

新兴技术经济时代知识型企业核心竞争力的构建^{****}

□田 敏 [西华大学 成都 610039]

□苗维亚 [电子科技大学 成都 610054]

[摘 要] 新兴技术经济时代,企业核心竞争力的构建成为了政府、学术界、企业界关注的焦点。知识型企业核心竞争力的构建也是如此。本文从能力理论的各流派观点入手,分析核心竞争力及竞争优势、企业核心能力系统层次模型,提出核心竞争力构建的思路,对知识型企业核心竞争力的打造做一些探讨。

[关键词] 新兴技术经济; 核心竞争力; 学派观点; 资源整合; 系统层次

[中图分类号]F011 **[文献标识码]**A **[文章编号]**1008-8105(2005)03-0012-03

新兴技术经济时代,电子、通讯、计算机等高科技迅猛发展,消费者对新产品、新服务不断追求,一大批以知识为基础的企业(知识型企业)迅速崛起,并成为了世界经济中新的增长点,同时知识型企业也正逐渐成为各国在世界经济中赢得竞争优势的关键力量。我国知识型企业起步虽晚,但发展迅速,市场竞争也日趋激烈。如何使知识型企业立足于日趋激烈的竞争环境,并获得长远发展,已成为了政府、学术界、企业界关注的焦点。本文试图从能力理论各流派观点入手,通过分析核心竞争力及竞争优势、知识型企业核心竞争力的构建三个方面对知识型企业核心竞争力的打造做一些探讨。

一、核心竞争力理论各流派的观点

关于核心竞争力理论的演进,1939年张伯伦是第一个提出“竞争优势”概念的学者,企业经营战略理论中最早提出“能力”这一概念的是菲利普·塞尔尼科(P. Selznick, 1957),他在《行政管理的领导艺术》一文中提出了“能力”和“特殊能力”的概念。王秉安(2000)专门分析了企业竞争战略理论阶段,他认为该阶段由于研究侧重点不同,可以分为三个阶段:1)20世纪60年代以来侧重研究战略管理;2)80年代以来侧重研究市场结构;3)90年代开始着重研究企业素质,以核心竞争力研究为侧重点,成为了最新的企业理论。在此基础上邓于君(2002)进一步指出了现代企业能力理论主要经过三个演进与发展阶段:发展阶段企业内部成长论(E. Penrose, 1959);深入

阶段企业资源基础论(Birger Werner Felt),创新阶段企业核心能力论(Prahalad & Hamel, 1990)。与之相对应的有结构学派、资源学派、能力学派,三大学派的关系则呈现顺次演进态势。

(一)结构学派

该学派又称内部成长学派、产业结构、产业定位学派。其代表人物是美国的著名战略专家迈克尔·波特(Michael E. Porter)教授。他从产业角度入手分别提出了该战略理论。认为“竞争优势是竞争性市场中企业绩效的核心”,“一个企业的竞争战略目标在于使公司在产业内处于最佳的定位,抗击五种作用力,即同业者、替代者、潜在就业者、购买者和供应者。”同时波特提出企业获得竞争力的三种基本战略:总成本领先战略、差异化战略、目标集聚战略。

(二)资源学派

该学派的代表人物主要有皮特瑞夫(Peteraf)、罗曼尔特等。该学派认为能力是指公司的安排、使用资源并获得一定结果的能力,公司能力是基于信息的、有形的或无形的组织程序,能力由长期而复杂的资源互动产生。企业是以自有资源存量为基础的,并通过资源流量的增加籍以形成异质性能力,企业是能够提供优越租金的唯一资源组合,他们认为由于外部环境的变化对所有企业都是同质的,所以具有竞争优势的企业最终要依赖于组织内特定资源。该观点认为关键资源的评判标准为:有价值性、稀缺性、不可模仿和替代性。

(三)能力学派

该学派的代表人物有普拉哈德和哈默等。该理论认为能

* [收稿日期] 2005-01-18

** [基金项目] 四川省教育厅重点攻关项目(SB04-017)

*** [作者简介] 田敏(1970—)女,西华大学管理学院教师,西南财经大学博士生;苗维亚(1953—)女,电子科技大学管理学院副教授,博士。

够使一个组织比其他组织做得更好的特殊物质就是组织的能力或特殊能力,企业的能力是以知识为基础的一系列共同价值系统、管理者所拥有的独立管理和诀窍。组织拥有的核心技巧能使其开发出带来收益的产品和服务,核心技巧的组织整体所拥有的关键能力,是组织战略的关键。

(四)各流派的比较

从各流派研究的重点和其核心竞争力构建的角度来看,结构学派研究的对象是产业,是基于企业外部环境中行业结构和对竞争行为的影响实施静态角度研究;能力学派研究的对象是企业;资源学派研究的是内外部结合,并且两者都从动态角度进行分析和实施。

