

◎ 王莉芬 著

大学知识管理与大学 核心竞争力的提升



团结出版社

本书获南华大学出版基金资助

大学知识管理与 大学核心竞争力的提升

王莉芬 著

湖南省教育科学“十一五”规划

2008 年度立项课题（课题编号 XJK08CJM004）的阶段性成果

团结出版社

图书在版编目(CIP)数据

大学知识管理与大学核心竞争力的提升/王莉芬著,——北京:

团结出版社, 2009. 1

ISBN 978-7-80214-734-8

I. 大… II. 王… III. 知识经济—应用—高等学校—学校管理 IV. G647

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 072883 号

责任编辑: 严雷

出版: 团结出版社

(北京市东城区东皇城根南街 84 号 邮编: 100006)

电话: (010)65133603 65238766 85113874 (发行部)

(010)65228880 65244790 (总编室) 65244792 (编辑部)

网址: <http://www.tjpress.com>

E-mail: 123456@tjpress.com

65228880@tjpress.com(投稿) 65133603@tjpress.com(购书)

经销: 全国新华书店

印刷: 湖南省衡阳市育新印刷厂

开本: 787×1092 毫米 1/16

印张: 18.25

字数: 310 千字

印数: 2009 年 1 月 第一版

版次: 2009 年 1 月 第一次印刷

书号: ISBN 978-7-80214-734-8/G · 451

定价: 38.00 元

(如有印装差错, 请与印刷厂联系)

前言

20 世纪 90 年代以来,社会越来越快的变化节奏,是史无前例的。这种变化不仅比以往任何时代更为迅猛、捉摸不定,也更具变革性。在诸多变化之中,最显著的有两点:一是信息技术的发展;二是经济全球化的加剧。然而,对这两者稍加分析就会发现,影响它们变化的一条主线——知识。也就是说,我们正在进入一个以知识为主导的变革时代。“知识就是力量”是我们都熟悉的一句赞颂科学理性的格言,正是由于知识的力量,世界进入了蓬勃发展的工业时代。然而,面对知识正以革命方式促进世界经济变革的时代,作为开发和传播人类智力遗产的核心机构、历经千年风雨成为现代社会中最重要的组织机构之一、其重要性仍与日俱增的被誉为人类历史发展“动力站”的大学而言,究竟是墨守成规还是迎头赶上或超越于时代的步伐呢?

20 世纪 60 年代,一位美国杰出的教育家西奥多·姆·赫斯伯格(Theodore M. Hesburgh)神父曾经这样说过:“大学是所有社会机构中最保守的机构之一:同时,它又是人类有史以来最能促进社会变革的机构”,“大学乃至整个高等教育系统往往像一潭死水,甚至严重地阻碍变更,然而有可能产生出几乎是革命性的变革:一方面,高等教育系统的呆滞现象俯拾皆是,因而我们需要一种有关惰性的理论;另一方面,高等教育本身又经历着千变万化,而且还牵动了其他社会领域的变化,因而我们也需要一个能系统地把握变易的理论。”^[1]由此,我们可以得出两点:一方面,我们要尊重大学自身发展的规律性,诸如保留其相应的大学自治和学术自由,否则,社会所赖以取得的新的发现和明智判断的“涓细的智慧溪流”将会干涸;另一方面,大学存在的千年历史已经告诉我们,大学本身也是一直处在变革之中,无论你是否承认。尽管许多观察家相信高等教育系统只在外部压力下发生变化,越来越多的革新和变化产生于高等教育系统的基层单位内部。但是许多变革是由高等教育单位外部的影响而引起的,这些变化大都是通过散布于基层的边缘作用而神不知鬼不觉发生的。这种神不知鬼不觉,本质上就是社会对大学的要求与期盼。

[1] 引自([美]伯顿·R·克拉克著,王承绪、徐辉译:高等教育系统——学术组织的跨国研究[M].杭州:杭州大学出版社,1994年4月第1版,第203页)

当前,社会正处在一个以知识变革的时代,作为大学,特别是我国的大学,又是受到哪些外部环境的影响及受哪些方面的变革呢?

