

# 知识吸收与企业家导向对自主创新的影响研究

刘晓敏<sup>1</sup>, 郭海<sup>2</sup>, 胡延平<sup>1</sup>

(1.华南农业大学 经济管理学院, 广东 广州 510642; 2.西安交通大学 管理学院, 陕西 西安 710049)

**摘 要:**如何通过知识吸收促进自主创新能力提高是企业面临的重要挑战。在回顾以往研究的基础上, 综合考虑企业家导向、外部知识获取、内部知识共享与自主创新之间的影响关系, 建立了一个自主创新研究的理论框架。并指出: 内部知识共享是外部知识获取促进自主创新能力提高的重要途径; 企业家导向与外部知识获取的交互影响提高了企业内部知识共享程度; 企业家导向能够增强内部知识共享对自主创新的促进作用。

**关键词:**外部知识获取; 内部知识共享; 企业家导向; 自主创新

中图分类号: F272.91

文献标识码: A

文章编号: 1001-7348(2009)05-0126-05

## 1 问题的提出

在快速变化的环境中, 知识被越来越多的学者看作是获取竞争优势的源泉。基于知识的观点认为, 包含知识创造、知识整合和知识应用在内的知识管理过程是企业获取高绩效的重要途径<sup>[1]</sup>。对知识以及知识管理的重视促使大量学者关注到知识与创新之间的关系<sup>[2,3]</sup>, 知识管理也被看作是企业创新成功的关键<sup>[3]</sup>。

由于自主研发能力不足, 长期以来中国企业往往通过合作创新或模仿创新的方式引进新技术。核心技术的缺失使企业丧失了发展的主动权, 加大了企业研发成本, 自主创新被看作是提升企业长期竞争力、改善企业绩效的根本途径。由于新兴市场和发达市场在技术能力和知识水平等方面存在较大的差距, 很多新兴市场企业期望通过与来自发达市场企业的合作获取企业所需的知识与资源<sup>[4]</sup>。特别地, 为了提高企业创新能力, 大量中国企业通过参与到合作与联盟活动中以获取对方先进的技术知识。合作的增加给中国企业带来大量基于知识的资源, 促进企业知识积累, 从而为自主创新的开展提供了资源支持。但外部知识获取不能从根本上提高企业创新能力。首先, 在竞争不断加剧的环境中, 大量新知识的涌入使得中国企业更加关注于如何将新知识快速地应用于实践活动中, 从而降低了企业通过知识共享将获取到的知识加以有效整合及开发的热情; 其次, 知识开发的路径依赖性决定了企业所获取的新知识与现有知识存在多方面的差距, 从而导致“知识鸿沟”现象的出现, 这在客观上增加了企业通过有效学习进

行知识整合的难度, 降低了企业参与到知识共享活动中的动力。我们认为, 企业自主创新不仅依赖于新知识、新技术的获取, 也依赖于将外部获取到的新知识转化为企业自身的知识与能力的知识吸收过程<sup>[5]</sup>。因此, 深入探索知识吸收过程对自主创新的影响非常必要。

知识吸收过程受到企业战略导向的影响<sup>[6]</sup>。自主创新是一种高风险、高资源消耗性活动, 外部知识获取与内部知识共享能够为自主创新提供必要的知识资源支持。但自主创新的高失败风险仍然使大量中国企业望而却步。因此, 在知识资源为自主创新提供“硬件”支持基础上, 探索如何选择合适的战略导向以支持和激励知识有效应用于企业创新活动中很有必要。将追求机会的行为与追求竞争优势的行为结合对创新活动的开展非常关键。基于知识的观点认为包括知识获取和知识共享在内的知识吸收过程意在追求企业竞争优势。而作为一种学习与选择机制, 企业家导向强调通过勇于创新、承担风险以及积极主动的行为探索和应用企业家机会<sup>[7]</sup>, 从而激励企业参与到创新活动中。可见, 企业家导向和知识管理过程的结合能够更加有效地促进企业自主创新。因此, 企业需要通过培育企业家导向的氛围激励企业参与到知识获取和知识共享活动中, 进而提升企业自主创新能力。

