



上海交通大学本科毕业论文

# 知识管理能力对企业绩效的影响研究

学 生：

学 号：

专 业： 工商管理

导 师：

学校代码： **10248**

上海交通大学继续教育学院

二〇一二年二月

## 毕业论文声明

本人郑重声明：

1、此毕业论文是本人在指导教师指导下独立进行研究取得的成果。除了特别加以标注和致谢的地方外，本文不包含其他人或其它机构已经发表或撰写过的研究成果。对本文研究做出重要贡献的个人与集体均已在文中作了明确标明。本人完全意识到本声明的法律结果由本人承担。

2、本人完全了解学校、学院有关保留、使用学位论文的规定，同意学校与学院保留并向国家有关部门或机构送交此论文的复印件和电子版，允许此文被查阅和借阅。本人授权上海交通大学网络教育学院可以将此文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存和汇编本文。

3、若在上海交通大学网络教育学院毕业论文审查小组复审中，发现本文有抄袭，一切后果均由本人承担（包括接受毕业论文成绩不及格、缴纳毕业论文重新学习费、不能按时获得毕业证书等），与毕业论文指导老师无关。

作者签名：

日期：

# 知识管理能力对企业绩效的影响研究

## 摘要

从知识的角度来看，企业实现可持续发展，就必须对组织和个人的知识进行持续的组合和再组合，实现知识的获取、转移和创新。这就需要企业提高知识管理能力。但是，企业知识管理能力的改善是否能够真正提高企业绩效？如果能够提高企业绩效，那么企业又该如何改善相应的知识管理能力？这些问题在近年来成为许多专家和学者们所关注的热点话题，也是企业希望解决的问题。本论文正是在这一背景下对这一问题，进行了理论探讨和实证分析。

第一章为绪论，提出了所要研究的问题，并指出研究的意义。

第二章为文献回顾和假设提出，通过对知识管理能力、企业绩效、以及知识管理能力和企业绩效之间的关系方面进行理论回顾，并提出假设即假定知识管理能力和企业绩效之间呈正相关关系。

第三章为实证研究，在第二章的基础上，选择 101 家典型企业的网站进行实证调研，通过回归分析，研究发现知识管理能力和企业绩效之间存在直接正向关系。因此，对企业而言，为了提高企业绩效，非常有必要扩大知识获取能力、提高知识筛选能力、增强知识创新能力、强化知识扩散能力。

第四章为结束语。在总结全文的基础上，提出未来的研究方向。

关键词：知识管理能力，企业绩效，影响

# **A Study on the Affection of Website Characteristics on Enterprise Performance**

## **ABSTRACT**

The knowledge and the knowledge management have already become the main contents of the research and the understanding enterprises competitive advantage. Though most people think the competitive advantage comes from the knowledge and the knowledge management, for practical purposes many enterprises have found it difficult to establish the competitive advantage through effective knowledge management. What is the relationship between knowledge management capabilities and enterprise performance? Many researchers pay attention to the topics. The paper studies the topics theoretically and empirically.

Chapter One is an introduction. It presents topics and research significance.

Chapter Two is a comprehensive literature review. It reviews the literatures about knowledge management capabilities, enterprise performance, the relationship between knowledge management capabilities and enterprise performance.

Chapter Three is empirical study. Based on a sample data of top 101 enterprises in China, by means of the regression analysis, the relationship between knowledge management capabilities and enterprise performance is tested. The result of empirical study shows that knowledge management capabilities significantly influence enterprise performance. Thus, in order to improve enterprise performance, it is very necessary to strengthen knowledge management capabilities.

Chapter Four summarizes and concludes with three suggestions for future research.

