

■经济管理

论企业持续发展的几个问题

任 华, 徐绪松

(武汉大学 商学院, 湖北 武汉 430072)

[作者简介] 任 华(1977-), 女, 湖北武汉人, 武汉大学商学院管理科学与工程系硕士生, 主要从事技术经济及管理研究; 徐绪松(1946-), 女, 湖北武汉人, 武汉大学商学院管理科学与工程系教授, 博士生导师, 主要从事复杂科学研究。

[摘 要] 面对知识经济的冲击, 面对激烈竞争的压力, 企业的生存和发展受到严重的挑战。要使企业长久发展, 就必须使企业创新, 增强企业的竞争优势以及有效地进行危机管理。从思想观念、制度管理、技术革命和企业文化等方面进行改革和创新; 从控制成本、强化竞争机制, 开发人力资源、优化组织职能、发展外部合作等着手增强企业的竞争优势; 从危机的预防、分析、识别和处理等方面来提高危机管理的能力, 从而使企业得到持续的、良好的发展。

[关键词] 持续发展; 创新; 竞争优势; 危机管理

[中图分类号] F270 [文献标识码] A [文章编号] 1672-7320(2004)01-0038-07

任何一个企业都希望自己能够兴旺发达, 事业长久发展。然而, 在现实生活中, 大多数企业的生存是短暂的, 不能实现其持续发展。据统计, 在 10 年前的《财富》500 强中, 将近 40% 的企业已经销声匿迹; 而 30 年前的《财富》500 强中, 60% 的企业已经被收购或破产。在 1900 年入围道琼斯指数的 12 家企业中, 现在仅存留着通用电气(GE)一家。欧洲以及日本的企业的平均寿命仅仅为 12.5 年。美国的商务部调查报告显示美国每年 50 万户企业诞生, 一年内就有 40% 倒闭, 10 年内倒闭的达到 96%。我国的资料也显示, 我国中小企业的平均寿命只有 3.5 年, 集团的平均寿命是 7 至 8 年。由此可见, 企业的持续发展是一个值得研究的问题。

一、创新与企业的持续发展

在市场竞争日趋激烈的今天, 企业作为社会中活的生命体, 其生存与发展在更大程度上取决于对社会经济变化的识别、把握和适应能力。这种适应能力主要体现在创新能力上, 因为创新给企业注入了新鲜血液, 让企业更有生命力。

(一) 观念创新是企业持续发展的先导

观念创新是企业一切创新活动的前提。观念创新其实就是一场观念革命, 意味着要否定自我, 重新定位, 这也是一个自我反省和自我超越的过程。

观念是属于思想意识的范畴, 它强力地作用并指导着人们的行为, 对企业分析、判断、决策等一系列的市场经营行为起决定作用。可以说, 有什么样的思想观念, 就会产生与之相对应的生产经营行为。传统的计划经济条件下所形成的思想观念, 只能适应于传统的社会经济环境, 而不可能适应现在的市场经

济环境。在市场经济下所产生的企业,在发展市场经济的初期,起到了推动市场经济的积极作用,随着社会的快速发展和时间的推移,其观念也会随之过时。它不仅不会推动企业的发展,而且只会阻碍企业的发展。因此,必须不断地进行观念的创新。观念创新主要有以下几种:

1. 知识管理观念。在知识社会里,创造财富的方式主要的不是取决于机器、设备以及原材料,而在于一种更为重要的资源——知识。建立知识管理的观念带来的部分利益是和节约成本直接相关的,另外一部分利益是让客户发现最佳的机会并最终获得最大利益。知识管理是通过鼓励自由的思想交流推动创新,缩短响应时间来提高客户服务质量。同时知识管理由于认识到员工知识的价值,并因此对他们给以奖励,从而增加员工的保留率以及通过除去多余的和不必要的流程,使运营更顺畅并缩减成本。创造性的知识管理能够在任何业务部门起到提高效率、产量和增加收入的作用。