本文基于企业家导向及知识管理观点, 在回顾以往研究基础上, 提出了自主创新研究的一个理论框架, 并通过一个系统化的概念模型深入探讨了知识吸收(外部知识获取、内部知识共享)过程、企业家导向与自主创新之间的关系。

收稿日期: 2008-11-27

基金项目: 广东省软科学项目(2007B050200027); 华南农业大学校长基金项目(4700-K07007)

作者简介: 刘晓敏(1977-), 女, 陕西西安人, 博士, 华南农业大学经济管理学院工商管理系讲师, 研究方向为企业创新与战略管理; 郭海(1981-), 男, 山东临朐人, 西安交通大学管理学院技术经济系博士研究生, 研究方向为技术创新、企业治理; 胡延平(1969-), 男, 江西吉安人, 华南农业大学经济管理学院工商管理系副教授, 研究方向为企业创新、企业融资管理。

## 2 以往研究回顾

### 2.1 知识吸收与创新研究

基于知识的观点认为企业的基本功能是创造、整合以及应用知识,知识是企业持续竞争优势的源泉。但是知识本身并不能为企业带来竞争优势,只有战略性地管理企业知识资源才能将知识转化为创新性产出,而包括知识创造、知识整合及知识应用3个基本阶段的知识吸收过程是企业获取高绩效的根本途径(图1)<sup>[1]</sup>。为了更好地理解企业知识吸收过程对创新活动的影响,我们分别从外部知识获取与内部知识共享(或知识整合)两个方面回顾知识吸收与创新的相关研究。

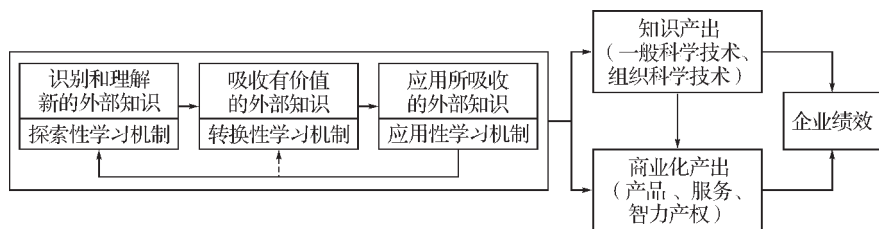


图1 知识管理过程及对企业绩效的影响

作为一种探索性学习机制<sup>[1]</sup>,识别和理解新的外部知识是创新成功的关键。特别地,在经济全球化的今天,通过并购、联盟及建立社会网络等方式识别和理解外部知识成为企业获取外部知识的重要途径。概括地说,企业外部知识获取可以通过正式和非正式两种途径实现。大量研究表明,企业可以通过企业间的联盟与合作、兼并与收购(M&A)两类正式途径获取外部知识,从而促进企业创新活动开展。首先,在经济全球化的今天,企业发展越来越依赖于企业间的联盟与合作活动,在联盟与合作背景下研究知识获取对企业创新的影响也成为一个热门的研究课题。战略联盟是企业访问外部知识的重要手段,从而也会影响到企业创新。例如,Soh<sup>[8]</sup>通过纵向分析发现,企业在技术合作型联盟网络中的位置集中度越高,与企业重复建立网络合作联盟的企业越多,企业越能够获得更多的机会信息,从而更可能投资于技术创新活动中,提高企业新产品绩效水平。以富有创新性的风险资本投资为研究背景,De Clercq 和 Dimov<sup>[9]</sup>认为知识的外部获取有助于企业识别和利用新的市场机会,从而会激励企业参与到创新活动中。Nordberg<sup>[10]</sup>的研究发现,在企业战略目标与其核心竞争力相符的前提下,企业与科研机构通过契约方式建立正式合作关系有利于企业技术发展。战略联盟也会影响企业产品创新战略实施的效果。Li和Gima<sup>[11]</sup>在对184家新创企业的研究中发现,企业产品创新战略对绩效的促进作用受到企业产品开发战略联盟水平的影响。企业可以通过以产品开发为目的的战略联盟获取提高技术能力所需的资源与知识,提高产品创新战略对企业绩效的正向作用。

