

主题研究: 演化思想在企业成长研究中的运用

基于生态位的企业演化机理探析

钱 辉¹, 张大亮²

(1. 浙江大学 城市学院, 浙江 杭州 310015; 2. 浙江大学 管理学院, 浙江 杭州 310027)

[摘 要] 企业生态位是一种基于企业与环境互动的客观存在, 它描述了企业与环境互动所形成的一种共存均衡状态。企业演化的实质是处于环境中的企业从一种状态向另一种状态的变化, 这种状态的变化是由企业与环境之间的互动而产生的。企业的演化过程与企业生态位的形成过程存在着一致性, 这两个过程从不同角度对企业与环境的关系进行了解释, 可以说是同一事物的两个方面。运用生态位分析框架对企业演化进行研究, 首先需要寻找出企业和生态位环境的构成要素, 然后建立相应的匹配模型, 最后根据匹配模型进行企业分析, 并由此对企业演化进行解释。

[关键词] 企业生态位; 企业演化; 演化机理

[中图分类号] G64 **[文献标志码]** A **[文章编号]** 1008-942X(2006)02-0020-07

企业演化及其机理研究是近年来企业理论研究中一个新的发展方向, 该研究强调企业与合作的互动均衡, 因此更加契合当今快速变化环境中企业发展的理论与实践诉求。企业生态位理论关注企业与合作的关系变化, 其研究内容与企业演化研究具有较强的互补关系。本文正是基于企业生态位的视角对企业演化机理的一种初步探索。

一、企业生态位概念

生态位理论的基本思想有两点: 第一, 生态位理论研究生物种群在生态系统中的空间位置、功能和作用; 第二, 生态位理论反映了生态系统的客观存在, 它是生态系统结构中一种秩序和安排。

现代企业生态位理论认为, 企业本身具有一定的固有属性^[1], 这种属性是企业的一种客观性质, 是由客观环境系统整合而成。这些性质主要表现为企业内部生态结构、资源特征、产品性质、生产能力、客户对象等。企业的固有属性是客观的、相对稳定的, 是企业的本质。同时, 企业所处的环境也具有明显的资源空间要素特征, 如需求、人力资源、生产资源、技术状态、制度等。企业存在于环境之中, 两者就不可避免地存在互动关系, 由此也就产生了一种关系状态, 这种关系状态被称作企业的生态位。

简单地讲, 企业生态位是一种基于环境资源空间特性和企业固有性质互动的客观关系定位, 是企业与环境互动匹配(适应)后所处的客观状态(见图 1)。企业生态位表达了企业与合作之间所形成的一种共存均衡状态, 它主要包含两方面属性: 一是宏观生态环境在生态位层面的延伸与渗透, 是环境的终端, 形成生态位环境(又称小生境); 二是企业向外作用的起点, 是企业行为延伸的

[收稿日期] 2005-06-27

[本刊网址·在线杂志] <http://www.journals.zju.edu.cn/soc>

[作者简介] 1. 钱辉(1973-), 男, 浙江大学城市学院商学院工商管理系教师, 管理学博士, 主要研究方向为企业战略与企业演化; 2. 张大亮(1963-), 男, 浙江大学管理学院企业管理系教授, 主要研究方向为顾客理论与企业变革。

直接作用物,是企业与环境互动的发生场所。

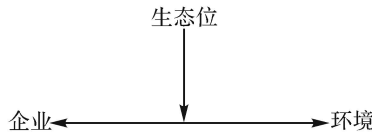


图 1 企业、企业生态位、生态环境关系示意图

从宏观层面看,生态位是企业复合生态系统环境的中间层。企业所处的整个生态环境构成一个企业复合生态系统,这个复合生态系统可以理解成三个关系圈的集合(见图 2)。其核心圈是企业,构成该复合系统的生态核;第二圈是企业活动的直接环境,即生态位,可称为企业生态基础圈;第三圈是包括企业种群在内的企业生态系统,可称其为生态库。生态位包含于企业生态库之中,是生态库的一个构成单元。