**KEY WORDS:** knowledge management capabilities, enterprise performance, affection

# 目录

毕业论文声明 ..... 1

摘要 ..... 2

**ABSTRACT** ..... 3

**1.绪论** ..... 5

**2.理论回顾和研究假设** ..... 7

    2.1 知识管理能力 ..... 7

    2.2 企业绩效 ..... 9

    2.3 知识管理能力和企业绩效 ..... 9

**3.数据收集和实证研究** ..... 12

    3.1 数据收集 ..... 12

    3.2 测度方法 ..... 12

    3.3 资料分析方法 ..... 13

    3.4 问卷的信度、效度检验 ..... 14

    3.5 回归分析 ..... 14

**4.研究结论** ..... 17

    4.1 扩大知识获取能力 ..... 17

    4.2 提高知识筛选能力 ..... 17

    4.3 增强知识创新能力 ..... 17

    4.4 强化知识扩散能力 ..... 18

**5.结束语** ..... 19

参考文献 ..... 21

致谢 ..... 22

## 1.绪论

管理学鼻祖彼得·德鲁克曾经提出，知识的发展可以分为三个阶段，其中，第一个阶段是 19 世纪末以前，当时知识主要被用于工具、生产过程，由此而产生了 工业革命 ，工业革命的出现使得生产力飞速发展，经验可以用知识来表达，学徒过程可以在课本上找到；第二个阶段产生于 19 世纪末，当时泰罗提出 科学管理 方法，将技术性和非技术性的工作都用知识 科学管理的方法来组织，由此使得生产力迅速提高；第三个阶段是 20 世纪 80 年代以后，随着知识经济的提出，知识被系统地用来界定需要什么新知识，产生意义更为深远的 管理革命 。目前，世界正经历着工业社会迈向知识社会转型，知识已经成为与土地、资本、厂房、设备等具有同等重要性的资源。

与此同时，科技进步与经济发展在当今社会同时出现，这使得消费者需求在日新月异，个性化需求日益明显，为了满足消费者变幻莫测的需求，企业必须要加强自己的竞争能力，实现可持续发展。要想维持持久竞争优势，就需要企业比竞争对手能够更快地创造、传播和使用新的知识。目前，知识经济已经成为一种新型经济形态，研究与开发正逐渐成为知识经济的基础，并且，许多行业的产品和服务的知识密集型程度也在不断提高。而在知识经济中，知识的产生、转换、整合、扩散成为推动经济增长的重要力量。权威专家预言，知识对经济增长的贡献率正逐步提高，到 21 世纪后有可能提高到 80%。

从知识的角度来看，企业实现可持续发展，就必须对组织和个人的知识进行持续的组合和再组合，实现知识的获取、转移和创新。这就需要企业提高知识管理能力。但是，企业知识管理能力的改善是否能够真正提高企业绩效？如果能够

提高企业绩效，那么企业又该如何改善相应的知识管理能力？这些问题在近年来成为许多专家和学者们所关注的热点话题，也是企业希望解决的问题。它将有助于企业正确应对知识经济的挑战，指导我国企业通过知识管理能力的提高来进行有效的知识管理，增强我国企业的竞争优势。

本研究将在文献回顾的基础之上，对知识管理能力、企业绩效、以及知识管理能力和企业绩效之间的相关性进行理论梳理，在此基础上，提出相关假设，即假设知识管理能力和企业绩效之间存在着正向相关关系；然后，通过问卷调查，采用回归分析的研究方法，通过实证分析来验证知识管理能力和企业绩效之间是否存在正向相关关系，为提高企业绩效提供相关的决策参考。

## 2.理论回顾和研究假设

### 2.1 知识管理能力

知识的定义从古希腊时代有学者开始探讨,它是包括结构化的经验、价值观、专家见解等多个方面的综合。一般可以区分为明示知识和默示知识。其中,明示知识也称为显性知识,它主要指可以通过文字、图像、表格等表达出来,可以进行交流,能够进行编码的知识;而默示知识也称为隐性知识,它主要指难以通过文字、图像、表格等直接进行传递的知识,默示知识需要经过长期的实践和摸索,才可以体会的,诸如个人技能、经验等,即 只可意会,不可言传 的知识。

知识管理属于一种新的管理思想,不同的学者由于研究的视角不同对 知识管理 提出自己不同的见解,暂未形成统一的观点。人们对于知识管理的研究是从上个世纪 80 年代开始的,随后就进入快速发展的阶段,人们认识到知识管理正成为企业竞争优势的根源。当时,知识管理和企业文化建设、知识管理和企业结构设计正变为新兴前沿领域。知识管理主要指,对信息和人进行管理,还要信息和人的共同管理,要结合起来进行管理,在此基础上,将知识管理流程化、信息化、界面化,并构建知识管理信息系统。

知识管理能力是知识管理的重要研究方面。目前,在知识管理能力方面的研究主要集中在知识获取能力、知识筛选能力、知识创新能力、知识扩散能力层面。

知识的获取:可以从各种途径获取信息,例如:从企业员工获取信息、从顾客获取信息、从竞争者获取信息、从公众获取信息,知识存在于程序、数据库、知识产权、员工、团队或公司网络等位置,知识的输入端就是各种各样的信息。

