

智慧资本、知识分享与工作满意之关联性研究

——以王品集团为例

林谷峻¹, 杨淑闵¹, 罗玟甄²

(1. 淡江大学 会计系, 台湾 新北市 251; 2. 圣约翰科技大学 财务金融系, 台湾 新北市 251)

摘要: 透过对王品集团之员工进行问卷调查, 探讨王品集团的智慧资本, 是否经由组织内所拥有之知识分享平台, 对于员工的工作满意造成影响。并对回收之有效问卷进行分析, 王品集团内部所拥有之智慧资本, 对于员工的知识分享程度与工作满意度皆有正向之影响。另外, 在王品集团内知识分享程度越高, 员工的工作满意度越高。而组织创造竞争优势之智慧资本, 可经由知识分享平台将组织的知识进行移转, 使员工的工作满意度增加。知识分享平台可为组织带来的效益, 并成为组织创造价值之因素。

关键词: 智慧资本; 知识分享; 工作满意; 王品集团

中图分类号: F272.92

文献标识码: A

文章编号: 1008-2395(2014)06-0001-08

收稿日期: 2014-03-02

作者简介: 林谷峻(1969-), 男, 淡江大学副教授, 研究方向: 管理会计; 杨淑闵(1985-), 女, 硕士研究生, 研究方向: 管理会计; 罗玟甄(1969-), 女, 圣约翰科大副教授, 研究方向: 财务管理。

0 绪论

在知识经济时代中, 知识具有前所未有的高度价值, 而知识管理则是促进组织竞争力与永续发展的核心要素^[1]。因此, 随着知识经济时代的来临, 公司价值创造因素由传统的有形资产, 转变为以知识与智慧资本为主体的无形资产。

在台湾餐饮服务行业中具有相当代表性的“王品集团”对于员工之训练十分重视, 并设立知识管理平台“王品 e 大”, 让旗下的所有员工可以透过网络连结, 快速的进行教育训练及学习集团的企业, 亦可以实时的更新集团的危机处理方式。此外, 根据 2011 年 1111 人力银行针对各领域及不同年龄层, 透过问卷抽样所做的幸福企业调查, 王品集团为餐饮服务业唯一进入前三名的公司, 代表其员工对于在集团内上班是满意的, 这是否与公司有致力于智慧资本与知识分享平台之建立有所相关呢?

因此, 本研究希望透过研究王品集团的智慧资本与知识分享了解其对于组织的影响, 以提供其它组织是否应致力于智慧资本与知识分享平台建立之参考, 再者, 本研究希望进一步了解组织的智慧资本与知识

分享, 除了会影响组织外部绩效之外, 是否对于组织内部员工满意度也会造成影响。

1 文献探讨

1.1 智慧资本之定义

智慧资本(Intellectual Capital)系指组织内部成员透过脑力运用, 将所学的知识与经验做结合, 结果将反应在组织的市场价值与账面价值的差额中, 而创造企业竞争优势的主要来源便是智慧资本^[2,3]。Edvinsson 和 Malone^[4]则主张智慧资本是一种对知识、实际经验、组织技术、顾客关系和专业技能的掌握, 这让组织在市场上享有竞争优势。汇整各学者之研究, “智慧资本”为组织所拥有的知识、经验与能力等无形资源的总合, 能够创造价值为组织带来竞争优势, 且为组织的知识管理重心。

1.2 智慧资本之组成要素

Hubert^[5]与 Stewart^[6]主张智慧资本系由人力资本、结构资本, 以及顾客资本所组成。其指出“人力资本”系指组织员工面对事件的认知、态度与价值观; “结构资本”系指组织员工面对事件的认知、态度与价值

观之集合；“顾客资本”系指组织成员与顾客互动所形成的认知、态度与价值观。

方世杰及方世荣^[7]更进一步将智慧资本的三个组成要素，分别再细分成三个子构面，包括“人力资本”的员工能力、学习能力、管理能力；“结构资本”的智慧财产、基础建设、文化；以及“顾客资本”的品牌、顾客、契约。

