

# 网络经济对企业核心竞争力的机遇和挑战

王军波

(湘潭大学商学院,湖南湘潭411105)

**[摘要]** 文章从核心竞争力的构成要素、基本特征、影响其形成的主要因素、评价指标、培养阶段五个方面对核心竞争力作了详尽分析,指出企业只有系统地确立、培养和应用自身的核心竞争力,才能在激烈的市场竞争中保持优势。只有跟上网络经济的发展步伐,前瞻性地考虑网络经济为企业经营所带来的划时代影响,深入改革企业组织结构和业务流程中存在的种种缺点和不足,建立一套符合网络经济发展要求的企业组织结构和业务流程,进而提升企业的核心竞争力,才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

**[关键词]** 网络经济; 核心竞争力; 企业

**[中图分类号]** F27 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-0755(2008)06-0038-03

## 一 网络经济与企业核心竞争力的内涵

### (一) 网络经济的内涵

狭义地讲,网络经济就是应用因特网技术所进行的投资以及通过因特网销售产品和服务所得到的收入。而广义地讲,所谓的网络经济就是基于网络技术发展的,以多媒体信息为特征而形成的一种新经济潮流和形态,并包括对现有经济规律、产业结构、社会生活的种种变革,是信息化社会的最集中、最概括的体现。

与以往的传统经济相比,网络经济有以下特点。(1)全天候运作;(2)全球化;(3)中间层次作用减弱的“直接”经济;(4)虚拟性;(5)是竞争与合作并存的经济;(6)速度型经济;(7)创新型经济。<sup>[1]</sup>

信息网络发展过程中有些规律对网络经济起着支配作用,主要有三大规律:(1)信息技术功能价格比的莫尔定律。按此定律,计算机硅芯片的功能每18个月翻一番,而价格以减半速度下降。(2)信息网络扩张效应的梅特卡夫法则。按此法则,网络的价值等于网络节点数的平方。即网络效益随着网络用户的增加而呈指数增长。互联网的用户大概每半年翻一番,互联网的通信量大概每百天翻一番,这种爆炸性增长必然会带来网络效益的飞快高涨。(3)信息活动中优劣强烈反差的马太效应定律。在网络经济中由于人们的心理反应和行为惯性,在一定条件下,优势或者劣势一旦出现,就会不断加剧而自行强化,出现滚动的累积效果。

### (二) 核心竞争力的内涵

所谓企业核心竞争力,是指企业获取、配置资源,形成并能保持核心竞争力的能力。包括两个方面:一是企业获取各

种资源或技术并将其集成、转化为企业技能或产品的能力;二是企业组织、调动各生产要素进行生产,使企业各个环节处于协调统一高效运转的能力。企业核心竞争力也是一个复杂和多元的系统,包含多个层面;研究和开发能力(R&D)、创新的能力、将技术成果和发明创造转化为产品或现实生产力的能力、组织协调企业各生产要素,进行有效生产的能力、应变能力。<sup>[2]</sup>

核心竞争力是以知识、技术为基础的综合能力,是支持企业赖以生存和稳定发展的根基,它通过企业的产品和服务体现出来。企业拥有的核心竞争力越多,又能够将它们有机地组合在一起,则企业在竞争中的优势和超越竞争对手的能力就越明显。核心竞争力给企业带来的专有优势在于核心竞争力与企业的不可分割性,核心竞争力的载体可以是组织中的个体、组织整体、组织制度和战略资本。企业只有培养和应用核心竞争力,才能在国际竞争中保持优势。

企业核心竞争力是一个企业综合素质和能力的体现,并且企业性质不同,衡量的标准也不同。一般来说,评价、反映企业的核心竞争力主要是通过以下10项指标,其中后5项指标是企业核心竞争力的主要标志。

