

构建企业动态竞争优势的模型研究

蒋宁^{1,2}, 张维¹, 倪玉婷³

(1. 天津大学 管理与经济学部, 天津 300072; 2. 天津滨海综合发展研究院 产业发展室, 天津 300457; 3. 工业和信息化部 办公厅, 北京 100804)

摘要: 在动态竞争环境下, 企业获取竞争优势的基本模式是针对外部环境对自身的资源、能力进行积累和建设, 以适应市场的快速变化, 可持续地获取一系列短暂的竞争优势。通过对传统竞争优势理论总结和比较, 发现市场机遇、产品、资源、企业家才能和资源交换是企业在动态环境下获得竞争优势的五个关键要素。据此构建动态竞争优势的转化模型, 阐述企业应结合外部市场的动态变化对内部核心资源不断地进行评估和识别, 对于缺失的资源可以通过与外界的重新配置来获得, 以维持企业的持久竞争优势。

关键词: 动态竞争优势; 资源观; 系统性研究

中图分类号: F224 **文献标志码:** A **文章编号:** 1009-1971(2010)05-0060-06

一、竞争优势理论回顾

随着信息技术的发展及世界一体化进程的加快, 与以往相比, 企业面临的是一个瞬息万变的市场环境。如果能够及时感受市场中每一个细微变化, 并通过对内部资源的重新识别、占有和配置来抓住其中的机遇, 就能获得超过行业平均利润率的超额租金。反之, 若无视或盲目地跟随市场变化而进行内部资源建设, 就可能导致企业竞争优势的缺失。据此本文拟从企业内部资源建设和外部环境变化两个角度构建动态竞争优势模型, 以期为国内外相关领域的理论界与实践界提供一定的借鉴和参考。

1 静态视角下企业竞争优势理论

传统竞争优势理论假设环境相对稳定, 其中具有代表性的观点是以波特 (Porter) 教授为代表的竞争优势外生论和潘罗斯 (Penrose) 及巴尼 (Barney) 为代表的资源论。外生论强调企业的成功来自于外部环境, 并认为在一个产业中企业内部资源、能力及战略是一样的, 即使有差异, 也

是非常短暂的, 通过既定的战略分析、制定、实施、控制与调整就可以获得持久竞争优势^[1-3]。资源论则认为与企业的外部条件相比, 内部条件对于获得超额租金更具有决定性作用, 即企业内部资源积累是占据竞争优势的关键^[4]。这一理论着重描述了企业内部资源建设, 忽视了外部市场的变化。两种逻辑是在企业内外部相对均衡的状态下研究竞争优势获得问题的, 具有静态性。而在现实中经济局势更多地表现为非均衡状态, 特别是信息技术及世界一体化快速发展的今天, 外界市场环境变化速度的加快将不断降低竞争优势的持久性, 核心资源如不能适应环境发展, 将会造成核心僵化, 抑制企业的发展^[5]。

2 动态视角下企业竞争优势理论

为弥补波特理论和资源论在动态性上的缺陷, 国内外的学者进行了相应的研究, 试图从内外两个角度阐述持久竞争优势的形成。提斯 (Teece)、匹萨诺 (Pisano) 及舒恩 (Shuen) 等提出动态能力理论, 它强调为适应目前激烈变化的外部环境, 企业必须不断获取、整合, 具有能确认内外部的行政组织技术、资源和功能性的能力。动态能力是指在给定的路径依赖和市场位势条件

收稿日期: 2010-08-16

基金项目: 国家自然科学基金资助项目 (70771073)

作者简介: 蒋宁 (1979-), 男, 天津人, 博士后, 助理研究员, 研究室主任, 从事产业经济、金融工程、物流与供应链研究; 张维 (1958-), 男, 天津人, 学部主任, 教授, 博士生导师, 从事金融工程研究; 倪玉婷 (1981-), 女, 江苏江阴人, 硕士, 从事产业经济学研究。

