

知识经营: 一个值得澄清与深入研究的新概念

王国进

(复旦大学管理学院 上海 200433)

〔摘要〕 鉴于学术界对知识经营研究的严重不足, 本文深入探讨了知识经营的概念与内涵, 并通过其与传统经营、知识管理以及知识生产的比较研究, 进一步揭示了知识经营概念的独特内涵, 以及它作为管理科学研究新领域的重要理论和实践价值。

〔关键词〕 知识经营 传统经营 知识管理 知识生产 [中图分类号] F2

一、学术界对知识经营研究的现状与存在的问题

自彼得·德鲁克的论文《新型组织的出现》在《哈佛商业评论》1988年1/2月号上发表以来, 关于知识经济和知识管理方面的研究迅速成为管理科学研究的新热点。然而, 这些研究大多数是从“管理”, 即从“如何使知识更有用”的角度进行研究, 很少有人从知识的“经营”, 即“知识价值的转换和实现”的角度进行研究。笔者借助中国期刊网, 在1994~2002年公开出版发行的5300余种文理工期刊中仅收集到这方面的论文50篇, 而明确对知识经营进行界定的文章更是少见。尽管人们在谈到知识经济的时候, 会偶尔谈起“知识经营”, 但是, 更多的时候, 大家还是喜欢使用“知识管理”这一概念, 国外的一些学术著作也通常以“Knowledge Management”来泛指“知识经营”和“知识管理”。然而, 笔者通过研究发现, “知识经营”具有其特定的内涵, 它不仅与“资本经营”等传统经营方式存在重大的区别, 还与“知识管理”、“知识生产”等概念有着重大的区别。

张英华和彭正银主编的《知识经营与资本经营》(2000年)是笔者目前发现的惟一一部涉及知识经营的专著。该书从“资本经营的过程实际上蕴涵着知识要素的作用”的角度引出了“知识经营”的概念, 并指出“知识经营实际上也是知识的资本化过程, 通过知识的价值运动, 来推动企业经营活动的创新发展”, 从而在一定程度上揭示了知识经营的本质的。但是, 他们对知识经营理论体系的研究还很不完整, 有些认识甚至还很幼稚, 如把知识经营的内部支撑体系归结为“风险投资”、把知识经营的支柱产业归结为“高新技术产业”等都比较牵强, 很难反映知识经营的应有逻辑。就发表在期刊上的论文而言, 学者们对知识经营的研究具有以下4个方面的特点。(1)反复强调知识经营的重要性, 但对知识经营的逻辑框架却基本没有触及。如, 唐剑辉的《知识经营: 企业经营新战略》(1996), 张晓明的《知识经营: 企业决战21世纪的“杀手锏”》(1998), 刘春芝的《知识经济与知识经营》(1998), 景振华的《知识经营天地宽》(1999), 强雁的《企业面向21世纪的决战: 知识经营》(1999), 陈志宏的《知识经营: 21世纪的制胜之道》(2001), 陈效兰的《知识经营: 企业制胜之

