



跨国公司 → 全球知识管理战略 → 全球知识创造 →
全球知识创新 → 丰田公司知识管理

晏双生◎著

跨国公司全球知识 管理模式研究

A Study on the Model of
Multinational Corporation's
Global Knowledge Management



东南大学出版社
Southeast University Press

跨国公司全球知识管理模式研究

晏双生 著

• 南京 •

图书在版编目(CIP)数据

跨国公司全球知识管理模式研究 / 晏双生著. —南京:东南大学出版社, 2011. 10

ISBN 978-7-5641-3043-5

I. ①跨… II. ①晏… III. ①跨国公司—企业管理: 知识管理—研究 IV. ①F276.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 215887 号

跨国公司全球知识管理模式研究

出版发行 东南大学出版社
出 版 人 江建中
社 址 南京市四牌楼 2 号
邮 编 210096
经 销 全国新华书店
印 刷 江苏兴化印刷有限责任公司
开 本 700 mm×1000 mm 1/16
印 张 11.75
字 数 215 千字
版 次 2011 年 10 月 1 版
印 次 2011 年 10 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5641-3043-5
定 价 32.00 元

(凡因印装质量问题,请与我社读者服务部联系。电话:025-83792328)

前 言

21 世纪是经济全球化的世纪,也是知识经济的世纪。经济全球化使得生产者和投资者的行为日益国际化;知识经济使得公司的价值深嵌入知识资源和知识能力之中。在全球化的知识经济时代,由于科学和技术的加速变革,尤其是信息科技和交通科技的巨大进步,使得跨国公司以知识管理为手段,在全球化的时间和空间中获取并利用知识资源与能力取得持续性的竞争优势成为可能。

然而,在知识经济全球化的背景下,传统的跨国公司知识管理理论已经变得愈加不合时宜了。基于交易成本理论的跨国公司理论过多地关注对有形资产的管理和全球存在,虽然其管理过程包含了知识因素,但总体来讲,这种管理观对知识及其能力的重视还远远不够。基于知识观的跨国公司管理理论由于将知识视作公共物品从而影响了其不能将知识视作公司持续竞争优势的基础;而且,母国知识输出的单向度知识传输方式严重阻碍了公司对全球范围内知识的运用。上述传统理论的不足已经引起理论者和实践者的注意,适应知识经济全球化背景下的全球知识管理的先驱们,已经自发地开始了新的全球知识管理模式的探索之旅。这些探索活动既迫切需要得到理论上的指导,又迫切需要从理论上对其探索性实践活动给予阐释和凝练。虽然中外理论界对上述模式理论做过零星式的思索和总结,但总体来讲这些研究还不够全面和深入,传统的跨国公司知识管理观还主宰着人们的行为,基于知识经济全球化背景的、系统化的全球知识管理理论的研究尚未出现,因此,本书的研究既具重要的理论意义,也极具重要的实践意义。

本书扬弃企业竞争优势内生论、企业资源基础理论、企业能力基础理论、企业知识基础理论与企业核心竞争力理论的相关战略管理思想,运用哲学的本体论方法,文献法、定性研究法及案例法,以理论所依赖的概念为根基,沿着“概念—判断—推理”这条理论形成的逻辑路径,较具思辨性地演构了基于核心知识资源系统和核心知识能力系统的企业知识管理模式的战略管理理论框架,进而将该框架运用于跨国公司全球知识管理模式的理论建构中,提出跨国公司全球知识管理的模式理论。本书最后运用丰田公司全球知识管理模式的案例对所建构的跨国公司全球知识管理的模式理论进行了实证检验,案例分析证明了该知识管理模式理论的科学性和可行性。

本书的主要创新点表现在以下三个方面。



(1) 演构了“基于核心知识资源系统和核心知识能力系统的企业知识管理的模式理论框架”。

在扬弃上述相关理论的基础上,创造性地演构了“跨国公司全球知识管理模式”的理论基础——“基于核心知识资源系统和核心知识能力系统的企业知识管理模式”的战略管理理论框架,即企业的知识管理主要是管理企业的核心知识资源系统和核心知识能力系统,对二者的有效管理是企业获取持续性竞争优势的源泉。

