



企业商务电子化应用丛书

QIYE SHANGWU DIANZIHUA YINGYONG CONGSHU

企业知识 管理系统

► 苏新宁 邓三鸿 等 编著

QIYE ZHISHI GUANLI XITONG



科学出版社

www.sciencep.com

企业商务电子化应用丛书

企业知识管理系统

苏新宁 邓三鸿 等 编著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书讨论了知识管理的有关概念及其研究与应用的基本概况,详细分析了从知识获取、分析到知识的关联、挖掘,以及通过建立企业的知识地图并最终建立企业知识管理系统的种种方法。本书还对已经成功应用的一些知识管理系统和工具进行了分析和点评,针对这些系统在不同企业中的应用进行了详细说明和分析。

本书可作为各类企业、政府有关部门、行业主管部门的信息化管理人员和企业中层及以上管理人员的培训教材,也可以作为大专院校管理学科高年级本科生及研究生的参考教材。

图书在版编目(CIP)数据

企业知识管理系统/苏新宁等编著. —北京:科学出版社, 2004
(企业商务电子化应用丛书)

ISBN 7-03-014450-3

I.企… II.①苏… III.企业管理-管理信息系统 IV.F270.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 102806 号

责任编辑:鞠丽娜/责任校对:都 岚

责任印制:吕春珉/封面设计:三函设计

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

双青印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2004 年 10 月第 一 版 开本: B5 (720×1000)

2004 年 10 月第一次印刷 印张: 15

印数: 1—4 000 字数: 290 000

定价: 25.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换<环伟>)

《企业商务电子化应用丛书》编委会

主 任 钱志新

副主任 (按姓氏笔画排序)

宁宣熙 叶继元 向安全 仲伟俊 陈允丰

徐洁磐 黄玉银 谢正义 潘宪生 魏 然

编 委 (按姓氏笔画排序)

王 力 王曰芬 王传松 王树进 王晓平

尤宏兵 方宁生 邓 凯 申俊龙 刘小群

许 超 齐美智 张启祥 张明宝 张建军

张建华 时巨涛 李长华 李晏墅 汪 群

沈固朝 苏新宁 陈次白 陈 昀 单大明

俞立平 姚正林 祝新汉 晏维龙 都国雄

钱旭潮 高功步 盛宇华 傅德胜 谢延森

韩 翔 楼佩煌 詹玉宣 翟玉庆 薛继龙

戴 勇 鞠丽娜

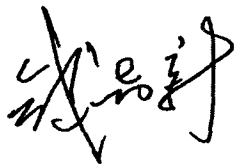
序

2000 年以来,企业信息化进入第一次热潮,这次热潮是以企业上网工程为主要特征,成千上万个企业建立了自己的网站或网页,上网成为了企业的时尚,这是一个历史性的进步。2003 年企业信息化已进入第二次热潮,这次热潮是以企业信息化应用为主要特征,大量企业把信息技术应用到企业商务活动中去,实现商务电子化,这是企业信息化发展的必然趋势。

商务电子与电子商务是既有联系又相区别的两个层面,电子商务是技术层面,主要是企业营销的信息技术,如 B-B, B-C 等,商务电子是应用层面,主要是企业商务活动的电子化;电子商务的主体是 IT 企业,商务电子的主体是应用企业;电子商务是实现手段,商务电子是应用目的。为此要把电子商务和商务电子很好地结合起来,通过电子商务实现企业商务的电子化。

企业信息化的目的是使企业价值链增值,商务电子的本质就是先将企业商务活动分解成若干价值链,然后将每项商务活动实现电子化,通过商务电子化提高其价值,促使价值增值,只有这样企业信息才有真正的作用。企业商务电子化的关键在于需求,必须认真研究企业的实际需求,根据需求逐一推进商务活动的电子化,从局部商务电子化到全部商务电子化,最后完成企业价值链的全程电子化,从而实现企业价值的增值,这是企业信息化的生命力所在。

