

模块化组织中核心企业驱动因素研究

吴昀桥

(同济大学 经济与管理学院, 上海 200092)

摘要:模块化组织作为一种产生于新经济时代的新型资源整合组织形态,对企业实现跨越式发展具有重要引导作用。以现有模块化组织研究成果为切入点,对模块化组织中核心企业的产生动因展开探索性研究,明确了核心企业产生是组织外部环境因素、内部切实需求及其自身核心素质综合作用的结果,形成了将模块化组织研究向内部拓展的引导作用,有利于整个模块化组织理论体系的逐渐形成。

关键词:模块化组织;核心企业;市场环境;组织需求

DOI:10.6049/kjbydc.2013040916

中图分类号:F272-0

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2014)05-0080-04

0 引言

随着经济全球化的逐步形成,市场竞争也呈现出全球化竞争状态且日趋激烈。在此背景下,为获取持续竞争优势,企业逐渐将自身重心聚焦到其核心业务上,以提升其在细分领域的专业性,进而致使企业间分工不断细化,最终导致企业市场竞争态势发生巨大转变,即由传统的企业与企业间竞争,演变为基于业务专业化和归核化所形成的企业群与企业群间的竞争,这种企业群也就是本文所提出的模块化组织。关于模块化组织范畴,目前理论界存在两种理解,一是认为模块化组织只是生产协作系统中的一个节点企业,主流观点则认为模块化组织就是指整个按照模块化模式运作的生产协作系统。本文接受并采纳后一种观点,确切地说,模块化组织是指通过基于专业化分工对组织价值链进行分拆,进而形成各功能子模块,并按照一定设计规则将分拆所得各子模块整合以实现资源优化配置的企业制度安排。与战略联盟、网络组织等组织形态相比,模块化组织表现出独特优势:一是模块化组织不仅强调企业间关系,而且注重企业与市场融合,试图将市场机制引入企业以提高资源配置效率;二是模块化组织更加具有创新优势和协同优势,并且能对市场变化作出更快反应。正是由于模块化对产业与组织领域的巨大冲击,美国《汽车工业》杂志将其与20世纪30年代的福特流水线相提并论,青木昌彦^[1]更是形象地将模块化生产模式称为“新产业结构的本质”。

模块化组织产生后,为形成对动态市场需求的快速反应,并在激烈的市场竞争中保持和提升市场地位,一方面需其内部协作更加紧密,另一方面则需持续突破资源瓶颈,实现核心竞争力的不断提高。在一系列有关模块化组织发展问题的推动下,急需在模块化组织中培育一个领军企业,该企业能有效配置组织内分散于各成员模块中的相关资源,并基于其对市场的灵敏度持续获取组织外部信息与资源,引导成员模块展开生产运营,以实现价值整合的运营目标。而且,该领军企业因处于组织内主导地位,能对组织内部运行进行持续、有效的协调,其在模块化组织中的出现是新经济时代的必然结果。

基于模块化组织中核心企业产生的必然性及其对整个组织的领导作用,本文以核心企业为研究中心,在对现有模块化组织理论相关研究成果进行梳理、分析和整理后发现,现有研究大部分只是停留在模块化组织表层,诸如模块研究^[2,3]、模块化研究^[4,5]、模块化组织研究^[6,7]、模块化发展路径研究^[8,9]等,只有较少研究涉及到模块化组织内部,诸如信息隐藏、内部淘汰、规则设计、背靠背竞争、运行机理等^[3,7,10-13]。当前研究还只是处于对模块化组织结构及其内在规则的探究层面,缺乏对模块化组织内部核心企业相关的深入研究,针对核心企业产生驱动因素的研究则更是空白。

在此背景下,本文以模块化组织中核心企业为聚焦点,针对核心企业产生动因展开研究,致力于将理论界关注点引向模块化组织内部,尤其是向核心企业层

收稿日期:2013-07-03

基金项目:国家自然科学基金项目(70872085,71272048)

