

文/武玉荣 尹奋勤

随着我国加入WTO，我国企业不仅要接受来自国内企业日趋激烈的市场竞争，而且要接受来自国外企业日趋激烈的市场竞争，不仅竞争的是国内市场，而且要走出国门，竞争国外市场。那么，在这场没有硝烟的市场竞争中，究竟什么才是企业的竞争力？什么又是企业的核心竞争力？这是摆在我们面前的重大理论和现实问题，本文就此问题作一粗浅的探讨。

### 一、什么是企业的核心竞争力？

关于企业的核心竞争力，西方有个著名的剥洋葱理论。认为企业的竞争力像一个洋葱：表层的是产品的竞争力，包含服务、质量、成本、营销、技术和生产能力六大要素；中间的是支撑平台的竞争力，也称为制度层的竞争力，包含结构、机制、规模、战略、资源、关系和制度七大要素；最核心的是品牌文化的竞争力，包括企业的理念系统、价值观、企业的形象、企业的创新和企业的伦理。其逻辑关系是：好的产品需要好的制度支撑，好的制度需要好的品牌文化来构建。最核心的品牌文化竞争力也同样是一个洋葱似的层层深入的结构，其中表层的是企业文化，深入下去的是企业的价值观，再深入下去的是企业的价值排序即企业伦理。其逻辑关系是：企业的品牌文化要靠企业的价值观支撑，而企业的价值观必须由正确的价值排序即企业伦理来支撑。因此，企业伦理才是企业生存和发展的本质，是企业的核心竞争力。

### 二、什么是企业伦理？

企业伦理指的是企业在其经济活动中形成的客观的企业内部人与人的关系，以及企业与外部形成的特殊的“组织人”与“组织人”或“自然人”的关系，这是企业伦理的一般意义。现代意义上的企业伦理问题产生于70、80年代的美国，其直接诱因是当时美国大公司经济丑闻的频频曝光。企业的伦理问题由此引起社会各界的广泛关注。此前，由于美国企业一直把为股东赚取利润的最大化视为是企业生产的唯一目的，从而导致美国当时日趋广泛深刻的劳资矛盾、社会矛盾和严重的环境问题，以利益相关者理论为基础的现代企业伦理认为：企业是一种“治理和管理专业化投资的制度安排”，而不仅仅是股东赚钱的工具，其活动必须综合和平衡好各个利益相关者的利益要求。那些只顾自己赚钱，而不关注其他利益相关者利益要求的企业行为都被视为是不道德的。这些利益相关者包括企业的股东、债权人、雇员、消费者、供应商等交易伙伴，也包括政府部门、本地居民、当地社区、媒体、环境保护主义者等压力集团，还包括自然环境、人类后代、非人物种等受到企业经营活动直接或间接影响的客体。他们都对企业的生存和发展注入了一定的专用性投资：或是为企业分担了一定的经营风险，或是为企业的经营活动付出了代价。因此，企业的经营决策必须要考虑他们的利益，并给予相应的报酬和补偿。

### 三、企业伦理何以成为企业的核心竞争力？

肇始于上世纪70年代以来世人对企业伦理问题的普遍关注，以及西方剥洋葱理论的提出，无可辩驳地显示着企业伦理已经成为当今时代企业的核心竞争力。问题是，西方企业几百年的不良伦理行为何以在上世纪70、80年代演变得如此严重，且凸现而成美国声势浩大的以企业伦理为核心的经济伦理运动？并最终使企业伦理成为企业的核心竞争力？我国著名学者陆晓禾在探讨美国经济伦理运动产生的原因时指出：经济伦理学运动及其研究是20世纪下半叶由美国资本主义最新发展而引起的生产力同生产关系以及保护这种关系的上层建筑和意识形态的一种对抗运动，是力图使对企业的管理和控制置于社会监督之下，是对马克思主义关于按社会化生产的社会本性来管理社会化生产理论的印证。而美国资本主义的这一最新发展，就是今天我们众所周知的以信息技术为基础的知识经济时代的到来。正是在这一强劲的新技术的作用下，美国通过以企业伦理为核心的经济伦理运动，使企业的经营理念、经营行为从最初的过分追求资方利益最大化，忽视、甚至侵犯其他利益相关者的利益，转而越来越关注后者利益的满足，并由此大获其益，且这一经营理念、经营行为或作为市场规则，通过完善的法律体系得以确认，或作为企业自己的伦理规范得以自觉践履。

我们的是市场化改革是在全球经济一体化的大背景下起步的，我国企业要融入全球化市场，参与全球竞争，就必须遵守国际通行的国际规则和企业伦理规则。近年来中国企业在海外频频遭遇的伦理挑战，再次显示了中国企业加强自身伦理建设的迫切性和极端重要性。即便从国内看，我国在步入过剩经济时代的同时，由于改革过程中各种机制以及市场规则的不健全，企业的坑蒙拐骗、偷税漏税、权钱交易等失德行为也早已构成企业进一步健康发展的最大障碍，企业伦理建设同样势在必行。（作者单位：河北北方学院社科部）

新时期产业国际竞争力的内涵和影响因素分析  
企业伦理：企业的核心竞争力  
从基础入手、提高企业竞争力  
协同论在企业经营管理中的应用  
企业再造对提升企业核心竞争力的效应研究  
构建企业核心竞争力会计信息披露模式之探  
新时期网络环境下企业财务与企业竞争力科学控制、管理分析

---

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