商务电子化是一种新的探索,是企业信息化应用的深化。编写《企业商务电子化应用丛书》是有益的尝试,希望通过商务电子化的推行,把企业信息化提高到一个新的阶段。



2004 年 3 月

《企业商务电子化应用丛书》出版说明

经过 20 多年的发展,特别是互联网的迅速普及,我国企业信息化已进入广泛应用的阶段,企业所有商务活动都要实现数字化、电子化,这已成为普遍的要求和发展趋势。商务活动的电子化不完全是技术问题,更多的是应用层面、管理层面的问题,它的一个重要条件是企业内部各类业务管理人员要熟悉信息化,要把电子化手段、方式应用到业务管理中去。因此,提高企业管理人员的商务电子化应用水平,已成为推动企业信息化发展中的一项重要任务。

为了推动企业信息化的应用与发展,提高企业商务电子化应用水平,在江苏省发展和改革委员会钱志新主任的倡导下,我们组织了高校、科研、企业及有关部门数十位教授、专家编写了一套面向企业中高层管理者的《企业商务电子化应用丛书》(以下简称《丛书》)。《丛书》共二十本,其中有四本书从不同角度综合论述企业商务电子化的总思路、总框架;其余的书则按企业商务流程、管理环节、职能分工分为不同的专题,一个专题一本书。《丛书》涵盖了企业商务电子化各环节、全过程的业务内容。《丛书》突出应用性,实务性,力求切合企业的实际需要,按“协同集成”的思路,为企业商务电子化具体运作提出可操作性的解决方案。

《丛书》是国内目前企业信息化应用方面较为全面系统的一套普及性的读物。

《丛书》的主要特点如下:

1. 总体思路明确,体系完整。即企业所有商务活动都要实现电子化,企业商务电子化要在一个统一的平台上实现,体现流程化、互动化、协同化,按统一规划,分步实施的方式构建企业商务电子化全面的应用体系和解决方案,将多种管理系统功能按协同应用的原则集成在 Web 环境的平台上,构建一个以电子商务为导向、以客户为中心,覆盖企业生产与经营的全部过程和各个层面的应用系统,实现内外部信息资源共享,互连互通互动,以实现智能化决策支持的协同管理。这是一个总纲,一条红线,整套丛书以此构成内在联系,并形成完整的体系。

2. 理论与实践相结合,以实际应用为主。《丛书》从理论角度要解决的就是基本思路和共识性的内容和认识,更主要的是要解决实际应用,企业如何做,如何操作,强调应用性、实务性。《丛书》中所提出的按“协同集成”的方式构建“企业应用协同系统(EAC)”,全面实现商务电子化,则反映了企业信息化发展的最新要求和趋势。同时,《丛书》中介绍了大量的应用案例,并将案例融入每本书的

体系之中，成为书的不可缺少的重要组成部分。

3. 面向培训，同实训软件相配套。《丛书》是配合企业中高层管理者进行商务电子化培训而出版的，旨在提高企业管理人员的商务电子化应用能力和水平，同时可作为高等院校的经济管理、信息管理、计算机等相关专业的选修教材。在培训中，要同实训软件相配套。实训软件是把“企业应用协同系统（EAC）”中商务电子化整个流程的通用性、共性化的功能模块，按《丛书》的整体思路和“协同化”的要求集成为可分可合的、可在局域网环境中进行实训的系统，《丛书》同“实训软件”形成互动。

组织编写《丛书》十分必要，也很适时，这是一件很有意义的大事，它将有力度地推动企业商务电子化的应用。江苏省率先将《丛书》作为专用培训教材，在全省开展“企业商务电子化应用培训工程”，江苏省发展和改革委员会、江苏省人事厅决定，接受培训的人员可获得省人事厅颁发的“企业商务电子化应用培训合格证书”。

在《丛书》编写过程中，得到了诸多方面的大力支持。在此，编委会向所有对《丛书》给予支持的单位和人士表示衷心地感谢。

在《丛书》编委会的领导下，南京商友资讯电子商务应用研究所承担了“丛书”编写的日常组织和管理的工作。编写这种大型的应用丛书，对我们来说是第一次，没有经验，书中肯定存在一些不足之处，请广大读者批评指正。