作者简介:吴昀桥(1984—),男,湖北公安人,同济大学经济与管理学院博士研究生,研究方向为模块化组织与核心企业能力。

面拓展,以期一方面奠定模块化组织中核心企业研究基础,另一方面推动整个模块化组织理论深化与体系化,进而有效提升模块化组织理论的实践与应用价值。

1 模块化组织外部环境驱动

模块化组织中核心企业的产生同模块化组织所处外部环境有着紧密关系。可以说,在一定程度上,经济全球化、市场需求差异化与多样化及企业市场竞争态势等组织外部市场环境因素,催生出了模块化组织中的核心企业。此外,科学技术、信息技术的快速发展又为模块化组织中核心企业的成长提供了有利条件。

1.1 经济全球化

经济全球化是不可逆转的发展趋势。在交通、信息、通讯等技术领域突破性发展的推动下,全球经济交叉更为频繁、关联更为密切,进而促使企业竞争演变为全球性市场竞争,企业发展转变为基于全球范围的资源优化配置,企业获取资源的难度与成本持续提升,面对的竞争程度不断增强。因此,企业再难以仅靠自身获取并维持其竞争优势,这客观上推动了企业专业分工的细化与企业间相互协作的持续展开。但分工细化与相互协作依赖于相对合理的内部规则和相对稳定的内部结构,在现实需求驱动下,核心企业的出现就成为必然。其作为模块化组织领导者,通过制定内部规则与稳定内部关系,实现模块化组织的持续发展与整体竞争优势的有效提升,进而使得各成员企业(成员模块)实现其独立面对市场时难以获得的持续发展。

1.2 市场需求差异化与多样化

市场需求是模块化组织发展的动力源,组织所提供的产品或服务只有符合市场需求,才能有效实现其内部价值和外部价值的有效融合。因此,对市场需求的快速反应成为了模块化组织的关键任务。伴随着市场发展,消费者更趋理性化且对市场要求日趋提高,主要表现在以下几方面:对产品或服务的质量与可靠性要求不断提高。质量和可靠性的提高经分解后主要体现为原料选用、设计水平、加工精密、外观要求等各具体生产环节水平的提升;对产品或服务的个性化要求不断增多。消费者日趋理性,期望通过购买行为对产品或服务提供者持续施加影响,以更好地满足自身需求;对服务水平要求不断提升。消费者不再将购买活动视为一次性的市场行为,对产品售后服务及其持久维护的要求越来越高^[14]。

市场需求的差异化与多样化加剧了市场竞争程度,使得单个企业难以承受此种市场压力。因此,市场环境客观上推动了模块化组织的产生,并促进了核心企业的形成。核心企业在模块化组织中具有信息中枢特性,其关注市场需求的动态变化,及时捕捉市场需求并进行专业化解构,进而分配给各成员企业(成员模块)以便展开生产工作。在此过程中,核心企业专注于

市场需求的获取与分解,成员企业(成员模块)专注于专业领域生产,这种模式有效缓解了企业竞争压力。

1.3 市场竞争态势变化

在经济全球化时代,资源配置呈现出全球化特点。基于此,企业间的市场竞争逐渐演变为企业群间的市场竞争,即模块化组织间的市场竞争。此外,顾客需求趋于个性化、敏捷化,产品或服务替代品增多、生命周期持续缩短,资源获取难度与竞争性加强等因素,使得模块化组织间的竞争覆盖资源、区位、顾客等领域,并且竞争日益激烈。此种竞争态势的变化使得模块化组织在市场反应、资源获取、需求分解、任务执行、内部协作等方面面临着越来越高的要求,客观上需要一个领军企业对模块化组织进行统一指挥。

