

知识创新理论下的企业国际化人才培养

——基于“一带一路”战略视域

寸守栋, 杨红英

(云南大学工商管理与旅游管理学院, 云南 昆明 650091)

摘要: “一带一路”战略背景下“走出去”企业普遍面临着缺乏国际化人才的难题, 其原因之一是现有国际化人才缺乏知识创新能力。文本从构建知识体系和知识创新机制视角出发, 将国际化人才的知识分为显性知识和隐性知识两个维度, 核心知识、东道国文化艺术知识、规范性商业知识三类, 构建了基于问题中心化、概念专业化、知识模型化、应用方法化四个阶段和八项任务的国际化人才知识创新机制和“叶轮”模式, 并从培养机制、培养模式两个方面探索企业国际化人才培养的发展路径。

关键词: 一带一路; 国际化人才; 知识创新; 创新能力

中图分类号: F719

文献标识码: A

文章编号: 1004-292X(2017)01-0043-05

Enterprise International Talent Training based on the Theory of Knowledge Innovation ——From the Perspective of "One Belt and One Road" Strategic

CUN Shou-dong, YANG Hong-ying

(School of business Administration and Tourism Management, Yunnan University, Kunming Yunnan 650091, China)

Abstract: The "going out" enterprises are facing the problem of lack of international talent under "One Belt And One Road" strategy, one of the main reasons is that existing enterprises international talents lack the ability of knowledge innovation. From Constructing knowledge system and the mechanism of knowledge innovation, this paper puts forward that the knowledge of enterprises international talents is divided into two dimensions: tacit knowledge and explicit knowledge and three kinds of knowledge: drive knowledge, cultural and artistic knowledge of host country and normative business knowledge. At the same time, this paper also constructs the knowledge innovation mechanism and the "impeller" model of enterprises international talents, which are composed of four stages and eight tasks based on problem centered, concept specialization, knowledge structure and application method. Finally, this paper makes an exploration of enterprises international talent training from two aspects: training mechanism and training mode.

Key words: One belt and one road; International talent; Knowledge innovation; Innovation ability

一、知识创造能力培育是“一带一路”战略背景下企业国际化人才培养的关键

“一带一路”作为国家发展战略的重要组成部分, 自2013年提出以来其互信、融合、包容的全面合作内涵不断得到丰富, 随着合作机制的广泛建立与完善进入了全面实施和精耕细作阶段。与此同时, 以互联互通工程施工为主, 各类与能源、交通运输、有色金属、旅游、生物医药、种植紧密相关的企业大量布局“一带一路”沿线国家。然而与这些企业的宏伟战略

目标格格不入的是“走出去”企业普遍缺乏国际化人才支撑, 因找不到合适的国际化人才进行有效管理, 生产经营活动亏损折戟的事件也屡见不鲜。对“走出去”企业国际化人才需求的调研数据显示: 国际化人才稀缺主要集中于企业管理类人才(占比37%)、外语类人才(占比22%)、专业技术类人才(占比15%)和项目管理类人才(占比11%)四类, 且大部分“走出去”企业的国际化人才培养方式是依靠企业自主完成, 所培养之国际化素质欠缺集中于国际通行的商业规则(占比28%)、

收稿日期: 2016-10-21

基金项目: 云南省哲学社会科学规划资助项目(YB2015017); 云南省省院省校教育合作人文社会科学研究项目(15HX022)。

作者简介: 寸守栋(1980-), 男, 云南腾冲人, 博士研究生, 研究方向: 人力资源管理与企业运营管理;

杨红英(1962-), 女, 云南景洪人, 教授, 博士生导师, 主要从事人力资源开发与与管理研究。

跨文化沟通交流(占比21%)、创新能力(21%)、国际化视野(占比14%)、东道国社会文化知识(10%)五个主要方面。

综上所述,研究中目前应集中的焦点在于以高铁、基建工程施工、电力等“走出去”企业为例,我国企业拥有全球领先的技术水平,企业现有国际化人才在管理制度、技术标准、工艺流程、业务操作等显性知识方面所具备的素质足以胜任面临的国际业务,显然可以看出“走出去”企业国际化人才所欠缺的不是此类显性知识,而是与“一带一路”沿线国家社会习俗、商业思维习惯、企业文化倾向、政策环境规制、国际政治影响等紧密嵌套在一起的隐性知识,正是这些隐性知识的缺失致使这些国际化人才在国内熟练掌握和应用的商业知识、商业规则,司空见惯、习以为常的管理手段和工作方法在异国他乡面临“失灵”境地。

