

企业核心竞争力之我见

夏丽萍, 马威

(盐城工学院 经济与管理学院, 江苏 盐城 224005)

摘要:企业核心竞争力不仅为企业自身的发展发挥了重大作用,而且是推动社会经济健康发展的重要力量。在总结近十年对企业核心竞争力的研究成果的基础上,提出了企业核心竞争力是企业创新能力和企业文化的综合产物的新见解,并提出了强化管理与维护企业核心竞争力的重要措施。

关键词:核心竞争力;竞争优势;创新能力;企业文化

中图分类号:F270.7 **文献标识码:**A **文章编号:**1671-5322(2012)01-0029-05

步入21世纪以来,企业核心竞争力逐渐引起了人们的广泛关注,它对于企业乃至整个社会经济发展的重要性逐渐得到广大学者的重视,一时间兴起了关于企业核心竞争力研究的热潮。到目前为止,对于企业核心竞争力的定义尚存争议,企业核心竞争力对于企业和社会经济的作用也众说纷纭,但有一个观点是统一的,企业核心竞争力是推动企业和社会经济发展的重要力量,将来,企业核心竞争力会发挥越来越重要的职能。

一、企业核心竞争力的内涵

1. 原始定义

1990年,美国密西根大学商学院教授普拉哈拉德(C. K. Prahalad)和伦敦商学院教授哈默尔(G. Hamel),在哈佛商业评论上发表的论文《企业核心竞争力》(The Core Competence of the Corporation)中,正式提出了企业核心竞争力的概念:“核心能力是组织中的积累性学识,特别是如何协调不同的生产技能和有机结合多种技术流派的学识。”^[1]他们认为企业核心能力就是一种学识,就是一种可以增强企业竞争力的学识。可以说,他们二人提出了一个很有价值的概念,却给了一个极不严密的定义。

2. 张氏定义

在中国大陆,关于企业核心竞争力流传最广的定义要数张氏定义,即北京大学光华管理学院

教授张维迎博士的定义。他认为:“企业核心竞争力是企业内部所拥有的具有独特性的资源和能力。”企业核心竞争力具有“偷不去,买不来,拆不开,带不走,溜不掉”的特点。^[2]

由于原始定义的不严密,致使此后对于企业核心竞争力的定义五花八门,甚至出现偏差和错误理解。战略、技术、资本、质量、渠道、客户、品牌、速度、创新、组织方式、管理制度、知识产权、人力资源、企业文化、学习能力等等因素,都曾被定义为企业核心竞争力,也有人综合起来定义的。

笔者认为,企业核心竞争力不能简单等同于市场竞争优势,诸如战略、技术、资本、知识产权、人力资源等等因素虽能使企业在市场竞争中具有一定优势,但这些优势都是短期的、可复制的,也许第一次竞争中资本这一因素使得企业击败对手赢得市场,但第二次却不尽其然。

二、企业核心竞争力的构成

什么是企业核心竞争力?围绕着这一问题,众说纷纭。笔者认为企业核心竞争力是企业创新能力和企业文化综合作用的结果。

1. 创新能力

二十世纪初,美籍经济学家约瑟夫·阿洛伊斯·熊彼特(Joseph Alois Schumpeter)在《经济发展理论》一书中阐明了“创新理论”这一概念。^[3]以后,“创新理论”又得到了不断的发展与完善。

收稿日期:2011-09-30

作者简介:夏丽萍(1972-),女,江苏滨海人,副教授,研究方向:国际经济与贸易。

虽说熊彼特的“创新理论”掩盖了资本家对工人的剥削事实,但不可否认的是“创新理论”为企业的发展、资本主义经济的发展提供了一个强大的理论支持,是一个全新的概念。直到今天,我们仍在积极地倡导创新理念,正所谓“创新是企业的生命之所在”。

