以科技接受模型探讨消费者对订阅经济使用意愿与购买意愿之研究
——网络互动性的调节效果

RESEARCH ON CONSUMERS' WILLINGNESS TO USE THE SUBSCRIPTION ECONOMY AND WILLINGNESS TO BUY WITH A TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL—THE EFFECT OF INTERNET INTERACTIVITY

高志和 [1]、官志亮 [2]

Chihho Kao[1], Jyhliang Guan[2]

[1,2] 国立宜兰大学应用经济与管理学系

[1,2]Department of Applied Economics and Management, National Ilan University

[*]**Corresponding author:** 高志和, **E-mail:** r0712231@ems.niu.edu.tw

摘要

随着科技发展与网际网络的普及，人们的消费倾向也逐渐由过去传统的一次性付费购买取得商品的所有权，转变为希望透过更加适合自身需求的弹性付费订阅方案，来获取自身所需商品或服务的使用权，而在这样的转变过程中，企业要如何找出促使消费者愿意付费订阅自家商品或服务的关键因素就变得十分重要。因此本研究以科技接受模型为基础，探讨知觉易用性、知觉有用性、使用意愿如何影响消费者对于付费订阅系统的购买意愿，并检视网络互动性对付费订阅系统使用意愿的干扰机制。本研究系以有一般网络用户为抽样调查对象，并藉由网络发放问卷，共回收 56 份问卷。

藉由 56 位受访者的实证调查，研究结果指出消费者在使用付费订阅系统的知觉态度正向影响使用意愿，另一方面消费者的使用意愿同时也正向影响购买意愿，且网络互动性中的社群互动性、控制性、响应性皆有显著的影响效果，本研究重要贡献为以消费者角度衡量在科技接受模式下，找出影响消费者由使用转换至购买的过程中未被重视的网络互动性因素，有利付费订阅系统经营者拟定经营策略，期望本研究结果可以帮助付费订阅系统经营者针对消费者提供更优质的在线互动环境，以提升消费者的使用意愿和购买意愿。

关键词： 付费订阅系统, 科技接受模型, 网络互动性, 购买意愿

Abstract

With the development of science and technology and the popularization of the Internet, people ’s consumption tendency has gradually changed from the traditional one-time paid purchase to the ownership of goods, and they hope to use flexible payment subscription plans that are more suitable for their needs to obtain their own goods or The right to use the service, and in this

transformation process, it becomes very important for companies to find out the key factors that make consumers willing to pay to subscribe to their own goods or services. Therefore, this research is based on a technology acceptance model to explore how perceived ease of use, perceived usefulness, and willingness to use affect consumers' willingness to purchase a paid subscription system, and to examine the interference mechanism of online interaction on the willingness to use a paid subscription system. In this study, a sample of general Internet users was taken as the object of the survey, and questionnaires were distributed through the Internet. A total of 56 questionnaires were collected.

Based on an empirical survey of 56 respondents, the research results indicate that consumers ’perception of using a paid subscription system positively affects their willingness to use, on the other hand, their willingness to use also positively affects their willingness to purchase, and online interaction Social interaction, control, and responsiveness have significant impact effects. The important contribution of this research is to measure the consumer perspective in the technology acceptance model to find out the impact of consumers in the process of switching from use to purchase. The emphasis on online interaction factors is beneficial for operators of paid subscription systems to formulate business strategies. It is hoped that the results of this study will help operators of paid subscription systems to provide consumers with a better online interactive environment to enhance consumer willingness and purchase. Will.