知识的筛选:知识获取之后,需要对知识进行筛选,一种情况是,一个人拥



有的知识相对于另外一个人而言，则有可能是信息；特别是当如果这个人不能理解信息并将信息运用于某件事件，则会导致信息依然是信息。另外一种情况是，如果另外一个人在获得同样一条信息后，能够根据现有的经验去感受该信息，还能够将这个新知识用于商业决策或者其他企业决策方面，那么该信息就是有用的信息。所以，这就要求企业能够筛选出有用的信息和无用的信息。其中，无用的信息需要舍弃；而有用的信息则可以转换为知识。而有用的信息又可以分为结构化的知识和非结构化的知识。结构化的知识可以容易地进行组织和编码；而非结构化的知识无预定结构可循，需要通过过滤技术和搜索技术后才可以分类。

知识的创新：知识创新的主体既包括企业，又包括员工自身，还包括顾客。知识创新指企业、员工、顾客的知识贡献使知识更加丰富的过程，它需要整合有关客户服务的流程、销售流程、研发流程、进货出货流程、生产流程等等，能够变为知识网络的一部分，以推进企业知识管理。既包括公司企业人力资源知识管理，即鼓励员工之间不断地分享知识、不断地更新知识、不断地学习知识，重视人才智能的发挥、重视对员工的精神激励；也包括顾客关系资源知识管理，企业需要了解顾客的现实需求与潜在需求，基于顾客需求开发出适销对路的新产品；还包括供应商资源知识管理，使公司能够获取较低的进货成本，和供应商保持双赢关系。

知识的扩散：知识扩散包括知识的内部扩散和外部扩散。其中，内部扩散指通过获取、筛选、创新的知识通过积累变为可执行的知识，供企业内部员工共享。外部扩散则指企业将从顾客、竞争者处得到的知识融入组织，并在组织的各个环节进行传递和共享。

本研究将 知识管理能力 这个变量以 4 个维度来进行衡量，即知识获取能力、知识筛选能力、知识创新能力、知识扩散能力。

## 2.2 企业绩效

在一定程度上，企业绩效可以称为评价企业经营能力的重要指标。许多年来，有大量的学者都开始对企业绩效的相关问题展开研究。这些研究既包括定性研究，同时也包括定量研究。例如，人力资本状况对企业绩效存在的影响、营销策略对企业绩效存在的影响、客户关系管理对企业绩效的影响、顾客满意度对企业绩效存在的影响，另外，企业网站的建设能力、企业文化、所有权结构等等很多方面都对企业绩效存在影响。所以，企业绩效对一个企业而言是非常重要的。

从现有研究来看，企业绩效的定性评价有其合理性；但是定量的评价方法则可以更加精确的说明问题所在。目前，有的学者提出，企业绩效可以从下述 5 个方面进行衡量，即企业盈利情况在同行业中的水平、企业的成长性在同行业中的水平、企业声誉或信誉在同行业中的情况、商标或品牌知名度在同行业中的情况、知识的拓展情况在同行业中的水平。但是也有学者的研究表明，可以认为企业的绩效，是由企业的产出增长率来表示的，而企业的产出，可以由企业的总销售收入，即主营业务收入来表示。在本研究中，我们将采用主营业务收入的增长率来表示企业绩效。

## 2.3 知识管理能力和企业绩效

长期竞争优势是大多数企业所追求的，但是现在社会，竞争日趋积累，企业想保持长期竞争优势显得非常困难，这样一个背景下，在 1990 年，有两位著名学者普拉哈拉德和哈默尔提出 核心能力 理论，它是在 战略管理 中的一个

重要的理论,也称为核心优势理论,该理论认为,企业之所以具备持续竞争优势,主要原因在于企业拥有难以模仿、难以替代、同时又稀缺的资源。厂房可以模仿、设备可以模仿、口号可以模仿,但是知识是难以模仿的。企业如果想在激烈的市场竞争之中长期胜出,那么就需要注重对知识管理的投资,构建起有效的知识管理平台和网络。

