

工商管理学术文库

知识获取与组织创新

ZHISHI HUOQU YU
ZUZHI CHUANGXIN

刘锦英◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

知识获取与组织创新

刘锦英 著



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京



图书在版编目 (CIP) 数据

知识获取与组织创新/刘锦英著.

北京: 中国经济出版社, 2013. 4

ISBN 978 - 7 - 5136 - 1786 - 4

I. ①知… II. ①刘… III. ①知识获取—研究②组织创新—研究 IV. ①TP18
②C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 209495 号

责任编辑 严 莉

责任审读 霍宏涛

责任印制 常 毅

封面设计 华子图文

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京市媛明印刷厂

经销者 各地新华书店

开 本 880mm × 1230mm 1/32

印 张 7.625

字 数 185 千字

版 次 2013 年 4 月第 1 版

印 次 2013 年 4 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 1786 - 4/F · 9438

定 价 36.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

前 言

创新是提升国民经济及企业竞争力的必由之路，也是全球关注的重要研究课题，而创新是一个复杂过程，受到诸多因素的影响与制约。在管理文献中，组织创新理论研究的目标就是发现创新的决定因素，其中，知识作为创新的重要影响因素已经得到了广泛的肯定，尤其是很多研究发现企业获得超级创新绩效的核心通常来自于对知识的获取与成功运用。但是，目前学界不管是在理论文献上还是从实证证据上，知识获取与组织创新的关系都还没有得到很好的揭示。正是基于这样的认识，本书试图从理论分析和实证研究两个层面，对知识获取与组织创新的关系进行探讨，旨在更好地理解知识获取对创新的影响，推动我国组织创新理论的进一步发展，并为企业的创新决策提供理论与实证支持。

本书是在博士论文《基于知识获取视角的创新决定因素研究》的基础上修订而成，对原论文的部分内容进行了增减和删改。总体思路是，首先对创新研究线索进行梳理、分析与评述，确立本研究的理论基础，然后归纳与分析知识获取视角组织创新的研究内容及相关的研究成果，提出知识获取模式分析框架，分析知识获取的背景特征与知识获取模式及创新之间的关系，以此为基础，提出本研究的研究模型、研究问题、关键变量和相应关系假说。书中根据研究需要选取一定的光电子企业为研究样本开

展问卷调查，并在此基础上，运用统计分析方法对所提假设进行检验，将研究成果与假说预期、前人已得出的研究结论进行对比、分析与讨论。

具体研究内容如下：

第1章，导论。在阐述研究背景及分析创新决定因素研究现状的基础上，提出了本研究的研究主题——从知识获取视角对组织创新进行较为深入的理论与实证分析。之后，阐述了本研究的目的与意义，明确了将要使用的研究方法与技术路线，简要介绍了研究内容与总体结构安排，并对主要创新点进行概括性描述。

第2章，相关文献及理论评述。在对国内外相关文献进行回顾的基础上，发现从企业层面看，当前的创新研究可以从创新扩散、组织创新及创新过程等三条线索展开分析，通过对三条线索的对比分析与评述，明确把组织创新理论作为本研究赖以开展的理论基础。对知识获取视角组织创新研究内容的分析表明，从知识获取视角看，组织创新研究包括的内容非常丰富，它由知识源与创新、知识交流模式与创新、知识获取模式与创新、知识获取方法与创新及知识获取的背景特征与创新等五个方面组成。本章在对这五个方面相关的研究成果进行梳理与剖析基础上，明确限定了本研究的切入点、研究范围和研究问题，为以后章节的理论及实证分析提供了清晰的指引。

第3章，组织创新视角的知识获取模式研究。以创新为出发点，从理论上展开对知识获取模式的分析，提出一个与组织创新紧密相关的知识获取模式分析框架，并对不同知识获取模式的优缺点进行了较为详细的对比分析。较之以往的研究，本章的知识获取模式分析具有以下特点：对知识获取模式的分析是结合着创新这一主题进行的；对关键概念进行了明确界定；对知识获取模

