

企业边界 文献总结

MIT-Plato 团队

[1] 论无边界企业

李海舰，原磊

《中国工业经济》

摘要：传统经济学认为企业是有边界的，企业的边界在于边际成本等于边际收益之处。本文认为，随着信息技术的发展，企业边界可趋于无穷。这是因为，在信息经济条件下，企业随着边界扩张，边际成本递减、边际收益递增，边际成本曲线和边际收益曲线无法随着企业规模的扩大而相交于一点。对无边界企业来讲，企业边界不再是指物质边界，而是指能力边界，企业边界的大小，取决于自身核心能力的强弱。企业要想成为无边界企业，必须将自身的核心能力打造成价值模块，并融入全球价值网络当中。无边界企业有着不同的具体形式，但是不论哪种形式，都是基于核心能力运作的，价值网络是核心能力的集大成。

关键词：企业边界；能力边界；价值模块；价值链条；价值体系 价值网络

传统经济学认为边际成本递增、边际收益递减，边际成本曲线和边际收益曲线必然相交于一点。因此，企业是有边界的。本文认为，在信息经济的条件下，边际成本递减、边际收益递增，此时边际成本曲线和边际收益曲线无法相交于一点，企业进入无边界的时代。企业是一个能力型组织。对无边界企业来讲，企业边界不再是指物质边界，而是指能力边界。企业要想成为无边界企业，就必须基于核心能力，将自身打造成能力模块，一并融入全球价值网络当中。无边界企业可以分成节点企业和网主企业两种基本形式，但是不论哪种形式，都是基于核心能力进行运作的，价值网络是核心能力的集大成。

[2] 模块化、企业价值网络与企业边界变动

余东华，芮明杰

《中国工业经济》

[摘要] 随着信息技术的发展,传统的集合型价值链发生以价值模块为基础的解构、整合和重建,形成具有差异化竞争优势的模块化价值链。不同企业的价值模块和模块化价值链在共同的界面标准内交叉连接、融合贯通,形成企业价值网络。企业价值网络集聚各成员企业的优势资源,将各能力要素协同在一个无形的网络平台上,通过不同组织模块间的协作、创新和竞争,能够产生新的竞争优势,使成员企业共享模块化经济、增强自生能力。企业价值网络的形成和拓展推动了企业边界的渗透和融合,导致企业有形边界与无形边界的分离。

[关键词] 模块化; 价值链; 企业价值网络; 企业边界

随着价值模块的整合、价值链的解构和重建,基于模块化的企业价值网络逐渐形成。企业以价值模块化为基础,对自身价值链进行整合,融入企业价值网络,能够分享网络内成员企业的优势资源和技术创新成果,增强企业核心竞争能力和抗风险能力。同时,企业价值网络为企业融入全球价值链、参与全球竞争提供了新的平台。在模块化时代,企业竞争力的大小,不仅取决于自身价值链,而且取决于企业是否融入企业价值网络以及对自身所在的企业价值网络的理解和适应,企业之间的竞争已经演变成企业价值网络之间的竞争。企业价值网络的形成和拓展,改变了传统的企业边界理论,企业边界更趋模糊,有形边界和无形边界分化的趋势更加明显。由于企业并购面临诸多风险与困难,大型跨国公司通过构建企业价值网络的形式来扩大企业能力边界,正在成为一种新的时尚。在经济全球化浪潮中,中国企业如何应对模块化挑战,如何通过将核心能力要素模块化融入全球企业价值网络,如何主动构建以自身为核心企业的企业价值网络参与国际竞争,需要理论界和实业界共同关注和思考,也是作者进一步研究的兴趣所在。

[2] 模块化时代企业边界变动研究

曹江涛, 苗建军

《中国工业经济》

[摘要] 以往研究大多基于定性分析和案例分析来研究模块化对企业边界变动的影响,较少见到运用数理模型的分析。本文在分析模块化时代企业边界的性质、企业边界变动的方式和原因的基础上,建立了企业模块化的数学模型,并运

