

卫武著

不同主体层次中组织的知识 转化及其绩效的影响

基于知识资本视角

BUTONG ZHUTI CENGCI ZHONG ZUZHIDE
ZHISHI ZHUANHUA JIQI JIXIAO DE YINGXIANG
JYU ZHISHI ZIBEN SHIJIAO

中国社会科学出版社

本书得到国家社会科学基金项目（07CT0013）、
中央高校基本科研业务费专项资金（1101017）和
国家自然科学基金项目（70872086）资助

卫 武 著

不同主体层次中组织的知识 转化及其绩效的影响

基于知识资本视角

BUTONG ZHUTI CENGCI ZHONG ZUZHIDE
ZHISHI ZHUANHUA JIQI JIXIAO DE YINGXIANG
JYU ZHISHI ZIBEN SHIJIAO

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

不同主体层次中组织的知识转化及其绩效的影响：
基于知识资本视角/卫武著. —北京：中国社会科学出版社，2011.6

ISBN 978 - 7 - 5004 - 9803 - 2

I. ①不… II. ①卫… III. ①企业管理：知识管
理—研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 084934 号

策划编辑 卢小生 (E-mail: georgelu@vip.sina.com)

责任编辑 卢小生

责任校对 刘 强

封面设计 杨 蕾

技术编辑 李 建

出版发行 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号

邮 编 100720

电 话 010 - 84029450 (邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京新魏印刷厂

装 订 广增装订厂

版 次 2011 年 6 月第 1 版

印 次 2011 年 6 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16

插 页 2

印 张 20

印 数 1—6000 册

字 数 328 千字

定 价 46.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书，如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

前 言

21 世纪是知识经济时代，知识已经成为企业最重要的资产。大多数获得成功的企业都知道怎样管理和创造知识。在市场变化越来越快、科技不断推陈出新、竞争越来越激烈的环境下，企业管理者逐渐意识到依靠传统的有形资产也许连生存都可能成问题。企业要获得并保持领先地位，需要开发一整套应用和创造知识的组织知识转化系统。然而，通常情况下，企业管理者在强调组织知识的作用时，经常关注如何通过留住知识的载体——员工，以便于留住企业知识。因此，企业不得不面临这样一个困境：当企业的关键员工离开企业时，就会带走最有价值的资产，这将导致企业可能丧失其核心竞争优势地位。在这些员工头脑中存在的隐性知识，通常不能被企业拥有而只能被企业“借用”，除非企业成功地将这些员工的隐性知识进行显性化，形成所谓的“组织制度、规范和程序”等显性知识。然而，对于企业来说，最重要的是如何把“知识”视为“资本”，而不仅仅把它看做“资源”？通过何种方式才能实现知识向资本的转化？这种资本化会得到什么效益？组织知识转化、知识资本与企业绩效之间到底存在怎样的关系？这涉及一系列企业在知识管理中需要解决的问题。

在这种背景下，很多国际知名企业都在积极探索有效的组织知识转化及其资本化模式，并且有相当多的企业已经从中受益，形成了适合自身发展的知识管理体系和解决方案。“知识管理”在中国也日益成为人们关注的焦点，学术界的探讨和争论此起彼伏，对这一现象几乎都是持赞许和欢迎的态度。但是也不难发现，管理者对知识管理是否能够产生效益，持保留和怀疑态度的他不在少数。同时，目前知识管理方面的书籍很多，经典著作有迈克尔·波兰尼的《个人知识》、托马斯·A. 斯图尔特的《从知识到智力资本》、野中郁次郎和竹内光隆的《知识创造公司》，等等，这些著作的作者对企业知识管理活动的过程进行了十分精辟的论述，他们也

