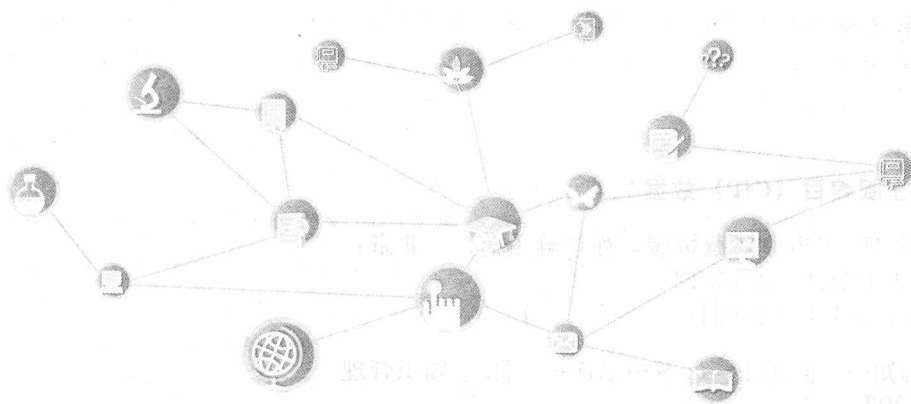


知识管理



知识管理

王雪原 董媛媛 徐岸峰 编著



化学工业出版社

· 北京 ·

《知识管理》对知识管理相关理论与方法进行了系统研究,从知识管理与战略管理、流程管理、组织管理等横向管理关系研究,到知识发现、知识融合、知识更新、知识转移、知识存储与加工、知识创新的知识管理过程,以及知识管理自身的组织设计、知识管理工具与评估等进行多方位研究,对知识管理进行了系统阐述。《知识管理》涉及知识管理、战略管理、流程管理、组织设计等多种理论方法;涉及个人知识管理、企业知识管理以及不同主体在知识管理中定位等多个方面的内容;实现了不同科学的融合以及理论与实践案例的有效结合。

《知识管理》可作为本科生与研究生知识管理教学用书;也可作为企业知识管理、R&D(研究开发)联盟知识管理以及知识转移与知识创新等相关领域研究者科研参考用书,也可为企业事业单位以及政府科技部门知识信息管理人员提供有关参考与方法支持。

知识管理

王雪原 董媛媛 徐岸峰 编著

图书在版编目(CIP)数据

知识管理/王雪原,董媛媛,徐岸峰编著. —北京:
化学工业出版社, 2015. 12
ISBN 978-7-122-25931-8

I. ①知… II. ①王…②董…③徐… III. ①知识管理
IV. ①G302

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 316096 号

责任编辑:王淑燕 蔺虹
责任校对:边涛

装帧设计:关飞

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印刷:北京云浩印刷有限责任公司
装订:三河市瞰发装订厂
787mm×1092mm 1/16 印张14¼ 字数346千字 2015年12月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 35.00 元

版权所有 违者必究

前言

知识经济时代,知识成为企业提升竞争力、国家获得综合竞争实力的核心与关键。我国承担世界制造领域 40% 的任务,但是仅获得 1% 的利润,主要原因是我国企业缺少对知识管理的重视、缺少知识创新与知识有效保护应用。因此,为了提高我国企业的可持续发展能力与核心竞争优势,企业必须有效掌握知识管理技能。培养知识管理人才,不仅可以为企业知识管理人才使用提供保障,同时也为促进我国科技成果转化、知识转移等提供了机会。因此,本书致力于加深对知识管理的深刻、系统理解,提升学生与知识管理人员对知识管理与战略管理、流程管理等横向关系的理解,并为企业知识发现、知识融合、知识更新、知识转移、知识存储与加工、知识创新的知识管理过程提供有效的参考。

第 1~5 章分析了知识管理的背景与理论基础、相关概念、知识资本与知识产业以及知识管理与战略管理、知识管理与流程管理之间的关系,对相关内容进行了系统介绍与阐述;第 6~11 章分析了知识生产、知识转换、知识转移、知识共享、知识创新以及知识存储与加工;第 12~15 章介绍了利于知识管理的新型组织形式,包涵个性化公司、知识社区、知识联盟、学习型组织等,并对知识管理涉及的各个职位以及具体任务要求等进行了系统分析。对知识仓库、知识地图等知识管理工具进行了系统分析,并按照知识管理涉及不同阶段,提出了具体管理工具。最后,分析了个人知识管理内涵、特征以及具体工具。

本书在国家自然科学基金项目(71173063),国家青年科学基金项目(71403070),教育部人文社会科学青年项目(14YJC630025)以及黑龙江省科技攻关项目(GB14D201)资助下,根据知识管理与其他管理的横向关系,知识管理过程以及知识管理组织设计、工具、个人组织管理等内容进行了系统研究。本书共 15 章,其中第 1~5 章由王雪原负责编著,刘成龙负责相关资料整理;第 6~10 章由董媛媛负责编著;第 11~15 章由徐岸峰负责编著,白雪负责相关资料整理。

