

ZUZHIZHISHI
GUANLI YU
SHIJIAN

组织知识 管理与实践

张波 著

知识产权出版社

F272.9/93

2007

组织知识管理与实践

张 波 著

知识产权出版社

责任编辑:李 坚 孔 玲

装帧设计:张 冀

责任出版:杨宝林

图书在版编目(CIP)数据

组织知识管理与实践/张波著. —北京:知识产权出版社, 2007. 6

ISBN 978-7-80198-977-2

I. 组… II. 张… III. 企业管理-组织管理学
IV. F272.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 136206 号

组织知识管理与实践

张 波 著

出版发行: **知识产权出版社**

社 址:北京市海淀区马甸南村 1 号

邮 编:100088

网 址:<http://www.ipph.cn>

邮 箱:bjb@cnipr.com

发行电话:010-82000893 82000860 转 8101

传 真:010-82000893

印 刷:知识产权出版社电子制印中心

经 销:新华书店及相关销售网点

开 本:880mm×1230mm 1/32

印 张:6.5

版 次:2007 年 6 月第 1 版

印 次:2007 年 6 月第 1 次印刷

字 数:180 千字

定 价:15.00 元

ISBN 978-7-80198-977-2/F·106(2031)

版权所有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

前 言

知识管理是管理领域的发展潮流,越来越多的学者和社会公众认识到,组织的可持续竞争优势来源于其稀缺、有价值、不可完全模仿与替代的资源(Barney,1991),如技术、信息、知识和组织程序等,谁掌握了最新的知识,谁掌握了更多的知识,谁发明和创造了更新的知识,谁生产了包含更多知识的使用价值,谁就能在未来的竞争中取得优势地位。组织知识管理不仅发生在组织内部,而且组织与客户的知识转移和组织联盟的知识共享日益重要。

本书按照组织内部、组织与客户、组织知识联盟,一步步深入研究知识的共享和管理,提出一套完整的组织知识管理理论,并通过案例研究应用该理论到组织的知识管理实践操作中。

首先,研究知识的定义和范畴,论述知识是一种资产,是经济增长的基本因素,知识有活动的特性,知识活动包括知识的创造、整合、蓄积、扩散、移转、流通、转换、传授和溢出,由此知识管理也分为知识资产管理和知识活动管理两个方面,并用管理学理论对知识管理进行管理学分析,提出知识管理的基本框架理论。

其次,鉴于组织核心能力的构建与提升,是依赖于组织能否成功地将其核心知识进行有效共享,充分实现组织知识资源的整合、发展和增值,从而推进组织知识和技能的螺旋上升,因此,本书研究的目的就在于运用知识共享理论指导组织知识管理,建立起相对完整的组织知识共享体系。通过组织知识共享体系的有效运行,加强组织内外部知识的有序交流和共享,提高知识管理效率,从而提升组织技术水平和服务质量,最终实现组织核心能力的发展。

再次,依据组织核心能力的知识来源,对组织知识进行划分,从组织内部知识共享、组织与客户知识共享、组织的知识联盟3个环节

进行系统分析,针对不同特性的核心知识提出相应的共享模式,构建了各知识主体之间知识共享的总体概念模型。并对上述3个共享环节进行了深入研究。较为完整地表述了组织内部知识转化与共享的各种现实方式,研究了组织内部知识市场的产生、基本构架和运行方式,建立了基于组织核心业务活动的内部知识共享模型,分析、建立起组织与客户之间的知识双向转移模型,并进一步分析组织知识联盟的产生动因、特点和作用,建立了组织知识联盟的多层次知识共享模型,并对组织知识联盟的成员管理、收益管理和风险管理进行了相关研究。

医院作为典型的知识型组织,其核心能力的本质就是医院特有的知识资源。当前,如何有效地加强知识管理,提高知识的使用效益,发展自己的核心能力,是每个医院都必须面对的课题。本书以医院知识管理为典型案例,结合医院管理实际,分析了医院内部知识共享、患者知识、知识联盟3个环节,并建立了医院知识共享的文化建设、组织构建和技术支持系统,提出基于医院知识共享的激励机制与评价体系。