(2) 进一步厘清并深化了建构本模式理论赖以成立的四对关键范畴的涵义。

在演构本书的理论基础的过程中,运用本体论的相关思想,对该模式理论框架的四对关键性基础构件——“资源”和“能力”、“知识资源”和“知识能力”范畴的内涵和外延及其关系,“创造”和“创新”、“知识创造”和“知识创新”范畴的内涵和外延及其关系进行了深入的追问式挖掘,厘清了中外理论界此前对四对范畴含糊不清的认识,也使所建构的、基于这些基本范畴之上的企业知识管理模式理论框架和跨国公司全球知识管理模式的理论更具坚实的基础或“更接近真理性”,也深化了基于资源、基于能力、基于知识和基于核心竞争力的战略管理思想。

(3) 建构了跨国公司全球知识管理的模式理论。

在所演构的“基于核心知识资源系统和核心知识能力系统的企业知识管理模式框架”理论的基础上,运用唯物辩证法的共性和个性、一般和个别的辩证关系的原理,扬弃跨国公司知识管理的相关思想,建构了跨国公司全球知识管理的模式理论。该理论认为跨国公司全球知识管理的主旨和要义是对公司的全球核心知识资源系统和核心知识能力系统进行管理,文章深入地阐释了全球核心知识资源系统和核心知识能力系统的管理路径,从而进一步丰富和发展了基于战略管理学派的跨国公司知识管理理论。

从哲学本体论的角度讲,任何理论都具有不完全性,本书所建构的理论体系也不例外。作者在阅读大量文献的基础上,运用多种研究方法,尤其是哲学研究的相关方法,深入思考,极其艰辛地建构了跨国公司全球知识管理模式的理论。然而,尽管如此,囿于作者知识与能力的局限,该模式理论仍存在诸多需要完善之处,敬请各位读者不吝赐教,批评指正,以期对著作作进一步的修正。

摘 要

日益深入的全球化表明:跨国公司的经营管理愈加处于激烈的全球竞争的环境中;而知识经济的发展表明:跨国公司经营管理也将愈加依赖知识资源及其应用的能力。在此双重背景下,传统的跨国公司知识管理观面临着重大的挑战,因此,探索新形势下跨国公司全球知识管理模式既是理论本身的需要,也是跨国公司以知识管理为手段参与全球竞争的需要。本书以相关理论为基础,运用哲学的本体论法、定性研究法、文献法及案例法为指导,较具思辨性地演构了“基于核心知识资源系统与核心知识能力系统的企业知识管理模式框架”的理论架构。该架构认为,企业知识管理主要表现为对其核心知识资源系统和核心知识能力系统进行管理。在上述理论的基础上,依据矛盾的共性和个性辩证关系的原理,进而建构了跨国公司全球知识管理的模式理论。该模式首先揭示了跨国公司全球知识管理的对象,即主要是对公司的全球核心知识资源系统和全球核心知识能力系统进行管理,其中,前者主要是管理全球结构性核心知识资源与全球独立性核心知识资源,后者主要是管理全球知识创造和全球知识创新;其次,深入地阐释了跨国公司全球核心知识资源系统和全球核心知识能力系统的管理路径;最后,运用丰田公司全球知识管理模式的案例对跨国公司全球知识管理模式的理论进行了实证分析,结果表明所建构的模式理论具有科学性和可行性,该模式对跨国公司全球知识管理活动具有普遍的指导意义。