本研究认为各学者对于智慧资本的分类虽然不尽相同，但根据大多数学者的研究，可将智慧资本分为“人力资本”、“结构资本”与“关系资本”三大类。

1.3 知识分享

随着经济规则从偏重有形资源到无形智慧资产的改变，若公司没有使用具有结构的知识管理方法，则公司明显地在这个新环境中没有竞争能力^[8,9]。因此，Senge^[10]认为知识分享不仅是需求者与供给者互换资源，而是供给者真正愿意去帮助需求者，使其有能力可以发展一个新的行动。

Nonaka 和 Takeuchi^[11]主张知识分享为内隐知识与外显知识互相转换的过程，知识转换的过程分为共同化、外化、结合及内化四个阶段^[12]。而伍中贤与王建彬^[13]则主张知识分享系指将个人的知识透过某些方法与管道转化为组织的知识。

而 Wijnhoven^[14]、Dixon^[15]将知识分享定义为组织的成员透过各种工具来进行知识移转，也就是传递个人所拥有知识予其它人，使对方也能拥有相同的知识。而且知识分享是知识管理最重要的一个过程，因为知识会透过分享而增加其价值，这使得知识分享成为组织的核心能力^[16]。本研究汇整各学者之研究后，认为知识分享为组织所拥有的外显或内隐知识透过信息媒介进行知识移转，使知识本身产生增值的一种过程或行为。

1.4 工作满意

工作满意 (Job Satisfaction) 系指人需要激励，而且可以从对工作的满足提升绩效^[17]。而 Hoppock^[18]指出工作满意度系指透过询问组织员工对于工作所感受到的满意程度，了解组织员工的心理及生理方面对于环境因素的满足程度，即组织员工对于工作情境的主观反应^[19]。

Smith, Kendall 和 Hulin^[20]认为工作满意为组织员工对工作的期望与实际得到两者间的差异，是一种员工的情感性反应。这与 Porter 和 Lawler^[21]与许士军^[22]的看法相同。工作满意亦可视为组织员工个人对工作满意所抱持的一般性态度。若员工的工作满意程度

高，表示他对工作抱持着正面的态度；反之，则表示员工对工作感到不满意，对工作有负面的态度^[23]。

本研究汇整各学者之研究后，认为“工作满意系指组织员工本身对于工作或工作环境的正面或负面感受，其程度的高低系由期望与现实的差距所决定，且会受到员工对于组织的薪资、福利计划、升迁制度、工作环境与人际关系的影响。”

1.5 智慧资本与工作满意之关联性

多数学者都将智慧资本分为人力资本、结构资本与顾客资本，并将员工满意度列为衡量人力资本的构面之一^[4,24-26]。

因此本研究根据这些专家学者的理论，认为智慧资本与员工满意度间存在相关性，并藉此提出本研究假说一：“组织内的智慧资本对于员工的工作满意有正向之影响。”

1.6 智慧资本与知识分享之关联性

对组织而言，智慧资本系其所拥有珍贵的知识资产，而知识的产生是来自于组织内部员工进行知识创造的行为，并透过系统化的知识管理方式，使组织所创造的知识可以透过适当的方式，转换成有效的储存在组织内部的智慧资本。而组织内部的管理活动及组织文化，对于组织智慧资本的产生与运用亦扮演了关键性的角色^[27-29]。

根据学者的研究可推论出组织的智慧资本与知识有相当的关连性，而透过知识分享的过程，可增加组织的智慧资本与知识之价值，进而增加组织的竞争优势。因此提出本研究假说二：“组织内的智慧资本对于其知识分享程度有正向之影响。”

1.7 知识分享与工作满意之关联性

Lank^[30]与 Bock 和 Kim^[16]研究发现，若管理阶层将经济因素做为激励工具，则员工越会感到受控制而感到不满意，进而不愿将知识分享与他人，因此，为了创造组织更好的竞争优势，必须要塑造员工间的知识分享环境。而 Slagter^[31]亦指出工作满意度的提升，有助于知识分享，两者之间呈现正向关系。方秀华^[32]与高振源^[33]之研究结果亦显示知识分享与工作满意有显著的正相关。