Keywords: paid Subscription System, technology acceptance model, Internet interactivity, purchase Intention

引言

随着网络科技的发达与网络原生代的逐渐开始成为消费市场的重要族群，许多企业开始面临了新时代商业模式的转型，在目前的商业环境中，因为大数据与云端运算等科技技术成熟，让一切消费流程变简单。人们已经习惯在 iPhone 的苹果商店订阅作业软件与音乐，并且一秒扣款。成熟，现在还能做到以科技计算你的使用量，甚至分析你的使用行为，让你订阅的商品可以一直更新改善；且由于优步（Uber）、Airbnb 等共享经济的推波助澜，网络原生世代的消费意识开始改变，大家不想再拥有，让使用权取代拥有权的观念开始普及。所以企业的目标应该要从过去以产品为中心的概念，转变为以消费者为中心的概念。

从一次性购买的商业模式，转变为与顾客建立长期关系的商业模式。这种掌握特定顾客群的需求，将顾客关系转换为订户关系，以创造新经常性收入的新商业模式，便称为订阅经济。

根据 Fetch2018 年的最新数据显示越来越多的消费者对订阅服务感到满意，但也对订阅服务的成本抱持着谨慎的态度，订阅定价模式几乎能颠覆所有服务的核心，包括串流视频、音乐、新闻和游戏等，现在甚至涵括美容、杂货和零售等行业。而消费者在首次试用服务后，会决定是否要付费订阅，这意味着，营销人员必须考虑如何在这过程中提供更有价值的体验，以利创建持续购买的兴趣来获取和留住客户。因此本研究希望以科技接受模型为基础，来了解消费者在使用付费订阅系统下的知觉态度如何影响使用意愿为本研究动机之一；并透过了解消费者在使用付费订阅系统下的使用意愿如何影响订阅意愿为本研究动机之二。

此外麦肯锡 2019 年在美国所做的订阅制电子商务消费者研究中亦可发现，不论消费者订阅的产品种类是个人化产品、生活必需品又或是订阅独家产品，促使他们按下订阅的三大主因分别是：想要尝试新鲜事、网络他人的推荐以及折扣促销。因此透过加入网络互动性分析其对付费订阅系统使用意愿的干扰机制，为本研究动机之三。

研究目的

本研究将以科技接受模型、网络互动性与购买意愿等重要构面，探讨不同构面间的影响关系。本研究探讨科技接受模型、网络互动性与购买意愿之关系，本研究之目的包含以下四点，首先，本研究将从科技接受模式的观点探讨影响消费者对付费订阅系统认知态度影响之影响；其次，探讨影响消费者对付费订阅系统使用意愿之影响；与探讨影响消费者对付费订阅系统购买意愿之影响；最后，探讨消费者在使用付费订阅系统时网络互动性对使用意愿的影响为何?

文献综述

最早提出订阅经济口号的是美国订阅帐务软件大厂祖睿（Zuora）执行长左轩霆（Tien Tzuo）所谓订阅经济系指透过定期寄送或租用，进而可以长期使用某个产品或服务，并保有停订的自由。新形态的订阅制度与传统商业模式的差异在于，以往业者将产品贩卖给客户，顾客在取得产品所有权之后，两者交易关系即结束；但现今的订阅制度打破了以往的限制，业者以提供价值，而不只是贩卖产品为核心理念，让顾客在支付费用之后，可以最快的速度获得该商品或服务的使用权;不仅如此，顾客使用过后的产品，可回到业者手中，再运用维修保养或重新包装的方式，提供给下一位客人租用，成为另类的循环经济。同时在订阅的交易模式中，顾客的身分从原先的消费者变为订阅者，也就是说消费者通常会优先考虑商品具备的价值与费用，然而订阅者看重的则是商品服务内容及良好的使用体验。至于对业者而言，持续搜集回馈与数据以提供更个人化的选择，重要的是与客户维持长期的关系来优化顾客体验。

简单来说相对于过去，传统的销售比较偏一次性销售，也就是产品销售观念，而订阅经济的意义在于营销最基本的消费者导向，站在消费者的立场来思考自己提供的商品和服务，能产生什么价值，把一次性销售变成是与客户经营长期关系，透过服务来取代产品。

科技接受模型(Technology Acceptance Model, TAM)由 Davis(1989)根据理性行为理论(Theory of reasoned action, TRA)为基础所发展出来的模型，主要是探讨用户对新信息科技系统的接受行为。其目的是提出一个有效的方法，探讨独立变量、用户态度、用户知觉价值、态度和购买意愿间的关系，了解其使用态度、使用意愿及实际使用行为，并分析影响用户接受新信息科技系统之各项可能的因素，科技接受模式经常被应用于科技、服务与环境上，包括个人计算机、因特网，在线购物与电子商务等领域，众多学者的研究已验证此模式具备高程度之有效性(Teo, 2009)。