知识、规则、习惯、风俗等显然具有明显的地域性区隔,跨文化交流活动要求活动主体在异质性文化社会中具备基本的共情能力方能融入其中。事实证明人类群体间的交往活动必然走向相互尊重对方主体身份、价值贡献的交互主体性阶段。此间,通过体验、感知对方心灵深处的情感、认知世界,在他人“感同身受”的过程中形成二者共享情绪,以此做出符合双方价值诉求的目的、行动的理解和推断,从而实现不同主体之间的统一世界。在这种共情情境之下,二者都会表现出避开负面情绪和积极处理面临问题的亲社会行为^[4]。为此,可以判定的是“一带一路”战略背景下我国“走出去”企业国际化人才国际化素质欠缺的本质问题是个人缺乏知识创造能力,在秉承自身丰富知识、文化的前提下,没有结合“一带一路”沿线国家此情此景、此时此刻、因人因事的鲜活情境,动态地创造出适应“走出去”企业与东道国共同语境下,双方积极表现出面对新问题、展现亲社会行为意愿的商业知识。而企业作为组织管理者也缺乏构建这一商业知识的意识和行动策略。因此,当前时期开展国际化人才知识创新能力培育相关研究可称之为“一带一路”战略背景下企业国际化人才培养的关键工作。

二、相关文献概述

国际化人才历来不是专门指国外留学、在国外有工作经历等的某类人,国际化是一种胜任力特征,相关的代表性观点有:国际化人才是具有全球视野、先进知识、较强创新能力和国际竞争能力、跨文化沟通能力与国际交流能力的人才(王通讯,2006)^[5]。国际化人才的胜任力包括“四种能力”即:全球视野和国际沟通能力、跨文化融合和(境)外生存发展能力、应对国际市场竞争和为企业创造价值的的能力、通晓国际惯例和运用国际规则的能力(赵全军、杨阳,2011)^[6]。总之,文献材料关于国际化人才的定义从胜任力方面可归纳为具有国际视野和熟悉国际规则、能参与国际竞争的专业知识、有跨文化沟通和创新能力的专业人才。

企业国际化人才培养是围绕胜任力培育展开的系统性工作。知识创新能力是我国企业在融入“一带一路”战略过程中国际化人才培养的重要概念,尽管国内学者将其与企业国际化人才培养相关联并深入研究的案例实为鲜见,但其内涵还是可为文章开展研究提供有益借鉴。学者的相关研究大抵可分知识

分类、知识创新机制两个主要部分。主流观点由国外学者波兰尼(Polanyi,1966)、野中郁次郎、竹内弘高(Nonaka,Takeuchi,1990)^[7]提出,将知识分为暗默知识和形式知识(或显性知识和隐性知识),认为暗默知识是个人在具体情境中体验所获得的个人知识,这种知识受个人心智模式影响,隐藏在个人价值观、理念、信仰之下,难以识别、准确表述和形成结构。形式知识是指能编码和用语言系统性阐述的知识,如语言表述、技术规范和数学公式等,是西方一直认可的知识存在方式。在知识创造机制方面,这些学者认为是由暗默知识转化形成形式知识的过程中通过形成新概念、新形式、新结构、新产品、新价值而实现创新,这一观点成为知识创新领域的理论基石受到广泛认可。国内学者大多基于野中郁次郎和竹内弘高的理论,在特定领域开展进一步研究:张东基于知识创新空间理论提出知识应分为理性、直觉、情感三部分,其中直觉和情感近似但不完全等同于隐性知识,如情感中的本能部分属于隐性知识而文学、艺术方面的知识则属于显性知识,由人类长期积累的知识形成“人类遗产”,在知识创造过程中发挥着重要作用,与知识的三部分共同构成创新“元模型”并在不同情境下可以演绎成为各种具体的创新模型(张东、王惠临,2013)^[8]。贺团涛等则从生态学视角构建知识创新生态系统,认为知识是该生态系统的不同族群,知识创新是在“知识分布、知识互动、知识竞争、知识演化”的动态平衡中产生和维持(贺团涛、曾德明,2008)^[9]。张省等人以创造市场价值为出发点和最终归宿,将知识创新分为三部分:“元件创新与架构创新”即重要的技术、功能创新;“概念创新与路径创新”即企业的商业模式创新,是将隐性知识转化为显性知识的过程;“协同创新与知识链创新”是适应未来发展趋势的创新趋势。三种创新围绕创造客户价值,增强客户体验,最终实现企业市场价值而展开(张省、顾新,2013)^[10]。此外,其它学者也在该领域开展了众多卓有成效的研究。