最后,总结了本书主要解决的问题及相关结论;分析了需进一步深入研究的问题,并结合组织知识管理的发展趋势,对知识管理的研究进行了展望。

笔者一直致力于信息化、知识管理、技术扩散、知识溢出、创新管理等方面的研究,依据其博士论文,并结合目前北京联合大学管理学院的教学与科研工作及对知识共享理论和核心能力理论进行了深入的研究,提出了组织知识共享体系的构建方法和模型,同时提出组织内部知识转化与共享子系统、组织与客户知识双向转移子系统、组织知识联盟多层次知识共享子系统,建立了一套不同层级的具有实践指导意义的知识管理理论和方法。

目 录

前言

第一章 知识管理时代	1
1.1 知识经济和知识的经济特质	1
1.2 组织知识管理的重要性	2
1.3 组织知识管理研究现状	7
1.4 本书的内容和结构	9
第二章 知识管理理论	12
2.1 知识及其范畴.....	12
2.2 知识共享理论.....	21
2.3 核心能力理论.....	28
第三章 组织知识共享体系的构建	37
3.1 组织核心能力及其知识来源.....	37
3.2 组织知识共享的总体概念模型.....	45
第四章 组织内部知识转化与共享子系统	51
4.1 组织内部知识共享的模式.....	51
4.2 组织内部的知识市场模式.....	58
第五章 组织与客户知识双向转移子系统	70
5.1 客户知识与客户知识管理.....	70
5.2 组织与客户的知识双向转移.....	80
第六章 组织知识联盟多层次知识共享子系统	88
6.1 组织知识联盟的产生及作用.....	88
6.2 组织知识联盟的管理.....	98
第七章 组织知识共享支持子系统	109
7.1 组织知识共享的文化建设	109

7.2	组织知识共享的组织建设	112
7.3	组织知识共享的技术支持	115
第八章	组织知识共享激励与评价子系统	120
8.1	组织知识共享的激励机制	120
8.2	组织知识共享的评价体系	125
第九章	组织知识管理的案例研究——医院知识管理	129
9.1	医院知识管理概述	129
9.2	医院内部知识共享的实现	138
9.3	医患双方知识的双向转移	148
9.4	医院知识联盟的多层知识共享	159
9.5	医院知识共享的文化建设	164
9.6	医院知识共享的组织建设	169
9.7	医院知识共享的技术平台	172
9.8	医院知识共享的激励机制设计	174
9.9	医院知识共享的评价体系设计	180
第十章	总结与展望	185
10.1	总结和结论	185
10.2	讨论和展望	186
参考文献		188
后记		201

第一章 知识管理时代

1.1 知识经济和知识的经济特质

OECD 自 20 世纪 90 年代初期开始,深刻感受到知识及信息是经济快速成长的基础,而知识更是生产力及经济成长的动力,未来的经济发展应着眼于信息、科技与学习。经历了多年的讨论后,OECD 在《1996 年科学技术和产业展望》的报告中,首次提出以知识为基础的经济(knowledge-based economy,简称为知识经济)的概念,将知识经济定义为建立在知识和信息的生产、分配和使用之上的经济,认为依附在人力资本和技术中的知识将是经济发展的核心(OECD, 1996)。

随着知识在经济活动与体制中的重要性日益凸显,在 APEC (2000)的研究中,知识经济的定义内涵更由建构在知识上的经济基础(knowledge-based),转而更积极地呈现出以知识为驱动力量带动经济成长、财富累积与促进就业(knowledge-driven)的特质。知识经济不仅包含新经济与信息经济的概念,且从高科技产业扩大至所有产业部门均有逐渐朝向知识密集的发展趋势,因此个人、企业与各经济体均需了解知识经济的意义,并掌握知识经济与传统经济思维的差异。

知识的最根本的特质为无体性,即知识不具实体,此为一些公共财产的特征,因此在使用上具不冲突性。就知识的原创者或拥有者而言,知识只要生产一次便可以无限次地加以利用,David(1993)称之为无限利用性(indefinitely expansible)。此一特质使知识作为投入时会产生规模经济(scale economy),因为知识可以低成本无限次地复制,使知识诞生后的边际使用成本遽降而趋近于零。而部分知

识有广泛的用途,也将产生范畴经济(scope economy)。此外,知识的使用不冲突性也及于他人,而使知识具有共享性。由于共享性,知识具有溢出(spillover)效果,会产生外部经济(external economy)。Lucus(1988)将人力资源的理论引入新增长理论之中,认为知识和人力资本同物质资源一样是生产的要素,对知识和人力资本的不断投入可以持续提高一国的长期增长率。Grossman and Helpman(1991)从知识溢出和技术扩散等角度分析了经济增长。

