

中国地质大学(武汉)学术著作出版基金资助
中国地质大学(武汉)管理学院学科建设基金资助

企业的知识资本 ——资源基础论的观点

王开明 著



中国地质大学出版社

F273.4/18

2006

中国地质大学(武汉)学术著作出版基金资助

中国地质大学(武汉)管理学院学科建设基金资助

中国地质大学管理学科丛书

企业的知识资本

——资源基础论的观点

王开明 著

中国地质大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

企业的知识资本——资源基础论的观点/王开明著. —武汉:中国地质大学出版社, 2006. 12

ISBN 7-5625-2155-7

I. 企…

II. 王…

III. 知识经济-应用-企业管理

IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 162061 号

企业的知识资本——资源基础论的观点

王开明 著

责任编辑:徐润英

责任校对:张咏梅

出版发行:中国地质大学出版社(武汉市洪山区鲁磨路 388 号)邮编:430074

电话:(027)87482760 传真:87481537 E-mail:cbb@cug.edu.cn

经 销:全国新华书店

http://www.cugp.cn

开本:850mm×1 168mm 1/32

字数:180 千字 印张:7

版次:2006 年 12 月第 1 版

印次:2006 年 12 月第 1 次印刷

印刷:湖北地矿印业有限公司

印数:1—800 册

ISBN 7-5625-2155-7/F·183

定价:19.50 元

如有印装质量问题请与印刷厂联系调换

《中国地质大学管理学科丛书》

编委会

顾问：李必强 张锦高 杨昌明

主任：严 良

委员：(按姓氏笔划为序)

龙朝双	毕重荣	严 良	陈安民
宋化民	宋 斌	辛建荣	余 敬
赵 晶	郭凤鸣	诸克军	黄德林

《中国地质大学管理学科丛书》

总 序

管理科学研究管理活动的现象,并透过现象揭示管理活动的本质。管理科学是研究管理活动机制、方式和发展规律的一门科学。

理论来源于实践。管理科学,一方面对管理实践进行总结和理论概括;另一方面探索管理活动发展与完善的新途径,提出管理的新学说、新方法,给管理活动以理论指导和积极影响。管理科学的发展水平,反映了一个社会的管理实践所达到的广度和深度,同时反映了人们对管理活动的机制、方式和发展规律的认识水平。

半个世纪以来,管理科学有了很大的发展,综观其发展过程,有如下一些发展趋势。

1. 管理科学的分化和综合

随着管理实践领域的不断扩展与延伸、管理研究工作的不断深化,管理科学的内容日益丰富,管理学科的分类也越来越细。仅就属于微观经济管理的企业管理学来说,现在细分为许多更专门化的学科,如企业经营战略学、企业生产与运作管理学、企业质量管理学、企业设备管理学、企业人力资源开发与利用管理学、企业物资管理学,等等。管理科学的分化,形成了一个越来越庞大的管理学科群。学科分类的细化,有助于对不同的管理领域和不同的管理问题进行更深入细致的专门的研究,但是在一定程度上也限制了人们全面、系统地认识管理问题和把握管理活动的全局。因此,在管理学科分类细化的同时,管理科学的综合也受到了人们的重视,例如,过去人们对经济、科技、社会的发展战略与规划往往分

别地进行研究,现在则是用系统的观点和系统的分析方法,对经济、科技、社会三者协调发展的战略与规划进行综合的研究,出现了经济、科技、社会协调发展规划学。除此之外,许多人还撇开具体的领域、部门、行业和专业,对管理思想、管理组织、管理方法、管理者,或者管理发展史、管理的未来等进行综合的研究,并发展了相应的管理学科。

2. 管理科学和其他科学的交叉发展

各门学科的交叉发展是 20 世纪后期科学发展的重要特征之一,管理科学也不例外。管理科学和经济学的交叉,出现了管理经济学,如企业管理经济学、教育管理经济学、科技管理经济学等等;管理科学和心理学的交叉,出现了管理心理学、组织行为学;管理科学和数学的交叉,出现了运筹学;管理科学和信息科学、计算机科学的交叉,出现了管理信息学和信息管理学;管理科学和哲学的交叉出现了管理哲学。交叉科学的产生,大大推动了管理科学的发展,给管理科学带来了革命性的变化。

