

文章编号:1002-980X(2007)03-0006-03

创造力经济背景下的企业创业型战略管理

杜运周

(安徽财经大学 管理学院, 安徽 蚌埠 233030)

摘要: 知识经济进一步深化, 一种被称为创造力的经济形态开始出现, 在创造力经济背景下, 企业的战略管理需要加以调整, 战略竞争优势的获取应该通过创造新的优势来实现而非简单的维持已有优势。

关键词: 创造力; 创造力经济; 创业型战略管理

中图分类号: F270.3 **文献标志码:** A

1 引言

美国《商业周刊》2000年出过一本特辑——《21世纪的公司》, 其核心观点就是: 21世纪的经济是创造力经济, 创造力是财富和成长的唯一源泉, 人力资本是最重要的资本。在创造力经济中, 数字和科技不再是衡量公司竞争力的唯一标准, 想象力、创造力和创造速度更重要, 而创新则是重中之重。在创造力经济条件下, 创造性人才的作用比以往任何时候都大。正如德鲁克曾经指出过的: 当今的五大热点是创造性、竞争战略、团队精神、技术创新和领导艺术。随着竞争环境日趋激烈, 知识经济进一步向纵深发展, 一种被称为创造力经济的时代已初露端倪。创造力经济和知识经济存在诸多联系, 也有它独特的特征^[1]。

2 创造力与创造力经济

在资本主义发展的过去几百年历史中, 支撑企业发展的主要资本是金融资本, 决定企业竞争力量对比的是企业的规模。而在创造力经济时代支持企业发展的主要资本是人力资本, 决定企业间的竞争力量对比的关键因素是创造力和创造速度。

2.1 创造力的概念

创造力一般是指产生新的想法、新观念, 发现和制造新的事物或用新方法创造性地解决问题的能力。创造力是人的一种高级能力, 创造性活动是人类最重要的实践活动。是社会发展的原动力。美国

教育学家罗恩菲尔德指出: “人与动物的主要区别之一, 就是人类能够创造而动物不能。”创造是人类所具有的本能”。心理学家阿曼贝尔认为, 创造力是一个人的认识能力、工作态度和个性特征的综合表现。

我们认为创造力一般是指产生新的想法、新观念, 发现和制造新的事物或用新方法创造性地解决问题的能力。

2.2 创造力经济的内涵

创造力经济是以人的想象力为来源, 以创造力为基础, 通过创业和不断的创新带来社会不断发展和价值增值的经济形态。在创造力经济中, 组织最大的任务之一就是要让每个人都能自由表达自己的想象力, 尝试自己的创造设想, 并帮助他们提高创造力、实现创造愿望。进而推动企业不断发展和价值增值, 实现个体和组织的共同和谐发展。

3 创造力经济中成功企业的特征

在创造力经济中, 企业比以往任何时候都更加依赖于想象力、创造、创新以及对新观念与事物的创新、扩散和应用。成功的企业具有如下典型特征:

3.1 以顾客为导向

企业进行创造、创新的主要动机是为了更好的服务顾客、为顾客创造超额价值。衡量一个企业创造、创新有效性的唯一裁判是顾客而不是企业本身。盲目的创造、创新的企业可能会摔得很惨。这也是为什么有那么多创新失败的原因之一。

3.2 关注创意

收稿日期: 2006-12-21

基金项目: 安徽省高校青年教师科研资助计划项目(2006jqw066)成果的一部分

作者简介: 杜运周(1980-), 男, 安徽亳州人, 安徽财经大学管理学院讲师, 企业成长研究所核心研究成员, 管理学硕士, 研究方向: 创业管理。

今天成功的企业更关注创意的开发利用。它们非常注重激发和利用人们的想象力。通用公司前总裁杰克·韦尔奇曾经说过:“创造力和想象力放在一个企业的环境中就是创新;我们衡量通用高级管理人员的标准是看他们想象力有多丰富,富有想象力的领导敢于冒险做新的创意投资,他们能带领团队发掘更好的想法,承担创新风险。”另外一个非常注重创意的公司是宝洁公司。过去人们一直认为拖地就用湿的拖把,但宝洁公司的一个合作伙伴:一家家居清洁产品的设计公司研究发现,拖把上的水使脏物更容易四处散落。而他们认为根据静电原理干拖把能吸附灰尘,宝洁公司对这一创意给予了足够重视,与该合作伙伴合作开发出了快速洁净电除尘拖把,如今这种拖把已成为宝洁价值越10亿美元的最新品牌之一。