综合上述文献的观点，本研究认为知识分享与工作满足间存在显著的正向关系，因此提出本研究假说三：“组织内的知识分享程度对于员工的工作满意有正向之影响。”，以及假说四：“知识分享对于组织内的智慧资本与工作满意存在中介效果。”

2 研究方法

2.1 研究架构

本研究主要目的系在探讨组织智慧资本透过知识管理与分享与工作满意度之关系。根据本研究之动机与目的以及文献探讨与分析,以建构本研究之架构,如图1所示。

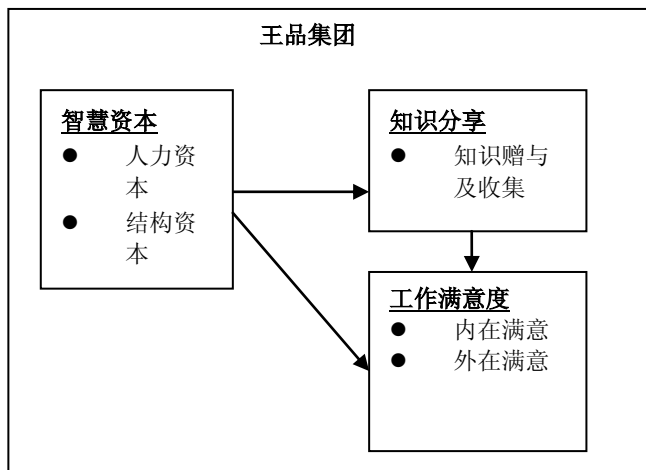


图1 本研究架构图

研究架构之操作型定义可以分为四大部分来说明,分别为智慧资本、知识分享、工作满意及人口属性,而各变量之定义叙述如下。

2.1.1 智慧资本

本研究根据汇整 Edvinsson 和 Malone^[4]、Bontis^[24]、Huang,Luther 和 Tayles^[26]等学者之看法,认为智慧资本系指能为组织创造价值的知识、经验与能力等无形资源的总合,且可分为人力资本、结构资本及关系资本三个部分。此外,将着重于属于组织内部的人力资本及结构资本,对于属于组织外部的关系资本则不做探讨。

2.1.2 知识分享

本研究根据汇整 Gross^[34]、Van den Hoof 和 Van Weenen^[35]、Joia 和 Lemos^[8]等学者对于知识分享的相关文献,以及与本研究之研究目的作整合后,认为可透过了解王品集团员工的知识赠与及知识收集程度,进而得知王品集团知识分享的程度,并加入时间、风气、系统、方法、阶级制度等会影响组织知识分享程度的因素。

2.1.3 工作满意

本研究整理 Weiss,Dawis,England 和 Lofquist^[36]、Hoppock^[18]、Smith,Kendall 和 Hulin^[20]等学者对于工作满意的相关文献后,认为工作满意系指王品的员工

对于工作本身或工作环境的正面或负面感受,其程度的高低系由期望与现实的差距所决定,且工作满意可进一步细分为内在满意及外在满意。

2.2 研究对象

本研究所选择的个案对象为王品集团的 10 个事业体(包括:王品牛排、Tasty 西堤牛排、陶板屋和风创作料理、原烧、聚 北海道昆布锅、艺奇新日本料理、夏慕尼 新香榭铁板烧、品田牧场、石二锅、舒果 新米兰蔬食。针对旗下的员工作施测对象,以发放问卷予王品集团在台湾 10 个不同事业体旗下的员工作为本研究之研究样本。

