

# 农产品批发市场核心竞争力内涵探讨

黄灏然, 俞守华\*, 区晶莹 (1. 仲恺农业工程学院, 广东广州 510225; 2. 华南农业大学, 广东广州 510642)

**摘要** 针对农产品批发市场核心竞争力所涉及到的知识、能力和资源, 在阐明三者之间的相互联系的基础上对农产品批发市场核心竞争力的概念进行了界定, 最后指出农产品批发市场核心竞争力的特点。

**关键词** 农产品批发市场; 核心竞争力; 知识; 能力; 资源

中图分类号 F304.3 文献标识码 A 文章编号 0517-6611(2008)33-14780-02

## Research on Connotation of the Core Competence of Agricultural Products Wholesale Market

HUANG Hao-ran et al (Agriculture and Engineering College, Zhongkai University, Guangzhou, Guangdong 510225)

**Abstract** The knowledge, ability and resources were defined at first in this essay. And then, the concept of the core competence of agricultural products wholesale market was illustrated on the basis of the relation among the knowledge, ability and resources. At last, the characters of the core competence of agricultural products wholesale market were pointed out.

**Key words** Wholesale markets of agricultural products; Core competence; Knowledge; Ability; Resource

自1990年“核心竞争力”这个概念被提出以来, 关于核心竞争力的讨论已成为企业界和管理学界的热点<sup>[1]</sup>。然而, 由于“核心竞争力理论”发展时间较短, 目前具体针对农产品批发市场的特点进行核心竞争力的研究极少。

农产品批发市场作为农产品的集散地, 农产品批发市场一头联系着广大而分散的农产品产地, 一头联系着城市多样化的农产品零售系统, 是农产品大流通的关键环节<sup>[2]</sup>。农产品批发市场核心竞争力的提高, 对于我国农产品物流的发展和现代农业的建设有着重要的促进作用。基于此, 笔者研究了农产品批发市场核心竞争力的内涵与特点。

### 1 农产品批发市场核心竞争力的定义

目前, 国内外关于企业核心竞争力定义各不相同, 但主要都是围绕“知识”、“能力”、“资源”三者中一个或多个为基础。如, 企业核心竞争力提出者普拉哈拉德和哈默将企业核心竞争力明确为“组织中的积累性学识, ……”<sup>[3]</sup>; 库姆斯则提出了企业核心竞争力包括企业技术能力以及将技术能力予以有效结合的组织能力<sup>[4]</sup>; 在国外, 活纳菲尔特和潘罗斯是“资源论”的重要代表者, 国内学者李悠诚等认为企业核心能力就是无形资产<sup>[5]</sup>。因此, 在界定什么是农产品批发市场核心竞争力之前有必要先明确知识、能力、资源这三者的概念与相互之间的关系。

在参考借鉴李梦学和杨柳等学者对知识、能力、资源三者的定义和关系分析的基础上, 笔者对农产品批发市场核心竞争力中所涉及的知识、能力和资源进行了界定。知识是一种特殊的资源, 农产品批发市场中的知识包括组织知识和个人知识, 它是农产品批发市场本身和其从业人员通过实践与学习逐步积累起来的与农产品批发市场经营活动有关的各种经验、价值观念、关联信息和专家见识等的流动组合。

能力是农产品批发市场处置资源的本领, 通常表现为农产品批发市场通过整合、利用组织过程来达到预想的目标, 并且其能力只有在活动过程中才能体现出来<sup>[6]</sup>。能力本身也可作为一种无形资源, 并且在农产品批发市场资源的处置过程中体现出来。农产品批发市场的资源是指那些农产

品批发市场拥有所有权的或虽无所有权但能为组织所用的, 能直接地或间接地、潜在地或实际地影响农产品批发市场价值(租金)创造的所有因素<sup>[7]</sup>。该研究所指的资源是指开除知识和能力以外的资源。

知识必须以资源为载体, 资源支撑着知识的创造与传播, 知识的有效利用将会创造更多的资源; 能力无论是个人能力还是组织能力, 是知识与资源相结合的产物, 能力的发挥过程就是知识被运用的过程; 能力以资源为作用对象, 资源是能力的形成与作用发挥的基础, 能力的发挥又将创造更多的资源<sup>[5]</sup>。