道》(2002), 翁爱银的《知识经营——21世纪企业发展生存之道》(2002)。(2)对知识经营的内涵进行了初步的界定, 并对知识经营与知识管理、知识经营与资本经营进行初步的区分, 但是这种区分尚不十分严谨。如, 唐剑辉的《知识经营: 企业经营新战略》(1996), 李三虎的《知识经营: 通向知识经济之路》(1998), 陈文的《浅谈知识经营与知识管理》(2001)。(3)尽管很多文章提出了知识经营的概念, 但从其所涉及的内容来看, 仍将知识经营与知识管理混为一谈。如, 王兴瓚的《知识经营: 一种全新管理模式》(1997), 赵明芳的《未来企业的最优管理模式: 知识经营》(1998), 曹兴泉的《知识经营是企业最优管理模式》(1999)。(4)只有极少数文章对知识经营的运行机制进行了分析。如董敏琴等的《知识型企业知识经营的自组织分析》(2002), 从系统理论的角度出发, 分析了知识经营系统自身存在自组织现象及其自组织过程, 并对知识型企业知识经营系统如何实现自组织提出了建议。(5)除以下少数几篇文章以外, 基本没有提出知识经营的相关策略。曹兴泉的《知识经营是企业最优管理模式》(1999), 认为信息化、网络化是知识经营的必要手段, 创新是知识经营的核心, 管理好无形资产是知识经营的重要内容, 运用新知识培训人才是知识经营的基础。邹凤岭的《对接WTO游戏规则——企业国际化知识经营与法律权益空间拓展》(2001), 提出应对WTO游戏规则, 中国企业须采取标准国际化、专利万国化、科研境外化、品牌本土化、经营跨国化、争端法制化的知识经营策略。翁爱银的《知识经营——21世纪企业发展生存之道》(2002), 提出了知识经营的操作步骤, 即首先运用策略, 说明知识资本在企业中的重要地位和作用, 使知识经营成为企业员工的自觉行动; 其次将竞争对手的策略及其知识资本进行评估; 再次将自己的知识资本加以分类, 看占有哪些知识资本, 有哪些已投入使用; 第四步, 对企业的知识资本价值进行评估、最大限度地促其增值, 并做出保有或出售还是放弃的选择; 第五步, 对知识资本进行投资, 辨明如何利用知识资本上的优势击败竞争对手, 与此同时不断进行研发工作、寻求新的专利技术; 最后将新的知识资本加以集中。

二、知识经营的定义与内涵

笔者认为, 知识经营实际上包括手段和过程两

个方面,因此,对知识经营概念的界定可以从不同的角度入手。如果从“手段”的角度来看,知识经营可以理解为以知识作为手段的经营,它是一个相对于产品经营、商品经营、资产经营、资本经营等传统经营的一个概念,是资本经营的一个新的发展阶段,其本质可以看作“知识资本经营”。从这个意义来看,知识经营可以界定为:企业把知识这种特殊的资本,通过流动、收购、兼并、参股、控股、交易、转让、租赁等多种途径,进行优化配置、有效运营,以实现最大限度增值目标的一种经营方式。

如果从“过程”的角度来看,知识经营实际上是一个投入产出的过程。其定义可以界定为:以知识作为经营活动主要的,乃至唯一的资源输入,通过卓有成效的知识管理活动提高企业产出中知识贡献的价值,同时获得更多更有价值的知识资源作为进一步的资源输入,从而为组织持续创造“高额”的收益的活动。

根据笔者对知识经营概念的界定,知识经营的内涵包括5个方面。(1)在知识经营活动中,生产是知识密集型的生产,生产的过程就是技术转化和知识吸收的过程。它更加强调企业产品的知识和文化含量,而企业产品被消费者购买和使用,企业还会通过知识营销的方式将自己的企业文化、经营理念和价值观传输给消费者。(2)知识经营是由创造需求开始、以满足需求为导向的经营管理过程,它更加强调生产者与消费者在技术和知识上的对接,使消费者在使用时更容易操作。(3)在知识经营过程中,企业的员工,尤其是知识产品的生产者和知识服务的提供者必须是某一领域知识的专家或知识的精通者;对于销售人员来说,他们还必须了解与产品和服务相关的科普知识,并承担向消费者传播知识和培育市场的重任。(4)知识经营注重无形资产的投资与价值增值。企业在生产—销售—再生产的良性循环中,以无形资产的投资,加快科技开发、生产、工艺流程的设计,使研究、开发、应用、销售等各个环节紧密衔接,同时,对于无形资产投资而产生的价值增值也予以高度保护。(5)知识经营强调经济、社会和环境效益的高度统一。知识经营注重企业本身效益的同时,还将其经营活动与社会公益及可持续发展相结合,不仅使消费者在使用企业的产品和服务时获得直接的使用价值,而且还得到文化、知识等方面的启迪。

三、知识经营与传统经营的区别和联系

人类社会在经营方式上曾先后经历过产品经营、商品经营、资产经营、资本经营等几个阶段。这些经营方式都是与相应的企业经营方式相联系的,如产品经营是与单纯生产型的企业经营方式紧密相连的,商品经营是与生产经营型的企业经营方式紧密相连的。与传统的经营方式不同,知识经营是与知识经营型的企业经营方式紧密相连的。知识经营型的基本特点是围绕知识的生产和销售进行经营管理,包括知识的供应、生产和销售各环节的管理及相应的筹资与投资管理。人类社会从产品经营到商品经营、资产经营、资本经营以至现在的知识