从国内外学者研究成果显然可以总结出以下两点基本共识:第一,各种研究观点均围绕野中郁次郎、竹内弘高的默暗知识、形式知识,以及在默暗知识向形式知识转化的过程促进知识创新的基本观点展开,知识创新是企业创造市场价值并获得持续发展驱动力的关键因素。第二,人才是知识创新的主体,培养体系中无论是培养机制、培养模式、具体操作方法,还是配套的培养制度建设均应围绕人才的知识创新能力培育展开,营造自由开放的思维活动空间,让培养对象投身于丰富的情境体验之中,在具备领域内丰富基础知识前提下与异质性情境、价值观念、文化传统连续碰撞,以形成更为丰富和更有实践价值和可操作性的默暗知识,在默暗知识向形式知识转化机制作用下,使人才拥有不断更新、适应新情境和创造新价值的知识储备。因此,理所当然地这些业界共识即知识创造理论也应成为“一带一路”战略背景下的企业国际化人才培养的理论基础和实践方法论。

三、“一带一路”战略背景下基于知识创新理论的企业国际化人才培养内涵

“一带一路”沿线国家有与中国本土风格迥异的社会情境,

培育国际化人才在这片热土上的知识创新胜任力应从他们身临其境地体验异质性社会文化、商业文明开始,推动个人快速形成知识创新的隐性知识、显性知识基础,以企业的组织化手段构建国际化人才知识创新机制,提升国际化人才解决企业在“一带一路”战略过程中面临的发展问题。

1. 国际化人才知识体系构建

① 国际化人才的隐性知识

它是指国际化人才培养过程中,培养对象以留学、案例学习研究、开展田野调查、到“一带一路”沿线国家企业(含中资企业)实习、问题导向的学术研究和学术研讨等多样化途径,在“寓居”过程中体验和了解东道国社会治理、经济发展模式、宗教礼仪、社会价值观念倾向和民情舆论现状、风俗与习惯、团体和个人行动方式的特点和差异,形成以体会、直觉、情感、态度特别是对当前所储备知识文化进行创新和发展之强烈意愿等为特征的对创新具有原始驱动作用的核心知识。这些隐性知识具体表现为在价值观念层面形成支撑“走出去”企业构建适应“一带一路”各国情况的企业公民行为准则、道德与社会责任管理、经营管理基本方针、各类行为准则的知识要素。

② 国际化人才的显性知识

国际化人才的显性知识是指国际化人才所具备的能编辑成文、可直接应用和传承的工具性理性知识。不同视角可对显性知识进行不同分类:从知识内容方面可分为东道国文化艺术知识和规范性商业知识。东道国文化艺术知识是指国际化人才应熟知和在社会互动中为增进了解而需应用的与文学、艺术、宗教礼仪、思维习惯、行为规范和习惯性表达相关的背景知识。规范性商业知识是指符合国际商业规则和东道国商业活动规制前提下的正当程序和管理制度,具体表现为一些合法合规经营、招投标与合同管理、投融资管理、风险识别与防范、环境保护与评价、技术和质量管理、营销和客户服务、社区关爱与交流、治安管理等、企业道德和社会责任管理、东道国本土人才培养等的操作制度和程序。从知识的主体又可分为个体知识和组织知识:个体知识顾名思义是由单个国际化人才自己掌握而他人并不熟知的知识,组织知识是通过组织化手段把来自个体的知识进行积累、整合、固化、存储、扩散的企业拥有的知识,常见于进入企业知识管理库的知识。

