

本书获河南科技大学学术著作出版基金资助

跨国公司

知识管理

理论与实证研究

王清晓 著

KUAGUO GONGSI

ZHISHI GUANLI

LILUN YU SHIZHENG YANJIU



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

国家行政学院图书馆 中国人民大学图书馆 中国人民大学商学院图书馆

跨国公司

知识管理

理论与实证研究

王德成 著

北京：中国人民大学出版社，2005

ISBN 7-300-06100-0

定价：35.00元



中国人民大学出版社

本书获河南科技大学学术著作出版基金资助

跨国公司

知识管理

理论与实证研究

王清晓 著

KUAGUO GONGSI

ZHISHI GUANLI

LILUN YU SHIZHENG YANJIU



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

跨国公司知识管理:理论与实证研究/王清晓
著. —北京:经济管理出版社,2007. 11

ISBN 978 - 7 - 5096 - 0122 - 8

I . 跨… II . 王… III . 知识经济 - 应用 - 跨国
公司 - 企业管理 IV . F276. 7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 187550 号

出版发行:经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话:(010)51915602

邮编:100038

印刷:北京市银祥福利印刷厂

经销:新华书店

组稿编辑:胡翠平

责任编辑:王玉水

技术编辑:晓 成

责任校对:郭红生

880mm×1230mm/32

10 印张

243 千字

2007 年 11 月第 1 版

2007 年 11 月第 1 次印刷

定价:25.00 元

书号:ISBN 978-7-5096-0122-8/F·122

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书,如有印装错误,由本社读者服务部
负责调换。联系地址:北京阜外月坛北小街 2 号

电话:(010)68022974

邮编:100836

序

面对中国改革开放和经济发展带来的发展机遇，越来越多的跨国公司在我国设立生产基地、研发中心。跨国公司的核心竞争力主要来源于其经营活动的跨文化、跨体制、跨国界特性所造就的特殊的知识结构和知识体系。跨国公司通过促进其母子公司间以及子公司与子公司之间的知识转移和流动，实现知识在更大范围内的应用以及核心竞争能力的不断扩展与延伸。因此，研究跨国公司内部的知识管理活动，一方面可以帮助我们准确地认识和把握跨国公司内部知识管理的一般规律；另一方面可以为我国企业的跨国经营提供借鉴。

王清晓同志的这部专著《跨国公司知识管理——理论与实证研究》，以跨国公司内部的知识和知识管理活动作为主要研究对象，研究了跨国公司知识管理的一般规律以及电子信息行业跨国公司与其在华子公司之间知识转移的主要影响因素。选题是有意义的，具体表现在：①跨国公司知识转移活动非常复杂，目前对跨国公司知识转移活动的研究还有待深化。②跨国公司知识转移活动很重要，跨国公司内部知识转移活动既是跨国公司扩展其竞争优势的必然选择，也是国际间知识扩散的重要途径之一。③选择电子信息行业的跨国公司作为实证研究对象，具有典型性和代表性。首先，电子信息行业在我国经济发展中所占的比重越来越大；其次，电子信息行业的知识更新快、产品生命周期短、企业内和企业间的知识转移活动频繁。④目前国内对跨国公司内部知识转移的影响因素进行实证研究的文献尚不多见。

总体而言,我认为王清晓同志的这部专著主要有以下几个特点:

首先,研究过程和方法是科学的、规范的。第一,借鉴了国内外主流的实证研究严谨的研究过程和方法,通过理论推演得到跨国公司内部知识转移的理论模型后,针对研究问题,提出了一系列研究假设。在对研究假设中涉及的建构进行度量时,借鉴并采用了大量国外成熟的量表,增加了研究的科学性。第二,本书作者用了半年多的时间,对江苏省境内(南京、苏州、无锡、常州、镇江等外资集中城市的高新区、工业园等)的260家外资企业进行了问卷调查,收回了111家跨国公司的子公司的有效问卷,取得了丰富可靠的第一手资料。第三,在数据处理方面,采用方差分析、因子分析、结构方程分析等先进的统计方法,得到了一系列可信的分析结果。科学规范的研究方法是取得有价值的研究结论的前提和必要条件。

