

# 泰勒與德魯克的生產力革命，如何促成特勞特定位理論的誕生？

泰勒（Taylor）與德魯克（Drucker）的兩次生產力革命，為特勞特（Trout）定位理論的誕生奠定了社會、經濟和競爭的基礎。這兩次革命的巨大成功，最終導致了「過剩經濟」（economy of surplus）與「選擇的暴力」（violence of choice）的出現，迫使競爭重心轉向顧客心智，從而呼喚定位理論作為第三次生產力革命的誕生。

以下是泰勒和德魯克的貢獻如何促成定位理論誕生的詳細說明：

## 第一次生產力革命：泰勒的「科學管理」與知識社會的催生

泰勒（Frederick Taylor）的《科學管理原理》掀起了人類工作史上的**第一次生產力革命**。

1. **提升體力工作者生產力：**泰勒的方法大幅提升了體力工作者的生產力。他將複雜的工藝解構為簡單的零件再組裝，使得即便普通的勞動者也能大批量製造出精密產品。例如，二戰期間美國全面運用泰勒「更聰明地工作」的方法，使得其體力工作者的生產力爆炸式提高。
2. **改變社會階級結構：**隨著生產力的發展，體力工作者的收入大幅增加，工作強度和時間大幅下降，社會地位上升，他們從無產階級轉變成了中產階級，形成了相對穩定與和諧的「橄欖型社會」。
3. **催生知識社會：**體力工作者工時的大幅縮短和平均壽命的延長，使他們有更多的時間轉向教育。教育時間的大幅延長催生了更大的上層建築革命——**知識社會的出現**。到 1959 年，美國靠知識謀生的人口數量已經超過了體力勞動者。泰勒的成就**催生了知識型社會**。

## 第二次生產力革命：德魯克的「管理」與競爭型社會的誕生

為應對知識社會的來臨，德魯克（Peter Drucker）透過《管理的實踐》等核心著作創立了管理學，開啟了人類工作史上**第二次「更聰明地工作」**。

1. **提升組織生產力：**管理學的系統建立與廣泛傳播大幅提升了組織的生產力，使得社會能夠容納巨大的知識群體，並讓他們創造績效成為可能。知識工作者必須藉助**組織**這個「生產單位」來利用知識，德魯克開創的管理學正是讓組織創造出應有巨大成果的關鍵。
2. **促成長期繁榮與穩定：**透過恰當的管理，二戰後的半個世紀，人類享受了長達 70 多年的經濟繁榮和社會穩定，社會各個組織都能有效發揮功能，確保社會和諧。

3. **導致「過剩經濟」與「競爭型社會」：**由於管理的巨大成就，人類在短短幾十年裡從「稀缺經濟」轉變為\*\*「過剩經濟」的「幸福」狀態。德魯克的成就催生了競爭型社會\*\*。在這個社會中，你可以看到一大群管理良好的組織在全球展開爭奪，不同需求之間甚至可以互相替代。這種過剩和競爭的加劇，呼喚著第三次生產力革命的到來。

## 定位理論的誕生：應對心智競爭與「選擇的暴力」

前兩次生產力革命（泰勒的科學管理和德魯克的組織管理）在提升效率和滿足需求方面取得了巨大效用，但這導致了**產能過剩**和**競爭空前加劇**的形勢。

### 1. 競爭重心的轉移：

- 在泰勒的科學管理時代，競爭重心在**工廠**。
- 在德魯克的組織管理時代，競爭重心由工廠轉移到了**市場**。
- 而在新時代，競爭重心已由市場轉移至**心智**。誰能獲取顧客心智的力量，誰就能掌握經濟鏈中的主導權力。

2. **「選擇的暴力」與心智擁擠：**由於產品選擇數量出人意料地增長（例如汽車型號從 20 世紀 50 年代的四種增至約 300 種），加上知識社會帶來的**資訊爆炸**，顧客的心智變得極度擁擠。

3. **定位理論的應運而生：**在此背景下，為組織準確定義成果、化「選擇暴力」為「選擇動力」的**新生產工具——定位（Positioning）**，在 1969 年被特勞特發現，引發了第三次生產力革命。

定位理論的出現，正是為了解決前兩次革命成功所帶來的副作用——即市場上的過剩產品和擁擠的心智。定位的本質就是在**顧客心智（組織外部）中針對競爭對手確定最具優勢的位置**，從而使品牌勝出競爭，贏得優先選擇，這是企業賴以存在的唯一理由。

簡而言之，泰勒革命帶來了知識社會，德魯克革命透過管理知識工作者帶來了競爭社會和過剩經濟，而定位理論則是在此競爭激烈的環境下，為企業提供在顧客心智中獲勝的簡單策略。如果將經濟發展看作水流，泰勒和德魯克的革命就像建造了強大的水壩和灌溉系統，極大地增加了水的流量（生產力），但這也導致了下游的河道擁堵和氾濫（過剩競爭）；定位理論則提供了疏通河道、精準引導水流（心智資源）的工具，以確保組織在激流中仍能高效運作。