科技接受模型认为主要影响用户对特定信息科技系统接受行为的两个主观信念为知觉有用性与知觉易用性，但行为意愿会同时受到知觉有用性的影响且知觉易用性会影响知觉有用性，而外部变量会透过知觉有用性和知觉易用性影响个人的意图和之后的使用行为(Davis & Venkatesh, 1996)。

知觉有用性指的是用户使用某特定信息科技系统是否能提升工作效率的感知程度，若是使用者知觉有用性的程度越高，则对该科技系统接受上亦会抱持更正向的态度 Davis(1989)。而张纯雅(2017)亦认为知觉有用性是使用者主观的预期，透过组织环境及运用特定的系统将可提高工作绩效。

知觉易用性指的是用户对某特定信息科技系统之使用难易程度的认知。当认知到某信息科技系统越简单、越容易使用，用户对该系统会抱持较正向的态度，且越容易被使用者所接受Davis(1989)。另外张纯雅(2017)认为知觉有用性与知觉易用性都属于使用者的主观信念，因此在测量的时候需要透过使用者自行答复的反应来做测量，才能确保正确性。

行为意图是衡量使用者在进行某特定行为时的意愿强度，行为意图决定用户对于特定信息科技系统的使用，而其中认知有用性与态度也对意图进行影响，即行为意图同时受到使用者使用技术态度与认知有用性所影响。Taylor 与 Todd（1995）趋使个人在未来使用某一信息系统科技的意愿程度，也就是个人在主观意識下，打算采用某种科技或信息系统的可能性。

由于网路科技的成熟，人们之间的互动沟通接口与日俱增，让个人透过网际网路的連结，与企业体进行直接对话，给予企业获得顾客个人资料、特殊需求及策略评价回馈等信息的新管道，并可运用这些信息结合在企业的其他作业上而增加经营的效率与效能，因此可以辨认策略上的成功因素，再将其产品与服务客制化；并发展长期的顾客关系以增加顾客忠诚度与顾客终生价值，并增加交叉销售的机会。许多学者开始注意到网际网路这个新媒体，认为网路互动性将是计算机这个媒体的主要优势。

Hoffman、Novak & Chatterjee(1995)认为网络使顾客对信息的搜集与掌握取得较多控制权，使其在互动过程变成主动的参与者。

Ha and Jame(1998)在商业网站互动研究中，将互动性的概念区分为五个面向：娱樂性、选择性、連结性、资料搜集、交互传播。关于网站互动性功能。

Ghose & Dou(1998)将网站互动性分为顾客支持、行销研究、个人化选择、广告促销、娱樂等五大類。

Wu(1999)对于感知互动面相所含意义作解释：(1)感知控制：网站的导览性互动步调，也就是使用者可以控制与运用网站的程度；(2)感知回应：从网站管理人或是导览提示上获得回应；(3)感知个人化：让使用者感觉网站像是一个认識的人，会想要了解使用者的需求。

购买意愿乃是衡量消费者购买某项商品的可能性，消费者购买的意愿越高即表示购买机率越大，为吸引新顾客与留住旧顾客的重要目标。Fishbein & Ajzen（1975）认为意愿是指个人从事某特定行为的主观机率；将同样的概念衍生至购买意愿，即人们愿意采行特定购买行为的机率高低。购买意愿可用来预估实际产出的行为，营销人员一直都认为购买意愿是可准确预测购买行为的因素 (Morwitz & Schmittlein,1992)。当购买意愿越高，代表消费者购买的机率越大(Schiffman & Kanuk, 2000)。购买意愿是指消费者对未来购买行为是否执行的预期、计划或意欲的倾向，如果能正确的衡量出消费者的意愿，将是预测消费者未来行为的最佳指标(Lam&Hsu,2006)。