综上所述,在排除主体差异的情况下,可以把国际化人才的知识结构总结为隐性和显性两个构面,核心知识、东道国文化艺术知识、规范性商业知识为主要内容,即“两个维度、三位一体”的知识结构。

2. 国际化人才知识创新机制

国际化人才知识创新机制可简述为“四个阶段、八项任务”的逻辑循环,四个阶段是指逻辑上紧密衔接的四个工作步骤,各阶段均包含两项重要任务。

① 问题中心化

问题中心化是知识创造的发生阶段,本阶段的主要任务是识别中心问题。“走出去”企业国际化人才在“一带一路”沿线国家开展工作必然面对两个突出问题:贯彻企业战略意图、面对具体情境中杂乱无章的问题。战略意图通常直指企业在若

干时间范围内应达到的市场地位,此间毫无疑问在所应采取的策略、路径、方法上几近含糊,而身处异国他乡的企业、个人亦会出现曾经为之自豪的丰富资源条件受到极大限制,面对诸多商业规则、法律应用、人力资源短板、物资供应甚至是政治动荡等系列不确定风险,战略意图和杂乱无章的执行环境激烈交锋之后呈现在国际化人才眼前的是纷繁复杂棘手问题。国际化人才的当务之急是完成两项任务:第一项任务称之为无序激荡,是在一种类似头脑风暴的个体间自主互动行为,起到的是知识创造从无到有的激发作用。把国际化人才自己置身于自我管理的境界,把自我对企业内外环境直觉、观察、体验和自我情绪、认知和行为模式融于一体,原始地呈现出大脑所反映出可能存在的问题。第二项任务称之为筛选界定。无序激荡所产生的问题有真伪、大小、包含、关联、轻重缓急之分,国际化人才应在图示状态下对所有问题进行两两关联、归类合并、剔除、按时间先后排序的筛选操作之后,从企业经营管理视角在把握问题本质的基础上界定关键问题,分别对其内涵和外延进行文本性说明。

② 概念专业化

概念专业化即知识创造的元件创造,本阶段的主要任务是在专业领域内准确构筑创新知识系统的知识主件。概念专业化是一个感性与理性、具体与抽象、逻辑与非逻辑交织作用的酝酿和成型思维过程。这些待解决问题时时刻刻储存于国际化人才大脑中,伴随着生活、学习、互动交流的过程处于离线、在线交替加工和持续催化、概念认知模糊不定的境况之中,借助刻意为之的形象生动比喻、类比方法的刺激作用,在国际化人才的理性判断和选择中逐渐形成稳定且有准确指向的一般知识要素。这一过程在两项关键任务之后将最终成长为一个羽翼丰满的专业概念:概念包装和概念专业化解。第一项任务是概念包装。它是指对大脑中刚刚形成的带有朴素形象的概念进行重新命名。正如所有知识创新最终均为创造客户价值服务一样,概念包装的基本原则也是沿着为客户创造价值的逻辑展开,以代表客户需求的名词、提升客户尊严的表述、满足客户需求的路径等视角拟订新名词,使大脑中这一初创概念具有体现企业价值创造的辛勤汗水和卓有成效地满足客户期盼的新形象。第二项任务是概念专业化。它是指为排除概念因人而产生差异化理解的不利影响,也为从事此项工作的专业人员能更加精准开展行动的需要,立足于本专业工作的立场和使命,界定新概念的含义和所特指的工作内容。概念专业化在国际化人才知识创新过程中具有承上启下的关键作用,为后继专业工作人员准确理解本专业工作与企业战略意图的密切关联和工作本身之价值起到至关重要的作用。

③ 知识模型化

碎片化知识在企业经营管理中的作用极其有限,系统性知识才是开启创新之门的钥匙。本阶段的主要任务是构建一个为实现经营管理特定目的而形成有机作用机制的知识链或知识网。攻克这个堡垒是检验国际化人才知识创新胜任力的重要利器,是国际化人才在假定的思维空间中,融会多学科、多领域理论知识和实践经验,酝酿和识别多个起关键作用的专业概念