式进行了清晰而合理的归类；对知识获取模式的分析较为详细；对知识获取模式的优缺点进行了创造性的对比分析。通过本章的分析不难发现，知识是最有价值的创新资源，企业可以通过很多方式获取创新所需要的知识。并且不同知识获取模式具有不同的优势与缺陷，可能对企业创新活动产生不同影响。但本部分仅仅从理论上提供了一个分析创新知识获取模式的框架并对它们进行了对比分析，至于这些知识获取模式与企业的创新绩效之间存在怎样的关系，企业的背景特征能否影响到知识获取模式的选择，内部与非内部知识获取模式之间的相互替代还是相互补充等更有利于创新等问题，则需要通过进一步的理论与实证分析来进行探讨。

第4章，知识获取的背景特征与组织创新。本章重在对企业规模、企业文化及产业部门等背景特征与知识获取模式及创新之间的关系进行分析，对影响创新的整体创新文化特征进行总结，并就本研究将要研究的企业规模及产业部门问题进行限定。以对知识获取背景特征的明确选择为起点，详细回顾、分析了企业文化、企业规模及产业部门这三个背景特征与知识获取模式及创新之间的关系，并确立了与背景特征有关的实证研究范围，即明确把本书实证分析的产业部门限定为高新技术产业中的光电子产业；对影响创新的整体创新文化特征进行总结，并把“鼓励冒险、宽容失败”、“相信创新是重要的”、“交流思想的意愿”和“鼓励参与、积极授权”作为实证分析的创新文化特征；对于企业规模，将结合光电子企业的现状并根据一定的标准对其进行界定后进行相关的实证分析。

第5章，实证研究设计。对所选择的光电子产业进行分析的基础上，提出研究问题，把进一步实证分析的内容主要限定为以下四个方面：知识获取模式及其背景特征与创新绩效之间的关

系；内部与非内部知识获取模式之间的关系；知识获取模式与其背景特征之间的关系；知识获取背景特征对知识获取模式与企业创新绩效关系的调节作用。然后，根据所提出的研究问题，构建了研究模型，继而又结合光电子企业的特点，构造了研究变量，确立了研究变量的测度方法，并提出了一系列的研究假设。为了保证实证分析的质量，最后又对问卷设计和数据收集等问题进行了较为详细的阐述。

第6章，结果的讨论与分析。本章利用描述性统计、相关分析、回归分析等方法，根据问卷调查所获数据和建立的理论模型对所提出的一系列研究假设进行实证检验，并将实证结果与研究假设及已有的研究结论进行了比较、分析与讨论。首先对相关数据和变量的信度进行了检验。结果显示，各变量的测度均满足信度要求。接着对各变量的最大值、最小值、均值及标准差进行了描述性统计分析。之后主要运用相关分析和回归分析方法，对上一章提出的各种研究假设进行了检验，并对检验结果进行了解释和描述。结果表明，并非所有的理论假设都得到了实证研究支持。最后，对知识获取模式、企业规模、创新文化及创新绩效等因素之间的关系作了一些总结性或启示性的深入探讨，这表现为从知识获取模式与企业创新绩效、企业规模与企业创新绩效、创新文化与企业创新绩效、内部与非内部知识获取模式、知识获取模式与企业规模、知识获取模式与创新文化、知识获取背景特征对知识获取模式与创新绩效关系的调节作用等七个方面对实证研究结果进行了全面的讨论与分析，试图揭示一些规律性的东西，为企业的创新决策提供实证依据。

第7章，结论与展望。本章主要对研究的内容进行归纳与总结，分析当前研究的主要局限并指出未来可能的研究方向。

总体而言，本书通过理论与实证分析，得到如下主要研究

结论:

(1) 知识获取模式分析表明,企业获取创新知识的模式有很多,并且不同知识获取模式对企业资源及能力方面的要求是不一样的,具有不同的优势与缺陷。为了提高创新绩效,需要企业对这些不同的知识获取模式进行合理选择,优化组合。