2.3 研究工具

本研究之研究工具将欲探讨的问题设计成问卷,包括智慧资本、知识分享与工作满意三个量表,皆采用李克特五点尺度的量表衡量,分别说明如下。

2.3.1 智慧资本量表

采用 Bontis^[24]、Youndt,Subramaniam 和 Snell^[37]以及 Huang,Luther 和 Tayles^[26]所发展出的智慧资本量表,共 25 个题项,分别为人力资本的 10 个题项,以及结构资本的 15 个题项。

2.3.2 知识分享量表

采用的知识分享量表系 Van den Hoof 和 Van Weenen^[33]所发展出的知识分享量表,与 Joia 和 Lemos^[8]所提出的时间、风气、系统、方法、阶级制度等影响知识移转的因素来修改量表,进而发展出本研究衡量知识分享之问卷题项。

2.3.3 工作满意量表

采用的工作满意量表系最被广为采用的 Weiss 等^[36]“明尼苏达满意问卷”的短题本,并依照王品集团内部的现况修改问卷。本研究问卷将工作满意分为内在满意及外在满意两个构面,修改后的问卷共有 28 个题项,包含内在满意 10 题,及外在满意 18 题。

3 实证结果与分析

本研究问卷于 2011 年底发放至王品集团旗下 11 个事业体中的 10 个事业体,总计发出 500 份问卷,回收 417 份问卷,有效问卷为 373 份,有效问卷回收率为 75%。本研究以多元回归分析衡量自变量与依变量的正负向关系与影响程度,并采用径路分析探讨知识分享对于智慧资本与工作满意之中介效果,以验证研究假说是否成立。

3.1 叙述性统计分析

表1列示了各变数的叙述统计量,由表中资料可

发现,智慧资本、知识分享,及工作满意的信度皆达到可接受的水平($\alpha > 0.7$)。

表1 叙述性统计量 (n=373)

变量名称	平均数	标准差	Cronbach's α	KMO 值	累积解释变异量
智慧资本			0.965	0.955	
人力资本	3.7633	0.8227			22.160%
结构资本	3.9278	0.7371			65.019%
知识分享	3.8475	0.7611	0.930	0.931	61.738%
工作满意			0.959	0.922	
内在满意	3.8988	0.8260			35.429%
外在满意	3.9804	0.6832			59.282%

3.2 智慧资本、知识分享与工作满意之关系

相关分析的结果可对于本研究之假设具有初步的支持,并显示各研究变项的相关性皆呈现正向显著,各研究变项之相关系数矩阵如表2所示。

表2 相关系数矩阵

	人力资本	结构资本	知识分享	内在满意
结构资本	0.856***			
知识分享	0.835***	0.840***		
内在满意	0.702***	0.637***	0.761***	
外在满意	0.813***	0.848***	0.792***	0.632***

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 。

3.2.1 智慧资本、知识分享与工作满意之直接影响

首先,针对本研究之假设1、假设2,及假设3的部分,分别使用多元回归分析验证智慧资本、知识分享,以及工作满意的直接影响效果。

(1) 智慧资本与工作满意之关系

本部份将针对本研究之假设1,对智慧资本与工作满意之关系进行验证,回归分析结果如表3所示。由表3可知,智慧资本对于工作满意呈现显著正相关($\beta = 0.881$, $p < 0.001$),因此,假设1:“组织内的智慧资本对于员工的工作满意有正向之影响”成立。

表3 智慧资本与工作满意之回归分析

	未标准化系数 β 之估计值	标准化系数 Beta	t	显著性
(常数)	0.924	0.086	10.743	0.000***
智慧资本	0.785	0.881	35.912	0.000***

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 。 $R^2 = 0.777$; Adjust- $R^2 = 0.776$; F值=1289.669, p 值=0.000

接着,将进一步针对智慧资本以及工作满意所包含之各变项进行验证。本研究将智慧资本细分为人力资本与结构资本,而工作满意则细分为内在满意与外在满意。即“智慧资本”(各变量)对于工作满意的“内在满意”与“外在满意”部分是否产生直接影响,并将分析结果分别汇整如表4与表5所示。

