



【博士文集】

祁红梅◎著

知识的吸收与创造

Zhishi De Xishou Yu Chuangzao



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



【博士文集】

祁红梅◎著

知识的吸收与创造

Zhishi De Xishou Yu Chuangzao



中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第107599号



电话: 010-68319383 传真: 010-68319383

地址: 北京市西城区百万庄大街24号



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

知识的吸收与创造：知识定制化程度与接收方参与程度对知识转移绩效影响的实证研究：河北经贸大学工商管理学院博士文集/祁红梅著. - 北京：中国经济出版社，2007. 12

ISBN 978 - 7 - 5017 - 8282 - 6

I. 知… II. 祁… III. 知识学—文集 IV. G302 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 167799 号

出版发行：中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址：www. economyph. com

策划编辑：毛增余 (电话：010 - 68319287)

责任编辑：刘建生 (电话：010 - 68308159)

责任印制：张江虹

封面设计：任燕飞设计室

经 销：各地新华书店

承 印：潮河印业有限公司

开 本：32 开

印张：8.375 字数：194 千字

版 次：2007 年 12 月第 1 版

印次：2007 年 12 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978 - 7 - 5017 - 8282 - 6/F · 7275

定价：24.00 元

版权所有 盗版必究

举报电话：68359418 68319282

国家版权局反盗版举报中心电话：12390

服务热线：68344225 68369586 68346406 68309176

作者简介
About Author

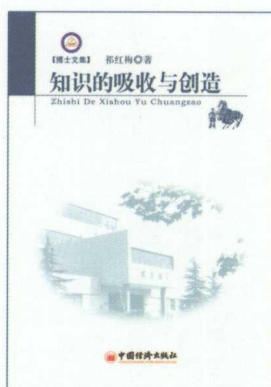
祁红梅



1970年生。中国人民大学产业经济学硕士，西安交通大学管理学博士。研究方向为知识管理、营销管理。

在国家自然科学基金委指定的管理学重要期刊、CSSCI检索源管理学期刊发表文章十多篇，出版《市场营销策略》《人力资源管理策略》等著作。作为主研人参加国家自然科学基金研究项目三项，主持和参加省级立项十多项。

本研究受国家自然科学基金“基于合作创新的知识转移中知识产权风险与对策研究”的资助，项目编号：70472038



《博士文集》编委会

主 编 王春和

编委会成员 王春和 孟华兴 魏长霖 张洪吉

祁红梅 黄玉杰 郭会斌 孙庆文

杨在军 张中科 薄连明 董葆明

郑 展 刘振滨 张秀岩 武彦斌

刘力军 李晓英 左占平 谢晓静

李伟红

总 序

新的世纪,经济的发展方向越来越凸显多维性,人类所处的社会环境愈加多变,企业间的竞争也越来越激烈,如何进行理论创造和创新,业已成为世界企业管理领域共同的追求。

自 20 世纪 80 年代以来,伴随着规模化、系统化引进西方企业管理理论和管理方法的历程,中国管理学界已经走过了引进、吸收和中国化等几个重要阶段;改革开放近 30 年以来,中国 GDP 平均以 9.67% 的环比增长速度不断并将继续创造着人类经济奇迹;随着年底有望成为继美国和日本之后的世界第三大经济体,中国经济与企业的影响力和辐射力日益增强。在中国经济工业化、市场化、信息化、国际化和城镇化的发展进程中,不断总结并提炼经济快速腾飞期和社会快速转型期的企业管理思想、理论和方法,总结并输出中国企业的管理经验,为丰富的企业管理理论殿堂增加新的构件,是每位专家必然面对并思考的问题,更是每位富有责任感的学者无止境的追求。多年来,管理界的学者们孜孜以求、笔耕不辍,但在一些重要研究领域仍难形成基于独特国情、富有特色的理论体系,实为憾事。尽快弥补上述缺憾的责任感、使命感,促使我们组织了本《博士文集》系列专著。

呈现在读者面前的此《博士文集》乃是我院近年来毕业博士的博士论文集大成者。该文集由我院教师在各自博士论文的基础上修改、完善、充实而成,面向专业人士。该文集研究范围宽泛,或聚焦家族企业法人治理,或前瞻服务管理,或开拓创业

