

集群竞争优势探析:基于组织学习的观点

浙江大学管理学院 吴晓波 苗文斌 杭州职业技术学院 郑健壮

[摘要]虽然早期对集群形成和获得竞争优势分析主要集中于对外生因素的分析,但是越来越多的学者注意到内生因素才是集群持续竞争优势的来源,集体学习、集体知识在集群租金获取中起到关键作用。本文从组织学习角度来分析集群竞争优势和租金的来源,提出通过集体知识积累产生集群彭罗斯租金,由于彭罗斯租金的组织根植性和不可模仿性构成竞争优势,并进一步探讨了集群锁定导致集群衰退的原因。

[关键词]集群 竞争优势 组织学习 集体知识

1. 引言

尽管学术界都承认集群竞争优势,但是集群的形成和竞争优势的来源的解释还是争论不定,早期对集群形成并产生竞争优势的分析主要集中在四个方面,即外部经济性、集聚经济、交易成本、柔性专业化等,还偏向于外生因素对集群的影响。而随着新产业区的出现,更多的则是从交易费用、知识、社会文化等角度对其解释,学者们逐步认识到在区域集群中知识的交流是决定绩效的关键,知识交流如通过技术溢出、非正式交流,人员的流动等等。从经济学分析的角度来说,作为集群主体的企业,经济上的自利性是不言而喻的,而且也是作为经济学研究的重要假设之一,但是从集群企业主动选择、主动适应,甚至主动改造环境角度对集群竞争优势的分析还很欠缺。可以说集群竞争优势的本质来源就是源于组织的主动选择和学习,所以本文从企业主动进行学习和知识在集群中的共享机制来分析集群竞争优势和租金的来源,通过集群成员企业的组织学习,一方面形成了成员企业内部知识资源的异质性,另一方面形成了集群层面知识资源的异质性。同时本文也从组织学习的角度对集群的风险进行初步的探讨,分析了集群锁定的原因,集体学习在强化集群的竞争优势的同时,可能造成了集群内成员企业对惯例的路径依赖。

2. 对集群竞争优势来源探讨的相关理论

集群是一种世界性的经济现象,作为全球产业的战略实体,以其在拉动区域经济增长中的重要作用日益引起了众多学者、企业管理者和区域经济发展机构的广泛关注。国内外诸多学者从经济学、地理学、管理学和社会学等不同学科角度包和不同侧面对“集群”现象进行了大量的、卓有成效的研究。其中最主要的议题就是:探讨竞争优势是否能够持续,并且思考是什么机制能够驱动集群的成功,进而探究避免集群衰退的途径和机制。

波特在对集群竞争优势和创新进行了深入分析,认为集群的优势外在体现有三个方面:第一,提升以地区为基础的公司的生产率;第二,推动革新的步伐,支持今后生产率的增长;第三,促进新企业的形成,这进一步扩大和强化了集群本身。从企业竞争方面看,产业集群拥有一般企业无法比拟的竞争优势,这种竞争优势:一方面体现在直接经济要素上,如低成本优势、产品差异化优势、区域营销优势和市场议价能力优势;另一方面体现在非直接经济要素上,如企业技术、市场发展的公共平台、区域创新系统。综合众多学者的研究,集群形成并产生竞争优势的主要原因可以归纳为以下四个因素,即外部经济性、集聚经济、交易成本、柔性专业化等。

(1) 外部经济性。马歇尔最早提出了外部经济性,集群外部经济性主要通过以下三个方面体现出来:劳动力市场共享、中间投入品的规模经济和技术或知识外溢。劳动力市场共享。对有专门技能的劳动的需求与供给,厂商集中会产生劳动力市场,劳动力市场的形成会加速企业的集聚。中间投入品的规模经济性。由于辅助性工业的存在,使用高度专业化的机械,为集中在一起的众多工业进行辅助性产品的生产,比起各个工业使用高价机械,自行生产这些辅助性产品来,更为经济和专业。技术或知识外溢。信息在当地流动比远距离流动更容易,正像马歇尔所说,从事同样技能的相关行业的人,互相从邻近的地方所得到的利益是很大的。行业的秘密不再成为秘密,而似乎是公开了。