如果企业具备良好的知识管理能力,和顾客、供应商、员工共创价值,就有可能使得企业绩效增加。以新产品开发中的客户知识管理为例,在知识获取的层面,客户作为创新来源,从自己的需求/经验中获取知识,向企业供应有关新产品的需求信息和知识,把隐性知识转化为容易接受和理解的形式;更常见的情况是,客户所掌握的关于产品需求的隐性知识,可能客户自己讲不清楚或没有意识到,当通过与企业的动态知识交互,可以清晰起来、形成产品需求,将隐性知识转化为显性知识;在知识创新层面,客户成为企业的共同生产者,他们提出新产品的设计特征,和企业/其它客户通过网上社区交流有关产品技术知识,对给定的产品技术进行充分解释,促进隐性知识大量转移为显性知识;在知识扩散层面,客户作为使用者,他们能够识别产品缺陷,将自己零散的显性知识汇总起来成为对产品开发有价值的显性知识,最终合并产生新知识。企业经过这样一个知识管理过程,最终开发出来的新产品能够满足客户需求,具有较稳定的消费群。

相反,如果企业不具备良好的知识管理能力,不能和顾客、中间渠道、供应商、员工一起共同创造与释放商业价值,不能成为很好的合作者,那么企业就有可能使得绩效下降。因为,如果企业对顾客的需求置之不顾,在产品开发时,企业承担大部分开发工作,却没有考虑客户偏好,没有构建完备的顾客数据库,没

有和顾客交互，缺少顾客参与，使得最终开发的新产品不能让顾客满意，那么企业也无法将新产品销售出去；如果企业不通过招聘、发展和保留优质员工实现人力资源增值，不能招聘合适的人才放在合适的岗位，不能使知识、技术在公司内部很好地和公司价值、文化、以及哲学整合，那么有可能造成知识型人才的大量流失，造成企业无形资本的损失；如果企业不能建立完善的供应商数据库，一旦企业规模扩大，公司做大做强，企业有可能不能很好的掌握供应商的情况，而导致不能和理想的供应商紧密合作，共同解决问题。

从以上分析可以看出，知识管理能力和企业绩效之间的相关性研究主要是从理论分析的角度展开。基于此，本研究假设如下：

H<sub>1</sub>：知识管理能力对企业绩效存在直接正向影响。

从前面的理论回顾，我们构造了检验这个假设的因果关系的理论模型（如果 2 - 1 所示），其中图的连线方向代表着变量之间的因果关系。

根据前文的文献综述，我们发现，学者们对知识管理能力和企业绩效之间的相关性主要是从理论的方面、定性研究的角度展开的。在下面的章节中，本研究拟采用实证的调研方式，来检验这个假设。

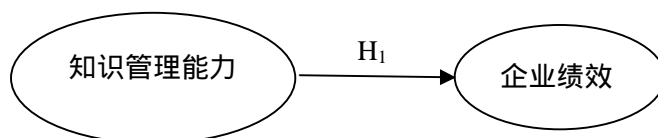


图 2 - 1 研究模型

### 3.数据收集和实证研究

#### 3.1 数据收集

本人所在公司是上海一家微电子公司。2007 中国手机芯片研发与创新大会在上海举办，这次会议的目的是希望在激烈的全球化竞争中，推动中国手机芯片设计业的蓬勃发展，提高中国手机芯片设计企业的自主研发能力，所以在微电子行业研究企业知识管理能力对企业绩效的影响显得非常必要。

本人代表公司参加此次大会，在这次大会进行之前，向与会人员发放调查问卷，来验证本文所提出的模型。这次大会的参会单位有大唐微电子技术有限公司、中芯国际集成电路制造（上海）有限公司、上海宽频科技股份有限公司等百余家行业知名公司，这些公司的知识管理能力对整个中国的微电子企业的状况具有良好的代表性。这些公司部分是上市公司，网上都公布的他们的主营业务收入，其余的也可根据微电子业内的相关市调机构的研究报告获得其主营业务的收入状况，所以可以很容易计算出本研究的企业绩效。而对于知识管理能力，我们有 4 个指标，即知识获取能力、知识筛选能力、知识创新能力、知识扩散能力。本研究以此为基础，设计调查问卷，并且请参与微电子行业大会的各个企业代表对其所在公司的知识管理能力的这二个指标打分。整个调研结束后，共收回问卷 108 份，经过预处理，最后用于实证分析的有效问卷为 101 份。

#### 3.2 测度方法

如图 2 - 1 所示，理论模型共涉及 2 个变量，其中 知识管理能力 ，有 4 个衡量指标，即知识获取能力、知识筛选能力、知识创新能力、知识扩散能力；企业绩效 即采用主营业务收入增长率来衡量。在下表 3 - 1 中，我们列出了进行