表4 智慧资本(各变量)与内在满意之回归分析

	未标准化系数 β 之估计值	标准化系数 Beta	t	显著性
(常数)	1.092	0.165	6.613	0.000***
人力资本	0.589	0.587	8.220	0.000***
结构资本	0.150	0.134	1.877	0.061

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 。 $R^2 = 0.497$; Adjust- $R^2 = 0.494$; F值=182.847, p 值=0.000

由表4可知,智慧资本中的人力资本($\beta = 0.587$, $p < 0.001$)对工作满意之内在满意具有显著性正向影响。而结构资本则为不具显著性之正向影响($\beta = 0.134$, $p > 0.05$)。本研究推论系由于王品集团强调其成功的关键因素在于“人”,因此,王品集团对于集团内同仁之教育训练相当重视,进而形成组织所拥有之人力资本。所以,人力资本对于集团内同仁的内在满意程度之影响更为直接。

表5 智慧资本(各变量)与外在满意之回归分析

	未标准化系数 β 之估计值	标准化系数 Beta	t	显著性
(常数)	0.892	0.094	9.208	0.000***
人力资本	0.271	0.327	6.451	0.000***
结构资本	0.526	0.568	11.215	0.000***

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 。 $R^2 = 0.747$; Adjust- $R^2 = 0.746$; F值=546.180, p 值=0.000

由表5显示，人力资本 ($\beta=0.327, p<0.001$) 与结构资本 ($\beta=0.586, p<0.001$) 皆对于外在满意具有显著性正向影响。

(2) 智慧资本与知识分享之关系

首先，对本研究之假说二进行验证，回归分析结果如表6所示。由表6可知，智慧资本对于知识分享呈现显著正相关 ($\beta=0.869, p<0.001$)，因此，假说2：“组织内的智慧资本对于组织内的知识分享程度有正向之影响”成立。

表6 智慧资本与知识分享之回归分析

	未标准化系数 β 之估计值	标准化系数 Beta	标准误 分配	t	显著性
(常数)	0.415	0.104		4.007	0.000***
智慧资本	0.889	0.869	0.026	33.754	0.000***

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 。 $R^2=0.754$; Adjust- $R^2=0.754$; F值=1139.355, p值=0.000

接着，将进一步检验智慧资本之各变项对于知识分享是否产生直接影响，并将分析结果汇整如表7所示。表7显示，人力资本 ($\beta=0.434, p<0.001$) 与结构资本 ($\beta=0.468, p<0.001$) 皆对于知识分享具有显著性正向影响。

表7 智慧资本(各变量)与知识分享之回归分析

	未标准化系数 β 之估计值	标准化系数 Beta	标准误 分配	t	显著性
(常数)	0.439	0.106		4.134	0.000***
人力资本	0.401	0.434	0.046	8.711	0.000***
结构资本	0.483	0.468	0.051	9.391	0.000***

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 。 $R^2=0.755$; Adjust- $R^2=0.754$; F值=570.279, p值=0.000

(3) 知识分享与工作满意之关系

本部份将针对本研究之假说三进行验证，回归分析结果如表8所示。由表8可知，知识分享对于工作满意呈现显著正相关 ($\beta=0.854, p<0.001$)，因此，假说3：“组织内的知识分享程度对于员工的工作满意有正向之影响”成立。

接着，进一步检验“知识分享”对于工作满意的“内在满意”与“外在满意”部分是否产生直接影响，并将分析结果分别汇整如表9与表10所示。根据表9及表10，可以发现知识分享对于内在满意 ($\beta=0.761, p<0.001$) 与外在满意 ($\beta=0.792, p<0.001$) 皆呈现显著性正向影响。

表8 知识分享与工作满意之回归分析

	未标准化系数 β 之估计值	标准化系数 Beta	标准误 分配	t	显著性
(常数)	1.095	0.092		11.876	0.000***
知识分享	0.744	0.854	0.024	31.641	0.000***

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 。 $R^2=0.730$; Adjust- $R^2=0.729$; F值=1001.140, p值=0.000