第一,计划经济向市场经济的社会转型呼唤大学培育核心竞争力

在计划经济条件下,高等教育系统是整个计划体制的一部分:高等院校隶属于政府计划和管理部门,它们是按照政府有关部门的指令计划办事,因而极大地限制着高等院校自主发展的能力。在既无竞争又无淘汰的运行状态下,高等院校之间的竞争意识逐渐被淡化。随着市场经济条件的确立,当高等教育逐步走上大众化、多元化之路,拥有独立法人地位时,一定意义上失去政府过去提供的舒适“襁褓”,必然就学会走路,学会在大的社会环境下自我生存的能力,竞争原则便日甚一日地进入大学校园,从而燃起高等学校竞争的烈焰。

第二,加入WTO及高等教育国际化呼唤建立大学竞争机制

加入世贸,对中国高等教育而言,机遇与挑战并存,一方面可以吸收国外先进的教育思想、管理经验,提升大学的整体实力;同时也应清醒地看到,中国高等教育一旦融入国际教育商场,不可避免地会受到来自多方面的挑战与巨大的冲击。各国大学已不再满足在本国争夺有限的教育资源,必将竞争的范围已经或准备扩大到全球范围。国外教育资本的进入必将分割我国高等教育这块“蛋糕”。必然要求我国高等教育根据自身优势发展的同时,又要学会利用国际市场的开放与便利来提升核心竞争力。

第三,创办世界一流大学、争创国内一流大学的需要

自1998年江泽民同志在北大百年校庆上提出,要将我国部分大学建设成为世界一流大学的战略目标和主要任务后,在全国范围内掀起一股创办世界一流大学的浪潮。这股浪潮的发展趋势是:对高等学校评价的标准不再只是论文发表的多少,硕士、博士点的多寡,而是看拥有多少世界一流或国内一流的成果,有多少原创性的作品;看硕士点、博士点能否产生对社会发展、前进的动力,论文有多少能够直接转化为科技生产力。其实质就是去伪存真,避虚务实,迫切希望将竞争机制纳入大学之中,通过竞争机制实现优胜劣汰,提高大学核心竞争力。

第四,高等教育大众化要求提升大学核心竞争力

大学发展模式由精英教育向大众化教育的转型时期,高等院校的使命与责任也发生了转变。诸如高等教育的观念、功能、课程教学形式、学校类型与发展规模、领导与决策、学校内部管理等也在发生变化。随着高等教育大众化,

学生的入学机会大大提高,高校面临被选择的压力也大大增加;人们对接受高等教育的认识也开始由能否进入大学向能否进入的理想大学转变,必然引发高校为生存吸收更多的生源加剧高校之间的竞争,从而对大学是否具有核心竞争力提出要求。

第五,国际化对高等教育提出新的挑战

随着国际化步伐的加快,我国各大学如不能在最短时间内有效地提升自身的核心竞争力,不仅会丧失国内原有的阵地,还会被国外大学挤垮。这种情况尽管目前还不明显,但可以看到,国外已经有一些高校以各种形式在我国登陆。国际化不仅会带来更为激烈的人才竞争,还会带来更为强烈的文化冲突和更为突出的知识竞争。就人类而言,这种情况虽难以权衡,但对国内各大学本身而言,其道理是不言而明的,必然将削弱原有的竞争优势。

综上所述,我们可以看到,无论是理论上还是客观实际上,均对我国高等教育提出历史所赋予的新使命:顺应时代的要求改革,从而提升自身的核心竞争力。

早在1990年美国管理学家普拉海德(C. K. Prahalad)和哈默尔(Gray Hamel)在《哈佛商业评论》上的《公司的核心竞争力》(The Core Competence of the Corporation)一文中提出企业核心竞争力的思想,这种新的战略管理思想认为,核心竞争力是企业竞争优势的源泉,只有当企业内在的资源与能力是有价值的、异质的、不能模仿的、难以替代的时候,它们可以成为企业的核心竞争力并通过一系列的管理成为企业的持续竞争优势。对这种企业战略管理思想,今天的大学是否可以借鉴。当今,教育管理已经是一门独立的学科,在其发展过程中,人们对非教育环境中的管理理论进行了评估和更深入的探讨。工业、商业以及其他行业的管理思想和管理经验都经过一番改造后才应用到教育管理上。当然,如果仅仅认为这些新思想和新经验不是产生于教育机构而加以排斥,也是不明智的,“工商业机构分门别类、各不相同,其中不乏管理出色的组织和部门。广大教师与这些组织的和部门的经理有不少共同之处,不过在文化方面,学校和其他组织截然不同,这一点是毫无疑问的。”^[2]

在知识经济时代,知识将成为一个组织乃至社会的中心。就大学而言,其一切工作的中心也是围绕着知识,从知识的传承、知识的保存、知识的创新等

[2]引自([英]托尼·布什著,强海燕主译:当代西方教育管理模式[M].南京:南京师范大学出版社,1998年9月第1版,第15页)