《企业商务电子化应用丛书》编委会

2004年5月

前 言

人类进入 21 世纪, 整个社会处于一个崭新的、伟大的历史变革时代, 知识经济成为新世纪占主导的经济管理模式。知识经济环境下的知识管理是人类知识总量迅速扩张和性质产生飞跃的表现, 是知识文明和经济财富迅猛扩张的集中表现。知识已成为最有价值和最难于获得的资源之一, 同时也是体现企业的实力和保持企业可持续发展的动力。

随着我国加入 WTO, 企业所面临的竞争形势也更加严峻, 以“信息化带动工业化”已成为全社会的共识。企业信息化的程度的高低对企业的生存、竞争和发展变得更加重要, 甚至起着决定性的作用。然而, 企业信息化的高级阶段应为企业的知识化, 必须更加强调企业的知识管理。可以说, 在现代社会经济发展中, 企业不实施知识管理就缺乏竞争力, 也更不可能持续发展。彼德·F·杜拉克 (Peter F. Drucker) 曾表示“管理之道不在管人, 而在管理知识”, 所以, 企业的知识化并实现知识管理是企业管理的最终目标。

并非所有的企业都能顺利的开展知识管理, 为此需要有一些讲述知识管理理论与技术的专门书籍来帮助有关企业快速地接受知识管理的理念并开展知识管理过程, 以促使我国各类企业健康快速地发展。为此, 我们早在 2000 年就成立了“知识管理研究课题组”, 相关研究过程得到了江苏省哲学、社会科学“十五”重点课题“企业知识资源管理与知识发现”和教育部“十五”规划博士点基金项目“多文种文本挖掘与知识发现”的资助。课题组经历了数十次的讨论、调研, 大家在讨论中“碰撞”出火花, 在调研中得到新的启迪, 经过我和我的博士们近一年的努力, 我们完成了本书的写作。

知识管理包含管理、运营实践和哲学、技术、战略以及人类行为特性等相关领域。也正因为如此, 知识管理的复杂性和实施知识管理的不同原因导致了对知识管理的不同看法。本书将力图从管理理念及技术实现两个方面来讲述企业知识管理。本书的内容主要包括以下 9 章: 概论, 讲述有关知识管理的一些基本概念和研究进展; 企业知识管理系统, 构建一个企业知识管理系统的技术框架, 并讨论 KMS 和企业其他信息系统的关联; 企业知识管理战略, 着重讨论企业知识管理的战略选择; 知识交流与知识转化, 论述了知识管理过程中隐性知识和显性知识相互转化的问题; 知识创新, 讨论了企业核心能力的确认和建设, 并讨论了知识管理同服务创新、管理创新、技术创新的关系; 企业知识仓库, 从知识的获取、组织开始, 讨论了企业知识仓库的建设过程; 企业知识地图, 以图形化的方式展现了知识仓库中知识的关联方法; 知识管理系统的使用和评价, 讨论了如何对企

业知识管理的过程和结果进行监控和评价；最后为知识管理系统实例，书中列举了相关企业知识管理解决方案和具体实例，以供参考。

苏新宁担任本书的主编，撰写者有：邓三鸿、杨薇、陆国平。其中：苏新宁撰写了第1章；第6、7、8、9章由邓三鸿撰写；第4、5章由杨薇撰写，第2、3章由陆国平撰写。全书由苏新宁统稿。另外，我的所有博士生都参加了本书的讨论，为本书的完成作出了一定贡献。

在本书的创作与撰写过程中，我们得到来自多方的帮助和支持。在此，我们要感谢科学出版社的领导和编辑、江苏省工经联秘书长李长华、“商友资讯”研究所所长王传松等，同时也感谢南京大学叶继元教授抽空评阅书稿，并提出宝贵意见。