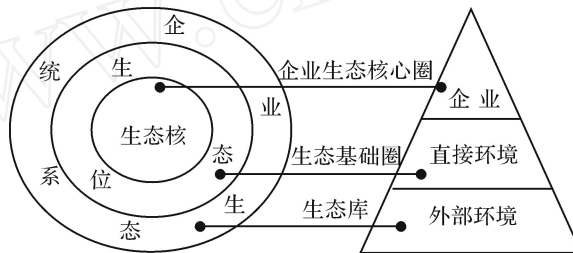


图 2 企业复合生态系统结构示意图

从中观层面看,生态位是企业生态环境中的客观存在,是企业客观与环境客观的交汇点(见图 1)。可以把生态位看作是企业生态网络中的一个个节点(见图 3)。一方面,企业生态系统中由于关系网络的交叉必然产生众多的节点,节点是企业生态网络的一种构成形式,节点是客观的;另一方面,企业填充网络中的节点,以实现在生态系统中存在的目的,企业的存在可以强化某些节点的存在,企业的消失也可以弱化(甚至抹杀)某些节点的存在。从性质上看,现实中企业填充的节点是实节点,暂时没有企业填充的节点为虚节点。

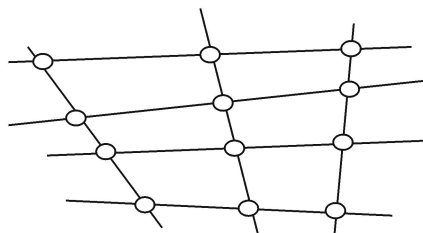


图 3 企业生态网络及节点(生态位)示意图

从微观层面看,生态位是环境对企业的直接外包,是每个企业生存发展所依赖的小环境,它不仅与企业接壤的环境终端层,同时又是企业一切外延行为的出发点。从空间位置上看,这种小环境是企业所处的生态大环境(生态库)中与企业紧密接触的那部分,它是环境中直接影响企业的因素,它直接作用于企业,并承受企业直接的互动反馈,是企业活动与环境互动的直接受力和反作用物。

1984年,我国著名生态学家马世骏、王如松提出了复合社会生态系统的概念,从而将生态位的研究从一般的生物种群系统推演至人工生态系统的“生态位”领域,可参见马世骏、王如松《社会—经济—自然复合生态系统》,载《生态学报》1984年第1期,第1-9页。本文借鉴了其中的观点。

二、基于生态位的企业演化研究

企业的演化从来都与环境有关。企业演化理论认为,企业演化的实质是处在环境中的企业从一种状态向另一种状态的变化,而企业演化的过程就是企业在环境中的“变异—检验—保留与衍行”的过程,或者说是环境对企业的“自然选择”过程^[2]。也就是说,企业演化是由于企业与环境的互动而产生,企业本身变化与行为的改变以及环境相应的“挑剔”反应形成了企业实际上的演化状态。企业在与环境的调整中,不仅实现了自身的定位变化,也表现出了一种演化的形态。因此,企业的演化过程与企业生态位的形成过程是一致的。

企业与环境好比是跷跷板的两端,两者的互动就是不断进行的跷板游戏。企业本身或行为的改变,或者环境的变化,均会引起跷跷板的不稳运动,两者通过不断地互动角力,寻求着一种共存的平衡,这就形成了演化的过程。而企业生态位就像这个跷跷板的支点,企业与环境的平衡博弈,也是支点位置的摆动和稳定过程,从而形成了生态位的变化过程。可见,这两种过程描述的内容在本质上是—致的,是从不同角度对同一事物的观察和解释,也可以说是同一内涵的两个不同表现形式。

但是,一个事物的两个方面也会呈现出一定的差别:演化的思路是以时间序列为纽带对企业与环境的互动分别进行分析,并最终因果循环的形式把两者的行为联系起来;而生态位的研究则是试图把企业与环境之间的互动纳入一个空间框架中进行考察,在一个模型内观察两者相互影响及发展的规律,即生态位研究把企业的构成要素与环境中的关键要素在生态位框架内进行匹配,分析它们之间的匹配变化情况,并以此研究企业与环境的互动规律。