方面,它要在这个技术变革、社会变革、竞争激烈的时代掌握竞争优势,就必须先管理好知识,因为其竞争实力主要体现为知识实力,成功也将属于那些不断进行知识创新的大学。

然而,世界上的事物都是普遍联系与发展的,同样,大学管理理论与实践也绝非是一个处于“象牙塔”之中的孤立无援的、与世隔绝的、空洞无根之源。从它发展的历程我们可以看出,其本身就是一个发展与融合的过程,而这个过程与人类社会的管理理论与实践的发展紧密相连、不可分割。正如德国历史学家、教育家亚斯贝尔斯所说:“从历史中我们可以看见自己就好像站在时间中的一点,惊奇地注视着过去和未来,对过去我们看得越清晰,未来发展的可能性就愈多。”对同一部高等教育史,可以有不同的解读方式,但从现实角度出发,我们至少可以达成这样的共识:由于高等教育自身的多样性,任何将管理制度整齐划一的企图都应放弃;由于高等教育自身的规律性,任何对高等教育管理制度的人为随意变革都将带来教育发展的困境。毫无疑问,我们不能忽略高等教育管理历史对构建和理解科学的高等教育管理学科体系的价值正在于它能够比较完整、客观地反映具体的历史和现实。事实上,也只有这样的理论体系,才能避免“经院式”的概念游戏,进而更好地让教育管理的实践者从中获得启迪。

进入 20 世纪 50 年代后,信息技术飞速发展,新能源、新材料和生物工程等领域也出现了革命性的进展,特别是 20 世纪 80 年代以来,第三次科技革命浪潮日益向纵深发展,企业界更掀起了企业再造的热潮,企业文化和企业再造一时间似乎成了企业管理演进的新模式和新阶段。这个阶段是对显性知识和隐性知识在管理中综合运用的一种有益尝试。可以说,企业文化与企业再造构成实施知识管理的前奏,知识管理就是企业文化在知识经济时代的延伸和升华。正如卡斯特和罗森茨韦克在《展望未来管理》时说的:“管理已变成一种更智能性的活动,而且将要求更有效地使用知识。”我国学者崔绪治教授在《现代管理哲学纲要》一书中也明确指出:“十分明显,现代管理理论既是以各阶段管理意识的继续和升华,也是现代经济社会和信息技术管理实践在意识形态上的反映和产物。”这充分说明,知识管理是管理系统演进的大势所趋。

法国原子能委员会(CEA)提出了知识系统管理方法(MKSM),以帮助下属机构来保存知识并将这些知识进行资本化(可以直接加以利用并增值)。但 Franoise Barthlme、Jean-Louis Ermine 和 Camille Rosenthal-Sabroux(1997)

等指出,对于任何组织,在实施了类似 MKSM 的“知识管理”之后,即使解决了知识的资本化,对于知识的深入管理也是远远不够的,因为知识的创造是动态的,知识总是在不断地运动,组织如何把不断创造出来的新知识留存在企业中,并令其不断发展,是一个仍待解决的课题。由此,在知识管理系统中引入知识演化,他们提出了“知识演化”模型。知识演化模型借助进化论中有关“演化”(Evolution)的定义,提出了如下几个假说:知识体系是不断演化的;知识系统进化的动力来自环境的新需求;新的解决方案与其目标要进行整合;解决方案对环境适应后会传承至下一代并通过不断累积直至达到适应性的极点。

在此,我们可以通过国内外大学发展的历史及大学核心竞争力的诸要素看出,那些能够一直走在世界前列的大学有它自身的发展规律,其中一条主线就在于突出知识及知识管理。这里的知识管理不仅是对“知识”的管理,而且是大学管理的一种变革。因为首先,知识管理是对知识的管理;其次,知识管理并不是一个独立的职能管理,它必须进入大学管理的各个环节,改变大学管理的传统思维和管理方式,知识管理就是大学管理的创新;再次,知识管理是一个过程,是大学的整体战略——知识管理实践——实现管理的变革。这个规律在人类社会从工业经济社会向知识经济社会迈进的过程中表现得更为明显。可以说,知识正成为大学竞争优势的源泉,尤其是一些难以被竞争对手模仿的隐性知识;同时,知识存量所形成的知识结构决定了大学有不同的发现未来的机会、配置资源的方法,大学知识的差异决定了大学内各种资源发挥效能的程度也是不同的。在这个具有明确知识特征的时代,大学核心竞争力可以表现为大学的知识竞争力,大学的竞争优势可以通过知识管理来实现,可以通过知识管理实现大学的战略变革。一句话,知识管理的出发点是把知识看作最重要的资源,把最大限度地获取和利用知识作为提升大学核心竞争力的关键。开展和加强知识管理,有利于大学有效地开发其知识资源,使知识资源在深度和广度上不断得到扩展;有利于大学有效地利用其知识资源促进和强化大学的创新能力以适应社会的不断变化;有利于大学促使其知识资源与其他资源更好地结合从而提高大学创造价值的 ability。这也正是我们写作此文和课题研究的方向。