管理科学同其他科学的交叉、融合和渗透,并不是人们主观的随意的捏合,而是管理这种事物和其他事物客观上存在着固有的联系,当科学技术发展到一定水平,人们认识客观事物的能力增强,发现了这种固有联系,“拆除”了阻隔两个(或三个)学科相通的“围墙”,于是交叉学科便应运而生。

交叉的管理学科有着旺盛的生命力和广泛的发展前景,但是它们一般还不成熟、不完善,需要从理论上和实践上大力开展研究工作,逐步充实和完善。

3. 管理科学的数量化

管理科学的数量化是 20 世纪下半叶管理科学发展的另一个重要特征。管理科学的数量化,一方面是管理实践,特别是管理决策科学化需要;另一方面,应用数学、运筹学、电子计算机技术、模拟技术的发展为管理科学的数量化创造了必要条件。线性代数用于任务和资源利用优化的规划,产生了线性规划;概率论与数理

统计用于不确定性决策,发展了风险决策方法;模糊数学用于不确定性决策,产生了模糊决策方法;质量控制的统计方法、设备的可靠性工程以及各种服务的排队论方法是建立在概率论与数理统计的数学基础之上的。

在管理科学研究中,定性的方法和定量的方法相结合已成为必须遵循的原则,数学模型和模拟技术得到愈来愈广泛的应用,大量数据的收集和处理成为必不可少的工作。

管理涉及的因素较多、比较复杂,建立和应用数学模型有较大的难度和一定的局限性,但是人数众多的管理研究工作者在这方面进行不断的努力,必将把管理科学数量化提高到一个新的水平。

4. 管理科学的理论化和实用化

当代管理科学向着理论化和实用化两极发展。大量的管理实践为管理科学理论的建立和发展提供了丰富的“原料”。应用数学、运筹学的发展为管理科学的理论化提供了有力的工具。系统论、信息论和控制论的产生和发展,为管理科学的理论化提供了方法论基础。随着管理科学研究工作的开展,管理科学的内容中,经验的成分在减少,理论的成分在增加;粗放的内容在减少,精确的内容在增加。

管理科学实用化是社会实践的需要,同时应用数学、运筹学、模拟技术、电子计算机、系统工程的发展为管理科学实用化提供了有利条件。管理科学实用化突出地表现在大量现代化管理方法、管理技术的发明和广泛应用,管理科学实用化还表现在大量管理案例的总结和研究,以及经验管理学派、权变管理学派的产生和发展。

5. 管理科学理论的多样化和相互沟通与渗透

随着科学技术、经济和社会发展节奏的加快、社会组织管理范围广泛性、变化复杂性的大大增强、管理实践经验的大量积累以及以管理教育、管理研究、管理咨询为职业的一批专家队伍的形成和壮大,促使现代管理理论迅速发展,呈现出百家争鸣、学派林立的

局面,其中,比较重要的学派有:行为科学学派、管理科学学派、社会系统学派、决策理论学派、权变理论学派、经验学派、管理过程学派、系统管理学派等等。管理学家孔茨称之为管理理论的丛林。

为什么会出现众多的管理理论呢?那是因为管理本身是复杂的,管理包含着多种的管理要素、管理职能,具有多种特性,人们从不同的角度或者将不同的管理要素、管理职能、管理特性作为侧重点来认识管理和解释管理的本质,就必然会形成不同的管理思想和理论,从而形成不同的学派。

行为科学学派认为管理本质上是人的一种行为,而人的行为是有动机、受激励的;管理科学学派强调管理是科学而不是经验,应当运用现代科学技术成果定量地解决管理优化问题;社会系统学派认为一切组织都是社会系统,应当重视组织的协作和平衡,决策理论学派认为管理就是决策,决策贯穿于管理的全过程;权变理论学派认为,管理所面临的环境条件复杂多变,管理只能随机应变,没有一成不变、普遍使用的最好的管理理论和方法;管理过程学派把管理看成是组织中人群工作的过程,应当通过分析过程确定管理的职能、原理和原则;经验学派十分看重管理经验,以总结经验为研究对象,以向大企业的经理提供成功的经验和科学方法为目标;系统管理学派是把一切社会组织均看成是一个系统,并依据系统理论认识组织,用系统分析、系统设计的方法构建和管理组织。