由于知识管理涉及理论、技术等多方面因素，加之我们的水平和时间所限，书中难免存在错误及不妥之处，恳请广大读者不吝指正，我们由衷地表示感谢。

苏新宁

2004年6月于南京

目 录

第 1 章 概论	1
1.1 知识管理概述	1
1.1.1 知识管理的起源	1
1.1.2 知识管理定义	3
1.1.3 企业知识管理内容	7
1.2 企业知识管理实施中的问题	9
1.2.1 难点	9
1.2.2 热点	10
1.3 知识管理实施中需注意的问题	16
第 2 章 企业知识管理系统	20
2.1 知识管理系统的基本框架	20
2.1.1 知识管理系统结构	20
2.1.2 知识管理系统功能	21
2.1.3 知识管理系统设计	23
2.1.4 知识管理系统工具	26
2.2 企业信息化与知识管理	28
2.2.1 企业信息化的三个层次	29
2.2.2 企业信息化的管理模型	31
2.2.3 企业信息化的评估指标	34
2.3 办公自动化与知识管理	35
2.3.1 办公自动化的发展历程	35
2.3.2 第三代 OA 系统以知识管理为核心	36
2.3.3 第三代 OA 的基础结构	37
2.4 企业资源计划与知识管理	38
2.4.1 企业管理软件的发展演变过程	38
2.4.2 ERP 实施和应用中的知识缺口	39
2.4.3 基于知识管理的 ERP 扩展	41
2.4.4 应用知识管理理论实施 ERP 的策略研究	43
第 3 章 企业知识管理战略	46
3.1 企业知识管理战略理论	46
3.1.1 企业知识管理战略的模式	46

3.1.2	企业知识管理战略的选择	48
3.1.3	企业知识管理战略的实施	49
3.2	客户关系管理中的知识管理	51
3.2.1	客户关系管理的演变	51
3.2.2	客户关系管理与知识管理的关系	53
3.2.3	客户关系管理的知识管理策略	55
3.3	电子商务中的知识管理	57
3.3.1	电子商务与知识管理的关系	58
3.3.2	电子商务中的知识管理要求	60
3.3.3	电子商务中知识管理的内容	61
3.4	竞争情报与知识管理	64
3.4.1	竞争情报的提出与内涵	64
3.4.2	竞争情报和知识管理的关系	66
3.4.3	竞争情报中的知识管理	69
第4章	知识交流与知识转化	72
4.1	显性知识与隐性知识	72
4.1.1	显性知识	72
4.1.2	隐性知识	73
4.1.3	显性知识与隐性知识比较	73
4.1.4	隐性知识在企业发展中的作用	75
4.2	知识交流与共享	77
4.2.1	知识的积累	77
4.2.2	知识的交流	79
4.2.3	知识的共享	80
4.3	知识转化与知识场	85
4.3.1	知识转化的内涵	85
4.3.2	知识转化中的知识创造	89
4.3.3	知识转换中“场”理论	90
4.3.4	“场”在知识创造中的作用	91
第5章	知识创新	93
5.1	企业核心能力	93
5.1.1	企业核心能力的特点	93
5.1.2	企业核心能力的辨认	95
5.2	知识创新——企业核心能力的培养	97

5.2.1 管理创新.....	98
5.2.2 技术创新.....	103
5.2.3 服务创新.....	106
5.3 构建学习型组织.....	109
5.3.1 学习型组织.....	109
5.3.2 组织学习的五种类型.....	114
5.3.3 学习型组织的常见误区.....	118
5.3.4 培养企业核心价值观——建立优秀的企业文化.....	121
第6章 企业知识仓库.....	127
6.1 企业知识资源的分类与特性.....	127
6.1.1 知识的分类.....	127
6.1.2 企业知识资源的分类与特性.....	129
6.2 知识的获取、组织与整理.....	132
6.2.1 知识的获取.....	133
6.2.2 知识的存储与表示.....	138
6.3 企业知识仓库的构建.....	144
6.3.1 数据仓库与知识仓库.....	144
6.3.2 企业知识仓库的实施模型.....	145
第7章 企业知识地图.....	150
7.1 知识地图的表现手段.....	150
7.1.1 知识地图的作用.....	150
7.1.2 知识地图的分类.....	152
7.1.3 知识地图构建技术.....	153
7.2 知识地图的图形化显示.....	155
7.2.1 层次类知识关系的显示.....	156
7.2.2 先后类知识关系的显示.....	157
7.2.3 其他图形显示.....	161
7.3 显性知识地图的建立.....	163
7.3.1 显性知识的分解与分级.....	163
7.3.2 显性知识地图的构造.....	164
7.4 构造隐性知识地图.....	167
7.4.1 隐性知识的标引.....	167
7.4.2 隐性知识的关联.....	169