结构学派将企业看作一个黑箱,能力学派和资源学派则打破了企业的黑箱理论,认为被视为“黑箱”的企业资源和能力是构成企业持续竞争力的源泉。资源论强调的基础是降低短期成本、提高效率,从而提高企业业绩,增强企业竞争力,但核心竞争力的内涵远不止于此。核心竞争力更侧重于企业长期可持续发展。从这个角度看,能力学派是对资源学派的扬弃和发展;结构论偏重了竞争力的外生性,认为企业的竞争力来自合理的战略设计;能力论则更强调了竞争力的内在性,认为长期积累形成的能力造就了企业竞争力。

二、核心竞争力与竞争优势

(一)核心竞争力的特征

核心竞争力又叫核心能力,我们将其概括为是在组织内部经过整合了的知识和技能,是企业组织中积累性学识,尤其是那些企业组织中能够协调不同生产技能和整合各种技能的能力。

核心竞争力一般具有三个特征:

第一,核心竞争力的积极性。核心竞争力是一种内在的能量,这种能量是企业特有的,能为顾客提供关键价值,能为企业带来巨大的收益。

第二,核心竞争力的辐射性。企业核心竞争力具有很强的辐射性,其辐射性同时体现在其延展性方面,核心竞争力能够不断推出一系列的新产品,具有旺盛和持久的生命力。

第三,核心竞争力的不易仿制性。核心竞争力是一种稀缺性资源,竞争对手很难对其进行仿制、模仿和取代。^[1]

(二)竞争优势

竞争优势是在市场上和别的竞争者对比表现出来的、在某一方面有着强市地位的表现形式。Michael E. Porter 认为企业可以拥有两种基本竞争优势,即低成本或差异性。刘景江指出:企业竞争优势由核心竞争力、与供应商和客户的关系、人才资源、高生产率、有弹性的组织结构、技术、低成本生产、新产品或服务 8 个主要因素构成。

(三)核心竞争力和竞争优势之间的关系

竞争优势是企业发展的基础,核心竞争力是企业长期竞争优势的关键所在,是形成竞争优势的原因,企业只有关注核心竞争力,才有可能在残酷的市场上发展壮大。独特的核心

竞争力是多种因素长期积累沉淀形成的。企业要提高核心竞争力,拥有长期竞争优势,关键是对各种资源进行整合,尤其是关注特殊的资源环节,将自己的经营重点放到自己拥有最大优势的价值链环节上,优化企业的价值链,提高核心竞争力,增强竞争优势。

三、知识型企业核心竞争力的构建

从上面各学派对企业核心竞争力的诠释,可以看到核心能力的内涵十分丰富,涉及面很广,包括企业内部、外部、软硬件等方面;核心能力表现形式多样,包括知识、能力、技术、文化等。表一列出了中外一些知识型企业的核心能力。

表 1 中外知识型企业核心能力表

公司名称	核心能力
索尼	微型化技术
本田	小型发动机设计和开创性的市场营销和分销能力
微软	优越软件条件
GE	以前是技术,现在是管理,人力资源培训
戴尔	直销能力
海尔	市场的整合力,通过企业与市场机制及产品功能与用户需求的整合
长虹	技术吸收、创新能力、低成本扩展能力
携程旅行网	CTMS,管理团队,CTIP 理念,3C 商务模式,商业联盟与风险融资能力

资料来源:季玉群等,知识型企业核心能力分析及其综合评价研究,北京:科研管理,2004:4

知识型企业的核心能力是蕴涵于企业所涉及的各层次的、企业所独具的、能使企业获得持续竞争优势的、动态发展的、积累性的知识系统。由此,可将知识型企业的核心能力由如下层次模型来描述(图 1 所示)。

核心能力系统			
		能力元	能力构架
层次	核心市场能力	环境元	环境元之间的关系
	核心技术能力	技术元	技术元之间的关系
	核心管理能力	管理元	组织构架(硬)/文化(软)

图 1 核心能力系统层次模型

在这一模型中可看到,核心能力系统划分为三个层次:核心市场能力、核心技术能力和核心管理能力。三个层次的能力是相辅相成的,共同构成企业的核心竞争力。构架企业的核心竞争力就要从这三个层面入手,形成空间、平面相互交织的系统,形成企业的竞争优势。下面将进一步阐述核心竞争力的三个层面,并以 Internet 公司知识管理平台系统构建在知识型企业中的运用作为实例进一步探讨。

核心市场能力是企业在大环境中对与之发生关系的各环境元的认知与反应能力。环境元包括政府、金融机构、供应商、顾客或客户、竞争对手、大学、科研机构、其它社会组织及个人等。核心市场能力代表企业外在形象,是企业最易被感知的外部特征。核心市场能力可以使企业正确处理企业与

上述环境元之间的关系,为企业营造良好的外部生态环境。

核心技术能力是企业在其主营业务领域对技术元的研发能力、创新能力、整合能力和延展能力。技术元包括各种专利、专有技术、技能、学科知识、产品、元件等。核心技术能力可以说是核心能力中的核心,其包含着各种技术、技能的和谐融合使得难以模仿。

核心管理能力是企业对管理元的开发、处理、组织、沟通和整合的能力。管理元包括企业资产、人力资源、职能部门、子公司、界面、企业战略和企业文化等。核心管理能力是企业形成核心能力的基础。其中,企业资产、人力资源、职能部门、子公司、界面、企业战略等可称为硬管理元,互相之间形成核心管理能力的组织构架(硬);企业文化可称为软管理元,弥漫于企业之中,形成核心管理能力的文化氛围(软)。^[2]

