

# 农产品供应链内部节点的知识共享行为分析

## ——构建基于 MOA 理论的影响因素研究模型

徐生菊<sup>1,2</sup>

(1. 青海大学财经学院, 青海西宁 810016; 2. 江西财经大学信息管理学院, 江西南昌 330013)

**摘要** 基于 MOA 理论, 从共享动机、共享机会、共享能力 3 个方面分析影响农产品供应链内部节点知识共享行为的主要因素, 提出相应假设, 建立影响因素的研究模型, 为后续实证研究奠定基础。

**关键词** 农产品供应链; 知识共享行为; MOA; 影响因素

**中图分类号** S-9 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2013)16-07337-03

### Knowledge Sharing (KS) Behavior of Internal Nodes in Agricultural Supply Chain—Establishing Research Model of Influencing Factors Based on MOA

XU Sheng-ju (School of Finance & Economics, Qinghai University, Xining, Qinghai 810016)

**Abstract** The main influencing factors of knowledge sharing (KS) behavior of internal nodes in agricultural products supply chain (ASC) were analyzed from sharing motives, sharing opportunities and sharing abilities based on MOA (Motivation-Opportunity-Ability) theory, the corresponding assumptions were put forward, and research model of influencing factors were established, which will lay a foundation for follow-up empirical study.

**Key words** Agricultural products supply chain; Knowledge sharing behavior; MOA; Influencing factors

在知识经济时代, 知识共享作为知识管理的核心环节, 成为学术界和企业界研究的热点<sup>[1-2]</sup>。世界经济一体化和我国市场经济的背景下, 我国蓬勃发展的农产品供应链也需要进行知识共享。但农产品的特点和我国农业特殊的政治、经济、地理、文化、科技环境使农产品供应链知识共享具有不同于一般工业供应链和国外农产品供应链知识共享的特点, 面临更多的障碍<sup>[3]</sup>。因此, 切合我国农产品供应链的实际分析其知识共享的影响因素具有重要的理论价值和实际意义。笔者将 MOA 理论应用于农产品供应链知识共享领域, 从共享动机、共享机会、共享能力 3 个方面分析农产品供应链内部节点知识共享行为的主要影响因素, 旨在建立农产品供应链知识共享影响因素的研究模型, 为后续实证研究奠定基础。

## 1 理论基础

MOA 理论模型 (Motivation - Opportunity - Ability) 最初由 MacInnis 和 Jaworski 于 1989 年提出, 应用在信息处理领域<sup>[4]</sup>, 模型说明动机 (motivation)、机会 (opportunity) 和能力 (ability) 是决定消费者行为的前因变量; 在此基础上, MacInnis 等进一步用 MOA 模型分析广告效果<sup>[5]</sup>, 发现了 MOA 因素在广告执行线索和沟通结果之间的中介作用。总之, MOA 模型说明, 一个单一行为能否发生主要取决于个体实施行为的动机、机会和能力<sup>[6]</sup>, 其中, 动机指能激发个体行为意愿的因素, 机会指影响个体行为的环境因素和情境因素, 能力指为实施某种行为个体所需具备的知识和技巧等。当个体实施行为的动机越强, 机会越多, 能力越高, 则该行为发生的可

能性越大<sup>[7]</sup>。目前, MOA 模型已拓展应用到管理学科的多个领域, 如分析旅行行为<sup>[8]</sup>、知识共享行为<sup>[9]</sup>、网上机票购买行为<sup>[10]</sup>、顾客转移忠诚行为<sup>[11]</sup>等。

## 2 主要假设和研究模型的建立

农产品供应链知识共享是农产品供应链内部节点间和内外节点间共享相关显性知识和隐性知识的活动<sup>[12]</sup>, 主要涉及 4 部分: 共享主体 (包括提供知识、接受知识的链内节点和链外节点)、待共享的知识、共享需要的渠道和共享所处的环境。农产品供应链知识共享的影响因素主要来自这 4 个方面<sup>[13]</sup>。