表9 知识分享与内在满意之回归分析

	未标准化系数 β 之估计值	标准化系数 Beta	标准误 分配	t	显著性
(常数)	0.722	0.143		5.038	0.000***
知识分享	0.826	0.761	0.037	22.577	0.000***

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 。 $R^2=0.579$; Adjust- $R^2=0.578$; F值=509.731, p值=0.000

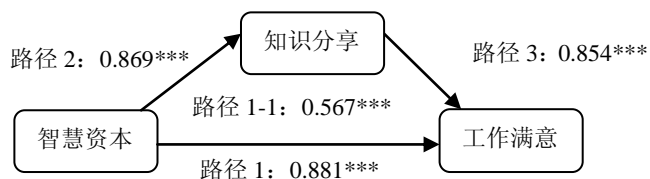
表10 知识分享与外在满意之回归分析

	未标准化系数 β 之估计值	标准化系数 Beta	标准误 分配	t	显著性
(常数)	1.244	0.112		11.156	0.000***
知识分享	0.711	0.792	0.028	25.013	0.000***

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 。 $R^2=0.628$; Adjust- $R^2=0.627$; F值=625.629, p值=0.000

3.2.2 知识分享对智慧资本与工作满意之中介效果检定

本研究以径路分析方法探讨知识分享对智慧资本与工作满意之中介效果，根据萧文龙^[38]的中介效果验证流程，执行三个验证中介效果之步骤，路径图如图2所示。



(* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$)

图2 路径图(智慧资本、知识分享与工作满意)

首先，分析结果显示路径1系数为0.881，且达到显著水平 ($p < 0.001$)，智慧资本到工作满意之路径存在。接着，分析结果显示路径2系数为0.869，且达到显著水平 ($p < 0.001$)，智慧资本到知识分享之路径存在。最后，同时将智慧资本与知识分享视为自变量，检视智慧资本至工作满意之效果是否减弱或不存在(若路径系数减弱且显著，表示具有“部分中

介效果”；若路径系数接近零且不显著，表示具有“完全中介效果”^[38]），分析结果显示路径 1 系数由 0.881 下降至路径 1-1 系数 0.567，且达到显著水平（ $p <$

0.001），表示知识分享对于智慧资本与工作满意存在部分中介效果。兹将分析结果汇整如表 11 所示。

表 11 知识分享对智慧资本与工作满意之路径分析

路径	依变数	自变数	R ²	Adjust - R ²	标准化系数 (β)	显著性 (p)
1	工作满意	智慧资本	0.777	0.776	0.881	0.000***
2	知识分享	智慧资本	0.754	0.754	0.869	0.000***
3-1	工作满意	智慧资本	0.809	0.808	0.567	0.000***
3-2		知识分享			0.361	0.000***

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 。

4 研究结论与建议

本研究之假说检定结果汇整如表 12 所示。

表 12 假说检定结果

假说	检定结果	
	支持	不支持
组织内的智慧资本对于员工的工作满意有正向之影响	√	
组织内的智慧资本对于知识分享程度有正向之影响	√	
组织内的知识分享程度对于员工的工作满意有正向之影响	√	
知识分享对于组织内的智慧资本与工作满意存在中介效果	√	

本研究透过实证分析，发现智慧资本对于工作满意呈现显著正相关，因此，假说 1 成立，表示组织所拥有的知识与技能等资源透过一连串有系统之方式转化而成的智慧资本，不仅是为组织创造竞争优势之重要的无形资产，亦会对于组织内员工之工作满意有正向之影响。

从研究分析中发现智慧资本对于知识分享呈现显著正相关，假说 2 成立。表示组织的智慧资本对于组织内知识的搜集与赠与行为有正向之影响。智慧资本之产生系透过系统化的知识管理方式，将组织内的知识转换为组织资产，而透过知识分享的过程，可增加组织的智慧资本与知识之价值，进而增加组织的竞争优势。

