

激励与文化 视角下的知识共享研究

杨忠 等著



商务印书馆
The Commercial Press

激励与文化

视角下的知识共享研究

杨忠 等著



商务印书馆
The Commercial Press

图书在版编目(CIP)数据

激励与文化视角下的知识共享研究/杨忠等著. —
北京:商务印书馆,2015

ISBN 978-7-100-11505-6

I. ①激… II. ①杨… III. ①知识管理-研究 IV.
①G302

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 186476 号

所有权利保留。
未经许可,不得以任何方式使用。

激励与文化视角下的知识共享研究

杨 忠 等著

商 务 印 书 馆 出 版
(北京王府井大街 36 号 邮政编码 100710)
商 务 印 书 馆 发 行
山 东 临 沂 新 华 印 刷 物 流 集 团
有 限 责 任 公 司 印 刷
ISBN 978-7-100-11505-6

2015 年 9 月第 1 版 开本 640×960 1/16
2015 年 9 月第 1 次印刷 印张 17.25
定价: 40.00 元

《战略与组织》丛书编委会

主任委员:赵曙明 陈传明

副主任委员:茅宁 刘洪 王跃堂

委员(按姓氏笔画排序):

王全胜 王跃堂 茅宁 刘洪 刘春林

苏文兵 张正堂 陈传明 杨东涛 杨雄胜

陶鹏德 徐志坚 韩顺平

感 谢

国家自然科学基金面上项目“知识转移的困境：知识特性、知识所有权与组织激励”(70872044)

国家自然科学基金面上项目“团队知识共享跨层次研究：前因、结构与有效性——中国情境文化特征的调节作用”(71272106)

出版前言

早在 20 世纪 80 年代,管理学大师彼得·德鲁克就预见“未来的典型企业应该被称为信息性组织”;其著作《后资本主义社会》描绘了一个以知识为核心的社会,在这个社会中个体与知识联系紧密,知识生产率成为了国家、地区、行业以及组织竞争制胜的决定性因素。无独有偶,同一时期美国著名经济学家罗默和卢卡斯提出了新经济增长理论;该理论将知识作为经济增长的一个独立内生因素,并指出世界经济增长主要依赖于知识的生产、扩散、积累和应用。此后时隔不到十年,经济合作与发展组织(OECD)于 1996 年正式向世人宣告:“全球已经进入知识经济时代,知识经济将成为 21 世纪的主导型经济形态”。

伴随着知识经济时代的悄然到来,知识日渐代替了劳动力、资本、物质等传统资源,成为组织最宝贵的核心资源,也为组织谋求持续竞争优势提供了实质性来源。为了充分发挥知识这一战略性资

源的效用,与之相关的知识管理(knowledge management)自 20 世纪 90 年代起亦成为国内外企业关注与实践的新焦点。纵观知识管理在全球落地的二十多年,国内外企业对知识管理实践的热情非但不减且逐年升温。依据 KPMG(毕马威)的研究报告,美国已有超过 60%的大型企业导入了知识管理;欧洲则更高,70%的大型企业已经导入或正在进行知识管理。受西方知识管理热潮的影响,国内一批知名企业(如联想、万科、青岛啤酒等)纷纷追随西方企业的步伐,如火如荼地展开了知识管理实践。这些现象足以说明知识管理在当代组织的战略地位凸显和价值所在。

众所周知,组织中的知识大多依附于员工个体而存在;员工如果对知识不加利用,知识本身无法为组织创造价值。一般而言,员工有两种创造知识效用的途径:其一,员工通过运用自身知识创造个人绩效;其二,员工通过与他人共享知识,满足他人知识需求,进而创造组织绩效。相关学术研究和企业实践纷纷表明:员工之间的知识共享(即途径二)是组织追求知识效用最大化的关键所在。经济合作与发展组织(OECD)在《以知识为基础的经济》一书中也指出:“在知识经济中,组织不仅要权衡其生产知识的效率,还要权衡其传播知识的功能(即知识在企业内部的共享程度)”。这就说明,知识共享不仅是支撑知识创新的重要一环,也是组织成功实施知识管理的关键所在。