1.4 技术快速发展

科学技术将产品或服务不断推向复杂化与高技术化的发展模式,使得一种产品或服务的最终产生通常需涉及诸多领域知识。但伴随着经济全球化背景下企业专业分工的深化,致使单个企业难以胜任产品或服务从研发到投产、营销及售后服务等流程的全部工作,驱使其同具有细分专业化优势的企业展开合作,这种合作的建立与维持客观上需要某种力量推动和管理,核心企业应运而生。此外,信息通信、计算机网络等技术的快速发展,使得核心企业能在全球范围内建立和管理专业化成员企业(成员模块)间的协作关系,实现资源配置与能力互补全球化。

2 模块化组织内部需求驱动

模块化组织内的核心企业与成员企业(成员模块)都是具备法人地位的独立企业,企业间不存在行政隶属关系,二者是一种领导与被领导关系,并非传统的强制性行政控制。基于成员企业(成员模块)的“被领导”特性,核心企业的出现正是成员企业(成员模块)间有效协作并实现结构相对稳定的现实需求。可以说,核心企业的产生是基于模块化组织的内在切实需求,主要包括组织稳定需求、组织效益需求和组织核心竞争力需求^[14]。

2.1 组织稳定需求

成员企业(成员模块)间建立的合作关系往往以契约协议方式存在,这种纯粹的契约关系使得其相互合作难免会受到诸多不确定因素影响,如市场不确定性、契约履行不确定性等,进而使得相互间的合作行为存在较大不稳定性,机会主义行为在某种程度上似乎难以避免。在此前提下,核心企业的出现有效解决了内部稳定性问题。

核心企业通过制定内部规则,明确组织内部结构与成员企业(成员模块)间关系,并通过契约与非契约相结合的方式对组织内部进行治理,以契约为基础形

成核心企业同成员企业(成员模块)及成员企业(成员模块)间的合作关系,以非契约治理方式形成对这种合作关系的重要保障,即非契约方式使成员企业(成员模块)对内部规则有更加系统的认识且明确组织内声誉、信任的重要性,以及机会主义行为所孕育的巨大风险,进而使得组织内基于契约形成的合作关系得以稳定。因此,核心企业的产生是模块化组织保持内部相对稳定及成员企业(成员模块)间实现有效协作的客观需要。

2.2 组织效益需求

模块化组织是经济全球化背景下市场竞争日趋激烈的产物,企业为获取市场竞争优势,将自身重心聚焦于其在某细分领域具有专业化优势的核心业务上,并通过同其它具有细分领域专业优势的企业合作,以获取整体效益提升。因此,模块化组织内成员企业(成员模块)间合作关系建立的动力源是通过实现整体效益最优以使自身效益最大化。但由于组织内机会主义风险的存在,使得成员企业(成员模块)在合作过程中具有很强的自我保护意识,导致组织内部资源在企业间难以实现优化配置,对模块化组织造成严重打击,进而可能会出现组织整体效益“ $1+1<1$ ”的局面,以致组织瓦解。基于此,核心企业在模块化组织中的作用就显得非常重要,其通过控制组织内的机会主义行为,对组织内资源展开系统整合,并形成成员企业(成员模块)间协作的有力保障,使得模块化组织能发挥出最佳整体性能、获取最优整体效益。

2.3 组织核心竞争力需求

核心竞争力是企业自身在生产及服务中所拥有的技能与知识的综合,其具有一种或多种技能处于细分竞争领域的领先地位。此外,这些技能又能给消费者提供具有某种排他性的特殊利益。模块化组织核心竞争力建立在组织内资源有效整合的基础上,是通过市场竞争反映出组织所拥有的技术、管理、产品、服务及文化等领域的整体综合优势。在模块化组织中,成员企业(成员模块)基于自身专业优势形成核心竞争力,并通过同组织内其它企业合作形成资源与专业互补,促使组织整体核心竞争力持续提升。而在成员企业(成员模块)间资源与专业的互补过程中,其预期成效的实现有赖于在一个领军企业指导下,互补过程有序、合理、持续地展开。因此,核心企业产生是模块化组织整体核心竞争力提升的实际需要。