是探讨知识管理理论的先驱者，但从不同主体层次分析组织知识转化及其知识资本的论著却十分少见。

通过对国家社会科学基金项目（07CTQ013）和国家自然科学基金项目（70872086）的研究，本书详细地介绍了如何建立能充分使个人的隐性知识向组织的显性知识转化的机制，以及组织如何实现从传统的知识转化为能够增值的知识资本；分析了企业所处的市场环境、技术环境以及竞争环境的特点，并对企业如何在动态环境下个人、团队和组织层次知识转化及其资本化这一关键问题进行了探讨。同时还介绍了一些案例企业知识资本化的模式及其实现途径。本书侧重于理论探讨，着重于各种观念和思想的验证，注重对现实中组织知识转化和知识资本的主体层次性划分，并无意对知识管理领域进行全面性探讨。但是，尽量体现出学术研究中主体层次性的严谨性，这种对主体层次性的论述可以为企业找到进行组织知识转化及其资本化而获得效益的策略性起点。本书适用的对象是已经了解一些知识管理方面的知识的国内外研究人员及企业管理者，希望本书的出版能起到抛砖引玉的作用。

总之，无论是知识型企业的兴起还是传统企业的知识密集化程度不断提高，它们都面临着一个共同的难题，即如何管理组织中日益增加的知识及其知识资本，如何使组织知识及其知识资本转化为企业的竞争优势。相信本书所提出的一些观念与做法有助于企业建立自己的组织知识转化及其资本化系统，应于我国企业的知识管理实践。

目 录

前言	1
第一章 绪论	1
第一节 研究的背景	1
第二节 问题的提出	4
第三节 数据来源和研究方法	6
一 文献研究	6
二 实证研究	7
三 案例研究	7
四 统计分析	8
五 数据和资料来源	8
第四节 可能的创新之处	10
第五节 技术路线和结构安排	12
一 本书采用的技术路线	12
二 本书的结构安排	13
第二章 理论文献回顾与相关概念界定	16
第一节 组织知识转化理论	16
一 组织知识形态分类	16
二 组织知识转化概念及其模型	22
三 组织知识转化的主体层次性	25
第二节 知识资本管理理论	27
一 知识资本概念	27
二 知识资本结构	28

三 知识资本的主体层次性	29
第三节 企业绩效理论	35
一 企业绩效概念	35
二 企业绩效的主体层次性	37
第四节 研究评述	44
第三章 组织的知识转化结构维度及其影响因素	45
第一节 理论模型与研究假设	48
一 各主体层次组织知识的转化	48
二 组织知识转化的影响因素	50
第二节 研究方法	57
一 问卷和量表建构	57
二 调查与数据收集	58
三 分析程序及方法	59
第三节 研究结果	60
一 各个主体层次知识转化及其影响因素的结构维度检验	60
二 信度和效度检验	70
三 群体层面变量一致性检验	72
四 各变量描述性及其相关性分析	73
五 单因素方差分析	74
六 理论模型检验	75
第四节 分析与讨论	77
一 各主体层次知识转化的结构维度构成	77
二 组织知识转化的影响因素及其推动作用	78
三 不同所有制企业在各主体层次知识转化过程的差异性	80
四 各种不同因素对各主体层次知识转化影响的差异性	81
第四章 不同主体层次中组织的知识转化及其对绩效的影响	84
第一节 理论模型与研究假设	85
一 个人层次知识转化对员工绩效的影响	85
二 团队层次知识转化对团队绩效的影响	87

三 组织层次知识转化对组织绩效的影响	89
第二节 研究方法设计	91
一 数据来源与收集	91
二 研究变量与测量	91
三 分析程序及方法	95
第三节 研究结果	95
一 变量的描述性统计和相关性分析	95
二 个人层次知识转化对员工绩效的影响	96
三 团队层次知识转化对团队绩效的影响	98
四 组织层次知识转化对组织绩效的影响	102
第四节 讨论与结论	103
一 个人层次知识转化对员工绩效的影响	103
二 团队层次知识转化对团队绩效的影响	105
三 组织层次知识转化对组织绩效的影响	107
四 团队和组织特征变量的调节影响	109
第五章 不同主体层次中组织的知识转化知识资本	
的作用路径	113
第一节 理论模型与研究假设	114
一 各主体层次知识转化对知识资本的影响	114
二 各主体层次知识资本之间的关系	117
三 各主体层次知识资本对企业绩效的影响	120
第二节 研究方法设计	124
一 问卷和量表建构	124
二 调查和数据收集	126
三 研究变量与测量	127
四 分析程序及方法	129
第三节 研究结果	129
一 信度和效度检验	129
二 各变量描述性及其相关性分析	138
三 理论模型的结果分析	139