(1) 创新能力的内涵

在近十年的研究中,国内学者对于创新能力的内涵逐渐形成了三种观点:第一种观点认为创新能力是个体运用一切已知信息,产生某种独特、新颖、有社会或个人价值的产品的能力。它包括创新意识、创新思维和创新技能三部分,核心是创新思维;第二种观点认为创新能力表现为两个相互关联的部分,一部分是对已有知识的获取、改组和运用,另一部分是对新思想、新技术、新产品的研究与发明;第三种观点从创新能力应具备的知识结构着手,认为创新能力应具备的知识结构包括基础知识、专业知识、工具性知识或方法论知识以及综合性知识四类。

综上所述,创新能力是运用知识和理论,在科学、艺术、技术和各种实践活动领域中不断提供具有经济价值、社会价值、生态价值的新思想、新理论、新方法和新发明的能力。

(2) 创新能力的功能

① 创新为企业发展提供动力

企业发展的动力是什么?很多人认为好的产品、好的服务、低成本就是企业发展的动力。笔者认为,虽不能全面否定这种看法,但只能说这种观点仅仅看到了问题的表象,没有透过现象抓住问题的本质。动力是什么,是能推动企业不断前进的力量,而好的产品、好的服务和低成本只是一时之优势,并不能给企业带来长久的发展。只有创新才能为企业不断注入新的元素、新的思维,只有创新才能帮助企业不断地发展、进步,只有创新才能推动企业制度、文化的更新与完善,为企业发展提供不竭动力。

② 创新是企业获得可持续盈利的保证

我们以手机市场的竞争与发展为例,从中可窥一斑。近两年,手机市场的竞争可谓是异常激烈,诺基亚、三星、HTC、OPPO 等大品牌不断更新产品,索爱、天语等小品牌,一直在赶大潮,模仿他人,手机不断更新,却没有革命性的变化。看似诺基亚、HTC 等大品牌占据了市场,利润丰厚,其实不然。今年3月份,苹果公司在沉默中爆发,推出

ipad 2 系列产品,一举超过诺基亚、HTC、三星,品牌价值和市场份额跃居榜首,并借 ipad 2 的革命性变化,在短短的几个月内盈利 60 亿美元。这一发生在我们身边的实例告诉我们,创新才是赢得市场、获取利益的王道。要知道,一块新大陆,往往会带给开拓者巨额利润和广阔的发展空间。

③ 创新为制度改革提供动力和保障

角度不同,对创新就有不同的见解。有人说创新是质变,笔者却认为创新是量变,制度改革是质变。一次次的创新,带给企业不断的发展、进步,但凡事总有极限。一种制度,必然满足不了不断创新所需要的发展空间,制度必然会在不断的创新中发展,当它满足不了企业发展的需求时,制度改革就会在创新的推动下自然而然地发生。同时,创新又为制度改革奠定了坚实的基础,使得改革得以顺利的进行,没有后顾之忧。

2. 企业文化

企业文化作为现代企业管理理论和管理方法的提出,至今还不到 30 年的时间。它之所以引起企业界和学术界的广泛关注和研究,是因为它给企业发展注入了新的活力,以及它给企业带来的有形的无形的、经济的和社会的双重效应。^[4]企业文化成了企业经营和经济增长的有效手段及精神动力。未来企业的竞争是企业文化的竞争,只有拥有优秀独特的企业文化,企业才能立足市场,才能不断发展和壮大自己。

(1) 企业文化的内涵

企业文化内涵有狭义和广义之区分。狭义的企业文化强调企业的精神文化和价值观,广义的企业文化则在强调精神文化的同时,也强调企业的物质文化。国内学者对企业文化大多数是从文化的角度来定义的,大都把价值观作为企业文化核心;国外学者对企业文化的定义则更接近于广义定义,从理论到实际,包涵精神文化与物质文化。

笔者认为,企业文化是企业一定历史时期下,经过长期的经营与发展,于企业的管理制度、日常生产、价值理念、品牌塑造等诸多因素中诞生出来的一种组织文化,包含了企业特色的精神文化和物质文化,影响着企业的每一位员工、每一件产品的生产、每一项管理与决策。