关键词:跨国公司;知识管理;核心知识资源;核心知识能力

Abstract

The fact that globalization is increasingly deepening shows that operation and management of Multinational Corporation is a fierce global competitive environment. The development of a knowledge-based economy shows that the operation and management of Multinational Corporation will increasingly rely on knowledge resources and their applications. In this background, the traditional view of knowledge management of Multinational Corporation faces a great challenge. Therefore, to explore the model of Multinational Corporation's global knowledge management in the new situation is not only theoretically needed, but also needed by Multinational Corporation in participating in the global competition by means of knowledge management. In this paper, applying the ontology approach of philosophy, qualitative research method, literature research method and case study, the author speculatively builds a theoretical system of corporate knowledge management framework based on the system of core knowledge resources and the system of core knowledge capabilities. The author holds that the main contents of corporate knowledge management are to manage the system of enterprise core knowledge resources and the system of enterprise core knowledge capabilities. Form the above mentioned theoretical framework, according to the dialectical relationship between commonality and individuality, the author further builds a model theory of Multinational Corporation's global knowledge management. Firstly, the model reveals the object of Multinational Corporation's global knowledge management, which is to manage the system of global core knowledge resources and the system of core knowledge capabilities. Of the two systems, the former is to manage the global structural core knowledge resources and global independent core knowledge resources, and the latter is to manage the global knowledge creation and global knowledge innovation. Secondly, the model thoroughly expounds the managing path of the system of Multinational Corporation's global core knowledge resources and Multinational Corporation's global core knowledge capabilities. Finally, the model empirically analyzes the theory of



Multinational Corporation's global knowledge management using the case of the mode of Toyota global knowledge management. The analysis shows that the theory of the model that has been constructed is scientific and feasible, and that this model has a universal significance to the activities of Multinational Corporation's global knowledge management.

Key Words: Multinational Corporation; Knowledge Management; the Core Knowledge Resources; the Core Knowledge Capabilities.

目 录

前 言	I
摘 要	III
Abstract	IV
1 导 论	1
1.1 问题的提出以及研究的意义	1
1.1.1 问题的提出	1
1.1.2 研究的意义	4
1.2 国内外已有研究成果述评	5
1.2.1 企业知识管理模式理论研究成果及其评析	5
1.2.2 跨国公司知识管理模式理论研究成果及其评析	15
1.3 本论题的理论基础	24
1.4 研究的目标和内容	26
1.4.1 研究的目标	26
1.4.2 研究的内容	26
1.5 研究方法、技术路线和创新点	27
1.5.1 研究方法	27
1.5.2 技术路线	29
1.5.3 本书的创新点	30
2 基于核心知识资源系统和核心知识能力系统的企业知识管理模式框架	32
2.1 企业的“核心知识资源”与“核心知识能力”	32
2.1.1 企业的“资源”和“能力”	33
2.1.2 资源与能力观的深化——企业的“核心知识资源”与“核心知识能力”	36
2.2 企业核心知识资源系统	39
2.2.1 企业核心知识资源系统的构成	39
2.2.2 企业结构性核心知识资源系统	40



2.2.3 企业独立性核心知识资源系统	41
2.2.4 企业结构性核心知识资源系统与企业独立性核心知识资源系统的联系	42
2.3 企业核心知识能力系统	43
2.3.1 企业核心知识能力系统的构成	43
2.3.2 “知识创造”和“知识创新”的涵义	44
2.3.3 知识创造的路径	47
2.3.4 知识创新的路径	52
2.3.5 知识创造和知识创新的路径比较	56
2.4 以核心知识资源系统和核心知识能力系统为构成的 企业知识管理模式框架	57
2.4.1 “模式”、“企业知识管理模式及其框架”的涵义	57
2.4.2 企业知识管理模式框架的构成	58
2.5 从“企业知识管理模式框架”到“跨国公司全球知识管理模式”	59
2.5.1 跨国公司全球知识管理模式涉及的几个概念	59
2.5.2 源于“企业知识管理模式框架”的“跨国公司全球知识管理模式”	59
2.6 本章小结	61
3 跨国公司全球结构性核心知识资源系统管理	62
3.1 跨国公司全球知识管理战略	62
3.1.1 跨国公司全球知识管理战略的由来	62
3.1.2 跨国公司全球知识管理战略的类型	63
3.1.3 跨国公司全球知识管理战略的执行路径	65
3.2 跨国公司全球知识管理导向的跨文化管理	65
3.2.1 作为知识管理的跨文化管理	66
3.2.2 跨国公司全球知识管理导向的跨文化管理	67
3.3 本章小结	72
4 跨国公司全球独立性核心知识资源系统管理	74
4.1 跨国公司员工全球隐性知识资源管理	74
4.1.1 员工个人隐性知识资源系统及其特点	74
4.1.2 跨国公司员工全球隐性知识资源管理的意义	75
4.1.3 跨国公司员工全球隐性知识资源管理的路径	76
4.2 跨国公司全球市场隐性知识资源管理	86