运用生态位框架对企业演化进行研究,首先需要找出企业和生态位环境的构成要素,然后建立相应的生态位匹配模型,最后根据匹配模型进行企业行为分析,从中探寻出其演化的特点和规律。

三、企业及其生态位环境构成

虽然当前学术界关于企业的构成众说纷纭,尚未形成一种共识,但有一点已经逐渐清晰起来,即企业可以看作一种生命体,其构成必然包括物质基础与精神境界两个方面(见图4)。企业的物质基础是以资源为主要特征的企业实体方面的内容,其特点是有形、实际,表现出一种显性的状态;企业的精神境界是以企业文化为主要特征的企业思想方面的内容,其特点是无形、虚置,呈现出隐性的特质。

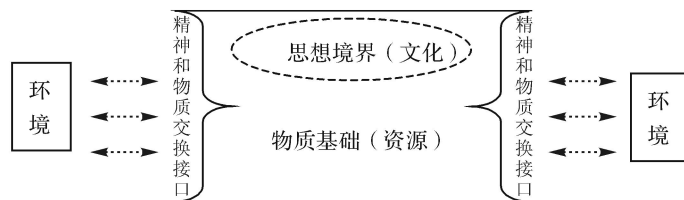


图 4 企业构成示意图

有关企业生态环境的构成,一般认为基本上由地理位置、资源需求、技术、制度、法规、政治、顾客特征、竞争状况等因素决定^[3]。Potter(1980)提出的企业竞争五力模型,概括了企业竞争环境由同行企业、供方、买方、替代品厂商、互补品厂商、潜在进入者等要素构成。梁嘉骅等^[4]把企业生态环境分为三类:即经济生态、社会生态、自然生态,等等。综合以上环境要素及生态环境构成观点,可以看到,环境中与企业直接接触的对象主要包括要素资源、客户、信息、其他利益相关者、社会规

制等,这些企业的直接外包环境要素基本可归为四类:即需求、资源、技术和制度,它们构成了企业生态位环境因子。在此基础上,可以建立企业生态位环境模型,如图 5 所示:

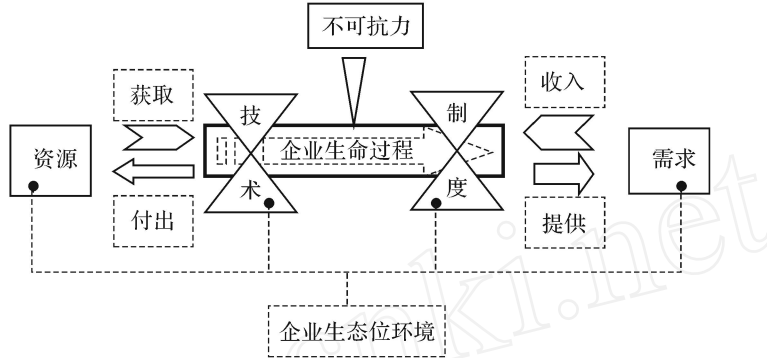


图 5 企业生态位环境因子模型

其中,资源和需求为企业提供了生存的土壤,它们作为利导因子引导着企业发展的方向;技术和制度是企业运动过程的催化剂,它们像企业自组织流程中的调节阀,控制和过滤着流过企业的物质流和信息流的流量,以此来促进和限制企业的发展;另外,还存在着一些难以预测的不可抗力因子,这些不确定因子包括自然和社会等多方面因素,虽然它们发生的概率很小,但对企业生态系统的风险也不可忽视,它们就像一枚楔钉,会突如其来地打破企业的自组织平衡,造成灭绝性灾难。以上这些因子共同作用,形成了企业的生态位环境。

四、生态位匹配模型

根据企业的性质以及生态位的构成特点,可以构建生态位匹配模型,以考察企业在生态位系统中的演化规律。匹配系统由六个基本要素构成:即(内部)资源、文化、(外部)资源、需求、技术、制度。它们之间形成了两个层次的立体互动网络,具体形态可用图 6 的钻石模型来展现:

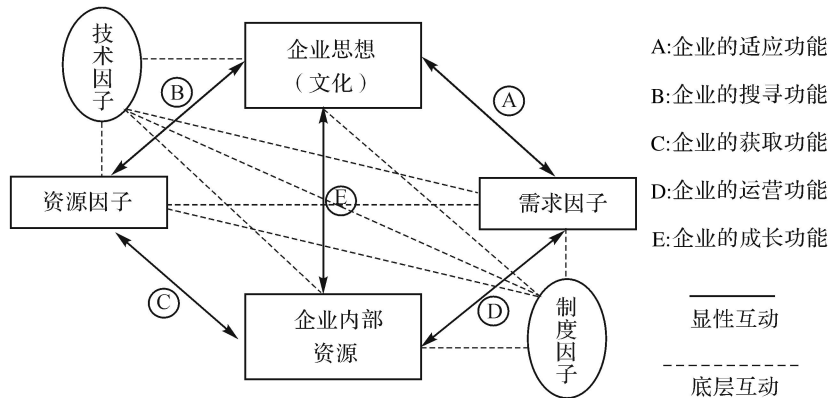


图 6 企业生态位匹配钻石(网络)模型

A. 环境需求—企业思想(文化)的互动。满足需求是企业的基本功能,也是所有企业活动的起点。该过程是企业思维活动的开始,企业通过对环境需求的判断与认识,为后续的各种行为与活动提供方向和依据。在这一过程中,首先是发现顾客需求,包括顾客特征、偏好等;其次要辨别顾客需求的空间和时间,然后根据需求状况做出规划,以指导后一步的行动。企业的这一过程互动,反映了企业对环境的适应功能,体现了企业应对需求变化的能力。

B. 企业思想(文化)—环境资源的互动。该过程是上一过程(A)的延续,也是下一过程(C)的准备阶段。在该过程中,首先是对满足需求所需资源的搜寻与判别,包括对技术和制度条件的搜寻与评估;其次是对资源等条件的衡量;最后是这些条件的获取和创造方案的选择。企业在这一过程的互动,反映了企业在环境中搜寻资源的功能,体现了企业的战略眼光和创新能力。

C. 环境资源—企业内部资源的互动。这是企业和环境之间的资源转化过程,该过程是企业生产行为的开始,包括资源组织与创造、供应链、外部资源转化为内部资源、成本控制、后勤组织等阶段。企业这一过程的互动,反映了企业在环境中的获取功能,体现了企业物质资源转化的能力。

D. 企业内部资源—环境需求的互动。这是企业的价值转化过程,包括定价、营销、销售、转运、售后等阶段。这一过程的互动,反映了企业在环境中的运营功能,体现了企业价值和能量转换的能力。

E. 企业内部资源—思想(文化)的互动。这是企业自身的内化与成长过程,通过物质与精神的互相促进与结合,以促进企业能力的有效发挥、企业文化的生成、共同价值观的培育,从而实现企业的生存与发展。当然,如果企业在上面前四个过程中无法实现能量和物质的净流入,这种组织内生态过程反过来也可能导致企业的萎缩或衰落。这一企业内化过程的互动,反映了企业自身的生长功能,体现了企业自身提升和扩张的能力。

网络关系的第一层次是由(内部)资源、文化、(外部)资源、需求四个因素互动构成的五对矛盾运动,它们直接展现了企业的生存状态,也体现了企业生存发展的五个基本功能,描绘出了企业演化的过程形态,其互动结果显而易见并可进行直接的衡量,因此可称之为显性互动。从活动性质来分,A、B过程主要是企业的思维活动过程,A、B相互衔接;C、D过程主要是企业的物质转化活动过程,C、D相互呼应;E是企业的内化过程,它是一个包括思维活动和物质转化活动在内的综合过程。从企业活动构成过程来看,A过程是企业思维活动领域的逻辑起点;C过程是企业物质转化活动的逻辑起点。C是D的前提和基础,A是B的指导和方向。

