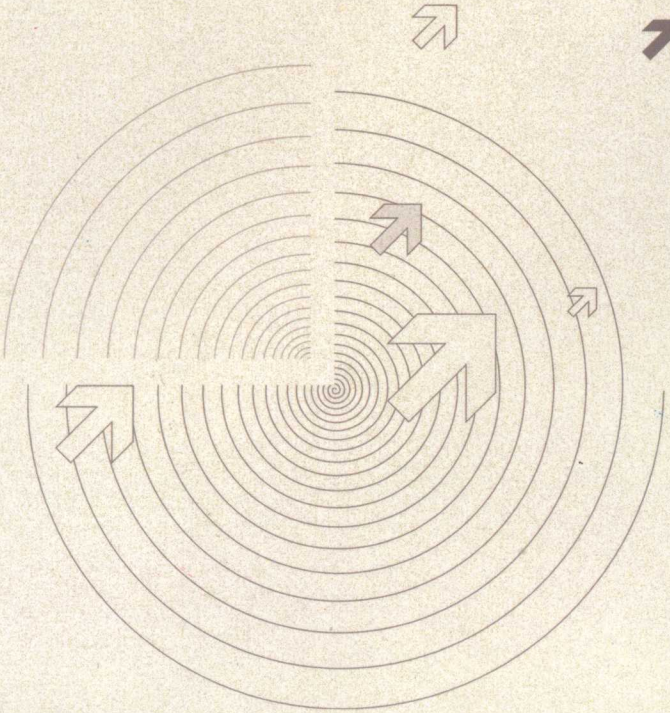
组织内知识增长效率研究

ZUZHINEIZHISHIZENGZHANG XIAOLUYANJIU

王越◎著

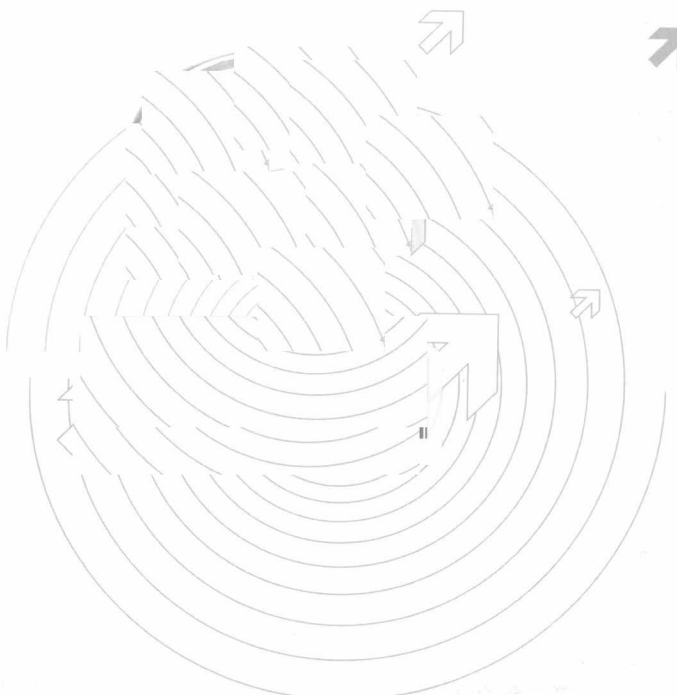


暨南大學出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

组织内知识增长效率研究

ZUZHINEIZHISHIZENGZHANG XIAOLUYANJIU

王越 著



暨南大學出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS
中国·广州

图书在版编目（CIP）数据

组织内知识增长效率研究 / 王越著. —广州：暨南大学出版社，2009.7
ISBN 978-7-81135-326-6

Ⅰ. 组… Ⅱ. 王… Ⅲ. 企业管理—组织管理学—研究
Ⅳ. F272.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2009）第 099679 号

出版发行：暨南大学出版社

地　址：中国广州暨南大学
电　话：总编室（8620）85221601
营销部（8620）85225284　85228291　85220693（邮购）
传　真：（8620）85221583（办公室）　85223774（营销部）
邮　编：510630
网　址：http://www.jnupress.com　http://press.jnu.edu.cn

排　版：暨南大学出版社排版设计中心
印　刷：暨南大学印刷厂

开　本：890mm×1240mm　1/32
印　张：7.375
字　数：20 千
版　次：2009 年 7 月第 1 版
印　次：2009 年 7 月第 1 次

定　价：19.00 元

（暨大版图书如有印装质量问题，请与出版社总编室联系调换）

前　言

2003 年春季，笔者开始攻读天津大学管理学院的技术经济与管理专业博士学位，期间有幸参与导师和金生教授承担的国家自然科学基金课题“组织学习的融知发酵模型研究”。在大量阅读国内外关于组织学习和知识管理的文献及对知识型企业进行调研的过程中，逐渐对知识管理这一领域产生了浓厚的兴趣。