其次,并购与企业创新的关系也受到一些学者的关

注,但并没有得到一致性结论。一些学者认为并购活动会伤害企业创新,是企业创新的“毒药丸”<sup>[12]</sup>。首先,并购所需要的大量知识与资源整合性活动会分散企业管理者投入到创新活动的精力<sup>[13]</sup>;其次,一些研究认为并购后企业的关键员工,包括参与到创新与研发活动中的员工可能会离开企业,以致有损创新活动开展<sup>[14]</sup>;最后,学者们指出并购意味着巨额的财务支出,这有可能迫使企业终止对创新活动的投入<sup>[12]</sup>。也有学者坚持并购活动会促进企业创新观点。他们认为:技术诀窍往往是隐性而无法轻易在企业间转移的,为了降低交易成本,企业可以通过并购的方式解决隐性知识转移的问题<sup>[15]</sup>;其次,并购会带来企业增大的研发预算,使企业更可能实现规模经济并有能力处理大的

研发项目。此时,基础性研发活动受到更多的重视,从而促使企业开发先进技术。增大的研发预算也会使企业有能力投入到更多的研究项目中,从而扩散了创新风险。最后,并购使得企业所具备的知识具备更强的互补性,可将其加以整合利用以开发单一企业所不能开发的新技术或产品。例如,

Prabhu等在对医药企业的研究中发现,对第一个参与到内部知识开发中的企业,收购会帮助企业开展创新活动<sup>[16]</sup>。技术收购也是企业通过并购促进企业创新的重要手段<sup>[17]</sup>。技术收购指大企业通过收购小的技术企业,将其获取到的技术能力嫁接到企业自身的资源库中。Puranam等<sup>[18]</sup>研究发现技术收购会通过结构整合影响企业新产品开发活动。Ahuja和Katila<sup>[19]</sup>认为技术收购对企业创新绩效存在复杂的影响:通过技术收购所获取的知识存量的绝对值促进企业创新绩效,而其相对值却降低了企业创新产出;获取到的与正在获取的知识相对值与创新产出存在非线性关系。

外部知识获取的非正式途径主要表现为企业的社会关系(Social tie)。对中国企业来说,社会关系被认为是企业获取与转移外部知识、探索新知识的重要渠道<sup>[20]</sup>。管理者关系(Managerial tie)和政治关系(Political tie)是社会关系的两种典型表现形式<sup>[21]</sup>。管理者关系主要指企业管理者与供应商、客户及竞争对手企业的管理者之间的社会关系,而政治关系指企业管理者与政府机构官员建立的社会关系<sup>[21]</sup>。由于管理者关系可以为企业带来新的专业知识和技术资源,所以也会影响企业创新活动开展。Gao, Xu, 和 Yang<sup>[22]</sup>的研究认为存在管理者关系的企业更有可能参与到创新活动中,而这一关系在知识吸收能力强的企业中表现得更为明显。政治关系构建也会影响企业创新水平。Li和Gima<sup>[11]</sup>的研究发现,当企业建立更多的政治网络时,企业产品创新战略对绩效的促进作用更强。

外部知识获取不足以支撑创新活动的持续开展,只有将知识有效吸收并转化为组织能力,新知识才可能得到成功应用。作为一种转化性学习机制<sup>[1]</sup>,知识整合通过知识

共享的手段消化外部获取的知识,进而通过有效吸收与整合将其转化为组织能力。知识共享是知识转化的主要实现手段,它指组织成员间知识交流和转移的过程,鼓励组织成员、小组以及部门间知识沟通与交流。作为一种重要的知识创造过程,企业内部知识共享会影响企业创新活动。企业内的知识共享为员工个人知识、部门知识提供了交流平台,使现有知识可以根据新的使用者的需要而整合,此时来自某个人或某个团队的方法或思想往往能帮助他人或另一个团队创造新知识,并由此促进企业创新。首先,内部知识共享会提高企业产品开发水平。例如,Hansen<sup>[23]</sup>通过对一个大型电子企业的41个业务部门中120个新产品开发项目的研究发现,项目团队与拥有相关知识的部门间的知识共享水平越高,越能更快地完成新产品的开发。其次,内部知识共享也会提高企业创新绩效。例如,Yang<sup>[24]</sup>在对中国高新技术产业的研究中发现,知识整合对新产品绩效有显著的促进作用,而知识获取与知识扩散会正向调节两者关系;类似地,Lin和Chen<sup>[25]</sup>的研究发现信息共享能够通过知识整合的中介作用提高企业新产品开发绩效。将企业成员所拥有的个人知识整合为企业共享的知识后,企业需要合理地知识应用于开发创新机会,从而建立企业竞争优势。