(1)企业科技人员占职工总数的比例。该指标反映企业科技力量 and 整体科技素质,比例大,说明企业科技力量和科技整体实力强。

(2)直接从事R&D的人员占职工总数的比例。该指标反映企业投入研究和技术开发的人力状况,比例越大,研发能力越强。

(3)研发经费。这一指标反映企业用于研发的资金,比例越大,研发财力越大。

**[收稿日期]** 2008-10-12

**[作者简介]** 王军波(1969-),男,山西临汾人,湘潭大学商学院硕士研究生,衡阳市交通运输管理处。

(4)企业专利成果发明数量。该指标主要反映企业研究开发能力的效果和科技水平领先程度。

(5)企业新产品销售收入占企业销售收入的比例。这一指标反映了企业技术开发对市场的应变能力、适应能力。

(6)企业产品占有市场份额。该指标反映了企业产品的市场渗透能力。

(7)企业具有与自己技术相关的产品族。该指标反映了企业核心技术的衍生和科技开发及转化能力。

(8)消费者对企业产品的喜好程度。说明企业产品及服务给社会和消费者带来的好处。

(9)企业产品与同行业技术领先产品在技术上的差异程度。该指标说明差异程度越小,产品的技术优势越明显。

(10)同类产品更新换代速度。在新经济时代,市场需求变化非常快,企业必须紧跟市场,及时推出适销对路产品。

## 二 网络经济对企业核心竞争力的机遇

### (一)显著的规模经济(economy of scale)

信息技术改变了人们传统的时空概念,为产品或服务的共享提供了可能。另外,知识经济是网络经济的首要特征。<sup>[3]</sup>网络经济中企业所提供的实物及服务产品(知识型产品)具有显著的规模经济性,也就是说,产品的成本结构相当特殊,初始投资花费的固定成本很高,但是随着产品产量的增加而追加的变动成本却很小。产品的平均成本曲线一直呈递减之势,不存在最低的平均成本点。

### (二)非排斥性(non-rivalry)

网络经济中的知识产品与网络上的服务产品消费有非排斥性的特点。对最后增加的那个边际消费者来说,网络服务产品提供商的追加成本却几乎为零,这类类似于传统经济学中的公共产品,即一个人的消费基本上不影响另外一个人消费同一产品或服务。信息技术和网络产品的消费特性使得极少数供应商就能满足市场的全部需求。

### (三)网络外部正效应(positive network externalities)

网络外部正效应有时也称为边际效用递增。假如一个电话网络只有一个用户,那么这个网络是没意义的,因为用户达不到与人沟通的目的,以后每增加一个电话用户,电话网络就能多提供一个沟通对象,网络的效用就会因此增加。网络外部正效应的存在使得访问用户多的网站对新用户更有吸引力,新增用户将越来越多,原先访问人数少的网站吸引力就小得多。

### (四)优化生产要素结构,提高生产力系统的素质

从某种意义上讲,网络经济是节约型经济,主要体现在信息和知识要素对传统生产要素的替代与节约,其在生产要素构成中所占的比例进一步提高,社会生产从依靠物质资料 and 劳动力到依靠知识、技术和信息。信息技术除了作为主要生产要素参与生产外,还可以提高生产效率、减少能耗。信息技术、知识要素的渗透,使得网络经济时代信息和知识要素与劳动力等要素相互结合的力度得到空前提高,其他生产要素的信息和知识含量也相应增加,其他生产要素配置更加合理,从而提高生产力系统的整体素质和利用效率。信息和知识的投入也有助于引发对生产过程、生产工具、操作方法