4.2.1 跨国公司全球经营过程中所面临的东道国市场隐性知识资源特征	87
4.2.2 跨国公司全球经营过程中对东道国市场隐性知识资源管理的路径	88
4.3 本章小结	93
5 跨国公司全球知识创造管理	95
5.1 全球知识创造的涵义	95
5.2 全球知识创造的路径	96
5.2.1 全球知识创造的知识整合路径	96
5.2.2 全球知识创造的知识整合模型框架及其对组织决策的影响	100
5.3 跨国公司全球知识创造的组织形式	103
5.3.1 跨国公司全球知识创造的主要组织形式	103
5.3.2 卓越知识中心及其在知识创造中的作用	104
5.3.3 跨国公司知识团队及其在知识创造中的作用	105
5.3.4 影响卓越知识中心和跨国公司知识团队知识创造的因素	106
5.4 本章小结	110
6 跨国公司全球知识创新管理	111
6.1 跨国公司全球知识创新所面临的挑战	111
6.2 跨国公司全球知识创新的路径和模式	112
6.2.1 跨国公司全球知识创新观的由来	112
6.2.2 跨国公司全球知识创新路径	114
6.2.3 跨国公司全球知识创新的三种模式	120
6.2.4 跨国公司全球知识创新的路径和模式的启示	122
6.3 跨国公司全球知识创新的组织结构	123
6.3.1 基于母国中心的集中式全球知识创新	123
6.3.2 基于全球中心的集中式知识创新	124
6.3.3 基于子公司的当地分散式知识创新	125
6.3.4 基于区域取向的当地子公司知识创新	126
6.3.5 基于区域取向的全球知识创新	128
6.3.6 基于全球取向的区域知识创新	128
6.4 本章小结	131



7	案例分析	133
7.1	丰田公司全球知识管理模式	133
7.1.1	丰田公司简介	133
7.1.2	丰田公司作为案例分析的可行性	135
7.1.3	丰田公司全球知识管理模式的涵义	135
7.2	丰田公司的全球结构性核心知识资源系统管理	136
7.2.1	丰田公司的全球知识管理战略	136
7.2.2	丰田公司全球知识管理导向的跨文化管理	138
7.3	丰田公司全球独立性核心知识资源系统管理	142
7.3.1	丰田公司员工全球隐性知识管理	142
7.3.2	丰田公司全球市场隐性知识管理	144
7.4	丰田公司全球知识创造管理	145
7.4.1	丰田公司全球知识创造的路径	145
7.4.2	丰田公司全球知识创造的主要组织形式	147
7.5	丰田公司全球知识创新管理	148
7.5.1	丰田公司全球知识创新路径	149
7.5.2	丰田公司全球知识创新的主要组织形式	151
7.6	案例分析的结论	154
7.7	本章小结	155
8	结论与展望	156
8.1	本书的主要结论	156
8.2	对未来进一步研究的展望	157
	参考文献	159

导 论

1.1 问题的提出以及研究的意义

1.1.1 问题的提出

(1) 21 世纪是经济全球化的世纪,也是知识经济的世纪。

经济全球化使得生产者和投资者的行为日益国际化。公司的生产、贸易、投资、金融等经济行为逐渐超越一国边界,从孤立封闭走向国际社会,生产要素进行全球配置与重组,世界各国经济高度相互依赖和融合,而相互之间的竞争也日趋激烈。经济全球化的表现之一是使得作为各国之间经济竞争载体之一的跨国公司在全球范围内生产的一体化。

知识经济表明经济发展日益建立在知识的生产、分配和使用上。知识经济的重要标志是经济从基于物质到基于知识的变革。这里所说的知识,包括人类迄今为止所创造、积累的全部知识,其中重要的部分是科学技术和管理知识。