第 8 章 知识管理系统的使用和评价	172
8.1 知识的检索技术	172
8.1.1 传统检索技术	172
8.1.2 全文检索技术	174
8.1.3 智能检索技术	176
8.2 知识的预订和推送	179
8.2.1 知识地图的预订	180
8.2.2 个性化的知识推送	181
8.3 基于案例的推理查询	185
8.3.1 案例推理概述	185
8.3.2 CBR 在知识地图中的应用	187
8.4 企业知识管理的评价体系	189
8.4.1 企业知识管理评价	189
8.4.2 知识地图的评价	191
8.4.3 企业知识管理系统的评价	192
第 9 章 知识管理系统实例	195
9.1 Lotus 系列产品	195
9.1.1 Lotus 知识管理解决方案	195
9.1.2 Lotus 知识管理与英国石油	200
9.1.3 Lotus 知识管理与深圳三九医贸	202
9.2 蓝凌知识管理系列产品	205
9.2.1 蓝凌知识管理解决方案	206
9.2.2 蓝凌知识管理与宇通客车	209
9.2.3 蓝凌知识管理与盈峰集团	212
9.3 微软知识管理	215
9.3.1 微软知识管理解决方案	215
9.3.2 微软知识管理与中国华融资产管理公司	218
9.3.3 微软知识管理与广东移动	221
主要参考文献	224

第1章 概 论

进入 20 世纪以后, 长期以来依靠经验进行生产管理的模式已不能适应 20 世纪企业的发展和管理需求, 是“泰罗制”敲开了 20 世纪现代企业管理的大门, 兴起了管理领域的“第一次革命”, 即以“科学管理”取代“经验管理”。经过一个世纪的发展, 社会已进入知识经济时代, 过去的管理理念也越来越不能适应经济发展的要求, 新的管理理念在滋生, 新的管理模式和方法在形成。知识管理正是在这样一种环境下得以产生, 它作为企业可持续发展的重要手段, 标志着人类将迎来管理领域里的“第二次革命”, 即以“知识管理”为代表的崭新时代。

1.1 知识管理概述

知识管理主要是指对知识的收集、整理、关联、应用以及促进知识的创造。人类知识早已存在, 那么为什么“知识管理”这一概念直到 20 世纪末才被正式提出来。这主要来自于知识经济的初见端倪, 服务业迅速发展, 知识的更新加快, 企业间竞争范围和程度大大增加, 知识对于企业的生存与发展比以往任何时候都更加重要。随着人们对知识管理的运作和尝试, 不断产生新的理解, 并从各种角度构造企业知识管理系统。

1.1.1 知识管理的起源

波士顿大学信息管理学教授达文波特(Thomas H. Davenport)在 1997 年所著的《营运知识》(Working Knowledge)一书, 标志着知识管理正式登上历史舞台, 自此, 知识管理这一思想在国内外引起了强烈反响。根据对英国、美国和欧洲大陆一些国家的 423 家公司的高层管理者进行的调查, 毕马威咨询公司(KPMG)在《2000 年知识管理研究报告》中披露, 很多企业已经将知识管理作为重要话题列入议事日程。有 81% 的受访公司声称已经实施或正在考虑实施知识管理项目。

任何一种新的理论、理念与管理模式的产生, 都不会是无缘无故的, 必然与市场的发展、社会的进步密不可分。知识管理也一样, 其起源也是与国际政治、经济的发展有密切的关系, 知识管理的起源主要来自以下几方面的原因。