2. 发展观念。从国家宏观的经济角度讲发展是硬道理,从企业的微观经济角度讲,发展更是硬道理。在激烈的市场竞争条件下,只有发展,企业才有竞争力,才能市场中生存、壮大,否则,企业只有被淘汰的命运。因此,企业必须牢牢地树立发展的观念。从企业的生命周期理论来看,企业都将面对成熟和衰退的时期,企业必然会面对如何选择让企业继续繁荣的道路,那么企业就必须通过技术上、管理上的不断创新,继续挖掘现有的产业领域里的利润空间,同时找到引导企业继续成长的产品和服务,弄清楚客户群的需求以及价值倾向,形成一个强有力的关系网,为企业的蓬勃发展奠定坚实的基础。

3. 竞争观念。市场经济就其本质来讲是一种竞争性的经济,可以说,竞争是市场经济的核心,是市场经济发展的动力,也是市场经济存在的生命。市场经济要求所有的市场经营主体都必须以平等的地位进行竞争,优胜劣汰,不允许任何行政的、权利的和和其他不正当手段的干预,更要避免恶性竞争。如果一个企业没有竞争观念,也就谈不上竞争能力,要想在现代市场经济条件下生存是很困难的。随着经济全球化和信息化过程的加快,企业的发展壮大将更多依赖于把各种分散的技术和管理优势组合成一种新的、更大的协同优势,使各个企业在市场、销售、技术开发、产品更新换代等方面形成相互联结的利益的共同体,做到优势互补,降低成本,增强竞争双方的实力;消除不良竞争可能导致的两败俱伤,促进企业的共同繁荣。合作竞争观念是对传统竞争观念的超越,企业应树立竞争合作观念,强调“双赢”,按照对手与伙伴统一的新观念来审视和调整与竞争对手之间的关系,学会在联手合作中求得生存与发展,为企业发展获得更大的竞争优势和更广阔的空间。

4. 质量观念。在现代社会中,质量问题已经成为越来越重大的战略问题。产品质量的好坏,不仅关系到每个人的切身利益,而且直接关系到企业的生存和发展。随着物资的丰富和人们生活水平的不断提高,人们对产品质量的要求也越来越高。产品的质量不再仅仅是指其产品经久耐用,还应包括技术含量和满足顾客要求。而且,人们在重视产品质量的同时,更重视企业的服务质量。产品和服务质量的好坏体现了人们对企业的信任和依赖程度,企业有良好的质量观念才能树立良好的企业形象。否则,企业的产品将没有市场,企业就无法生存。

(二)技术创新是企业持续发展的核心

企业技术创新是指企业把新技术创造性地应用于生产经营活动,并获得预期的经济效益和社会效益的过程。企业是技术创新的主体,也是推动技术进步和高新技术产业化的主力军。由于科学技术发展的日新月异,技术的生命周期也会越来越短,对于企业来说,就必须不断地用新技术代替老技术,否则,企业同样难以生存。因此不断的技术创新就成为了企业持续发展的核心。

企业的技术创新首先需要解决的是创新战略的选择,主要包括领先创新、模仿创新和合作创新战略的选择。它是解决技术创新的基本原则、主要目标、主要规划等一些带有全局性、长远性和方向性的问题。其中,领先创新战略的难度较大,要求企业有很强的研发能力和大量的研发投入,还需要有很强的市场营销能力与之相适应。对于国内的一般企业来说,选择这样的战略比较困难。相比之下,模仿创新就显示出相对优势。模仿创新是对率先进入市场的产品进行再创新,也就是指企业通过学习和模仿创新者的创新思路和行为进行技术创新。其优势在于回避了 R & D 探索的风险以及降低了市场开发的

险。然而,模仿最大的缺陷就是在技术上终将受制于人,难以在市场竞争中占据主动地位。因此合作创新模式也就成为技术创新发展的一种趋势。合作创新是建立一种技术联盟,是继技术协作、技术联合活动之后最高层次的一种技术合作活动。对中小企业而言,在技术创新的激烈竞争中如果不通过战略联盟的方式进行协同创新,那么企业将很容易失去竞争优势。