其次,所提观点是新颖的,结论是科学可信的。例如,认为“跨国公司的内部知识转移行为并不完全是一种外部市场失效的被动选择,也是一种在全球范围内拓展其知识优势的主动行为”,“在跨国公司母公司和子公司之间的知识转移过程中,影响不同类型知识转移有效性的关键因素不同”,以及“对影响知识转移的关键因素的研究和把握,有助于跨国公司针对不同类型的知识制定相应的知识管理战略,也有助于我国企业在与跨国企业合作过程中的知识学习,进而积累知识,为自主创新打好基础”等。本书的研究,使我们对不同类型知识在跨国公司内部转移影响因素的差异性有了更好的了解,也使我们对发展中国家知识转移影响因素的特殊性有了更好的认识,是对知识转移研究的进一步发展。

最后,该研究具有较强的理论意义和实践意义。其理论意义在于,通过对跨国公司知识管理理论的发展和补充,以及对跨国

公司内部知识转移活动和规律的研究，丰富和拓展了国内在国际企业管理、组织行为等研究领域的理论基础，丰富了企业能力理论的相关研究，弥补了目前国内知识管理研究领域实证研究不足的问题。实践意义在于，对跨国公司来说，可以针对不同类型的知识制定相应的知识管理战略，对中国本土企业而言，可以提高对外部技术知识、管理经验和先进经营理念的学习和吸收能力，从而不断积累知识，最终实现自主创新。

综上所述，我认为，这部著作的研究结论和成果，反映了作者敏锐的学术洞察力、严谨的学术作风和较强的创新能力。另外，规范的研究方法和写作风格，增强了该书的可读性以及观点和研究结论的学术价值和应用价值。

希望作者在现有研究的基础上，继续探索，大胆创新，取得更多新的研究成果，也希望国内有更多的学者投入到跨国公司以及本土企业知识管理研究的行列中，为企业知识管理理论体系的建立和完善作出更大贡献。

杨 忠

2007年10月于南京大学

前 言

企业知识理论将企业看做一个知识的集合体，企业内部所特有的知识结构和知识体系成为企业竞争优势的深层次来源，跨国公司也不例外。内部化理论认为，由于外部知识市场的失效，跨国公司不得不通过对外直接投资形成内部化知识市场，来实现转移和应用知识的目的。实际上，我们认为跨国公司的内部知识转移行为并不完全是一种外部市场失效的被动选择，也是一种拓展其知识优势的主动行为。跨国公司作为一种特殊类型的企业，其经营活动的跨文化、跨体制、跨国界特性，造就了其知识结构和知识体系的特殊性，从而形成了跨国公司独特的知识优势。为了拓展这一知识优势，跨国公司有着强烈的动机将产生于其组织网络中的某一节点的知识应用于组织内更大的范围。

本书的主要内容分为两大部分：第一部分是跨国公司的知识管理理论部分，在对现有知识管理理论以及跨国公司知识管理理论进行梳理的基础上，给出本书对跨国公司知识的新分类，以及作者的观点——跨国公司内部知识转移是跨国公司扩展知识优势的重要途径。在这部分还介绍了一些著名企业的知识管理案例，希望读者能够通过这些案例对知识管理的实践有一个感性的把握。第二部分针对目前国内知识管理研究领域大样本实证研究严重不足的问题，依托国家自然科学基金项目“跨国公司内部的知识转移、共享与创新机制研究”，选择电子信息行业跨国公司在华子公司作为主要调研对象，对江苏省境内（南京、苏州、无锡、常州、

镇江等)的260家外资企业进行了问卷调查,不仅采用了目前国内管理学领域普遍采用的量表来度量关键的建构(Construct),而且采用了先进的结构方程分析(Structural Equation Analysis)方法对收回的111家企业的有效问卷进行统计分析,得到了一系列有说服力的结论。