经营,尽管每一种经营方式归根到底都离不开“知识”的作用,如开展生产经营离不开生产某种产品的专业知识,进行资本经营也必须通晓资本市场运作的有关知识,但是那时的产品价值中的知识含量很低,资源占用比例很高。传统经营的对象、目标、主体是物质产品,而经营知识则是将知识本身作为经营的主体,产品价值中知识的含量占大部分,自然物质资源只占很小一部分。因此,资本经营向知识经营的跃迁实际上就是从“用知识经营”到“经营知识”的跃迁。为便于理解,表1列出了各种经营方式的区别。

表1 知识经营与各传统经营的区别

	经营主体	经营对象	经营目标	经营方式	依据的市场
产品经营	生产者	产品	完成生产目标	产品的生产	产品市场
商品经营	经营者	商品	利润最大化	商品的销售	商品市场
资产经营	经营者	企业法人资产(实物形态)	资产价值保全前提下,追求企业盈利最大化	以内部结构调整为主的资产重组	资产、托管、租赁、拍卖等市场
资本经营	出资人	企业产(股)权(价值形态)	兼顾企业利润最大化和资本增值的最大化	以外部交易为主的产权重组	资本市场
知识经营	经营管理者 and 全体知识员工	知识	创造高额收益	知识的生产 and 应用	上述各种市场及产权市场

从表1不难看出,知识经营具有与传统经营不一样的内涵,这种区别集中体现在经营模式和所依赖的战略资源的转变上。

从经营模式来看,传统经营模式是以耗费有限物质资源为代价的生产经营方式,物质资源和原始劳动力作为其经营输入的主要资源,是经营产出价值的主要贡献因素。其焦点在于如何有效地利用物质资源,转化成产品或服务。而知识经营模式是应用知识,以尽量少的自然资源消耗生产出尽可能多的产品或服务,知识成为经营的主要输入,是产出价值的主要贡献因素。其焦点在于如何有效地创造、利用知识,转化成产品或服务。

从所依托的战略资源来看,传统经营主要依托土地、金钱资本、能源、原材料等战略资源。因此,从本质上说,传统的经营方式是一种资源经营模式,它是耗费有限物质资源为代价的经营方式,其直接后果是破坏了人类赖以生存的生态环境和耗损了宝贵的自然资源。而知识经营所依托的战略资源主要有人员的素质、决策能力、创新能力,科技研究与开发能力,高级管理人员和专业人才数量,产品的品牌、商标、信誉、专利、销售网络与体系等,它是通过应用高知识、高技能,以尽可能少的自然资源消耗生产出更多的有效产品和服务。因此,其核心问题不再是研究如何更有效地“消耗资源,转化产品”,而是研究如何更有效地“利用知识,转化产品”。

与近年国内外企业流行的资本经营相比,知识经营具有以下明显的优势。(1)资本经营盘活的主要是企业内部的资产,着眼点是企业内部;而知识经营强调的是企业内部与外部知识的高度综合与结合,着眼点是在整个经济运行环境中如何搞好企业经营。(2)企业拥有的资本无论有多么雄厚,但总

是有限的,由此产生的效益也是有限的;而企业拥有的知识是无限的,因此,由此产生的效益也必将是无限的。(3)在资本经营中,资本的流动、裂变、组合、优化配置等经营方式虽较好地适应了市场变化,但资本本身不能主动地适应市场变化,必须依靠管理者的作用才能实现,这就增大了企业经营的风险性;而知识经营是以市场为核心,围绕市场组织智力资本和企业其它资本形成完美的结合,灵敏度高,适应性强,相对减弱了企业经营的风险。^[1]