四 不同行业差异的比较分析·····	151
第四节 讨论与结论·····	155
一 各主体层次知识转化对知识资本的影响·····	155
二 各主体层次知识资本对企业绩效的影响·····	155
三 人力资本、团队资本和组织资本的关系·····	159
四 组织知识转化、知识资本和企业绩效之间的影响效应·····	160
五 不同行业之间的差异性影响·····	162
第六章 动态环境下组织知识转化、知识资本与企业 绩效的关系·····	164
第一节 理论模型与研究假设·····	166
一 动态环境对组织知识转化与知识资本关系的调节影响·····	166
二 动态环境对人力资本、团队资本和组织资本关系的 调节影响·····	167
三 动态环境对知识资本与企业绩效关系的调节影响·····	170
四 技术环境、市场环境和竞争环境的调节影响·····	172
第二节 研究设计·····	177
一 数据来源与收集·····	177
二 研究变量与测量·····	178
三 分析程序及方法·····	179
第三节 研究结果·····	180
一 市场环境动态性的调节作用·····	180
二 技术环境的调节作用·····	187
三 竞争环境的调节作用·····	195
第四节 讨论与结论·····	201
一 动态市场环境下组织知识转化、知识资本与企业 绩效的关系·····	201
二 动态技术环境下组织知识转化、知识资本与企业 绩效的关系·····	204
三 动态竞争环境下组织知识转化、知识资本与企业 绩效的关系·····	206

四 动态环境下人力资本、团队资本和组织资本的关系·····	208
第七章 组织知识转化过程中的资本化模式及其实现途径·····	210
第一节 理论解释与研究命题·····	211
一 个人层次知识的资本化模式·····	211
二 团队层次知识的资本化模式·····	214
三 组织层次知识的资本化模式·····	218
第二节 研究方法·····	223
一 案例研究方法·····	223
二 分析单元·····	225
三 案例选择·····	226
四 数据收集·····	227
五 数据分析·····	228
六 案例信效度·····	230
第三节 讨论与结论·····	231
第四节 我国企业的组织知识资本化实现途径·····	244
一 个人知识向人力资本转化的实现途径·····	245
二 团队知识向团队资本转化的实现途径·····	247
三 组织知识向组织资本转化的实现途径·····	254
第八章 研究结论及展望·····	264
第一节 研究结论·····	264
第二节 研究的局限性·····	269
第三节 进一步研究的方向·····	271
附录 1 我国企业的知识管理现状调查问卷 (一) ·····	274
附录 2 我国企业的知识管理现状调查问卷 (二) ·····	281
附录 3 我国企业的组织知识资本化模式访谈提纲 ·····	287
参考文献·····	289
后记·····	308