(2) 证实了采用多指标进行创新绩效测度的必要性。研究选择了专利申请数、新产品销售比例和产品新颖程度三个指标测度企业的创新绩效,实证结果表明,单一指标测度将丢失许多有价值的信息;相对于专利申请数、新产品销售比例这两个传统的创新测度指标来说,产品新颖程度是一个比较综合的创新绩效测度指标,但存在主观性较强的缺陷。因此,为了得到有价值的实证分析结果,把三个指标结合起来进行创新测度是更合乎理性的选择。

(3) 对于知识获取模式与企业创新绩效的关系,一方面,并非所有的知识获取模式都有助于显著提高企业的创新绩效;另一方面,内部与非内部知识获取模式的相互补充更有利于提高企业的创新绩效。

(4) 企业规模除了对企业知识获取模式的选择上有重要影响,它还直接影响企业的创新绩效,并能显著调节知识获取模式与企业创新绩效的关系。研究发现,不同规模企业偏爱的知识获取模式是不完全相同的,并且企业的规模越大,能利用的知识获取模式越多。就企业规模与创新绩效的关系而言,研究发现,既不能简单地说大企业比小企业更创新,也不能说小企业比大企业更创新,二者之间的关系根据创新绩效的衡量指标不同而呈现出不同状态。对企业规模调节作用的分析显示,对不同规模的企业来说,与其创新绩效显著相关的知识获取模式是不一样的,说明企业规模能通过影响企业对知识获取模式的选择而最终影响到企

业的创新绩效。

(5) 实证分析显示,除了“鼓励参与、积极授权”这个创新文化特征外,“鼓励冒险、宽容失败”、“相信创新是重要的”、“交流思想的意愿”这些创新文化特征不但影响到企业对知识获取模式的选择,它们还与企业的创新绩效存在显著的正相关关系,并能显著调节知识获取模式与企业创新绩效的关系。这既体现了创新文化的权变性质,也反映出“创新是重要的”、“鼓励冒险、宽容失败”、“愿意交流思想”等创新文化理念的重要性。

本书得以出版,首先要感谢河南大学工商管理学院提供的基金资助,感谢学院领导的大力支持以及同事的鼓励与帮助。衷心感谢我的导师聂鸣教授,导师不仅是我学习深造机会的给予者,还是我学业和人生路上的引路人。在华中科技大学求学过程中,导师的辛勤培养、不倦教诲和耐心教导,始终伴随着我的求学生涯。尤其在博士论文撰写过程中,从论文选题、资料搜集、结构安排、语言表达以至最终定稿,导师都给予了悉心指导和帮助,倾注了大量心血。这既使我少走了许多弯路,也使我常常震撼于导师渊博的学识、严谨的治学态度、精深的学术思想、强烈的责任感和谦和的待人态度。这些都会成为我终生受用不尽的财富。感谢陈要军同学,问卷设计与调查过程是实证研究中非常重要的信息获取渠道,但同时也是一项极其烦琐的任务,工作量极大,从问卷设计到调查问卷的发放与回收,陈要军为我提供了大量指导和热心支持,他牺牲了许多休息时间,多次不辞辛劳,下班后匆匆赶到学校,与我进行深入的探讨与交流,提供许多研究资料供我参考和使用。感谢梅述恩、周涛和石永东等同学,在研究方法的选取与使用上,他们都给予过热情帮助,在此致以深深的谢意。最后,感谢亲人的支持与鼓励。正是他们的无私奉献,