管理科学的理论一方面走向多样化,另一方面又相互沟通、相互渗透、相互补充。后起的学派抨击前期学派的片面性,同时又吸取前期学派的成果,发展出新的理论;同期的理论也相互吸收他派的成果,使自己的理论逐步完善。管理科学理论正是在这种学派之间相互竞争又相互借鉴的情况下不断地发展,走向成熟。

6. 管理科学的人文化

管理科学的人文化,就是管理科学的研究越来越重视人的因素的作用和企业文化的作用。管理学家把以人为本原理(或人本管理

原理)作为最重要的管理原理。因为从事管理活动的主体是人,被管理者也是人,对财、物的管理必须通过人去完成,在管理对象的全部要素和管理的整个过程都需要人去掌握和推动,这正是人本管理原理指导管理实践的基本思路。所谓人本管理就是以人为本的管理、以人为中心的管理。人本管理原理的主要观点是:职工是企业的主体;职工参与是有效管理的关键;使人性得到充分发展和人的价值得到充分的实现是现代管理的核心;服务于人是管理的根本目的。换言之,尊重人、依靠人、发展人、完善人、为了人,是人本管理思想的基本特点。

企业文化是一个包含企业群体的信念、价值观、道德规范、企业经营哲学以及企业管理模式等内涵的复合体。现代企业文化理论最早是由美国学者于 20 世纪 80 年代初提出,在日、美企业经营管理的比较研究中,他们发现在日本许多经营最成功的企业中,居第一位的并不是严格的规章制度,更不是计算机或任何一种管理工具、方法和手段,甚至也不是科学技术,而是过去所忽视的那些与人的创造、革新潜力所密切相关的“文化”因素。这一重大发现,标志着西方管理理论从见物不见人到重视人、从忽视人到发挥人在生产经营中主体作用的历史性转变,标志着企业文化理论的诞生。

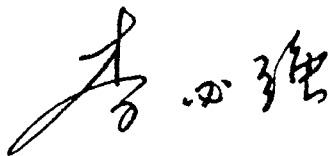
企业文化管理以人为管理的出发点和落脚点,以企业群体价值观的共识为核心,它包括企业精神文化、制度文化和物质文化三个层次的内容,企业文化理论体现了人们对企业管理规律认识不断深化的轨迹。

人类社会进入 21 世纪,经济全球化和科学技术的飞速发展,以及知识化、信息化、网络化、数字化的新形势,对管理提出了新的任务、新的课题,这不仅会推动管理实践的进一步发展,而且给管理理论研究提供了广阔的空间,管理理论工作者有责任对 21 世纪管理实践中产生的经验进行总结和理论概括,对出现的新问题进行探索性研究。通过总结和研究,实现管理理论和管理实践的紧

密结合和相互促进,加快我国的管理现代化进程。

本套丛书正是探索新世纪管理理论与方法的著作丛林,丛书的选题首先是针对管理研究和教学的需要,尽可能切合当前或未来管理实践中所提出的课题;其次,尽可能充分利用作者的专长和已有的教学和科研积累。对于丛书的体系和内容,我们力求做到系统、正确、科学、先进和新颖。本丛书由于作者能力的限制,我们未必能圆满地实现上述要求。

实现我国管理的现代化,建设有中国特色的管理理论,使中国的管理科学步入世界先进行列,是每一个中国管理理论研究者与管理实践工作者的使命。我们中国地质大学管理学院的教师也是中国管理理论大军的一个分支,编写和出版这套管理丛书,其用意在于为推动我国管理科学的研究和教育发挥积极作用,作出更大贡献。涓涓细流,汇成大海。我们相信,通过全国管理理论研究者和管理实践工作者的奋发图强与努力工作,我国管理现代化事业必将会有一个美好的未来。



于中国地质大学管理学院

2003年4月6日

前 言

知识资本似乎已不再时髦，知识经济也不再流行，尽管创新的口号依然不绝于耳。回顾形成于世纪交替之际的知识资本理论，我总是心存疑惑：知识是真实的资本吗？或者说知识资本能带来实实在在的收益吗？人力资本理论认为，作为生产要素的知识能够带来产出的增加，但增加的产出将被劳动者而非企业占有，知识是劳动者人力资本的组成部分。换句话说，至少某些知识不能给企业带来现实的收益——偏偏研究人员是从企业的角度来研究知识资本的！看来，要把知识资本的故事讲下去，至少要从知识中把知识资本圈出来。按照“属加种差”界定概念的套路，知识资本可定义为能够给企业带来经济收益的知识。问题是，我们如何判断哪些知识能够给企业带来经济收益？本书的主要目的就是要在知识中划出一道清晰的界线，把知识资本从知识中分离出来。