下,不断获取新的竞争优势,理论分析的单元不仅是笼统的资源,而且是有利于维持动态的组织过程转换资产状况和获得资源与能力的路径^[6-7]。国内学者项保华认为,企业竞争优势应从内部资源与外部市场、主观解释和客观资源两个层面进行研究,并分析如何通过内部与外部资源分配、交换和重新整合以获得竞争优势^[8]。芮明杰从企业内外两个角度提出构成企业竞争优势三个因素:产业洞察力、系统能力及运行能力^[9]。宁建新更加清楚地表明了这一思想,他提出通过扫描分析和发现环境变化时所产生的市场机会,并以此提升和弥补原有企业资源与能力的缺陷,使企业的核心能力与市场机会相匹配^[10]。

综上所述,企业内部资源的选择、获取及整合应与环境紧密地联系在一起,外部市场环境往往决定了资源的可得性和适用性,环境的需求往往决定了资源的选择和获取方式。结合外部市场的动态变化来对企业内部核心资源的识别与重新配置就显得极为重要,经常性的对核心资源进行评估和识别,内部拥有的加以利用,内部没有的可以通过与外界的重新配置来获得,以维持

企业的持久竞争优势。

二、构建企业动态竞争优势形成的模型研究

1 动态竞争优势概念的提出

动态竞争优势是指企业在竞争性的市场环境下,以产品作为外部市场与企业资源的连接纽带,动态的根据市场机遇对企业物质(M)、信息(I)、资本(C)、知识(K)四种内部资源进行识别,对于缺失的核心资源,通过与外部的交换,以最大限度地满足客户的要求,在最短的时间内获取在同行业内出众的业绩,赚取超过同行业平均利润率的超额租金。企业应从内部资源、外部市场环境及动态变化三个方面考虑动态竞争优势的获得,系统模型主要由市场机遇(外部环境)、基础资源(内部环境)、产品(内外部连接点)、企业家才能(企业高阶资源)、资源交换(资源累积)等五个关键要素和市场机遇识别、核心资源辨识和资源的重新配置等三个模块构成,如图 1 所示:

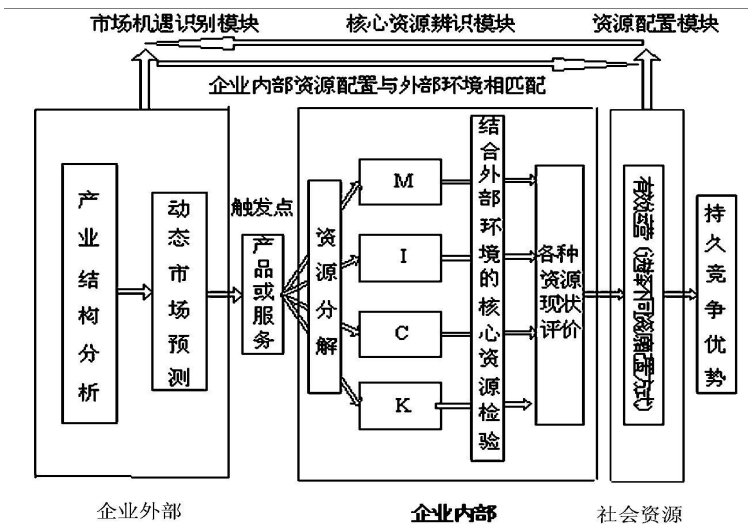


图 1 动态竞争优势运作的系统模型

在市场机遇识别模块中,根据产品产业结构分析及对动态产品市场的预测,以产品市场信号作为识别点,发现未来市场机遇。在核心资源辨识模块中,针对潜在市场机遇对企业内 M I C K 四种资源进行特性检验,辨识企业所需要的核心资

源,评价企业内现有资源是否能满足发展要求,对于缺失的核心资源,借助资源配置系统与外部企业进行交换,以最快速度、最低成本抓住潜在市场机遇,满足外部需求,借此在快速变化的市场环境中维持企业的持久竞争优势。

2 模型中五个关键要素的简要描述

(1) 市场机遇要素

潘罗斯指出在现实中,企业经营失败比成功更加普遍,但总有部分企业生存并成长,这些企业恰恰是成功利用市场机会的群体^[11]。藤本从企业演化的角度指出丰田公司组织能力与惯例的演化与发展是企业快速成长与获取竞争优势的关键,而这种组织能力是经由组织学习、市场适应性调整的主动选择与外部环境的自然选择而逐渐形成的^[12]。普拉哈(Parahan e)在竞争大未来中提出“只有当公司懂得如何去控制产业的命运时,它才能控制自己的命运”。企业对产业的洞察力或者产业远见是形成企业核心能力的立足根本。现阶段,市场竞争愈加激烈,企业为获得竞争优势应更加紧密关注外部市场的变化。