技术创新不能脱离市场需求而追求所谓的技术领先,而必须以市场需求为导向。技术创新涉及到从新创意到技术开发、产品研制、生产制造、市场营销以及服务的全过程,如果不以市场为导向,会由于技术创新的失误而给企业带来巨大损失。因此,企业的技术创新在高效益的同时又潜藏着很大的风险。

(三)管理创新是企业持续发展的手段

管理创新是指引进新的管理要素或对管理要素进行新的组合,并对企业各种资源要素整合,从而提高企业的管理效率的创新活动。管理创新涉及的范围十分广泛,其最大的特点就是“全”,即企业需要全体员工进行全方位、全过程的创新,最终获得全面的效益。

管理创新首先从战略创新开始。根据对环境的深入分析,对未来的洞察,以及对自身条件的挖掘,从而确定企业是采取防御战略、紧随战略、进取战略、转移战略、退却战略还是冒险战略。因此,战略创新往往给企业带来转折性的变化。战略创新要注重长远,注重生存发展问题,而不仅仅是眼前的暂时利益。

管理创新的另一个组成部分是组织创新。企业持续发展,就必须打破陈腐的组织结构,建立一个科学的组织体系,使之朝着小型化、扁平化、弹性和网络化的方向发展。企业的组织创新不但能够减少组织的层级,同时可以提供创新活动中最重要的非正式沟通。在企业组织结构中,应减少决策层和内部的管理层,达到精简机构和减员生效的目的。

人力资源管理创新对于整个企业管理创新是十分重要的,只有对人才进行有效的管理,才能充分发挥他们的智慧和积极性。人力资源管理创新一个很重要的内容就是企业要为优秀人才提供良好的工作环境,为每个员工设计出适合员工发展,同时又适合企业未来发展的员工培训计划。有效地提高员工的素质,提高企业整体的竞争力,并且对企业产生良好的远期经济效应。

(四)制度创新是企业持续发展的保障

在竞争激烈的市场中,企业可持续发展的根本动力是知识和技术的创新,而制度是保证企业获得持续发展资源的前提,也是知识和技术创新的前提。制度创新是指为了适应生产的不断发展变化的需要,而必须对企业的组织进行的相应的制度变革。制度创新的核心是产权结构调整和产权关系变化以及激励制度的创新。主要包括产权制度、组织制度、领导制度创新和激励制度创新。

产权制度创新是要把产权的各项权能在不同的产权主体之间进行重新组合,最大限度地提高资源的使用效率,主要是产权关系明晰化、产权结构多元化和出资者承担有限责任等。

组织制度创新是指对企业的组织体系、组织结构、组织形式等进行一系列的创新,以便实现企业的最终目标。企业要在直线式组织、职能式组织、矩阵式组织一系列变革中,建立学习型组织,它是制度创新的组织依托,并能够使企业拥有无限的创造力。

领导制度创新就是要在企业中设立分层次的组织机构和权力机构,明确规定他们各自的职责和相互之间的关系,不同的权力机构要权责分明,各负其责,形成层次分明、相互制约、逐级负责的纵向授权的领导机制。通过领导制度的创新,让权责机制、制约机制和监督机制更为有效。

激励机制最根本的目的是准确诱导员工的工作动机,把企业的目标和组织成员的目标有机地结合起来,使组织的目标和员工的个人目标得以同时实现。薪金激励不再是激励员工的惟一手段,建立员工需要的福利项目,让员工持股,以及事业激励等,都是很好的激励手段。

(五)文化创新是企业持续发展的精神支柱

企业文化就是指企业发展过程中由于长期团结合作形成的一种企业范围内的具有企业特色的意识形态,它是把企业职工凝聚在一起,协调人际关系的道德规范;是指导人们行动的行为准则;是一种具有内在稳定性的反映;也是该企业职工共同心理的精神状态。企业文化的创新要从企业理念、企业精神、

企业形象、企业风俗、企业作风、行为准则以及企业礼仪等方面建立和健全一种崭新的文化风范。文化创新的趋势主要有:

确立双赢价值观的趋势。企业价值观是企业文化的核心,它渗透于企业经营活动的各个环节,支配着从企业家到员工的行为和思想。因此,企业文化创新首先是价值观创新。确立双赢的价值观又是价值观创新的趋势。一个企业只有奉行双赢价值观,才能不断地从合作中获得新知识、新信息,提高自身的竞争实力,从而在激烈的竞争中左右逢源,立于不败之地。

选择自主管理模式的趋势。自主管理模式以先进的文化理念为核心,充分尊重人的价值,注重发挥每一个员工的自主精神、创造潜质和主人翁责任感,在企业内部形成一种强烈的价值认同感和巨大的凝聚力,激发员工的积极性,并通过制度改革,实现员工在企业统一目标下的自主经营和自我管理,进而形成企业创新的动力和创新型管理方式。

重视高科技和“以人为本”的趋势。科技革命和人本身的进步总是相伴而行的,企业创新只有把高科技与“以人为本”密切结合起来,才能提供既有高科技含量又充满人性化的新产品、新服务,才能开拓新的市场空间。否则,企业即使兴盛一时,终究会因受到消费者的冷落而退出竞争舞台。

二、竞争优势与企业的持续发展

企业的发展目标是多元化的,有的追求社会效益,有的追求利润的增长。但是对于企业来说,最基本的发展目标仍然是能够持续经营,持续发展,在创造社会效益的同时,获得最大的经济效益。企业的持续经营和发展必须以企业的竞争优势的获得和保持为基础,使企业在激烈的市场竞争中处于不败之地。

竞争优势是指在竞争中的“有利条件”和“强项”。由于竞争优势是在与竞争对手比较而体现出来的,因此竞争优势是一种比较优势。竞争优势是广泛的,它不仅仅包含了质量优势、产品服务优势和价格优势,还包括企业的管理优势、资金优势、科技与人才优势、文化优势以及企业与外界的合作优势等。如何赢得以及保持企业的竞争优势,可以从多个方面着手。

(一)强化创新机制,创造核心优势

核心竞争优势主要体现在核心竞争力上,它是指企业的产品和服务在市场竞争中的地位和影响力,它反应出企业在产品性能结构、市场定位以及可行的多角化战略方向等方面的状况,这样的优势地位有助于企业取得比竞争对手更大的经营绩效。

企业的核心竞争力在现今的知识条件下,其本质体现在应用知识进行的制度创新、技术创新和管理创新能力上。制度创新是形成企业核心竞争力的重要保证。制度是通过影响信息、资源的可获得性塑造形成,并建立交易规则等方式来影响企业的发展。企业的制度是来自于经济、政治、社会文化、机构等不同领域的参与者相互作用而形成关系网络,与企业、消费者、研究机构、教育体系、政府等相互联系,并且构成了技术创新、管理创新的基础环境。在制度创新的基础上,技术创新就成为核心竞争力的关键。技术创新包括从技术上新的产品、工艺和系统的创造,到设计、生产、第一次使用以及推广等一系列过程。在这个过程中不仅能够产生独特的企业技术能力,创造出具有成本优势的好产品、好服务,也能提高设计人员、生产人员、维护人员、营销人员的各种学习能力,形成独特的,不易模仿的无形资产。同时,管理创新又是强化企业核心竞争力的重要手段。它包括管理理念的创新、管理组织方式的创新、管理手段的创新、管理制度的创新以及管理文化的创新等。管理创新必须以依靠人、激励人、发展人为基础,通过管理组织、管理手段、管理制度等,以获得企业的核心竞争能力。

(二)控制成本因素,获得成本优势

成本优势是最基本的企业竞争优势。企业的产品或服务的营销,无论采用何种竞争策略,都必须保持成本优势。迈克尔·波特在《竞争优势》一书中提到,要想获得成本优势,就需要重构价值链和控制成本驱动因素。重构价值链是指通过对价值链进行分析,来改进价值链的结构,运用价值工程的分析方法