知识管理是一项复杂的系统工程,由于能力限制,书中难免存在一些疏漏和不足之处,敬请广大读者批评与指正,以便进一步提升与完善。

编著者
2015 年 9 月

目录

第1章 知识管理的背景与理论基础 / 001

1.1 知识经济与知识管理	001	1.3.2 社会学基础	006
1.1.1 知识经济及其特征	001	1.3.3 管理理论基础	008
1.1.2 知识管理是知识经济时代企业竞争 的关键	002	1.4 知识管理的新机遇	009
1.2 知识管理的产生背景	002	1.4.1 云计算技术的发展	009
1.3 知识管理的理论基础	003	1.4.2 知识密集型服务业的发展	010
1.3.1 哲学基础	003	思考题	011

第2章 知识与知识管理概述 / 012

2.1 数据、信息、知识与智慧	012	2.3.1 知识管理概念	019
2.1.1 数据、信息、知识与智慧的概念	012	2.3.2 知识管理与信息管理的区别与 联系	021
2.1.2 四者的关系及其对知识管理的 启示	015	2.4 知识管理的发展历程	022
2.2 知识的类型	016	2.5 知识管理的误区与影响因素	023
2.2.1 陈述性知识与程序性知识	016	2.5.1 知识管理的误区	023
2.2.2 显性知识与隐性知识	017	2.5.2 知识管理成功与失败因素	024
2.2.3 知识的其他分类	018	2.6 知识管理的步骤	024
2.3 知识管理的内涵	019	思考题	025

第3章 知识资本与知识产业 / 027

3.1 知识的商品属性与商品化	027	3.4.3 成果转化不同阶段的主体定位	035
3.1.1 知识的商品属性	027	3.4.4 政府部门的具体行为措施	039
3.1.2 知识的商品化	028	3.5 知识市场	043
3.2 有效知识	028	3.5.1 知识市场的内涵	043
3.2.1 有效知识的内涵	028	3.5.2 知识市场的信号	043
3.2.2 有效知识的判定	030	3.5.3 不合理的知识市场	044
3.3 知识资本及其构成	032	3.5.4 发展知识市场的措施	044
3.3.1 知识资本的内涵	032	3.6 知识产权保护	045
3.3.2 知识资本的构成	032	3.6.1 知识产权的内涵	045
3.4 科技成果与技术成熟度	034	3.6.2 知识产权的特征	046
3.4.1 科技成果	034	3.6.3 知识产权的分类	047
3.4.2 科技成果与科技成果成熟度	034	3.6.4 知识产权战略	049

3.6.5 国外的知识产权保护	050	3.8 案例分析	051
3.7 知识产业	050	思考题	052

第4章 知识管理与战略管理 / 053

4.1 三种重要的企业战略	053	4.2.2 专一化竞争战略与知识管理匹配	056
4.1.1 总成本领先战略	054	4.2.3 差异化战略与知识管理匹配	056
4.1.2 差别化战略	054	4.3 知识管理战略	057
4.1.3 专一化战略	054	4.3.1 知识管理战略的内涵	057
4.2 基于企业战略的知识管理	055	4.3.2 知识管理战略的类型	057
4.2.1 总成本领先战略与知识管理战略 之匹配	055	4.3.3 知识管理战略的选择	061
		思考题	061

第5章 知识管理与流程管理 / 062

5.1 知识管理与流程管理融合的必要性	062	5.2.4 流程导向知识管理的运作	069
5.2 工作流与业务流程	063	5.3 知识流与知识链	071
5.2.1 工作流	063	5.3.1 知识流	071
5.2.2 业务流程管理	064	5.3.2 知识链	073
5.2.3 工作流与业务流程的关系	068	思考题	074

第6章 知识生产 / 075

6.1 知识发现	075	6.2.2 文本数据	080
6.1.1 知识发现涵义	075	6.2.3 万维网发掘	081
6.1.2 知识发现过程	076	6.3 知识融合	083
6.1.3 知识发现任务	077	6.4 知识更新	084
6.2 知识发现分类	079	思考题	085
6.2.1 数据库	079		

第7章 知识转换 / 086

7.1 知识转换概念	086	7.4.1 雇佣愿意共享知识的员工	095
7.1.1 知识转换内涵	086	7.4.2 发展信任	096
7.1.2 知识转换原则	088	7.4.3 多层激励	096
7.2 知识转换形式	089	7.4.4 公众承认	097
7.3 知识转换战略	090	7.4.5 为共享而重组	097
7.3.1 显性知识转换	090	7.4.6 创建社区	097
7.3.2 隐性知识转换	091	7.4.7 发展领导	097
7.4 知名企业知识转换战略	095	思考题	098

第 8 章 知识转移 / 099

8.1 知识转移概念	099	8.3 知识转移影响因素	105
8.1.1 知识转移定义	099	8.3.1 知识特性因素	105
8.1.2 知识转移模型	100	8.3.2 知识转移主体因素	106
8.2 知识转移动因	103	8.4 知识转移文化	109
8.2.1 知识势差	103	8.5 3M 公司知识转移案例	111
8.2.2 知识流动	103	思考题	112