虽然知识共享的重要性不容小觑,然而员工在组织内广泛的参

与知识共享更多是组织对员工的期望行为而非员工的现实行为。“物以稀为贵”的经济逻辑导致了员工惯性地囤积或匿藏知识。究其根源,知识共享存在两大社会困境:其一,在知识的共享过程中容易存在“搭便车”现象(即员工可以无偿享受他人贡献的知识资源);其二,当知识被共享后,即为组织的公共物品,会诱发“公地悲剧”的产生(即员工出于利益最大的动机,会尽量占用更多的公共资源,最终会引致公共资源的匮乏)。加之,员工与他人共享知识的工作行为并不能轻易地被组织衡量或考核,进而也就难以从组织获得相应的补偿。因此,著名知识管理专家达文波特(Davenport)一针见血地指出:个体有匿藏知识的天性。由此可见,“改变员工共享知识的行为”俨然已成为当代组织施行知识管理面临的最大挑战。

知识共享是一种受员工主观意愿控制的自发行为,因此知识共享不可能通过强制的方式得以实现,而是依赖于组织对员工积极的鼓励。为此,国内外学者纷纷强调:组织应设计有效的激励机制来促进员工的知识共享意愿。然而近年的一些理论研究却得出不一致的结论,即组织的一些激励措施对知识共享并不产生显著影响,甚至某些不当的激励措施对知识共享会产生负效应。管理实践中也有越来越多现象表明基于理论研究的激励措施难以真正催生员工知识共享的意愿,“有激励而无共享”的现象普遍存在。从新制度经济学的观点来看,组织激励不如人们预期的有效是因其本身并不完备,这时需要能够引导成员价值观取向和行为规范的组织文化作

为非正式制度对组织激励这一正式制度发挥弥补作用。在诸多管理实践中,激励与文化往往也是共生共存、互为补充的。正是基于这样的考虑,本书尝试分别从正式制度视角下的激励和非正式制度视角下的文化入手,对员工知识共享的行为过程、绩效和机理展开全面、系统、深度的剖析,以期组织破解知识共享的“社会困境”提供理论依据与实践对策。

本书写作有如下三点特色:

1. 逻辑推演与实证检验结合。本书在梳理与借鉴国内外知识共享研究成果的基础上,运用组织行为学、经济学、心理学等学科领域的多个中层理论工具,分别对激励和文化如何作用于员工知识共享行为进行了严密的逻辑推演,并构建了激励和文化影响员工知识共享行为的理论模型。在此基础上,本书通过大样本问卷调查与数理统计分析,验证了本书所提出的理论模型的科学性与普适性。

2. 理论原理与实践对策并重。本书不仅在理论上揭秘了激励和文化与员工知识共享行为之间的“黑箱”,有助于组织管理者清晰解读激励和文化对员工知识共享行为的作用机理;并且分别从(外在/内在)激励和(国家/组织)文化多个视角提出了改善员工知识共享行为的实践对策,有助于组织管理者有针对性地强化对员工知识共享行为的管理或引导。

3. 国际化与本土化兼顾。本书在行文中除了引用西方的权威理论和先进的研究成果,还兼顾了“本土契合性”。例如,本书在探

讨文化对知识共享的作用机理过程中,不仅分析了西方文化对知识共享的影响,还探索了中国本土文化对我国员工知识共享的影响。再如,本书提出的若干理论模型虽是基于西方的经典理论加以推演,但同时又通过中国被试的问卷调研数据加以验证。

基于上述特色,本书不仅可以作为组织行为学、知识管理、情报信息学领域的学者(研究人员、教师或研究生)理论研究或学习的参考资料,并且也对正在从事或有志于从事组织知识管理的经理人员具有较强的参考价值。

本书由南京大学商学院杨忠教授确定写作的指导思想、整体框架、主体内容、基本观点和写作风格,杨忠教授的博士后、博士研究生和硕士研究生们参与了本书的创作。其中第1章由河海大学商学院副教授、南京大学商学院博士后邓玉林完成;第2章由江苏省委党校副教授、南京大学商学院博士顾慧君完成;第3章由南京大学商学院副教授冯帆完成;第4章由南京大学商学院博士黄彦婷完成;第5章由江苏科技大学经济管理学院副教授、南京大学商学院博士金辉完成;第6章由南京理工大学经济管理学院段光博士完成。南京大学商学院夏瑞卿博士、李婧娴硕士参与了资料收集、整理和书稿校对等方面的工作。在此,对各位创作成员表示诚挚的谢意。在撰写过程中,本书参考和应用了国内外学者的相关研究成果,一并深表谢忱。