众所周知，当今世界是一个知识化的时代，越来越多的人已经了解到知识的重要性，他们希望能掌握更多的知识以求在未来的竞争中获得更多的优势。于是，近年来学界及商界兴起了知识管理的热潮，而当管理者意识到知识管理是“基于知识的管理”之后，便开始注重培养和管理人与知识的生态关系，培养能持续创造知识价值的源泉——知识动力。

一般而言，从知识是否能够用语言直接表达和有效转移的属性来看，可以将知识分为显性知识（explicit knowledge）和隐性知识（tacit knowledge）两种类型。知识管理的目的之一，就是要把企业的隐性知识转化为显性知识，以及把个人知识转化成组织知识。而知识社群作为将隐性知识转化为显性知识的一种良好的机制，已经越来越多地为更多的企业及研究人员所接受。知识管理主要是透过人与人的联结、沟通，达成企业经验留承、信息分享及工作效率提升的目的。知识社群正是以人为本来推动知识的增长，是知识管理的一个活泉。知识社群是活化知识管理系统的基础，而积极活跃运作的创造性群体，更是企业转型为知识型产业的重要依托。知识社群可以活化知识库甚至知识管理系统，厚植无形资产，提升企业竞争力。时至今日，技术界、产业界只有不断创新才能生存，要达到此目标，必须佐以知识社群的活络运作，为此，知识社群的重要性更加彰显。正如《智慧狂潮》一书作者 Dr. Jim Botkin 所说："没有知识社群的知识管理，就如同没有人操作的计算机；没有知识社群的知识管理系统，就如同孤儿一样。"因此，知识管理学家们普遍认为对知识社群的研究是知识管理的第三次浪潮。

本书正是围绕着组织内如何管理知识社群以提高组织学习及知识增长的效率问题展开研究。通过对组织知识增长过程理论以及知识增长机理理论的进一步细化整理和研究，建立一个基于知识社群的组织内知识增长影响要素与组织学习能力、组织学习产出、组织绩效之间关系的分析框架，并且以定量分析的方法加以验证和改进。因此，本书内容共分三大部分：理论导出、实证研究、总结与展望。

在理论导出部分，首先对以往组织学习及知识增长理论进行评价，在吸收前人成果精华的同时，构建了影响知识增长的过程结构体系，提出组织知识增长过程要素的罗盘结构模型。将知识社群与知识动力吧相结合提出社群吧的概念，将整个组织视为动

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

态活性系统吧，并对以社群吧为主线所形成的知识网络、组织知识活性系统进行研究。之后，利用仿生学原理和生物学理论，将融知发酵思想代入组织知识增长过程的机理研究中，并进一步将智能代理理论（intelligent agent theory）（以下简称Agent理论）的特性引入融知发酵活动中，进行知识的产生、扩散等深层机理的研究。

在实证研究部分，为了进一步研究组织内如何提升知识增长的效率，本书构建了组织知识增长影响要素集对组织学习绩效评价总体构思模型，并系统地提出了影响组织学习和知识增长的指标体系及假设关系。运用统计软件 SPSS 对广东省珠海市 18 家高新技术企业的集中问卷调查和天津市几十家企业的分散问卷调查的结果进行因子分析、相关分析和回归分析等定量分析，验证了大部分的假设，得出了本研究的主要结论，并有针对性地为企业提高知识增长效率提出了改进措施，为企业如何营造有利于组织学习及知识增长过程的环境氛围提供实践指导。

在总结与展望部分，本书通过对研究过程的回顾和检讨，提出未来需进行改进和进一步深入研究的方向。

本书是笔者在 2006 年完成的博士论文基础上，结合了近两年来在暨南大学管理学院从事博士后工作期间在知识社群方面的研究成果以及推广应用经验而完成的，希望能够对学术界及企业界在进一步推进组织学习知识管理理论发展和实践应用方面提供一些启发。本书的编辑出版得到了第 41 期中国博士后自然科学基金项目（项目号为 20070410842）的资助。特别是在三年的博士论文写作过程中，笔者有幸一直得到天津大学和金生教授的亲身指教，为后来的研究打下深厚的学术基础，受益匪浅。博士论文的选题主要是针对导师的国家级课题中关于知识吧部分的深入研究，这也是笔者进入知识管理领域研究的切入点。在此，对和金生教授表示深深的感谢。笔者出版此书也