免除了我的后顾之忧，使我能全身心投入学习状态，尤其是我的爱人及儿子，他们既是我坚强的后盾，也是我不断奋进的动力之源。

刘锦英
2012 年 7 月 26 日

| CONTENTS | 目 录

第1章 导论 | 001

1.1 研究背景 / 002

1.1.1 我国经济发展的现状与出路 002

1.1.2 创新——全球关注的课题 003

1.2 问题提出 / 004

1.3 研究目的与意义 / 008

1.4 研究方法与技术路线 / 010

1.4.1 研究方法 010

1.4.2 技术路线 011

1.5 研究内容与结构安排 / 011

1.5.1 研究内容 011

1.5.2 结构安排 012

1.6 主要创新点 / 013

1.7 本章小结 / 015

第2章 相关文献及理论评述 | 016

2.1 创新研究线索 / 016

2.1.1 创新扩散研究 017

2.1.2 组织创新研究 018

2.1.3	过程理论研究	020
2.1.4	研究线索之间的关系及启示	022
2.2	知识获取视角的组织创新 / 024	
2.2.1	知识获取视角组织创新的 研究内容	024
2.2.2	知识、信息、数据、技术之间的 关系	025
2.2.3	知识源与创新	027
2.2.4	知识交流模式与创新	032
2.2.5	知识获取模式与创新	033
2.2.6	知识获取方法与创新	035
2.2.7	知识获取的背景特征与创新	037
2.2.8	以往研究结论和本研究范围的 限定	037
2.3	本章小结 / 038	

第3章 组织创新视角的知识获取模式研究 | 039

3.1	知识获取模式研究现存问题 / 039	
3.2	知识获取模式研究的理论视角 / 041	
3.3	基于组织创新的知识获取模式分析框架 / 043	
3.3.1	信息扫描模式	044
3.3.2	市场模式	045
3.3.3	接受技术援助模式	045
3.3.4	准外部知识获取模式	046
3.3.5	内部知识获取模式	050
3.4	知识获取模式的比较分析 / 053	

3.5	本章小结 / 057	
第4章	知识获取的背景特征与组织创新 058	
4.1	作为研究对象的背景特征选择 / 059	
4.2	知识获取的背景特征与知识获取模式 / 059	
4.3	知识获取背景特征对创新的影响 / 061	
4.3.1	企业文化与创新	061
4.3.2	企业规模与创新	066
4.3.3	产业部门与创新	068
4.4	以往研究结论与本研究范围的限定 / 068	
4.4.1	关于创新文化	069
4.4.2	关于企业规模	072
4.4.3	关于产业部门	072
4.5	本章小结 / 073	
第5章	实证研究设计 074	
5.1	行业选择 / 074	
5.2	研究问题与研究模型 / 077	
5.3	研究测度与变量构造 / 079	
5.3.1	创新绩效	079
5.3.2	企业规模	082
5.3.3	创新文化	083
5.3.4	知识获取模式	085
5.4	研究假设 / 087	
5.5	问卷设计 / 094	
5.6	数据收集 / 095	
5.7	本章小结 / 097	

第6章 结果的讨论与分析 | 098

6.1 研究结果 / 098

6.1.1 信度检验与效度分析 098

6.1.2 描述性分析 099

6.1.3 相关分析 103

6.1.4 回归分析 123

6.2 讨论与分析 / 166

6.2.1 知识获取模式与企业创新绩效 166

6.2.2 企业规模与企业创新绩效 171

6.2.3 创新文化与企业创新绩效 172

6.2.4 内部与非内部知识获取模式 173

6.2.5 知识获取模式与企业规模 175

6.2.6 知识获取模式与创新文化 178

6.2.7 知识获取背景特征对知识获取模式
与创新绩效关系的调节作用 179

6.3 本章小结 / 180

第7章 结论与展望 | 182

7.1 研究结论 / 182

7.2 理论贡献与实践意义 / 187

7.2.1 理论贡献 187

7.2.2 实践意义 189

7.3 研究的主要局限与研究展望 / 194

附录 调查问卷 | 197

参考文献 | 203

索引 | 229

第1章 导论●●●●●

全球经济一体化、快速的技术进步、日益苛刻的顾客需要及不断加剧的市场竞争使企业生存发展的压力空前增大。在这样一个动态的环境中,创新对企业获得和维持竞争优势是非常关键的,它作为企业竞争力的一个核心要素已经变得越来越重要^[1]。管理研究表明,创新公司,即那些能利用创新把它们的产品和服务与竞争者区别开来的公司的平均获利水平是其他公司的两倍^[2]。因此,创新日益成为企业应对环境变化的一个有效反应机制,成为企业最强有力的竞争武器。但创新是一个知识密集过程,“创新,就是运用知识去生产新知识”^[3],它的实现源于对知识的不断获取与成功运用,在这一过程中,知识获取是创新的前提。所以,为了维持强劲的创新能力,企业必须高效地获取知识或信息。从知识获取视角进行创新研究,分析企业创新绩效产生差异的原因,探讨提高企业创新绩效的路径,就构成了本研究进一步理论与实证分析的研究主线。在进行深入研究之前,本章将着重分析本研究的研究背景并提出研究问题,明确研究的目的与意义,介绍拟使用的研究方法与技术路线,并对研究内容和结构安排进行概括性说明。