在明确知识、能力、资源这三者之间关系的基础上, 有必要针对农产品批发市场作进一步的分析, 以更好地对农产品批发市场核心竞争力进行界定。一个农产品批发市场经营的成败, 与其掌握的资源和能力息息相关。能力又与知识和资源密不可分。因此, 笔者认为农产品批发市场核心竞争力是指农产品批发市场内部独具的一种或多种积累性的知识、独特能力和关键性资源的有机融合。在内外环境的作用和影响下, 农产品批发市场核心竞争能力将使农产品批发市场能够为社会提供一种或多种比对手更加优质的服务, 它外在表现为农产品批发市场在本行业的市场竞争中获得的持续的竞争优势。这种持续的竞争优势, 将会有效地促进农产品批发市场获得更多的利润。农产品批发市场核心竞争力的组成与作用机制原理由图1表示。

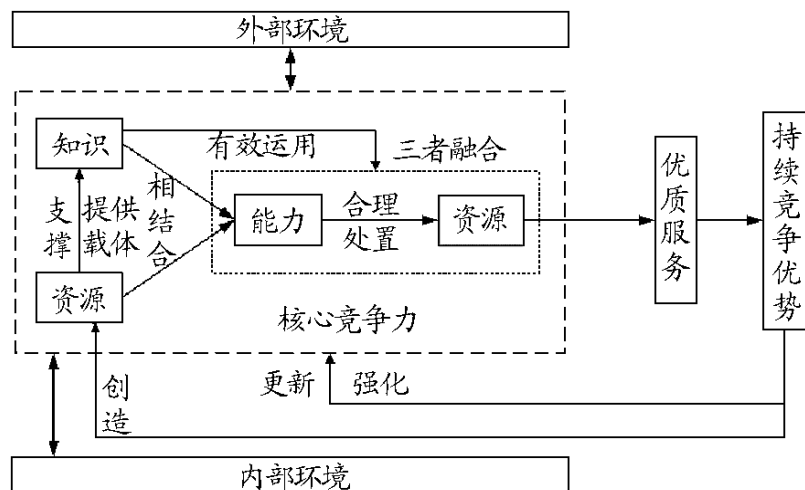


图1 农产品批发市场核心竞争力的组成与作用原理

Fig.1 Composition and action principle of the core competence of agricultural products wholesale market

上述农产品批发市场核心竞争力的定义包含以下几层

作者简介 黄灏然(1982-), 男, 广东汕头人, 助教, 从事农业信息化、系统评价与决策的教学和研究。\* 通讯作者, 博士, 副教授。

收稿日期 2008-09-22

含义: 农产品批发市场的核心竞争力是一种沉淀性和积累性的力量,具有独特性,是另外一个农产品批发市场在短期内难于成功模仿和复制的;对于不同的农产品批发市场,它可以是农产品批发市场中一种或者多种的积累性的知识、独特能力或关键资源的有机融合;不是任何知识、能力或资源都能成为农产品批发市场的核心竞争力,只有那些独特的、难以模范的、难以替代的和能创造价值的知识、能力或者资源才有可能成为农产品批发市场核心竞争力的来源;从广义上看,它是一种基础性的能力,是整个农产品批发市场生存、发展与壮大的根本;它是一种竞争性质的能力,在短期内表现为向供销商和中间商为代表的顾客提供比对手更加优质的服务,而这种短期优质服务的不断叠加的结果,表现为农产品批发市场能够长期在竞争环境中持续获得一种相对的竞争优势。

## 2 农产品批发市场核心竞争力的特点

目前,对企业核心竞争力的特点研究方面,许多学者在这方面都有比较接近的看法,虽然在命名上有所差异,但基本上可以将企业核心竞争力的特点归结为价值性、独特性和延展性<sup>[5,8-9]</sup>。在结合企业核心竞争力的特点、农产品批发市场的具体实际情况与特征及上文对农产品批发市场核心竞争力界定的基础上,笔者认为农产品批发市场核心竞争力的特点具体表现在以下几方面。

(1) 农产品批发市场的核心竞争力必需能够降低交易费用。农产品批发市场作为农产品的一个重要物流中心,提供了一个农产品聚集和分散的平台,它连接着农产品生产和零售的中间环节,是农产品变为商品的主要和关键环节。但是,从发展的角度和国外的经验来看,农产品批发市场最主要的功能是价格导向和降低交易费用<sup>[10]</sup>。农产品批发市场涉及的利益主体包括供货商、批发商、中间商、农民乃至市场辐射范围内的所有居民。农产品批发市场作为一种物流企业,所提供的产品是一种服务。消费这种服务的直接顾客包括供货商、中间商和批发商,间接的顾客包括农民及市场辐射地内的居民。因此,农产品批发市场的核心竞争力必须能够使企业提供一种优质的服务,而且这种服务必须能够降低供货商、中间商和批发商的交易成本。