第 9 章 知识共享 / 113

9.1 知识共享作用	113	9.4.2 知识共享障碍	119
9.2 知识共享内涵	114	9.5 知识共享战略	121
9.3 个人知识共享过程	116	9.5.1 明确知识共享要求	121
9.3.1 个人知识创新	116	9.5.2 分层激励	121
9.3.2 个人知识阐述	117	9.5.3 形成知识共享文化	122
9.3.3 个人知识交流	117	9.5.4 加强知识共享基础设置建设	123
9.3.4 个人知识理解	118	9.6 福特汽车知识共享案例	124
9.4 企业知识共享环境	118	思考题	125
9.4.1 知识共享技术	118		

第 10 章 知识创新 / 126

10.1 知识创新含义	126	10.5.2 米塔尔钢铁集团知识创新模式—— 全球知识管理计划 (KMP)	137
10.1.1 知识创新概念	126	10.6 研究开发联盟创新能力评价过程 研究	139
10.1.2 知识创新过程	127	10.6.1 研究开发联盟创新能力的知识 本质	139
10.2 知识创新类型	128	10.6.2 研究开发联盟创新能力评价 方法及数据采集	140
10.2.1 创新资源	128	10.6.3 研究开发联盟创新能力结构 方程模型构建	141
10.2.2 创新成就	129	10.6.4 结构方程效应评价	145
10.3 企业知识创新过程	131	思考题	147
10.3.1 企业知识创新过程模型	131		
10.3.2 企业知识创新角色	133		
10.4 组织知识创新模式	134		
10.5 知识创新案例解析	135		
10.5.1 波士顿的布拉汉姆妇女医院的知识 创新管理	135		

第 11 章 知识存储与加工 / 148

11.1 人工智能知识管理系统	148	11.1.1 知识存储含义	148
-----------------------	-----	---------------------	-----

11.1.2 编码知识存储方式	148	11.2.2 知识加工原则	150
11.1.3 知识存储战略	149	11.3 知识建模	151
11.2 知识加工	150	11.4 孟山托公司知识建模	153
11.2.1 知识加工内涵	150	思考题	153

第 12 章 知识管理的组织设计 / 154

12.1 承上启下的知识管理组织结构	154	12.5 学习型组织	167
12.2 个性化公司	155	12.5.1 学习型组织产生的背景	167
12.2.1 个性化公司内涵与要求	155	12.5.2 学习型组织的作用	168
12.2.2 个性化企业管理的关键	157	12.5.3 组织学习与学习型组织	170
12.2.3 个性化公司的价值追求	158	12.5.4 学习型组织的特点	171
12.3 知识社区或实践社区	160	12.5.5 学习型组织学习的类型与步骤	172
12.3.1 知识社区的内涵	160	12.5.6 海尔案例	174
12.3.2 知识社区的价值	160	12.6 企业知识管理主体的基本职能	175
12.3.3 知识社区的发展背景	161	12.6.1 知识主管	176
12.3.4 知识社区的建设	162	12.6.2 知识项目管理者（知识经理）	177
12.3.5 实际应用案例	162	12.6.3 知识管理工作人员	178
12.4 知识联盟	163	12.6.4 一般人员	178
12.4.1 知识联盟的内涵	163	12.7 知识管理的主要职能部门	179
12.4.2 知识联盟的特征	163	思考题	179
12.4.3 知识联盟的管理	164		

第 13 章 知识管理工具 / 180

13.1 知识管理工具的内涵	180	13.3.2 知识地图	183
13.2 知识产生阶段的管理工具	180	13.4 知识转移阶段的管理工具	188
13.3 知识编码阶段的管理工具	182	13.5 国际知识管理协会知识管理工具	190
13.3.1 知识仓库	183	思考题	191

第 14 章 知识管理评估 / 192

14.1 知识管理评估的意义	192	14.4 知识管理评估方法	201
14.2 知识管理评估的困难与存在的问题	193	14.4.1 一般的评估方法	201
14.2.1 知识管理评估的困难	193	14.4.2 平衡记分卡	201
14.2.2 知识管理存在的问题	194	14.4.3 全球最卓越知识型企业的德尔斐法	202
14.2.3 知识管理评估需关注的问题	194	14.4.4 知识管理评估工具	202
14.3 知识管理评估的内容	195	14.4.5 知识管理诊断工具	203
14.3.1 企业知识管理的整体评估	195	14.4.6 戴维·斯凯密的知识管理评估工具	203
14.3.2 不同知识管理实施阶段情况的评估方法	196		

14.4.7 知识受益指数 203 思考题 204

第 15 章 个人知识管理 / 205

15.1 个人知识管理背景及含义	205	15.3.2 制订个人知识采集计划	210
15.1.1 个人知识管理概念	205	15.3.3 个人知识来源渠道	210
15.1.2 个人知识管理特征	206	15.3.4 建立个人知识管理平台	211
15.1.3 个人知识管理目标	207	15.3.5 个人知识整序	212
15.2 个人知识管理原则及技能	208	15.3.6 建立个人知识管理体系	212
15.2.1 个人知识管理原则	208	15.4 个人知识管理的工具	213
15.2.2 个人知识管理技能	208	15.4.1 PDL 的应用	213
15.3 个人知识管理实施过程	209	15.4.2 BLOG 的应用	213
15.3.1 个人知识需求	210	思考题	214

