出推进一个连续不断发现过程的增加的知识。洞察不可能是一个单独的“事件”,它通常是通过机会识别过程反复出现。创业洞察阶段主要是由突然地识别商业机会,解决充分思考的问题,或获得来自同事、朋友或者其他伙伴的一个观念。第四,评估。评估代表着机会识别过程的第二阶段——机会形成。它包括分析机会识别阶段的概念是否是可使用的,企业家/团队是否有必要的技能去实现它,以及它是否是一个可以追求的完全的新想法。创业机会识别背景下,评估包括可行性分析。通过不同的调查形式进行观点验证(最初的市场验证,财务生存能力分析以及来自商业伙伴和个体社会网络中的其他个体的反馈)。评估也包括一个内在过程,在这个过程中,企业家必须对新观点的未来不断提出问题,比如这个商业概念是有充分价值的吗?是值得追求的吗?第五,精加工。精加工包括捕捉来自创造行为的价值。同评估阶段追求自信心相反,精加工包括通过外部详细审查和构建支持系统形成一个可行性机会。精加工是这一过程中最耗费时间的,因为它代表着单调乏味的选择、融资,以及组织资源工作。假定商业观念在评估过程之后仍旧被认为是可行的,评估就可以包括详细的计划行为,以此来减少不确定性。然而,精加工过程本身通常揭示的是需要注意和更详细分析的商业概念方面,最后促进对这一概念的评估。

3 创业机会识别不同阶段的组织学习

Garvin(1993)认为机会识别与组织学习之间存在密切关系^[15]。新观念产生了,从本质上讲,学习就发生了。有时候,新观念的更新是通过洞察或者创造的火花完成的;有时候,新观念来自组织外部或者通过有见识的内部人士进行沟通的。无论来自哪里,新观念都会促进组织进步。正是由于创造过程包括新知识、新表达形式,因此创业机会识别是一个促进新财富创造的学习过程^[16]。组织学习实践能够加强机会识别过程。

3.1 机会发现阶段的认知学习

认知学习中产生的心理模型的转换与机会识别的发

现阶段相似。当获得的知识转变了企业家理解和解释事件变化的认知图式时,认知学习就在机会识别中产生了。从本质上来讲,认知学习提高了个体或组织创造信息和知识的能力,为解释和采取行动打开了新机会。有时候,认知学习包括创业直觉,这个过程可能存在于一个机会搜索的氛围中,而且可以在机会识别的发现阶段找到解决问题的方法。在这个阶段,创新性的新组合可能就会产生,因为有更高的发现新观点的需求。这种条件可以唤起企业家产生新联想,知觉到新的、突然性的关系,并且辨认出之前没有发现的可能性^[17]。认知洞察包括对个体或企业能得到的资源重新架构或整合,最后就会产生对先前已有的观点或资产进行转换或产生新知识,创造新企业。由于认知学习能够提高战略资本,因此机会识别模型中的发现阶段就能成为新战略选择的基础和竞争渠道,或者可以重新组合资源,创造新企业,增加已有企业的价值。企业家可以提取经验,成为专家,使问题或观点孵化并从内部发展,新概念,新产品观念或提供的扩展性服务就能够成为企业形成新战略方向的基础。因此,创业企业在认知学习过程中参与越多,机会识别的发现阶段就会越有效。

3.2 机会形成阶段的行为学习

组织学习的行为模式关注的是“做中学”的无形结果,学习理论学家提出了两种观点。一种观点认为组织学习就是把目前的情景同过去以及其它环境中的情景进行比较,运用现有信息的过程。采用这种方法,知识资源只能够用于在组织中分类和存储。因此,许多“知识管理形式”通过运用信息技术来驱动,这种形式就成为了行为学习模式的驱动者^[18]。另一种观点认为行为学习是试误的一种适应性能力,通过获取经验而学习的方式。理论上,行为程序提供给企业一致性和可重复性,企业提高了长期生存的概率。同时,这些程序的改进和成绩导致了组织的变化,扩大了学习的潜在能力。

这两个观点强调了行为学习本质上是机会识别的形成阶段。在形成阶段,评估和精加工过程有助于形成一个成为机会的商业概念。首先,为了决定商业概念是否可行,评估要把信息提供给股东,就会进行一系列的分析和实验探讨机会对于特定企业家或企业是否可行以及如何可行。其次,由于组织对新机会进行了精加工,就会产生创业过程的反映性结果,更适应不断演化的灵活性组织。学习的适应性特质主要是通过企业中特定的、切实的事件来开始的,比如不良市场绩效的缺陷或者其它商业符号。最后,行为学习过程通常是有增量的、可重复性的,包括环境中内部程序的发展与主要效能之间的不断循环,通常产生创新和创业性的变化^[19]。同样,创业机会识别是一个反复重复的过程,而且由于每个阶段都能收到其它阶段的反馈,总体的框架会按照产生增量的方式发生。因此,创业企业在行为学习过程中参与越多,在机会识别的正式阶段就会越有效。

3.3 机会识别中两个阶段的行动学习

行动学习包括在预期与现实之间对不恰当之处的矫

正实践^[20]。行动学习通过挑战观念与行为长期拥有的模式,迅速转变管理者的能力,发展有效的战略胜任力。一方面,行动学习在整合过程中为创业机会识别的发现阶段和形成阶段创造了一个背景环境。另一方面,行动学习培养了一种对观点和行为重新安排的意识,其开放性本身能够为创造性思维创造更多机会,创新以及更多的交互作用从而成为一种竞争优势。