作 者

2008 年 12 月于衡阳

目 录

第一章 导 言	(1)
第一节 研究的背景和对象.....	(1)
第二节 研究的意义.....	(5)
第三节 研究的现状.....	(7)
第四节 研究目标与内容.....	(12)
第五节 研究假设与方法.....	(14)
第六节 研究价值与创新点.....	(15)
第二章 知识与知识社会	(18)
第一节 知识的基本概念.....	(18)
第二节 知识的内涵解读.....	(20)
第三节 知识探求的视野.....	(25)
第四节 数据、信息与知识.....	(29)
第五节 知识的类型和构成要素.....	(33)
第三章 大学知识的职能与特性	(41)
第一节 大学知识的基本职能.....	(41)
第二节 大学知识的发展.....	(44)
第三节 大学的高深知识.....	(48)
第四节 大学知识的主要特性.....	(53)
第五节 大学知识的分布层面.....	(56)
第四章 知识管理与知识组织	(62)
第一节 知识社会管理的新进展.....	(62)
第二节 知识管理的理论研究.....	(71)
第三节 知识管理与组织结构设计.....	(81)
第四节 知识管理与学习型组织	(97)
第五章 大学核心竞争力的形成与发展	(104)
第一节 大学核心竞争力的界定.....	(104)

第二节	大学核心竞争力的研究概述·····	(111)
第三节	大学核心竞争力诠释·····	(113)
第四节	大学核心竞争力主要特征·····	(116)
第五节	大学核心竞争力目标取向·····	(120)
第六章	大学知识管理与大学组织变革·····	(126)
第一节	大学知识管理的内涵与特点·····	(126)
第二节	大学知识管理与其他组织性质的似与非似·····	(133)
第三节	大学知识管理的主要内容·····	(137)
第四节	大学知识管理与组织变革·····	(142)
第五节	大学组织变革中的知识领导·····	(149)
第七章	知识管理与大学核心竞争力的耦合·····	(156)
第一节	以知识为基础的大学核心竞争力·····	(156)
第二节	知识管理系统对大学核心竞争力的作用·····	(163)
第三节	知识管理提升大学核心竞争力的活动分析·····	(169)
第四节	基于知识管理的大学核心竞争力培育和提升·····	(180)
第八章	知识管理提升大学核心竞争力的策略·····	(229)
第一节	知识获取多元化:大学核心竞争力提升的基础·····	(229)
第二节	知识存储集约化:大学核心竞争力提升的条件·····	(233)
第三节	知识共享全面化:大学核心竞争力提升的关键·····	(236)
第四节	知识创新螺旋化:大学核心竞争力提升的核心·····	(241)
第五节	知识应用综合化:大学核心竞争力提升的目标·····	(257)
第九章	基于知识联盟提升大学核心竞争力·····	(261)
第一节	大学知识联盟的内涵与特点·····	(261)
第二节	大学知识联盟的知识创造流程·····	(264)
第三节	大学知识联盟知识创造的保障机制·····	(265)
第四节	大学知识联盟对提升核心竞争力的作用·····	(269)
第五节	大学—大学知识联盟的构建·····	(271)
结论	·····	(279)
后记	·····	(280)

第一章 导 言

第一节 研究的背景 and 对象

一、研究背景

2008年7月,在上海召开的世界管理大会上,与会学者一致认为,面向未来的世界观理有十大变化趋势,它们是:创新是未来管理的主旋律;知识最为重要的资源;学习型组织将成为未来最为成功的组织模式;快速的应变能力是时代的新要求;权力结构从正金字塔向倒金字塔的转换,将大大提高组织效率;弹性系统——跨功能、跨组织的团队将扮演重要角色;全球战略是组织决战成功的关键;跨文化管理将全面提升管理文化;让顾客、员工、投资者和社会满意是组织永恒的追求;没有管理的管理,即让人人成为管理者、决策者和执行者,将大大激发员工的主动精神,并使之与组织融为一体,是管理的最高境界。

