

文章编号: 1008-7133(2007)06-0024-03

企业发展的动力——生态位的动态选择

姜小丽, 张信东

(山西大学 管理学院, 山西 太原 030006)

摘要: 主要阐述了企业生态位的选择问题, 并围绕这一中心展开讨论, 首先解释了企业生态位的含义、特征; 其次分析了它的构成要素, 包括: 人力资源要素、企业文化要素、资本要素、科技要素、信息要素及创新要素。提出引入 r 机制和 k 机制, 说明生态位的动态选择将促进企业的发展。

关键词: 生态位; 动态选择; 创新; 生态机制

中图分类号: F272 文献标识码: A

Power of enterprise development dynamic choice of enterprise ecology niche

JIANG Xiao-li, ZHANG Xin-dong

(School of Management, Shanxi University, Taiyuan 030006, China)

Abstract: This paper describes the problem about enterprise ecology niche. With this focus, it explains the definition of enterprise ecology niche, its characteristics, and its constitution factor; for example: human resources factor, enterprise culture factor, capital factor, science and technology factor, information factor and innovation. The paper introduces the dynamic choice of enterprise ecology niche, and the mechanism would promote the development of companies.

Key words: enterprise ecology niche; dynamic choice; innovation; ecology mechanism

1 引言

在经济全球化背景和新的市场竞争态势下, 企业间的竞争不断加剧, 影响企业发展的因素也越来越多。

本文从企业的角度, 分析了企业生态位的组成要素和各自的特点。然后探讨了企业如何对生态位动态选择。实现企业的持续发展。

2 企业生态位的内涵

上世纪 80 年代以来, 生态学的原理逐步向经济管理领域渗透, 并已成为管理界的一个热点。科普作家大卫·布林尼在其著作《生态学》中指出, “生态学家和经济学家研究的往往是同样的课题如资源的可利用度、供求关系、竞争以及为了获得某些利润而投

入的成本等。在自然界, 付出的成本是能量和资源; 而在人类世界里, 要用金钱来偿付^[1]。

生态学中的生态位是物种在生物群落中的地位和作用。具体而言是指在特定时期特定生态系统里, 生物物种与环境及其它物种相互作用过程中所形成的相对地位与作用, 既包括生物物种的时空位置及其在生态群落中的功能作用, 还包括生物物种在环境空间中的位置。与生物物种类似, 企业也处于企业生态环境里, 企业生态环境由企业及其环境构成。环境包括企业所在的社会、政治、经济、文化、自然环境等构成。但企业生态位与生物物种的生态位是不同的, 它是指企业在特定时期特定生态环境里能动地与环境及其他企业相互作用过程中所形成的相对地位与功能作用。企业生态位反映了企业在本行业领域内的发展空间和潜力, 同时也反映了企业在人力、资金、科技、信息等方面的相对位置^[2-4]。

生态学中的生态位与企业生态位之间还有一定

收稿日期: 2007-08-10

作者简介: 姜小丽 (1986-), 女, 硕士研究生;

张信东 (1964-), 女, 教授。

的差异。其对比如表1所示。

表1 企业生态位与生态学中生态位的对比

生态学中的生态位	企业生态位
对象是物种、种群	对象是企业个体
对象是适应其生态位,主动性较弱	对象可以能动地选择适合的生态位,主动性较强
生态位由自然选择实现	生态位由市场竞争和企业主动选择决定
生态位稳定性较强	生态位相对不稳定
生态位具有遗传性	企业生态位可以遗传,也可以由子代学习、复制
生态位的容量一般是固定的	企业生态位可由创新实现扩容

由表1中可看出二者的差异,企业生态位有许多自身特点,它处于多变的 market 环境中,必须发挥企业的能动性,选择适合于自己的生态位,才能实现持续发展。

3 影响企业生态位的要素

企业生态位的确定涉及到很多因素,这些因素的任变化都会引起整个企业生态位的改变,其中一些因素对企业生态位的影响较大,主要包括人力资源,企业文化,资本,科技,信息,创新^[5]。

(1) 人力资源要素 在所有影响企业生态位的要素中,人力资源要素是第一要素。对一个企业而言,人力资源指其所拥有或管辖、在一定时期内可以使用的全体员工的劳动能力。而企业人才资源是指企业人力资源中品德、知识、能力、业绩优秀的员工群体。

如果说科技是第一生产力,那么企业的人力资源就是企业内部要素中的特殊要素。企业的人力资源是一种无法估量的资本,一种能给企业带来巨大效益的资本,因此企业生态位的确定与人力资源的关系极为紧密。