本书若有疏漏或不当之处,敬请专家、学者、企业家和广大读者批评指正。

目 录

1 绪论	001
1.1 知识共享的内涵	001
1.1.1 知识共享的研究背景	001
1.1.2 知识共享的定义	003
1.1.3 知识共享、知识转移与知识流动	009
1.2 知识共享的实践探索	011
1.2.1 知识共享的现状	011
1.2.2 知识共享的困境	015
1.2.3 知识共享的成功实践	019
1.2.4 知识共享的激励与文化视角	024
1.3 研究内容与章节安排	026
1.3.1 研究内容	026
1.3.2 章节安排	031
2 知识共享的发生机制与研究框架	033
2.1 知识共享的发生机制	033
2.1.1 个体知识共享行为的发生机制	034
2.1.2 团队知识共享有效性	036

2.2	知识共享的基础理论与影响因素	038
2.2.1	个体知识共享行为的基本理论	039
2.2.2	影响团队知识共享有效性的相关理论	048
2.2.3	组织成员知识共享的影响因素	049
2.3	团队成员知识共享:一个分析框架	058
2.3.1	团队成员知识共享行为及其效果的分析	059
2.3.2	团队成员知识共享行为及其效果的研究框架 ...	067
3	组织激励与知识共享	069
3.1	组织中的激励	070
3.1.1	外在激励	071
3.1.2	内在激励	073
3.1.3	内在激励与外在激励的区别	077
3.2	组织激励对知识共享的影响	079
3.2.1	组织激励对知识共享作用路径的一般框架 ...	081
3.2.2	外在激励与知识共享	084
3.2.3	内在激励与知识共享	103
3.3	正式制度视角下的激励管理	119
3.3.1	非物质激励措施——社会交换	119
3.3.2	建立有利于知识共享的组织规范	121
3.3.3	产权激励	122
3.3.4	工作激励措施	123
4	国家文化与知识共享	127
4.1	国家文化的界定	128

4.1.1	国家文化的定义	128
4.1.2	国家文化的功能	130
4.2	国家文化对知识共享的影响功效及特征	131
4.2.1	跨文化理论中的文化维度对知识共享的影响 功效	131
4.2.2	中国本土文化对知识共享的影响功效	135
4.2.3	国家文化影响知识共享行为的研究现状	144
4.3	国家文化对知识共享的作用路径与实证检验	149
4.3.1	基础理论的选取	150
4.3.2	国家文化对知识共享作用路径的一般框架 ...	152
4.3.3	中国本土文化对知识共享作用路径的实证 检验	153
4.4	非正式制度视角下的国家文化管理	168
5	组织文化与知识共享	174
5.1	组织文化的界定	175
5.1.1	组织文化的定义	175
5.1.2	组织文化的功能	176
5.2	组织文化对知识共享的影响功效及特征	178
5.2.1	组织文化对知识共享的影响功效	178
5.2.2	基于知识共享的组织文化特征	183
5.3	组织文化对知识共享的作用路径与实证检验	188
5.3.1	基础理论	188
5.3.2	组织文化对知识共享作用路径的一般框架 ...	194
5.3.3	组织文化对知识共享作用路径的实证检验 ...	195

5.4	非正式制度视角下的组织文化管理	210
5.4.1	组织文化的现状甄别	210
5.4.2	组织文化的建设与重塑	214
6	知识异质性及共享行为结构对团队有效性的影响	219
6.1	团队有效性	219
6.1.1	团队有效性的概念与内涵	219
6.1.2	共享满意	223
6.1.3	知识整合	224
6.1.4	团队创新	226
6.2	知识异质性及对团队有效性的影响	229
6.2.1	知识异质性	230
6.2.2	知识异质性及对团队有效性的影响	236
6.2.3	实证分析与研究结论	240
6.3	共享行为结构对团队有效性的影响	244
6.3.1	共享行为结构的研究基础	246
6.3.2	团队知识共享的行为结构特征	251
6.3.3	团队知识共享行为结构对共享有效性的 影响	255
6.4	团队有效性的改善策略及建议	258
	后记	260