(2) 企业文化的结构

企业文化包含了企业的绝大部分领域,所以企业文化势必在不同的层次上皆有所体现。因此,我们研究企业文化,一般将其分为四个层面,

即物质文化层面、行为文化层面、制度文化层面和精神文化层面。这四个层面由外向内,构成了企业文化的系统框架。(见图1)

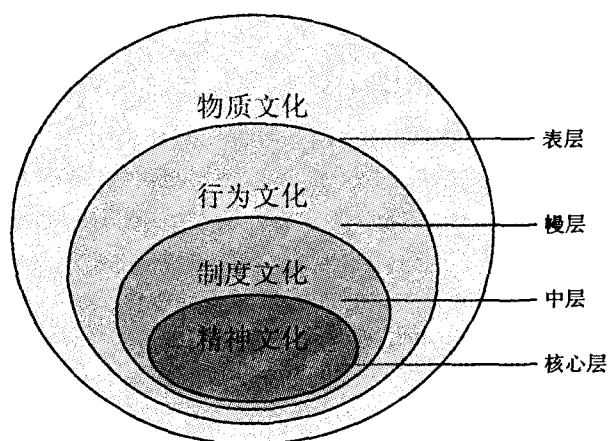


图1 企业文化结构图

Fig. 1 The structure of enterprise culture

在企业文化结构中,物质、行为、制度和精神文化之间是一种有机的关系。其中物质文化是基础,是行为文化的积极成果,是制度文化存在的前提,是精神文化的载体;行为文化是落脚点,是物质文化形成的条件,是制度文化的产物,是精神文化的动态体现和折射;制度文化是中介,是保证行为文化得以贯彻的强制规范,是适应物质文化的固定形式,是塑造精神文化的主要机制和载体;精神文化是灵魂和核心,指导着物质文化、行为文化和制度文化的建设。^[5]

(3) 企业文化的功能

做一年的企业靠运气,做十年的企业靠经营,做百年的企业靠文化。绝大多数的大型企业由弱变强,靠运气,不实际,靠经营,终究只是战略战术问题,只可得一时之利,绝不能保证长期发展。只有塑造优秀的文化,企业才能在长期竞争中保持优势,使得企业健康发展,做大做强。企业文化对企业生存与发展具有以下重要功能与作用。

① 导向功能

企业文化一旦形成,它就建立起了自身系统的价值和规范标准,明确规定企业行为的价值取向、明确企业的行动目标、确立企业的规章制度和行为方式、对企业个体成员的思想行为起导向作用、对企业整体的价值取向和行为起导向作用。

② 凝聚功能

企业文化是一根纽带,把员工和企业的追求紧紧地联系在一起,使每个员工产生归属感和荣

誉感。企业文化实际上是企业所有成员共同创造的一种群体意识,寄托了企业全体成员的理想、希望和追求。企业成员对企业文化的认同感从各个方面把员工们团结起来,从而产生一股巨大的向心力和凝聚力。

③ 激励功能

企业文化强调以人为本的理念,注重对人的尊重、理解和关心,使企业成员能从内心深处产生积极进取的精神。企业通过建立平等的竞争机制、科学的绩效考核体系、合理的收入分配制度,形成良好的激励机制,激励员工通过努力工作实现自我价值、推动企业发展。

④ 约束功能

企业文化是一种无形的文化上的约束力量,约束员工的思想、心理和行为。企业文化的约束不是制度式的硬性约束,而是一种软约束,这种约束产生于企业的文化氛围、群体道德观和行为准则。企业文化的约束功能主要是通过完善管理制度和道德规范来实现的。

⑤ 推动功能

企业文化的推动功能致力于“企业创新”,优秀的企业文化以“文化力量”不断激励企业员工的创新意识和精神,把企业员工的潜在智慧挖掘和开发出来,从而产生强大的创新推动力,为企业提供长盛不衰的活力。企业文化的创新必然会带来企业成员价值理念的创新,进而持续推动企业制度的创新和经营战略的创新,并由此成为实现企业制度创新与企业经营战略创新的重要思想保障,成为全面创新的思想理念基础和企业活力的不尽源泉。