主要是对三年博士学习期间导师及家人的极大帮助及自身所付出辛苦的安慰和追忆。

书中难免存在疏漏和不足之处，恳请读者批评指正。

作者

2009 年 1 月于暨大羊城苑

目 录

Contents

	前 言	(1)
1	绪 论	(1)
	1.1 问题的提出	(1)
	1.2 研究动机	(3)
	1.3 研究目标与意义	(5)
	1.4 研究方法	(6)
	1.5 研究思路	(7)
	1.6 研究的创新之处	(9)
	1.7 基本假设和分析层次	(11)
2	组织知识增长理论综述	(14)
	2.1 组织知识、知识增长的定义	(14)

2.2 知识增长研究的理论渊源 …… (16)
2.3 知识增长的“吧”理论发展过程 …… (19)
2.4 知识增长过程理论的三要素关系 …… (25)
2.5 Nonaka 的 SECI 知识增长模型及“吧”理论缺陷分析 …… (28)
2.6 企业知识增长的合理性验证 …… (32)

3 组织内知识增长过程的要素体系分析…… (34)

3.1 知识动力吧的构建 …… (36)
3.2 组织“活性系统动力吧”的复合构建 …… (50)
3.3 组织系统吧的网络化分析 …… (70)
3.4 组织系统吧的内控活性分析 …… (87)
3.5 组织内知识整合增长复合螺旋模型构建 …… (92)

4 基于融知发酵思想的组织知识增长机理分析…… (97)

4.1 以往的知识增长理论对知识增长机理的解释程度 …… (98)
4.2 融知发酵理论的提出…… (100)
4.3 知识增长的机理是融知发酵思想的体现…… (108)
4.4 不同类型的社群吧产生不同的融知发酵行为结果 …… (116)
4.5 融知发酵的微观活动促进知识增长的动态分析 …… (120)

5 组织内影响知识增长效率要素的实证分析 …… (132)

5.1 对以往知识增长实证研究的总结评价…… (133)

5.2 实证研究的理论假设及模型的建立…… (134)

5.3 问卷的设计与调查情况…… (145)

5.4 问卷的统计方法…… (151)

5.5 问卷的数据统计及数据分析…… (152)

5.6 实证研究模型的修正及假设验证…… (181)

5.7 提高组织学习知识增长效率的策略实施…… (189)

6 总结与展望 …… (194)

6.1 主要研究内容及结论…… (194)

6.2 不足之处和展望…… (196)

附 录 …… (198)

附录一 调查问卷 …… (198)

附录二 集中调查样本企业名单 …… (205)

参考文献 …… (206)

后 记 …… (227)

1 绪 论

1.1 问题的提出

知识管理是一个非常宽泛的研究领域，包含了知识获取、知识编码、知识存储、知识转移、知识共享、知识应用、知识创新等各个方面的内容。同时，组织文化、技术基础设施、组织结构、激励机制等环境因素对知识管理的各个环节都产生重要的影响。知识管理的理论和实践发展到今天，学者们和实业界人士逐渐意识到：仅仅认识到知识管理的重要性是远远不够的，真正能够成功地实施知识管理才是解决问题的关键。

知识管理的内容从宏观上划分为两大类：一是对组织已有知识的运用和管理。组织已有知识，就是组织历史中应对危机的经验、已研究开发成功但尚未市场化的发明与专利等。如何最大

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

限度地在组织内复制现有知识，换言之，如何在员工中共享已有知识，是组织在未来面对类似问题时能否高效率地应对和解决的关键。二是如何创造新知识。环境的非线性变化、客户需求日益多样化与个性化、产品生命周期大大缩短、技术变革突飞猛进，所有这些都要求组织不能再局限于历史经验。事实上，过去的成功经验往往是创新的大敌，组织必须不断学习、不断创新、不断超越自己，而创新从知识管理的角度理解就是创造新的知识。知识共享和知识创造并不是被割裂的，两者具有极其紧密的联系，知识共享是前提，知识创新是目的。而知识共享扩散引发知识存量的增加，知识创新引发知识质的变化，共同促进知识的增长。