再者,由于无体性,知识需要透过载体方能呈现。知识原发于人,因此人是知识最根本和首要的载体,这使人力资本成为知识经济的重要议题。Romer(1986)建立了内生经济增长模型,他把人力资本完整地纳入经济和技术体系之内,使其作为经济增长的内生变量,认为知识资本对一般消费品的生产具有递增效应。其他的转接载体则包括书面、文件、口耳相传、实体资本、组织、信息网络等。其中书面文件、口耳相传为传统的广义信息技术,而今先进的信息网络更成为信息与知识流通和加值的重要平台。

1.2 组织知识管理的重要性

1.2.1 组织为何需要知识管理

1.2.1.1 知识管理是价值创造的基础

在数字科技和全球竞争的压力之下,传统经济学家将公司视为黑箱,仅探讨投入与产出的观点,已经无法适用于现今情况。如今各领域学者开始研究黑箱内部的运作本质,发现创造公司产品与服务价值的主要生产要素是员工的知识,它深藏在员工日常的工作与实践当中。员工把知识化为行动,为公司创造市场价值,也为个人创造生存价值。有时候科技的出现会扭转竞争模式,但最终所有公司都能购得同样的技术,没有组织能长期垄断最尖端科技,因此,科技不是持久的竞争优势来源。而点子(ideas)已经形成了全球市场,好点子很快就众所周知,竞争对手可以很快地模仿最好的产品或服务点子,或产生更好的点子,新产品与制造的优势将愈来愈难以维系。唯

有具备丰富知识和知识管理良好的公司,借着不断提升质量、创意、效率及顾客价值,才能持续不断地维持竞争优势。有形资源愈用愈少,知识资产则是愈用愈多,组织已经觉悟到知识导向,组织才能在未来具有竞争优势。

知识管理对组织理想的实现与个人存在价值的创造,均具有正面意义。这种正面意义可以使价值创造得到加倍效果。提升组织价值有助于建立组织的竞争优势以及商业成功。组织实质收益的增加连带地使个人薪资增加。不以顾客的观点考虑的组织策略,绝对无法达成以上的价值提升。

因此,知识管理可说是组织价值创造的基础。组织必须对顾客需求的多元化现象进行了解。在全球化与通信高速化的背景下,各种情况相互纠结使得外在经济环境变得极度复杂。在许多层面顾客要求组织具备实践力与创造力,因此组织须加深为顾客的了解。

我们可以用一个知识链接图来表达上述观念,如图 1.1 所示:

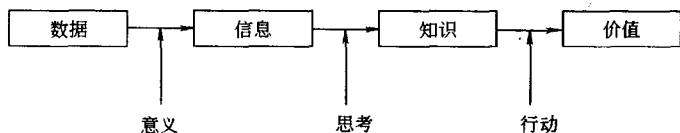


图 1.1 知识链接图

例如,过去即便提供 1 万名顾客相同的商品,仍可获得高度的满足。然而时至今日由于价值观变得多元,要让 1 万名顾客每位都满意的话,可能得制作千百种各式各样的产品。倘若如此,从前 1 位工作者可制作完成的货品,现在需要更多的人手才能完成。话虽如此,工作人员彼此间若能共享顾客信息或是采取与顾客互动的方法,交换心得,将能更有效地应对顾客,而且亦可以累积的成果为基础来开发新产品与增加新收入。

尤克强(2001)提出知识管理讲求自律。唯有贡献知识与活用知识并行,知识管理才能充分发挥其功效。为达目的,企业内部必须建

立个人创造力的环境、明确的业绩评比标准、持续的阶段性进修制度等措施。同样地,如何运用各种沟通的活化策略以培养彼此的信赖关系亦是极为重要的课题。

Afuah(1998)认为,创新是一种将新知识运用于组织能力的提升,并进而开发新产品与新服务来创造组织的价值。他强调,创新活动的关键在于以新知识的使用创新来创造组织的优势能力与市场利益,提出创新利润链(innovation profit chain)的模式架构。

1.2.1.2 知识是组织的资产

当被问及何谓财产时,你会联想到什么?财产和物不脱关系,所以一般人应该会联想到住家、家具、车子和存款吧!对于组织应该包括像土地、建筑物、机械设备和有价值证券等,总之都是些看得见的财产。不过就财产的观点来看,组织的员工又如何呢?人在英文中的说法是 Human Resource, Resource 是资源,所以人力资源就是将人视为资源,因此人才是组织的财产。换个角度来看,对组织而言,人比物品和金钱都更重要,理由在于唯有人,才能发挥创造力,为组织带来物质和金钱等财富。