和工艺技术的技术创新等。

### (五)提高交易效率,降低交易成本

网络经济是直接经济,其直接性主要体现在提高交易效率,降低交易成本上。它主要通过两个方面来实现:首先,网络经济以费用较低的网络交易替代费用较高的市场交易。网络交易除了可以节约大量的实体店铺费用外,其市场主体还能通过互联网以降低为获取准确的市场信息所要付出的费用,而且能在极短的时间内迅速完成对信息的收集、处理、加工和分析,促成交易快速达成。美国麦肯锡咨询公司的研究报告显示:电子商务在西方国家节省的交易成本可以高达国内生产总值的1/3以上,日本学者则认为,电子商务可以使交易成本节省40%以上,这充分说明了信息技术对于降低交易成本的巨大影响。其次,网络经济很好地解决了信息搜索问题,最大限度地解决了信息不对称问题,提高市场交易效率。交易成本的降低可以提高专业化分工水平,提高企业的专业化程度,扩大专业化分工的巨大经济利益。

## 三 网络经济对企业核心竞争力的挑战

### (一)企业的竞争环境变化

1、传统中介消失。传统商务中介来源于规模化的市场。当市场形成规模之后,供应和需求之间的直接联系被打破了,价值取向不再停留在具体的产品成本、价格上,而是转向了远没有那么具体的形象或品牌上。一旦价值被置于生产方式之外,经济就会向中介型的商业行为和服务敞开大门。这些中介商代表了分销、仓储和经纪业等中间环节,他们能做制造商不能或不想做的事,如大量购买商品、提供信用和专业知识、增值服务等等。市场对中介的需求受到削弱,这给传统的中介带来了巨大的冲击,同时也给那些在传统的充满中介的市场里运作良好的公司,带来了不小的困惑。

2、竞争空前激烈。网络介入商务活动带来的冲击是巨大的。在网上,商家若想生存,每时每刻都严阵以待精神,利用从网上获取的大量最新信息,制定正确的产品计划,推出无可比拟的客户服务,对市场变化迅速作出反应。这样做的理由很简单,因为在网上它会发现它正面对着成千上万个不知名的竞争者,而消费者对此却很满意,竞争的结果使消费者得到了更优的产品、更低的价格、更好的服务。

3、空间限制的消失。信息网络把每一种商业经营活动从其所在的地理范围解放出来,地理范围将不再约束某个公司的愿望或者其市场规模。很明显,一旦那些在网上从事商务的公司,在Internet上推出产品或服务,公司就立即拥有了拓展领地和潜在客户的机会,即使是一家地方性的公司,也将会有潜在的全球性顾客,因为信息将会在任何能接入Internet的地方被用户接受。

### (二)企业竞争方式改变

信息网络改变了上下游企业之间的成本结构,使上游企业或下游企业改变供应合同的机会成本大大提高。同时,网络还给消费者和企业提供了更多的选择消费与开拓市场的机会,也提供了更密切的信息交流场所,从而提高了企业把握市场和消费者的能力,使企业可以迅速了解到消费者的偏好和购买习惯,促进企业针对消费者需求进行研究与开发活

动。这促进了企业开发新产品和提供新型服务的能力。

当 Internet 网络成为企业经营的一个基础平台时,就将企业从常规的广告竞争、促销手段、产品设计与包装等领域的竞争,扩大到无形的虚拟竞争空间。

Internet 网络更使作为影响竞争力基础的企业规模发生了改变。大公司开始普遍使用 Email,信息的传递效率大大提高,能随时对最新信息作出快速反应;而小公司能通过网络低成本地扩张市场。借助网络,大公司可以进入那些细小的微利市场,小公司也可以进军全球市场。

### (三)企业组织结构变迁

企业组织结构作为企业有效管理的杠杆,良好的组织结构能使企业各部门协调运作,提高企业的经营效益和保持企业竞争力。传统的企业组织结构是基于信息流通和控制以及分工细化而产生的,无论是直线式、直线职能式,还是事业部制,都是一种自上而下的垂直型结构,它们强调专业分工、顺序传递的“流水作业”等,在工业经济时期发挥了巨大的效益。然而,在网络经济迅速发展的信息时代,这种组织结构显得臃肿且运行效率低下,分工细化的垂直型企业组织已经不能适应网络经济发展的需要。