由于知识管理的出发点是把知识看作最重要的资源，把最大限度地、持续不断地创造新知识、提升知识水平作为提高组织竞争力、提升组织知识价值的关键。因此，引发知识增长是知识管理的核心，是一个组织在激烈的竞争中立于不败之地、取得持续竞争优势的法宝。尽管知识增长如此重要，然而实现知识增长并不是一件容易的事。过去的知识管理强调组织制度及利用技术建立知识数据库，而事实上，大量的知识创新是来源于个人的想法、直觉、经验、灵感，是在此基础上利用大量的显性知识（包括结构化和非结构化知识）和隐性知识，在他人的帮助和某种环境的影响下，将那些想法、直觉、经验、灵感等具体化，最终成为新知识的过程。它通过交流实现不同类型知识之间的转换，最终产生新知识。所以，从广义上讲，知识管理是鼓励和刺激改革，挖掘员工和顾客创造知识的潜在能力的过程。企业如何通过持续地学习和创新，不断吸收、创造和有效运用知识，进而在日益扩增的不确定性环境中创造价值、赢得竞争优势，就成为人们普遍关注的焦点问题。从这个意义上看，知识管理被认为是“基于知识的管理”。管理者意识到这一点之后，应注重管理和培养人和知识的生态关系，培养能持续创造价值增长的组织能力的源

泉——知识动力，这是知识管理的第三次浪潮。

我国企业对人和知识的生态关系历来缺乏重视。具体来讲，对知识共享、知识创新重视不够，缺乏对知识创新的正确理解，普遍关注的是技术创新，而较少关注企业管理、制度等其他方面的创新，总体的创新并没有被企业所重视，并且知识共享、创新型组织文化氛围极度缺乏，知识共享的机制得不到保障。据李桂荣（2002）对75家企业的组织文化类型进行的调查显示，大部分企业文化为保守型和稳健型，仅有18%左右为创新型。所以，如何充分挖掘利用组织内外的智力资本及社会资本，营造有利于知识增长的组织环境氛围，建立人和知识协调发展的生态环境，剖析知识增长的机制，识别制约知识增长的因素，促进组织的知识增长，从而为企业获取持续的价值提升和竞争优势，这是当前我国企业知识管理亟须解决的问题。笔者力图通过自己的努力，希望对解决这一知识管理理论与实践中的难点问题有所贡献。

1.2 研究动机

企业知识理论将企业的首要任务视为使众多个体的专业知识一体化、创新化。然而，组织成员的知识虽具有专业性、默会性以及与此相关的分布性，即使组织成员目标一致，愿意进行知识的一体化，但也是相当困难的。因此，寻求解决组织成员间知识的转移、交流与共享即知识一体化、创新化的合理结构是本研究的动机。

任何知识的产生和生存都是由所处的环境即特定的时空决定的。因此，温格（Wenger，1991）认为产生知识动力的根源来自实践社群；Don Cohen（1998）等人认为是通过人们因信任而合作的社群和网络而形成社会资本的，而社会资本中最重要的因素是时间和空间；野中郁次郎（Nonaka，1990）提出“吧”的概

念，即“一个兼并关系和友谊的分享空间，可能是物理的、虚拟的或思想的空间”。“吧”为个体提供创造新价值、提升知识质与量的机会。研究“吧”，其实质是强调“吧”中的社会资本，强调组织结构中的信息网络和人与人之间的关系网络在知识增长中的作用，强调知识的交流受环境的影响，强调不同的环境创造出不同的知识。因此，我们有必要研究这种增长知识的环境。以往的研究没有注重“吧”、社群、知识网络、知识活体系统之间的关联，而对于学习型组织，组织知识体系应是一个活性系统。遍布系统的社群发挥知识吧作用不断产生新知识，并借助知识网络充分传递、交流、整合，使知识得以扩散、升华、创新，使组织的知识在存量和质量上都得到提升。

同时，学习型组织在网络化发展过程中，通过内部权力结构的扁平化、内控协调化，一方面须保证作为不同性质知识的综合应用，使新知识持续创造高效率；另一方面，则在个人、团队、部门和整个组织等不同层次上须重塑企业的组织学习机制，从而能够使企业获得“比它的竞争对手学习得更快的能力”。

所以，如何对组织知识活性系统进行管理，提高其运行效率，是决定组织知识管理、提高知识增长效率的关键。为保持组织知识长期增长，支持组织内“吧”的建设及重要社群的网络建设是一种非常重要的战略。知识已经被视为组织内各种群体和组织合作网络的财富，而非个体所创造和拥有的资源（Mitsuru Kodama，2005）。我们之所以强调以社群、“吧”为知识源讨论组织知识网络中的知识增长问题，究其实质是强调遍布社群网络中的智力资本、社会资本，强调组织中人与人之间的关系在知识增长中的作用，强调人性的作用要高于制度的作用，最终要将知识管理归入人本管理的轨道。

对于更加复杂抽象的知识系统，系统中的影响因素越来越多而相互之间的关系越来越复杂。系统中涉及的因素不仅有自然属性，而且有社会属性和人的精神属性。如果寻求出组织内知识增