本研究透过实证分析，发现知识分享与工作满意呈现显著正相关，假说 3 成立。表示组织内的知识赠与及搜集等知识分享行为，对于组织内员工之工作满意有正向之影响，此研究结果亦与 Slagter^[31]、方秀华^[32]以及高振源^[33]之研究结果相同。而知识分享对于内在满意与外在满意所呈现相似程度的正向相关，但仍以对于外在满意所呈现的正向影响力较高，推论其原因可能系由于内在满意属于精神层面之满意程度，其衡量较为不易，亦容易受到受测者个人主观之影响。

从研究分析中发现知识分享对于智慧资本与工作满意具有部分中介效果，假说 4 成立。表示组织的智慧资本会透过组织内知识的搜集与赠与行为，对于员工的内在与外在满意造成正向之影响。

在本研究之研究过程当中，由于样本数据取得不易，采用便利抽样方式搜集样本。且由于时间与考虑问答者填答意愿，仅采用 28 个问题来衡量组织内员工的内在满意与外在满意。受限于以上研究限制而未尽完善：

建议后续之研究可加入与顾客有关之关系资本，进一步探讨其对于工作满意与顾客满意或品牌忠诚度之影响。另外，本研究系采用 SPSS 统计方法进行资料之分析，而后续之研究亦可以其它统计方式进行分析，进一步探讨其研究结果是否具有的一致性。

参考文献：

- [1] 吴明烈. 知识管理的概念、策略及其对学习型组织的启示 [J]. 成人教育双月刊, 2001(63): 12-23.
- [2] Galbraith J K. The New Industrial State [M]. Harmondsworth: Penguin, 1969.
- [3] 陈明惠. 智慧资本管理实务[M]. 台北市: 华泰文化, 2007.