参考文献 / 215

第1章

知识管理的背景与理论基础

1.1 知识经济与知识管理

1.1.1 知识经济及其特征

知识经济又称信息经济、网络经济，名称虽然不同，但实质内容是一样的。信息经济是从外在的形式命名的，知识经济是从内容层面出发考虑问题的，网络经济则是从管理手段、传输工具角度命名的。知识经济发源于20世纪80年代兴起的高科技革命。高科技革命不但使人类的知识总量迅速增加，而且使得人类获取知识、应用知识的能力大大提高。知识经济更多的是依靠知识的参与，而不是生产要素（劳动和资本等）的消耗来发展经济。对于知识经济的特征可以有两种理解：一是从外在形式显示出来的特征；二是从社会影响显示出来的特征。

从外在形式考虑，知识经济有以下一些特征：①与物质产品不同，信息不需要离开它的原始占有者就能够被赠送、买卖和交换；②信息产品只需一次开发就能供所有的人使用，它能够通过电脑网络大量复制和分配而不需要额外费用；③在信息经济中，价值增加更多的是通过知识而不是工作来实现。迄今为止，主要生产要素（劳动和资本等）在生产过程中都要被消耗掉，要多生产就必须多投入。与此相反，知识和信息资源不仅不会被耗尽，而且在使用过程中甚至可能增多。在知识经济的企业中，员工即所谓的“人力资本”是唯一重要的资本。此外，人力资本与实物资本有着显著区别：它不能作为一种财产被占有。因此，在知识经济中员工与企业的力量、劳动与资本的相对地位正发生根本性变化。起决定作用的生产要素不再属于资本所有者，而是属于员工，这就是装在他们头脑中的知识^[1]。

从社会影响的角度考虑，以高科技特别是信息技术为支柱的知识经济可以使原材料和能源的消耗减少，产出增加，是一种可持续发展的经济模式，它具有以下特点。①网络化。因特网发展速度之快超出了以往任何技术。②全球化。随着通信技术特别是因特网的普及，时空的界限被打破，地球越来越像个村庄了。以商品、服务、技术、文化和资本日

益扩大的跨国交流为主要特征的全球化浪潮汹涌而来。③商务电子化。在电子商务的主渠道因特网上实现的全球贸易金额越来越高,电子商务已经成为买卖双方不谋面地进行各种商贸活动,实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。④知识产权化。在农业和工业时代,资产的主要形态分别是土地和工厂,而在知识经济时代,资产的主要形态则是知识。如果知识没有产权,那么它的价值就得不到保证,知识产权化成为知识经济的重要特点。

1.1.2 知识管理是知识经济时代企业竞争的关键

从知识经济的特征来看,在知识经济时代,关键问题是对知识进行卓有成效的管理。当前处于快速发展时代,经济全球化、区域化总会让人感觉到措手不及。随着科技的进步,越来越多的企业实现了自动化,但这也带来了一些新的问题。新的员工由于一切依着自动化的规定去做事,他们不会去理解、观察和感受,而自动化的计算机系统又只知道遵守计算机告诉他的一切事项。科学技术是第一生产力,而知识造就了科技,离开了知识,科技就难以进一步发展,因此利用科技的同时,必须做好知识管理工作。

在知识经济时代,决定一个地区经济增长的关键因素是知识因素,知识管理是企业未来财富创造和维持竞争优势的核心与关键。企业为预见市场、技术、产品的变化,需要积极从外部收集信息获得知识,并累积于内部,进行广泛的分享与储存,以提供给从事开发新技术和新产品的人员利用。然后,再以新产品、服务或各种有系统的方式,响应于外部环境,进而提升企业竞争优势。这种转化的过程——从外部到内部,然后再以新产品、服务或各种有系统的方式回到外部的过程,离不开有效的知识管理。这种管理形成了持续的、不间断的,累积个人与企业知识的能力,成为企业智慧的循环,在企业组织中转化为管理与应用的智慧资本,有助于企业做出正确的决策,以应对市场的变迁,由内而外的推动企业的发展。另外,通过知识管理,能够有效地从组织管理中创造价值获取与增值的方法,更加高效地推动企业的运行。综上所述,知识管理对于企业应对多变的机遇与挑战,对企业生存与发展有着无可比拟的重要作用^[1]。

1.2 知识管理的产生背景

伴随着新世纪的到来,人类正从工业经济迈向知识经济,知识作为推动社会进步和经济发展的核心力量发挥着越来越大的作用。在知识经济社会中,“知识”将取代机器设备、劳动、资金、原材料等传统生产要素而成为任何组织发展的最主要资源投入。他们的生存与发展将主要依赖于自身的知识保有量(静态)及其整合利用的效果和效率(动态)。为此,知识管理开始进入人们的视野^[2]。

知识管理作为一种管理创新,是随着社会经济发展和组织管理变革而逐步产生的。因此,引发知识管理的背景因素也就可以从社会外部环境变化和组织如何适应变化这一对互动关系出发加以考察。