## 2.2 企业家导向与创新研究

企业家导向是企业决策制定过程、方法和实践在企业家精神方面的体现<sup>[7]</sup>,它描述的是企业家如何实践企业家精神的姿态,强调企业如何去开展新的创业活动,即企业家在实践企业家精神的过程中所使用的方法、实践以及决策制定的风格。一般认为,企业家导向包含创新性、冒险性和先动性3个维度。创新性指管理者为发展新的产品、服务或新的过程而通过实验或创造性的过程引入新事物的意愿;冒险性指管理者在缺乏对可能的结果进行判断所需要的知识前提下,采取一定的决策和行为的意愿。比如,在参与风险性活动过程中作出确定的资源承诺;而主动性指管理者,尤其是市场领先者在对市场未来需求产生一定的预期基础上,为抓住潜在的市场机遇所具备的一种前瞻性特征。

企业的企业家导向与企业创新存在密切联系。下面,我们从3个侧面回顾企业家导向与企业创新研究。首先,创新性是企业家导向的一个重要特征。Miller<sup>[26]</sup>首次提出企业家导向的概念,并认为企业家导向的特征包括创新性、冒险性和主动性3个方面。Lumpkin和Dess<sup>[7]</sup>发展了上述研究,并认为企业家导向包括创新性、冒险性、主动性、竞争进取性和自治性5大特点。此外,Knight<sup>[27]</sup>通过先动性和创新性两个方面测量企业的企业家导向。在此后的研究中,创新性均被学者看作企业家导向的一个重要特征。创新性反映了企业参与到创新活动中的动机和意愿,这也意味着企业家导向与企业创新息息相关。

其次,企业家导向可以通过直接和间接的方式影响企业创新。一方面,一些研究认为企业家导向会直接影响企

业创新。Hult,Hurley和Knight<sup>[28]</sup>在研究战略导向与企业创新关系时发现,企业的企业家导向能够促进企业创新,从而提升企业绩效。Lee和Sukoco<sup>[29]</sup>的研究表明,企业家导向会促进企业产品创新与过程创新。Li等<sup>[30]</sup>的研究发现,在中国转型经济背景下,企业的企业家导向会促进企业技术商业化程度的提高。另一方面,企业家导向也可以通过影响企业资源与能力间接影响企业创新。Zhou和Li<sup>[6]</sup>在分析中国企业的战略导向时,认为企业家导向会通过影响企业动态能力的构建、知识探索与应用活动的开展提高企业创新绩效。也有研究认为,企业家导向也会通过提升企业智力资本进而提高企业创新水平<sup>[31]</sup>。

最后,企业家导向会影响企业不同类型、不同阶段的创新活动开展。一方面,研究发现企业家导向会影响企业不同类型的创新活动。Atuahene-Gima和Ko<sup>[5]</sup>的研究发现企业家导向与市场导向的交互影响在培育企业产品创新过程中扮演重要角色。Zhou等认为企业家导向能够促进企业基于技术和基于市场的突变创新<sup>[32]</sup>。企业家导向也会促进企业产品创新与过程创新<sup>[16]</sup>。另一方面,企业家导向会在创新活动的不同阶段发挥作用。创新包括新知识的创造、产品研发、技术商业化以及获取创新收益多个阶段。企业家导向不仅会加速企业知识创造过程<sup>[33]</sup>,提高企业知识管理能力<sup>[29]</sup>,也会提高企业技术商业化程度<sup>[30]</sup>,进而提高企业创新绩效<sup>[6]</sup>。

## 3 理论关系构建

作为一种高风险的创新方式,自主创新需要通过应用大量新知识实现新技术、新产品开发目标。由于外部知识获取为企业提供了大量创新所需要的新知识,因此外部知识获取有利于企业开展自主创新活动。但是,通过联盟等方式获取到的外部知识必须通过有效吸收才能被组织成员所理解,并应用于创新活动。因此,外部知识获取很难直接影响企业自主创新能力的提高,而内部知识共享是知识获取影响自主创新的重要途径。