第一章 绪论

第一节 研究的背景

在全球经济走向一体化、知识化的新时代，以知识为基础的、直接依赖于知识和信息的生产、扩散和应用的知识经济已悄然来临，这时一切都以知识为基础，所有财富的核心都是“知识”，所有经济行为都依赖于知识的存在。人们对知识的认识已从原来的“知识就是力量”、“知识就是金钱”，进一步更新为“知识就是资源”。但是，知识经济概念的形成经历了一个过程。人们早已发现信息、网络等高技术对经济增长的推动作用。从不同的角度考虑，曾用后工业经济、智力经济、网络经济、数字化经济、新经济等名词来描述这类经济形态（袁庆宏，2001；孙涛，2003；郁义鸿，2001）。由此，在1996年，国际经济合作与发展组织（OECD）在发表的《1996年科学、技术和产业展望》报告中指出“知识经济是指建立在知识和信息的生产、分配和使用上的经济”。市场产生了对知识增长的强烈需求，经济系统在得到知识提供的高附加值后，进一步产生知识增长的强烈需求，由此经济系统对知识增长介入的规模越来越大，程度也越来越深。知识经济的发展正步入一个“知识化”的进程，基础教育的推广、知识产业的兴起、全民文化生活水平的提高、高科技企业的涌现，这些都产生巨大的经济效益（黄顺基，1998；Raisinghani，2000；尤克强，2003）。对国家而言，知识资源和知识资本存量是决定其经济系统未来走势和命运的关键。无论是发达国家、新兴工业化国家和地区，还是发展中国家和地区均在改革自己的管理体制，根据各自国家和地区所具备的知识基础、优势和国际上科技发展的态势来制定自己跨世纪的

发展计划，经济也已由过去劳动密集、资本密集转为技术密集、知识密集（Foster et al.，1998；吕巍等，2001；芮明杰，2004）。以美国为例，美国的传统支柱产业是建筑、汽车和钢铁业，20 世纪 80 年代后，钢铁业衰落，而知识密集型的计算机、通信、航天科技、金融等产业不断崛起，对美国经济增长的贡献已达到 55% 以上。近年来，知识经济在我国也得到了快速发展，根据国家统计局的资料，1996 年我国知识密集型产业附加值占全部企业增加值的比重为 6.6%，2001 年提高到 12.5%；知识密集型产业总从业人员占全部企业部门就业人数的比重，1996 年为 3.9%，2001 年上升为 7.4%。站在 21 世纪的今天，我们可以清晰地发现，信息化和全球化浪潮滚滚而来，它们把人类带进了一个崭新的经济时代——知识经济时代。

在知识经济时代，企业的价值在于它是一个独特的知识体，普遍体现于每个员工所拥有的知识以及企业整体的知识容量、知识结构、知识创新能力。管理大师彼得·德鲁克就指出：“在新的经济体系内，知识并不是和资本、土地并列为制造资源之一，而是唯一有意义的一项资源。”知识正在逐步取代传统的生产要素资本、劳动和土地成为企业最重要的资源，并在为组织创造的价值中所占的比重也越来越大，知识管理也成为企业最基本的管理活动之一（Teece，1998；2000；Hall，1993；刘春英、张羽，2002）。无论是大企业还是小企业，无论是高科技企业还是传统企业，无论是西方的企业还是中国的企业，那些深深植根于知识土壤的企业在过去的十年中以高于传统企业 10 倍的生产率和增长速度快速成长起来。企业尽管仍然要依赖于物质条件，但物质条件已不再占据主导地位。企业的竞争优势极大地取决于其知识的广度和深度。企业之间的竞争也从有形的物质产品的竞争转向无形的技术与知识的竞争，产品中的技术、知识含量成了竞争的基础和决胜的关键（项国鹏，汪良军，2001；胡晓翔，达庆利，2002；Zack，1999）。一些著名咨询公司，例如麦肯锡、安达信开展了卓有成效的知识管理活动，它们是知识管理实践领域的引领者。像巴克曼实验室、施乐、国际商用机器、通用电气、朗讯科技、摩托罗拉、惠普、施乐、西门子等都在知识管理方面取得了很大的成绩。目前国内部分企业也开始尝试实施知识管理，并初见成效，如联想、TCL、三九、移动、好利来等。根据国际数据公司（IDC）的统计，美国企业在 2002 年共投入