用成本曲线法对模块的分解与整合、替代、去除、增加等模块化操作做了解释。结论认为，在模块化时代，企业边界变动的实质是围绕企业核心能力模块进行的一系列模块化操作。

[关键词] 企业边界； 模块化； 模块化操作； 成本曲线

模块化时代，企业边界变动的实质是围绕企业核心能力模块进行的一系列模块化操作。模块化企业调整边界的过程就是首先找出自己的核心能力模块，通过多次模块化操作对企业内部资源和外部市场资源进行优化配置，把企业的优势资源集中于具有巨大潜力的核心能力模块，并逐步构建企业具有比较优势的核心竞争能力。可见，企业通过模块化操作进行边界调整的战略目的，是把企业的各种能力模块重新整合，使企业在隐性知识、资源、产品、顾客和服务等方面的核心优势更加突出，以获得更强的竞争力。在知识经济时代的背景下，模块化和模块化操作已成为企业打造核心竞争力、适应自身发展和市场需求的重要战略手段。模块化企业之间竞争已不仅是单个企业内部生产系统的竞争，而是包含不同模块的多个企业组成的模块网络之间的竞争。融入模块网络的企业不断地与其他企业进行优势互补的合作，所引致的互补效应提高了企业对技术和快速变化市场的适应能力，增强了企业的竞争力，扩展了企业的能力边界。而且，网络组织结构有利于技术的扩散和知识的传播，能使企业更好地利用系统环境中不断涌现的新信息，促进系统设计规则的不断改进和完善，保证了企业竞争力的动态提升。因此，在模块化时代，仅依赖于降低成本和技术进步扩大企业的规模边界已不能使企业保持其市场地位，企业必须通过融入更多、更大的网络，不断实现与其他企业优势互补的合作来扩展企业能力边界，才能获取持续的竞争力。

[3] 企业边界的渗透与模糊

蒋 峦， 蓝海林， 谢卫红

《中国软科学》

摘要：本文首先对国内外有代表性的企业边界理论进行了回顾与评述，认为企业边界理论的发展表现出由注重企业外部边界到与内部边界的并重；由静态的企业边界观到动态的企业边界观的变化趋势。在此基础上，本文重点探讨了企业

外部边界与内部边界的渗透与模糊趋势。

关键词：企业边界；外部边界；内部边界；渗透与模糊

[4] 企业边界的多种变化及其原因

刘东

《中国工业经济》

摘要：企业边界普遍发生着显著变化。探索企业边界变化的原因有助于对企业性质的进一步理解。企业边界可以由企业内运用知识的规模决定，也可以由交易效率与生产效率的相对比较决定。信息技术节约交易费用，因而强化了企业间按照生产效率的分工，而知识交易效率的低下，导致越来越具有知识经验仓库性质的现代企业扩大着边界。交易费用论作为分析方法，对解释企业性质仍是有效的。

关键词：隐性知识；要素契约；商品契约；契约组合

(1) 企业边界的某种变化只是一种现象，这一现象并非与特定行业的性质有必然联系，也并非与特定生产技术类型相联系。除了必须满足成套设备的规模经济要求，即技术意义上的规模经济要求外，即使在同一种行业中，企业仍可以在不同方向上调整其边界。

(2) 企业边界的变化是由企业性质引起的。企业的性质在企业边界变化中可以得到充分显现。科斯、威廉姆森等人都是从企业合并等企业边界变化的现象入手研究企业性质的。因为，在企业组织处于静态时，其性质不容易被观察。当企业发生了扩大或缩小的变化时，人们就可以通过观察分析它扩大或缩小的原因，发现其根本性质。本文分析揭示出，有效运用隐含知识是导致某些企业扩大的主要原因，而传统意义上所说的生产（即制造活动）中的分工协作并不一定要求在企业组织中进行。也就是，科斯当年反驳的以分工协调来说明企业存在的理论，得到了否定。在市场的范围变大，行业的规模变大以后，以企业集群方式来实现制造活动中的分工协作更为有效。制造和交易的规模经济使得企业之间分工带来的制造成本的节约会超过交易费用的增加，而这种结局又会反过来促进交易效率的提高。