(2) 产品要素

产品会在销售时产生收入,为企业获取超额租金,是竞争优势的物质载体。同时,产品要素也是连接企业内外部的纽带,一方面可以通过产品在市场的表现衡量企业内现有资源与能力运用情况,另一方面产品在市场中的表现也可以为企业传递未来市场变化的信号。徐二明曾指出,累积、开发和运用能力以进行产品和服务创新决定了企业的持续竞争优势^[13]。企业要想获得和保持竞争优势,就必须及时地掌握最终产品在市场中的销售情况,并通过持续创新维持竞争力。

(3) 资源要素

资源是形成企业最基本的组成元素,也是企业形成竞争优势最基本的要素,处于企业层级的最底层。同时资源是显性的,如设备、资本、技术专利、品牌等都可以通过在市场交易明确价值。能力则是对各种资源开发、利用、整合的一种隐性的能力,是一种凌驾于具体资源之上的抽象核心能力,无法交易定价。以具体的资源要素代替抽象的能力要素,较为容易衡量。

(4) 企业家才能要素

萨伊(Say)在《政治经济学概论》中将企业家定义为“将所有生产资料集中在一起,并对所有的资本、所支付的工资、利息和租金,以及属于他自己的利润进行分配”的人^[14]。马歇尔(Mashall)在《经济学理论》中指出,企业家是组织、管理企业并承担风险的人。熊彼特认为企业

家发挥的是管理或决策的作用。企业家本质上充当着市场机会发现者、协调整合者、风险承担者及创新者等多种角色,其中创新、交易及协调这三种功能对竞争优势的获得起着关键性的作用^[15]。

从必要条件来讲,企业家才能是核心资源,一旦失去,企业的其他资源及能力将无法发挥正常功能,甚至会失去市场价值。因此在企业生存、发展及竞争优势获得方面,企业家始终发挥着引导和决定作用,也正是在企业家能力作用下,通过资源整合创造了竞争优势。正如熊彼特所说,企业家是经济发展的发动机和力量源泉,是企业获得竞争优势的重要因素之一。

(5) 资源交换要素

资源依赖理论提出任何企业都无法通过自制来获得竞争优势,正确的方法应是关注企业的外部资源,通过资源交换来获取企业所需核心资源。然而在市场环境变幻莫测的现代社会中,企业通过自身现有资源已无法快速、充分地满足社会需求。资源交换强调的是“不求所有,但求所用”的思想,利用网络化经营的模式,快速地与外界交换各自所缺少的核心资源是未来企业获得竞争优势的主要手段。

三、企业动态竞争优势模块的构成与描述

1 市场机遇识别模块

产品与市场具有对应的关系,一种产品对应于一个特定的市场,企业在生存和发展的过程中能否获得竞争优势关键在于自身产品是否具有广阔的市场前景,能否通过市场微小的变化抓住稍纵即逝的机遇,以便在未来发展中得到巨大的市场份额及利润。因此评价未来企业生存和发展应从产品与市场开始,建立相应的市场信号指标,自动将产品的各种市场变化反馈给企业,使企业以最小的投入发现好的市场机遇。企业机遇识别模块主要包括产业发展潜力、产业盈利潜力、企业盈利潜力、企业市场占有率四个信号指标,并以此为依据,建立三维的产品市场机遇识别决策矩阵,分辨企业发展的绝对产品市场机遇、相对产品市场机遇及非产品市场机遇。如图 2 所示:

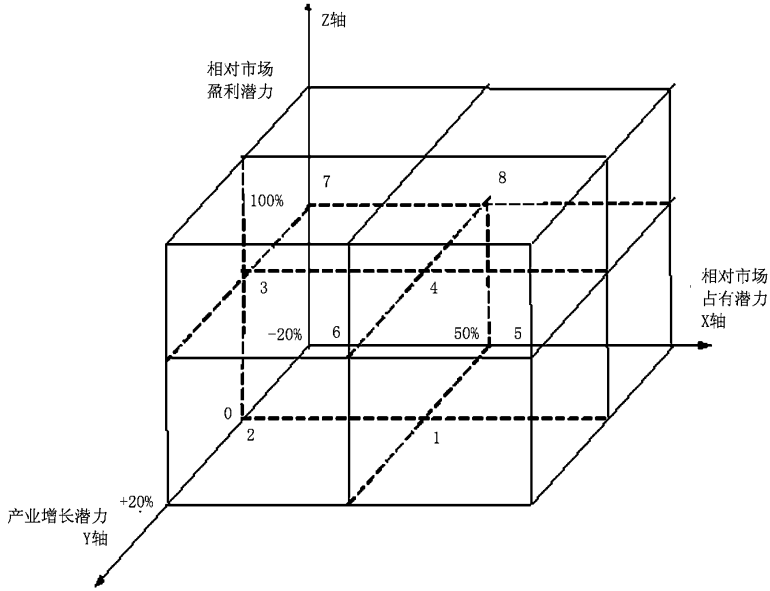


图 2 市场机遇识别决策矩阵

在识别决策矩阵中, X轴代表企业相对市场占有率潜力, Y轴代表产业增长潜力, Z轴为企业相对利润潜力。在 X轴、Y轴及 Z轴的取值范围内形成八个象限, 象限一代表高产业增长、高市场份额、低盈利区; 象限二代表高产业增长、低市场份额及低盈利区; 象限三代表高产业增长、低市场份额及高盈利区; 象限四代表高产业增长、高市场份额及高盈利区; 象限五代表低产业增长、高市场份额及低盈利区; 象限六代表低产业增长、低市场份额及低盈利区; 象限七代表低产业增长、低市场份额及高盈利区; 象限八代表低产业增长、高市场份额及高盈利区; 根据产品所处的不同区域, 可以按照绝对产品市场机遇、相对市场机遇及非市场机遇区分产品市场机遇的特征, 以决策哪些产品将成为企业未来新的发展方向。

2 核心资源辨识模块

市场机遇识别系统可以为企业发现潜在的市场机遇, 将未来竞争优势发展的外部表象作为一种信号传递给企业。但很多企业却在拥有大量资源的情况下, 在市场机遇面前显得手足无措, 他们很清楚产业结构及竞争对手的情况, 却无法改变企业下滑的势头, 只能无奈地跟随或旁观其他企业不断创造新的竞争优势。这说明他们只是看到了企业竞争优势缺失的表面征兆, 并

未探究企业内部产生这一问题的根源。为了获得对症的药方, 医学研究人员会对病人的各个器官或者系统进行深入地探讨及研究。对于企业而言则是针对市场份额和利润率的变化, 触发对企业内部资源进行深入辨识和探讨, 发现潜在的能使企业获得持久竞争优势的核心资源, 并分析哪些资源对于企业未来的发展起到了阻碍的作用。正确分辨和使用核心资源可以使企业降低运营成本、提高运营效率, 获得超额租金。据此本文采取收益性、竞争性、不可模仿复制性、可控性及战略性等五个特性作为划分核心资源的标准^[16]。

(1) 资源的不可模仿复制性

不可模仿复制性是指竞争对手无法替代或复制企业的资源。具体说就是当一家企业模仿(复制或替代)另一家企业资源和能力时, 将遇到较大成本劣势。资源观的主流观点提出不可模仿复制性是企业形成竞争优势最关键的因素, 只有具有不可模仿复制性的资源才能被认为是核心资源。

(2) 资源的收益性及竞争性

收益性是指外部顾客给企业带来的收益必须大于资源获得的成本, 追求获得收益与成本之间差值最大化几乎成为任何企业的本能, 也正是这种最大化的意识, 才使得企业的运营成为必要。竞争性是指资源对企业竞争力的重要程度,

由于资源的稀缺性与企业需求欲望的无限性, 竞争将永远存在, 在优胜劣汰的无情市场法则面前, 保持高度的竞争力关乎企业是否能够生存发展的问題。

(3)资源的可控性与战略环境性

可控性是指资源可以被企业所控制或支配, 企业通过外包或合作的方式可以获得外部的优势资源, 形成竞争优势。但这种竞争优势是短期的, 随时可能离开企业, 并带来更大的损失, 不属于核心资源, 因此对核心资源可控性辨析是非常必要的。