管理,或探求人力资源管理,或拓展营销管理,或揭示非营利组织管理,或深挖技术管理,或集成区域创新网络等,不一而足,同时也彰显了长期以来引领河北省企业管理学科建设的学院特色。综观本博士文集,其选题秉承登高而望远之宗旨,以使其成果处于所研究领域的巅峰地带为追求;其研究风格兼具学科的边缘性与交叉性;其研究框架在符合相关规范的基础上,有继承又有创新;其研究方法科学严谨又各有千秋。读者既可以从中学洞悉作者所攻读学校之治学风格,对攻读博士学位的有志之士也不失为有益参考。

客观而言,管理学可用作经世济民之学。然而,中国经济的蓬勃发展和改革开放的浩荡事业中所蕴涵的种种问题,绝不是学者坐在书斋里皓首穷经便可找到答案的,这需要依靠实践的探索。作为学者,我们的目标宏大而神圣,求索的路还相当艰难而漫长。在管理理论极易证实与证伪的客观规律面前,我只能说该文集中的学术贡献只是一家之言,当然,这受制于作者所处的经济人文环境和所掌控的资源。我期望这些优秀学人能更上一层楼,使其成果更富有前瞻性和启发性;欢迎在相同领域的学者们与作者研讨、商榷,以推动管理理论的发展,早日向世界输出既富有我国特色又能影响世界经济发展和人类进步的现代管理理论和管理方法;在管理研究成果浩如烟海的今天,我更期待本《博士文集》能为相关领域的读者点燃智慧的火花并有所启迪。是为序。

河北经贸大学

工商管理学院院长
教授、博士

王素和

2007 年深秋

序

在知识经济时代,知识生产成为经济发展的决定性因素,知识创新是组织获取竞争优势的关键,组织必须最大化地吸收和利用外部知识资源,才能促进知识生产,获得竞争优势。然而,在组织间的知识转移中存在种种障碍,外部知识很难被接收方真正吸收和运用,这严重影响知识转移的绩效。研究知识接收方如何动态地参与知识转移过程中,并对知识转移的绩效产生影响,具有重要的理论价值和实践意义,为此,本研究得到国家自然科学基金的资助(项目号:70471038),成为该研究项目的重要组成部分。

本书的研究着重于分析定制化知识转移过程中的主要影响因素及潜在的个体知识转移心理过程,其创新点主要表现在:

一是深化和完善了知识转移微观过程的研究。通过将接收方个体的知识接收意向、涉入程度及专业化程度纳入知识转移分析过程,引入更为细致的研究变量,深入和动态地刻画了接收方的知识接收过程,剖析了知识转移的内在心理机理。

二是从新的视角开拓了知识转移理论关于知识自身特性的研究范围。通过运用定制化程度这一概念描述转移中的知识的适应性、价值性和变化性,分析了知识的定制化程度对知识接收方接收意向以及知识转移绩效的影响,并实证验证了知识的内容定制化程度对知识接收意向的正向影响作用以及知识的内容定制化程度和表达定制化程度分别对知识转移获得绩效和创造绩效发挥着正向的影响作用。

三是深化了对知识转移过程内在影响机理的研究。该研究突破了知识转移先期研究中局限于影响因素与最终结果之间的简单关系分析,发现接收方个体的知识接收意向在各类影响因素与知识转移绩效的关系之间发挥着中介影响作用。研究结果显示,来源方的任务导向是完全通过知识接收意向对知识创造性绩效发挥着影响作用,同时知识接收意向在其他影响因素和知识转移的获得绩效及创造绩效之间发挥着部分中介效应的作用。

四是补充了知识转移研究理论中关于个体参与知识转移的微观过程研究。研究发现个体的涉入程度和专业化程度在来源方的任务导向和权威性与知识接收意向之间起着调节作用,揭示了接收方个体动态的参与过程以及对定制化知识的判断和吸收决策。结论证实个体涉入程度越高,组织成员在知识接收中受到来源方权威性和任务导向的影响越小,而更多地关注于知识本身的品质和适用性。

五是深化了知识转移中关于双方信任关系的研究。研究分析了外部知识转移背景下初始信任的特性及维度构成,即基于任务导向和权威性的信任维度,实证检验了这两个变量与知识接收意向及知识转移绩效之间的关系。这一研究既刻画了合作信任不同阶段的差异性,也描述了不同阶段下信任基础和维度的差异性。

