

企业核心能力理论与管理学学科的发展 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/66/2021_2022__E4_BC_81_E4_B8_9A_E6_A0_B8_E5_c41_66101.htm 最近十几年来，有关核心能力(core competence)的研究已经成为企业管理学的一个研究热点。一项文献分析表明，普拉哈拉德与哈默(Prahalad amp. Hamel)中的533篇文献所引证。引证该文献的论文大多发表在战略管理、技术管理、管理评论、研究开发管理、计划管理等领域的专业管理期刊上，这些期刊绝大多数被SSCI列为核心管理期刊(张炜，2002)。我国关于这方面的研究也逐渐增多，也发表了大量的研究文献。核心竞争力的概念曾被《世界经理人文摘》杂志评为在过去10年中对中国有巨大影响的10大管理实践之首(黄继刚，2002)。本文无意研究具体的核心能力理论和实践问题，而试图分析核心能力范畴的提出及其广泛深入的研究对于管理学自身发展的学科意义。

一、核心能力理论的背景与基本观点 长期以来，面对企业的兴衰更迭、大小变化，以企业为主要研究对象的企业经济学和管理学必须回答一个至关重要的问题：为什么有的企业能够常胜不衰、持续发展和壮大，而有的企业却在竞争中衰败和消亡。也就是说，企业生存和发展的基本规律是什么，决定企业生存和发展背后的最根本的因素是什么。这个问题意义如此重大，以至于如果不能科学地解释这个问题，企业经济学和管理学就很难成为真正的科学；但这个问题又是如此复杂，以至于迄今为止企业经济学和管理学对此问题还没有特别令人满意的回答。由于企业的生存和发展是以企业竞争为前提的，这个问题可以具体化为企业竞争力的本质和决定因素

问题。如果把这个问题作进一步的学术性表述，可以转化为围绕企业竞争优势的三方面的问题。一是什么给企业带来了竞争优势，即企业竞争优势的“源”的问题。二是产生企业竞争优势的因素与企业绩效之间有着怎样的内在逻辑联系，即企业竞争优势的“内在逻辑”问题。三是企业的竞争优势的可持续性问题，即影响竞争优势可持续性的因素有哪些，怎样获得企业可持续性的竞争优势(郭斌，2002)。这三方面问题一直是企业管理学和经济学的研究主题。而核心能力范畴和理论，恰恰是要试图对上述重大主题进行分析和研究的。正是由于核心能力理论产生的重大背景，使其必然具有重大的价值和影响。企业核心能力理论的基本观点和分析逻辑，可以作如下的综述。

1. 企业竞争力来自于企业的竞争优势和这种优势的持续性 竞争力不同于一般的能力，它是指企业与竞争对手相比所具有的“对抗”能力。在资源稀缺、市场需求有限、企业异质和复杂动态的环境条件下，企业竞争力的强弱取决于在企业是否具有在特定业务经营领域内能够向顾客提供超过竞争对手的价值，即是否具有竞争优势。一般意义的竞争优势只能保证企业短期具有竞争力，类似“百年老店”之类的企业长期的竞争力来自于企业的持续竞争优势。企业保持持续的竞争优势，是企业能够在动态复杂的竞争环境条件下生存和发展的根本。竞争优势的持续性本质上并不是一个日历时间概念，而是说明竞争对手没有能力复制相应的竞争优势。
2. 企业竞争优势来自于企业资源和能力的直接支撑，而持续竞争优势则来源于企业核心能力 企业能力是企业拥有的为实现组织目标所需的技能和知识。虽然广义的资源包括企业能力，但能力理论认为，能力与资源不同，

能力是以人为载体的，是配置、开发、保护、使用和整合资源的主体能力。具有相似资源的企业通常在使用资源的效率方面有差异，这种差异就是企业能力的差异，是产生竞争优势的深层次因素。在核心能力理论看来，能力是决定企业异质性的根本，企业是一个能力系统或能力的特殊集合。隐藏在企业资源背后的企业配置、开发和保护资源的能力，是企业竞争优势的深层来源。更进一步，企业所有能力中核心和根本的部分，可以通过向外辐射，作用于其他各种能力，影响着其他能力的发挥和效果，这部分被界定为核心能力。在普拉哈拉德与哈默看来，核心能力是组织中积累性学识，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的学识。一般说来，核心能力具有如下特征：(1)稀缺性，是企业所特有的。(2)可延展性，核心能力可以使企业进入各种相关市场参与竞争。(3)价值性，核心能力能够使企业为客户创造价值。(4)难以模仿性，核心能力应当不会轻易地被竞争对手所模仿。企业要获得和保持持久的竞争优势，就必须在核心能力、核心产品和最终产品三个层面上参与竞争。核心能力是企业竞争优势的源泉，最终产品是核心能力的市场表现，核心产品是核心能力的物质载体。

3. 组织学习是建立并不断强化企业核心能力的根本途径

能力理论认为，核心能力来自于企业组织的集体学习，来自于经验规范和价值观的传递。核心能力的形成要经历企业内部独特资源、知识和技术的积累与整合的过程。通过这一系列有效积累与整合，使企业具备了独特的、持久的竞争力。企业知识理论也认为，隐藏在核心能力背后并决定核心能力的是企业掌握的知识。企业核心能力也表现为知识和经验，这些知识和经验是通过不

断的组织学习而得到和更新的。如果把组织中的个人通过学习获得的知识和经验成为能力“基因”，那么企业组织中一个团队通过学习而形成的知识体系就构成了单项核心能力，而整个组织的学习则整合单项核心能力，构成了一个能力体系，形成了企业整体核心能力(谢恩、李垣，2001)。也就是说，学习是使企业的个体能力向组织能力转化、最终形成核心能力的必要手段。知识的共享、经验技能和失败教训的共享，是企业组织学习的主要内容，通过知识共享可以使个人的能力、知识转化为企业集体的组织能力和知识。

4. 企业家创新精神是组织学习的动力源泉

企业家精神，是企业建立、生存和发展的原始动力。发现和创新是企业家精神的同义词，企业家的角色是制定创新决策，并进一步执行创新决策、产生所谓的新组合，从而保证企业具有竞争优势、获得经济利润。具体而言，一方面，企业家创新决策需要建立在对市场机会的把握和未来发展的预见基础之上，从而实现培育新的竞争优势来源；另一方面，企业家的创新决策还同时实现了对已有的竞争优势来源的破坏。从总体动态上看，由于众多企业家的创新决策的存在，已有的竞争优势源泉的不断被破坏、新的竞争优势源泉的不断出现，这意味着企业赖以生存和发展的知识基础在不断发生变化。对于一个具体企业而言，企业组织必须通过组织学习适应这种变化，支持自己企业的创新决策的制定和执行，从而不断培育新的竞争优势源泉。因此，企业家精神的实质，在于在激烈的市场竞争中通过创新获得超额利润。这是企业组织学习的原始动力，也是企业生存和发展的根本。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com