网络关系的第二层次是由第一层次的五对矛盾运动与技术、制度因子构成的更为复杂的互动关系。这一层次的互动反映了企业得以生存发展的深层次原因,它对上一层次互动的运行路线和互动程度起到了强烈的调节和催化作用,为企业的持续发展提供了源源不断的动力或冲击。由于处于底层,这一层次的互动结果不能直接表现出来,衡量较为困难,虽然可以通过第一层次互动的效果间接进行检验,但具有时间的滞后性。这一层互动是隐在表面之后的活动,可称之为底层互动。两个层次的网络关系互动,包含着企业与环境之间的主观和客观两种活动过程,体现了企业的自然和社会的双重属性。而在两个层次的网络关系互动下,企业也实现了内外匹配下的动态演化,因此,企业演化的实质也可以描述为在底层互动约束下的五对显性矛盾的运动过程。

五、基于生态位匹配模型的企业演化解释

由生态位匹配模型可以看到,企业演化分为两个层次:五对矛盾的显性互动过程,以及底层互动的过程。它们构成了企业演化的全部内容。

第一层次互动展现了企业三个层面的演化表现形式:企业内部微观层面、企业层面、环境层面的演化。企业内部微观层面的演化主要指企业内部更小生态系统的运动。企业内部也是一个复杂的生态系统,称之为企业内生态环境^[5],它们是对企业内部资源和企业思想所涉及内涵的更细化分解,这些分解要素包括员工、结构、设备、规章制度、信息、理念等,这些要素也存在着演化的特性,构成了另一幅繁杂的生态图景。对这些微观演化运动的研究可以展现企业内部资源以及企业思想更细微运动的规律,揭示企业基因形成、变异、复制的原因与机理。这一层面的演化研究现今已经形成许多专业的领域,如企业惯例理论、企业文化研究、企业知识观、企业能力观、企业资源观等,它

们从不同的角度对企业演化内部机理进行了阐述。

企业层面的演化主要指企业自身发展过程,具体表现为生态位匹配模型中 E 过程——企业内部资源—思想(文化)的互动。这是企业的自组织过程,包括物质积累、思想发育等内容。企业自组织过程是发生在企业及其内部的生态演化活动,企业层面演化是系统内部不同微观子系统间互为因果、相互作用、相互响应的结果。该层面的演化研究主要揭示企业生命过程的发展机理,解释了为什么会出现企业生命现象、企业生命周期以及企业成长等问题。

环境层面的演化主要指企业与环境的“自然选择”互动过程,具体表现为生态位匹配模型中 A、B、C、D 四对关系的匹配运动过程。运动过程中,一方面企业对环境不断地进行着外延摩擦和行行为扰动,另一方面环境对企业行为进行着持续的反应与反馈,形成了生态系统中稳定与失稳的循环运动现象。这些过程揭示了环境对企业自然选择的原因、选择进程以及选择结果的问题。选择由生态位匹配失衡开始,选择过程具体表现为 A、B、C、D 四对矛盾关系的匹配博弈,最后可以达成稳定状态的匹配得以保留,反之则会被淘汰,新的匹配构成了生态位新的状态。

底层互动不直接表现为企业演化的形态,它更多时候是作为一种催化和控制要素参与到企业三个层面的演化当中。总体来讲,生态位匹配模型中的底层互动是企业演化的约束和催化力量,它对企业与环境均有深刻的影响,其影响机理揭示了企业得以不断演化的深层次原因。虽然关于底层互动的机理和规律研究被纳入生态位匹配的框架中,但实际上它属于更深入更专业的基础理论研究领域,如技术创新、制度变迁等,因此不能在生态位匹配模型的单一框架中得到完全阐释。