三、企业核心竞争力的管理与维护

对于企业核心竞争力,我们如果不能以客观的态度去看待它,它就不可能为企业健康、快速的发展提供强大的活力。因此,必须建立一个科学系统的方法对企业核心竞争力进行管理与维护,使之在市场竞争中能时刻保持优势,为企业的发展与壮大提供永不枯竭的动力。

1. 促进企业文化与时俱进,发挥文化优势

企业文化是核心竞争力的灵魂。当一事物没有了灵魂或灵魂不再强大,即使它具有无与伦比的外壳,也只是纸老虎,徒具其表而已。同样的,对于企业文化,必须保持其先进性,只有如此,企业核心竞争力才不会消亡,才能为企业一次又

一次地注入强大的动力。

(1) 保持企业文化的先进性

企业文化是难以复制、嫁接的,它是企业所有成员共同创造的一种群体意识,但这并不意味着企业文化的永久正确性和先进性。正如“三个代表”思想的内容与精神一样,其对于党的文化先进性的要求也可以运用到企业文化上。企业文化必须不断创新,保持其先进性,站在时代的前沿,这样企业文化才能源源不断地为企业注入新的元素,才能保持企业核心竞争力的优越性。

(2) 发扬“扬弃”精神

企业总是要向前发展的。在企业不断前进的过程中,一些曾经先进的文化、优越的制度势必会变得不再先进、不再优越,甚至反而会对企业的发展造成阻碍,这时候就需要发扬“扬弃”的精神,果断舍弃那些过时的东西,采用那些仍然先进的文化、制度,并且引进、创新新的文化或制度,加以糅合,形成新的企业文化。

(3) 发挥传统文化优势

创建特色企业文化,必须发挥我国企业传统的文化上的优势。我国传统文化中“和为贵”、“义以建利”、“民生在勤”等思想,都与现代管理思想不谋而合。这些思想如果能恰当地运用于企业文化的建设,将会大大增加企业的竞争优势,成为企业快速增长的强大动力。在企业文化建设及企业价值观的塑造中,建设诚信文化,赢得企业声誉,全面提升企业核心竞争力。

2. 增强创新能力,加大创新投入

创新能力的强弱关乎一个企业未来的生存与发展,没有创新或创新能力弱的企业的未来可以预见,势必不会有好的发展前景,因为没有创新,企业的核心竞争力就是一个空架子,任何一个较大的风暴都会摧枯拉朽般的碾过。因此,增强创新能力,是一个现代企业发展过程中的重要任务。笔者认为,增强创新能力应从三个方面入手:

(1) 加大创新投入

微软公司总裁兼首席执行官史蒂夫·鲍尔默(Steve Ballmer)说:“创新是微软的DNA。”创新早已植入了微软公司的灵魂和企业文化。微软在创新投入上从不吝啬,2009年的创新投入更是达到了惊人的350亿美元。当然,这么多的创新投入给微软带来了更多的回报,微软的创新能力一直是世界上首屈一指的,这也使得微软一直霸占着电脑软件行业的王座。没有投入的创新是不行

的,就像一辆汽车没有燃油却要穿山越岭一样,是不切实际的,是无法实现的。因此,创新投入是创新能力提升的重要基础。

(2) 完善人力资源管理

21世纪对人才的需求是毋庸置疑的,伴随着知识经济的进一步发展,各个企业对人才的追逐更是疯狂。当然追逐人才对企业的意义也是毋庸置疑的,但是追逐到人才后如何对其进行管理、如何留住人才、如何给他们更大的发展空间,需要人力资源部门认真的规划,制定良好的人力资源管理制度。一个优秀的人力资源管理制度会帮助企业员工更快、更好地融入企业和了解企业文化,对于企业的团结有着莫大的作用,也能在一定程度上激发员工的工作热情,这对于企业创新能力的提升作用不言而喻。具体措施:一是将核心价值观与公司的用人标准结合起来,即公司只招聘录用与本公司文化契合程度较高的人才;二是在各类培训中将企业的核心价值传达给员工,以强大的文化氛围,潜移默化地影响、改变员工行为;三是将企业文化的要求融入员工的绩效与激励之中;四是建立高效的沟通机制,通过沟通,使企业与员工的利益共同点和价值取向趋向统一,更有效的发挥团队精神,并有效的利用集体智慧。