知识经济与经济全球化具有内在的统一性。科技革命是推动经济全球化和经济知识化的主要动力。随着信息技术的迅猛发展,不同国家和地区之间的商品、资本、劳动力和技术流动日益自由化。由于信息高速公路以及全球互联网的日益普及,世界经济、贸易、金融也日益网络化、全球化,全球范围内的知识传输、扩散和分享也更加便利化。

(2) 知识经济的全球化对跨国公司传统的全球经营管理模式产生了极大的挑战。

在经济全球化的知识经济时代,公司的价值深嵌入全球性的知识资源和知识能力之中,传统的跨国公司全球知识管理模式面临挑战。

① 基于交易成本理论的跨国公司理论中相关知识管理思想的局限性

众所周知,传统的主流跨国公司理论主要是从经济学的交易成本理论的角度,从微观层面以不完全竞争导致不完全市场、不完全市场导致对外直接投资为基本假设,重点分析了投资动机、投资流向和投资决策三个问题。“动机”是指驱使企业对外进行投资的原因;“流向”是指选择何地进行投资;“决策”是指在出口、技术转



让和对外直接投资之间应采取何种方式为好。事实上,这三个问题也是跨国公司参与全球竞争所关心的问题。

基于交易成本理论的传统跨国公司参与对外经营管理理论经历了一个不断深化和发展的过程。1960年,被西方学者称作“跨国公司理论之父”的美国学者海默(S. Hymer)在MIT完成了他的博士学位论文《民族企业的国际经营:关于对外直接投资的研究》(The International Operation of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment),西方学术界认为这标志着跨国公司经营管理理论从传统的贸易、金融理论中分离出来,开始真正成为独立的科学。海默的思想在经过其导师金德尔伯格(C. P. Kindleberger)及相关学者的进一步完善后,成为经典的对外直接投资理论,或称为垄断优势理论,该理论指出了企业为什么会冒着经济、政治、文化的风险进行跨国投资;此后,以巴克尼和卡森(P. Buckley & M. Casson)为代表的学者对内部化问题进行了深入研究,并试图解决一个关键问题:即为什么一个企业会选择通过对外直接投资将其优势留在企业内部加以利用,而非通过对国外市场的许可证贸易、提供特许或签订出口协议;在扬弃垄断优势理论、内部化理论和区位理论等研究成果的基础上,英国著名跨国公司专家约翰·邓宁(J. Dunning)于20世纪70年代中期提出了“国际生产折中理论”,即著名的OLI模型,从而将跨国公司经营管理理论的研究进一步引向全面和深入。

虽然传统跨国公司的经营管理理论在历史上曾经对企业首次走出本土、参与海外经营竞争发挥了重要的指导作用,但由于这些理论主要偏重于从经济学的成本、价格、投资等市场因素分析和解释企业的跨国经营行为,公司的竞争优势依赖于全球生产、分销和销售网络的建立,空间上主要关注的是企业在海外的物理性全球存在而非知识性全球存在;跨国管理经营的中介主要以有形资产为主,而对知识、能力等无形资产的重视不够,从而导致企业的竞争优势不能持久和深入。上述不足的主要原因在于这些理论诞生于西方跨国公司从国内竞争开始向海外扩张的时代,是当时历史时代的产物。以百事可乐公司为例,20世纪90年代初,该公司制定了一个将其全球软饮料收入增加两倍多的公司战略计划——从1990年的15亿美元增加到1995年的50亿美元。为了实现该目标,百事可乐公司在全球范围内开始实施该计划。到1990年代中期,虽然该公司的经营遍及全球广大地区,但这种全球扩张并没有转变为公司的增长和赢利。事实上,到了1997年,百事可乐公司不得不从诸如南非这样的一些主要市场上撤出,最终得到的是公司全球饮料经营约10亿美元的亏损。

当今时代,跨国公司的海外经营管理不仅满足于企业的全球存在,更多关注的是企业如何将全球存在转化为全球竞争优势。20世纪80年代以来,社会信息化、竞争全球化和经济知识化浪潮一起向我们袭来。信息科技的进步,运输科技的发