研究方法

H1：知觉易用性会显著影响知觉有用性。

Lederer(2000)于研究结果显示科技接受模式的基本假设成立，认知易用性会影响认知有用性，认知有用性会影响个人的使用意愿，且认知有用性的预测力比认知易用性更强烈。而在过去相关文献中探讨构面间之关系发现，感知易用性与感知有用性大部分都呈正向关系（苏奕诚，2013；邹鸿泰等人，2013；黄尚群，2016），代表在使用科技系统之用户对于系统操作感受上有容易、简单，就会认为此系统是好用、实用等感知有用性之因素。庄丞皓等人(2017)指

出当使用者的知觉易用性越高，则对于使用的态度倾向就越积极，使用者的知觉易用性越高，其知觉有用性也越大。综合上述文献可推論，知觉易用性会显著影响知觉有用性，故提出本研究之假设1

H2：知觉易用性会显著影响使用意愿。

H3：知觉有用性会显著影响使用意愿。

此外科技接受模型认为使用意愿会同时受到知觉有用性的影响且知觉易用性会影响知觉有用性(Davis & Venkatesh, 1996))。Lederer(2000)也指出科技接受模型的基本假设成立，且知觉有用性会比知觉易用性的影响更强烈。综合上述文献可推論，对于影响使用意愿的主要因素为知觉有用性，知觉易用性则为次要因素，故提出本研究之假设 2 及假设 3。

H4：使用意愿会显著影响购买意愿。

Fishbein与Ajzen(1975)指出人类是否执行某一特定行为，是由其本身的行为意愿所决定之。所谓行为意愿意指「从事某特定行为的自发性计划之强度」，亦可称为「个人欲从事某特定行为之主观机率」。在无其他特定环境因素影响个人行为计划下，个人从事该特定行为意愿越强，则愈有可能去从事该行为。因此行为意愿常被用来预测或解释实际行为。过去须多相关研究中都提出，当顾客具有高度行为意愿时，则网站被使用或商品被购买的机率呈现增加趋势(如Jeong & Lambert2001; DeLone & McLean, 2003)，然而订阅系统的商业模式是建立于顾客长期的付费订阅，仅一次性使用或购买并不是业者所乐见的，单一次使用或购买只是必要而分充分条件，重复使用与购买才能确保订阅系统的永续经营。此外根据Fazio与Zanna(1981)的研究指出，顾客的期望与意愿会随着其涉入经验之深浅而调整。

而黄姿绫与许炳堃(2017)在探讨消费者QR Code网络购物之使用意愿的研究验证了使用意愿对购买行为有显著的正向影响。刘智恒(2018)在信息质量、信任、口碑传播、乐趣、使用意图与购买意愿之关系结果中也验证了使用意愿对购买意愿有显著的正向影响。综合上述文献可推論，使用意愿会显著影响购买意愿，故提出本研究之假设4。

H5：网络互动性对使用意愿和购买意愿之间的关系存在干扰效果。

随着因特网的发展，在线信息与互动响应在消费者行购买决策过程中扮演影响购买决策中的重要的角色。在本研究中，将网络互动性设为使用意愿和购买意愿的干扰变量。以Wu（1999）、McMillan & Hwang（2002）、Liu & Shrum（2002）所提出的网站互动性的定义以控制性、响应性和沟通性來衡量网路互动性，控制性定义为使用者在虚拟社区网站上感受到能够掌控与操纵的程度，响应性定义为虚拟社区网站对于使用者需求的响应速度，沟通性定义为使用者觉得在虚拟社区网站上能够与其他使用者沟通的程度。并因应当今消费者在线消费习惯受社群互动影响，故加入McAlexander(2002)与McAlexander et al.(2003)所提出量表之社群互动性，依研究主题订阅经济加以修改做为本研究衡量网络互动性之工具。综合上述文献推論提出本研究之假设5。