农产品供应链中的内部节点包括: 农资供应商、分散农户、农合组织、农产品经销商、农产品深加工企业、流通商、销售商和最终用户等。从链内部节点的角度来看, 其知识共享行为 (即其是否会参与共享) 主要受共享动机、共享能力和共享机会 3 个方面因素制约。因此, 可以将 MOA 模型应用到农产品供应链知识共享领域, 从共享动机、共享机会、共享能力 3 个方面分析影响农产品供应链内部节点知识共享行为的主要因素。

### 2.1 共享动机方面的影响因素及假设

**2.1.1 共享意愿。** 合理行为理论 (TRA) 和计划行为理论 (TPB) 指出, 个体的共享意愿直接影响其共享行为<sup>[14]</sup>, 共享意愿是决定主体共享行为的重要因素<sup>[15]</sup>。对农产品供应链内部节点来说也是如此, 只有链内节点具备较高的共享意愿, 才会参与共享, 共享意愿是产生共享行为的必要条件。由此可得如下假设:

H1.1: 农产品供应链内部节点的共享意愿与共享行为之间存在显著的正相关关系。

当然, 共享意愿也受制于许多前向因素, 不会凭空产生。个体的行为动机会激发其行为意愿, 进而影响行为实施<sup>[5]</sup>。在农产品供应链这一特定情境下, 节点对共享收益的预期、在链中的地位 and 影响力、对共享节点的信任程度这 3 个动机

**基金项目** 国家自然科学基金项目 (71261009); 江西省教育厅科研项目 (GJJ12736); 江西省研究生创新专项资金项目 (YC2012-B019)。

**作者简介** 徐生菊 (1978 -), 女, 青海西宁人, 副教授, 在读博士, 从事农产品供应链中的信息管理和知识管理研究, E-mail: juerxi-ao@163.com。

**收稿日期** 2013-05-19

因素,再加上对知识重要程度的认知共4个因素主要影响其共享意愿。

**2.1.2 对共享收益的预期。**经济交换理论指出,个体意愿和行为受理性的自我利益引导,个体产生行为的动机体现在其感知的经济收益大于其实施该行为的成本<sup>[16]</sup>。知识共享行为也建立在期望收益基础上,只有在共享收益大于成本时各主体才会参与共享<sup>[17]</sup>。因此,农产品供应链内部节点对知识共享所能带来经济效益和社会效益的预期直接影响其共享意愿;收益预期越高,共享意愿越强。由此得出如下假设:

H1.2:农产品供应链内部节点的共享收益预期与共享意愿之间存在显著的正相关关系。

**2.1.3 在链中的地位和影响力。**节点在供应链中的地位和影响力影响其对待知识共享的态度和意愿。一般而言,节点在链中的地位越重要,影响力越大,参与和倡导共享的意愿越强。如供应链中的核心企业,具有管理整条链的能力,愿意组织共享;而处于从属地位的成员企业进行共享的主动性和积极性略显不足<sup>[18]</sup>。我国农产品供应链的参与节点众多,但大多数节点规模较小,缺乏团队合作意识,不愿参与共享;而链中的核心企业(如农合组织、大型物流企业或零售集团等)比其它节点更具影响力和凝聚力,愿意倡导和协调共享活动。由此得出如下假设:

H1.3:农产品供应链内部节点在链中的地位和影响力与共享意愿之间存在显著的正相关关系。

**2.1.4 对共享节点的信任程度。**众多研究表明,信任可以促进知识共享行为,主体间的相互信任是知识共享的基础和保证<sup>[19-20]</sup>,且信任程度越高,知识共享意愿越强<sup>[21]</sup>。在农产品供应链中,节点总是倾向于和那些认为可靠的、可信的、建立了良好信任关系的节点共享,而不愿和可能采取机会主义行为的节点共享;且信任程度越高,共享的知识类型越多,范围越广,质量越好。由此得出如下假设:

H1.4:农产品供应链内部节点对共享节点的信任程度与共享意愿之间存在显著的正相关关系。

**2.1.5 对知识重要程度的认知。**知识经济时代,知识资本是个体和组织赖以生存与发展的根本动力,尤其是那些有价值的、独特的重要知识(如核心知识)。农产品供应链中,节点对其拥有知识重要程度的认知也影响其共享意愿,知识的重要程度越高,节点的共享意愿越低。节点认为重要的知识具有较高价值,有助于帮助其取得更多利益和竞争优势,不愿共享;而愿意共享那些不太重要的知识。由此得出如下假设:

H1.5:农产品供应链内部节点对知识重要程度的认知与共享意愿之间存在显著的负相关关系。

**2.2 共享机会方面的影响因素及假设** 共享机会方面,该研究主要考虑在我国农产品供应链这一特定情境下影响链内节点知识共享的4个情境因素(链的信息化程度、稳定性、长度和文化氛围)。

**2.2.1 信息化程度。**信息技术在知识共享过程中具有显著

作用<sup>[22]</sup>。供应链的分散性决定了节点间必须更多地借助信息技术进行知识共享<sup>[23]</sup>。因此,农产品供应链的信息化程度也会促进或阻碍节点间知识共享。链的信息化程度越高,则节点间的共享媒介和共享方式越多,越能支持节点间实时的、远距离的、高质量的沟通,并使知识更易显化;而那些信息化程度较低、IT基础设施落后、缺乏共享支持设施的农产品供应链的知识共享活动大大受限。由此得出如下假设:

H2.1:农产品供应链的信息化程度与节点的共享行为之间存在显著的正相关关系。

**2.2.2 链的稳定性。**农产品供应链的稳定性可用一定时间内链内各节点更换合作伙伴的总次数说明<sup>[13]</sup>。如果一条链中节点更换交易伙伴的总次数较少,说明这条链稳定性较高,节点间具有长期稳定的合作关系,容易建立信任关系,有利于促成节点的共享行为。由此得出如下假设:

H2.2:农产品供应链的稳定性与节点的共享行为之间存在显著的正相关关系。

**2.2.3 链的长度。**农产品供应链的长度可定义为农产品产前、产中、产后环节中参与节点的个数<sup>[13]</sup>,即链内节点的总数目。如果一条链很长,说明这条链的中间环节较多(如存在多个贩销商等),通常这类链中节点比较分散,节点间不能充分信任,协作也较少,从而影响节点的共享意愿,阻碍共享行为;如果一条链很短,说明链中参与节点较少,通常有监督和管理链中各节点的核心企业,链的一体化程度较高,产供销运作模式较好,节点间具有良好的信任和沟通,从而促进节点的共享行为。由此得出如下假设:

H2.3:农产品供应链的长度与节点的共享行为之间存在显著的负相关关系。

**2.2.4 链的文化氛围。**组织的文化氛围对个体的知识共享行为产生影响。支持型文化和创新型文化有利于知识共享,而官僚型文化不利于共享行为<sup>[24]</sup>;开放型文化鼓励知识交流和创新,有利于共享,而保守型文化阻碍知识流动和转换,不利于共享<sup>[25]</sup>。农产品供应链中的部分节点长期受小农思想影响,不愿参与共享,而营造开放创新、互惠共赢的农产品供应链文化氛围有助于鼓励节点的共享行为。由此得出如下假设:

H2.4:农产品供应链的文化氛围与节点的共享行为之间存在显著的正相关关系。

**2.3 共享能力方面的影响因素及假设** 共享能力主要包括节点提供知识的能力和接受知识的能力两方面。

**2.3.1 提供知识的能力。**提供知识的能力即知识转移能力,指知识提供方编码待共享知识并加以表达后提供给接收方的能力。在我国农产品供应链中,一方面,部分节点(如分散农户、贩销商、批发市场人员等)受教育程度较低,知识基础薄弱,提供知识的能力有限,阻碍了共享;另一方面,如果作为知识提供方的节点具有较强的转移能力,就能降低共享过程中外界干扰因素的影响,将知识以最合适的方式正确、清晰、完整地传递给接收节点,使知识更易被接收节点理解和吸收,从而有利于节点间进一步共享。由此得出如下假设:

H3.1: 节点提供知识的能力与共享行为之间存在显著的正相关关系。

**2.3.2 接受知识的能力。**接受知识的能力即知识吸收能力,指知识接收方不断鉴别和接收来自提供方的知识并加以消化利用的能力<sup>[26]</sup>。节点的接受能力越强,共享节点间交流和沟通就越顺畅,越有利于促进节点间共享。而我国农产品供应链中部分节点自身知识存量不足,获取知识和吸收知识的能力较差,无法进行高质量的共享,阻碍了知识共享活动的顺利开展。由此得出如下假设:

H3.2: 节点接受知识的能力与共享行为之间存在显著的正相关关系。

**2.4 研究模型** 根据以上分析及提出的假设,建立农产品供应链内部节点知识共享行为影响因素研究模型(图1)。

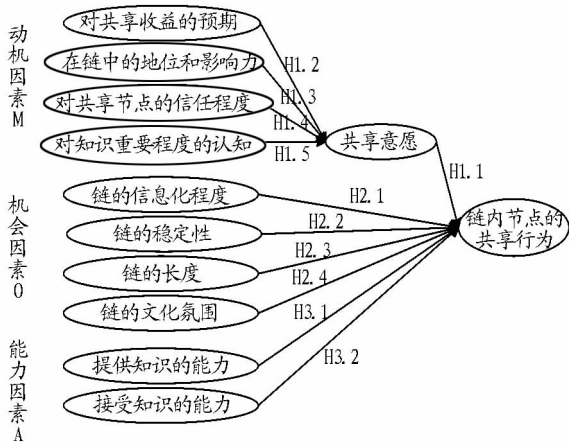


图1 农产品供应链内部节点知识共享行为的影响因素研究模型

### 3 结语

深入分析知识共享行为的成因和发展,需要综合考虑多个理论在知识共享研究中的优势,形成一个综合理论分析框架<sup>[14]</sup>。该研究以MOA理论模型为主框架,结合合理行为理论、计划行为理论、经济交换理论、社会资本理论、供应链理论等多个理论,从共享动机、共享机会和共享能力3个方面分析了影响农产品供应链内部节点知识共享行为的主要因素,提出了11个研究假设,构建了相应的研究模型。下一步工作将在此研究模型基础上进行实证分析,进行量表开发、数据分析和假设检验等工作,具体包括预测试、信度分析、收敛效度分析、区别效度分析、因子分析、结构方程模型分析、假设检验、结果讨论等。

### 参考文献

[1] RIEGE A. Three-dozen knowledge-sharing barriers managers must consider [J]. Journal of Knowledge Management, 2005, 9(3): 18-35.

(上接第7336页)

### 参考文献

[1] 崔廷宏. 普洱市无性系良种茶园发展现状及对策[J]. 云南茶叶, 2011(3/4): 10-11.  
 [2] 孔垂柱. 顺势而为谋 稳步发展 全面推进以普洱茶为代表的茶叶产业迈上新台阶[J]. 云南茶叶, 2007(3): 3-12.  
 [3] 云南省茶叶产业办公室. 2010年云南茶叶产业再创佳绩[J]. 云南茶叶, 2011(2): 5-9.