对成本进行控制,以获得并保持成本优势。重构价值链的方法主要是分析不同的生产工艺、自动化程度的差异、建立新的分销渠道、采用新的原材料,以及前向或者后向、纵向整合的重大差异等。

由于决定价值获得的成本驱动因素很多,所以就要对这些因素进行控制,以减少成本。首先要控制规模,选取适当的规模形式,这是获得和保持企业成本优势的重要途径。其次,要利用学习曲线进行管理,保护专有知识,保留骨干员工,以及认真向竞争对手学习,并通过这些学习提高效率从而随着时间的推移降低成本。另外,企业还可以通过找到拉平整个价值链中产量波动的方法,均衡产品的产量,提高平均生产能力的利用率。通过改善利用价值链内部各种价值获得之间的联系,以及改进和利用与供应商价值链之间的纵向联系,使价值链达到最优化,以获得成本优势。

(三)重视人本管理,塑造文化优势

企业的内部凝聚力和外部亲和力是企业竞争力的两个重要方面,而这一切都和企业文化有关。现代企业文化最大的特点就是以人为本,以确立企业价值观为核心内容,追求创新个性化的现代管理新理念、新准则、新规范。

在市场经济的大潮中,企业必须塑造出一种先进的企业文化才能顺应时代的发展潮流,反映鲜明的时代特征,体现社会价值,同时还要迎合消费者的心里,满足消费者的需求,体现顾客至上的宗旨。以人为本的企业文化,能满足人们的精神需求,与企业员工建立共识,维护员工的自尊,为他们营造适宜自我发展的工作环境,使他们产生满足感、成就感和归属感。有助于企业的持续发展。

(四)开发人力资源,建立人才优势

人才优势是企业竞争优势的“源”优势。企业的人力资源是最有价值的资源。开发人力资源首先要发现和挖掘企业内部的人才。企业领导必须企业内部营造一种使每个人都感觉到有用武之地的氛围,让潜在的人才脱颖而出。企业领导也应该增加对人才的了解,发现他们的优势,以利于用其所长。要改变原来的论资排辈、任人唯亲的选才方式,采用客观、公正的选拔人才的方法,将年青优秀的人才放在重要岗位培养和锻炼。企业在培养和用好内部人才的同时,为了事业的发展,还应该广泛的从外部寻觅人才。

(五)发展外部合作,赢得联合优势

当企业在某些方面感觉到力不从心的时候,寻求外部合作,依靠外部力量的支持,可以提高企业自身的竞争实力。所以,对于一些在业内处于弱势地位的企业,应该做出这样的选择。

一般来说,企业之间的合作,可以进行战略合作和文化合作。战略合作是指保持两个合作伙伴之间的核心能力的互补性或者形成协同优势,只有满足合作双方的互补需要,才会形成竞争优势。文化合作往往涉及文化的一致性和敏感性两部分。一致性并不意味着要每一个合作伙伴都拥有相近的文化,而是从差异中学到东西。敏感性是影响合作成败的重要因素。因此,要减少敏感性的成分,增加一致性的部分,使合作双方能够赢得优势,共同发展。

三、危机管理与企业的持续发展

企业在生产经营过程中会遇到各种各样的问题和冲突,当这些冲突发展到一定程度,就会对企业的声誉、经营活动和内部管理造成负面影响,从而演变成企业危机。如果企业出现的危机不能在事前进行预防,事中进行控制,事后进行处理,那么企业的持续发展就成了一纸空文。

企业危机管理是指企业在经营过程中针对企业可能面临的和正在面临的危机,并就这些危机的预防、分析、识别和处理所进行的一系列管理活动的总称。

(一)危机预防

危机管理的关键在于预防,正所谓是防患于未然。虽然危机是任何企业都会遇到的,但是这并不代表着危机不能预防。一般说来,危机事件的发生都与企业自身的行为错失有关,如违反法令、管理失当、产品或服务缺陷等。因此,企业需要通过预防措施来减少甚至杜绝危机事件的发生。