构面	维度	定义	参考出处	题项
科技接受模型	知觉易用性	用户相信应用特定系统或是新科技时，使用者能迅速学会操作或是使用与否的认知程度，即对于该系统容易使用与否的认知程度；若认知程度越高，对该系统或是新科技的使用意愿也会越高。	Venkatesh&Davi（1996） 赖宜弘、黄芬芬与杨雪华（2015）	1. 我觉得该系统的接口是清楚
				2. 我觉得该系统的接口是容易理解的
				3. 我认为该系统的操作是很容易的
				4. 我操作该系统不用花很多精神心力
				5. 我可以很容易的使用该系统满足我的使用目的
	知觉有用性	意指用户相信应用特定系统可以增进工作绩效的程度，若认知程度越高，对系统的使用意愿也就越高。	Venkatesh&Davi（1996） 赖宜弘、黄芬芬与杨雪华（2015）	6. 使用该系统可以更有效率的达成预期目标
				7. 使用该系统可以让我预期目标做的更完整
				8. 使用该系统可以让我预期目标做的更好
				9. 该系统对我的预期目标是有帮助的
	使用意愿	衡量使用者在进行某特定行为时的意愿强度。	Venkatesh&Davi（1996） 赖宜弘、黄芬芬与杨雪华（2015）	A10. 我对使用该系统有极高的兴趣
				A11. 当我有需求时该系统是我的优先选择
				A12. 我愿意尝试使用该系统
				B10. 我经常使用该系统
				B11. 我很乐意继续使用该系统
				A13/B12. 整体而言，我对该系统的使用意愿很高

数据源：本研究整理

本研究主要架构根据（Davis & Venkatesh, 1996）所提出的科技接受模式量表的内容为依据分别以知觉易用性、知觉有用性和行为意图来衡量对订阅经济之科技接受程度，并参考赖宜弘、

黄芬芬与杨雪华（2015）之研究量表，並採用李克特五點量表，請填答者勾選，選非常同意者給 5 分，次為 4 分，以此類推至非常不同意者給 1 分以此进行衡量。

主要架构根据 Wu（1999）、Liu & Shrum（2002）、McMillan & Hwang（2002）所提出的网站互动性的定义和衡量项目，并加入 McAlexander et al.(2002)与 McAlexander et al.(2003)所提出量表之社群互动性，依研究主题订阅经济加以修改後再經由專家修訂。在此量表设计上，分别以控制性、响应性和社群互动性来衡量网站互动性，並採用李克特五點量表，請填答者勾選，選非常同意者給 5 分，次為 4 分，以此類推至非常不同意者給 1 分以此进行衡量。

构面	维度	定义	参考出处	题项
网络互动性	社群互动性	社群的参与者包括顾客、组织管理者和其他因喜好而聚在在线社群的互动程度	McAlexander et al. (2002) McAlexander et al. (2003)	1. 我因加入该系统的社群而结识很多玩家同好
				2. 我经常与其他拥有该系统产品的人交换心得与意见
				3. 我经常与社群里的其他成员互动，继续成为该系统社群中的一份子
	控制性	使用者在虚拟网站上感受到能够掌控与操纵的程度。	McMillan & Hwang(2002) Liu & Shrum(2002) Song & Zinkhan(2008)	3. 该系统给予我回复与反应意见的机会。
				4. 当使用该系统时，我觉得我有相当大的自主性。
				5. 当我在使用该系统时，我可以自由地选择我想使用的功能或想看的内容。
				6. 该系统的功能或内容具有客制化的功能。
	回应性	虚拟网站对于用户需求的响应速度。	McMillan & Hwang(2002) Liu & Shrum(2002) Song & Zinkhan(2008)	7. 当我需要协助时，该系统会迅速响应我的要求。
				8. 当使用该系统时，我可以很快取得我想要的信息。
				9. 该系统会很快的处理我输入的资料。
				10. 该系统可以迅速解决我在操作上的问题

数据源：本研究整理

本研究参考Schiffman & Kanuk（2000）之研究所提出之购买意愿构面衡量问项，依研究主题订阅经济加以修改后採用李克特五點量表，請填答者勾選，選非常同意者給5分，次為4分，以此類推至非常不同意者給1分以此进行衡量。