当然,正如“新经济”不是一种纯粹的新型经济形态一样,“知识经营”也不是与传统经营泾渭分明的一种经营方式,它往往通过“渗透”于传统的经营方式中而起作用。将“知识经营”渗透于“资本经营”就是近年常用的一种方式。几年前,美国白金技术公司(一家专营软件和信息服务的公司)作出了一项战略经营决策,即通过大规模的收购计划来发展公司。在制定此收购计划时,公司的管理层把获得知识资产作为一个重要的目标,这些知识包括被收购公司产品的知识,以及这些产品的销售知识、客户知识等等。他们采取了切实的办法将上述知识有效地融入了白金技术公司的知识库。为支持公司的收购计划,1997年,白金技术公司为其1800名专职营销人员开发和实施了一项全公司范围的知识共享系统。这样,某个收购计划一经宣布,收购计划本身的知识和目标公司的知识就被存入有关兼并和收购的联机知识库。这一信息通过用户简介马上发送到白金技术公司有关人员。通过在全公司,尤其是白金技术公司的销售队伍分享这一知识,销售人员每周可以节省两小时的时间,白金技术公司的其他专业人员每周则可以少花1个小时的时间用于适应新收购的公司及其产品。在上述知识经营的框架下,此后不到6年的时间里,公司总共收购了60多家公司,其销售队伍可以同步推销收购的系列产品,而白金技术公司本身则通过75万美元的知识经营投资,就获得了600万美元的回报。^[2]

四、知识经营与知识管理的区别和联系

“知识经营”和“知识管理”之间存在根本的区别,这种区别的焦点在于“经营”和“管理”的区别。国外第一个把“经营”同“管理”概念明确区分开来的是法国的法约尔(Henri Fayol, 1841~1925)。他在1916年发表的《工业管理和一般管理》中指出:经营不同于管理,经营是企业使用全部的财产,努力获取最大限度利润,达到企业的组织目标;经营包括6项职能,管理只是其中的一项。这6项职能是:技术职能(包括生产、制造和加工)、营业职能(包括供应、销售和交换)、财务职能(包括资金调度和运用)、会计职能(包括成本、核算、预算和统计)、安全职能(包括设备和职工的安全)、管理职能(包括计划、组织、智慧、控制和协调)。执同样观点的巴塞则指出,经营是决策的过程,是对目标的确定;而管理是解决方法的问题,是如何实现目标。这种把经营和管理区分开来的观点,是适应商品经济发展的要求提出来的。由于社会分工和商品经济的发展,在企业内部分工日益精细、企业所面临的社会环境和

市场环境更加复杂多变的情况下,光有对企业内部生产过程的严密管理是远远不够的。企业管理的重心应转向如何依据市场需求环境和本企业的资源,进行筹划决策,确定目标、实现目标。正因为如此,20世纪60年代以来,一些发达国家的企业界和管理学者普遍提出了“现代管理的重心在经营,经营的中心在决策”的观念。这一观念表明,在现代企业管理的实践中,经营与管理已逐步融合为完整的经营管理概念。这里,经营是指建立企业经济活动的指导思想,确定目标、方针、战略、方案,做好各项决策。经营要通过筹划、运营、开拓,运用管理,依靠管理,发挥管理的职能作用去达到经营目标。管理是经营的一种手段,是为经营服务的,它要应用现代管理的原理、方法和手段,实现经营的目标。这就是广义的经营管理概念。^[3]罗纳德·科斯在其经典之作《企业的性质》一文中也对经营与管理作了精彩的界定。他认为:“经营意味着预测与通过签订新契约,利用价格机制进行操作。管理则恰恰意味着仅仅对价格变化作出反应,并在其控制之下重新安排生产要素。”^[4]科斯的这一界定尽管是从契约、价格应变角度出发,但把握了经营的本质,即经营与市场相联系,利用价格机制使自己生产的产品和提供的服务在市场上获得有利于自己的利益;而管理则是一个组织内部如何用行政命令机制调配和组织有限的资源而获得最佳效率的过程。

我国学者郑美琴认为,经营和管理是现代经济组织系统的两大不同职能,人们之所以容易混淆经营和管理这两个概念,主要存在以下几个原因。首先,由于改革开放以来,我国大量引进的西方现代管理技术中没有明确区分经营和管理这两个概念,从而导致我国也没有形成独立的经营理论。其次,由于在实践上,现代社会组织中一般只有一个控制系统,在管理理论中这个系统被称之为管理系统,因此其职能也就相应地被认为只有管理这一个职能,即使谈起经营,也只是把它视作从属于管理的一个概念。再次,我国的管理理论界没有给予“经营”这个概念予以必要的关注。^[5]