3.3 部门创新被全员创新、网络创新取代

今天的企业比以往任何时候都更注重创新。在波士顿咨询集团最近进行的一项调查中,全球940位企业高层主管都不约而同的表示,在他们的行业中,创新是企业通向成功的必由之路。创新的模式发生着质的变化。在传统的企业中,创新通常由企业专门的部门承担,如研发部门。企业其它部门及企业外的创新力量受到组织忽视。而在超强竞争的环境中,面对日益加速的创造速度竞争,一个企业单纯依赖某一部门的人员是没办法胜任创新工作的。企业创新必须走向全员化、网络化。所谓全员化指创新工作要调动组织一切可以调动的人员,发挥他们的整合优势。如,世界著名公司日本松下电器公司,则常年进行全员创造教育培训,使公司员工创意设想高达150多万个。松下电器公司劳工关系处长阿苏津谈及原因时自豪地说:“我们的员工随时随地——在家里、在火车上,甚至在厕所里,都思索创新提案。”创新网络化指创新有时延伸到企业边界之外,通过与其它企业、大学、科研院所等机构建立战略伙伴关系来开展复杂的创新活动。在今天的商业环境中,网络创新模式正受到企业的高度重视,成为提升企业创新能力和竞争实力的重要途径。

4 创业型企业制定创业型战略的重要性

在当今超竞争的环境中,创业企业无论大小,若不能从战略角度来思考和行动,将是十分脆弱的。我们经常看到不少创业者雄心壮志,创建自己的企

业,但由于没有制定清晰可行的战略,使自己与竞争者区别开来,导致企业很快便倒闭。

很多创业者认为对于新创企业来说,根本不需制定战略,战略是大企业才需要认真思考的问题。他们不断在实践中尝试各种经营方式,试图经由这种方式找到适合自身的经营方法。然而,没有明确战略方向的新创企业,尤如一个被遗忘在没有人烟的小孩一样,且不知道回家的路,最终的结果是可想而知的。

首先,在日益变化的激烈动态环境中,小企业面临的各種风险与不确定性更多,相较于大企业,他们更易在急流湍急、大浪不断的商海中,迷失方向或被大浪掀翻。在全球性技术变革加速和挑战不断加强的商业环境中,创业者必须有明确的战略,应对环境深刻的变化,利用环境变化带来的各种商机。

其次,创造力经济时代的到来使以金融资本为基础的世界经济正在向以智力资本为基础的世界经济格局转变,智力资本的开发需要明确的战略作指导。基于想象力、创新力、创造力的智力资本成为企业竞争优势的最重要的来源。正如通用前总裁杰克·韦尔奇所说:“智力资本是一切。如果要赢得竞争,就必须解放人们的思想。”解放思想,不断创造、创新,集思广益开发员工的想象力,企业才能够真正强大起来。而培养、开发想象力、创造力、创新力,均需创业企业有一个明确的战略作指导。正如《革命内涵》(Ensil the Revolution)作者格瑞·哈默(Gary Hamel)所说:“要想发现是以赢得顾客,挫败竞争者和吸引投资者的好点子,就必须首先产生数以百计甚至是数以千计的有创意的战略思想。简而言之,只有破碎许多岩石之后,才能发现真正的矿石。”可见,在创造力经济时代,知识、创意、想象力的重要性。企业的成功,是创意战略思想指导下的成功,是经历无数次创意失败基础之上的成功^[2]。

5 创造力企业的战略要素

创造力经济背景下的动态环境特征决定了企业的战略竞争力将主要来源于企业的竞争速度、反应能力、创新能力及战略的柔性。

5.1 竞争速度

在动态竞争环境中,没有企业可以长久保持现有的竞争优势,企业为了保持竞争优势必须不断的自我毁掉现有竞争优势,重新建立新的竞争优势。在建立新的竞争优势的过程中,速度是一个关键的竞争要素,企业能不能树立自身的竞争优势往往就