战略环境性是指资源是否与企业所处的环境相匹配, 是否符合企业中长期发展的战略目标。企业能否获得长期的竞争优势, 已不单纯取决于企业拥有异质性资源的多少, 或是自身战略实施或制定的如何, 而是取决于资源能否与企业现阶段所处的环境相匹配。同时, 更为关键的是通过对企业资源的不断识别及重新配置以使资源不断地适应外部的战略变化使企业眼前利益与长远发展相平衡。

在核心资源辨识过程中, 除考虑五种特性外, 还应注意只有当几种资源互相作用的时候才能产生有价值的产品或服务, 应以相互作用的几种资源为整体进行分析, 如操作人员使用设备可以输出产品, 医生可以通过医疗设备为病人服务等。同时, 产品是企业各种资源相互作用的产

物, 是资源使用效率的外在表现, 也是企业与外部市场的联结点, 应围绕五个特性, 从产品的角度对核心资源进行辨识。

3 资源重新配置模块

资源依赖理论为企业与外界环境的资源配置模式提供了良好的理论基础。威尔森 (Wilson) 等人通过聚类和分析的方法提出在企业运营过程中, 依赖外部资源较多的企业在各方面的发展更为迅速^[17]。乔格拉卡 (Joglekar) 等人建立了一个资源配置策略矩阵用来描述动态系统中资源配置的策略, 运用控制理论模型作出资源配置的预先决策, 从而降低复杂性^[18]。张智勇等人认为网络化制造系统可按市场机遇将原本分散的技术资源、人力资源、管理资源迅速集结成一个临时的制造实体, 对市场需求作出快速反应, 生产物美价廉的产品或提供优质的服务, 是快速集成制造资源的有效形式。李维华等提出全面资源运营理论, 分析了资本运营与资源运营的异同, 提出了未来的资源配置应从封闭的资本运营向全面开放的资源运营发展^[19]。

沿着这一思路, 我们提出资源运作模式进行资源的重新配置, 资源运作模式是指以物质 (M)、信息 (I)、资金 (C) 及知识 (K) 等四种要素流有效的集成为基础, 强调基于组织网络进行内外部资源交换, 利用自身的相对优势资源, 撬动外部资源以获取持久的竞争优势。如图 3

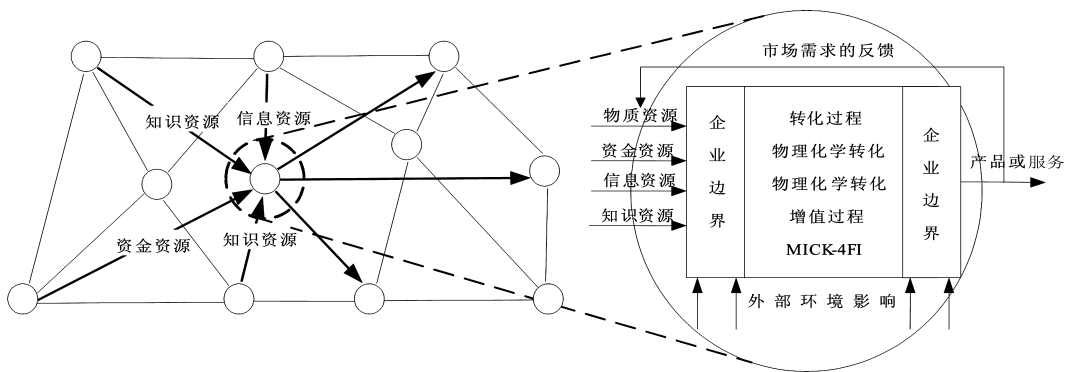


图 3 基于 MICK 网络化资源运作模式

企业 (图中右端) 作为一个系统将各种资源作为输入转化为能够令消费者满意的产品或服务。这一过程不仅包括加工、制造、组装等资源型形态上的物理转换, 还包括资源在地理位置以及非物质形态的增值转换。在图左边的各个分

别表示网络中的每一个企业, 企业自身与网络中的各个节点企业以网络化经营的形式存在。资源运作强调的是不求所有, 但求所用。这种不以资源所有权为最终目的的模式可以使企业在最短的时间内整合所需的资源, 以适当的成本有效