以金钱评价人的能力可以发现很有趣的结果,好比创造现今流行事物的人,该如何去衡量其评价呢?发明计算机的人、设计计算机软件的人,这些人的功绩都是无法衡量的。

1.2.1.3 组织学习与革新

为了永续经营,组织必须从新的经验及记忆中学习。组织若缺少知识,将失去改变及适应的能力。而缺少记忆,组织将流失有意义的惯例及相关的故事。阿兹海默症(Alzheimer's Disease)是一种破坏记忆造成人类思维不连续的疾病,患者的生活因此遭受极大的打击。对组织而言,记忆也是生存不可或缺的要件。它可以把新经验融入组织背景中,启动所习得的反应及惯例;少了记忆,组织将无法生存。

组织要将商业现场汇集而来的知识予以系统化,进而建构方法论与程序,累积成为组织知识。也就是说组织必须回顾并有系统地

评估成功和失败的经验,记录所学的教训,并开放给所有员工,让他们都能取得这些教训。一名专家引用知名哲学家桑塔亚那(George Santayana)的名字,称这个过程为桑塔亚那的回顾(Santayana Review)。桑塔亚那曾说过,不记得过去的人注定会重蹈覆辙。不幸的是,现在有太多经理人毫不在意过去,甚至还存有敌意,不愿回顾,因而放弃了很有价值的知识。

例如,IBM 的 360 系列计算机是有史以来最受欢迎、获利最高的产品之一,它的技术是源于之前推出失败的 Stretch 计算机。在这个及其他许多例子中,学习不是经由仔细规划而来的,而是无意间发生的。很少有企业建立一套流程,要求公司的经理人定期思考过去,并从错误中学习。

又例如,波音公司在 737 和 747 型飞机计划遭遇困难时,立刻着手从错误中学习。这两种机型都曾大张旗鼓地问市,但也发生严重的问题。为了确保不再重蹈覆辙,高阶主管组成一个称为作业任务(project homework)的高阶员工小组,将 737、747 机型的开发流程和公司获利最高的 707、727 机型做比较。这个小组必须发展出一套可供未来计划参考的学到的教训(lesson learned)。3 年之后,这个小组提出数百项建议,编成一本一英寸厚的小册子。接着,小组成员转而参与 757、767 新机型计划,他们以经验为师,结果新机型推出时,创下波音公司有史以来新机上市最成功且零缺点的记录。

1.2.2 组织知识管理的分类和层级

不同的分类基准会产生不同的知识管理类型,因此知识管理的分类,目前并无统一的说法。

1) Papows(1998)认为知识管理随着组织发展的演化过程而有不同,依组织层级的不同,可分 4 个层次:

个人层次:重点在于知识的存取和工作流程的整合。

工作群组层次:重点在于形成小组系统、电子讨论系统、部门参考系统、部门行事历或日程表系统以及文件编写系统。

组织内部整合层次:知识管理是要把信息从个人经验或功能零

(silo)中挖出来。窖是信息业用语,用来形容个人所拥有的信息库。这些个人所拥有的信息必须提供出来,让更多同仁取用,发挥其更大价值。知识管理有助于把组织学习的程序系统化。

组织向外延伸层次:可依兴趣范围,把信息主动提供给使用者,以此克服目前静态系统的问题,但必须有效预期顾客的需求,送出接收者真正需要的信息。

2) 卓素珍(2001)则认为知识管理以技术类型分,可分为:

以管理技术为主的知识管理:以内隐知识为主,以信息科技为辅的知识管理,着重在激发组织内个人的潜能,包括组织内的人文气氛、员工的信任等,使员工愿意奉献知识,为组织创造以利润为主的知识管理。

以信息科技为主的知识管理:以外显知识为主,以组织文化为辅的知识管理,着重在信息科技的基础建设,包括文件的制作、数据库的应用、网络的资源共享、作业流程的效率等。

3) 白景文(2002)依行业的不同将知识管理类型分为:

计算价值的知识:此为金融财务机构或是会计部门最关心的部分,此时知识被视为智能资本,重点则落在以组织的角度去计算或管理知识的价值。

智能财产运用的知识:此系主要在以强大科学及研发为主的企业,如制药厂及研发机构,其所运用者超过以往的专利权管理,因此知识管理的系统功能主要在于将所有的知识或研发成果,均可以有效计算得到一数值。