了 27 亿美元的资金用于知识管理, 预测 2010 年将投入 68 亿美元。在英国, KPMG 公司一项调查也表明, 在 100 家大公司中, 已有 43% 的公司开始推行知识管理。在日本, 设立了最受尊敬的知识型企业奖, 丰田、本田、索尼、花王、朝日、IBM 日本公司、理光、施乐和佳能等企业都曾获此殊荣。这些企业实施知识管理以后, 都取得了巨大的发展。一个最为经典的例子就是微软公司, 1996 年它的市值是它的有形资产的 11.2 倍, 然而到 2000 年的第二季财务报表却已经达到 13.3 倍。微软的成功, 并不是他们比 IBM 有更多的物力、财力, 而是在于更具价值的知识资源。而苹果公司的操作系统并不比微软的操作系统差, 甚至更先进些, 但却没有取得像微软那样巨大的成功, 其症结就是没有形成自己特点的知识管理系统。斯图亚特 (Stewart) 在 1997 年也指出, 1954 年美国财富杂志的 500 强企业, 在 40 年后, 已有 2/3 的企业被强调创新研发的知识型企业所取代。

在这样的背景下, 企业运营的价值越来越多的来自于“知识”这一无形资产, 未来的财富将主要来自于无形的知识资源, 知识已不仅仅是一种信息, 一种答疑解惑的工具, 而更多地表现为资本, 一种不仅能够驾驭资本而且能够产生价值的知识资本 (Sveiby, 1997; Winter, 1987; Edvinsson and Sullivan, 1996; 张炜, 2005)。公司拥有的知识资产价值将远远超过其有形资产的价值。在这种形势下, 越来越多的企业竞争优势将与个体员工、团队和组织知识水平密切相关, 并开始关注组织知识管理和知识资本管理, 把无形的个体、团队和组织知识“有形化”并有效地利用它。正是适应这种需要, 当前学术界关于知识经济的研究和实践逐渐从宏观层次转向了微观领域。在这个过程中, 同时也催生了一系列新的管理思想和管理方法 (Prahalad and Hamel, 1990; Barney, 1991; Peteraf, 1993; Porter, 1980)。传统的经济理论认为, 企业是一个“黑箱”, 是一个生产函数, 并不探讨企业内部知识资源的运作过程与状态。产业经济理论分析企业的竞争战略, 主张通过产业选择及战略定位来获取更高的盈利率, 侧重于从企业外部获取竞争优势。然而, 实践表明, 决定企业竞争优势的主要因素来自企业内部。企业能力理论认为, 企业的竞争优势来源于企业的核心能力, 而企业核心能力是指具有企业特性的、不易模仿的企业专有知识和信息, 其核心内涵是企业专有的知识体系。企业资源基础理论的提出和蓬勃

发展则是从企业根源上说明了企业各种内部资源——很大程度上是知识资源——是如何发挥作用，创造企业价值的。企业资源基础理论也从全新的知识角度考虑了企业竞争优势的来源，认为一个企业的竞争优势是由企业内部的，那些有价值的、稀有的、不可复制的以及可被组织的知识资源所形成的。虽然这些理论的学者从知识管理的角度分析了有效的知识管理是企业成功的必要条件，要维持企业竞争优势，唯有以知识为基础不断创新，开展高效的知识管理活动，但是却很少有人从组织知识转化和知识资本理论的角度来研究如何将企业员工个体的知识、能力和素质（人力资本）转换成组织所拥有的知识、能力和文化（组织资本），所以作为研究实践微观基础的组织知识转化及其与知识资本管理的兴起就成为了必然。