(2) 企业文化要素 企业文化是一种亚文化,是社会文化的一个重要组成部分。企业文化是指在一定的社会历史条件下,企业在长期发展过程中逐步形成和发展起来并为企业员工所普遍认同和共同遵守的企业群体意识、职业道德、价值观念和行为规范。企业文化包括企业管理哲学、企业价值观念、企业规章制度、企业精神、企业道德、企业风尚、企业形象等。

企业文化与企业发展紧密联系,共同发展,相互促进。企业文化是企业核心竞争力的核心,是企业内部凝聚力、外部竞争力的关键,是企业发展的动力之源。作者认为企业的功能大致可分为两个方面:第一,导向功能和约束功能。第二,凝聚功能和激励功能^[7]。

企业文化对企业生态位有重要的影响作用,好的企业文化能够改变一个企业的命运。企业文化可以帮助企业管理者改善它的信息渠道、人际关系和决策的制定,帮助企业创造新的气氛,以适应竞争日趋激烈

的企业环境,具有高度灵活的应变能力。

(3) 资本要素 资本始终是制约企业发展的主要因素,也是企业能否做大做强的重要因素。资本要素是企业资金来源与使用的状态。现代企业仅凭自己积累的资金谋求发展几乎是不可能的。企业必须依靠自身的内部积累和资本市场融资两个方面融资,那么企业就需要具有从资金市场获得发展所需的优质资金的能力,而且企业在不同的发展阶段需要不同形态的资金运作。但资金市场并不仅仅指资金的取得,还包括投资的成熟度、相应法律法规的完善度等等。

资本市场的发育程度对整个社会的企业发展产生至关重要的影响。资本向高利润方向移动,这是资本的禀性,成功的企业必然可获得优质、高效的资本,那么企业的生态空间也可以更宽泛,可以选择更优的生态位。

(4) 科技要素 科技水平决定了产品形态、产品更新发展速度、产业形态、市场竞争形态等,并影响着人类生活方式、文化观念、经济状况。每一次重大的科学技术革命都必将引起生产力的极大提高,新产品爆炸性的增长,新的产业不断涌现,企业和企业生态的突变。

企业科技水平是企业可用的科学技术进行发展的环境。它包括科学技术发展的现状和可能出现的国家和国际的科技政策,竞争对手现有和可能掌握的科学技术等方面;狭义而言,企业科技水平是可利用的科学技术。一个企业的科技水平是指该企业生存能利用的科技空间。

(5) 信息要素 一个企业的信息生态位是指该企业能使用信息与信息技术进行竞争的水平。它包括信息收集、发布、处理、使用等方面的能力,特别是信息资源使用的效果。21世纪,知识成为社会发展的根本力量,信息资源成为组织生存与发展最重要的资源。特别是互联网在全球的开通,引起企业、医院、学校等各种组织经营管理的根本变革。企业可以很方便地在互联网上收集,发布信息,可以利用互联网进行网上经营、进行网上通信、实现网上全球化管理。

(6) 创新因素 创新是企业发展的直接、持续的动力之一^[8]。“创新”的概念最早是由美国经济学家熊彼特提出的。熊彼特认为,创新就是建立一种新的生产函数,即实现生产要素和生产条件的一种从来没有过的新组合,并引入生产体系。后来,一些经济学家从发展经济学的角度认为,创新是为了获得经济和社会效果而创造和执行一种新方案的过程和行为。

在市场经济条件下,企业是创新的主体^[9]。所谓企业创新,就是以企业为主体,以市场为导向,为使企业持续长期发展,对企业的存在方式、经营理念、制度安排、组织机构、经济行为及生产要素进行新的调整

和新的组合的过程或行为。在企业创新活动中,最重要的、对企业发展攸关的是组织创新、技术创新、管理创新,这3个创新是企业发展的最直接的推动力。

企业的组织创新、技术创新和管理创新是企业创新体系中最重要的重要组成部分^[10],三者之间有着十分密切的关系,有时互为前提,有时互为基础,有时互为因果,有时互相促进,有时要同步进行。三者与其他形式的创新协调配合,共同成为推动企业发展的强大动力、不竭动力、直接动力。

4 企业生态位的动态选择

企业的生态位有不同的构成要素,而且不同的要素在不同时期所占据的地位不同。随着各个要素的变化、发展,企业的生态位就应该进行动态的选择,找到适合自身生存和发展的空间。不同的企业有不同的生态位,每个企业需要充分利用现有的资源,并拓展企业的资源,也就是创造出适合企业自己生存的空间。