项目知识的学习:当1个组织转型为以创新及完成项目为运作方式时,必须将每一次项目完成时所获致的知识加以归类,并且将此知识传递予项目执行的每一个成员。顾问公司、专业服务的公司、航天公司等系统均属这种类型。

需知识方能工作的人员的管理:当原有以传统作业方法做事的人员转变为以知识来做事时,便会产生许多人事管理上的问题,此时知识管理系统所扮演的角色体现在反映主管的意图、知识的分享方

式、知识提供的方式改进等,最终可以提高整体的生产力。

本研究中,将组织知识管理从空间层级上分为组织内部知识管理、组织与客户知识管理、组织联盟知识管理。

1.3 组织知识管理研究现状

1.3.1 组织知识管理

知识管理是一个复杂的系统工程。对知识管理的认识伴随着知识经济的兴起而受到国内外学者的重视。不同的学者从不同角度对知识管理作了研究。Drucker(1993)指出,知识在信息社会中取代了土地、资本、劳力等实体资本,成为最重要的经济资源。Davenport、Prusak(1998)提出知识管理两阶段论,认为在知识管理的第一阶段企业将知识资产视同有形资产一样来管理,并将其分类、存放在知识库中;在知识管理的第二阶段,当企业意识到本身知识库里的知识资产日益庞大时,就会考虑如何改进与提升知识工作业务的本身,以尽可能地将所学习到的知识充分掌握,并将之与其他共享,从而做到更有效地利用来自组织内外部的知识,以尽可能地避免或减少错误,达到较好的市场效果。匡跃平(2000)、郭斌(2001)也把企业的知识,如专利、技术窍门(know-how)、版权等作为一种资源或资本,也就是把知识技术看作是一种资本。

还有很多的学者对知识管理的概念和内涵作了研究,主要观点有:David(1992)认为,知识管理至少包括:知识创造、知识收集、知识组织、知识传播、知识利用和知识宣传 6 个过程。Yogesh(1998)认为,知识管理就是当组织面对不断加剧而又不连续的环境变化时,为了提高组织的适应能力、生产能力和竞争能力,不断探求将组织用信息技术处理信息的能力与组织成员创造与革新能力相结合的一种过程。夏敬华(2003)认为,知识管理是协助企业组织和个人,围绕各种来源的知识内容,利用信息技术,实现知识的生产、分享、应用及创新,并在企业个人、组织、业务目标以及经济绩效等诸方面形成知识优势和产生价值的过程。其他的学者也针对知识管理的内涵分别作

了阐述, Wiig(1994)对知识管理的定义为:一串协助组织获取自己及他人知识的活动,透过审慎判断的过程,以达成组织任务。O'Dell, Grayson(1998)认为知识管理是指适时地将正确的知识给予需要的成员,以帮助成员采取正确行动,来增进组织绩效的持续性过程。IBM(1999)对其的定义为:知识管理是企业 Know-How 管理及共享运用。目的在全面提升生产力(productivity)、应变力(responsiveness)、工作职能(competency)以及创造力(innovation)。吴思华(1998)认为,知识管理包括如下过程:创造知识、传播知识、蓄积知识、加值知识和创造知识。而知识管理系统的建构由知识创造、知识加值和知识流通组成。这些观点都反映了知识的获取、转移和创新是知识管理过程的主要活动,其中知识的获取和转移是知识创新的前提和基础。Newman(1999)搭建出知识管理的方法、惯例与技术的分析框架。Chauvel, Despres(2000)汇集了知识管理的先驱探索者的研究,对知识管理的历史发展、思想主题、系统管理、实践社群、管理工具与方法等进行了系统探索。Tuomi(2002)对知识管理的未来进行了展望。Kuhlen(2003)则对合作生产和知识交换对企业知识管理的范式转变进行了综述性研究。

从知识管理实务面上看,对知识管理的研究大致可以分为 4 个时期。第一代的知识管理典范出现在 1960 年以前,即 Federick Taylor 的科学管理时代,认为产业智慧的开发、蓄积与应用是前一阶层的使命,作业核心只负责执行,完全不鼓励他们随便更动前者所定下的知识与规范;第二代(1960~1980 年)知识管理:全面上下均形成一个思考型组织、学习型小区,所有知识流、联结的疆界,是以整个合作生产网络单位,而不只是局限于单一企业内部(toyota);第三代(1980~2000 年)知识管理:一切疆界模糊化了,形成一个创新、价值的共同开发与互动的知识流,一切知识是共同开发的,一切价值也是共享的,以经营策略主轴的经济体崛起,并称为新经济。第四代(2000 年至今)知识管理,台湾中山大学的陈年新教授称之为“看不见的新大陆,因特网提供了无限的可能”。

