第一图书网, tushu007.com

<<后发企业知识传导>>

图书基本信息

书名：<<后发企业知识传导>>

13位ISBN编号：9787030358851

10位ISBN编号：7030358856

出版时间：2012-11

出版时间：科学出版社

作者：江积海 著

页数：194

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

<<后发企业知识传导>>

前言

本书研究后发企业内和企业间知识传导的路径、传导成本及传导机制。
本书假设企业是一个彼此异质的知识单元的集合体和积累知识的有效制度，以知识存量水平较低和学习能力都较为落后的后发企业为对象，以知识传导路径、传导成本、传导机制为研究点，试图构建后发企业“传导路径→传导成本→传导机制→传导绩效”的逻辑关系。
企业知识传导绩效是目的，传导路径和传导机制是手段，而传导成本是内在机理。
通过研究探讨后发企业知识传导的路径及规律，影响后发企业传导绩效的成本因素，改善传导绩效的传导机制，以期打开影响后发企业知识传导绩效的“黑箱”。
首先，本书研究了后发企业知识传导的路径。
我们从知识主体、传导活动、知识属性三个维度构建了知识传导的三维空间路径框架，分析该框架提出的依据和基本逻辑；重点说明其组成要素、内涵、路径过程；研究了深圳研祥公司的案例。
其次，我们研究了后发企业知识传导的成本，从广度、密度、速度、交互度四个方面阐述后发企业知识传导的成本动因，探讨每个影响因素对传导绩效的影响机理、影响方向，阐述四度影响机理的应用，并分析了尚德公司的案例。
再次，我们研究了后发企业知识传导的机制。
……

<<后发企业知识传导>>

内容概要

《后发企业知识传导：路径、成本、机制》假设企业是一个彼此异质的知识单元的集合体和积累知识的有效制度，以知识存量水平较低和学习能力都较为落后的后发企业为对象，以知识传导路径、传导成本、传导机制为研究点，构建后发企业“传导路径→传导成本→传导机制→传导绩效”的逻辑关系。
首先，提出基于知识向量主体路径、活动路径和属性路径三维度的传导路径模型；其次，构建知识传导成本度量的广度、密度、速度、交互度的四度模型；最后，设计传导机制的结网机制、激励机制、认知机制、整合机制的四制模型，以期改善传导成本动因影响。
企业知识传导绩效是目的，传导路径和传导机制是手段，而传导成本是内在机理，通过探讨后发企业知识传导的路径及规律，发现影响后发企业传导绩效的成本因素，提出改善传导绩效的传导机制，以期打开影响后发企业知识传导绩效的“黑箱”。
《后发企业知识传导：路径、成本、机制》适合知识管理、创新管理等领域的研究人员、学者和企业实践人员阅读。

第一图书网, tushu007.com

<<后发企业知识传导>>

书籍目录

前言第1章 后发企业知识传导的源起1.1 企业知识传导提出的背景1.2 知识传导路径、成本及机制的提出1.3 本书框架体系第2章 知识与企业知识传导的内涵2.1 企业知识观的发展脉络2.2 企业知识及其传导的内涵2.3 企业知识传导路径的典型模式2.4 企业知识传导成本及机制的影响因素2.5 后发企业内涵及其知识传导的内涵第3章 后发企业知识传导的路径分析：三维3.1 三维传导路径总体框架构建3.2 X维路径分析3.3 y维路径分析3.4 Z维路径分析3.5 两维组合路径分析3.6 三维传导路径的案例分析：研祥第4章 后发企业知识传导的成本分析：四度4.1 四度传导成本总体思路刻画4.2 广度成本分析4.3 密度成本分析4.4 速度成本分析4.5 交互度成本分析4.6 四度传导成本的案例分析：尚德第5章 后发企业知识传导的机制分析：四制5.1 四制传导机制主导逻辑论述5.2 结网机制的理论分析与案例研究5.3 激励机制的理论分析与案例研究5.4 认知机制的理论分析与案例研究5.5 整合机制的理论分析与案例研究第6章 后发企业知识传导的实证研究6.1 研究假设6.2 问卷设计6.3 因子验证6.4 假设检验6.5 结果讨论参考文献附录附录A 小样本的描述性统计附录B 大样本的描述性统计附录C 调查问卷后记

章节摘录

4.2 广度成本分析　　广度是指企业内现有学习路径的宽广，即知识传导涉及的主体范围和知识活动的范围，主体范围是指个体、团队、组织及网络的数量多少，知识活动范围是指知识的获取、吸收、转移、应用及创新活动的多少。
不同的企业知识主体和活动范围是不一样的，无论是后发企业或者领先企业，学习流程的多样性是保证个体或组织层面获取足够知识的必要条件，而学习流程是某主体（如个体）通过某知识活动（获取或吸收）的过程。
因此广度以企业内是否存在知识传导路径及其子路径的多少来判断，如宽、中、窄。
显而易见，广度对企业知识传导绩效的作用是正相关的，即广度越宽，知识传导的绩效会更好。
也就是说，企业内学习主体越多，从事的知识活动越多样的，不仅有上游的知识获取和吸收，而且还有下游的应用和创新，则知识传导流程多且顺畅，从而保障知识的流动性和更新，增加知识的存量。
　　影响广度的因素包括：个体的数量、团队的数量及其知识结构、组织的知识存量、网络的数量及其地域范围，获取渠道的多样性、吸收或转移或创新知识的多样性，显性或隐性知识的多样性，等等（表4-1）。
这些因素越多样，则广度越宽。
因此，企业要通过增加广度来提高知识传导的绩效，即通过改善表4-1中有关广度的动因来促进知识传导。
　　4.3 密度成本分析　　密度是指后发企业创建、更新、利用、改进或强化学习流程的重复程度，是指知识传导过程各子路径发生的频率。
领先企业的实践表明一次性的学习是不可能有效获取知识并把它们转化成组织知识的。
随着时间的变化，某些实践可能被惯例化或者形成日常惯例的一部分。
密度可表示为一次性的、间隔的、持续的，如知识创新活动是一次性还是持续的。
密度对知识传导很重要，因为它可以保证企业持续获取外部知识，保证更好地理解所获取的知识，保证个体知识持续地转化为组织学习并因而成惯例化。
因此，密度与知识传导绩效也是正相关关系。
　　……

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com