展,世界各国开放度的提高使得跨国公司的竞争经营的特点和方式发生了巨大的变革;遍布全球的子公司经营网络的广泛建立和发展,以知识为主要经营资产的跨国经营竞争手段,使得企业在对机会和威胁的反应上表现出了极大的灵活性和迅速性,进而使跨国公司在关注企业全球存在的同时,更要关注公司在全球化的子公司网络体系中如何谋求持续性的竞争优势问题。在此背景下,能为企业带来持续竞争优势的知识和能力开始走入他们的视野。科格特(Kogut)就曾指出,对外直接投资的研究重心应从企业进入海外的关注转向如何协调全球化的精英网络以获取持续性的竞争优势。

② 传统的基于知识资源观的跨国公司理论已渐渐走入尽头

在知识经济的全球化时代,传统跨国公司所持的知识资源观已经不能解释当今的企业行为了。经典理论认为,由于知识具有公共物品的属性,拥有某种可以产生垄断优势知识的企业很难利用外部市场进行议价交易,并使本企业的收益得到保障。因此,对于企业而言市场是失效的,这使得企业将知识内部化,在企业内部进行知识交易,以节省交易成本,从而导致企业以内部市场机制代替外部市场机制,将知识转移到自己可以掌控的子公司中,当该过程跨越国界时,企业的跨国经营管理行为就产生了。但是,企业知识基础理论认为:知识在具有公共物品属性的同时,也具有私人物品的属性,隐性知识更是如此。因此,即使知识在企业内部转移也非易事,也是要付出交易成本的。跨国公司之所以进行跨国管理经营,是因为相对于外部市场机制而言,在企业内部进行知识的创造、转移和运用更有效率。

③ 母国知识输出的单向度模式已经引起理论和实践者的质疑

值得注意的是,虽然经典跨国公司理论强调在企业将所属的垄断性知识等优势资源向海外转移的过程中,也要利用东道国市场的知识和资源,但一般来讲,企业总是将生产制造及其他低价值的活动转移到发展中国家,获得成本优势,而将高附加值的活动,如研究与开发、生产设计、营销、战略、融资等活动留在国内。从知识管理的角度,这仍然只是一种从国内到国外、从总公司到子公司的单向性资源为主的输出模式。但是,随着跨国公司全球竞争的加剧和全球网络的建立,跨国公司必须不断改进这种模式。正如 Doz 等(2001)指出,跨国公司通过从世界范围内发现、获取、移动知识达到以知识为支撑构建企业的竞争优势^[1]。全球竞争意味着在利用母国的优势去征服世界的同时,不断地从全球范围内获取知识等资源并将其转化成全球知识能力,以全球知识能力为中介获取持续性的全球竞争优势。如果跨国公司不能有效利用其全球知识管理的力量,比竞争对手更好地识别、获取、转移和应用这些分散化和多元化的市场需求性知识,就可能会在竞争中失利。

(3) 新的全球知识管理的实践迫切需要得到理论上的指导,又迫切需要从理论上给予阐释和凝练

面对经济全球化、知识经济的双重背景,一些公司已经自发地开始了全球知识



管理的探索之旅,并在实践层面上获得了成功。以诺基亚公司为例,从 20 世纪 90 年代开始,公司以全球知识管理为手段,在很短的时间内成为全球著名的移动电话商,一举超过了美国的摩托罗拉公司。诺基亚的成功得益于其向美国学习先进的技术和全球营销技巧,向日本学习掌握顾客对电子产品的需求心理(比如小型化和数据应用),向东南亚国家学习低成本制造的管理技巧。正是通过对全球知识的有效管理,诺基亚公司实现了从 GSM 的发展到最早提出“把互联网装进每一个人的口袋里”,再到“移动电子商务”的步步跃升,诺基亚的概念和行为总是领先于竞争对手一步。摩托罗拉公司因为缺乏从全球的层面上筹划其知识管理活动,丧失了向数字移动电话和 GSM 标准转向的先机,从而被诺基亚抛在了后面。

基于全球知识管理先驱们自发的实践探索,既迫切需要得到理论上的指导,又迫切需要从理论上对其探索性实践活动给予阐释和凝练。虽然中外理论界对上述理论模式做过零星式的思索和总结,但总体来讲这些研究还不全面和深入,传统的跨国公司知识管理观还主宰着人们的行为,基于知识经济系统化的全球知识管理模式理论的研究尚未出现,本书将尝试弥补这一理论空白。