数据分析的 2 个变量，共对于 5 个度量指标。问卷中，对于 知识管理能力，本研究让被调查者采用通行的李克特 ( Likert ) 5 级量表打分，从 1 代表完全不同意、 2 代表不同意、 3 代表无所谓、 4 代表同意、 5 代表完全同意。

表 3 - 1 变量的度量指标

| 变量     | 度量指标      |
|--------|-----------|
| 知识管理能力 | 知识获取能力    |
|        | 知识筛选能力    |
|        | 知识创新能力    |
|        | 知识扩散能力    |
| 企业绩效   | 主营业务收入增长率 |

### 3.3 资料分析方法

本文用 SPSS11.0 统计软件作为资料整理分析工具，在这次研究中，所进行的分析包括效度分析、信度分析、回归分析三个方面。

#### (1) 效度

效度，是指指标能够真正衡量出人们希望衡量的事物的真实程度。它包括内容效度和结构效度。内容效度，指专家和学者对该问卷的有效性的认可程度。而结构效度，则可以用指标共同度来表示，如果指标的共同度都大于 0.7，说明问卷的结构效度可以接受。在这里，我们用指标共同度来衡量效度。

#### (2) 信度

信度指对同一概念进行重复研究时，所得结果是否一致，它反映的是测量工具的稳定性或可靠性。一般而言，如果测量的问题具有良好的信度，那么它能够

在不同条件、不同时刻和不同情境下提供稳定的测量。一般而言，我们采用  $\alpha$  系数来表示信度。如果  $\alpha$  系数大于 0.7，则表示具有较高的信度。

### (3) 回归分析

回归分析是一种统计分析方法，它所处理的是两个以及两个以上变量间的线性依存关系。比如：一个地区外资企业的数量和当地经济发展程度之间的关系；气温高低和百事可乐销售数量之间的关系（即：气温越高，可能百事可乐销售的数量就越多）；个人收入和生活的品质之间的关系（即：个人收入越高，可能生活品质也越高），就属于回归分析研究的领域，回归分析说明这两个变量之间的因果关系。

## 3.4 问卷的信度、效度检验

本研究首先采用 SPSS11.0 统计软件进行信度检验，表明问卷的可靠性系数  $\alpha$  系数为 0.81，大于 0.7 的临界值，这说明问卷的可靠性是能够接受的。

然后，本研究再进行效度检验。从探索性因子分析的结果，指标共同度在 0.71 - 0.77 之间，不难看出，这些共同度都大于 0.7 的临界值，这在一定程度上可以说明问卷的结构效度是比较理想的。

## 3.5 回归分析

接下来，本研究使用 SPSS11.0 统计软件来进行线性多元回归分析。从下表 3 - 2 可以看出，各解释变量对企业绩效的回归方差分析；

表 3 - 2 各解释变量对企业绩效的回归方差分析

| 方差来源 | 平方和   | 自由度 | 均方    | F 检验值 | 显著性   |
|------|-------|-----|-------|-------|-------|
| 回归   | 4.125 | 4   | 0.361 | 3.115 | 0.001 |
| 残差   | 0.887 | 15  | 0.131 |       |       |
| 总和   | 4.786 | 19  |       |       |       |

从下表 3 - 3 可以看出，各解释变量对企业绩效的回归分析。

表 3 - 3 各解释变量对企业绩效的回归分析

| 解释变量   | 非标准系数 |       | 标准化系数 | T 检验值 | 显著性   |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
|        | 系数    | 标准误差  |       |       |       |
| 常数     | 2.419 | 0.290 |       | 8.101 | 0.000 |
| 知识获取能力 | 0.219 | 0.132 | 0.211 | 5.623 | 0.012 |
| 知识筛选能力 | 0.387 | 0.212 | 0.457 | 3.879 | 0.014 |
| 知识创新能力 | 0.201 | 0.189 | 0.379 | 5.812 | 0.023 |
| 知识扩散能力 | 0.315 | 0.211 | 0.306 | 5.213 | 0.035 |

从表 3 - 2 可以看出，回归方程 F 检验值为 3.115，显著性 0.001，它小于 0.05 的临界值，说明该回归模型具有统计学意义。另外，表 3 - 3 显示，就回归方程的系数来看，常数项和知识获取能力、知识筛选能力、知识创新能力、知识扩散能力都表现出显著性，即其显著性都小于 0.05 的临界值。