1. 知识经济时代的到来

随着世界经济发展由工业经济向知识经济转变,知识在推动社会和经济增长中的作用越发明显和重要,知识正在逐渐取代货币资本、劳动力和原材料等有形资源而成为经济增长中的最关键性生产要素。知识密集的企业已成为现代经济增长的主导力量,企业经营的重点也将由实物经营转为知识经营,企业拥有和能够利用的知识的数量和质量将直接决定着企业的产出、绩效和竞争地位,从而决定着企业自身的价值。对于传统企业来讲,知识化是其维持现有地位或再上台阶的唯一出路。

2. 企业间竞争的加剧

企业在激烈的市场竞争中,只有靠企业创新来站稳市场和开辟新的市场。企业创新的主要源泉不再是物质资源,而是企业的知识资源。知识资源已经成为企业保持竞争优势和可持续发展最重要的资源。企业应该了解自己知道什么,并且能够充分利用知识库,获得竞争优势。在知识经济时代,企业能够通过启动适当的知识管理流程来创造和保持竞争优势,充分利用技术来开发新产品,通过为自己创造竞争优势来实现利益。竞争优势可以来自对趋势、与众不同的模式以及隐藏关系的识别。对知识管理的强调是因为高度竞争的全球经济,要求企业能够更有效的管理资源。

通过对知识资源的充分开发和利用来推动企业的知识创新、技术创新和产品创新,企业已经意识到知识管理已成为当前企业管理中最为重要的问题。野中郁次郎(Nonaka)和竹内广隆(Takeuchi)也强调了加强知识管理的必要性:“现在的经济中,唯一确定的就是不确定性;维持竞争优势的唯一可靠来源就是知识。只有那些能够不断的创造新知识,并使之广泛的散播于整个企业,而且很快的将它体现在新的技术和产品中的企业才能取得成功。”

3. 全球化经济的出现

全球经济呈现一体化过程中,企业管理承受了巨大压力,尤其是我国 2001 年成为世界贸易组织(WTO)的正式成员,企业所面临的竞争不再是小范围的或国内市场的竞争,而是身置全球范围的国际竞争。几乎任何一个行业内的企业在经济全球化的趋势中,已经不存在逃避国际竞争的避风港。而且,经济全球化不仅涉及国际贸易,而且涉及资本、技术、人力资源等各种要素。同时,企业通过互联网络使得知识和信息在世界范围内共享成为可能。企业的经营资源将不再局限于在某一部门、某一地区内流动,而是在全球范围内进行配置,企业通过互联网络获得本企业所需的知识和信息,同时也通过在网上发布自己产品的信息及相关的知识来实现知识共享。

4. 知识交流的需要

在科学技术飞速发展的今天,产品的技术知识含量越来越高,创造产品所应用的技术与知识越来越多,企业员工应当掌握与生产和管理相关的科学知识、技术知识、领域知识、应用知识以及专门知识等,使之成为知识型员工。然而,由于知识的划分越来越细、知识间相互交叉渗透、知识更新的十分频繁,欲让每个员工能够具备现代技术产品应当掌握的知识,企业内部就必须能够提供一种快速传播知识的渠道、方便知识交流的环境,而这样的渠道和环境是知识管理系统中所特有的,它为在企业内部进行学习知识、交流知识、转换知识、创造知识构建了最佳场所。使人们可以在尽可能短的时间内学习和应用新知识。

总之,在知识经济社会中,知识作为企业创新的动力来源,已经倍受关注,知识已经成为一种最稀缺的资源,成为企业竞争的焦点。知识资源是企业的“无形资产”,即企业有形资产价值和市场价值的差值。对企业内部的知识管理已在企业管理和研究领域得到认可,其研究也在不断深入。据 Gartner Group 的统计报表中显示:财富前 100 强中的 52% 已有了明确的知识管理项目。