1.1.2 研究的意义

(1) 理论意义

全面而深入的跨国公司全球知识管理模式理论尚未出现的原因之一在于契合实践需要的、简练而深入的知识管理模式基础理论的缺失。本书将运用本体论方法,首先阐释性地构建基础性的企业知识管理模式框架的理论,实现知识管理基础理论的创新。

同时,以所构筑的知识管理模式框架理论为指导,运用唯物辩证法的相关思想,建构跨国公司全球知识管理模式的理论,以弥补跨国公司全球知识管理模式理论的空白,并为今后相关领域的进一步深入研究指明方向或提供有益的启示。

(2) 实践意义

随着全球化和知识经济向纵深发展,愈来愈多的公司将以知识管理为手段,在全球化的地域空间中经营和管理,这些公司的全球性经营和管理实践一方面迫切需要全球知识管理理论的指导,另一方面,一些自发的全球知识管理的探索性实践活动也迫切需要理论化。因此,跨国公司全球知识管理模式理论的构建在满足理论形成的同时,也对跨国公司实施全球知识管理有着较大的指导作用,从而达到进一步推动全球经济更好、更快发展的目的。

与此同时,跨国公司也是综合国力的集中体现。经济全球化的结果表明,任何一个国家都不可能脱离其他国家而独立发展,全球化已成为世界经济发展的潮流;知识经济表明,知识已成为经济发展的动力之源。中国要实现经济腾飞,必须大力



培育自己的跨国公司,跨国公司也必须凭借知识手段广泛地参与全球市场的竞争与合作。因此,跨国公司全球知识管理模式理论的构建也必将有助于中国公司更好地参与全球发展和全球竞争,在全球市场上获取自己的竞争优势,最终达到进一步提高中国国际竞争力、壮大中国经济、提高人民生活水平的目的。

1.2 国内外已有研究成果述评

1.2.1 企业知识管理模式理论研究成果及其评析

在已过去的二十余年中,对知识管理研究的兴趣呈爆发性增长,它吸引了很多管理理论者和咨询者的目光。

从1990年代开始,“知识管理”概念就引起了学者和实践者的兴趣,因为它承载着管理者的理想和希望。这个概念提出了一个崭新的获取组织知识的方法。当然,在寻求组织竞争优势的过程中,设法获取雇员知识并使其可以跨部门流动和分享既引人注目又使人难以抵抗。正因为知识管理具有这样的潜力,知识管理将不可避免地获得极大的动力。

在学术文献中,一些学者使用此概念表达对信息工具和信息资源的管理,尤其强调其中的技术角色。另外一些学者关注人的因素,例如人的知识、学习能力,以及信息分享。因此,在深入研究知识管理之前,首先应关注什么是知识。

1.2.1.1 知识

(1) 知识的层次性:从数据、信息到知识

究竟什么是“数据”、“信息”、“知识”和“智慧”的探讨是一个认识论问题,这个问题从古希腊一直持续到今天,但仍没有大的进展。在知识管理文献中,相关数据、信息、知识和智慧的观点多种多样,没有一个统一的定义。

知识向下延伸可到信息和数据,向上延伸可到智慧。

信息具有各种不同的观点。每种观点常有不同程度的重叠,形成一个回旋状的概念。“信息”最原始的含义来自于拉丁词“informare”,其含义为“使成形”,其动词形式“to inform”的意思是告知某个特殊事实的知识或事件,讲述某件事。

信息必须传达一个行动性的讯息(message)。任何信息的传播,必须有一个传播者和接受者,而且信息意味着改变接受者感知事情的方式。1991年,Buckland将信息区分为“流程”(传达行动)、知识(增加或降低不确定性)和“事物(things)”(可以透露信息的客体)^[2]。然而,和数据不同,信息具有相关性和目的性。信息不仅潜在影响接受者,而且信息为某种目的而组织起来,其本身也受到影响。当数据的创造者给信息添加意义或其接受者将信息置于情景中或赋予其价值,数据就变