

# 从竞争优势中取得的最新成就

第9期 • 3/2006 • ISSN 1611-2539

Logicon®



致LOGICON咨询公司的所有客户以及朋友们

来自咨询和研究实践的报告:

*在做出决定之前的质疑者：“自己制造还是购买”？*

自从90年代在精益生产（**Lean Production**）领域就提出了“是自己制造还是从供应商处够买”的问题。

这一问题的提出使得麻省理工学院（MIT）对于日本企业的效率进行了大量的研究。结果表明日本企业对于零部件从供应商处的采购量明显大于其欧美同行。

这一比较的发现，使得一些大的汽车康采恩减少了他们的线上生产，与此同时扩大了他们的采购量。

在中型或中小企业转变观点之后，又出现了一个问题：“那些对于大众（VW）或者丰田（Toyota）适用的做法，对于像我们这样拥有400或600名员工的企业来讲也是不错的吗？”

也许是错误的！最关键的区别在于一方面是**核心竞争力**，另一方面是客户的潜在行为。这些潜在行为的存在，

是用来保护他们的自身利益的，例如一个没有预料到的生产技术的流失。

哈佛大学教授教授Prahalad对此开发了核心竞争力理论。他认为：“不要破坏公司的核心竞争力，为此可以利用对企业外部的资源。”

质疑者首先提出问题：“究竟什么才是**我们的核心竞争力**？”

紧接着

*“我们到底有没有一个核心竞争力”？*

如果有，同样它也需要一些消耗成本：人力资源，机器上的标识，注册专利，许可证等等。

*您的客户评估您的核心竞争力吗？*

您的客户和您看待事务的角度一样吗？您的核心竞争力在未来的几年应该如何保护或继续发展？

新闻 新闻 新闻 新闻 新闻 新闻 新闻 新闻

## 自己制造还是购买：生产及服务效率

### “自己制”的理由

- 瞬间决定 -

- 生产技术必须保密或者需要进一步开发
- 使用内部资源改改变成产能力
- 企业领导偏好 (爱好,时尚)
- 客户需求
- 商场及营销原因
- 供应商不合适
- 企业董事会
- .....

紧随着技术变革中的动态转变

- 目前尚无生产能力
- 生产技术领先
- 尝试
- 外部资源利用，这些都属于企业非核心竞争领域
- 自己制造成本过高
- 合作合同，  
供应商义务

### “购买”的理由

- 瞬间决定 -



LOGICON 管理，组织，技术咨询公司

Am Priesterberg 11 • 13465 柏林

电话: ++49 (0) 30 / 437316-23 或 437316-24 传真: ++49 (0) 30 / 437316-25

e-mail: [info@logicon-europe.com](mailto:info@logicon-europe.com)

[www.logicon.de](http://www.logicon.de)

版权所有 LOGICON-Consulting; 未经Logicon书面许可不得公开发表!

中文翻译: 孟平

新闻 新闻 新闻 新闻 新闻 新闻 新闻 新闻

致LOGICON咨询公司的所有客户以及朋友们