对大多数缺少知识资源的中国企业来讲,内部知识共享能够通过激发组织内部知识流动的方式有效吸收所获取到的外部知识,创造更多自主创新所需要的新知识,并有利于将现有基于知识的资源有效转化为企业能力<sup>[34]</sup>。于是,内部知识共享不仅为自主创新提供了所需的知识资源,而且通过培育技术能力的方式降低了自主创新的风险、缩短了自主创新的实现过程。因此,外部知识获取对自主创新的影响可以通过内部知识共享的方式实现。据此,本文认为:外部知识获取对自主创新的促进作用通过内部知识共享的中介影响实现。

由于内部知识共享是外部知识获取促进自主创新的中介影响因素,如何提高企业内部知识共享水平变得非常重要。我们认为,企业家导向与外部知识获取的交互作用会更好提高企业内部知识共享水平。一方面,外部知识获取为企业家导向作用的发挥提供了资源基础。企业家导向强调通过营造勇于创新、承担风险以及主动参与竞争的



企业氛围探索与应用企业家机会,但并不关心企业资源积累现状<sup>[35]</sup>。事实上,企业在自主创新过程中不仅需要培育企业家导向的氛围,也需要通过外部知识获取等方式创造知识,以积累自主创新活动所需要的知识资源。因此,外部知识获取弥补企业家导向忽视企业资源积累的缺陷。另一方面,企业家导向是企业参与外部知识获取与内部知识共享的重要动机。FDI和技术联盟的快速增长为中国企业提供大量获取外部知识的机会,从而降低了中国企业知识积累的难度。然而,知识存量的快速增长使得企业往往关注于如何通过知识的利用把握现有市场机会,提高企业短期竞争力。企业长期发展更加依赖于其持续竞争优势的建立,而不断探索和把握企业家机会是企业持续竞争力提高的重要途径。企业家导向为企业通过外部知识获取提高内部知识共享水平提供了充足的动力,使得企业从利用现有市场机会向探索和应用企业家机会方向转变,从简单应用知识到通过知识共享实现企业知识系统持续发展的方向发展,提高了企业内部知识共享水平。由于企业家导向与外部知识获取会通过互相弥补对方缺陷的方式促进内部知识共享,我们提出如下观点:企业家导向通过与外部知识获取交互作用促进内部知识共享。

自主创新依赖于企业对市场机会的探索 and 追求。内部知识共享为企业积累了可观的知识资源,这使得企业更加清楚如何寻找机会,也可以更准确地评估这些潜在机会所隐含的创新价值。但是,只有当企业有不断追求市场机会的意愿时,知识资源才会被应用于企业家机会的发现和运用。也就是说,当企业具备企业家导向的特征时,企业的管理者更愿意通过参与到创业活动中将知识资源转化为机会探索和识别的资本,并赋予企业在内部共享知识的动力。此时,企业家导向不仅在提高企业内部知识共享水平的过程中发挥作用,也会在内部知识共享应用于自主创新的过程中产生积极影响。内部知识共享是包含知识组合重构以及将知识整合为能力等活动的复杂过程。在企业家导向的氛围中,为发现新的市场机遇,组织员工更愿意互相交流与合作,从而更可能通过知识共享产生创造性的思想,降低自主创新风险。因此,企业家导向反映出企业发展其知识系统的意愿,并引导企业采取知识获取、知识共享等有利于创新活动开展的行为方式。有研究认为,企业家导向能够促进企业通过利用知识资源提高企业绩效<sup>[36]</sup>。因此,企业家导向型企业更加倾向于通过内部知识共享的学习方式提高知识应用的水平,促进自主创新。由以上分析,我们得出如下结论:企业家导向正向调节内部知识共享与自主创新的关系。

自主创新是高风险、高知识资源消耗性活动,自主创新能力的提高不仅依赖于成功的知识管理,也会受到企业的企业家导向影响。我们将上述关系纳入一个框架下整合,得到概念模型如下(图2)。