之间的逻辑联系并构建出一个理性知识工具的过程。实现此目标的工作可分两个阶段：模型构建、模型检验。知识创新实践往往要求“功夫在诗外”，不是仅凭国际化人才擅长的、每天重复应用的一些事务性知识、理性程序即可登堂入室。每一项创新知识的背后都有相互交织的后台系统作为支撑，国际化人才应广泛涉猎与知识创新相关的文化心理、社会习惯、宗教规范、经济理性行为、技术发展、管理科学与艺术等足够“冗余”的知识并藉此编织一个滋养创新活动的营养丰富的后台系统。在组织意图的引导下，沿着创造客户价值的“中轴线”开展经得住推敲的多个关键概念间相互作用机制的理论假设，最终图示化地呈现出一个知识模型原型。模型检验可分为定性检验和定量检验。定量检验最直接的方法是对模型试用过程中的各项经济指标所带来的变化进行衡量。定性检验通常是由专家小组通过实地考察、资料分析等形式对模型是否明确地传递企业价值观、有效地为客户创造价值展开评价。

④ 应用方法化

新知识在应用过程中为企业创造出应有生产力之后才能说此项知识创新是有价值的。知识模型化预示着国际化人才的知识创造活动完成了理论部分的工作，然而新知识的生命力在于其可复制，可供在能力、技能不同层次差异的管理者和员工中重复使用。因此本阶段的主要任务即为知识的方法化。注重知识标准化和有控制地知识转移是使新知识最大限度地发挥出应用价值的主要途径。这里的标准化是可操作性的代称，为做到创新知识的可操作性，国际化人才应及时盘点、总结所掌握的包含可标准化知识和仅能行为化说明的创新知识，将其完整地“转移”给企业使之成为组织知识平台的组成部分，借助企业的组织化手段实现创新知识的流程化、标准化、制度化和信息化。标准化是一个持续内在化的过程，国际化人才在方法论和程序性作业过程中会形成某种习惯，又会转化为下一轮知识创新的隐性知识。知识转移是指新知识循着纵向、横向路径在企业组织中的扩散应用，常用方法为直接复制应用和演绎应用两种。直接复制应用通常出现在业务性质和管理模式完全一致的组织之间，更为常见的则是根据价值链上下游组织特定情境做适当调整的演绎应用。

3. 国际化人才知识创新“叶轮”模式

综上所述，国际化人才知识创新可总结为“两个维度、三位一体”的知识结构和“四个阶段、八项任务”逻辑循环机制，见图1。

知识创新“叶轮”模式与野中、竹内的知识创造五阶段模型(图2)的主要差异是在知识创造不同阶段暗默(隐性)知识和形式(显性)知识所发挥的作用不同。两位学者认为在知识创造的“建造原型”和“知识转移”两个阶段的主要对象是形式知识，转移的是以形式知识表示的产品、服务等，却较少提及所转移之产品、服务背后也应一并完成暗默知识的转移，当组织间发生知识转移时这一点会显得特别重要。