- [2] WANG S, NOE R. Knowledge sharing: a review and directions for future research [J]. Human Resource Management Review, 2010, 20: 115-131.  
 [3] 徐生菊, 徐升华, 张浩. 我国农产品供应链知识共享的内涵与过程[J]. 中南大学学报: 社会科学版, 2012, 18(5): 154-159.  
 [4] MACLNNIS D, JAWORSKI B. Information processing from advertisements: toward an integrative framework [J]. Journal of Marketing, 1989, 53: 1-23.  
 [5] MACLNNIS D, MOORMAN C, JAWORSKI B. Enhancing and measuring consumers' motivation, opportunity, and ability to process brand information from ads [J]. Journal of Marketing, 1991, 55: 32-53.  
 [6] HEER J, POIESZ T. Dynamic characteristics of motivation, ability and opportunity to process commercial information [J]. Advance in Consumer Research, 1998, 25: 532-537.  
 [7] KAPTEIN M, MARKOPOULOS P, RUYTER B. Persuasion in ambient intelligence [J]. Ambient Intell Human Comput, 2010(1): 43-56.  
 [8] HUNG K, PETRICK J. Testing the effects of congruity, travel constraints, and self-efficacy on travel intentions: an alternative decision-making model [J]. Tourism Management, 2012, 33: 855-867.  
 [9] SIEMSEN E, ROTH A, BALASUBRAMANIAN S. How motivation, opportunity, and ability drive knowledge sharing: the constraining-factor model [J]. Journal of Operational Management, 2008, 26: 426-445.  
 [10] BIGNE E, HERNANDEZ B, RUIZ C. How motivation, opportunity and ability can drive online airline ticket purchases [J]. Journal of Air Transport Management, 2010, 16: 346-349.  
 [11] 黄敏学, 周学春, 王长征. 顾客教育悖论及其内在机制: 来自基金投资者的实证研究[J]. 经济研究, 2012(1): 80-90.  
 [12] 徐生菊, 徐升华, 张浩. 农产品供应链知识共享的动因分析——以耐储藏蔬菜供应链为例[J]. 科技管理研究, 2013(6): 159-162.  
 [13] 徐生菊, 徐升华. 农产品供应链知识共享影响因素的概念模型[R]. 第十七届中国信息经济年会及第四届博士生论坛, 2012.  
 [14] 王言峰, 杨忠. 知识共享研究理论述评[J]. 南京社会科学, 2010(6): 37-43.  
 [15] 冯长利, 李天鹏, 兰鹰. 意愿对供应链知识共享影响的实证研究[J]. 管理评论, 2013(3): 126-134.  
 [16] 曹兴, 刘芳, 郭陈锋. 知识共享理论的研究述评[J]. 软科学, 2010, 24(9): 133-137.  
 [17] 翁莉, 仲伟俊, 鲁芳. 供应链间企业间知识共享的动因研究[J]. 科学与科学技术管理, 2009(2): 91-95.  
 [18] 翁莉, 仲伟俊, 鲁芳. 供应链知识共享的决策行为及影响因素研究[J]. 管理学报, 2009, 6(12): 1648-1652.  
 [19] KE W, WEI K. Factors Affecting Trading Partners Knowledge Sharing; Using the Lens of Transaction Cost Economics and Socio-political Theories [J]. Electronic Commerce Research and Applications, 2007, 6: 297-308.  
 [20] CHENG J H, YE H C H, TU C W. Trust and Knowledge Sharing in Green Supply Chains [J]. Supply Chain Management: An International Journal, 2008, 3(4): 283-295.  
 [21] 周密, 姚芳, 姚小涛. 员工知识共享、知识共享意愿与信任基础[J]. 软科学, 2006(3): 109-113.  
 [22] TEECE D. Capturing value from knowledge assets: the new economy markets for know-how and intangible assets [J]. California Management Review, 1998, 40: 47-57.  
 [23] 冯长利, 韩彦彦. 供应链视角下共享意愿、沟通与知识共享效果关系的实证研究[J]. 软科学, 2012(4): 48-53.  
 [24] 雷志柱, 丁长青. 组织理论视角的知识共享影响因素整合模型研究——基于湖南省IT企业的实证分析[J]. 软科学, 2010, 24(12): 52-54.  
 [25] ZHANG Y R, LIU M W. Study on the Influencing Factors of Knowledge Sharing in Supply Chain [C] // International Conference on Intelligent Computation Technology and Automation (ICICTA). Chongqing, 2010: 602-605.  
 [26] COHEN W, LEVINTHAL D. Absorptive Capacity: a New Perspective on Learning and Innovation [J]. Administrative Science Quarterly, 1990, 35: 128-152.

- [4] 江凤琼, 梁名志. 云南红茶产业现状的SWOT分析及策略研究[J]. 湖南农业科学, 2012(8): 38-40.  
 [5] 李宗正. 云南省人民政府召开第47次常务会议专题研究促进云南茶业发展等工作[J]. 云南茶叶, 2010(3): 3-5.  
 [6] 王平盛, 何青元. 西双版纳州茶业发展思路与策略[J]. 云南茶叶, 2004(3): 3-5.  
 [7] 云南省茶业协会. 云南茶叶产业持续健康发展的一些思路[J]. 云南茶叶, 2007(1): 3-5.