(3) 培养创造型人才

目前,在很多企业存在一个很严峻的形势:人才的流失率很大。简而言之,就是企业留不住人才。当然企业留不住人才并不能将所有责任都推到企业身上,但企业也要思考,一味挖掘人才已经难以满足发展的需求,这时我们就要学会培养创造型人才。创造人才,顾名思义,就是企业利用自身的资源培养人才。目前,世界前500强企业有一大部分都在进行这项工作。理由很简单,一是企业自己培养的人才对企业的忠诚度更大,这样就大大降低了企业的人才流失率以及可能导致的技术、专利外流;二是企业自己培养的人才更具有针对性,可以快速地步入岗位工作,进入角色,这样就减少了过渡时间,而这点对于这个日新月异的时代来说是相当重要的。

3. 推动企业制度建设与创新

企业制度是企业文化的载体,是创新能力能否得以实现的先决条件。所以,推动企业制度建设与创新不容忽视、刻不容缓。近年来,制度建设一直是企业工作的重点,一个好的制度,可以将企业的效益最大化,可以将企业的管理水平提升几

个档次。更重要的是,一个良好的制度给予了企业文化良好的载体,使得企业所有成员凝聚在一起,企业的发展目标更加明确;赋予了创新能力开发、实现的制度保障。推动企业制度建设与创新,又能反作用于企业文化的发展与创新能力的提升,这对于企业核心竞争力的管理与维都显得特别的重要。

在这个日新月异的时代,知识经济蓬勃发展,企业核心竞争力对于现代企业来说是至关重要

的,不可或缺。一个优秀的现代企业必须具有自己的核心竞争力,才能跟得上时代前进的脚步,才能在日益激烈的市场竞争中占据优势,才能为企业的发展提供永不枯竭的动力。当今社会,企业核心竞争力必然会扮演着越来越重要的角色,成为推动社会经济发展和企业进步的重要因素,成为推动社会经济蓬勃发展的不竭动力。目前,企业核心竞争力内涵正在快速发展,企业需抓住这个机遇,塑造企业独特的核心竞争力,为企业自身在现在、将来赢得更广阔的发展空间。

参考文献:

- [1] Prahalad C K, Hamel G. The Core Competence of the Corporation[J]. Harvard Business Review, 1990(3):79-91.
- [2] 张维迎. 关键是企业核心竞争力[N]. 厂长经理日报, 2002-01-30(A03).
- [3] [美]约瑟夫·熊彼特. 经济发展理论[M]. 北京:北京出版社, 2008:3.
- [4] 罗荷花. 浅议企业文化与核心竞争力[J]. 现代商业, 2011(1):110-111.
- [5] 陈永华. 核心竞争力导向的企业文化的建设研究[D]. 阜新:辽宁工程技术大学, 2009.

Discussion on the Core Competitive Capacity of Enterprises

XIA Li-ping, MA Wei

(School of Economics and Management, Yancheng Institute of Technology, Yancheng Jiangsu 224005, China)

Abstract: The enterprise core competitive ability not only plays a major role for the development of enterprise itself, but also is an important force to promote the healthy development of the social economy. On the basis of research achievements based on conclusion of nearly 10 years to the core competitiveness of enterprises, this paper put forward personal opinions the enterprise core competitive ability is the comprehensive product of the enterprise innovation ability and the enterprise culture. And it proposed measures to manage and maintain the core competitiveness of enterprises.

Keywords: core competitiveness; competitive advantage; innovation ability; enterprise culture

(责任编辑:李 军)