本书的主要观点有:知识经济条件下,知识管理是企业获取和保持竞争优势的重要手段;跨国公司知识转移是跨国公司在全世界范围内扩展其知识优势的重要途径;跨国公司内部的知识,根据其功能和作用可以重新划分为理念性知识、协调性知识和操作性知识三类;在跨国公司母公司和子公司之间的知识转移过程中,影响不同类型知识转移有效性的关键因素不同;对这些关键因素的研究和把握,有助于跨国公司针对不同类型的知识制定相应的知识管理战略,也有助于我国企业在与跨国公司合作过程中的知识学习,通过知识积累,最终实现自主创新。

本研究借鉴了大量国内外跨国公司研究、跨文化研究、知识管理研究等领域专家和学者的研究成果,对此,书中已尽最大努力在所引用观点处给予了标注,在此,向这些专家和学者表示衷心的感谢!

当然,由于作者水平有限,书中疏漏和不妥之处在所难免,恳请专家学者和广大读者批评指正。

作者 谨记

2007年10月于河南科技大学

目 录

1 知识管理理论概述	1
1.1 知识的概念与类型	1
1.2 知识管理的产生与发展	10
1.3 知识管理的内涵与特征	14
1.4 知识管理理论的研究视角	22
1.5 知识管理的作用与职能	23
1.6 主要学派及主要研究方向	25
2 跨国公司内部知识的分类及特点	39
2.1 企业的理念性知识、协调性知识和操作性知识	39
2.2 跨国公司内部的知识分类	47
2.3 跨国公司知识体系的特点	61
2.4 跨国公司向其在华子公司所转移知识的特点	63
3 跨国公司知识管理战略	65
3.1 知识视角的跨国公司理论	65
3.2 跨国公司知识管理战略的组成	70
3.3 跨国公司的知识积累战略	74
3.4 跨国公司的知识转移与共享战略	76
3.5 跨国公司的知识创新战略	80

3.6	案例分析：跨国公司知识管理的典型案例·····	82
4	跨国公司知识转移理论·····	92
4.1	知识转移研究的理论基础·····	92
4.2	知识转移的文献回顾·····	118
4.3	跨国公司知识优势的来源及外在表现·····	138
4.4	知识转移在跨国公司全球扩张中的作用·····	144
4.5	跨国公司扩展知识优势的有效途径——知识转移 ·····	146
5	跨国公司知识转移的理论模型与研究假设·····	151
5.1	研究背景·····	151
5.2	研究意义·····	156
5.3	研究思路、技术路线和方法·····	158
5.4	理论模型的形成·····	160
5.5	研究假设·····	168
6	研究设计与数据收集·····	187
6.1	建构的操作性定义及其度量·····	187
6.2	调查问卷的设计·····	199
6.3	样本的选择·····	200
6.4	数据的收集·····	204
6.5	数据分析方法·····	206
7	数据处理和统计分析结果·····	210
7.1	描述性统计分析·····	210
7.2	问卷的信度和效度检验·····	212
7.3	结构方程分析·····	219

8 结果讨论与相关建议	247
8.1 模型验证结果汇总	247
8.2 结果讨论	249
8.3 相关建议	258
8.4 本研究的主要贡献	264
附录.....	266
参考文献.....	276
后记.....	304

1 知识管理理论概述

1.1 知识的概念与类型

1.1.1 知识的概念

知识一词在《辞源》中有两种解释：一是“相识见知的人”；二是“指人对事物的认识”。第二种解释与现代汉语中的含义接近。战国时期，荀子就提出人有认识客观事物的能力：“凡以知，人之性也；可以知，物之理也。”（《解蔽》）墨家认为知识在于人能准确反映所见的客观之物，并将知识分为四类：知、闻、说、亲。（《经上》）北宋的张载将知识分为“见闻之知”和“德性之知”，承认一般的感性知识来源于“物交”，但否认“见闻”为“理性”（德性）知识的基础。南宋朱熹把知识作为对事物“所当然”的道理和规律的认识，“知，谓说其事之所当然”。（《四书章句集注》）明代王守仁认为知识是主观自生的东西，“心之灵明是知”。（《传习录》上）