一方面,技术的飞速发展使知识成为促进经济发展和社会进步的最重要因素。经济合作与发展组织报告中指出,人类社会正从传统的工业社会向新型的知识经济社会转变,企业从某种程度上讲可以视为各种有形和无形资源的集合体。在典型的生产经营中,企业投入设备、原材料、资金、人力等资源,生产出具有附加价值的物质产品,生产过程中资源被不断地消耗,由于金融资本和其他传统的生产要素已经商品化,可以从外部以等价交换的方式获得。因此,从投入到产出的增值主要依靠知识的贡献。虽然传统的生产要素不可缺少,但是已经不能从中获得资源的增值。知识正在减少单位产品对资金、原材料和能源的需求。所以,决定企业竞争力的关键已由劳动力资本和金融资本转向智力资本^[2]。

另一方面,面对竞争的加剧,同时认识到智力资本的重要价值,许多企业纷纷开始加强人力资源管理,但他们仍然发现了问题,比如,知识无法迅速得到应用;组织内部的学习进程跟不上其他组织的学习进程;由于退休、辞职等原因造成知识流失;不知道如何运用知识等。于是,管理者意识到有必要将眼光投向独立于个人之外的知识,他们开始考虑以下一些问题。

- 究竟拥有什么知识?在行业内部谁还拥有同样的知识?
- 未来行业起主导作用的知识是什么?我们需要增加什么知识?
- 如何获得知识?通过组织内部的学习、培训、合作,亦或通过其他手段?
- 如何传播知识?怎样将知识迅速传递给新雇员?如何将知识记录下来反复利用?
- 如何使知识的获得更为便捷?
- 如何将知识应用于新产品和服务?

出于对这些问题的思考,许多组织机构开始把知识纳入管理的范畴。

1.3 知识管理的理论基础

1.3.1 哲学基础

哲学是一切学科的基础,其中认识论(epistemology)和方法论(methodology)对知识管理的理论与实践的发展起到关键作用。

(1) 认识论

认识论是关于认识及其发展规律的理论。“认识论”一词来自希腊文,由“知识”和“学说”组成,意即关于知识的学说。目前人们之所以对知识管理有多种定义与不同认识,是因为缺少统一的知识定义^[3]。事实上,这种一致性的缺失主要源于有关知识的不同的认识论观点^[4]。在以往文献中存在三类知识概念:①知识是一种对象;②知识寄居在个人心智中;③知识是社会建构的存在物。作为一种对象的知识概念,假设知识存在于人之外。这种概念主要与工程领域相关,把知识限定在信息范围。因此,知识管理实践实际上是由信息管理组成的,重点是技术,如知识库、检索与查询软件,目的是存储信息并使之成为组织成员所利用。最流行的认识论观点是知识寄居在组织成员的个人心智中,这些人利用认知过程把信息转化为知识。作为社会建构的存在物的知识概念强调知识是一群个体在

交流与从事共同任务或问题时构建起来的,知识创造是一种动态的社会过程,包含拥有不同价值观、假设、语言和特征的人员的相互作用。

野中郁次郎(Ikujiro Nonaka)指出,自古希腊时期以来,哲学史可以被视为寻找“知识是什么”的答案的过程。尽管认识论的两个流派——唯理主义与经验主义之间存在根本性的区别,前者认为知识可以通过演绎推理而获得,后者基本上认为透过感觉的经验可以通过归纳得到知识,但是西方哲学家一般都接受柏拉图(Plato)提出的知识定义:知识是“经过证实的真实信念”(justified true belief)。柏拉图是第一位从唯理主义观点建立缜密的知识思想体系结构的哲学家,他提出了理念(idea)概念,并认为理念是一种从纯粹心智角度所观察到的“形式”(form),同时也是人类精神渴望知道的终极理想。然而,柏拉图的弟子亚里士多德(Aristotle)反驳了导师的观点,认为理念或更准确的形式不可能与实物隔离开来,也不能独立存在于感知过程,有关各种形式的知识总是由感觉来认识^[5]。

柏拉图和亚里士多德有关“知识是什么”的观点由许多西方哲学家传承下来。欧陆唯理主义者笛卡尔(Descartes)主张有关外部事物的真知是无法通过感觉获得而只能通过内心来感悟。与此相反,英国经验主义者洛克(Locke)认为,现实世界中存在的事物,其本质是客观的,即使对事物的知觉是一种幻觉;唯有经验才可能提供理念,经验以感受和反思两种形式存在。德国哲学家康德(Immanuel Kant)尽管同意知识的基础是经验,但却不接受经验是全部知识的唯一源泉的观点,认为只有在唯理主义的逻辑思考和经验主义的感官经验共同作用时,知识才能产生。对于黑格尔(Georg W. F. Hegel)来说,知识始于感官知觉,通过感官的辩证纯化过程成为主观和理性,最终达到“绝对精神”的自我知识阶段^[6]。马克思(Karl Marx)反驳了黑格尔的抽象与唯心哲学,指出知觉是知者(主体)与被知物(客体)之间的相互作用过程;知识是认识活动的结果,是精神对现实的把握;人正是通过知识,从理论上掌握客体、观念上改造客体的;人之所以需要知识,是为了利用它创造满足自己需要的物质条件和精神条件^[7]。综上所述,对于知识管理来说,认识论探讨了“知识是什么”这一核心问题,而这一元问题无疑是知识管理必须首先面对与解决的根本问题。因此,认识论是知识管理的哲学基础。