3 核心企业核心素质驱动

在模块化组织外部环境与内部需求的驱动下,核心企业出现成为必然。但怎样的企业才能成为核心企业,或怎样的企业才能成为组织领导者,随即成了一个急需解决的问题。本文认为,核心企业之所以能成为模块化组织的核心与领导者,其自身所具有的相对于

成员企业(成员模块)的异质性资源或“天赋”至关重要,其所拥有的异质性资源或“天赋”在很大程度上保障了组织运行目标的实现。本文将核心企业所拥有的异质性资源或“天赋”界定为核心素质以便理解,将其定义为由企业行业影响力、创新能力、市场地位、商业信誉和协调能力等因素共同作用所形成的内在综合素质。

3.1 核心企业行业影响力

企业运行的目的是追逐利润,故当成员企业(成员模块)作出成为模块化组织成员并接受核心企业领导的决定时,必然会重点考虑其预期收益的持续性与可实现性,只有预期收益具有巨大吸引力,其才会选择成为某模块化组织成员,否则会选成为其它具有更高预期收益的模块化组织成员。因此,核心企业必须具有足够的行业影响力与业务规模,才能充分吸引成员企业(成员模块),进而出现成员企业(成员模块)对核心企业的追随,使得核心企业领导力得到持续强化,最终以核心企业为主导的模块化组织才能逐渐形成。

3.2 核心企业创新能力

日趋激烈的竞争环境使产品或服务的使用寿命周期逐渐缩短,致使市场对企业研发能力的要求越来越高。在此背景下,核心企业需具备较强的创新能力,该创新能力可细分为两块:一为拥有产品或服务中的核心技术,并能够对其持续升级;二为能整合各分散创新元素并引导、协调整体研发的具体工作。可以说,基于核心企业的创新能力,其市场竞争优势才有可能持续保持,通过整合成员企业(成员模块)创新元素以保证整体创新最优的结果才能实现,进而才能使成员企业(成员模块)对其依赖性持续增强,最终确保模块化组织的相对稳定与有效运行。

3.3 核心企业市场地位

核心企业在市场竞争中的核心优势越明显,其市场地位就越高,进而对成员企业(成员模块)影响力越强,对组织外企业吸引力也越大。核心优势往往以核心企业产品或服务的市场占有率来体现,市场占有率高,说明核心企业在市场中具有较强的获利能力,将产生巨大的市场竞争优势,进而形成对成员企业(成员模块)的凝聚效应。这一方面使得在模块化组织产生时,核心企业对成员企业(成员模块)具有更为广泛的选择权,另一方面使得模块化组织产生后,运营过程更加稳定,此外,还使得模块化组织能根据市场环境及成员企业(成员模块)能力的变动,对成员企业(成员模块)进行筛选与重组,以确保组织运行的有效性。

3.4 核心企业商业信誉

模块化组织中核心企业同成员企业(成员模块)及成员企业(成员模块)相互之间合作持续展开的重要基础是信任。因此,核心企业具备优良的商业信誉一方

面能给成员企业(成员模块)极大信任感,另一方面能在成员企业(成员模块)中形成示范效应,从而为模块化组织的有效运行打下牢固根基。可以说,如果核心企业的商业信誉丧失,将可能对模块化组织产生毁灭性打击。故核心企业优良的商业信誉对模块化组织内各种合作关系的稳定与持续具有重大影响。

3.5 核心企业协调能力

模块化组织松散耦合的内在结构,以及成员企业(成员模块)独立法人实体的现实,使得组织内可能会产生信息不对称和“搭便车”等隐患因素,进而诱发成员企业(成员模块)的机会主义行为,形成对组织运行的严重破坏。因此,核心企业必须具备强大的协调能力,能系统识别组织内风险因素,并通过制定内在规则对成员企业(成员模块)的生产运营展开有效协调与管理,进而促使组织整体效益持续提升。