至现代，人们对于知识的认识更进一步深入，知识被认为是人们通过学习、发现和领悟到的对世界认识的总和，是人类认识

的结晶。《辞海》中将知识定义为“人类认识的成果和结晶”，并指出“人的知识是后天在社会实践中形成的，是对现实的反映”。《现代汉语词典》中的定义是，知识是“人们在改造世界的实践中获得的认识和经验的总和”。可见，知识不仅是人类认识世界的成果和结晶，更是从事实践的思想、工具和手段。

在西方，对于知识的认识和研究，可以追溯到古希腊时期，普罗泰戈拉（Protagoras）提出了“人是万物的尺度”这一著名论断，认为所有知识都来自于个人的经验，而每个人对事物的感知不同，因此“知识是相对的，因人而异”（赵敦华，1996）。到了苏格拉底和柏拉图时代，该论点被推翻，苏格拉底强调唯有一般的知识才是真知识，即所谓“德性就是知识”（赵敦华，1996）。柏拉图也否定了知识仅仅是一种感知的说法，并指出，尽管在认识事物的过程中，因主体不同而对事物的认识具有主观性，但归根结底，被观察或认识的事物是客观而确定的。基于这种“知识必然是稳定并具有相应客体”的假设，柏拉图认为知识是经过证实的、正确的认识，即所谓“真理”或“绝对知识”（程刚和郭贻予，2000）。

知识经济的提出，使得人们对于知识本质的认识与人类的实践活动的结合更加紧密，知识逐渐被纳入一个动态的、与人和组织交互作用的系统，只有在“使用”过程中，知识才能体现出其价值，才成为有实践意义的知识。管理学大师彼得·德鲁克（1993）认为：“知识是可以改变事物或某些人的信息——或成为行动的基础，或使个人（或机构）具备采取不同的和更有效的行动的能力。”知识管理、知识资本研究学者也从不同的视角给出了对知识的理解，Wiig（1993）认为知识包括一些事实、信念、观点、观念、判断、期望、方法论与技巧类知识等，此观点强调知识在心智模式内的组成元素。Beckman（1997）说，知识是人类对数据和信息的一种逻辑推理，它可以提升人类的工作、决

策、问题解决及学习的绩效。此观点强调知识的形成过程及其指导决策与行为的用途。Spek 和 Spijkervet 的观点：知识包括一切人类认为是正确且真实的领悟、经验和程序等，它可以用来指导人类的思考、行为与沟通。此观点强调知识的筛选、验证、认定过程（被证实是正确和真实的）和运用（林东清，2005）。Webster（韦伯辞典）：知识是存在于人类心智的一些事实和原则，它必须是经过人类心智的认知与学习而获得的，是一种对事实的了解、一种知觉、一种熟练的程度。此观点强调知识的形态与形成过程（通过人类心智模式的认知与学习）（林东清，2005）。Davenport 和 Prusak（1998）对知识的定义重点有：

①知识的形态：知识是一个流动、动态的混合体，随着刺激和学习随时改变更新；②组成元素：包括经验、价值观、情境信息和专业洞察力；③主要功能：它能提供一个参考结构来评估与整合新刺激所产生的信息与经验，形成新的结构（学习）并可以指导决策和行为；④存储主体：它由知者的心智产生并被利用。在组织内不仅存在于文件与知识库中，也存在于例行的工作、流程、实践与文化中。他们认为知识的主要特性有：