(2) 集聚经济效益。聚集使距离的成本和费用达到较低而使生产率和相互间往来频率达到较大。工业在地理上集中的主要原因之一,就是因为能产生一定的聚集经济效益。这种经济效益主要的来自于外在经济效益和内在经济效益。韦伯认为,集聚因素是一种“优势”,或是一种生产的廉价,或者是生产在很大程度上被带到某一地点所产生的市场化。他同时认为,技术设备的发展也是形成聚集经济的一个因素。

(3) 交易费用节约。张五常在对科斯提出交易费用理论的基础上做出了进一步研究,认为企业也是一种市场

[参考文献]

- [1] Kim, W. C. and Mauborgne, R. A., Implementing Global Strategies: The Role of Procedural Justice[J], Strategic Management Journal, 1991, 12: 125 - 143.
- [2] Kim, W. C. and Mauborgne, R. A., Procedural Justice, Strategic Decision Making, and the Knowledge Economy[J], Strategic Management Journal, Apr 1998, 19(4): 323 - 338.
- [3] Lind, E. A. and T. R. Tyler, The Social Psychology of Procedural Justice[J], Plenum Press, New York, 1988.
- [4] 王晓霞,当代中国人际关系的文化传承[J],南开学报,2000(3): 88 - 95
- [5] 刘翌,我国公司治理文化理论与实证研究[D],浙江大学博士论文,2002

制度,它是要素市场代替中间产品市场。杨小凯认为产业集群的出现,则是因为中间产品的交易效率要比大规模的劳务市场买卖的效率要高。威廉姆森也认为,在介于纯市场组织和纯层级组织之间,存在一种“中间性体制组织”,这种中间性组织的模式,是组织本身从效率的角度或称“生存能力”内生性决定的。一方面,利用层级组织会带来因协调成本过高而产生规模不经济;另一方面,利用市场的交易成本如果变大,在多数情况下存在某种市场失灵。仇保兴认为小企业集群正是偏向于纯市场一端的一种中间性体制组织。产业集群这种组织形式能够有效的控制市场化所带来的交易费用,这是因为在产业集群内,人们具有共同的社会文化背景,通过相互的交流以及长期的合作,增强了相互之间的信任,而这种信任反过来也会限制机会主义者的生存空间。

(4) 柔性专业化。大量学者研究表明,众多专业化的中小企业在地域范围内的集聚,而区域发展的动力则是产业区内劳动分工的细化和专业化程度提高。企业与企业间在竞争基础上的分工协作,企业与上、下游企业进行密切的交流,以促进区内产业链条的各个环节创新,直至整个弹性生产综合体的创新和发展。新产业区内弹性专精的生产方式和组织结构以及弹性劳动力,可以对不稳定的外部环境变化做出快速的反应。在产业集群内部,大量专业化企业集聚在一地,使区域实现了规模生产。相应地,产业集群创造了一个较大的市场需求空间,对分工更细、专业化更强的产品和服务的潜在需求量也相应增加,同时随着技术发展和需求变化,工艺过程日益高度专业化,这不仅为专业化生产商提供了很大的生存机会,还使它们实现规模生产,两者形成良性循环,不断提高产业集群整体生产效率。

上述理论从不同角度解释了产业集群形成和产生竞争优势的原因。早期的研究主要是从运输成本、自然资源、需求、竞争和基础结构等角度解释集群的成功,而随着新产业区的出现,更多的则是从交易费用、知识、社会文化等角度对其解释。

3. 组织学习角度探讨集群竞争优势来源

尽管对于集群研究由于分析侧面的不同进而形成不同学派,但是众多关于集群形成、演化及竞争优势获取方面研究的结论,学者们逐步认识到在区域集群中知识的交流是决定绩效的关键,知识交流如通过技术溢出、非正式交流、人员的流动等等。众多学者对集群研究的结论:正是由于集群的具有空间集聚、合作网络特征及由此带来的柔性专业化、社会文化特征、协同与溢出效应等特征推动了集群内企业学习的动机。但是组织学习角度看,正如迈诺尔夫·迪尔克斯认为:“在大多数组织学习模型中,人们假设外部环境的变化触发了学习的需要,把环境中的变化视为组织应被动地做出反映的对象是错误的,因为技术和市场的发展可以由具有主动型学习能力的组织所决定”。组织学习是组织为了获取竞争优势,不断获取、整合、应用并创新组织知识的一系列有意识的行为过程。