从这十大变化趋势我们可以看出,其中的许多部分都与20世纪90年代以来,管理理论与实践的一个新进展——知识管理存在密切的联系。

那什么是知识管理呢?美国生产力和品质中心对知识管理的界定是:旨在提高组织竞争能力的识别、获取和使用知识的战略与过程。贝西·威顿(Basil J. Weedon, 1997)认为,知识管理是为加强组织绩效而展开的知识创造、获取与运用的过程。英国学者詹妮佛·洛丽(Rowley, 1999)认为,知识管理关注的是在促进实现组织目标观念指导下,如何对组织知识资产进行挖掘与开发等诸多问题。知识管理的对象,既包括外显的、文档化的知识,也包括内隐的、主观化的知识。知识管理的过程包括知识的识别、共享和创造等过程。它要求创建和共享知识体系,培养和促进组织学习。有效开展知识管理的组织,一般都乐于知识作为资产来管理,发展有利于知识创造、共享的组织理念与价值观。日本学者野中郁次郎(Ikujiro Nonaka, 1991)认为,面对快速增长、非持续变化环境,知识管理提供了组织如何适应变化,保存生存力和竞争力等重要方面。就本质而言,知识管理贯穿于组织的整个过程,其中既包括对组织信息技术的数据和信息综合能力的管理,同时也包括对组织成员创造创新能力的提高。我国王方华(1999)等学者认为,组织知识管理,是把知识包括信息作为最重要的资源,把知识和知识活动作为组织的财富和核心,对信息的获取和传播、知

识的学习和运用、知识的创新和传播、知识交换以及组织内部知识的分享和共享的结构、知识水平的提高进行管理,发挥组织员工和集体的智慧,在知识创新中谋求生存和发展。

随着社会、经济和科技的发展,我国大学所处的环境发生了巨大的变化,大学的发展正面临着前所未有的挑战。一方面,从世界范围来看,科技飞速发展、生产日新月异、国际竞争日趋激烈;国与国之间、地区与地区之间的经济竞争乃至综合实力的竞争,归根到底取决于人才和科技的竞争。这对高等教育在数量、质量、效益、水平等方面提出了新的要求;另一方面,经济和科技的全球化将大学的发展置身于世界范围内,要在这个资源全球配给的世界市场中获得一定数量的优异资源。这对大学的发展提出了进一步的要求。而大学发展的关键就在于培育和提高能使大学在未来人才和科技市场中居于有利地位的核心竞争力。因此,增强大学的核心竞争力是促进我国大学发展的重要战略。

和企业一样,大学要想在激烈的竞争中取胜并具有持久的竞争优势,主要也应依靠其核心竞争力。核心竞争力也称核心竞争力。那么,究竟什么是大学的核心竞争力呢?

受安德鲁斯“独特能力”(distinctive competence, 1998)概念启示,1990年普拉哈拉德(C. K. Prahalad 和 G. Hamel)和哈默尔在《哈佛商业评论》上发表题为《大学核心竞争力》(The Core Competence of the Corporation)的文章,其主要观点是:面对全球化的新一轮竞争,我们必须重新思考企业,管理者不应再从终端产品的角度看问题,而应从核心胜任能力的角度看问题。他们形容道,多样化的公司是一棵大树,树干和主枝是核心产品,分枝是业务单位,树叶、花果是终端产品,而提供营养、滋润和稳定性的根系则是核心竞争力。如果只看到竞争者的终端产品就会忽略它们的力量,就像如果只看到树叶就会忽略根的力量一样。因此他还进一步认为核心竞争力是“组织中的累积性学识,特别是关于怎样协调各种生产技能和整合各种技术的学识。”

劳伦斯·普鲁萨柯(Laurnce Prusak)指出,“唯一能给一个组织带来竞争优势,唯一持续不变的就是知道什么,知道如何利用所拥有的知识和以多快的速度获取新知识。”