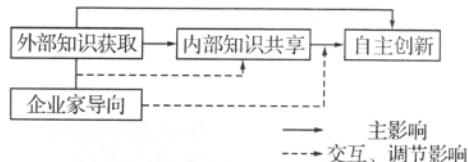


图2 概念模型

## 4 结语

本文在回顾以往研究的基础上,构建理论模型以解释企业外部知识获取、内部知识共享、企业家导向以及自主创新之间的关系。首先,分析认为内部知识共享是外部知识获取影响自主创新的中介途径,从而指出了内部知识共享对自主创新的重要作用;其次,分析发现企业家导向能够通过与外部知识获取的交互作用有效促进企业内部知识共享;最后,论证表明企业家导向会正向调节内部知识共享与自主创新的关系。

对中国企业来讲,自主创新被看作企业提升核心竞争力的根本途径。我们的研究表明自主创新的成功不仅依赖于新知识的获取,也依赖于企业知识吸收能力的提高。在经济发展和经济全球化使得外部知识获取变得更加容易时,企业内部知识共享的缺乏会阻碍知识吸收的效果,不利于自主创新的开展。因此,鼓励员工间的知识交流与知识共享对中国企业自主创新非常重要。

自主创新的成功不仅取决于企业的知识资源积累状况,也要求企业培育企业家导向的氛围,知识吸收与企业家导向分别通过提供资源积累与动力支持的方式促进企业自主创新。其中,知识获取与共享从客观上为自主创新提供了能力支持,而企业家导向通过增大组织成员间的社会交往密度方式,从主观上激励企业参与到自主创新活动中。我们的分析认为,知识吸收过程与企业家导向的有效整合能够更好地提高企业自主创新水平。

### 参考文献:

- [1] LANE P J, KOKA B R, PATHAK S. The Reification of Absorptive Capacity: A Critical Review and Rejuvenation of the Construct [J]. *Academy of Management Review*, 2006, 31 (4): 833-863.
- [2] LI T, CALANTONE R J. The Impact of Market Knowledge Competence on New Product Advantage: Conceptualization and Empirical Examination [J]. *Journal of Marketing*, 1998, 62 (4): 13-29.
- [3] DE LUCA L M, ATUAHENE-GIMA K. Market Knowledge Dimensions and Cross-Functional Collaboration: Examining the Different Routes to Product Innovation Performance [J]. *Journal of Marketing*, 2007, 71 (1): 95-112.
- [4] HITT M A, DACIN M T, LEVITAS E, et al. Partner Selection in Emerging and Developed Market Contexts: Resource-based and Organizational Learning Perspectives [J]. *Academy of Management Journal*, 2000, 43 (3): 449-467.
- [5] ATUAHENE-GIMA K, KO A. An Empirical Investigation of