知识的有效获取和快速流动离不开现代信息技术的支撑。Internet 公司在实际工作中,立足于建立企业知识管理平台系统,提高企业获取知识的效率,构建知识型企业核心竞争能力。

在构建过程中,企业根据自身的管理方式,建立 Internet 系统、数据库、构建企业内部的通信和协作平台;引入业务集成系统,如企业资源计划系统(ERP),对采购、生产、库存、销售、财务等各环节进行系统集成管理。通过知识数据库的建立,筛选、分析企业内部数据、文件、档案,融合成可用的知识,并储存于企业内部数据库中。通过内部知识系统化网络,使企业中每一位成员都能容易地从数据库中获取所需的知识。^[3]利用网络功能快速地收集外部各项已文件化、档案化的数据、资料,或已经分类整理的知识,提高知识获取的效率(微软知识管理平台系统如图 2 所示)。

在建立知识管理平台系统时,要特别注意繁杂数据的处理,立足于数据的运用,使知识库不断更新和优化;将数据库作为一个知识的集散地,使知识在汇集、更新和流动中发挥更大的效用;注意对知识的分类、评估、开发、共享管理以及知识数据库的建立与更新。

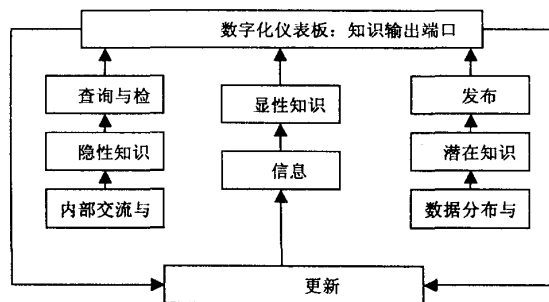


图 2 微软知识管理平台

四、结束语

传统上对核心竞争力的分析往往从企业的所有制形式、组织形式、规模与行业特点等方面考虑,实际上企业核心竞争力的构架是一个多层次、立体的空间结构,它主要包括核心市场能力、核心技术能力和核心管理能力三个层面。伴随着世界经济全球一体化进程的加快,知识型企业与传统企业一样面临着越来越激烈的竞争。在此形势下,中国知识型企业必须不断增强核心竞争力,以持续快速创新差异化产品来满足顾客的个性化需求,从而获取新的竞争优势。知识型企业在构建过程中应注意建立企业知识管理平台,提高知识获取的效率,实现数据共享。本文正是从此角度对知识型企业核心竞争力的打造做了探讨。

参考文献

- [1]胡旺盛.知识匹配、知识转化和顾客价值[J].管理评论,2004,(6)
- [2]李玉群等.知识型企业核心竞争能力分析及其综合评价研究[J].科研管理,2004,(4)
- [3]霍南方,李怀玉.论核心业务外包[J].华中科技大学学报(社科版),2004,(3)

Core Competence Construction of the Knowledge Based Enterprises in New Technology Economic Period

TIAN Min

(Xihua University Chengdu 610039 China)

MIAO Wei - ya

(UEST of China Chengdu 610054 China)

Abstract In the period of newly technological economy, the construction of company's core competence becomes the focus that government, theory institution and enterprise put on. It is applicant for the core competence construction of knowledge based enterprises. From attitude of ability theory, this paper analyzes the core competence and advantage in competition, model of enterprise's core competence system levels, gives the thinking method of core competence and their construction of knowledge based enterprises.

Key Words newly technological economy; core competence; attitude; resources integrated; system level

作者：[田敏](#)，[苗维亚](#)，[TIAN Min](#)，[MIAO Wei-ya](#)
作者单位：[田敏, TIAN Min\(西华大学, 成都, 610039\)](#)，[苗维亚, MIAO Wei-ya\(电子科技大学, 成都, 610054\)](#)
刊名：[电子科技大学学报\(社会科学版\)](#)
英文刊名：[JOURNAL OF UNIVERSITY OF ELECTRONIC SCIENCE AND TECHNOLOGY OF CHINA\(SOCIAL SCIENCES EDITION\)](#)
年，卷(期)：2005, 7(3)
被引用次数：1次

参考文献(3条)

1. [胡旺盛](#) [知识匹配、知识转化和顾客价值](#)[期刊论文]-[管理评论](#) 2004(06)
2. [季玉群](#) [知识型企业核心竞争能力分析及其综合评价研究](#)[期刊论文]-[科研管理](#) 2004(04)
3. [霍南方](#); [李怀玉](#) [论核心业务外包](#)[期刊论文]-[华中科技大学学报\(社会科学版\)](#) 2004(03)

引证文献(1条)

1. [肖泽磊](#), [项喜章](#), [刘虹](#) [中国知识型企业内生核心竞争力实证研究](#)[期刊论文]-[科学与科学技术管理](#) 2009(1)

本文链接：http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical_dzkjdxxb-shkx200503004.aspx