由于经营和管理之间的上述差别,知识经营与知识管理之间的区别也便迎刃而解。知识管理是强调员工如何在组织中共同学习与分享;知识经营是创造、使用、保存、提升并转让知识和智力的一种全新管理模式。知识经营把人力资源、信息技术、市场预测、经营策略和经营战略等,及时和高效地统一协调起来。从知识经营的价值链来看,它是包括知识输入、知识管理和知识产出在内的一个完整的链条,而知识管理只是这一价值链的一个环节(当然,这个环节也是知识经营过程中的一个极其重要的环节),但是,不管这个环节多么重要,它都不能代替整个价值链。因此,知识经营与通常所说的知识管理有着根本的区别。为进一步说明这种区别,本文从知识经营与知识管理这两种活动的范围、内容和目标等3个方面进行比较(参见表2)。从表2不难看出,知识经营与知识管理相比较,知识经营更为重要,具体表现在以下3个方面。第一,知识经营决定着企业活动的方向,而知识管理只通过对企业自身行为的控制与调节,起到一种保障作用。第二,知识经营统帅着企业的整体活动,知识管理只是企

业的部分活动。第三,面向市场经济,企业知识经营活动的难度与知识管理相比更大,更应当引起企业家的注意。

五、知识经营与知识生产的区别和联系

知识生产是与知识经营密切相连的又一个概念。知识生产是指通过人类大脑思维进行的知识变换过程,简单地讲就是依靠知识的生产劳动。知识生产可以分为两个不同阶段:一是为利用知识进行一种创造性劳动,这主要是一种思维活动,即高度的精神劳动过程,是知识产品开发阶段;二是利用物质条件对已开发的知识产品进行复制生产,即知识产品的制造阶段,这一阶段中知识生产的内容较少,而物质生产的内容多。^[6]

关于知识生产的分类,可以有两种不同的分法。(1)从形态来看,知识生产可以大致分为采集、模仿和制造3种。采集型知识生产形态一般是人类认识活动最初出现的形态,它是指人们从外部世界获取经验。其基本任务是自己积累经验、作出记录,并搜集和整理别人的经验记录。模仿型知识生产是采集型知识生产的发展。模仿型知识生产有两种含义:一种是知识对对象的模仿,求得知识对自然对象的外部一致;另一种是人们对别人知识(含方法)的模仿,是应用别人创造的知识来解决新的问题。制造型知识的生产是知识生产的高级形态,其基本任务是制造新概念、新定律、新理论,制造出可供别人模仿的新知识。(2)从投入与产出的关系来看,知识生产可以分为直接的知识生产和间接的知识生产两类。直接知识生产是指企业投入研究与开发资金以及研究与开发人才,产生出新的技术、新的产品,改进旧的生产工艺过程等,其具体表现形式是专利、新产品或者企业职工头脑中的诀窍(即内隐知识)等。这种知识通过“用中学”(Learning by Using)或“干中学”(Learning by Doing)等途径为企业职工所掌握,最终以企业职工知识技能水平的提高和整体劳动生产率提高的方式反映出来。间接的知识生产是指知识以某种属性依附于企业所提供的产品或服务之中。如生产商品所需要的设备具有知识含量,操纵设备也需要知识。一般而言,设备的技术含量越高,维护和使用设备所需要的知识水平也越高。劳动是有知识的劳动,生产过程中的工艺组织、技术支持手段都体现着知识的作用,最后这些知识会对提高企业的经济效益产生作用。使用先进的设备、运用先进的生产工艺会导致劳动生产率的提高,而产品中的技术含量也会导致在相同原材料投入水平下产品附加值的提高,从而增加企业的利润水平。

关于知识生产的特性,有学者将其归纳为5个方面。^[7](1)首效性,即只要有一个人取得知识生产的成功,此项探索活动便随即告一段落,重新去获取已有的成果是没有任何意义的。(2)非实体性,即知识生产不是通过具体、有形的操作而进行的实物生产,而是运用概念、逻辑、规律和法则通过推理、联想或构思所进行的知识发现或创造,最后它所生产出来的同样是具有概括性和抽象性的新知识。