- [4] Edvinsson L, M S Malone. Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Roots [M]. New York: Harper Collins Publishers, 1997.
- [5] Hubert S O. Tacit Knowledge: The key to the strategic alignment of intellectual capital [J]. Strategy & Leadership, 1996, 24(2): 10-14.
- [6] Stewart T A. Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations [M]. New York: Bantam Doubleday Dell Publishing Group, 1997.
- [7] 方世杰, 方世荣. 知识管理—观念架构的建立[J]. 商管科技季刊, 2000, 1(3): 355-374.
- [8] Joia L A, B Lemos. Relevant factors for tacit knowledge transfer within organizations [J]. Journal of Knowledge Management, 2010, 14(3): 410-427.
- [9] Leonard D, S Sensiper. The role of tacit knowledge in group innovation [J]. California Management Review, 1998, 40(3): 112-132.
- [10] Senge P M. Sharing knowledge [J]. Executive Excellence, 1997, 14(11): 17-18.
- [11] Nonaka I, H Takeuchi. The Knowledge - Creating Company [M]. Oxford University Press: USA, 1995.
- [12] 杨政学. 知识管理学理与实证[M]. 台北: 扬智文化, 2005.
- [13] 伍中贤, 王建彬. 知识管理: 策略与实务[M]. 台北: 联经, 2001.
- [14] Wijnhoven F. Knowledge logistic in business contexts: analyzing and diagnosing knowledge sharing by logistics concepts [J]. Knowledge and Process Management, 1998, 5(3): 143-157.
- [15] Dixon N M. Common Knowledge: How Companies Thrive by Sharing What They Know [M]. Harvard Business School Press: Boston Mass, 2000.
- [16] Bock G W, Y G Kim. Breaking the myths of rewards: an exploratory study of attitudes about knowledge sharing [J]. Information Resources Management Journal, 2002, 15(2): 14-21.
- [17] 林正明, 魏秋建. 以策略管理和 TQM 架构知识管理的基础[J]. 育达研究丛刊, 2003(4): 185-202.
- [18] Hoppock R. Job Satisfaction [M]. New York: Happer & Brother, 1935.
- [19] Campbell J P, M D Dunnette, E E Lawler, et al. Managerial Behavior, Performance, and Effectiveness [M]. New York: Mcgraw Hill, 1970.
- [20] Smith P C, L Kendall, C L Hulin. The Measurement of Satisfaction in Work and Retirement [M]. Chicago: Rand McNally, 1969.
- [21] Porter L W, E E Lawler. Managerial Attitude and Performance [M]. Illinois: Dorsey Press, 1968.
- [22] 许士军. 工作满足、个人特征与组织气候文献探讨与实证研究[J]. 政治大学学报, 1977(35): 13-56.
- [23] Robbins S P. Organizational Behavior: Concepts, Controversies, and Application, 7th Ed [M]. N J: Prentice Hall, 1996.
- [24] Bontis N. Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models [J]. Management Decision, 1998, 36(2): 63-76.
- [25] Litschka M, A Markom, S Schunder. Measuring and analysing intellectual assets: an integrative approach [J]. Journal of Intellectual Capital, 2006, 7 (2): 160-173.
- [26] Huang C C, R Luther, M Tayles. An evidence-based taxonomy of intellectual capital [J]. Journal of Intellectual Capital, 2007, 8(3): 386-408.
- [27] Lynn B E. Culture and intellectual capital management: A key factor in successful ICM [J]. International Journal of Technology Management, 1999, 18: 590-603.
- [28] Sena J A, A B Shani. Intellectual Capital and Knowledge Creation: Towards An Alternative Framework [M]. CRC Press: Boca Raton Fla., 1999.
- [29] Roos G, J Roos. Measuring your company's intellectual performance [J]. Long Range Planning, 1997, 30(3): 413-426.
- [30] Lank E. Leveraging invisible assets: the human factor [J]. Long Range Planning, 1997, 30(3): 406-412.
- [31] Slagter F. Knowledge management among the older workforce [J]. Journal of Knowledge Management, 2007, 11(4): 82-96.
- [32] 方秀華. 大專校院學生事務人員知識分享與工作滿意度關係之研究[D]. 國立臺灣師範大學公民教育與活動領導學系, 2005.
- [33] 高振源. 工作满意、知识分享与工作绩效之关联性研究—以 3M 台湾子公司为例[D], 佛光大学管理学系, 2009.
- [34] Gross A E. Knowledge Sharing-The Crux of Quality[C]. ASQ World Conference on Quality and Improvement Proceedings, 2001: 452-457.
- [35] Van den Hooff B, F de L Van Weenen. Committed to share: commitment and CMC use as antecedents of knowledge sharing [J]. Knowledge and Process Management, 2004, 11 (1): 13-24.
- [36] Weiss D J, R V Dawis, G W England, et al. Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire [M]. Industrial

- Relation Center, University of Minnesota: Minneapolis, MN, 1967.
- [37] Youndt M A, M Subramaniam, S A Snell. Intellectual capital profiles: An examination of investments and returns [J]. Journal of Management Studies, 2004, 41(2): 335-361.
- [38] 萧文龙. 多变量分析最佳入门实用书[M]. 台北市: 碁峰, 2009.

A Study of the Relationship between Intellectual Capital, Knowledge Sharing and Job Satisfaction — A Wong Group Case

LIN Ku-jun¹, YANG Shu-min¹, LO Wen-chen²

(1. Department of Accounting, Tamkang University, New Taipei 251, Taiwan; 2. Department of Finance, St. John's University, New Taipei 251, Taiwan)

Abstract: Intangible assets have become a more important determinant in the competitive business environment in the era of economic knowledge. The study aims to investigate the relationship between intellectual capital, knowledge sharing and job satisfaction by taking Wang Group as the study case with knowledge sharing as a mediator to explore the effects of the intellectual capital of Wang Group through knowledge-sharing platform to job satisfaction of employees. The results are as follows: 1. Intellectual capital has a positive effect on knowledge sharing and job satisfaction. 2. Knowledge sharing has a positive effect on job satisfaction. 3. The positive effect of intellectual capital on job satisfaction is mediated by knowledge sharing.

Key words: intellectual capital; knowledge sharing; job satisfaction; Wang Group