“叶轮模式”与之相比有明显不同，由核心知识、东道国文化艺术知识、规范性商业知识共同构成的隐性知识、显性知识一旦生成就是立刻发生相互交织、互为嵌套关系，三者共同

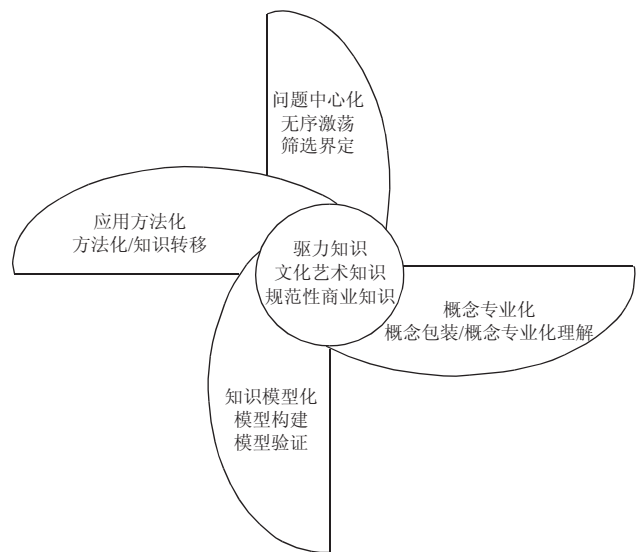


图1 国际化人才知识创新“叶轮”模式

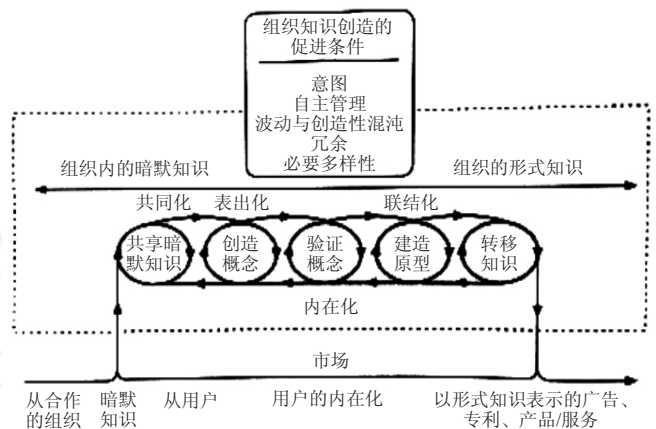


图2 组织知识创造的五阶段模型

处于“叶轮”模式的中心位置，共同持续为知识创新各个阶段提供催化作用，以“应用方法化”阶段为例，国际化人才在掌握和应用工具化知识的同时也应一并将其后台知识—核心知识、东道国文化艺术知识持续内化，否则方法化的创新知识在组织间转移时必然导致“消化不良”。改革开放三十多年，我国企业不断引进西方先进管理方法和技术手段为我服务，但常常忽视将这些知识工具背后隐性知识内化，诸多的“水土不服”案例无一例外地印证了上述说法。

总之，知识创新“叶轮”模式的基本概念可以概括性地总结为：在核心知识、东道国文化艺术知识、规范性商业知识共同构成的隐性知识和显性知识推动下，问题中心化、概念专业化、知识模型化、应用方法化四个阶段循序推进、螺旋上升的知识创造过程。

四、“一带一路”战略背景下基于知识创新理论的企业国际化人才培养探索

“一带一路”战略背景下我国“走出去”企业国际化人才培养方式的调研数据显示：这些企业的国际化人才培养方式有内部实践锻炼(占比32%)、内部组织语言培训(占比

22%、员工自学(16%)、内部组织业务技能培训(6%)、委托高校学历教育(3%)、委托高校非学历培训(3%)、与高校联合非学历培训(6%)、与高校联合办学(6%)、送出国学历教育或培训(3%)、无任何培训(3%)。数据分析表明我国“走出去”企业国际化人才培养以自我培养为主,而培养质量和数量远远不能满足企业发展战略需求。综合其他调研数据分析表明,我国“走出去”企业国际化人才培养应在培养机制、培养模式上进行全面创新。

1. 培养机制创新

① 建立高水平混合所有制院校

与高校现行民办二级学院相区别,鼓励业务规模较大、国际化人才需求量多的企业集团或由行业内多家企业组成企业联合体,通过参股方式与“一带一路”沿线国家或国内优质大学共同创办混合所有制院校。在治理结构方面,由“走出去”企业、高校、高校所在地政府三方共同组建学校理事会或董事会,校长及主要管理人员面向南亚、东南亚公开招聘。经费投入方面,企业筹集高校基础设施建设费用和投入部分办学经费,由地方政府财政资金和高校共同投入其它各项配套办学经费。高校各项教学活动在遵循当地法律法规基础上,全面面向为企业培养“一带一路”国际化人才服务,打破当前国内高校国际化人才培养各项束缚和瓶颈问题。

② 校企合作

境外办学采取“企校校”(“企业集团(联合体)+国内高校+东道国高校”)机制,境内办学分别采取与本科院校合作的“企业集团(联合体)+本科院校”、机制和“企业集团(联合体)+高职院校”机制,在高校内针对性设置专业、课程,定向为企业培养适应“一带一路”战略需求的国际化人才。

③ 企业“未来计划专项人才”培训项目

依托“走出去”企业自有资源,由专业人力资源、培训部门组织执行,以项目管理方式分期分批培训亟需的国际化人才。在专业拟定、课程设置、教学管理等方面完全根据企业需求个性化定制。