在于它能否比竞争对手更敏锐的识别新的机遇、更快的作出决策、更快的实施。在某种程度上,“大鱼吃小鱼”已被“快鱼吃慢鱼”的竞争态势取代。

5.2 反应

在动态竞争的环境中,任何企业的竞争行为都会引起竞争对手的一系列反应,企业与企业之间的博弈更多的是有时间序列的重复博弈而非同时决策的简单一次博弈。因此企业在制定竞争战略时必须预先估计竞争对手可能的反应以及反应的强度,要避免可能招致激烈报复的行为。同时综合考虑竞争对手的行为和相应的博弈成本,选择对企业综合价值最大的行为策略。值得指出的是在与竞争对手博弈时还要把握时机,处理好先行与后行的关系^[3]。

5.3 柔性

战略的制定依赖于一定的战略环境的分析,环境的动态性决定了成功的战略必然是机动性很强的战略。因此战略的制定是一个动态演进的过程。战略必须保持一定的机动性即柔性,使之能够根据环境的变化,竞争对手的反应作出新的判断,并相应的调整战略。

5.4 创新

在创造力经济中,企业的竞争优势主要来源于企业的创新能力。企业需要通过一系列的战略制定指导企业各种创新行动。如新产品开发战略、制度创新战略、概念创新战略、文化创新战略等。

6 创造力经济背景下的创业型战略管理策略

创造力经济的典型环境特征是动态竞争环境,在该环境背景下,企业之间的竞争呈现许多新的特征。与静态环境下的企业的战略管理强调维持优势不同,在创造力经济背景下,企业的战略管理策略越来越强调创造优势。

6.1 培育动态能力

在动态竞争中,由于环境变化非常之快,企业基于已有核心资源或能力的优势只能维持较短的时间,竞争优势呈现暂时性特点。为此企业必须发展动态能力来实现动态环境和企业能力的匹配。

6.2 提高行动速度

在动态竞争中,企业与竞争者之间互动加快,企业的行动很快将导致竞争者的回应,竞争速度、强度明显加强。企业都很注重提高对环境的反应能力,

它们把竞争者的进攻行为视为对自己生存的威胁,因此会采取激烈的反应。面对这种情况企业很难通过率先降价等传统手段获得足够的利润空间。企业只有通过创造、创新上更快的速度才能避开激烈的竞争,获得广阔的“蓝海”空间。

6.3 不断的开发新的战略优势

由于企业竞争优势的暂时性,为了实现企业可持续发展,企业必须不断的培养新的能力,建立新的更高层次的优势。因此企业不得不主动果断的放弃已有优势的维持,把资源投入到新的能力的开发上来,以树立新的优势。在这方面,微软公司是个典型。微软是一家成立于1975年的软件开发公司,目前它基本上垄断了全球操作系统,但直到1985年,微软还不能说是一家影响很大的公司。在MS-DOS操作系统阶段,一切对电脑的指挥都需要输入专门的指令,操作电脑是普通人没办法做的事情。微软决定改变这一切。它放弃了MS-DOS操作系统,1985年11月微软发布了Windows 1.0,它是微软第一次对个人电脑操作平台进行用户图形界面的尝试,从此宣布了MS-DOS操作系统的终结。随后微软进入快速发展时期,它平均每隔一年半就推出一款新的Windows版本,经常顾客还沉浸在享受旧版本的方便时,新版本已经出现。就这样微软带动着世界的脚步,快速发展,成长为世界级大公司^[4]。

6.4 影响竞争规则、预测竞争对手反应及创造新需求等动态能力成为竞争力的重要组成部分

在动态环境中没有什么会长期不变。如竞争规则不再既定不变,竞争对手的反应模式也将不断改变,顾客需求偏好也会不断变化。正如德鲁克所说:在今天的环境中唯一不变的就是变化。企业只有不断的提高动态能力:改变竞争规则、预测竞争者行为、超额满足顾客需求才能立于不败之地。

参考文献

- [1] 理查德 M 霍杰茨,唐纳德 F 库那科. 有效的小企业管理[M]. 肖勇波,刘晓玲,译. 北京:中信出版社,2006:12-18.
- [2] 诺曼 M 斯卡泊莱,托马斯 W 齐曼拉. 小企业的有效管理-创业实务[M]. 楼尊,等,译. 北京:清华大学出版社,2006:37-38.
- [3] 汪克夷,冯桂平. 动态竞争中的竞争速度研究[J]. 科学与科学技术管理,2004(6):114-115.
- [4] 陈忠卫. 战略管理[M]. 大连:东北财经大学出版社,2007.