1.1.2 知识管理定义

知识管理究竟最早由谁提出,也有多种不同的提法,从目前文献记载看,人们比较认同的是,管理学大师彼得·德鲁克最早提出了“知识管理”一词。1988 年,他认为知识工人是组成新经济的个体,在这种新经济中硬通货是知识。企业雇员队伍的重心从体力员工和文案员工迅速转向知识型员工。

对于知识管理的研究,国外学者早于我国,而且其研究成果也较国内的深入。国内外学者对知识管理概念的认识,无论是在内涵的界定上还是在语言表述形式上,都有较大的分歧,可谓众说纷纭。有关知识管理的定义目前已多达数 10 种。

1. 国外较有代表性定义

Strapko W (1990) 在 Software Magazine 上撰文将知识管理定义为:“对数据间关系的理解,为管理数据所制定的明确规则以及对数据的准确性和整合性的保证”。

Andreas Abecker (1995) 认为,知识管理是“对企业知识的识别、获取、开发、分解、使用和存储”。

美国德尔集团创始人之一卡尔·弗拉保罗阐述的知识管理的观点为:“知识管理就是运用集体的智慧提高应变和创新能力,为企业实现显性知识和隐性知识共享提供的新途径。”

《知识的进化》的作者维娜·艾利 (Verna Allee) 认为:“知识管理是帮助人们对拥有的知识进行反思,帮助和发展支持人们进行知识交流,并帮助人们获得

知识来源,促进他们之间进行知识的交流。”

资深知识管理专家,经济学博士 Yogesh Mathotra 认为:“知识管理是在日益加剧的不连续的环境变化情况下服务于组织适应、生存和能力等关键问题的活动。其实质在于信息技术处理数据与信息的能力以及人们创造和创新的能力有机结合的组织过程”。

Delphi 咨询公司是最早进行知识管理研究的机构之一,他们对知识管理的定义得到了许多企业和研究机构的认同:“知识管理是一项技术实践活动,它以提高决策质量为目的,协助在整个组织范围内提高知识创新和交流效率。”

Lotus 图文管理产品公司总经理斯科特·库柏认为:“由于信息与人类认识能力的结合才导致了知识的产生。知识管理的目的就是运用信息创造某种行为现象的过程。”

Malhotre Y 认为:“知识管理是当企业面对日益增长的非连续性的环境变化时,针对企业的适应性、企业的生存和竞争能力等重要方面的一种迎合性措施。本质上,它包含了企业的发展过程,并寻求将信息技术所提供的对数据和信息的处理能力以及人的发明创造能力这两方面进行有机的结合。”

Safdie E 等人认为:“知识管理是使人、过程以及技术完美地结合起来,以使组织机构与信息相关的成分变成能为企业带来价值、优势和利益的直观动态的知识财富集合。知识管理是一种文化、生活的方式,或者说是一种做事的方式。”

Applehans 等人认为:“知识管理就是在企业经营环境中,依照各种职务机能来提取及传播相关的资料与信息,因此必须了解哪些职务机能是达成组织目标的关键,并找出这些工作需要什么知识才能成功。这不仅要与信息提供给人,更重要的是将信息与资料整理为可用的知识。”

Gartner Group 认为:“知识管理是通过对企业组织能力的提升,成功的达到对企业信息的掌握、鉴别、检索、分享与评价。这些信息不仅包括数据、文献,还应包括有企业成员头脑中从未被重视过的隐性知识及专业经验。”

David J. Skyrme 认为:“知识管理是对重要知识(Vital Knowledge)创造、收集、组织、使用等一系列流程的科学的、系统化的管理。它注重于将个人的知识转化为组织的知识,并使知识得到适当的运用。”

O'Dell (1997) 认为:“知识管理就是应用系统的方法去发现、理解、使用知识,其目的在于创造价值。”

Petrash (1996) 认为:“知识管理就是将最合理的知识在最恰当的时候提供给最需要的人,以便他们能做出最好的决策的过程。”

Snowden (1998) 认为:“知识管理可以定义为鉴别、最优化和积极地管理知识资本,其形式或以存在于人造产品的显性知识形式,或者以个人或社区拥有的隐性知识形式。”