

2007MBA联考论证有效性分析(一)参考范文 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/107/2021_2022_2007MBA_E8_81_94_c70_107461.htm

“跑赢老虎”不等同于“过高的竞争目标”上述材料将“猎人打猎”的故事类比企业经营之道，认为“跑赢老虎是不可能的，企业经营战略也是一样，过高的竞争目标只会浪费企业的大量资源。”以上论证存在以下问题：“在企业经营中，首先要考虑的就是如何战胜竞争对手，顾客不是选择你，就是选择你的竞争对手。”这是有失偏颇的。处于不同的市场地位的企业，如市场领先者、市场跟随者、市场挑战者，其经营策略是不同的。比如，小企业进入市场初期，想的不是战胜，而是自我的生存，他也很难挑战行业老大的市场地位，此时最好的经营策略就是通过市场细分寻找市场罅隙，先生存再发展。再有，顾客可能既不选择你的竞争对手，也不选择你，因为你们都无法满足顾客提出的要求。“在满足顾客需求工只要快对手一步，就可以脱颖而出，战胜竞争对手。”事实上，有些企业在满足顾客需求上的确是快人一步，但是却成了市场上的“先生先死”。因为市场的开发是一个互动的过程，不仅需要企业了解顾客，还要顾客“星星知我心”。“跑赢老虎是不可能的，企业经营战略也是一样，过高的竞争目标只会浪费企业的大量资源。”很容易发现这是一个不当类比，上述材料未能将类比要素很好对应，两个猎人所面临的环境和企业的经营环境更是无法相当。“跑赢老虎”是不可能的，这是人生理极限所决定的。企业经营战略则不同，其归跟到底是为了实现组织的目标，其方法和工具是多样的，途径也是多样的，战胜

“老虎”的方法，对企业而言并非只有“跑”。满足顾客的需求的方式很多，不仅仅是响应需求，引导需求不也是在和顾客赛跑吗？“286、386、586、奔三、奔四……”不都跑在了顾客的前面吗？竞争未必是企业经营战略的惟一选择，材料中的前提只假设了这一种情况，当前提假设不完全时，材料的结论是不可信的。合作是管理中强调的一个主题，即便在激烈的竞争环境中，企业之间也有合作的可能性，也就是通常所讲的“竞合”。当个人或单个组织无法克服环境的限制时，合作的可能性会更大。顾客也不是老虎，关系营销就可以让顾客成为我们忠实的伙伴。跑赢竞争对手未必就能跑赢老虎，猎人的命运还在于另一个猎人退出竞争后老虎的决定。综上所述，我们不难发现，论述者对企业经营战略、市场竞争策略以及“猎人打猎”故事本身的理解都存在一定的偏差，所以，其整体论述有待商榷。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