

企业核心竞争力：理论的起源及内涵

李正中，韩智勇

(中国科学技术大学商学院，合肥 230063)

一、企业核心竞争力理论的起源

1. 核心竞争力理论在经济学上的起源

企业能力理论在经济学历史上的起源可以一直追溯到 1776 年古典经济学家亚当·斯密 (Adam Smith) 在《国富论》中提出的劳动分工理论，根据这种理论，企业内部分工的性质和程度是限制规模经济效益的主要因素，从而决定了企业成长的规模界限。在此基础上，1920 年，阿尔弗雷德·马歇尔 (Alfred Marshall) 创立了“企业内在成长论”。随后，在 20 世纪 50 年代和 60 年代，其追随者安蒂斯·潘罗斯 (Edith Penrose) 和理查德森 (G. B. Richardson) 通过各自独立的深入研究，分别从“企业内部知识积累”和“组织间协调”两个方面完善了这一理论。在“企业内在成长论”的基础上，经济学对企业理论的研究形成了互为补充的三个流派：企业资源基础论、企业动力能力论和企业知识基础论^[1]。虽然各派理论在研究的着眼点上有所区别，但它们的基本观点都认为：企业必须对能够扩展生产领域的知识和能力进行不断积累，这是企业成长的基础。正是以企业理论各流派的观点为基础，推动了企业能力理论的发展，进而形成了现有的企业核心竞争力理论。

2. 核心竞争力理论在战略管理理论上的发展

20 世纪 60 年代初期，以钱德勒 (A. D. Chandler)、安索夫 (Igor Ansoff) 和安德鲁

斯 (K. Andrews) 为代表，出现了第一代战略管理理论，战略管理的概念由此产生，并被认为是企业在竞争中获胜的前提和关键。70 年代的第二代战略管理理论着眼于战略的实施，强调组织结构应随战略的调整而进行相应的调整，即“结构追随战略”，认为企业应通过组织结构的结构变革来保证战略的实现。80 年代，第三代战略管理理论研究者把目光投向企业外部环境，波特 (Michael Port) 提出了行业竞争结构的分析模型，强调企业应根据对环境的分析来确定自己的战略，并且提出了成本领先、差异化、集中化等三种一般性的竞争战略。其后，明茨伯格 (H. Mintzberg) 提出“精雕”战略，进一步强调企业战略必须随环境变化而不断进行调整^[2]。

然而，20 世纪 80 年代末期以来，对波特的产业结构分析方法的批评日益增加，主要原因在于：行业竞争结构分析模型仅关注了企业环境对企业战略制定的影响，而忽视了企业内部因素在战略制定中应有的决定性作用。尽管波特也强调了企业价值链与外部环境的适应性，但他对企业内部结构因素及其对公司形成竞争优势的作用却分析很少。罗曼尔特 (Richard Rumelt) 通过对利润的研究指出：“产业中长期利润率的分散程度比产业间利润率的分散程度要大得多。”“很明显，最重要的超额利润的源泉是企业具有的特殊性，而非产业间的相互关系。”^[3]由此，战略管理专家们逐渐把兴趣转向了

[收稿日期] 2001-03-01

[基金项目] 国家自然科学基金资助项目 (70072001)。

[作者简介] 李正中 (1940-)，女，江苏扬州人，中国科学技术大学商学院教授；
韩智勇 (1974-)，男，安徽阜阳人，中国科学技术大学商学院研究生。

对企业内部因素的研究,再加上对企业持续竞争优势的日益关注,企业能力理论和核心竞争力理论应运而生,最终成为了第四代战略管理理论。

二、企业核心竞争力理论的基本内涵

1. 核心竞争力理论的两个核心问题

一种理论的发展,大都是围绕一个或几个核心问题逐渐扩展后建立起来的。正如经济学理论把解决生产什么、怎样生产、为谁生产等问题作为自己的根本使命一样,核心竞争力理论也有属于自己的核心问题。

纵观对企业核心竞争力理论的各种表述,可以发现贯穿这一理论的两个核心问题:(1)企业持续竞争优势是如何产生的?(2)如何创造并发展这种持续竞争优势?