构面	构念	定义	参考出处	题项
购买意愿	使用者购买意愿	消费者购买某项产品之可能性	Schiffman&Kanuk(2000)	1. 我已购买该系统的产品或服务
				2. 我有意愿购买该系统的产品或服务
				3. 我愿意转换为付费版本，以获得更完善的服务
				4. 相较其他类似产品，我比较愿意购买该系统的产品或服务
				5. 在可接受价格下，我会优先考虑购买该系统的产品或服务
				6. 我会推荐朋友购买该系统的产品或服务

数据源：本研究整理

研究结果

经问卷回收后并建档，总计收回 56 份有效问卷，有效回收率约 93%。受测样本男性占 32.1%，女性占 67.9%；20~29 岁占 78.6%；教育程度以研究所为主，占 62.5%。职业别以学生为多数。平均月收入以未满 2 万为主。

在科技接受模式之量表知觉有用性部分之 KMO 值 0.747，题项之因素负荷量大于 0.6，特征质为 2.988。在科技接受模式之量表知觉易用性部分之 KMO 值 0.69，题项之因素负荷量大于 0.6，特征质为 3.451。在科技接受模式之量表使用意愿部分之 KMO 值 0.862，题项之因素负荷量大于 0.6，特征质为 3.590。在网络互动性之量表社群互动性部分 KMO 值为 0.871，题项之因素负荷量大于 0.6，特征质为 2.614。在网络互动性之量表控制性部分 KMO 值为 0.512，题项之因素负荷量大于 0.6，特征质为 2.048。在网络互动性之量表响应性部分 KMO 值为 0.616，题项之因素负荷量大于 0.6，特征质为 2.465。在购买意愿之量表部分 KMO 值为 0.71，题项之因素负荷量大于 0.6，特征值为 4.264。

本研究五个构面之 Cronbach’α 值如表 4-3-1，知觉有用性之 Cronbach’α 值为 0.887，具有高信度；知觉易用性之 Cronbach’ α 值为 0.884，具有高信度；使用意愿之 Cronbach’ α 值为 0.640，具有低信度；网络互动性之 Cronbach’α 值为 0.914，具有高信度；购买意愿之 Cronbach’α 值为 0.912，具有高信度。

表 1 各构面之信度分析

构面	Cronbach’α 值
知觉有用性	0.887
知觉易用性	0.884
使用意愿	0.640
网络互动性	0.914
购买意愿	0.912

本研究之知觉有用性、知觉易用性、使用意愿、网络互动性与购买意愿，此五者之平均数与标准差，如表 2 所示。

表 2 知觉有用性、知觉易用性、使用意愿、网络互动性与购买意愿之平均数与标准差

构面	平均数	标准差
知觉有用性	4.21	0.59
知觉易用性	4.08	0.65
使用意愿	4.16	0.86
网络互动性	3.39	0.65
购买意愿	3.70	0.94

本研究之统计分析、假说验证结果如表 3。

表 3 各假设验证结果

假说		变量间关系	T 值	显着性	结果
H1		知觉易用性→知觉有用性	4.929	0.001**	成立
H2		知觉易用性→使用意愿	5.572	0.001**	成立
H3		知觉有用性→使用意愿	3.351	0.003**	成立
H4		使用意愿→购买意愿	3.255	0.002**	成立
H5	H5-1	社群互动性对使用意愿和购买意愿之间的关系存在干扰效果	3.623	0.001**	成立
	H5-2	控制性对使用意愿和购买意愿之间的关系存在干扰效果	5.780	0.000***	成立
	H5-3	响应性对使用意愿和购买意愿之间的关系存在干扰效果	4.132	0.000***	不成立

注：*表 p＜0.05**表 p＜0.01 ***表 p＜0.001。

结论

本研究主要以科技接受模式探讨消费者对付费订阅系统认知态度影响之影响；其次，探讨影响消费者对付费订阅系统使用意愿之影响；与探讨影响消费者对付费订阅系统购买意愿之影响;最后,探讨消费者在使用付费订阅系统时网络互动性对使用意愿的影响是否具干扰效果，以建构付费订阅系统经营之策略，采用网络问卷的方式进行数据的搜集，收集完毕后进行样本的叙述性统计、信度分析、效度分析、回归分析，来确认本研究构面间之相关性。

