

企业文化在提升企业核心竞争力中的作用

文/王涛 刘庚伍

随着现代科学技术的发展,科技速度的加快,企业间的竞争越来越激烈,任何一项最新的科技成果,在几年或者几个月中将会普及、模仿甚至超越。因此从某种角度上来说,掌握先进的科学技术不能成为企业持久的竞争力。企业文化是企业所特有的,是由企业的传统和风气等构成的人们共同遵循的行为规范,企业文化可以提企业核心竞争力。

一、企业文化与企业的核心竞争力

企业文化:可以概括为:“在一定的社会经济条件下,通过一定的社会实践所形成的,并为全体员工所共同遵循的共同意识,价值观念,职业道德以及行为规范和准则的总和”。

核心竞争力,又称为核心能力,是西方战略学家普拉哈拉德和哈默尔于1990年在《哈佛商业评论》上首次引入的,他们认为企业核心能力是:“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”。著名的麦肯锡管理咨询公司在总结了长期的实践经验后指出,核心竞争力是某一组织内部一系列互补的技能和知识的结合,它具有使组织的一项或多项业务达到竞争领域一流水平,具有明显优势的能力。企业核心竞争力的本质是企业特有的知识和能力,正是企业的专有知识使其核心竞争力表现得与众不同和难以模仿。

传统的观点认为,一个企业的核心竞争力就是企业所拥有的核心技术和资源的确,核心竞争力离不开核心技术和资源,如果离开了核心技术和资源,一些著名的企业是不可能激烈的市场竞争中高奏凯歌。因此一个企业没有核心技术是很难形成其核心竞争力的。但是不是有了核心技术和资源的企业就一定会有核心竞争力了?实践证明答案是否定的。曾经的世界500强企业迄今为止只剩下三分之一,那些被淘汰的企业并不是其没有了核心竞争力,只能从另外一个方面找原因,这就是文化的因素。

二、企业文化是提升企业核心竞争力的内在动力

(一)企业文化为企业的核心竞争力提供了精神动力和智力支持

企业文化是以人本管理为核心,对职工的思维方式和行为方式加以引导,从而形成共同的价值观、企业精神。企业的价值观一旦得到职工的认同后,就会激发起职工的热情和积极性。企业文化还可以通过其它的一些手段如目标激励、领导行为激励、竞争激励等来调动职工的积极性。一个崇尚满足企业成员的自尊、地位、情感、成就和自信等需要的企业文化,就能培养企业成员对企业的归属感、责任心和事业心,一个倡导创新意识、运用创新思维、敢于创新竞争、鼓励尝试风险的企业文化,就能激发成员的积极性、创造性,有助于创新思想的产生,并能使这些新思想迅速而有效地变成实际运用。

(二)企业文化具有不可模仿性,是形成核心竞争力的源泉

企业文化是与一个企业的历史发展息息相关的,它是企业在经营管理过程中所形成的物质财富和精神财富的总和。企业文化只能根植于本企业之中,一个人离开企业,可以带走规章制度、办法措施,但企业的核心部分即全体人员所信奉的价值观却不可以轻易地照搬过去。人们可以重新塑造或变革企业文化,但绝不能照抄照搬其它企业的文化。因此企业文化具有不可模仿性。一个企业只有形成具有自己特色的企业文化,才能形成企业持久的竞争力。企业的一切经营活动,包括人、财、物的合理使用,都必须受企业文化的指导,因此企业持久的核心竞争力只能起因于先进的企业文化。

(三)优秀的企业文化有利于团队的形成,可以提高企业的凝聚力、创造力和向心力,而有效的团队又可以促进企业核心竞争力的形成。

在现实的竞争中,任何企业都很难凭个人的力量来提升企业的竞争力,因此团队是企业赢得核心竞争力的重要手段,团队也在现代管理中占有举足轻重的地位。成功的创造一种团队文化的企业可以提高企业的凝聚力、创造力和向心力,能够吸引、培养和挽留一些优秀的员工,进而最大限度地发挥他们的作用,从而为核心竞争力的形成提供了源泉即:人力资源,团队也可以对团队内个体的行为产生约束和影响,逐渐形成自身的行为规范,使每个个体的期望值与团队所要达成的目标保持高度一致,并通过增强企业内部的沟通和协调,提高企业的工作效率,从而能够加速核心竞争力形成的速度。

(四)追求创新的企业文化有利于企业进行创新

企业创新包括目标创新、制度创新、技术创新、组织创新,以及环境创新。国内外有众多的大公司都将积极向上、不断追求创新的企业文化建设作为激励员工不断创新,提升企业的核心竞争力

的主要手段。国内的海尔集团就是创新型企业文化的典型代表。海尔总裁张瑞敏就曾说过，“创新是海尔的核心竞争力”。惠普（中国）总裁孙振耀也认为，创新、质量、管理是惠普的核心能力，尤其是惠普的创新文化。

企业文化在培育和提升企业核心竞争力过程中起着重要的作用，但它毕竟属于一种思想范畴的概念，是企业的价值理念，并不能脱离核心技术和资源而单独成为核心竞争力。真正的核心竞争力应是两者的高度融合之后所形成的只有把企业文化和核心技术和资源高度融合才会形成一种不断创新的机制，保持企业永久的核心竞争力。

（作者单位：河北师范大学公共管理学院）

相关链接

加强经济领域跨文化交际能力的培养
文化视角下广告的撰写及翻译
浅谈企业建立文化营销模式
企业文化及其开放性探微
企业文化的信念修正
企业文化建设的系统思考
企业文化与企业竞争力研究述评
企业文化在提升企业核心竞争力中的作用

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心