2. 核心竞争力理论的基本概念

企业能力的概念,最早出现在菲利普·萨尔尼科(Philip Selznick) 1957年的论述中,他认为:能够使一个组织比其他组织做得更好的特殊物质就是企业的能力或特殊能力^[4]。以潘罗斯和沃纳菲尔特(Binger Wernerfelt)为代表的“企业资源基础论”则认为能力就是企业所拥有的资源,把企业看作是一个资源的集合体,每种资源有多种不同的用途,企业特有的资源则形成了企业的特殊能力。同时,他们还认为,企业的资源(能力)是在很长的一段时间内通过一种不确定的、难以预测的、其他企业难以仿制的,甚至在一些情况下,连企业自身都不能复制的过程中积累起来的^[5]。

企业核心竞争力理论的开创者潘汉尔德和哈默在1990年的《公司核心竞争力》中,把核心竞争力定义为“能使公司为客户带来特别利益的一类独有的技能和技术。”并指出,组织中的积累性知识,特别是关于如何协调不同的生产技能和有机结合多种技术流派的知识是核心竞争力的主要来源^[6]。

为了与已有的企业能力的概念相区分,潘汉尔德和哈默进一步提出了判断核心竞争力的三个标准:(1)核心竞争力必须为市场所认可,即能够提供进入相关潜在市场的机会;(2)核心竞争力必须给客户带来特别利益,也就是说核心竞争力应当能够提高企业的效率,帮助企业通过降低成本或创造

价值来扩大客户的利益;(3)核心竞争力必须是竞争对手难以模仿的,只有这样才能保证企业基于核心竞争力的优势得以持续。其后的研究者们,又在此基础上增加了一些判断标准。如,(4)核心竞争力应当是异质的;(5)核心竞争力应当是难以替代的;(6)核心竞争力必须具有较强的延展性^[7],等等。

关于核心竞争力的来源和构成,越来越多的学者相信,核心能力不等于公司经营资源的拥有量,而是来自于公司的创造性工作。其代表人物巴顿(D. B. Barton)认为:核心能力不只是技术和人力技能,更是一种制度化的相互依存、相互联系、能够识别和提供竞争优势的企业知识体系。其构成包括四个方面的内容:(1)知识与技能;(2)管理体制;(3)实物系统;(4)价值观。由此,巴顿提出,组织开发核心能力的方式必须是一种制度化、系统化、长期化的行为,其重点是构建能够为公司创造竞争优势的知识体系^[8]。

三、理解企业核心竞争力的逻辑层次

1. 企业在本质上是一个能力体系

与以往的企业理论把企业看作是一个产品、业务或者资源的集合体不同,在核心竞争力理论中,企业应当被看作是一个能力(Capability)的集合体。每一项业务或产品都有自己的业务链或生产链,链中的每一个环节都由一定的业务能力来完成,这些业务能力进一步又可以分解为“分能力”和“子能力”。因此,企业实质上是由各种各样的细分能力组合而成。

企业的能力来源于企业所拥有的资源,包括:有形资源、无形资源和知识资源^[9],以及对各种资源进行整合利用的方法和手段。与企业外部条件相比,企业内部因素对于企业占据市场竞争优势更具有决定性作用,企业内部的能力、资源和知识的积累是解释企业获得和保持竞争优势的关键。基于这一命题,核心竞争力理论坚持从企业内在因素出发来分析企业市场。

2. 能够为顾客创造价值的能力表现为企业的竞争能力

企业拥有任何一种资源都可以被企业利用来实

现一定的目的或功能,因此,企业所拥有的每一种资源都能够形成一种或几种企业能力。但是,在这些能力中,只有那些能够为顾客创造价值,被市场所认可,从而为企业进入某种现实潜在市场提供机会的能力,才是对企业有价值 and 意义的,才会被企业用于参与市场的竞争,这种能力才真正成为了企业的竞争能力 (Competence)。