这种开放背景也与机会识别的两个阶段联系在一起。一方面,行动学习对长期存在的观念和态度不断重构及质疑,因此支持了机会识别的发现阶段;同时,行动学习是在“真实世界”中产生的,即在促使行动不断反复的过程中,采用一种连续的方式解决冲突和适应新环境。这种质询在真实世界中产生,合作伙伴也会服从行动整合和质询^[21],因此它支持了机会识别的形成阶段;最后,行动学习基于一个连续不断的反思过程,而且这种行动能够被联系在一起,创造出机会发现与机会形成阶段的整合。因此,创业企业在行动中学习过程的行为越多,机会识别阶段与机会形成阶段就会越有效。

4 小结

本文试图表明基于创新的创业机会模型可以支持组织学习,能够提高机会识别过程。首先,像认知学习一样,机会识别通过把信息转变成为现实可能性而不断提高,内隐知识能够被重新架构成商业中的现实可能性;其次,像行为学习一样,机会识别包括适应和改变。即,一旦一个观点出现在一个企业家识别之前,这个观点就已经经过了大量分析和验证;最后,像行动学习一样,提交个体新概念(心理模型),进行一系列验证来分析是否同现实情境一致。

认知学习包括个体的或组织的认知形式,而且在组织系统中可以按照知识转移的方式转变。在某种程度上,这些变化产生了新产品,开拓了新市场,认知学习对于新企业创造而言是一个机会识别的来源;行为学习主要是一种适应性的,关注的是在面对经验时对常规和结构的修正。在某种意义上,行为学习能够至少采用两种方式唤起企业的新机会—通过修订常规,创造给企业一个意料之外的范围,而且通过产生意料之外的整合和市场解决策略不断适应组织;行动学习通过转换产生新想法的环境为新机会创造了潜能。通过关注组织中的潜在规则,对从事的规则是否是适合的提出疑问,行动学习能够创造一个开放性、有效性以及创造性的文化。这种宽泛的意识能够增加个体在支持理论与运用理论之间的联系,为更多的发现和对观念更优的评估以及采取行动创造条件。行动学习的第一个结果就是同意采用新规则,使个体诚实地说出观点和采取低防御行为,能够转变组织创新和超越的能力。

总之,学习的每一个阶段模型-认知的、行为的以及行动的- 都已经被成功运用,去创造更成功的新的和未预料的机会。

参考文献:

- [1] Lei D, Slocum J, Pitts R A. Designing Organizations for Competitive Advantage: The Power of Unlearning and Learning. *Organizational Dynamics*, Winter.1999: 24~38.
- [2] Lumpkin GT, Benyamin Bergmann Lichtenstein. The Role of Organizational Learning in the opportunity- Recognition Process. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2005,7:451~472.
- [3] Huber G. Organizational Learning: The Contributing Processes and Literatures. *Organization Science*, 1991,2: 88~115.
- [4] Shrivastava P. Variations in Strategic Decision- making Processes. In R. Lamb (Ed), *Advances in Strategic Management*, Greenwich, CT: JAI Press. 1983,2:177~189.
- [5] Greeno J G, Collins AM, Resnick LB. Cognition and Learning. In D.C. Berliner & R.C. Calfee(Eds), *Handbook of Educational psychology*, New York: MacMillan. 1996:15~46.
- [6] Crossan M, Lane H, White R. An Organizational Learning Framework: From Intuition to Institution. *Academy of Management Review*, 1999, 24: 522~537.
- [7] Shane S, Venkataraman S. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 2000, 25(1): 217~226.
- [8] Csikszentmihalyi M. *Creativity*. New York: Harper Collins. 1996.
- [9] Walsh J, Ungson G. Organizational Memory. *Academy of Management Review*, 1991,16: 57~91.
- [10] Teece D. Capturing Value from Knowledge Assets: The New Economy, Markets for know - how, and Intangible Assets. *California Management Review*, 1998,40(3): 55~79.
- [11] Torbert W. A Developmental Approach to Social Science: A Model for Analyzing Charles Alexander's Scientific Contributions. *Journal of Adult Development*, 2000, 7: 255~267.
- [12] Ward TB. Cognition, Creativity, and Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 2004,19(2): 173~188.
- [13] Garvin D. Building a Learning Organization. *Harvard Business Review*, July- August, 1993:78~91.
- [14] Dimov DP. The Nexus of Individual and Opportunity: Opportunity Recognition as a Learning Process. Paper Presented at the 2003 Babson - Kauffman Entrepreneurship Research Conference, Wellesley, MA. 2003.
- [15] IBM Group on Knowledge Management, The Second Generation of Knowledge Management. *Knowledge Management*, 1999, 11:86~87.
- [16] Feldman M, Pentland B. Reconceptualizing Organizational Routines as a Source of Flexibility and Change. *Administrative Science Quarterly*, 2003, 48: 94~118.
- [17] Senge P, Roberts C, Ross R, Smith B, Kleiner A. *The Fifth Discipline Fieldbook*. New York: Currency/ Doubleday. 1994.

(责任编辑:焱 焱)

New Mode of Organization Learning and its Influence: Angle of Opportunity Recognition

Abstract: The paper aims to analyze the role of organization learning (behavioral learning, cognitive learning, action learning) in the opportunity recognition process. And the paper claims that organization learning strengthens a firm's ability to recognize opportunities and help firm to effectively pursue new venture opportunities based on the classical points of view of organizational learning and opportunity recognition. At the same time, it will enlighten the researcher to deeply understand the dynamics mechanism of learning during the process of opportunity recognition and forming process.

Key Words: entrepreneurship; organizational learning; opportunity recognition