长的主线，利用系统方法来从总体上加以分析和综合，就能更全面深入地考虑各种因素及其相互影响。这些就是研究影响组织内知识增长效率问题的根本出发点。

1.3 研究目标与意义

1.3.1 研究目标

本书研究的主要目标是通过对组织知识增长过程理论以及知识增长的机理理论的整理和研究深化，建立一个组织内知识增长的影响要素与组织学习知识增长产出、组织最终绩效之间关系的分析框架，并且以定量分析的方法加以验证和改进。

1.3.2 研究的理论意义

在新的知识竞争环境中，企业的关键资源是知识，尤其是存在于组织成员头脑中和组织语境中意会性高的知识。为了有效运用和创造这种知识资源，管理者特别是高层管理者，其工作的重心将不在于怎样搜集或集中更多的知识，以便更好地制定规则、确定经营方针和政策、下达命令以及协调下属行动，而在于如何在组织内部，尤其是各个知识社群单元之间建立起有效的知识联结和沟通的网络模式，以便使拥有意会性高的知识个体和社群不断地发挥其知识效能。在以知识为基础的企业中，战略和创新思想不只是来自于高层管理者，而主要是来自于内外部交流网络中最活跃的意会性高的知识拥有者（个人或知识单元）（Hansen，1999）。

本书通过挖掘社群吧的知识创造力，利用社群吧之间的网络属性，研究如何提高知识传递扩散的速度，并借助活性系统的自控性，研究如何管理组织知识网络并提高其知识增长效率。而在以往的文献中这种以社群、吧为研究基点，以组织系统论的观点

讨论知识增长的文献是非常有限的，本研究力图填补这方面理论研究的缺口。最后，本书通过实证调查分析，揭示出我国高新技术企业内的知识在网络化活性系统组织发展中所要解决的关键问题，力图为我国企业的组织学习和知识管理的实证研究增添分量。

1.3.3 研究的现实意义

通过本研究，能够在组织学习中更好地提高组织内知识资源的利用率和创造力，确定我国高新技术企业内影响、制约知识增长的相关因素，使组织有针对性地对智力资源及社会资源进行有效管理，发挥其最大效率；为我国企业的组织学习和知识管理提供实践指导，使企业真正实现“通过提升知识来提升市场价值”(Davenport，1999)。

1.4 研究方法

本书在研究过程中综合运用了多种研究方法，以便获得科学、准确的研究结论。主要研究方法包括：

1.4.1 文献归纳、分析、综合研究

文献来源主要包括数据库期刊来源，如 Elsevier Science、IEEE/IEE Electronic Library (IEL)、Idealibrary、ABI/INFORM Global (UMI 商业信息数据库)、万方数据库、中国期刊网，以及搜索引擎 Google、大量译文版图书、会议文献等。由此笔者获得了丰富的知识管理领域的文献资料，经筛选之后留用的优秀成果成为本研究的主要素材和理论基础。通过对大量文献的阅读和学习，笔者充实了知识储备，吸取了国内外专家学者的研究成果，形成本研究的理论框架和理论假设。在此基础上，笔者设计调查问卷，完成了数据采集。

1.4.2 理论研究与实证研究相结合

由于目前在企业知识增长过程理论方面还缺乏系统的研究，因此本研究作为在这一领域的一种尝试，首先对知识增长过程理论和影响增长的要素进行了较为系统的整理，理论研究在这里显得非常必要。但理论的生命力来自于实证的支持，所以，本书围绕着理论研究结论进行实证分析验证，以此为实践提供较明确的指导。实证分析主要通过问卷调查收集数据进行定量分析。

1.4.3 问卷调查与谈访调查

本书的研究主要依靠问卷调查获得所需的数据。调查时尽量在不同部门、不同组织层次、不同年龄段、不同性别人群中发放问卷，以保证对企业了解的宽泛性。同时，为了得到企业较翔实的资料，笔者借助谈访调查法，登门拜访部分被调查企业，以保证研究结果具有较高的科学性和准确性。

1.5 研究思路

本书的研究在占有已有文献的基础上，试图从社会学、经济学、认知科学、心理学、哲学、信息科学与技术、组织行为理论和战略管理学等学科之间的交互区域中汲取综合性的智慧，对前人关于知识增长的研究成果以及对组织的知识增长过程进行剖析，构建组织内影响知识增长的结构体系。对组织的知识增长机理进行剖析，分析影响组织学习知识增长效率提高的要素，并以实证方法印证对组织学习知识增长绩效的影响，为企业提升知识增长效率提出具体的改进措施，指导实践。

本书研究的框架结构由五部分组成，即问题提出、理论综述分析、系统结构构建研究、实证分析、结论。框架结构如下图所示：

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com