G. Hamel (1994)在 A. Heene 主编的《在竞争基础上的竞争力》一书的序中提出,“一种核心竞争力毫无疑问地包括隐性知识和显性知识。”

管理学家伊夫·多兹认为,竞争力不可触知,也不能度量。这种普通模糊特性,说明核心竞争力的知识性较强,且以隐性知识为主。

尽管人们很早就意识到“只可意会不可言传”的知识的存在,但系统地对

此进行严格界定的,首推英国物理化学家和思想家波兰尼(Polanyi)在1958年出版的《人的研究》一书中首次提出缄默知识的概念(tacit knowledge),他将人类通过认识活动所获得的知识区分为“内隐”和“外显”两种形式。外显知识是指那些通常意义上可以用运用言语、文字或符号的方式加以表达的知识,而缄默知识则用来指那些无法言传或不清楚的一类知识。Polanyi由此提出他最著名的认识论命题——“我们所认识的多于我们所能告诉的”。

7年之后,即1965年,美国心理学家罗伯(Reber)通过人工语法实验,证实了内隐学习的存在。Reber的研究,使有关缄默知识的研究超越了思辨水平,进入了实证研究阶段。但是Polanyi和Reber的研究都没有引起足够关注,直到20世纪80年代起,随着内隐记忆在世界范围内的研究热潮,内隐学习的研究才开始逐渐受到广泛关注。

显性知识和隐性知识的划分突破了过去人们对知识的认识,对未经系统化处理的经验类知识给予承认。如果说显性知识是“冰山的尖端”,隐性知识则是隐藏在水面以下的大部分,它们虽然比显性知识难以发觉,但却是社会财富的最主要源泉。“隐性知识是智力资本,是给大树提供营养的树根,显性知识不过是树上的果实”。那么,在实际生活中“隐性知识”又隐藏在何处呢?哈佛学者布鲁克也同意这样的观点:隐性知识存在于人们的经验和诀窍中,存在于员工的头脑中。因此他提醒人们:“知识创新并不仅仅是对客观信息进行的简单加工处理,更重要的是发掘员工头脑中潜在的想法、直觉、灵感和智慧”。最早研究专业知识显性化问题的日本著名学者野中郁次郎(Ikujiro Nonaka, 1999)注意到,许多专业和行业中有许多“知而不能言者众”的、“高度个人化”的隐性知识。野中郁次郎还告诫说:“现代工业和知识经济的关键就是要从人们的过往经验中发掘隐性知识,以满足人们日益个性化的社会、经济和教育的要求。

可见,正是由于知识的特性使得其很难被竞争对手模仿和窃取,据此世界银行首席经济学家斯蒂格利茨认为,知识对于一个公司、一个产业或一个国家的竞争起到了相当大的决定作用,已植入公司员工心中的不可言传的知识成为了一个公司竞争优势的基础。大量的实证研究也充分表明,知识的生产、转移和使用对组织的自主创新而言是不可或缺的。

大学要获得持久的竞争优势,也应该更多地依赖于知识的积累、共享和应用。因为大学的知识是大学无形的宝贵财富,对于保持大学竞争优势起着十分关键的作用。但作为大学自身而言,这部分知识通常散落在大学内部的科研团体、学院系部、大学高层,特别是教职员工的头脑之中。知识需要大学通过一定的措施,从组织内部(和外部)获取、在内部传播,进而转化成为显性知识,

最终在不同个体、组织和大学中共享。因此如何开发、共享、应用与创新知识就成为大学保持竞争优势的关键。

由于核心竞争力本质上是知识,而大学又是十分典型的一个知识体系,是一个知识创造的主体,那么大学内部的知识流动、转移、学习、积累与创新一定会对知识创造产生重大影响。作为以知识为本质特征的核心竞争力的形成与发展,和大学内部的知识管理无疑具有相当大的关系。这种关系的研究似乎可得出一个这样的结论,即大学核心竞争力是大学知识管理有效性的结果。

大学知识管理是指大学设计保持良好的知识转化与共享环境,对隐性知识和显性化的转化过程进行管理,使隐性知识顺利实现显性化,以达到大学的目标和功能实现的过程。它强调把信念、人力资源、知识与组织运营等协调统一,从而最有效、最有限度地提高组织绩效。因此,不论大学所确定的战略目标如何表述,任何战略的实施都必须依赖于有效的知识管理,只有将知识管理置于战略实施的核心地位,才能使大学核心竞争力的提升收到事半功倍之效。

如今,随着人类文明的不断进步,知识不再是资本生产的附庸,对知识的需求已成为人类实现其他一切预期的前提,知识管理作为一种与知识经济时代相适应的管理理念和管理方法,正在企业中得到广泛应用。因此,正如科学管理取代经验管理那样,知识管理取代科学管理也必将成为不可逆转的时代潮流。作为集知识生产、传播、创新、应用于一体的大学,有必要借鉴大学知识管理的理念和方法,通过加强对知识的管理来增大自身持续生存发展的动力。