预防危机,首先要有危机意识。企业的任何行为都是通过人的行为来实现的,对企业员工进行危机意识教育和危机管理培训就显得十分重要。其目的就是要企业的员工都明白危机的预防和管理的重要性和必要性,提高员工对危机事件发生的警惕性。其次,企业需要提高员工的生产和服务技能,保证企业产品和服务质量,减少企业自身错失的机会。同时,要培养员工合作与奉献的精神,即与同事合作、减少内部的摩擦;与政府合作,减少企业违反法令的机会;与商业伙伴合作,减少与伙伴的争执与纠纷;与消费者合作,减少消费者对企业的产品和服务的不满情绪;与新闻媒介合作,减少媒介对企业的误解。

预防危机,也需要预警系统。预防危机的关键是对危机的科学预测,这就需要搜集资料,建立信息情报管理系统、利用互联网、采用如模糊决策、神经网络等智能的分析方法,对搜集的数据进行分析和处理,得到有效的预警信息。搜集的危机管理信息资料必须要准、要早、要快。为了达到这个目的,必须企业中设立“绿色通道”,让信息能够快速传递,一旦有紧急情况,各个部门都能够把问题快速的上报给决策者。

预防危机,还要有资源准备。企业一旦发生危机,就需要立即处理,但是在处理危机事件的过程中,是需要大量的人力、物力和财力的。因此,企业应当有以人力为主的资源准备以应对企业危机。

(二)危机的分析与识别

在企业遇到危机的时候,要立即展开调查。企业负责人要召集企业相关人员听取关于危机事件发生的报告。报告一般由一线员工和亲历员工汇报,汇报要求全面、准确、客观。然后就要组织专家,成立危机处理小组,对危机的状况做一个全面的分析,找出产生危机的原因。

一般来说,危机的产生主要有内部原因和外部原因。就企业内部而言,危机主要由以下几个方面的原因引起:(1)企业的管理体制变革与经营机制的转换未能完成;(2)产品的开发、更新速度慢,科技含量总体水平不高;(3)经营管理不善,决策出现重大失误;(4)人才流失严重,没有适当的培训机制和激励机制;(5)没有把握好市场需求,也没有树立正确的营销观念;(6)售后服务质量差等。外部的原因主要有:(1)随着人们消费水平的提高和消费观念的变化,舆论导向发生变化;(2)主管部门宣布关于产品的不利消息;(3)外来企业进入本行业,抢占市场;(4)天气等自然灾害等。

通过对危机产生的内外原因分析,使企业对危机有了更深层次的认识,下一步就要对危机的类型进行识别。在激烈的市场条件下,企业面临的危机主要有:(1)信息危机。市场瞬息万变,消费者对商品的需求也发生变化,企业家必须及时、准确的掌握市场信息,一旦信息失误会给企业带来损失或使企业处于竞争劣势。(2)产品危机。产品的质量、结构,生产经营的程序、技术、布局等方面,与市场需求脱节,使企业产品缺乏竞争力,造成产品积压,蒙受损失。(3)价格危机。一方面企业产品受到替代产品的价格波动等外部因素的影响,另一方面,由于受企业内部定价策略牵制,价格制定偏高,使产品销售困难,造成价格决策失误。(4)商誉危机。企业在组织生产经营过程中,由于产品售后服务、商品合同恪守、广告宣传、公关活动等方面失误和处理不当,损坏了企业的商誉,引起公众的信任和支持危机。(5)资产危机。在企业遭受到意外事故,人为失职和破坏造成企业资产损失。(6)人才危机。企业的骨干人才跳槽,而带走本企业的业务关系和经营机密,或者不辞而别使企业的生产经营活动难以为继,给企业造成巨大损失。对危机类型的分析给企业进行危机处理奠定了基础。