表2 知识经营与知识管理的区别和联系

	活动范围	活动内容	活动目标		
			目标指向	目标内涵	目标层次
知识经营	知识经营是组织面向市场的活动;特别在买方市场的条件下,企业为获取市场竞争胜利而开展的市场环境分析,对同类产品、替代产品以及正在研制的替代产品的竞争态势分析,对市场需求分析,以及在上述分析的基础上,提出应对之策、制订企业发展战略和规划的活动。	知识经营主要解决组织的目标、战略、策略问题,如:市场的调研和分析、目标市场的确定、企业目标的制订;围绕目标确定企业的经营战略和实现目标的具体策略,包括产品开发、技术攻关和公关宣传等。	以市场为导向,从市场实际出发,确定具体的活动方向。	隐含企业追求的效益,这是企业的最高准则。	知识经营目标处于企业活动目标体系的最上层。
知识管理	知识管理是组织面向自身的活动,是系统的一种自组织活动,主要解决企业的内部机制问题。	知识管理是解决组织资源要素的最佳配置问题和效用最大化问题。包括不同要素的具体管理和不同要素的整体协同管理。	以知识经营目标为导向,为实现知识经营目标而制订的下一级目标。	隐含资源效益最大化,这是企业管理所追求的最高境界。	知识管理目标处于企业活动目标体系的中下层。

(3)不确定性,即在每项具体的知识生产过程中,究竟会遇到哪些问题,解决这些问题究竟需要多长时间,甚至最终是否能够取得成果,这些都是无法预先知道的。(4)非连续性,即知识生产并非总是一种层出不穷的连续创造,而是创造与非创造活动交替进行的过程。(5)知识生产并非都是商品生产,由于知识生产具有首效性、非实体性、不确定性和不连续性,即使属于商品生产领域的那部分知识生产,其商品生产特性也有很大改变。如,由于知识生产的首效性,因此对于独一无二的产品,物质商品生产中的“社会必要劳动时间”概念就不适用;知识可以是中间产品,也可以是最终新产品;取得首创性产品所必须花费的劳动时间是事先无法确定的,只能事后确定,并且一旦确定便无法改变。

从上述知识生产的分类和特征来看,知识生产是知识经营的前提与基础。知识生产在一定的情况下可以理解为知识经营,但是并不是所有的知识生产都可以理解为知识经营,只有以营利为目的的知识生产才是知识经营。

六、深入研究知识经营的意义

知识经营的研究具有重要的理论和实践价值。从理论意义来看,知识经营研究的意义在于:首先,对知识经营和知识管理进行明确的区分,并对企业知识经营进行系统的研究,可以在一定程度上弥补国内外在该领域研究的严重不足;其次,根据广义管理学研究应遵循“组织理论”、“管理方式方法”和“经营理论”3条研究路径的观点^[8],笔者认为,知识经营完全可以看作广义管理学中经营理论发展的新阶段,是管理科学中亟待研究的新领域。

从实践上来看,知识经营的研究成果至少具有以下作用。一是,对知识经营的研究可以为解决企

知识联盟中知识转移的障碍因素及应对策略分析

林 莉

(大连理工大学 21 世纪发展研究中心 辽宁大连 116023)

〔摘要〕 在不确定性日益增大的竞争时代,知识资本正取代物质资本成为企业竞争力的关键要素。但由于知识的特性,企业仅依靠自身的力量增长所需的知识资本困难重重,知识联盟已成为企业持久成功的现实选择;而知识转移正是知识联盟的一个重要目标。以往对知识联盟的探讨往往着眼于组织内部的知识转移,对于组织间尤其是知识联盟内部知识转移的探讨较少。本文在对知识联盟及知识转移一般过程论述的基础上,对知识联盟内部知识转移的障碍因素做出了分析,进而提出了克服障碍的几点建议。