本研究科技接受模式探讨消费者对付费订阅系统之认知态度影响之影响；使用意愿之影响；购买意愿之影响与网络互动性对使用意愿的干扰效果之影响皆获得实证数据支持，其中网络互动性包含了社群互动性、控制性以及响应性共提出三项假设,而三项假设全数获得数据支持。

过去在经营付费订阅系统时，系统中的控制性与响应性改善一直是经营者的努力方向，而透过本研究发现当消费者在使用付费订阅系统时，其使用意愿转换到购买意愿的过程中可以看出网络互动性之调节效果，其中的社群互动性是指消费者透过公开或私下的社群经验互动分享，将社群中的参与、融入转换成持续的信赖和连结累积的情感，进而促进消费者产生行动支持，因此未来经营者在经营系统时不僅需要可以考虑提供消费者与其他系统用户更优良的互动环境，更應積極經營系統外的其他社群平台，如 Facebook、Instagram 或 Twitter，觀察不同的平台、不同的族群，找到合適的共同語言，創造互動吸引曝光，将服务内容有意识的置入和社群互动的每一个环节中，透過人們熟知的平台或管道傳播出去，信任感也會大幅上升，将人与人、系统与社群之间的温度及效率链接来制造这个情感和信任的冲动，以此来刺激消费者产生更高的付费意愿。

参考文献

Delone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success, a ten-year update. *Journal of management information systems*, *19*(4), 9-30.

Hoffman, J. (1977). Australia and East Timor. *Journal of Australian Studies*, *1*(2), 1-21.

Lederer, A. L., Maupin, D. J., Sena, M. P., & Zhuang, Y. (2000). The technology acceptance model and the World Wide Web. *Decision support systems*, *29*(3), 269-282.

Liu, Y., & Shrum, L. J. (2002). What is interactivity and is it always such a good thing? Implications of definition, person and situation for the influence of interactivity on advertising effectiveness. *Journal of advertising*, *31*(4), 53-64.

McAlexander, J. H., Kim, S. K., & Roberts, S. D. (2003). Loyalty, The influences of satisfaction and brand community integration. *Journal of marketing Theory and Practice*, *11*(4), 1-11.

McAlexander, J. H., Schouten, J. W., & Koenig, H. F. (2002). Building brand community. *Journal of marketing*, *66*(1), 38-54.

Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage, A test of competing models. *Information systems research*, *6*(2), 144-176.

Zanna, M. P., & Fazio, R. (1981). Direct experience and attitude-behavior consistency. *Advances in experimental social psychology*, *14*, 162-202.

陈玮玲、陈玫真(2010)。购物网站之内容分析——网站互动性观点。*电子商务研究*，*8*(1)，123-152。

冯天昱、陈玉华(2015)。社群营销之网络互动性与讯息论点质量对购买意愿的影响效应。*信息传播研究*，*5*(2)，47-71。

舞蹈培训机构顾客感知价值对购买意愿的研究

RESEARCH ON CUSTOMER PERCEIVED VALUE AND PURCHASE INTENTION——TAKING DANCE TRAINING ORGANIZTION AS AN EXAMPLE

鲁格格 [1]，王珊珊 [2]

GeGe Lu[1], ShanShan Wang[2]

[1.2] 泰国正大管理学院中国研究生院

[1. 2]Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

[*]**Corresponding Author:** GeGe Lu**, E-mail:** 1105971633@qq.com

摘要

随着中国经济水平的逐渐提高，人们在满足了物质需求的同时，精神层面的需求也随之提升。尤其是关乎于下一代的教育问题上，不再是停留在书本知识的掌握，更希望孩子能够受到多元化的教育，争取做到提升文化水平的同时也注重孩子精神层次的满足，从而实现全面发展；在这样的大环境下，各类舞蹈艺术培训机构如雨后春笋般遍地开花，很多学生利用课余时间学习艺术才艺等。