- 知识是隐性的（tacit），知识存储在个人心智模式内，大都是隐性的，很难定义，也难以模仿。

- 知识是行动导向的，能直接指导人类的行动，有行动的知识才有价值。

- 知识是动态的，它随着人的心智模式不断地学习并随时修正。

- 知识是主观独特的，同样的现象，每个人的理解和解释都不会完全一样。

- 知识是可以复制和再利用的，好的知识可以复制转移到其他的场所再利用。

- 知识不会因共享而磨损。

知识与一般生产要素的最大区别在于其收益递增现象。知识具有非独占性，即你可以在不放弃它的同时传递给他人，虽然知识产权会形成某种程度的独占，但这种独占是短期的。知识的非独占性正是知识收益递增的基础。著名经济学家克拉克指出：“知识是唯一不遵守收益递减规律的生产工具”（萨缪尔森，1992）。阿罗（Arrow，1962）从知识传递过程中的“溢出效应”的角度解释了知识产生报酬递增的原因，他说，当新知识被固化在新产品中时，这项新知识同时溢出到其他产品的生产和运用中，从而提高了所有产品的生产率。正是这种知识的外部溢出效应导致了知识的报酬递增。

综合考虑众多学者对知识内涵的理解，我们认为 Davenport 和 Prusak（1999）对知识的定义比较贴切，他们认为，“知识是结构性经验、价值观念、关联信息及专家见识的流动组合。知识为评估和吸纳新的经验和信息提供了一种构架。知识产生于并运用于知者的大脑里。在组织机构里，知识往往不仅仅存在于文件或文库中，也根植于组织机构的日常工作、程序、惯例及规范之中”。

1.1.2 知识的类型

在不同的研究领域，知识有不同的分类方法，而在管理学科中引用最多的知识分类主要有以下几种：

（1）经济合作与发展组织（OECD）的分类。在经济与合作发展组织 1997 年出版的《以知识为基础的经济》一书中把知识分成四种类型：①知道是什么的知识（know-what）：也称为事实知识，是关于事实方面的知识，类似于通常所称的信息。②知道为什么的知识（know-why）：也称为原理知识，是指自然原理和规律方面的科学理论，这类知识在多数产业中支撑着技术的发

展及产品和工艺的进步。③知道怎样做的知识 (know-how): 也称为技能知识, 是指做某些事的技艺与能力, 例如, 商人判断一个新产品的市场前景, 或一个人事经理选择和培训员工都必须运用他们的 Know-how, 操作复杂机器的熟练工人也是这样的。④知道是谁的知识 (know-who): 也称人为知识, 涉及谁知道和谁知道如何做某些事的信息, 它包含了特定社会关系的形成, 即有可能接触有关专家并有效地利用他们的知识。前两种知识主要表现为显性知识, 后两种知识主要表现为隐性知识。

(2) 隐性知识与显性知识。最早提出知识的内隐性特征的是波兰尼 (Polanyi)。波兰尼早年在生物学领域成绩斐然, 中年后却对哲学、认知科学产生了浓厚的兴趣。波兰尼对隐性知识的研究成为今天知识管理理论的经典之作。波兰尼在《隐含维度》和《个人知识》两部著作中揭示了一个基本原理: 我们所能表达的要比知道的少。而后 Nonaka 和 Takeuchi (1995) 也提出了同样的说法, Nonaka 和 Takeuchi 将人类知识分为两类: 显性或编码化知识和隐性知识。

显性或编码化知识是指那些能够用正式的言语、文字或数字清楚表达的知识。显性知识容易被模仿, 因此, 企业一般会用法律的或其他的手段来保护这些显性知识, 例如专利、版权或商业秘密等, 这样, 企业就可以通过向外界转让或在企业内部转移等方式来保证对显性知识投资的收益。当然, 在知识转让或转移的过程中, 不可避免会出现溢出效应, 企业在显性知识方面的优势就会逐渐减弱, 直至完全消失, 因此, 企业需要不断地创造新的显性知识, 以实现企业的生存和发展。

而隐性知识深藏于人们的大脑中, 具有个人的特征, 知识的拥有者可能无法完全地意识到它, 因此只能部分地用语言表达。隐性知识来源于个体对外部世界的判断和感知, 而这种判断和感知是源于经验的, 源于主体与客体长期相互作用中的主观感受,