(三)危机处理

针对不同的危机类型,企业应首先进行内部的调整。从企业的制度开始,要建立完善的现代企业制度,抓好四大战略管理(发展战略、技术创新战略、市场营销战略、人力资源战略),并加强对成本、资金、产品质量、售后服务等环节进行管理。同时要加大科技投入,不断开发科技含量高的新产品,狠抓产品质量,遵循产品的生命周期规律,及时进行产品的更新换代;通过适度广告宣传和公关活动正确促销,制定理念竞争策略,开展高水平的CI策划,宣传企业的经营理念。加强企业人员素质管理,全面提高企业人员的综合素质,调整企业的管理团队,引进新的形象良好的高层管理人才,重新树立良好的企业形象。通过一系列有针对性的形象恢复管理活动,充分利用公众对企业的关注力未减弱之前的宝贵时间,改变公众对企业的印象,并增加公众对企业未来的信心,恢复企业的正常发展。

对于企业外部,在危机事件尚未在媒体曝光之前,则必须控制事件的不良影响。在对事件进行充分了解的基础上,必须依据法律,果断处理。在这一阶段,企业可以在合理合法的条件下,做出适当的让步,争取牺牲小利换来事件的快速处理,也可以避免由于危机事件的恶化而使企业声誉受损。如果危机事件已经通过媒介公开并已经造成广泛的影响,企业就应该把危机真相尽快告诉新闻媒体和社会公众。只有公布真相后,才有可能避免公众的各种无端猜疑和流言的产生。诚心诚意才是企业面对危机最好的策略。如果一再文过饰非,则终将自食其果。在某些特殊的危机处理中,如果企业与公众的看法不一致,难以调解,企业要善于借助公证性和权威性的机构来帮助解决危机。因此,处理危机一方面要做到谦虚自责,勇于承担责任,始终把社会公众的利益放在首位;另一方面也要做到坚持原则。只有这样才能使企业控制事态发展,转危为安,持续发展。

[参 考 文 献]

- [1] 王祖成. 世界上最有生命力的管理——创新[M]. 北京:中国统计出版,2002.
- [2] 马仲良,赵弘. 现代企业观念创新[M]. 北京:中国人事出版社,1999.
- [3] 李玉胜,等. 管理从创新开始[M]. 北京:中国经济出版社,2003.
- [4] 邵振玮,等. 管理从制度开始[M]. 北京:中国经济出版社,2003.
- [5] 苏伟伦. 危机管理:现代企业实务管理手册[M]. 北京:中国纺织出版社,2000.
- [6] 罗伯特·希斯. 危机管理[M]. 王成,宋炳辉,金瑛译. 北京:中信出版社,2001.
- [7] [美] 诺曼·R·奥古斯丁,等. 危机管理[M]. 北京新华信商业风险管理有限责任公司译校. 北京:中国人民大学出版社,2001.
- [8] [美] 迈克尔·波特. 竞争优势[M]. 陈小悦译. 北京:华夏出版社,1997.
- [9] 朱传杰. 试析企业危机管理[J]. 经济问题探索,2000,(6).
- [10] 张成君. 如何构件企业的核心能力[J]. 经济论坛,2001,(17).
- [11] [美] V.K.纳雷安安. 技术战略与创新:竞争优势的源泉[M]. 程源,高建,杨湘玉译. 北京:电子工业出版社,2002.

(责任编辑 邹惠卿)

On Sustainable Development of Enterprise

REN Hua, XU Xu-song

(Wuhan University Business School, Wuhan 430072, Hubei, China)

Biographies: REN Hua (1977-), female, Graduate, Wuhan University Business School, majoring in technology and economy; XU Xu-song (1946-), female, Professor, Doctor supervisor, Wuhan University Business School, majoring in complexity science.

Abstract: In face of the impact of the knowledge economy and the pressure of competition, there is serious challenge for the existence and the development of the corporations. Corporations have to innovate from time to time from idea, system administration and technology revolution; we should enhance the advantage of competition from controlling the cost, strengthening the competition mechanism, exploiting the human resource, optimizing the organization function and expanding external cooperation; carry out effective crisis management from crisis prevention, disposal and restoration to improve the ability of crisis management. So the corporations can have a sustainable and better development.

Key words: sustainable development; innovation; competitive ability; crisis prevention