- the Effect of Market Orientation and Entrepreneurship Orientation Alignment on Product Innovation [J]. *Organization Science*, 2001, 12(1): 54-74.
- [6] ZHOU K Z, BINGXIN LI C. How does strategic orientation matter in Chinese firms? [J]. *Asia Pacific Journal of Management*, 2007, 24(4): 447-466
- [7] LUMPKIN G T, DESS G G. Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance [J]. *Academy of Management Review*, 1996, 21(1): 135-172.
- [8] SOH P-H. The role of networking alliances in information acquisition and its implications for new product performance [J]. *Journal of Business Venturing*, 2003, 18(6): 727
- [9] DE CLERCQ D, DIMOV D. Internal Knowledge Development and External Knowledge Access in Venture Capital Investment Performance [J]. *Journal of Management Studies*, 2008, 45(3): 585-612.
- [10] NORDBERG M, CAMPBELL A, VERBEKE A. Using customer relationships to acquire technological innovation: A value-chain analysis of supplier contracts with scientific research institutions [J]. *Journal of Business Research*, 2003, 56(9): 711-719.
- [11] LI H, ATUAHENE-GIMA K. Product Innovation Strategy and the Performance of New Technology Ventures in China [J]. *Academy of Management Journal*, 2001, 44(6): 1123-1134.
- [12] HITT M A, HOSKISSON R E, IRELAND R D, et al. Are acquisitions a poison pill for innovation? [J]. *Academy of Management Executive*, 1991, 5(4): 22-34.
- [13] HITT M A, HOSKISSON R E, IRELAND R D. Mergers and Acquisitions and Managerial Commitment to Innovation in M-Form Firms [J]. *Strategic Management Journal*, 1990, 11(4): 29-47.
- [14] ERNST H, VITT J. The influence of corporate acquisitions on the behavior of key inventors [J]. *R&D Management*, 2000, 30(2): 105.
- [15] BRESMAN H, BIRKINSHAW J, NOBEL R. Knowledge Transfer In International Acquisitions [J]. *Journal of International Business Studies*, 1999, 30(3): 439-462.
- [16] PRABHU J C, CHANDY R K, ELLIS M E. The Impact of Acquisitions on Innovation: Poison Pill, Placebo, or Tonic? [J]. *Journal of Marketing*, 2005, 69(1): 114-130.
- [17] GRAEBNER M E. Momentum and Serendipity: How Acquired Leaders Create Value in the Integration of Technology Firms [J]. *Strategic Management Journal*, 2004, 25(8/9): 751-777.
- [18] PURANAM P, SINGH H, ZOLLO M. Organizing for Innovation: Managing the Coordination-Autonomy Dilemma in Technology Acquisitions [J]. *Academy of Management Journal*, 2006, 49(2): 263-280.
- [19] AHUJA G, KATILA R. Technological Acquisitions and the Innovation Performance of Acquiring Firms: A Longitudinal Study [J]. *Strategic Management Journal*, 2001, 22(3): 197.
- [20] FU P P, TSUI A S, DESS G G. The Dynamics of Guanxi in Chinese High-tech Firms: Implications for Knowledge Management and Decision Making [J]. *Management International Review*, 2006, 46(3): 277-305.
- [21] PENG M W, LUO Y. Managerial Ties and Firm Performance in a Transition Economy: The Nature of a Micro-Macro Link [J]. *Academy of Management Journal*, 2000, 43(3): 486-501.
- [22] GAO S, XUKAI, YANGJIANJUN. Managerial ties, absorptive capacity, and innovation [J]. *Asia Pacific Journal of Management*, 2008.
- [23] HANSEN M T. Knowledge Networks: Explaining Effective Knowledge Sharing in Multiunit Companies [J]. *Organization Science*, 2002, 13(3): 232-248.
- [24] YANG J. Knowledge integration and innovation: Securing new product advantage in high technology industry [J]. *Journal of High Technology Management Research*, 2005, 16(1): 121-135.
- [25] BOU-WEN L, CHUNG-JEN C. Fostering product innovation in industry networks: the mediating role of knowledge integration [J]. *International Journal of Human Resource Management*, 2006, 17(1): 155-173.
- [26] MILLER D. The Correlates of Entrepreneurship in three types of firms [J]. *Management Science*, 1983, 29(7): 770-791.
- [27] KNIGHT G A. Cross-cultural reliability and validity of a scale to measure firm entrepreneurial orientation [J]. *Journal of Business Venturing*, 1997, 12(3): 213.
- [28] HULT GTM, HURLEY R F, KNIGHT G A. Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance [J]. *Industrial Marketing Management*, 2004, 33(5): 429-438.
- [29] LES TIEN-SHANG L, SUKOCO BM. The Effects of Entrepreneurial Orientation and Knowledge Management Capability on Organizational Effectiveness in Taiwan: The Moderating Role of Social Capital [J]. *International Journal of Management*, 2007, 24(3): 549-572.
- [30] LI Y, GUO H, LIU Y, et al. Incentive Mechanisms, Entrepreneurial Orientation, and Technology Commercialization: Evidence from China's Transitional Economy [J]. *Journal of Product Innovation Management*, 2008, 25(1): 63-78.
- [31] WU W-P. Dimensions of Social Capital and Firm Competitiveness Improvement: The Mediating Role of Information Sharing [J]. *Journal of Management Studies*, 2008, 45(1): 122-146.
- [32] ZHENG ZHOU K, YIM C K, TSE D K. The Effects of Strategic Orientations on Technology- and Market-Based Breakthrough Innovations [J]. *Journal of Marketing*, 2005, 69(2): 42-60.
- [33] LI Y-H, WANG, JING-WEN, TSAI, MING-TIEN. Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process [J]. *Industrial Marketing Management*, 2008.
- [34] SIRMON D G, HITT M A, IRELAND R D. Managing Firm Resources in Dynamic Environments to Create Value: Looking Inside the Black Box [J]. *Academy of Management Review*, 2007, 32(1): 273-292.
- [35] TENG B-S. Corporate Entrepreneurship Activities through