(2) 方法论

方法论是关于认识世界和改造世界的方法的理论系统。知识管理深受方法论的影响,其中哲学方法论、思维科学方法论、智能科学方法论、数学方法论、系统科学方法论对知识管理的产生与发展起着举足轻重的作用。哲学方法论所提供的方法系统是关于自然、社会、思维的最一般的运动规律的认识方法,如唯物辩证法。由于知识管理中包含着许多矛盾的辩证统一,如隐性知识与显性知识、专用知识与通用知识、信息管理与知识管理的辩证统一等,因此,唯物辩证法是知识管理的另一种哲学基础。知识管理的研究对象是知识与知识资源,既要管理显性知识,也要管理隐性知识。显性知识与隐性知识在知识管理活动中是辩证统一、相互依赖的。显性知识根植于隐性知识,也就是实践,没有隐性知识就没有显性知识;而隐性知识的丰富与提高有赖于个人对显性知识的消化吸收及其所掌握的显性知识的广度与深度。而且,显性知识与隐性知识通过相互转化可实现知识螺旋与知识创新。因此,利用唯物辩证法思想,知识管理者可以在实践中更好地管理隐性知识与显性知识,并促进两者的相互转化。

思维科学方法论是关于各种思维的活动形式及其规律性的方法系统的理论,其中包括

逻辑思维方法、形象思维方法和直觉思维方法。逻辑思维方法是知识管理最常用的一种方法与工具,因为知识管理的执行者是人,而人是具有理性的动物,理性的根本就在于逻辑思维。概念、判断、推理、论证等逻辑思维理论与规则常常被广泛运用于知识管理实践中,可以说没有逻辑思维就不可能实施知识管理。形象思维方法和直觉思维方法在知识管理活动中也有独特的作用。形象思维方法以意象等形式反映事物,可用来促进隐性知识与显性知识的相互转化和创意的产生。直觉思维方法根据对事物的生动知觉印象,迅速地对问题答案做出合理猜测、设想或突然领悟,被广泛运用于知识管理实践,它是人们进行知识创新不可或缺的重要手段。

智能科学方法是研制和运用计算机、人工智能、知识工程等方法。知识管理之所以在近些年得到快速发展,是因为它得到了以计算机、人工智能、知识工程等为核心的信息技术的强大支持。信息技术大大改进了人类进行知识获取、知识交流的途径与手段,扩大了知识获取与知识共享的范围,促进了信息向知识的转化。例如,群件(Work Group)可以为工作团队的协同工作提供支持和服务,成为一种创造知识、分享知识、传播知识、操作知识的平台;知识仓库不仅可以储存知识条目、知识的使用记录与来源线索,而且可以建立知识间的关联,实现知识和信息的有序化、企业的协作与沟通以及对客户知识的有效管理。智能科学方法的研究与运用极大地促进了知识管理从理念走向现实^[8]。

数学方法论是关于数量和空间关系的研究与运用的方法系统。它可以为测评知识管理提供定量分析的工具与手段。目前已经建立的各种知识管理绩效评价模型,如卓越模型、平衡记分卡、斯堪的亚导航器、无形资产监测器等都是基于数学方法的,其中“斯堪的亚导航器”使用了91项新的智力资本测量指标与73项传统指标来测量财务、客户、流程、更新与发展、人力资本五方面内容。“无形资产监测器”把市场价值分为有形净账面价值和无形资产两部分,其中无形资产分为外部结构指标、内部结构指标和个人能力指标三部分,并根据增长、更新、效率、稳定性/风险标准来评价无形资产。其他知识管理测评工具,如“知识管理价值评估”(KVA)、“知识管理绩效指标”(KMPI)、“知识管理评估工具”(KMAT),也都利用可量化的各类指标来测评知识管理实践。此外,多种定量分析方法,如层次分析法、模糊综合评价法、主成分分析法、数据包络分析、密切值分析、B-P神经网络分析、可拓评价方法、基于证据推理,都被用来进行知识管理绩效数据处理与分析^[9]。

系统科学方法论是一门系统地研究和处理有关对象的整体联系的一般科学方法论。具体地说,就是从系统的观点出发,始终从整体与部分、部分与部分、整体与环境的相互联系、相互作用中综合地精确地考察对象,以达到最佳目标的一种方法^[10]。借鉴系统方法论思想,可以把知识管理看作是一个庞大的系统工程,它是由多种要素(如人员、技术、知识、设备设施、管理、组织)相互联系、相互作用而形成的一个有机整体。知识管理实践也只有贯彻系统科学方法论的内容整体性原则、相互联系性原则、有序性原则和动态性原则,才能保证获得成功,并使之真正成为提升组织核心竞争力的利器。系统科学方法论中的硬系统方法论,如运筹学、系统分析、系统工程和管理控制论,可以指导知识管理者从系统外部对系统进行客观的分析,发现系统内各部分间的相互作用规律,并以此为基础实现对系统运行的预测和控制。系统科学方法论中的软系统方法论,如社会系统设计、可行系统诊断、互动式计划管理、软系统方法、战略假设浮现及测试、关键系统启发、全面系统干预等,可广泛运用于组织知识的子系统并指导知识管理实践,这包括知识的识别、预察、编码、分享、传播、指挥、保护、支持、宣传、激励等^[11]。