2. 培养模式创新

① 专业、课程体系设置创新

专业设置以跨国企业管理、对外语言、各项专业技术、国际项目管理四个方面为主,以企业各项管理实践需要灵活调整为补充。课程体系设计紧紧围绕提升国际化人才的核心知识、东道国文化艺术知识、规范性商业知识展开,着力在国际通行的商业规则、跨文化沟通交流、创新、国际化视野、东道国社会文化知识、专题研究等方面开展课程教学。专业、课程体系设置做到相互匹配,避免因专业划分过细而出现国际化人才知识面较为狭窄现象发生,系统性地为国际化人才创造一个能促进知识创新的“冗余”知识结构。

② 教学方式创新

教学方式围绕国际化人才融入南亚、东南亚社会的“寓居”情景,采取境外实习、案例教学、做管理培训师、“师带徒”、专题学术性研究等多种方式相结合的手段,使国际化人才在培养过程中充分体验、理解“一带一路”沿线国家与知识创新密切相关的各类隐性知识和显性知识。

教学过程中建立知识、经历、个性多样化学习和研究小组,为国际化人才创造一个相互信任、充分沟通的自主分享和讨论环境,以企业战略意图为引导,锻炼国际化人才系统性思考和创造性解决问题的动手能力,由拥有丰富理论知识和实践经验的资深教员通过一个质疑、挑战、人为创造挫折的过程,促进国际化人才不断重新认识和完善创意方案,形成相对成熟的知识创新方法论。

③ 师资队伍建设的创新——“三三制”

国际化人才培养的师资队伍建设的创新应与“一带一路”战略背景下“走出去”企业国际化人才的产品创新、服务提升、管理变革等应用型知识创新相匹配,按核心知识、东道国文化艺术知识、规范性商业知识师资3:3:3的比例配置,师资以聘用“一带一路”沿线国家高校、企业、政府和社会组织、各领域研究专家,和国内长期在“一带一路”沿线国家从事商业活动的资深高级管理人员、技术专家为主,以国内高校、科研机构从事知识创新、“一带一路”沿线国家各领域研究教师和科研人员为辅,共同打造有一个有理论、重实践、擅长推动国际化人才知识创新的教师团队。

【参考文献】

- [1] 赵海英. 主体性:与历史同行 [M].北京:首都师范大学出版社,2008(6).
- [2] 雷德鹏. 自我、交互主体性与科学:胡塞尔的科学构造现象学研究 [M].北京:人民出版社,2015(10).
- [3] 黄嵩青,苏彦捷. 共情的毕生发展:一个双过程的视角 [J].心理发展与教育,2012.
- [4] 戴安娜·帕帕拉·萨莉·奥尔兹等著,李西营等译. 发展心理学(第10版) [M].北京:人民邮电出版社,2013(9):396.
- [5] 王通讯. 人才国际化系列谈(二):人才国际化目标及国际化人才内涵 [N].中国人事报,2006(003).
- [6] 赵全军,杨阳. 创新理念方法:推进企业国际化人才开发与合作——2011中国宁波国际人才高层论坛暨中日韩企业人力资源开发研讨会理论综述 [J].三江论坛,2011(10).
- [7] 野中郁次郎,竹内弘高著,李萌,高飞译. 创造知识的企业——日美企业持续创新的动力 [M].北京:知识产权出版社,2006(1):67-68.
- [8] 张东,王惠临. 知识创新研究与现代知识理论建构 [J].情报理论与实践,2013(1).
- [9] 贺团涛,曾德明. 知识创新生态系统的理论框架与运行机制研究 [J].情报杂志,2008(6).
- [10] 张省,顾新. 知识创新模式:理论构建与案例研究 [J].情报理论与实践,2013(5).
- [11] Nonaka I, Konno N. The concept of "Ba": Building a Foundation for Knowledge Creation [J].California Management Review, 1998, 40(3).
- [12] Matthew T. Chadwick, Team level high involvement work practices: investigating the role of knowledge sharing and perspective taking [J].Human Resource Management Journal, 2016(2): 26.
- [13] Nana Yaw Oppong, Jeff Gold. Developing local managers in the Ghanaian mining industry: an indigenous talent model [J].Journal of Management Development, 2016(3): 35.

(责任编辑: Tang Wenyan-H)