的利用所需资源,抓住稍纵即逝的市场机遇,在短期内获得竞争优势,赚取超额租金。

本文主要从动态环境对企业提出的挑战入手,在对传统竞争优势理论进行比较分析和评价的基础上,研究了动态环境下企业竞争优势获得的关键因素,构建动态竞争优势获得的模型,并对模型中的市场机遇识别模块、核心资源辨识模块和资源再配置模块进行了分析总结,以期对相关领域的理论界与实践界提供一定的借鉴和参考。但企业动态竞争优势问题是一个复杂的系统工程,涉及方方面面的因素,关于更加深入的研究还有待进一步探讨。

参考文献:

- [1] [美] 迈克尔·波特. 竞争优势 [M]. 北京: 华夏出版社, 2003 55-60
- [2] 陈昕. 企业成长理论 [M]. 上海: 上海人民出版社, 2007: 101-105
- [3] BARNEY. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage [J]. Journal of Management 1991, (17): 99-110
- [4] 林祥. 企业核心资源理论与战略 [M]. 北京: 人民出版社, 2004 (8): 77-81.
- [5] HEATHER. Resource Leveraging Via Networks by High-Technology Entrepreneurial Firms [J]. Journal of High Technology Management Research, 2002, (13): 45-62
- [6] SUBBA P N, NARASMHA. Strategy in Turbulent Environments The Role of Dynamic Competence [J]. Managerial and Decision Economics, 2001, (22): 201-212

- [7] TEECE, PISANO G and SHUEN A. Dynamic Capabilities and Strategic Management [J]. Strategic Management Journal 1997, (18): 509-533
- [8] 项保华. 战略管理 [M]. 北京: 华夏出版社, 2001 (5): 89-93
- [9] 董震. 竞争优势生成与优化机制 [M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2003 (9): 40-43
- [10] 宁建新. 我国企业核心竞争力的组合与构建 [J]. 经济管理, 2001, (12): 12-18
- [11] 毛蕴诗. 公司重构与企业持续成长路径 [J]. 中山大学学报: 社会科学版, 2005, (5): 73-80
- [12] FUJIMOTO. The Evolution of a Manufacture System at Toyota [M]. Oxford Oxford University Press 1997 69-73
- [13] 许可, 徐二明. 企业资源学派与能力学派的回顾与比较 [J]. 管理学前沿, 2002 (2): 10-17
- [14] [法] 萨伊. 政治经济学概论 [M]. 北京: 商务印书馆, 1998 70-76
- [15] [英] 马歇尔. 经济学原理 [M]. 北京: 华夏出版社, 2005, (1): 230-234
- [16] 赵道致, 蒋宁. 基于资源基础观的企业竞争优势形成研究 [J]. 中国地质大学学报: 社会科学版, 2007 (9): 67-71
- [17] HEATHER, WILSON IM. Resource Leveraging Via Networks by High-Technology Entrepreneurial Firms [J]. Journal of High Technology Management Research, 2002, (13): 45-62
- [18] JOGLEKAR. Product Development Resource Allocation with Foresight [J]. European Journal of Operational Research 2003, (160): 72-87
- [19] 李维华. 企业全面资源运营理论 [M]. 北京: 机械工业出版社, 2003 (9): 5-10

Establishment of Dynamic Competition Advantage Model for Corporations

JIANG Ning^{1,2}, ZHANG Wei¹, NI Yu-ting³

(1 Management School Tianjin University, Tianjin 300072, China 2 Industrial Development Room, Tianjin Binhai Comprehensive Institute, Tianjin 300457, China 3 General Office Ministry of Industry and Information Technology of the PRC, Beijing 100804, China)

Abstract Under the circumstance of dynamic competition, the fundamental model of acquiring competitive advantage is to win a series of short-term, sustainable competitive advantages through accumulating resources and abilities aimed to external environment. Through summarizing and analyzing the traditional competition advantage theory, we find that market opportunity, product resource, entrepreneurship and exchange of resource are key factors to obtain competitive advantages, and accordingly we establish a systemic model of gaining dynamic competition advantages. Companies should distinguish and evaluate internal resources to maintain competition advantages.

Key words dynamic competition advantage; resource-based view; systemic research

[责任编辑 王 春]