此外,该研究也从知识转移的角度对我国咨询行业的理论探索进行了补充。我国的咨询行业起步晚、发展慢,而理论界对这一高知识性行业的关注很少,而实证研究更为少见。该研究的实证分析着重于管理咨询顾问与客户之间的知识转移,探求在双方意愿均较高的情况下,客户对咨询业评价存在负面内容的实质原因。因此,该研究对从知识转移的角度对我国咨询行业的理论研究进行了有益的探索。

在学业过程中,红梅属于基础虽差但很有悟性的人,很快就学习领会了管理研究中的定量研究方法与研究工具,而且在理论上勤于深思,并总在幻想将理论和实践完全融通起来。她是一个对新的领域充满好奇并不断探索的人,总会有全新的想法涌现出来以致选题的研究重点很难确定,对每个内容都期望有全新的见解和验证。最终结合其实践工作选择了个体间知识转移的内容,算是部分地圆了她融汇理论与实践的梦想。总体研究工作完成后,研究成果的创新程度受到了国内知识管理研究专家的认可与高度评价,我也深感欣慰与骄傲!

期待新一代的学人能在已有的高起点上,更上一层楼,能有更多的理论探索和研究专著,推动中国管理学理论研究的不断提升。

黄瑞华

于西安交通大学管理学院

2007年11月28日

(黄瑞华,西安交通大学管理学院教授,博士生导师,本书·作者导师)

摘 要

本书是在作者博士论文基础上修改而成的。

随着市场竞争日趋激烈,知识已成为组织获取竞争优势的核心来源。在自身知识有限的情况下,最大化地吸纳和利用外部知识成为企业的迫切之需。然而在组织间的知识转移中存在种种的障碍,尤其是外部知识难以被接收方真正接收和运用,严重影响了知识的转移绩效。因此研究知识接收方如何动态地参与到知识的转移过程中,并对转移的知识进行评价和判断从而有效地进行利用,具有积极的理论价值和实践意义。

本研究关注知识转移过程中知识的定制化程度、来源可信度及组织情境对知识转移过程的直接影响及微观主体参与程度对知识转移过程的调节性影响,并通过知识接收意向中介效应的探讨,剖析了各类影响因素对知识转移过程影响的内在机理,弥补了知识转移研究领域关于知识特性影响及个体特性影响两方面的研究。本书在分析现有知识转移过程的研究的基础上,基于信息沟通理论和行为理论,建立了定制化知识转移中知识接收方的知识接收理论模型,并进行了实证检验。

本研究主要的创新性工作及其结论可归纳为以下几个方面:

1. 本研究将接收方个体的知识接收意向、涉入程度及专业化程度纳入知识转移过程的分析中,建立了接收方定制化知识

接收模型。这一研究突破了当前对接收方个体接收能力和接收动机的泛泛分析,引入了更为细致的研究变量,从而深入和动态地刻画了接收方的知识接收过程,剖析了知识转移的内在心理机理,深化和完善了知识转移微观过程的研究。

2. 通过运用定制化程度这一概念描述转移中的知识的适应性、价值性和变化性,从新的视角开拓了知识转移理论关于知识自身特性的研究范围。本研究提出了知识的定制化程度对知识接收方接收意向以及知识转移绩效的影响,并实证验证了知识的内容定制化程度对知识接收意向的正向影响作用以及知识的内容定制化程度和表达定制化程度分别对知识转移获得绩效和创造绩效发挥着正向的影响作用。

3. 研究发现了个体的涉入程度和专业化程度在来源方的任务导向和权威性与知识接收意向之间起着调节作用,揭示了接收方个体动态的参与过程以及对定制化知识的判断和吸收决策,从而补充了知识转移研究理论中关于个体参与知识转移的微观过程研究。结论证实个体涉入程度越高,组织成员在知识接收中受到来源方权威性和任务导向的影响越小,而更多地关注于知识本身的品质和适用性。

4. 本研究突破知识转移先期研究中局限于影响因素与最终结果之间的简单关系分析,研究发现接收方个体的知识接收意向在各类影响因素与知识转移绩效的关系间发挥着中介影响作用,深化了在知识转移过程中对影响机理的研究。研究结果显示,来源方的任务导向是完全通过知识接收意向对知识创造性绩效发挥着影响作用,同时知识接收意向在其他影响因素和知识转移的获得绩效及创造绩效之间发挥着部分中介效应的