在传统的经济学理论中，企业的全部收益就是财务资本的收益。如果说存在知识资本及其基础上的收益，那么这部分收益就是企业的超额利润了——尽管在新古典经济学教科书中很难见到这个概念，战略管理的教科书中却比比皆是。甚至，资源基础论——战略管理理论的一个流派——早在 20 世纪 90 年代就已探讨超额利润的源泉所应具有的特征和性质。面对如此“发现”，我一直沾沾自喜，认为找到了解决上述问题的法宝。几年的研究下来，我发现问题比我想

象的要复杂得多,以至于我都有点怀疑这条路是否走得通。正因为如此,我博士毕业后就把论文扔到了一边,不敢轻言出版。近几年,知识资本的研究沉寂了许多,概念的含糊不清可能是原因之一。我希望借助本书的出版重新提出这一问题,权当抛砖引玉。

本书的核心论点是:社会化大生产活动除了需要各种生产技术知识,还需要协调生产的制度性知识,企业的功能之一就是内生并使用制度性知识;由于信息的不完全性和非对称性,由于人的有限理性及决策的不确定性,至少企业内生的知识存在效率上的差异;企业的知识差异导致了企业的产出差异,决定了拥有高效率知识(知识资本)的企业将获得超额利润。为了展示知识资本的具体形态并给出经济学意义上的解释,本书在资源基础论的框架下分别探讨了组织资本、技术资本、市场资本的效率含义、形成过程、获利能力持续的成因等,具体化了本书的核心论点。本书最后还探讨了各种形态的知识资本共同支撑下的企业生产经营活动及其基础上的企业盈利,发现了各种形态的知识资本对企业利润贡献的非线性关系。

本书无论是在框架结构还是具体细节上都存在不足,甚至对知识资本的分类都不完全符合要求,但我已无能为力了。我期待着有读者能给出建设性的意见或建议。若干年后,如果有人认为我在本书中提出的问题具有理论意义或实际价值,那我就已经满意了。

王开明

2006年10月于武昌南望山

目 录

第一章 绪 论	(1)
§ 1.1 问题的提出:为什么有企业获得了超额利润?	(1)
§ 1.2 国内外研究现状及其评述	(5)
1.2.1 知识经济理论	(6)
1.2.2 企业竞争优势理论	(8)
1.2.3 西方知识资本理论	(11)
1.2.4 其他相关理论	(14)
§ 1.3 进一步研究的目的和意义	(15)
第二章 知识的经济学分析	(17)
§ 2.1 知识的经济学性质	(17)
2.1.1 什么是知识	(17)
2.1.2 知识是不是经济物品	(20)
2.1.3 知识是公共物品还是私有物品	(22)
§ 2.2 知识的生产与积累	(25)
2.2.1 知识生产的投入产出	(26)
2.2.2 知识生产的报酬	(28)
2.2.3 知识生产的监督与激励	(31)
§ 2.3 知识的转移与扩散	(34)
2.3.1 知识转移的一般过程	(35)
2.3.2 知识转移的成本	(37)
2.3.3 知识转移的动力和激励	(40)
2.3.4 进一步的讨论	(43)

第三章 企业差异与知识资本	(44)
§ 3.1 企业的性质:知识基础论	(44)
3.1.1 主流企业理论及其主要缺陷	(45)
3.1.2 知识分工与生产的组织协调	(48)
3.1.3 企业的知识与企业的异质性	(52)
3.1.4 企业的规模与边界	(55)
§ 3.2 知识资本的分类探讨	(59)
3.2.1 相关概念辨析	(59)
3.2.2 知识资本的特征分析	(60)
3.2.3 知识资本的类别	(61)
§ 3.3 知识资本的形成与持续	(62)
3.3.1 知识的积累与知识资本的生成	(63)
3.3.2 知识资本的持续与磨损	(67)
§ 3.4 产出差异与企业利润	(71)
3.4.1 生产能力约束下的成本差异与企业利润	(71)
3.4.2 产品纵向差异与企业利润	(73)
3.4.3 产品横向差异与企业利润	(78)
3.4.4 基本结论	(85)
第四章 组织资本	(86)
§ 4.1 企业知识的配置与配置效率	(86)
4.1.1 企业知识配置的核心:员工—工作的匹配	(86)
4.1.2 信息的获取与知识配置的改进	(89)
4.1.3 在职培训及员工相互作用	(92)
4.1.4 基于知识配置效率差异的组织资本	(94)
§ 4.2 企业组织与组织效率	(95)
4.2.1 企业组织的历史变革	(95)
4.2.2 企业不同组织形式的效率比较	(98)
4.2.3 基于企业组织效率差异的组织资本的形成	(107)