从表 3 - 3 中，我们可以得出，企业绩效和知识获取能力、知识筛选能力、知识创新能力、知识扩散能力之间的关系，由回归方程表示如下：



企业绩效 = 0.219 知识获取能力 + 0.387 知识筛选能力 + 0.201 知识创新能力 + 0.315 知识扩散能力 + 2.419

通过对知识管理能力和企业绩效之间的关系进行多元线性回归分析,发现这两者之间确实存在着相关关系,说明企业如果能够提高其知识管理能力,也就是扩大知识获取能力、提高知识筛选能力、增强知识创新能力、强化知识扩散能力,就会提高企业绩效。从某种意义上来说,如果企业要提高其企业绩效,就必须扩大知识获取能力、提高知识筛选能力、增强知识创新能力、强化知识扩散能力。

## 4.研究结论

通过对以上建立的框架模型所进行的实证分析，不难发现，知识管理能力和企业绩效之间存在正向关系，即企业的知识获取能力、知识筛选能力、知识创新能力、知识扩散能力都会影响企业的绩效。根据这些研究结论，企业如果想提高其绩效，就必须扩大知识获取能力、提高知识筛选能力、增强知识创新能力、强化知识扩散能力。具体而言，可采取建议如下：

### 4.1 扩大知识获取能力

企业可以通过各种途径来获得存在于个人、群体和组织中的各种知识。获取的方式多种多样，例如：可以召开经验总结会，让相关领域的专业人才介绍经验，其他的人则可以学习这些经验；可以通过边工作边学习，以获取经验；可以自己企业的同行进行交流，了解其他企业的经验；可以和政府和科研机构交流，了解目前的政策和科研领域的最前沿；可以进行理论学习，掌握扎实的理论知识。

### 4.2 提高知识筛选能力

现代社会是一个信息爆炸的时代，各种信息纷繁复杂，许多企业充斥着数量众多而且难于处理的各种信息，所以企业非常需要提高知识筛选能力，鉴别出有用的、有价值的信息，剔除无用的信息。而有用的信息又可以分为结构化的知识和非结构化的知识。结构化的知识可以容易地进行组织和编码；而非结构化的知识无预定结构可循，需要通过过滤技术和搜索技术后才可以分类。

### 4.3 增强知识创新能力

知识创新决定着企业在一定程度上决定着企业的竞争优势，对于中国 制造大国 而言，更加需要知识创新，使 制造大国 能够转换为 创造大国 。

增强知识的创新能力，需要进行研究与开发活动，在研发活动中可以邀请顾客参与，因为有研究表明 70% 新产品创意都是来自顾客的需求和想法，也可以邀请供应商参与，因为供应商是产品原材料的提供者。

增强知识的创新能力，需要保护好知识产权，目前我国知识产权保护不如国外发达国家，更加需要引起重视，要保护好专利、版权、商标，否则就会被容易模仿。

#### 4.4 强化知识扩散能力

现代社会，知识已经成为关键的生产要素，很多公司都将知识看作是竞争优势之源，所以就要求知识能够迅速扩散。知识扩散的方式可以通过教育、培训、引出和应用等过程得以扩散。强化知识的扩散能力，需要提高市场的扩张速度，能够实时响应顾客需求的变化。通过知识的内部扩散，将积累的知识变为可执行的知识，供企业内部员工共享；通过知识的外部扩散，将从顾客、竞争者处得到的知识融入组织，并在组织的各个环节进行传递和共享。

## 5.结束语

伴随着信息技术和经济发展的双重推动，企业竞争更加激烈。目前，越来越多的企业都开始重视知识管理，以期望能够提高企业绩效。那么知识管理能力和企业绩效直接关系如何？具有何种能力的知识管理才能够提高企业绩效？这一问题得到了许多企业家和学者们的关注。本论文在此背景下对这一问题，进行了理论探讨和实证分析。

第一章为绪论，提出了所要研究的问题，并指出研究的意义。

第二章为理论回顾和研究假设，通过对知识管理能力、企业绩效、以及知识管理能力和企业绩效之间的关系方面进行理论回顾，将知识管理能力用4个指标表示，即知识获取能力、知识筛选能力、知识创新能力、知识扩散能力，并提出假设即假定知识管理和企业绩效之间呈正相关关系。