然而,大学中传统的管理体制和运行机制却难以适应新形势的要求,教育理念、教育技术、课程体系、科研体制、组织机构、学科建设等都亟待改革与创新。在大学中实施对知识的有效管理,整合学术团体及教职员工的知识,促进知识的采集与加工,交流与共享、创新与增值,提升教育、教学和科研水平,推动管理管理体制和运行机制的改革,增强大学对社会发展的适应能力,已成为大学改革与发展的迫切要求。

因此,大学应该抓住机遇,依据知识管理理论,运用知识管理的方法和手段,充分掌握和利用大学内(外)部的知识,有效发挥大学成员的知识潜能,提高大学个体与整体的知识学习能力,创造有利于知识共享与创新的校园文化与价值观念,形成大学核心竞争力,以实现大学管理目标,取得最大的办学效益。

二、研究的对象

大学知识管理提升高校核心竞争力研究,以知识为基础的特殊组织为对象,主要基于以下考虑:

第一,大学是一个复杂而特殊的知识型组织。知识型组织是以知识为资源

配置要素,为知识创新提供网络化组织框架,主要从事知识生产和服务的组织类型,这包括配置资源、组织网络、运行过程都以知识为展开,其主要从事的是知识的生产、传播、消费和应用。大学从一开始就是知识型组织。伯顿·克拉克认为,高等教育是正规的组织,是控制高深知识和方法的社会机构。它的基本材料在很大程度上构成各民族比较深奥的那部分文化的高深思想和技能。薛天祥认为,高等教育的逻辑起点在于高深专门知识,高等教育机构在于培养高级专门人才。从高等教育机构—大学,本身来看,无论是它的核心资源、组织架构还是运行过程,都是围绕知识展开的。探求其有效的管理,不能忽视对其核心原点的管理。

第二,当前对于知识管理的研究,无论是企业、公共部门,还是律师事务所、会计事务所、咨询机构,大多以微观层面的组织作为研究的基础。探索有效的知识管理,其目的也在于为提高组织的绩效,使其更具有创新性和竞争力,以此适应外界的快速变化。由此可见,知识管理的研究是一个微观管理的问题。作为知识管理的特殊领域,大学的知识管理也是如此。我们的研究目的在于,通过对进行有效的知识管理,以此大学组织绩效的提高。

第三,本课题通过对大学知识管理的研究,进一步分析核心竞争力、显性知识和隐性知识及其与大学核心竞争力内在关联,论证知识尤其是隐性知识是大学核心竞争力形成的关键因素,核心竞争力不仅在于大学自身所具有的难以模仿的能力,尤其依赖于自身更快地获取及创造新知识的能力,进而提出通过知识管理促进大学核心竞争力形成与发展的理论观点和操作路径。

其中要解决的关键问题是,隐性知识的显性化和外部知识的内部化,即如何根据大学教师的特点实施管理,以激发教师自愿地将隐性知识,如教学技巧、科研手段通过隐喻、象征方式表达出来,并通过课题组、交叉学科团队等形式推动知识共享,让外部知识融入组织内容、个人知识上升为组织知识,从而推动知识螺旋式上升,不断增强大学核心竞争力。

第二节 研究的意义

肖知兴在他的专著《论语笔记》里谈到:管理学的核心道理本身其实很朴素,与中国传统经典中的思想的朴素性非常类似。肖知兴认为:在“子贡问政”中,孔子所讲的治理国家的足食,足兵,民信三个层面与管理学中的物质资本、人力资本和社会资本三种资本的理论之暗合,着实令人称奇。孔子认为最重要的其实是看不见、摸不着的信任,也就是社会资本。物质资本、人力资本都是

可以穷尽的,惟有社会资本,却是生生不息。

香港城大管理学系副教授马礼士博士领导的一个研究项目通过为期3年的深入研究发现,中国内地的知识管理极受个人或机构之间的关系所影响。马礼士博士指出,内地在知识管理上面对的三个主要问题,包括没有足够时间分享知识、未能有效应用知识、难以捕捉隐性知识这些问题都因机构内的经理对下属欠缺信任,以及限制了创造和分享知识机会的社会阶级观念而恶化。