作用。

5. 分析了外部知识转移背景下初始信任的特殊性及维度构成,即基于任务导向和权威性的信任维度,实证检验了这两个变量与知识接收意向及知识转移绩效之间的关系,从而深化了知识转移中关于双方信任关系的研究。研究结果发现,来源方的任务导向和权威性对知识转移的获得绩效和创造绩效发挥着正向影响作用,而任务导向也正向影响了接收方的知识接收意向。这一研究既刻画了合作信任不同阶段的差异性,也描述了不同阶段下信任基础和维度的差异性。

关键词:知识转移;定制化;知识接收意向;涉入程度;专业化程度;知识转移绩效

论文类型:应用基础研究

注:本研究受国家自然科学基金“基于合作创新的知识转移中知识产权风险与对策研究”的资助,项目编号:70472038

Abstract

With the competition becoming more furious, knowledge has been becoming the source of the competition advantage of an organization. Maximizing the absorption and utilization of the exterior knowledge, when the interior knowledge is limited, has been a main task for the corporations. However, many kinds of obstacles for the knowledge transfer between the organizations severely affect the transfer performance. Especially when transferring the exterior knowledge into an organization, it is hard to receive and utilize the exterior knowledge successfully. For this reason, there is theoretical and practical importance to study on the problem of how to dynamically participate in the process of the knowledge transfer and effectively evaluate and estimate the transferred knowledge so as to utilize it efficiently for the corporations.

This study concentrates on the direct influence to the knowledge transfer process by the knowledge customization extent, trustiness of the knowledge source and the organizational contexts and the accommodation effect to this process by the participation degree of the corporation. The influence mechanism of different kinds of influence factors to the knowledge transfer process has been analyzed through the discussion of the mediator effect of the knowledge receipt intent, which enriches the study on the effect of knowledge

characteristic and psychological factors to the knowledge transfer. Based upon the summarizing of the former studies of the knowledge transfer process, the information communication theory and the attitude behavior theory, the knowledge reception model for the receptor in the knowledge transfer process has been constructed and empirical verified.

The innovation and the conclusion of this study can be summarized as follows.

1. The knowledge reception intent, involvement extent and the specialization degree of the receptor have been taken into the analysis process of the knowledge transfer and the customized knowledge reception model has been constructed in this study. It breaks through the general analysis of the individual reception ability and motivation of the receptor in the former studies and introduces some more detailed variables which make this study be able to describe the knowledge reception process of the receptor deeply and dynamically, analyze the interior psychological mechanism of the knowledge transfer and complete the study of the knowledge transfer process.

2. Through employing the conception of the customization degree to describe the adaptability, worthiness and variance of the knowledge, this study exploits a new research area of the knowledge characteristic in the knowledge transfer theory from a new angle. It is proposed that there is a influence of the knowledge customization degree to the knowledge reception intent of the receptor and the knowledge transfer performance and empirically verified that the knowledge content customization degree has a positive influence to

the knowledge reception intent and that both the content and expression customization degree have positive influence to knowledge transfer study performance and the creativity performance respectively in this study.

3. This study breaks through the restriction in the former studies which focus on the simple relation between the influence factors and the final results in the knowledge transfer and shows that the individual knowledge reception intent of the receptor has a mediator effect on the relationship between many influence factors and knowledge transfer performance, which deepens the study on the interior influence mechanism of the knowledge transfer process. It is revealed that the task orientation of the knowledge source influence the knowledge creativity performance absolutely through the knowledge reception intent and this intent has a mediator effect on the relationship between the other influence factors and the creativity and study performance of the knowledge transfer.

4. It is found that the individual's involvement extent and specialization degree have a mediator effect on the relationship between the knowledge reception intent and the task orientation and authority of the knowledge source. The dynamic involvement process and the decision of the absorption and assessment of the receptor are analyzed, which enriches the researches about the individual and microcosmic level in the knowledge transfer theory. The results verified that the more the involvement extent of the individual the less the influence of the task orientation and authority of the knowledge source to the knowledge reception of the organizational members, and then those members will pay more attention to the quality and a-