就像 Stephen Tallman 等学者认为,如果只注重外生力量的分析,研究中一个核心的假设就是集群中的所有企业行为都是相似的,对于集群的分析必须从其发展的内生机理来分析竞争优势的来源和维持以及消散,应该将集群内企业主动学习机理及知识流转作为主要的分析对象,对于集群和构成集群的企业,长期的竞争优势必须基于企业为主体的组织学习、所有企业共同拥有的知识存量扩张和限制这些知识扩散的机制上。所以我们的认为组织学习是集群中单个企业获取竞争优势的来源,也是集群演化的内生机制,是集群获取竞争优势的来源。那么作为主体的集群内企业的组织学习作用就是双方面的:(1)对于单个企业而言是主动的学习主体,它会主动地与环境发生关系,获得知识,但是获得和利用知识的水平同时受到集群内外部、企业内外部环境和企业已有知识的积累水平的约束。对于企业而言,众多的组织学习理论已经获得一些理论和实证的结果,对于企业的作用表现为:组织管理的创新和技术创新,最终实现在动态环境下,包括技术和市场变化影响下,形成企业的异质性资源,进而获得竞争优势。(2)集群内企业的组织学习推动集群的发展。正是学习的作用推动了资源的集聚、分工,造成多样性。通过集群企业的主动学习,以及集群的协同和溢出效应,使产生于集群内部的知识以及知识存量,通过如专业人才市场、专业性服务机构的共享,使每个集群企业受益。就像魏江对集群学习的研究,集群通过三个层次的学习机制,实现集群整体能力的增强。这种组织学习的结果可以说是双向的,学习的结果推动了集群在自身机理的提升,同时作为环境的集群环境的变化(其他主体的一致性)又反向促进了学习,这种学习永远是动态的。

现有战略学者对企业竞争的研究认为,组织知识是租金和战略能力的源泉。为获取集群持续竞争优势,集群企业共同拥有的知识存量扩张和限制这些知识扩散是基本的条件。Spender 认为,在不确定环境下,集群企业通过组织学习和共同认知导向的行为相互作用,这些行为是企业成长理论的核心,所以获得了彭罗斯租金(Penrose Rents),组织学习是集群企业共同意识的形成基础。彭罗斯租金是嵌入在集群企业集体活动中的,也就是其他研究中提到的“根植性”,根植于当地的经济、社会、文化环境及制度当中,这些租金是不容易转移的。集群是产生彭罗斯租金的自动的组织内创系统,地理的邻近性仅仅是一个必要条件,态度、企业战略都是有关系的。没有成员企业对开放性和相互依赖性的认同,集群集体知识是不会发展的,集群中的个体企业必须有共同认知和意识的学习导向。这种学习导向包括:(1)积极的学习意愿。学习意愿的积极程度代表推进学习的程度,重视学习的组织会将学习视为关系组织存亡的重要投资。这种学习的意愿与企业的长期战略导向密切相关。(2)集群内共享的愿景。共享愿景是集群内对学习共同认可,也是基于对整个产业、产品、市场的共同认知,对于集群内不同专业分工的成员企业沟通和交流,以及策略制订有着导向作用。(3)开放的心智模式。开放的心智模式可以帮助企业评价现有的运作规则和不断接受新思想。通过集群学习导向的影

网络零售市场中价格离散的影响因素

浙江大学管理学院 王毅达

[摘要]在网络零售市场上,价格是消费者最敏感的因素,网络零售市场上普遍存在价格差别和价格离散现象,从网络零售商的角度来看,网上价格离散有各种不同的原因。分析网上价格离散的影响因素,可以帮助网罗零售商制定有效的价格战略和正确的定价方法,对网络零售市场的发展具有重要的意义。

[关键词]网络市场 价格离散 影响因素

一、价格离散的概念

在日常生活中,具有相同质量的商品常常以不同的价格出售,并且都有人购买。这种不同价格的序列,经济学上称之为价格离散。确切地说,价格离散是指在一个市场上,一种商品在某一时间在不同销售商之间的价格分布。在统计学上面表现为价格的极差和离差。对一个充满竞争力的市场,价格离散含义深刻。价格离散使市场信息变得不完全,不对称,使市场上代理人之间的信息出现了差别。价格离散还激励消费者在市场上广泛搜寻价格信息,价格离散幅度愈大,说明这个市场发育则愈不成熟,这个市场的效率也是不高的。因此,价格离散的大小可作为衡量市场发育状况以及测度市场效率的一个重要指标。正是由于市场价格离散,或信息分布的离散,消费者进行产品信息搜寻尤其是价格信息搜寻才变得有利可图。时间价值一般是搜寻成本的主要组成部分,而一个人的时间总是有限的,其时间价值可以通过其收入水平来衡量。这样,我们通常都能预测到,如果一个人的收入比较高,那么他就不会为了搜寻某个特定产品的最低价格而去浪费太多的时间。价格离散可以通过市场价格离散率进行测度,并且可以利用市场价格离散率说明一个市场发育状况,利用价格分布的状况进行市场管理。在建立社会主义市场经济体系的今天,我们利用价格离散了解管理范围内市场的总体发育状况及其化趋势,从而能够对市场培育制定出更符合实际的宏观调控规则。