3. 独特竞争力为企业提供竞争优势

只有当企业的某种竞争力具有了异质性,即能力与众不同,为本企业所独有,或者相对其他企业具有更高的效率时,才能为企业带来竞争优势。

企业拥有一条或多条业务链或生产链,这些价值增值链中的任何一个环节都可能成为竞争优势的来源,如果企业在这一环节上的能力能够以更高的价值或较低的成本,通过最终产品为顾客创造更多的消费者剩余,这种具有了异质性、独到性或比较优势的能力称为独特竞争力 (Distinctive Competence)^[10]。

4. 核心竞争力是企业持续竞争优势的源泉

对于一个企业来说,持续竞争优势是竞争优势中最为关键和重要的部分,它解释了在同一行业中(无论这个行业处于何种竞争结构),某些企业能够在相对较长的时期获得稳定的超额利益的原因。

为了获得持续竞争优势,企业必须在自身所拥有的独特竞争力中寻找那些难以模仿,又难以替代

的部分,只有建立在这部分能力基础上的竞争优势才能得以长期持续。因此,只有当某些独特竞争力同时具备了某种难以被模仿和替代的性质时,这种独特竞争力才成为了企业真正的核心竞争力 (Core Competency)。

5. 企业战略的制定应建立在核心竞争力发挥与发展的基础之上

企业能力理论和核心竞争力理论可以看作是对传统的结构—行为—绩效 (SCP) 模型和波特产业竞争结构分析模型应用于战略管理分析方法的替代或发展。原因在于:按照 SCP 模型,战略管理把市场结构作为决定产业中和产业间绩效差异的主导力量进行分析;而波特公司也主要将企业竞争优势归因于企业的市场力量,认为行业的竞争结构和企业的市场定位以及构筑进入和退出障碍等因素决定了企业的竞争优势,从而成为企业制定战略的基础。与此相反,核心竞争力理论则认为企业的绩效和优势来源于企业具有的核心竞争力,而企业战略的成功则是很好地发挥和发展企业本身具有的核心竞争力的结果。罗曼尔特及其后继者对典型案例的研究,也证实了:“成功”的多角化战略是建立在能够促使企业在其相关的市场中获得一席之地的一系列“核心技能”基础上的。因此,核心竞争力理论主张:企业战略的制定该建立在对企业核心竞争力的分析和规划之上。

参考文献:

- [1] (丹麦) 尼古莱·J. 福斯, 克里斯第安·克努森编, 李东红译. 企业万能: 面向企业能力理论 [M]. 大连: 东北财经大学出版社, 1998. 21—49.
- [2] 王毅等. 企业核心能力: 理论溯源与逻辑结构剖析 [J]. 管理科学学报, 2000, (3): 24—30.
- [3] Rumelt, R. R. *Diversification Strategy and Profitability* [J]. Strategic Management, Journal 3, 1982: 359—369.
- [4] Selnick, P. *Leadership in Administration* [M]. New York, Harper & Row, 1957.
- [5] Penrose, E. T. *The Theory of the Growth of the Firm* [M]. Oxford, Basil Blackwell, 1959.
- [6] Praharad C. K. and Hamel, Gary. *The Core Competence of the Corporation* [J]. Harvard Business Review, 1990, May-June: 79—91.
- [7] 黄继刚. 核心竞争力: 未来企业竞争的基础 [J]. 经济管理. 2000, (8): 57.
- [8] 韩德昌. 公司战略管理 [M]. 太原: 山西经济出版社, 1999. 67—68.
- [9] 唐要家, 唐春晖. 企业持续竞争优势之谜 [J]. 经济管理, 2000, (9): 57—58.
- [10] Andrews, Kenneth R. *The Concept of Corporate strategy* [M]. Revised edition, Richard D. Irvin, Inc., Homewood, Illinois 1980.

(责任编辑: 杨万东)