1.3.2 社会学基础

组织行为理论是建立在社会学、心理学、社会心理学、人类学和政治学等多门行为科学基础上的一种管理思想的结晶,它研究组织中人的行为、态度、角色、取向以及组织动力、组织文化、组织设计和组织创新等,为组织有效地实施知识管理指明了方向。

(1) 组织动力

对于企业组织而言,组织动力可以表述为由组织内部和外部因素所激发的企业组织的凝聚力与内驱力,它是一个多变量的函数。影响组织发展的动力、行为以及成果的基本因素包括环境、目标、规模、成员组成、角色、规则、凝聚力和领导^[8]。组织行为理论首先是将企业组织看成一个大的闭环系统,在这个系统中,又存在着若干个开环子系统,组织动力是其中一个起着核心作用的子系统,它可以看作是企业组织的动力系统,是企业组织不断革新的动力所在。

首先,组织动力主要来自企业组织的内部成员,其关键是组织内部成员的行为角色取向;而这些成员的行为角色对组织的目标和运行的影响有可能是积极的,也可能是消极的。管理的关键在于如何去构建良好的组织内部环境,使组织目标落实于员工个人绩效目标中去。其次,组织的领导者对组织动力的影响至关重要。在组织内部,领导的过程就是为他人创造前景并将这种前景转化为现实的过程。至于领导者用以影响他人的方式,一方面取决于他的权力,另一方面取决于其领导技巧。再则,组织内部的互动以及与其他组织之间关系对组织动力有较大的影响。当组织内部两个或两个以上群体的目标不一致时,彼此之间可能会发生冲突,彼此之间就难以合作,这时对组织动力将产生负面的、消极的影响。

(2) 组织文化

Klein 认为,组织文化代表的是一个组织成员共有的理念、期望、思想、价值观以及行为的复杂模式,卓越的企业文化是所有成功企业的一个重要的特点。组织文化是组织行为理论系统中的又一个子系统,它可以被认为是企业组织的辅助系统。因为,组织文化是一个组织成员共同具有的价值观、信仰和习惯体系,它通过心理契约的形式发挥着作用。组织文化的形式与社会大文化背景有关,而且这种影响是相互的,企业文化的形成必然会受到社会大文化的影响,同时也会对社会大文化施加影响。从某种角度上来说,组织文化的形成实际上是对于外部适应性的挑战、生存挑战和内部融合的挑战的一种回应,它也是企业在激烈的全球竞争中,在面临企业道德、内部冲突、员工工作动机挑战时,在应付跨文化、新技术、组织设计以及为保持自己的竞争优势进行组织变革所带来的种种问题时的一种自我调节功能。组织文化不仅会对组织成员产生价值导向、角色规范和激发员工实现知识创新的作用,而且对于巩固和加强组织内部成员与成员、群体与群体之间的充分沟通,促进知识的共享与交流,化解文化理念上的认知差距,实现各方利益的协调,鼓舞成员的士气具有积极的作用。管理者往往想方设法在组织内建立一种“知识文化”来促进知识管理的实施。这种“知识文化”理解与重视知识管理,实质上是一种知识创新文化、知识共享文化、知识激励文化,高层管理者承诺并支持知识管理,能够有效测评与激励知识管理活动,并且尊重学习与创造力,让员工拥有内化、思考和表述知识的时间,通过减少

苛刻的官僚制结构、增加非正式交流、促进信任与合作,提高组织创新与创造力。这种“知识文化”是对传统组织文化的革新,成为孕育知识管理的肥沃土壤。

(3) 组织设计

组织设计是企业组织行为理论中的一个起着决策作用的子系统,是一个错综复杂的决策制定过程,其目的是使一群人能够联合、协调、控制资源和行动,以便生产出价值。企业组织设计过程具有复杂性、变动性、多样化的特点。战略选择、环境力量和技术因素对企业组织设计会产生极大的影响,其中高层管理人员的战略选择大多对组织设计起决定性的作用。战略选择使得组织能够利用它独一无二的优势去获得成功。企业组织设计所涉及的变量面广量大,从调整组织结构因素,到劳动力的分配,决策权的转移,协调机制的选择,组织边界的勾画,以及非正式关系的网络建立等。企业组织的绩效、企业战略的选择与组织设计密切相关。企业领导者的领导风格和企业文化在企业中的地位、管理的价值观等也会对企业组织设计有一定的影响。如企业组织中支持严格的、集中化管理决策,那么组织设计中的机械性系统很可能会多于有机性系统,整个系统呈现“刚性多于柔性”。反之,组织设计则会向更加有机的系统转变,更加柔性化。知识型组织主要依赖于企业员工的无形资产而非半熟练工作者,从而与传统组织结构形式有明显的不同,具有扁平化、柔性化、网络化、虚拟化的特征,包含多种不同形式,如知识团队组织、倒置组织、超文本组织、网络组织。建立知识型组织可为组织成功实施知识管理提供组织保障。组织设计中技术因素是举足轻重的,对于组织设计应首先充分考虑工作流动的不确定性、任务的不确定性和任务的相互依赖性等技术变量的潜在影响。