(下转第23页)

活垃圾生态物流是一个系统工程,在我国不仅制度供给不足,而且技术创新更不足。目前,垃圾资源化技术创新要从以下方面着手;首先,要在垃圾生态物流的收集、运输、处理等各环节形成系统的技术创新,从而引致和促进制度创新;其次,垃圾生态物流技术创新以技术实施后的成本效益分析为前提,要体现经济效益、生态效益和社会效益的综合效益最大化;再次,在垃圾处理环节的技术创新与引进问题上,要以技术引进为辅、引进后的技术革新为主,要因地制宜,杜绝盲目引进国外技术。如合肥市盲目引进两套美国堆肥生产线导致重大投资失败的教训应引以为戒,值得反思。2000年合肥市投资1.44亿元人民币建成的预计服务25年的北郊生活垃圾场,由于从美国巨资引进的两套堆肥生产线不能将生活垃圾转变为肥料,结果这座“先进”的垃圾处理场只能充当一般的填埋场,80万立方米的库容两年多时间就饱和了,导致整个投资工程失败。

总之,上述城市生活垃圾生态物流的技术经济政策的本质是利益和责任的公平,垃圾计量收费,从末端控制垃圾的排放;垃圾资源化技术创新从源头

减少垃圾的产生量,促进垃圾循环利用,降低消耗;产品负责制是在生产过程中,将源头和末端责任贯穿起来。上述经济技术政策在发达国家的实践也是行之有效的:日本城市生活垃圾治理从末端前移,在社会物流的全过程循环利用资源,垃圾产生量已持续多年逐年减少,不仅节省了垃圾处理费用,还回收再生了大量资源;2003年欧洲除土耳其和希腊外,所有城镇生活垃圾都出现了负增长。

参考文献

- [1] 詹姆斯 C 约翰逊. 现代物流学[M]. 张敏,译. 北京: 社会科学文献出版社,2003.
- [2] 杨建辉. 浅谈我国生态物流的效益分析[J]. 特区经济,2006(7):349.
- [3] 王正言. 论城市生活垃圾的源头减量化[J]. 大众科技,2006(1):109.
- [4] 吴克. 合肥市城市生活垃圾管理现状和采取措施[J]. 环境卫生工程,2005(6):4.
- [5] 中国国家统计局. 中国统计年鉴[M]. 北京: 中国统计出版社,2006:12—15.
- [6] 唐建荣. 生态经济学[M]. 北京: 化学工业出版社,2005.
- [7] 陈海滨. 采用水消费系数法收缴生活垃圾处理费的研究[J]. 环境卫生工程,2005(10):28.

Technical and Economical Method About the City Life Trash Ecological Logistic

SI Wu-fei, WU Ke, WANG Hao, YU Zhi-min

(Hefei University, Hefei 230022, China)

Abstract: The ecological logistics is an application of the natural ecosystem material circulation principle, which manages the entire “use-dis-cards-use again” process of service & cargo. In order to supply the idea of ecological logistics into the management of city life trash. We must adapt the following technical & economical methods. First implements the product responsibility system in the supply chain; Secondly implement trash change system in terminal expense; Finally, due to the effect of produce responsibility system & trash change system is trash decrement. Trash resources technology innovation based on the technological & economical cost - benefit analysis is the key to the city life trash ecological logistics.

Key words: city life trash; ecology logistics; technical economical method

(上接第8页)

Entrepreneurial Strategy Management on the Background of Creativity Economy

DU Yun-zhou

(Anhui university of finance and economics, Bengbu Anhui 233030, China)

Abstract: With the advanced development of knowledge economy, a new kind of economy called creativity economy has occurred. On the new background of creativity economy, strategy management needs to be changed. Strategic competitive advantage has to be attained by creating new advantage continuously not just keeping existing advantage.

Key words: creativity; creativity economy; entrepreneurial strategy management