〔关键词〕 知识联盟 知识转移 企业知识理论 〔中图分类号〕 C93 G2

一、知识资本→知识联盟→知识转移

在 21 世纪的今天,人们已充分体会到:科学技术从未像今天这样以巨大的威力、以人们难以想象的速度,深刻地影响着经济和社会的发展。人们也清醒地看到:信息化和全球化的浪潮,已把人类引入一个崭新的经济时代——知识经济时代。它的到来将彻底改变人们的思维、改变人们的观念;而企业则首当其冲,直面知识经济的挑战。以知识资本为基础的企业理论,将企业视为知识的社会共同体,认为是企业知识积累和知识水平的差异决定了企业的异质性,并进而构成了企业赢得持续竞争优势的基础。Demsetz^[1]在解释企业的性质时,指出:“企业的存在是对知识经济中基本的不对称的反映;知识的获取比知识的使用要求更高的专业化。”“企业作为一个知识的集合体,是一个知识分布系统”^[2],它通过具有路径依赖性的积累过程获得知识,并使知识发挥作用。新的知识逐渐融入企业的正式组织和非正式组织之中,成为企业决定未来知识资本积累的重要力量。

业经营管理中存在的知识缺乏、知识分布不均衡、知识价值不高等问题找到有效的解决途径,提高企业解决人力资源问题和知识产权保护等问题的能力,从而大大提高企业经营管理绩效。二是,在我国面临知识经济和加入 WTO 双重压力的情况下,知识经营研究的成果对于我国企业实现从资本经营向知识经营的飞跃和提高国际竞争力,提供了有效的操作思路。三是,知识经营的研究成果可以为中小企业带来发展的机遇和希望。由于在知识经营过程中,为企业创造价值的主要是知识,因此,一些拥有独特知识但规模很小、实力很弱的企业也有了空前广大的生存空间。这些企业可以直接出售自己的知识产权,获得相应的利润;或者通过自己拥有的知识从事咨询业务,以求得生存与发展;或者只需极小的成本,就可以通过互联网迅速建立起自己的全球信息平台和贸易网络,将自己的产品信息迅速传递到以前只有财力雄厚的大公司才能接触到的大市场中去,平等地与大企业开展竞争。四是,知识

在不确定性成为惟一确定因素的市场中,企业若要在竞争中立于不败之地,必须形成强大的创新能力。Intel 总裁格罗夫在其《十倍速时代》中预言这个时代的技术变迁和竞争加剧的速度已经大大超过了以往任何时代,企业的成败均将以“十倍速”的节奏变化。因而,企业要以更快的创新速度、更高的创新层次获得知识以巩固自身的竞争地位,但企业“仅依靠自己的力量发展他们需要的所有知识和能力,是一件花费昂贵并且困难重重的事”^[3],即使 IBM、Microsoft、AT&T 等世界级大公司也不能例外。传统企业独立内化的创新模式已无法适应今天高技术全球竞争的需求,企业必须寻求外部知识的支持;而组织间相互学习能够产生“共生放大”效应,有利于“新资源”的形成,因而产生了“合作剩余”^[4]。“我们进入了联盟时代,只有通过联盟企业才能找到所需的资源。”

Teece 早在 1977 年就提出知识转移的思想,但是,最初对知识转移的研究往往着眼于组织内部,对组织间知识转移的探讨相对较少。知识不同于传统资源的特殊性导致了转移的困难,尤其对于组织间的知识转移而言,知识转移取决于知识源、传输渠道、知识汇等多种因素,组织间的知识转移更加

经营的研究成果可以帮助传统产业找到提高有形资产利用率、挖掘无形资产潜力的途径。

注释与参考文献

- [1] 张晓明:知识经营:企业决战 21 世纪的“杀手锏”. 企业经济, 1998, (3)
- [2] [美] 托马斯·M·科洛波洛斯, 卡尔·弗雷保洛. 知识管理. 上海:上海远东出版社, 2002, 11~12
- [3] 汤国辉, 卜妙金, 陈朝宝. 经营决策. 广东省企业管理协会, 广东营销协会, 1985
- [4] R. 科斯. 论生产的制度结构. 上海:上海三联书店, 1994, 8
- [5] 郑美琴. 论述经营与管理两个概念的内涵. 建材高教理论与实践, 1999, (4)
- [6] 段尧清, 白杨. 知识生产与知识产品. 荆州师专学报, 1998, (6)
- [7] 杜月升. 论知识生产及其经济特征. 深圳大学学报(社会科学版), 1999, (2)
- [8] 芮明杰. 管理科学——现代的观点. 上海:上海人民出版社, 1999

(责任编辑 肖庆山)