(4) 组织创新

组织创新是组织行为理论系统中的创新系统,它要求组织作为一个整体和它的个体成员改变他们的行为方式去适应新的环境。组织创新是通过有效地计划与管理,改变一个组织的设计过程,使其变得更加有效。其要素是变革与适应,其规律则是变革与适应的辩证统一。

首先,变革是环境的要求。知识经济的到来,知识在企业中地位的提升,变化着的人力资源特征以及快速变化的经济、文化、企业环境对企业组织创新提出了新的要求。但是,环境既可以是组织创新的动力,也可能成为组织创新过程中的阻力,特别是不良的企业环境,如组织结构和文化环境的限制、资源环境的限制等都可能成为创新的阻力。因此,对组织的功能、组织环境等方面进行精确、有效的诊断是进行组织创新的首要。

其次,创新方案的设计是提高组织创新能力的关键。成功的创新方案往往要利用一个包括信息收集、反馈和行动计划的行为研究过程。激发组织创新能力的方法有横向思维方法和纵向思维方法。横向思维有助于产生思想和方法,而纵向思维则有助于发展那些已产生的思想和方法。另外还有批评验证方法。它要求一个人或团队去对受推荐的行为过程进行系统的批评。批评验证方法的应用有利于有效地减少改革和创新中的失误。

最后,适应是以不变应万变的基点。在组织创新系统中的主要变量有人员、文化、任务、技术、设计和战略等,且各变量之间存在着相互依赖、相辅相成的关系。在这个系统中,变革是绝对的、永恒的,适应则是相对的、暂时的,只有充分认识到这些变量的性质以及各变量的运行规律才能更好地把握组织创新的过程。其实,组织创新过程是组织对环境变化的适应能力的一个重要部分。从变革到适应,再从不适应到变革,这一过程不断往

复，每一次往复，组织将会发生质的改变，实现组织的创新。

1.3.3 管理理论基础

战略管理理论也是知识管理的管理学基础。自 20 世纪 80 年代中后期，资源基础论走上历史舞台，随后核心竞争力理论、动态能力论、知识基础论相继问世，这些战略管理思想对知识管理起到推波助澜的作用。

(1) 资源基础论

资源基础论主要观点包括以下几方面。①企业是一系列独特资源的组合。这些资源大体可以分为三类：有形资源，如厂房和资本金；无形资源，如专利和商标；有关产品和工艺的知识资源，主要存在于个人本身、文件、计算机或类似的存储和交流媒介中。②在企业竞争实践中，每个企业的资源和能力是不同的。那些具有异质性、不完全流动性的资源构成企业战略资源，企业战略资源和运用这种资源的能力方面的差异，就成为企业竞争优势的源泉。③企业战略管理的主要工作就是最大限度地培育和发展企业独特的战略资源以及优化配置这种战略资源的独特能力，这种能力的形成需要企业不断地积累战略制定所需的各种资源，需要企业不断地学习、超越和创新。然而，任何组织资源尤其是知识资源都是有限的。所以，开展知识管理的动因之一是发现个人或者组织不足的知识资源，弥补不同知识资源的缺口，从其他组织获取更多的知识，从而克服知识资源的有限性。知识资源的有限性并非知识本身而是知识的获取和利用能力，因此必须研究知识的转移、共享与利用，也就是要开展知识管理。

(2) 核心竞争力理论

核心竞争力理论认为：核心竞争力本质上是组织独特的知识与技能的组合而非单项具体的技能或技术，企业只有依靠核心竞争力才能获取竞争优势。而企业培育与维持核心竞争力的出发点就是必须学会如何管理知识，这包括：通过系统化知识审计识别企业核心竞争力，通过知识价值链活动（如知识获取、知识创造、知识共享、知识应用、知识领导、知识组织、知识控制）培育企业核心竞争力，通过加强技术创新、组织学习、人力资本管理等提升企业核心竞争力。因此，核心竞争力理论成为知识管理的理论依据之一。

(3) 知识基础论

知识基础论观点主要包括以下几方面。①企业所扮演的主要角色是将存在于许多个人中的专业知识进行整合，然后将整合的知识转化成商品和劳务，而管理的主要任务是建立知识整合所必需的协调机制，企业作为整合知识的机构而存在。②企业的垂直和水平边界可由知识利用的相对效率加以说明。③企业的异质性起因于企业知识的差异性。因此，正是企业知识、知识结构和认知能力的异质性决定了企业的异质性。企业的知识存量决定了企业配置资源等创新活动的的能力，从而最终在企业产品与市场较量中体现出竞争优势；又由于知识具有难以模仿性和路径依赖性，知识积累可以延续与扩展企业的竞争优势；而由企业知识决定的企业认知学习能力成为企业开发新的竞争优势的不竭源泉。由此看来，知识基础论十分重视知识对建立与维持组织竞争优势的作用，从而为组织实施知识管理吹响了号角。