1.1 研究背景

1.1.1 我国经济发展的现状与出路

改革开放以来,中国在其自身崛起的道路上,迈出了一个个坚实步伐,取得了举世瞩目的成就。如 1978 年以来,我国经济保持了年均增长 9.3% 的高增长水平,创造了令人叹为观止的“中国速度”。2000 年,中国国民生产总值突破了万亿美元大关,经济总量跃进世界第六位。2004 年,中国进出口贸易总额也突破万亿美元大关,跃居仅次于美、德两国的世界第三贸易大国。中国制造业增长是全球最快的,已经形成了珠三角、长三角、环渤海湾三大世界级制造基地,成为世界工业产品产量最大的生产国,并已成为世界最大的 IT 产品出口国之一。然而,在这些令人骄傲的数字背后,种种劣势与缺陷像影子一样紧紧相随,隐藏着我们无法回避的隐忧。中国过去经济的持续高增长是以过量的资源耗费与牺牲环境为代价的。如 2003 年中国消耗的资源是全球原煤的 31%,石油的 7.4%,钢铁的 27%,水泥的 40% 以上,而且中国目前每天的污水排放量居世界第一,二氧化碳排放量世界第二,中国已经逐渐成为全球最大的污染源^[4]。在全球价值链上,中国大多企业是以低工资、低价格、简单技术、高污染、大量的资源浪费为代价参与国际市场,获得竞争力的。附加值高的“中国制造”产品在全球市场上远未形成主流。所以,中国工业产品产量虽大,但品种少、档次不高、附加值低。虽然世界上许多名牌产品都由我国企业生产,并且这些出口产品都打上了“Made in China”的标记,但外销用的是外国商标、外国品牌,利润的大头都被外商拿走,我们所得的仅仅是有限的加工费,充当着外国厂家的“打工仔”^[5]。

我国当前的这种经济发展方式是一种典型的粗放型经济发展模式。虽然我国以往凭借这种模式实现了经济的高速增长,但随着时代的发展,这种方式遇到了进一步发展的瓶颈。首先,随着全球化进程的加快,很多第三世界国家纷纷调整经济发展战略与政策,他们也开始打开国门,积极参与国际竞争。这些国家的劳动力及原材料成本更加低廉,相比而言,我国的低成本优势正面临巨大挑战。其次,随着社会进步,人类对环境保护日益重视,强调资源的可持续开发,强调人与自然的和谐共处,于是我国的环境污染问题及资源浪费问题正不断受到来自国际社会的谴责与警告。另外,进入新世纪,不断变化的顾客需要、多样而快速变化的技术,以及受国际贸易自由化和因特网广泛渗透的影响而日益加剧的全球竞争,给企业的生存与发展带来了前所未有的压力和挑战,一个组织的竞争力和最终生存依赖于其不断开发并推出新产品和服务的能力。这些严峻的现实决定了我国目前的这种粗放型的经济发展方式将难以为继。为了顺应时代发展需要,也为了能在全球竞争中脱颖而出,中国经济的唯一出路是,必须改变粗放型的经济发展方式,转向高端道路^[6],即使用新技术、不断调整并改进产品和生产过程、增加产品的附加值来构建自身能力,获取竞争力。高端道路的实质是一种集约型的、不断通过创新和升级促进产业发展的思路。

1.1.2 创新——全球关注的课题

在世界范围内,自 Schumpeter 提出创新理论以来,创新就逐渐得到了来自学界、企业、区域及政府层面的广泛认可及重视。如 Poter^[7]认为,创新、持续改进和变化是全球竞争力的三大基石。Drucker^[8]认为创新是一个公司的核心过程,他提出,“在一个快速变化时期,一个企业希望繁荣的唯一最可能的方式就是创新。这