§ 4.3 企业文化及其功效	(110)
4.3.1 企业文化及其特点	(110)
4.3.2 企业文化的功效	(112)
4.3.3 企业文化的形成、保持和改变	(115)
第五章 技术资本	(118)
§ 5.1 技术创新与技术资本的形成	(118)
5.1.1 技术与技术创新	(118)
5.1.2 技术创新的成本与收益	(121)
5.1.3 企业间的专利竞赛	(124)
§ 5.2 技术创新扩散及其壁垒	(128)
5.2.1 技术创新扩散的一般过程	(129)
5.2.2 创新信息的获取与创新观点的扩散	(132)
5.2.3 技术学习、技术扩散及其壁垒	(136)
§ 5.3 技术商品价格形成原理	(138)
5.3.1 商品价格的形成	(139)
5.3.2 技术商品的特点	(141)
5.3.3 技术价格的决定及其影响因素	(142)
5.3.4 技术开发与技术转让	(145)
第六章 市场资本	(147)
§ 6.1 市场资本与市场绩效	(147)
6.1.1 引 言	(147)
6.1.2 顾客—产业博弈及其绩效	(148)
6.1.3 顾客—厂商博弈及其绩效	(151)
6.1.4 重复博弈与市场资本	(152)
6.1.5 结 论	(154)
§ 6.2 广告在市场资本建立中的作用:基于“注意力” 的经济学分析	(155)
6.2.1 引 言	(155)

6.2.2	注意力及其配置	(156)
6.2.3	广告与顾客注意力的配置	(158)
6.2.4	顾客学习与品牌的再选择	(160)
6.2.5	结 论	(162)
第七章	知识资本营运	(164)
§ 7.1	知识资本价值的实现	(164)
7.1.1	理论模型	(164)
7.1.2	案例分析	(168)
7.1.3	讨论与结论	(176)
§ 7.2	知识资本动态的优化配置	(178)
7.2.1	规范、边际搜寻与知识资本的扩张	(178)
§ 7.3	知识资本动态优化视角下的企业联盟	(185)
7.3.1	基于资源互补的企业联盟的构建	(186)
7.3.2	企业联盟的规制及其成本	(188)
参 考 文 献		(193)
后 记		(206)

第一章 绪 论

§ 1.1 问题的提出：

为什么有企业获得了超额利润？

经济学家们很早就注意到，企业的赢利能力是各不相同的，有的企业长期亏损，乃至破产、倒闭，而有的企业获得了超额利润。这一现象促进了学者们对企业超额利润及其源泉的广泛探讨。从笔者收集的资料来看，学者们的探讨是与一定历史时期相联系的。在 20 世纪早期，企业的生产经营活动涉及到的知识较少，企业的组织形式比较简单，企业经理一般能够控制企业的运转，这一时期的经济学家都因此把企业利润归咎于企业经理个人的能力、知识及其经营管理活动，形成了众多的各具特色的企业家理论，其中比较著名的有熊彼特的“创新者”理论、奈特的“不确定性承担者”理论、柯兹纳的“中间商”理论。

(1)熊彼特理论。熊彼特认为，在均衡条件下，企业利润将趋于消散，但企业家通过创新活动，即建立一种新的生产函数，把一种从未有过的生产要素的新组合引入生产系统，打破市场均衡，从而给企业带来经济利润。由于企业家的创新活动具有示范效应，众多的追随者和模仿者在经济利益的驱动下将会接踵而至，在市场上展开新一轮的竞争，从而使获利机会逐渐消失，市场再度回到均衡状态。因此，企业利润来源于企业家的不断创新。

(2)奈特理论。奈特认为，企业家的决策总是面临着众多的风险和不确定性，由于风险事件的发生概率一定，风险事件是可保险的，但不确定性事件是不可保险的，企业家只能根据掌握的相关信