

- ▶ 论文投稿
- ▶ 关于论文发布证明

## 相关链接

- ▶ 学术活动厅
- ▶ 专家讲座
- ▶ 中华管理论坛章程
- ▶ 个人专栏



## 动态运用企业核心竞争力

刘先明咨询师

### 一、竞争力是指两种主体的竞争力：

探究企业的核心竞争力，首先需要须通过字面上来分析内涵。

“竞争力”作为词组，是一个宾语，“核心”是定语，那么主语或主体是什么呢？我认为有两个，一个是“企业”这个带有人性化的经济组织，另一个是企业这个组织生产的产品和提供的服务。所以分析和看待竞争力，也需要从企业的竞争力和企业的产品、服务的竞争力等两方面来讲。

1、企业的竞争力主要包括企业竞争获取或引导社会资源（信息资源、资金资源、政府资源、技术资源、人才资源、客户资源、合作伙伴资源、原材料资源等）向企业倾斜和输入速度、广度的能力、持续树立企业良好形象、良性知名度的能力等。

2、企业的产品和提供的服务的竞争力主要包括企业产品竞争市场份额的能力、获取客户订单的能力等；衡量企业的产品和服务是否具有竞争力的标志是产品和服务在特定区域市场所占的份额和时限。

### 二、竞争力和核心竞争力的关系：

核心竞争力是竞争力里各因素中的一种或组合种，而构成竞争力的要素是什么呢？对于上述两种主体来讲，竞争力包括或分解为以下因素：

- 1、单位时间里自我生产或组织产出符合客户所要求的质量标准的产品数量，即生产规模；
- 2、满足客户的需要和订单的产品生产周期及交货时限；
- 3、满足质量标准要求的单位产品的产出需要付出的成本；
- 4、产品实物本身所附有或体现的质量等级；
- 5、自主研发、组织研发、嫁接高、新、尖技术的速度与市场转化率；
- 6、产品的功能与客户的需要相吻合的程度；
- 7、产品在使用过程中给客户带来的方便或延伸服务；
- 8、吸引社会资源（信息资源、资金资源、政府资源、技术资源、人才资源、客户资源、媒体资源、合作伙伴资源、原材料资源等）向企业流动的引力和

能力；

9、在适宜的时机里运用竞争因素、击打竞争对手要害、获取客户青睐或决定合作意识的技巧；

10、能影响社会公众、客户、竞争伙伴、合作伙伴关注或信赖、自身员工心态的企业文化；

11、企业所在地能给员工带来的生活质量提高或保证的能力；

12、联合竞争伙伴的能力；

13、学习、引进、吸收先进观念和技术并实施观念创新、组织创新、管理创新战略，形成适宜管理模式的能力。

三、企业需要辩证看待、持续提升、组合运用核心竞争力：

1、核心竞争力是相对的：是相对于竞争伙伴或对手的、适应性满足客户的程度和成效。

2、核心竞争力是动态的：不同的竞争环境和竞争时机，核心竞争力的因素是变化的，而且一个特指的核心竞争力因素，其自身也是变化的。

3、核心竞争力是有具体特定内容的：某一个时间段或某一个领域或区域，企业的核心竞争力是不一样的，也许在甲地，企业的产品核心竞争力是成本因素，在乙地其核心竞争力可能是产品质量因素。

4、核心竞争力的形态是多样性的：在具体内容构成方面，核心竞争力可能是竞争力因素中某单一体，也可能是不同竞争力因素的组合物。

5、核心竞争力需要具有一定的市场持续性但又不能为对方迅速、方便模仿去。

6、一个弱势企业也可能在特定场合和时机占有核心竞争力，每一个强势企业可能在局部丧失核心竞争力。

比如：在某一时刻，竞争伙伴或对手的价格本来比我方具有明显的竞争优势，但是，我厂采取亏本竞争的价格策略先渗透到客户内部，然后在获取组织生产、降低成本机会基础上，通过改进工艺等方式降低成本，那么，这里的核心竞争力是什么呢？相对我方来讲核心竞争力不是价格，而是竞争战略，相对对手来讲，在一段时间里依据成本管理形成的以价格为主要内容的核心竞争力在这时会失效，因此面对市场、客户、企业自身、社会等多种主体或客体，企业要时刻善于发现、建造、组合、创造性运用核心竞争力。

正因为核心竞争力有如此多的变数，因此要求企业在对待核心竞争力的问题上，不能机械的看待，而是需要辩证的、动态的看待并持续形成和运用核心竞争力。

---

## 最新文章：

- 官僚意识与人文精神 曾飞
- 立此存照：高尚与丑陋的反思 小龙
- 国际贸易可持续发展的环境约束 陈柳钦
- 当“优秀工”成了鸡肋 韩成杰
- 知识生产管理 侯象洋
- 中国移动品牌文化的硬伤及危害 韩城
- 管理升级——给准备带领企业越冬的企业家 张驰
- 重大疾病保险 职工的保护神 周书勇
- 有效在线体验——为什么你的VOC项目对提升在线客户满意度的帮助很小 李翊玮 等
- 和谐生产方式基本原理 张西振
- 新劳动合同法对企业的影响及企业的应对策略 高磊
- 时间管理在企业中的应用 高磊
- 李老庄村农业劳动力不足的问题研究 陈杰
- 更多文章...