4 结论与展望

通过研究模块化组织中核心企业产生动因发现,核心企业的产生有其历史必然性,是组织外部环境、内部需求及自身核心素质共同作用的产物。经济全球化、市场需求差异化与多样化、市场竞争态势演变和技术快速发展等组织外部环境,客观上形成了对核心企业的强烈需求,而组织稳定、组织效益和组织核心竞争力等组织内部运行要求则直接催化了核心企业的产生。此外,行业影响力、创新能力、市场地位、商业信誉和协调能力等核心企业所需具备的核心素质形成了对核心企业明确的要求与标准,直接推动了核心企业的出现。在以上各种因素的综合作用下,核心企业得以应运而生,使得模块化组织能最终建立并形成组织运行的充分保障,进而产生强大的整体效应,引导组织运行目标有效实现。

本文通过探索性研究,对模块化组织中核心企业的产生形成了清晰认识,但该研究仅仅只是对模块化组织中核心企业展开体系化研究的第一步。本文认为,无论是从系统化模块化组织理论研究,还是从提升模块化组织理论实践指导意义的角度出发,现阶段都急需在以下几方面对模块化组织中核心企业展开持续深入的研究:核心企业的本质是什么?核心企业需具备哪些关键能力?核心企业的成长模式如何?核心企业的成长将对模块化组织的战略行为带来何种影响,特别是这些战略行为将对模块化组织和整个行业(产业)带来怎样的冲击与影响?在模块化组织发展的不

同阶段,核心企业分别具有怎样的作用方式?等等。

本文期望通过对模块化组织中核心企业产生驱动因素的研究,发挥引导作用,并以此为基础,对上述问题一一展开针对性研究,促进模块化组织中核心企业理论体系逐渐形成,并推动整个模块化组织理论研究系统化,提升理论与实践意义。

参考文献:

- [1] 青木昌彦. 模块时代:新产业结构的本质[M]. 上海:上海远东出版社,2003.
- [2] SIMON H A. The sciences of the artificial[M]. Cambridge MA: MIT Press,1969.
- [3] CARLISS Y BALDWIN, KIM B CLARK. Design rules: the power of modularity[M]. Cambridge MA: MIT Press, 2000.
- [4] LANGLOIS R. Modularity in technology and organization [J]. Economic Behavior Organ,2002(49).
- [5] K ULRICH. The role of product architecture in the manufacturing firm[J]. Research Policy,1995,24(3).
- [6] SANCHEZ R, MAHONEY J. Modularity flexibility, and knowledge management in product and organization design [J]. Strategic Management Journal,1996(17).
- [7] MELISSA A SCHILLING. The use of modular organizational forms: an industry-level analysis[J]. Academy of Management Journal,2001,44(6).
- [8] HENRY W CHESBROUGH. Open innovation: the new imperative for creating and profiting from technology[M]. Cambridge Massachusetts: Harvard Business School Press, 2003.
- [9] 郝斌,任浩, ANNE-MARIE GUERIN. 组织模块化设计:基本原理与理论架构[J]. 中国工业经济,2007(6).
- [10] 徐宏玲. 模块化组织价值创新:原理、机制及其理论挑战 [J]. 中国工业经济,2006(3).
- [11] MELISSA A SCHILLING. Toward a general modular systems theory and its application to inter-firm product modularity [J]. Academy of Management Review,2000,25 (2).
- [12] MIKKOLA J H. Modularity, component outsourcing, and inter-firm learning[J]. R&D Management,2003,33(4).
- [13] 任浩,郝斌. 模块化组织运行机理的整合性架构研究[J]. 同济大学学报:社会科学版,2009(2).
- [14] 卢松泉. 供应链核心企业生成机理研究[D]. 武汉:华中科技大学,2008.

(责任编辑:李用辉)