

电子商务之知识管理和企业持续竞争优势电子商务考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao_ti2020/540/2021_2022__E7_94_B5_E](https://www.100test.com/kao_ti2020/540/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_540485.htm)

5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_540485.htm 20世纪90年代以来，随着全球竞争的加剧科学技术不断进步和经济的不断发展，知识的重要性获得了前所未有的显现和证明。组织学习、知识管理、组织创造新知识的能力得到相当的重视。随着知识成为最重要的生产和战略资源，组织成功越来越依赖于其生产、获取、传播知识的能力，知识管理成为企业创建和维持竞争优势的决定性因素。企业的核心能力在于对知识的有效管理，在于学习和获取企业持续发展所需的组织知识，尤其是集体的隐性知识，而与企业知识密切相关的知识学习能力决定了企业的知识积累，从而成为企业持续竞争优势的关键。本文将探讨企业如何管理隐性知识资源去创造持续的竞争优势。

1、竞争优势理论 - - 从企业资源观到企业知识理论的发展 战略管理领域最基本的问题是组织如何获得和维持它们的竞争优势。围绕着企业如何获取竞争优势，20世纪80年代中期至90年代末期，各种理论观点从不同的角度对企业竞争优势根源问题进行了探讨。相关的理论研究可以分为两大类：一是以波特的产业分析理论为代表的竞争优势的外生论。二是以资源基础论、企业能力理论和企业知识理论为代表的企业竞争优势内生论。波特认为决定企业赢利能力首要的和根本的因素是产业吸引力，产业吸引力由五种力量竞争对手的入侵、替代品的威胁、现在竞争对手之间的竞争以及客户和供应商讨还价的能力决定。通过对这五种竞争力量的综合分析，能够判断一个产业的赢利能力，以及某产业中的企

业获取超出资本成本的平均投资收益率的能力。他认为在产业结构稳定的前提下，企业的竞争优势取决于企业在产业中的相对地位，因此，企业选择一个正确的产业是获得竞争优势的关键。产业分析法提供了制定战略的具体分析方法，指明了获得优势的具体途径，具有良好的操作性。然而，它过分强调企业的外部环境，强调“定位”，忽略了企业的内部差异，即竞争优势的企业内在来源，诱导企业进入一些利润率很高但与自身竞争优势毫不相关的产业。特别是罗曼尔特的分析揭示出：“产业内不同企业所获利润的差异往往大于产业间的利润差异”，引发了人们对于传统战略理论将竞争优势完全归功于行业结构和市场力量的质疑，越来越多的人把战略分析的重点转向了企业内部。如果我们回顾一下20世纪80年代以来竞争战略的聚焦点，就可以发现企业竞争内生论大致经历了从“基于资源的企业理论”到“基于能力的企业理论”/百考试题/收集/再到“基于知识的企业理论”三个阶段。企业资源基础理论从企业内部资源的配置入手，指出企业竞争优势的差异是由于企业资源异质性，即企业的竞争优势依赖于企业内部的异质的、稀却的、难以模仿的、无法替代的专有资源。企业内的资源有很多种，而经营者往往困惑于无法确定自己的独特专有资源在哪里。一批战略管理研究人员对资源基础理论进行了发展，以期更好地回答：企业竞争优势的源泉是什么？企业如何维持竞争优势？在对一些成功的典型进行剖析之后，哈默和普拉哈拉德于“年提出了企业核心能力理论，两位教授认为，凡是持续成功的企业，都有一个共同的特点，持续不断地开发和强化企业的某一能力，并通过这个能力形成竞争优势，他们认为决定企业竞

竞争优势的能力是企业多方面的资源、技术和不同技能的有机结合，而不是单纯的企业资源，能力理论扩展了对资源的认识，虽然对竞争优势源泉认识前进了一步，但并没有对为什么企业拥有核心能力以及一些企业在获得了核心能力的同时，反而会因出现“核心刚性”而失去核心能力作出解释。通过对核心能力的不同描述以及测度企业竞争优势的四个尺度：创新能力、难以模仿、可持续性，学习能力的分析，企业知识理论认为决定企业能力和竞争优势的是企业拥有的知识和与知识密切相关的认知学习能力。Hamel在企业核心能力定义中概括了下面几个要素，首先，核心能力是生产技能和技术流派的结合，不可能以个人技能或个别团队的形式存在，通常是以多种能力集合体存在；其次核心能力是学习的结果，是显性知识和隐性知识的混合&第三核心能力是持久的，因为它们难以被模仿；第四通过融入一系列的公司产品或服务，它们能够进入新的市场。在各种不同的文献中，隐性知识对竞争优势的贡献常作为主题表述的，这些涉及从技术创新管理和对企业独特的、积累性技术知识的强调到学习型组织和对知识资产的管理。企业最为核心的能力往往是那些难以编码的、隐含的、与企业的经验和历史紧密相连的知识，企业通过实施知识管理、逐步积累和提升经营过程中的隐性知识，管理员工的经验和技能，从而形成企业独特的核心能力，保持持续竞争优势。

2、竞争优势 竞争优势的概念即不易描述也不易解释，的确，很少有评论家给它下一个正式定义。对于“竞争优势”本身，到目前为止还没有一个统一而明确的定义。波特教授于20世纪80年代对竞争优势进行深入研究，他认为企业竞争优势来源于企业为客户创造

的超过其成本的价值。/百考试题/收集/Grant指出过去人们认为竞争优势源于企业较之竞争对手获得更高收益的能力。然而，尽管长期收益性被普遍用作企业较高绩效的指示器，但是这种对竞争优势的看法过于简单化。事实上，一个企业即使它的收益不比其竞争者高很多也可能拥有竞争优势。例如，一个公司可能选择优先投资新技术以获得市场份额，增加顾客满意，而不是获得目前高额收益，在这种情况下，投资可能帮助企业将来形成和保持竞争优势。正如对竞争优势的定义有不同的观点一样，对哪些因素能产生和维持竞争优势也有不同的认识。这对于试图理解为什么一个企业能获得比竞争者强的优势，是什么决定了它超过对手的竞争能力是非常重要的。竞争优势最初源于企业内外环境的变化，环境的变化能够使企业通过改变所面临的竞争形势引发竞争优势。例如，信息和通讯技术的发展创造了新的潜在的高效益来源，然而竞争优势最终依赖于企业改变经营方式的能力。竞争定位学派认为，企业的竞争优势是单个企业拥有的比竞争对手对于能够更加卓有成效地从事生产经营活动和解决各种难题的能力，竞争优势依靠企业改变经营方式的能力，这种观点过分地强调“定位”，即通过选择一个好的行业或行业细分来获取竞争优势，而忽视了竞争优势的企业内在来源。资源或能力学派则认为企业竞争优势的源泉在于企业具有基于企业内部资源的竞争对手难于模仿的核心能力，这种能力能够使企业持续较之竞争者给顾客创造更大的顾客价值。F8F8"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