第二节 问题的提出

知识作为企业最重要的战略性资源，不仅可以为组织创造持续竞争优势，而且也可以为组织创造更多的价值，但必须具备第一个条件，如何有效地利用已有的知识，并不断创造更多的新知识。而知识作为一种易消耗和易更新淘汰的资源，个人知识会随个人的流动而流失，团队知识会随团队的消失而流失，不能完全为组织所掌握。知识效用的发挥首先取决于知识能否在组织之中有效转化，不能转化的知识只能自己使用，组织无法获取（张庆普、李志超，2003；马亚男，2003；Martin，2003；Spender，1996b；Nonaka and Takeuchi，1995）。因此，无论是知识创造还是知识利用，都离不开一个最基本的知识管理活动——组织知识转化。在这个过程中，企业如何有效的进行组织知识转化，对企业提高盈利水平至关重要。随着知识管理理论的发展，相关学者对组织知识转化过程进行了广泛地探讨。最具代表性的是日本学者 Nonaka（1991）所提出的组织知识转化 SECI 模型即隐性和显性知识通过社会化、外在化、整合化和内化在组织内部自下而上运动，从个人层次开始，向上转化为团队层次的知识，最后变为组织层次的知识。组织知识转化和创新贯穿于整个组织各个层次，主要发生在个人层次、团队层次、组织层次之中，各个层次中的知识转化又是

每一层次上知识管理活动相互作用的结果。其中,隐性和显性知识总是附着在各个知识载体之中,涉及个人、团队和组织三个主体层次,员工个体拥有自己的显性和隐性的知识,这些知识存在于员工个人的价值观念、心智模式以及个人的知识库中(Polanyi, 1962, 1966; Career, 1978; Erikson, 1985; Moch, 1990);团队知识除包括其中员工个人的知识(显性的和隐性的),还包含团队层次的显性知识(如团队中的数据库、资料集等)和隐性知识(如团队中成员间的默契、相互协作的文化和氛围等)(Cooke et al., 2000, 2001; Zellmer - Bruhn, 2003; 蒋蓉华, 周永生, 2003);组织层次的知识除了包括员工个体和团队的知识总和,还包括个体、团队和从企业外部获取的各种知识的有效转化和整合,它具有单个个体和团队的加和所无法具有的知识特性(Szulanski, 1996; Davenport and Prusak, 1998; Arnold, 1998),组织各层的不同知识特征以及它们之间的相互作用是组织知识转化的关键。如何通过不间断地在不同的主体层次中学习、转化和创新,使组织知识成为企业获得核心竞争能力和持久竞争优势的源泉,从而进一步对企业的员工绩效、团队绩效和组织绩效产生影响,这成为我国企业必须面临的第一个共同的难题。

此外,虽然组织知识转化可以使它们从其他生产要素中分离出来,但要成为首要的主导性力量,为企业带来经济效益,还必须具备第二个条件,那就是知识要素转化为资本(朱亚男、于本江, 2005; Stewart, 1997; Edvisson, 1997)。知识向资本的转化,直接导致知识资本作为一种新型的资本出现。实际上,知识并非天然就是资本,组织知识在不同主体层次上的转化就完成了知识资本化的前提条件和基础。知识资本才代表了企业将各种要素投入转化为最终价值的能力,这种能力是企业所拥有的,即使组织成员离开,仍然留存在组织中的知识资产,其价值在于把企业知识资源凝聚起来,使企业的知识资源在实现企业战略目标的过程中得到有效利用,是企业存在和发展的基础(Bonds et al., 2000; Roos and Roos, 1997; Johnson, 1999; 戚啸艳、于海燕, 2008; 张炳发、万威武, 2006)。如何实现个人知识、团队知识和组织知识在各主体层次上的资本化,并管理知识资本,发挥知识资本的巨大潜力,这就成为我国企业特别是知识型企业面临的第二个现实问题。虽然在现代的经济社会和组织理论中,都在研究知识资本管理,都认为基于知识资本理论对组织的知识转化研究是极为重