(3) 企业边界变化的方向是由起支配地位的企业性质决定的。目前，理论界关于企业性质的解释有多种，这些相互区别的企业理论并不是对立的，而是相互补充的。它们反映了企业性质的多元性。至于各种企业理论之间是否可以统一，以及以哪一种理论来统一，这个问题还需要专门研究。目前至少可以说，企业的各种性质，例如：以要素交易替代商品交易避免直接对要素定价，以节约交易费用的性质；隐含知识有效运用的性质；作为市场的制造者，通过执行创造性的交易，提高生产和交易效率的性质等！，都是客观存在的，相应的理论也都有存在的理由。但是，在不同行业，或在企业的不同发展阶段，起支配地位的企业性质有所差别。有的企业，导致其边界变化的根本原因是，有的企业则是“或”。不同企业性质对企业规模和边界的要求是不同的。从隐含知识充分发挥作用的角度看，企业需要扩大边界，但是从其他性质，例如，性质！来看，并不需要这样做，于是就发生集团公司扩大而下属企业缩小等反向的边界调整。这样，集团公司作为隐含知识的载体以大规模充分发挥作用的同时，成员单位则仅作为要素契约的集合，以小规模有效地执行着日常运作。于是，企业在两个层次上分别保证了组织的有效性。性质！所要求的企业规模是较为有限的，因为在一个较为有限的规模内，就可以充分实现要素交易相对于商品交易的优势。企业的规模太大，容易引起“大组织病”，弱化市场激励。也就是说，企业规模过大以后，要素契约的相对优势必然下降。特别是当技术进步引起交易费用降低后，要素契约相对于商品契约的优势就更减弱了。

正是在这样的背景下，除了在集团公司和企业网络意义上的企业边界扩大了以外，实体企业的平均规模下降了。正确分析导致企业边界变化的原因，把企业边界变化看做是对商品契约和要素契约的重新选择与重新组合这样一种理论，对于企业制定正确的组织发展战略有重要的启示和指导意义。主要有以下几点：

一是由于每一个生产阶段中要素契约与商品契约的相对优势是不同的，因此，企业有必要对各个环节这两种契约形式的相对优势进行充分论证、评估和比较，然后决定是扩大企业边界还是缩小边界。例如，在产品选择和技术开发阶段，更多地涉及到隐含的管理知识和技术知识的运用，相应的设计开发和品牌管理工作就应该尽量保留在企业内部。而在制造环节，则应该尽量通过模块化设计，充分利用虚拟企业和企业网络的形式来实现分工合作，发挥其他加工制造企业专业

化和低成本的相对优势。

二是企业应该全面地看待并发挥组织在整合价值链和协调市场中的作用，将注意力从注重企业实体的扩大，转向企业支配力的扩大，注重通过缔结和实施超市场契约来扩大自身在价值链中的影响力，并通过对价值链中其他企业的协调和协同来增强自己的品牌和市场力。而对一些小企业来说，则应该利用以有实力的大企业为核心的企业网络，通过加入某个稳定的分工合作系统，来赢得发展机遇和市场份额。

三是企业在制定自己的组织发展规划时应该采取谨慎扩张的策略，应该尽量利用市场中已经存在的生产能力，避免在开发和建立新项目时追求“大而全”或“小而全”。处于生命周期不同阶段的企业，组织的主要作用和性质是不同的。因此，企业应该在不同阶段采取不同的组织策略，立足于主要生产环节的规模优化，以生产环节的规模优化带动企业的规模选择。

总之，企业必须摆脱传统的组织发展战略和扩张重组的一般思路，从根本上意识到企业不仅是生产主体，而且是交易主体。特别是在信息技术促进、推动社会生产的组织构造发生了重要和急剧变化的时代，企业的任务就更不仅是狭义的生产，而在于对交易的创新，也就是要实施创造性交易，要构思、制定和实施精巧的契约。企业应该以契约选择和契约组合的观点来看待和制定组织战略，而不是拘泥于企业的有形边界。