# 政府决策研究中隐性知识的获取与共享

赵 辉<sup>1</sup>, 彭 洁<sup>1</sup>, 石立特<sup>2</sup>

(1.中国科学技术信息研究所 资源共享促进中心,北京 100038;  
2.武汉大学 测绘遥感信息工程国家重点实验室,湖北 武汉 430079)

**摘 要:**针对政府决策研究中隐性知识分享和利用困难的情况,从理论层面分析政府决策研究过程中的隐性知识获取与分享的过程,以及这个过程中存在的问题。针对这些问题,提出用综合集成方法构建政府决策研究知识管理平台,可以帮助政府决策研究部门改进隐性知识的获取与分析过程,从应用层面提出政府决策知识平台的系统结构,以及平台的建设步骤。

**关键词:**隐性知识;知识管理;政府决策;知识管理平台

中图分类号:C934

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2009)05-0131-04

## 0 引言

随着工业经济向知识经济的转变,知识的作用越来越重要。知识已经成为社会及经济发展的最重要的战略性资源。从中国的现实状况看,知识经济伴随着全球化的浪潮,正广泛影响和改变着中国的经济体制、公共管理和社会结构,特别是给政府管理提出了一系列新的要求和挑战<sup>[1]</sup>。透

过有效的知识管理提升政府所拥有知识的价值,是当今政府面临的重要课题之一。近年来,政府的知识管理受到越来越多的关注,如政府知识管理与企业知识管理的异同<sup>[2]</sup>,电子政府与知识管理<sup>[3-5]</sup>,公共部门导入知识管理<sup>[6-7]</sup>等内容,但对政府决策研究中的隐性知识的管理并没有进行深入研究。而研究表明,隐性知识是组织知识的主体<sup>[8]</sup>,是智力资本,政府内部的隐性知识通过内部转移被成员吸收和消

Strategic Alliances: A Resource -Based Approach toward Competitive Advantage [J].Journal of Management Studies, 2007,44(1): 119-142.

Entrepreneurial Orientation, and the Performance of Small and Medium -sized Businesses [J].Strategic Management Journal, 2003,24(13): 1307-1314.

[36] WIKLUND J, SHEPHERD D. Knowledge -based Resources,

(责任编辑:陈晓峰)

## A Study of the Effect of Knowledge Absorption and Entrepreneurial Orientation on Indigenous Firm Innovation

Liu Xiaomin<sup>1</sup>, Guo Hai<sup>2</sup>, Hu Yanping<sup>1</sup>

(1.College of Economics & Management, South China Agricultural University, Guangzhou 510642, China;

2.School of Management, Xi'an Jiaotong University, Xi'an 710049, China; )

**Abstract:**How to improve indigenous innovation capability through effective knowledge absorption is a key management challenge faced by Chinese firms. By reviewing extant research, this article proposes a theoretical framework concerning the relationships among knowledge absorption, entrepreneurial orientation (EO), and indigenous firm innovation. The analysis indicates that intrafirm knowledge sharing mediates the relationship between external knowledge acquisition and indigenous firm innovation. Furthermore, the interaction of external knowledge acquisition and EO facilitates intrafirm knowledge sharing. Finally, EO positively moderates intrafirm knowledge sharing and indigenous firm innovation relationship.

**Key Words:** External Knowledge Acquisition; Intrafirm Knowledge Sharing; Entrepreneurial Orientation; Indigenous Innovation

收稿日期:2007-09-06

作者简介:赵辉(1971-),女,上海人,中国科学技术信息研究所资源共享促进中心工程师,研究方向为信息资源管理、知识管理;彭洁(1964-),女,中国科学技术信息研究所资源共享促进中心主任、副研究员,研究方向为科技资源管理、信息资源管理;石立特(1978-),女,湖北武汉人,武汉大学测绘遥感信息工程国家重点实验室助教,研究方向为信息管理。