要的，但是对组织到底是如何在个人、团队和组织层次中创造知识、转化知识及其对绩效产生影响，并最终转化为知识资本的研究却少之又少，大多数研究强调的是显性知识和隐性知识之间的形态转化，较少将不同主体层次中组织知识转化同特定的知识资本化过程结合起来，针对性不强。至于知识如何在个体、团队和组织层次中进行知识资本转化，基于知识的企业理论更并没有给予解释，而只是提出各种知识资本测量和评价模型，还没有将知识资本化作为研究组织知识转化机制的中心，究其原因在于对于知识资本在组织的知识转化过程中的作用了解不足（Erikson, 2002；Hunter, 2002；胡明、陈明星，2008；Chung, 2003）。因此，我们有必要根据“组织的知识转化结果是知识资本化”的观点，对各个主体层次中组织的知识转化机制进行深入探讨，并进一步丰富对知识资本化的认识，这将一方面有助于我们了解组织知识转化及其资本化的过程及其形成机理，深入理解知识转化各维度之间的作用机制，从理论上弥补了现有组织知识转化及其知识资本管理研究的不足，进一步丰富和完善知识管理基础理论体系，为基于组织知识转化的知识资本化的新型模式构建提供科学的依据；另一方面又可以促使企业明确知识管理工作的重点和方针，帮助企业针对不同维度层面制定知识管理策略，改进和提高组织的知识转化及其资本化效率和效果，实现组织知识优势和知识资本价值的最大化，使个人、团队和组织知识及其知识资本能够支撑起企业持续的创新和发展，从而为更有效、更直接地改进我国企业的知识管理工作提供指导作用。

第三节 数据来源和研究方法

从多个领域基于知识资本的理论视角对不同主体层次中组织的知识资本及其绩效的影响进行探索性分析，主要采用文献研究、实证研究与案例研究等研究方法。此外，还涉及方差分析、相关性分析、因子分析、回归分析、结构方程模型、多层次线性模型等统计方法。其研究的数据来源和具体方法如下：

一 文献研究

基于知识资本的理论视角对不同主体层次中组织的知识资本及其绩效

的影响研究涉及了多个领域,例如组织知识转化、知识资本以及企业绩效,这些领域研究的最新发展都为这个问题的实证研究作了理论上的铺垫。首先通过文献研究的方法,归纳和总结组织知识转化、知识资本以及企业绩效的相关研究成果,提出不同主体层次中组织的知识转化及其影响因素、不同主体层次中组织的知识转化及其对绩效的影响、不同主体层次中组织的知识转化对知识资本的作用路径、动态环境下组织的知识转化、知识资本与企业绩效的关系等理论概念模型以及相关假设。其中,还综合国内外学者在知识转化、知识资本和企业绩效方面的主要观点,提出组织知识转化、知识资本结构以及企业绩效的主体层次性问题,将它们相应地划分为个人、团队和组织三个层次,并对其在各个层次中的形式(或形态)进行整理和总结。因此,本书力图将前人的相关文献理论贯穿起来,形成基于知识资本的理论视角对不同主体层次中组织的知识资本及其绩效影响的研究思路。

二 实证研究

从实践上来讲,基于知识资本的理论视角对不同主体层次中组织的知识转化及其绩效的影响研究的提出也并非偶然,这是大量企业在市场竞争和知识管理过程中所逐渐意识到的,但是其相关研究仍主要集中在国外企业,特别是一些欧美国家的企业,而对我国大多数企业并不适合。因此,在研究国外理论的同时,也必须结合中国国情通过大量的问卷调研、访谈以及统计分析对我国企业的不同主体层次中组织知识转化结构维度及其影响因素、组织知识转化对绩效的影响以及组织知识转化与知识资本之间的关系等问题进行实证研究。

三 案例研究

案例研究作为管理理论构建的重要方式之一,是一种运用历史数据、档案材料、访谈、观察等方式收集数据,并运用可靠技术对一个事件进行分析,以摆脱现有文献和过去经验的束缚,验证我国企业组织知识向资本转化过程中教育投资、“干中学”、职业培训、团队会议、团队规范、团队互动、团队构成、组织支持、组织结构、组织文化、组织制度和信息技术等模式的普遍意义,这将有助于我们认识企业各主体层次知识资本化的一般规律。本书将采用多重案例研究的方法,选取了不同程度知识管理的六个案例企业作为研究对象,试图深入了解案例企业的实际情况,同时通