1

绪 论

知识经济时代,作为企业核心生产要素的知识只有通过相互交流、学习、共享才能得到发展,知识的共享范围越广,其利用、增值的效果越好,知识只有被更多的人共享,才能使知识的拥有者获得更大的收益。但知识共享却不可能通过强制的方式得以实现,而是依赖于组织对个体积极的鼓励以及良好的共享氛围,其合理模式应该是“个人拥有,自愿分享”。由此可见,如果没有充足的内外激励和积极的共享文化,个体面临种种知识共享的成本与风险必然会成为组织推进知识共享的障碍。因此,本书将关注组织的激励与文化对个体知识共享行为的作用机理与导向效用,并进而探讨通过构建有效的团队来达到有效的知识共享。围绕上述基本思路,本章将首先探讨知识共享这个研究主体的内涵以及构念的特殊性,分析当下知识共享实践中所遇到的困境和有待解决的难题,然后简要介绍本书的核心研究内容,最后对全书结构进行了总体安排。

1.1 知识共享的内涵

1.1.1 知识共享的研究背景

知识共享的概念伴随着知识管理理论和实践的产生而出现,以

知识为基础的企业理论认为企业的核心能力源自企业促进内部成员间知识共享(Grant, 1996)^①。在最初的有关知识管理的研究中,学者们仅仅把知识共享作为知识管理的一个子内容来研究,随着知识管理理论的丰富发展,组织实施知识管理的目的更加凸显为充分利用组织现有的知识资源来培养知识创新能力。在此过程中知识共享是最难解决的问题,同时也是组织知识创造的重要途径,因此知识共享问题逐渐从知识管理中提取出来,成为一个独立的研究对象,其重要性得到了学术界和实践界的普遍认同,知识共享主题也成为众多研究关注的焦点。在知识共享的研究初期,学术界更多聚焦于信息技术(IT)对知识共享的作用,期望通过搭建畅通的信息平台使得个体知识共享更加容易。然而,信息技术仅为知识共享提供了必要的技术支撑,但“信息系统并不能够增加个体分享知识的意愿”(Davenport & Prusak, 1998)^②。顺利地实现知识共享之所以并不容易,更多是因为并非每个组织成员都乐于将个人知识与其他成员分享(Argote et al, 2003)^③。综合国内外知识共享领域的研究进展(邱茜等,2010)^④,可以发现知识共享的研究重点已经从早期共享的技术实现问题转变为侧重对共享行为本身的理论研究。知识共享过程通常会涉及主体、行为、知识本身、渠道等因素,作为知

① Grant R.M. Toward a knowledge-based theory of the firm, [J]. *Strategic Management Journal*, 1996, 17(Special Issue):109-122.

② Davenport T., Prusak L. Working Knowledge: How Organization Manage What They Know [M]. Harvard Business School Press, 1998.

③ Argote L., Mcevily B., Reagans R.. Managing knowledge in organizations: an integrative framework and review of emerging themes [J]. *Management Science*, 2003, 49(4):571-582.

④ 邱茜,张春悦,魏云刚等.国外知识共享研究综述[J].情报理论与实践,2010,(03):120-125.

识载体和共享行为执行者的人在知识共享中的作用引起了越来越多的关注,其态度、动机、能力、行为等方面的研究取得了很大进展。

1.1.2 知识共享的定义

根据研究层次的不同,知识共享可以分为个体、团队和组织等不同层面。“共享知识,无论是显性还是隐性,都需要个体来完成”(Bartol & Srivastava, 2002)^①,因此知识共享的大部分定义是从个体的层面来展开的。考虑到知识共享的结果和目的是通过成员个体的共享行为,达到整个团队或组织都“知晓”知识,陆续有研究将知识共享的主体从个体层面扩展到团队或组织层面以分析知识共享的结果变量及有效性。

1. 个体层面的知识共享

个体层面的知识共享诠释主要有两种视角,分别为过程视角与结果视角,不同研究视角的关注点和研究内容不同,对知识共享内涵也有不同理解。

(1) 个体层面过程视角的知识共享。

从个体层面知识共享的过程视角出发,学者们侧重描述个体知识扩散与分享的过程机理,主要以知识本身作为研究对象,关注知识的转化活动、属性变化,或者强调共享主体间的交互过程。野中郁次郎和竹内(Nonaka & Takeuchi, 1995)^②认为,知识共享是个

① Bartol K.M., Srivastava A.. Encouraging knowledge sharing: the role of organizational reward systems [J]. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 2002, 9(1):64-76.

② Nonaka I., Takeuchi H., Takeuchi H.. *The Knowledge-creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation* [M]. New York: Oxford University Press, 1995.