在竞争日益激烈的网络经济时代,信息和网络技术正深刻地改变着传统企业组织结构,促进企业管理组织现代化,这是提高企业运行效率,以便以较强的竞争力参与激烈的市场竞争的必然结果。在网络经济条件下,传统企业的组织结构趋向扁平化、网络化和决策分散化。

1、组织结构的扁平化。网络经济时代,信息和网络技术的进步使企业组织结构的扁平化成为可能。比尔·盖茨曾说过:如果通讯系统足够良好,公司就不需要设立那么多管理层。曾经作为上下级指令传输链条上的中间管理人员,现在也不再像过去那样了。企业的内部网络(Intranet)的建立和应用企业的各种信息通过网络实现全员共享,它改革了组织内部信息沟通方式,提高沟通效率,减少组织层次,高层决策者可以与基层执行者直接联系,基础执行者也可以根据实际及时进行决策,中层组织原来意义上的上传下达作用的重要性逐渐削弱,而转向深入科研、管理、生产、营销一体的市场第一线,使企业建立扁平化结构的组织模式。此外,企业网络信息系统的建立还打破了传统职能部门依赖于分工与

协作完成整个任务的过程,从而形成了并行工程的思想。

2、组织结构的网络化。以 Internet 为基础的网络化计算机系统允许异地工作和服务,从而从根本上改变了商业运行的方法;以独立个体结盟为代表的新的组织与合作方式,能够柔性地集成资源从而达到快速的响应速度;全球化的市场资源使得业主可以很容易地实现全球范围内的销售产品,而不用考虑自己生产基地的位置。在此基础之上,企业可以通过先进的通信手段寻找合适的合作伙伴,而将精力集中在他们的核心专长上面,并且与合作伙伴协同优化价值链上的所有过程,这样便形成一种市场需求驱动的具有快速响应机制的网络结构的制造组织模式。

3、组织决策的分散化。企业中间管理层次的减少,从而使决策与行动之间的时间延滞减少,企业的决策层可以迅速得到决策所需的库存、生产、市场等信息数据,这些大大加快了企业对市场和竞争的动态反应。另外,网络经济的发展,使企业过去高度集中的决策中心组织改变为分散的多中心决策组织。集中决策下容易形成的官僚主义、低效率、结构僵化、沟通壁垒等,都在多中心的组织模式下逐渐消失了。企业决策由跨部门、跨职能的多功能型的组织单元来制定。决策的分散化增强了员工的参与感和责任感,从而提高了决策的科学性和可操作性。可以预见,未来的典型企业将是知识为基础的,一个来自同事、客户和上级的大量反馈信息进行自主决策,自我管理的网络组织。

### [参考文献]

- [1] 李新家. 网络经济研究[M]. 北京:中国经济出版社, 2004.
- [2] 赵文清,贾慧敏,钱周信. 企业核心竞争力内涵研究评述[J]. 技术经济, 2005, (3).
- [3] 谢明荣. 培育现代企业核心竞争力的着力点[J]. 经济管理, 2004, (5).
- [4] 莫道明,肖林森. 网络经济与企业发展[M]. 北京:中国经济出版社, 2004.
- [5] 杨汉全. 新经济条件下企业管理发展新趋势[J]. 山西财经大学学报, 2007, (1).

## Research of the Core Competence of the Corporation in Network Economy

WANG Jun-bo

(Xiangtan University, Xiangtan 411105, China)

**Abstract:** This article analyses core competence thoroughly in five parts: elements, basic characters, major formative factors, appraise indices and cultivate phases. It points out that corporations must establish, cultivate and apply its core competence systematically in order to keep its predominance in drastic market competitions. Only keeping up with the pace of network economy, considering the network economy's unprecedented influence on enterprise's operation and reforming the old organizational structure and business process, can we do improve the core competitiveness of our enterprises.

**Key words:** Economy of network; Core competence; Corporation