根据进化过程中的适应机制的不同,引入r机制,k机制。生态对策有r对策和k对策,以及介于其间的对策,而这些对策也适用于企业生态位的选择^[11]。企业在不同的发展阶段应该选择不同的生态机制。要有一定的超前意识,而不要简单模仿。r机制的特点是成长,扩展能力强,但产品(或服务)较为粗放、泛化,竞争能力较弱,存活率低;k对策则成长、扩展能力缓慢,但产品(或服务)具有特色性(比如科技含量高、适用于特殊群体等),竞争能力强,存活率高。

当企业刚进入某个新行业的时候,竞争对手较少,企业处于原始生态位,而顾客对于产品(服务)的认识也并不足,企业此时可以选择r机制,这样可以使企业能迅速成长获得第一桶金。很快地适应自己的生态位;如果选择k机制,则投入很大,如广告、技术、人力等无论是显性投入还是隐性投入都很大,而顾客对这些并不了解,企业就会陷入困境。但随着产品市场的进一步发展,人们对这些产品的认识也较为全面时,会有更多的企业加入该行业。那么竞争会变的激烈,资源的稀缺性就会突显。这样导致大量企业死亡,该行业内生存下来的企业逐渐占据了主导地位。这些企业可能拥有了企业内的核心资源,具有核心竞争力,规模会变大,成为行业内的垄断者。

而顾客此时的需求会增多,对产品的多样化要求会提高,垄断者对于某些环节的忽视和放弃,会导致新的进入者出现。这些企业相对是小而灵活的,它们的r机制减弱而k机制增强。他们是在资源稀缺的条件下生存的。他们必须细化自己的生态位,找到合适的生存空间。这样发展下去,k机制的使用都会达到饱和,而r机制的使用都较少,当产品进入衰退期后,

人们对产品的兴趣降低,使得大量企业倒闭或转行。而剩余的企业对r机制的使用增强。

所以企业在不同的发展阶段要选择不同的生态机制,结合自身的特点寻找合适的生态位。在初期要选择r机制的生态位,在发展时期就要主动地调整生态位,以适应市场环境和自身发展的需求。企业也应该在经济发展的不同阶段,采用不同的竞争机制,当前我国各个行业处于蓬勃发展时期,人们的消费水平增高,需求也更加多样化了。这时k机制对大多数企业就更为适应,而r机制逐渐减弱,企业要根据自身的实力和竞争水平来确定和选择自身的切入点。而不要进行恶性竞争,如价格战、广告战等。

5 结 语

通过企业生态中各因素的发展变化来动态地实现生态位的转换和选择,最终是为了发展企业,带来发展的新契机。当前,中国的经济增长面临继续调整的压力,不仅经济增长模式、GDP增长率面临“换挡”,更重要的是以“十一五”为标志,我国的民企和国有企业都要转换经营思路,重点是抓住新经济增长点,要大力提倡知识和技术的创新,浙江省民企首先迈出了创新之路,他们大力研发高科技产品,掌握了关键领域的核心技术,同时也重视自主知识产权的申请和保护。全国范围内的企业都要抓住时机,并且吸收创新企业的长处,在新的环境里实现企业生态位的动态选择,我们最终期待进步与辉煌。

参考文献:

- [1] 大卫·布林尼.生态学[M].李阳,译.北京:生活·读书·新知三联书店出版社,2003:6-7.
- [2] 闫安,达庆利.企业生态位及其能动性选择研究[J].东南大学学报,2005,7(1):63-65.
- [3] 葛振忠,梁嘉骅.企业生态位与现代企业竞争[J].华东经济管理,2004,18(2):113-115.
- [4] 朱春全.生态位态势理论与扩充假说[J].生态学报,1997(3):324.
- [5] 梁嘉骅,范建平,李常洪,等.企业生态与企业发展[M].北京:科学出版社,2005:214-216.
- [6] 尹艳梅,温和玲.人力资源是企业发展的动力[J].中国农垦,2005(8):52-54.
- [7] 原国栋,翟雪焕.企业文化是企业发展的动力之源[J].现代企业,2005(6):45.
- [8] 田传平.创新是企业持续发展的动力[J].市场与发展,2002(6):38-39.
- [9] 陈光宏.创新企业发展的金钥匙[J].经济管理,2001(21):22-25.
- [10] 郑明身.企业组织创新与竞争力[J].经济管理,2002(11):6-10.
- [11] 许芳,李建华.企业生态位原理及模型研究[J].中国软科学,2005(5):130-138.

[编辑:郝志敏]