1.3.2 现存问题

从1.3.1节的论述中,可以发现,当前如何有效地加强组织知识管理、提高知识的使用效益、发展组织的核心能力,是每个组织都必须面对的课题。

组织核心能力的构建与提升,依赖于组织能否成功地将其核心知识进行有效共享,充分实现组织知识资源的整合、发展和增值,从而推进组织知识和技能的螺旋上升。那么,如何运用知识共享理论指导组织知识管理,建立起相对完整的组织知识共享的体系呢?依据组织核心能力的知识来源,对组织知识进行划分,还很少有学者涉猎和探讨该问题,那么,如果从组织内部知识共享、组织与客户知识共享、组织的知识联盟三个环节进行划分和系统分析,怎样针对不同特性的核心知识提出相应的共享模式,构建各知识主体之间知识共享的总体概念模型,是我们研究的问题。

其次,对于组织的每个层次和环节上的知识管理研究还需要细化,对于组织内部,知识转化与共享有哪些现实方式?组织内部知识市场的产生、基本构架和运行方式是什么样的,如何建立基于组织核心业务活动的内部知识共享模型?对于组织和客户之间,如何建立起组织与客户之间的知识双向转移模型,并运用模糊层次分析法来获取客户满意度的隐性知识?对于组织知识联盟,如何建立组织知识联盟的多层次知识共享模型?并如何进行组织知识联盟的成员管理、收益管理和风险管理?最后,如何进行建立基于组织知识共享的激励机制与评价体系?这些都是需要研究和解决的问题。

1.4 本书的内容和结构

本书按照组织内部、组织与客户、组织知识联盟的空间层次和顺序,一步步深入研究知识的共享和管理,提出一套完整的组织知识管理理论,并通过案例研究应用该理论到组织知识管理实践操作中。

首先研究知识的定义和范畴,论述知识是一种资产,是经济增长的基本因素,知识有活动的特性,知识活动包括知识的创造、整合、蓄

积、扩散、移转、流通、转换、传授和溢出,由此知识管理也分为知识资产管理和知识活动管理两个方面,并用管理学理论对知识管理进行管理学分析,提出知识管理的基本框架理论。

鉴于组织核心能力的构建与提升依赖于组织能否成功地将其核心知识进行有效共享,充分实现组织知识资源的整合、发展和增值,从而推进组织知识和技能的螺旋上升,因此,本书研究的目的就在于运用知识共享理论指导组织知识管理,建立起相对完整的组织知识共享的体系。组织知识共享体系的有效运行,能够加强组织内外部知识的有序交流和共享,提高知识管理效率,从而提升组织技术水平和服务质量,最终实现组织核心能力的发展。

依据组织核心能力的知识来源,对组织知识进行划分,从组织内部知识共享、组织与客户知识共享、组织的知识联盟三个环节进行系统分析,针对不同特性的核心知识提出相应的共享模式,构建各知识主体之间知识共享的总体概念模型。并对上述三个共享环节进行了深入研究。较为完整地表述了组织内部知识转化与共享的各种现实方式,研究组织内部知识市场的产生、基本构架和运行方式,建立基于组织核心业务活动的内部知识共享模型,并分析并建立起组织与客户之间的知识双向转移模型,并进一步分析组织知识联盟的产生动因、特点和作用,建立组织知识联盟的多层次知识共享模型,并对组织知识联盟的成员管理、收益管理和风险管理进行相关研究。

医院作为典型的知识型组织,其核心能力的本质就是医院特有的知识资源。当前,如何有效地加强知识管理,提高知识的使用效益,发展自己的核心能力,是每个医院都必须面对的课题。本书以医院知识管理为典型案例,结合医院管理实际,分析并建立医院知识共享的文化建设、组织构建和技术支持系统,并提出基于医院知识共享的激励机制与评价体系。

第一章阐述在知识经济时代,组织知识管理的重要意义;第二章阐述知识、知识的管理问题、知识共享、核心能力等知识管理理论;第三章从总体上提出组织知识共享体系的构建方法和模型;第四~八