以上从企业—生态位环境互动的角度,对企业演化机理进行了初步的探索与分析。企业演化是一个复杂的过程,从生态位匹配的视角对其内容进行分解,可以使我们抓住企业演化的实质,确定企业演化过程的实体和外延,使其更易理解和入手研究,从而把相对抽象的企业演化研究具体到了对企业生态位中几对关键互动关系的研究。同时,运用生态位框架在企业与环境的复杂关系中理出一个脉络,并以此为切入点进行深入的、分层次的研究,可为日益发展的企业演化理论提供一种新的研究视角,对丰富和完善企业演化理论起到积极的作用。近年来,有关企业生态位的研究在国内也有逐渐上升的势头,其内容主要集中在概念、类比、构成、评测等方面。如闫安、达庆利^[6]对企业生态位的内涵及其对企业发展的影响进行了探讨,许芳、李建华^[7]对企业生态位的作用原理和相关模型进行了分析与阐述,万伦来^[8]则提出了从企业内部对其生态位能力进行评估的方法,等等。这些均是把生态位理论引入企业研究领域的有益尝试。当然应该指出的是,从生态位的角度对企业演化机理进行研究,本文只是一个初步的探索,有关想法尚不成熟。由于研究刚刚起步,我们现阶段还只能就企业生态位与企业演化的关系提出框架性的见解,有关两者互动关系的更深入的探讨则有待于进一步的研究和严谨的实证检验。

[参 考 文 献]

- [1] HANNAN M T, GLENN R C, LÁSZL Ó P. The Organizational Niche[J]. *Sociological Theory*, 2003, 21(4): 309~ 341.
- [2] WILLIAM P B, ROBERTA B. Evolutionary perspectives on strategy[J]. *Strategic Management Journal*, 1996, 17: 5~ 19.
- [3] GÁBOR P, BART N. Market partitioning and the geometry of the resource space [J]. *American Journal of Sociology*, 1999, 104(4): 1132~ 1154.
- [4] 梁嘉骅,葛振忠,范建平. 企业生态与企业发展 [J]. *管理科学学报*, 2002, (2): 30~ 40.
- [5] ROBERTA B. A process model of strategic business exit: implications for an evolutionary perspective on strategy [J]. *Strategic Management Journal*, 1996, 17: 193~ 214.
- [6] 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(哲学社会科学版)*, 2005, 7(1): 62~ 66.

- [7] 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): 130-139.
[8] 万伦来. 企业生态位及其评价方法研究 [J]. 中国软科学, 2004 (1): 73-78

On Organization Evolution Mechanics Basing on Organization Niche

Q AN Hu¹, ZHANG Da-liang²

(1. City College, Zhejiang University, Hangzhou 310015, China;

2. College of Management, Zhejiang University, Hangzhou 310027, China)

Abstract: Organization niche is an object state of equilibrium in which a business organization is finding itself coexisting harmoniously with the environment. It occurs during the course of organization change from one state to another, involving two aspects. One is the macro-ecologic interaction at the ecological level which is the terminal of environment, and the environment in consistence with these interactions. The other is that the corporate starts from this point to influence the outside. It is the place where corporate interacts with the environment. The nature of organization evolution is to adapt to the organization niche. They are two sides of a coin which describe the relationship between organization and environment from different perspectives. Using organization niche framework to make a research on the organization evolution, the first thing is to find their elements, then to construct the matching model, and then to analyze organization behaviors, and conclude the evolution rules and characters.

A business organization is a kind of biopolymer, which is based on resource substantially and corporate culture morally. Organization niche factors can be classified into four types: demand, resources, technology and system.

An organization niche match model should be designed according to the nature of corporate and the characteristic of organization niche factors. There are six basic factors: internal resources, culture, external resources, demand, technology and system. They comprise an interaction and network relationship on two levels. The first level describes the process of organization evolution, and the three evolution forms: organization internal micro level, organization level, environment level. The second one describes the restrictive and catalytic forces during evolution, and explains the profound reasons for organization evolution.

In order to use the theory of ecology evolution model in the research of organization evolution, we need to find the business organization and its niche environment elements, build organization niche match model, analyze organization behavior accordingly, and make a proper interpretation of its organization evolution.

Key words: organization niche; organization evolution; evolution mechanics