知识共享是发挥知识价值最大化的有效途径,知识共享是知识管理的基点,是知识管理的优势所在。因为知识管理的目标是为了有效地开发利用知识,通过对知识的识别、获取、积累、交流、学习、创造来达到知识管理的目标,实现知识的价值,其前提与基础是知识的获取与积累,其核心是知识的交流与学习,其追求的目标是知识的吸收与创造,从而最终达到充分利用知识获得效益、获得先机、获得竞争优势的终点。在这个过程中最根本的前提是知识的存在,包括知识的质与量。而如何拥有足够量与质的知识在于知识的积累与共享,因为个体的经验、知识和智慧都是相对有限的,而一个组织团体的知识是相对无限的,如何使一个组织的所有成员交流共享知识是知识管理达到最佳状态的关键。

知识管理提升大学核心竞争力是一项研究大学力量和战略的话题,它不仅关系到一所大学的生存与发展,而且还涉及到国家的强盛、人类社会的文明与进步。一所大学只有努力提升其核心竞争力,强化其理论研究和实践探索的能力,才能在世界强校中立于不败之地。那么,大学知识管理提升大学核心竞争力强调高等教育力量的整体性和系统性。大学核心竞争力并非是孤立的、缺乏联系的个体。大学在走出象牙塔后,从纵向看,其核心竞争力的培育与形成离不开各类大学的相互比较与鉴别,也只有在比较与鉴别中才能真正体现各个大学的核心竞争力,弥补存在的不足,进一步提升核心竞争力。也就是说,大学核心竞争力是一个多方力量合力所产生的系统效应;同时也并不放弃其中几项根本性的或具本校特色和优势的重点力量上的集中突破,这是核心竞争力的根本立足点。

知识管理提升大学核心竞争力强调不同时空范畴内竞争和协调的统一。在全球经济一体化、区域经济集团化的今天,除了竞争还有合作。竞争中的合作、合作中的竞争早已融为一体,并成为当代竞争力的理论与实践发展的又一新趋势。对我国大学而言,应当借此良机,使我国大学真正地走向世界。

本研究将企业管理理论中已经实施和运用的知识管理理论引进大学管理中来,不仅仅是对这种理论的简单引进,而是根据大学的本质与实际情况,呼唤

大学管理应从传统思维和管理方式中走出来,从而推动高等教育管理理论的一次创新。

在知识经济时代的今天,知识成为社会发展的动力。处于“战国时代”的大学,如何真正地掌握与运用知识管理,获得战略上的优势,屹立于世界强校之林,便是本研究的意义所在。

第三节 研究的现状

一、对大学核心竞争力的研究观点

随着我国高等教育大众化进程的推进,中国高等教育市场的竞争将越来越激烈(有人称为“超竞争环境”),具体表现为不仅面临着激烈的国内竞争,而且也面临着日益白热化的国际竞争。如何在激烈的市场竞争中生存并求得发展,这是我国每一所大学必须认真思考的问题。如何增强大学自身的持续竞争优势(非竞争优势,亦非比较竞争优势),即如何培育与提升自身的核心竞争力便受到大学前所未有的重视。

为此,无论在理论研究还是实践应用方面,高等教育界的一些学者和管理专家(从20世纪末开始)纷纷从不同侧面(基于研究者的知识背景和工作经历,或搞管理、经济的从规范的大学核心竞争力理论的固定范畴出发,或高等教育专家从大学管理实际出发,借用核心竞争力概念去研究,或大学管理者通过讲话、报告等提出理论)开始研究大学核心竞争力,并主要形成了以下颇有代表性的四种观点:

第一种观点是基于“技术观”的大学核心竞争力的结构及构成要素。认为核心竞争力是“技能、知识、组织三者合为一体的复杂体系”。技能是主要方面,是核心;知识、组织实质上就是资产,“是学校长时间积累与沉淀的结果,难以复制和模仿,因而成为大学核心竞争力的关键。”它们的地位虽然取决于“技能”,但“技能”也不能与之截然分开。技能要素包括科研能力、科研转换能力、教学能力、培训技能、有特色的培育方式或服务方式等。知识、组织既然是资产,就具有“有形”、“无形”两种形式,“有形资源投入所形成的‘有形’竞争力,只是暂时的,且容易让竞争对手模仿并超越”,所以,“在大学核心竞争力中起主要作用的是无形资产。”

第二种观点是基于“知识观”的大学核心竞争力的结构及构成要素。认为大学核心竞争力的“本质在于以知识为基础的大学竞争力诸要素实体性与过程性相统一的成长协调系统。”也就是说,构成大学核心竞争力的要素就是大学竞