二、网络市场的价格离散

伴随 Internet 等信息技术的推广,搜索引擎等工具的使用,网络市场提供的各种搜寻工具大大地降低了信息搜寻成本,同时在网上销售的企业通过网络直销、消费者选择范围的扩大来影响产业价值链,节约了交易成本,使产业价值链增值,并向有利于消费者的方向转移。根据交易成本理论,网络市场应该逐渐演变为一个“无摩擦”的市场,消费者可获得丰富的信息,并增强对信息的控制力,从而大大缩小网络企业利用品牌获得高额溢价的空间,导致网络价格水平逐渐降低并且趋同化。同时,对于网络市场上的销售商来说,他可以接收到竞争对手的大量产品信息,因此与传统市场相比,网上市场更具有竞争性(Bakos, 1997)。如果网上市场是高度竞争性的,那我们可以预测在网上市场价格离散应该很小或者没有。这是由于价格离散主要是与信息不完全有关(Carlson and McAfee, 1983; Stigler 1961),但在网络市场上的买方不会遇到这种问题,因为网上市场对消费者来讲信息是大量而且完全的。实际上,网络市场是非常复杂的,并非如以前的学者所预料的那样是一个简单的“无摩擦”的市场,一个能高效配置资源的市场。交易成本虽然是网络价格制定的基础,却并非是

响,保证了成员企业内部知识资源的异质性,同时形成了集群层面知识资源的异质性,这些知识资源往往是隐性的知识。正是因为集群知识是嵌入在企业的集体活动中的,所以它很难转移,也很难模仿,或者在其他环境下它并不适用。通过集群成员企业组织学习的协同性和集体知识的共享,集群就可以建立并维持竞争优势。

4. 避免“锁定”保障集群持续竞争优势

集体学习和集体知识是集群获取持续竞争优势的源泉,同时对于集群的发展应该关注“锁定”的问题。集群成员企业间共同的意识和行为导向,经过长期的发展和积累,以经验为基础的管理诀窍被集群企业共同地积累起来,最终会形成惯例。通过惯例这种机制,可以协调成员企业的行为,引导新成员企业的策略,这种机制通过将存量知识引导到当前的行为,也为将来资源使用提供导向,是集群创造经济价值的主要方式。一般而言惯例有三种,经营惯例,它提高效率;投资惯例,它更新当前的资产,并获取新的资源;调适惯例,它引导对市场机会的反应,并引导构建和应用知识。集体学习一方面强化了集群的竞争优势,另一方面集体知识的积累,可能造成了集群内成员企业对惯例的路径依赖,如果无法打破,就会造成集群的衰退。就像格拉伯赫认为存在三种锁定:功能性锁定;认知锁定;政治锁定,导致集群竞争力的下降和衰退。无论是单一企业还是集群发展过程中,技术和需求的变化是外部对组织冲击的关键因素。如果集群竞争优势持续下去,就需要产业集群内所有企业集群对环境的认知,做出集体反应,适时地对产业发展导向,战略做出调整,促进产业升级,鼓励并强化创新,营造良好的创新氛围,对于这些产业集群来说,具备一个完善的自调整机制,是它们最终能够取得成功的关键所在。

[参考文献]

1. 魏守华,赵雅沁,企业集群的竞争优势探究[J],财经问题研究,2002.5,pp51 - 56。
2. 杨小凯,现代经济学前沿专题[M],北京:商务印书馆,1996 年版。
3. 王辑慈,创新的空间——企业集群与区域发展[M],北京:北京大学出版社,2001 年
4. 仇保兴,小企业集群研究[M],上海:复旦大学出版社,1999 年版
5. 魏江,产业集群——创新系统与技术学习[M],北京:科学出版社,2003 年。