(2) 农产品批发市场的核心竞争力必须是独特性的。农产品批发市场在经营和管理的过程中,逐渐积累了各种关于市场有效经营和管理的知识,形成了市场所具有的独特能力,掌握了市场内外各种关键性的资源。农产品批发场所形成的这些积累性知识、独特能力和关键性资源跟市场创业者的精神、经营与管理者的风格、员工的特点、企业组织的文化、企业所在地的文化和农产品批发市场的产业环境等因素紧密相连。其他农产品批发市场在短期内是难以模仿或者复制的,想要超越更是困难。

(3) 农产品批发市场的核心竞争力必须具备延展性。核心竞争力是农产品批发市场发展壮大的根基,是农产品批发市场获得竞争优势的源泉,从纵向看它具有延伸功能,从横向看它具有拓展功能。企业的发展总是从小到大,从单一产品(服务)到产品(服务)的多元化,农产品批发市场的发展也不例外。核心竞争力必须能够使农产品批发市场在原有业

务领域中保持竞争优势,而且还必须能够为农产品批发市场所拓展的业务提供支持。如,一个单一进行蔬菜交易的批发市场的核心竞争力,将会为其拓展到水果、粮油、蛋禽和花卉等方面的业务提供强有力的支持。此外,作为核心竞争它还将在农产品批发市场的升级和转型过程中得到纵向的延伸。

(4) 农产品批发市场的核心竞争力是动态变化的。随着农产品批发市场行业的发展,企业原来那些积累性的知识、独特的能力和关键的资源经过一段时间后可能变成一般性的知识、能力或资源。当然在这个过程中有可能新的知识又在不断的积累,新的独特能力又在逐渐形成,关键性的资源又在逐步获取。无论是原有核心竞争力的流失,还是新的核心竞争力的获取都是一个缓慢的渐进过程。当流失的核心竞争力大于新获得的时,农产品批发市场将逐步丧失其竞争优势,反之,其竞争优势将会得到逐步的强化。

(5) 农产品批发市场核心竞争力必须具备公益性特征。农业作为一个弱质产业,其发展需要政府和社会的大力支持。“三农”问题是国家近年来一直关心的话题。农产品批发市场作为农产品流通的关键环节,对“三农”问题的解决有着举足轻重的作用。因此,农产品批发市场也不可避免的存在社会公益性。农业部于2004曾指出“农业信息和农产品市场体系建设作为公益性、基础性事业,属于‘公共财政’支持范围,应当作为政府当前优先、重点支持的事业,推动其快速发展”,“农业信息和农产品市场体系具有很强的外部性,是典型的公共物品”。农产品批发市场的核心竞争力必须使企业能够发挥更好的价格向导功能,稳定农产品价格。使农民及农产品批发市场辐射地内的居民能够从中获利。

## 3 小结

从分析农产品批发市场核心竞争力所涉及到的知识、能力、资源的3个要素在农产品批发市场核心竞争力中的界定出发,对农产品批发市场核心竞争力的内涵进行了初步的探讨,不仅有利于企业核心竞争力理论发展的运用,而且从核心竞争力的角度审视农产品批发市场的发展有利于农产品批发市场发展思路的拓展和发展战略的规划。同时,由于企业核心竞争力理论包含的内容十分丰富,针对农产品批发市场核心竞争力的研究还有待进一步的深入。

## 参考文献

- [1] 张春华,史春风.企业核心竞争力的变迁研究[J].世界经济与政治论坛,2006(4):109-113.
- [2] 俞守华,黄灏然,区晶莹.区域农产品批发市场蔬菜价格预测研究[J].农业现代化,2006,27(SI):118-120.
- [3] PRAHALAD C K, HAMEL G. The core competence of the corporation[J]. Harvard Business Review, 1990, 68(3): 5-6.
- [4] COOMBS ROD. Core competencies and the strategic management of R-D[J]. R-D Management, 1996, 26(4): 345-355.
- [5] 杜云月,蔡香梅.企业核心竞争力研究综述[J].经济纵横,2002(3):59-63.
- [6] 杨柳.资源、能力和知识的持续竞争优势观[J].科技管理研究,2005(2):165-168.
- [7] 李梦学,代宝.基于资源、知识与能力关系的组织核心能力内涵新界定[J].价值工程,2006(9):116-118.
- [8] 原泉,周洁红,姚朝晖.关于我国中小企业核心能力研究的综述[J].科学管理研究,2002,20(5):27-30.
- [9] 王秉安.企业核心竞争力理论探讨[J].福建行政学院福建经济管理干部学院学报,2000(1):5-9.
- [10] 祝合良.我国农产品批发市场发展的基本思路[J].经济与管理研究,2004(2):72-75.