第三章为实证研究，在第二章的基础上，选择一百余家企业进行实证调研，通过回归分析，研究发现知识管理能力和企业绩效之间存在直接正向关系。因此，对企业而言，为了提高企业绩效，非常有必要扩大知识获取能力、提高知识筛选能力、增强知识创新能力、强化知识扩散能力。

本文经过文献探讨，建立研究模型，采用实证方法验证研究假设，具有一定的理论和实践意义，但是仍有一些局限性，需要在本文基础上作进一步研究。首先，本研究探讨知识管理能力对企业绩效的影响，但在现实环境中，影响企业绩效的原因十分复杂，知识管理能力只是其中一个因素，本研究无法控制其它因素，因此在研究结果上会受制约。其次，对企业绩效的衡量过于单一化，仅仅选取企业主营业务收入增长率为企业绩效的衡量指标，而有学者认为，企业绩效应该从

5 个方面进行衡量，即企业盈利情况在同行业中的水平、企业的成长性在同行业中的水平、企业声誉或信誉在同行业中的情况、商标或品牌知名度在同行业中的情况、知识的拓展情况在同行业中的水平。但是，本研究由于研究条件的限制，只能选取单一指标进行衡量。另外，本研究以微电子企业作为调研对象，其他行业的知识管理能力和企业绩效之间的关系还需要进一步研究。

毫无疑问，随着经济社会和客户需求的日趋前行，知识管理能力对企业绩效发挥着越来越重要的影响。总体看来，目前的研究中仍然存在着一些尚待解决和值得进一步探索的问题，本论文今后的研究方向主要放在，对企业绩效的影响因素方面。因为企业网站的特征、客户关系管理能力、人力资本状况、所有权结构等等很多因素都在一定程度上影响着企业绩效，本研究将在今后对这一些方面进一步展开研究，以期全面了解企业绩效的影响因素。

## 参考文献

- [1][美]彼得德鲁克.后资本主义社会[M].张星岩译.上海：上海译文出版社，1998：45，186.
- [2][美]维娜艾莉.知识的进化[M].刘民慧等译.珠海：珠海出版社，1998：24
- [3]Peter F Drucker， Ikujiro Nonaka， David A Garvin， etal.知识管理[M].杨开峰译.北京：中国人民大学出版社，1999：18-39.
- [4]杜伟，郭宪英.企业知识管理战略研究[J].现代情报，2002，(10)：117-118.
- [5]韩新伟，陈良猷.知识管理的模式与策略[J].经济与管理研究，2003，(3)：35-38.
- [6]张建华，刘仲英.知识管理环境营建策略[J].科学管理研究，2003，(5)：94-97.
- [7]刘强，樊治平.浅析企业文化对知识管理的影响[J].东北大学学报(社会科学版)，2003，(1)：22-24.
- [8]陈菊红，王能民，杨彤.供应链中的知识管理[J].科研管理，2002，(1)：98-101.
- [9]陈淑妮.企业人力资本的三大激励机制[J].经济管理，2002，(5)：35-37.
- [10]鲁若愚，陈力.企业知识管理中的分享与整合[J].研究与发展管理，2003，(1)：16-20.
- [11]王巍，楼新远.知识管理信息系统的研究与开发[J].宁夏工程技术，2003，(1)：66-69.
- [12]左美云，许珂，陈禹.企业知识管理的内容框架研究.F31 工业企业管理，2004，(1)：12-16.
- [13]许正良，王利政.企业竞争优势本源的探析——核心竞争力的再认识[J].F31 工业企业管理，2004，(1)：96-103.
- [14]黄群慧.企业持久竞争优势探源：多重理论视角分析及其内在一致性[J].F31 工业企业管理，2004，(2)：102-109.

## 致谢

围绕论文的选题、构思、写作特别是数次修改，都浸透了导师王莉老师的一片苦心。导师凭着在学术上的宽广视野、敏锐的洞察力给予悉心指导，导师不厌其烦、耐心细致的教导使我受益匪浅。如果没有导师的谆谆教诲，本文是难以达到今天这种程度的。在此谨向尊敬的导师致以最诚挚的感谢！

此外，我还要感谢学院的各位老师及教务高圆老师，感谢养育我的家人；感谢培育我的母校；感谢和我朝夕相处的同学们；感谢所有关心我，支持我，帮助我的人！

最后，向能在百忙之中不辞辛劳评审此文的各位专家和老师表示由衷的感谢！