众多的培训班形成了庞大市场的同时也出现了巨大的竞争力，如何将自己的艺术课程形成最优产品、让更多家长青睐就具有了非常高的研究价值。本研究参考关于顾客感知价值、顾客购买意愿等的相关文献，并把顾客感知价值划分为情感、质量、体验、价格和声誉五个价值维度，以舞蹈培训机构为研究对象，通过文献法、问卷调查法，应用SPSS分析工具进行实证研究，研究结果表明顾客感知价值在情感、质量、价格、体验及声誉这五个价值维度上对购买意愿有着重要的正向影响，为舞蹈培训机构的运营提供参考及改进建议。

关键词： 顾客感知价值　购买意愿

Abstract

With the gradual improvement of China's economic level, while meeting people's material needs, their spiritual needs have also increased. Especially for the education issues concerning the next generation, instead of staying in the grasp of book knowledge, I hope that children can receive a diversified education, strive to improve the cultural level, and also pay attention to the satisfaction of children's spiritual level, so as to achieve comprehensive Development; Under such a large environment, various dance art training institutions have sprung up everywhere, and many students use their spare time to study artistic talents.

Numerous training courses have formed a huge market and at the same time have shown great competitiveness. How to make their own art courses into the best products and attract more parents has a very high research value. This study refers to relevant literature on customer perceived value, customer purchase intention, etc., and divides customer perceived value into five value dimensions: emotion, quality, experience, price, and reputation. The dance training institution is the object of study. Survey method, using SPSS analysis tools for empirical research. The research results show that the perceived value of customers in the five value dimensions of emotion, quality, price, experience and reputation has an important positive impact on purchase willingness, which provides the operation of dance training institutions. Reference and related improvement suggestions.

Keywords: customer perceived value, purchase intention

引言

随着中国艺术培训机构的不断发展，艺术培训机构已经成为现阶段学生课余时间的普遍选择之一，通过学习艺术，学生们不仅能够提高自身的综合素养，还可以在未来的发展道路上拥有个更多的选择余地和主动权。为了促进舞蹈培训行业的发展，培训机构应把每一个细节做到更全面。顾客（学生）作为舞蹈培训机构的服务对象，顾客感知价值的研究有助于舞蹈培训机构了解不同客户的需求，把更优质的服务提供给顾客，根据顾客的感知价值特征尽量满足顾客需求，探索新的课程模式，开发更科学的舞蹈教程，刺激并提升顾客的购买意愿，使舞蹈培训机构在拥有更广阔的市场进而提升效益的同时也能促进舞蹈培训行业的更好发展。

研究目的

本研究以中国河北省的三家舞蹈培训机构作为研究对象，通过问卷调研收集一手数据，剖析舞蹈培训机构的顾客感知价值对购买意愿的影响作用机理，丰富中国舞蹈培训机构经营管理研究的基本框架和理论基础，探寻提升中国舞蹈培训结构企业竞争力的途径。具体而言，主要研究目标如下：

（1）通过以往研究的回顾和综述，深入剖析中国舞蹈培训机构中顾客感知价值涉及的核心问题，为顾客感知价值的各个维度提供理论解释，从而为舞蹈培训机构全面深入的认识顾客感知价值提供了理论依据。

（2）以消费者行为理论为基础，分析并解释了舞蹈培训机构顾客感知价值对顾客购买意愿影响的作用机理，并构建相应的理论模型进行实证研究。

文献综述

本文主要应用合理行动理论理论和计划行为理论，通过对研究对象的问卷调查及数据分析验证顾客感知价值对购买意愿的影响研究。

费什宾（Fishbein）和阿耶兹（Ajzen）1975年提出合理行动理论（Theor of Reasoned Action, TRA），是基于费什宾模型（Fishbein Model）上发展而来。合理行动理论用购买意愿代替购买行为本身，也就是态度所预测的购买意愿，而非购买行为本身。该理论加入了主观规范的新变量，即消费者认为其行为是否会获得其他人的认同。一个人的态度与主观规范共同影响其购买

意愿，购买意愿可以预测购买行为。合理行动理论所探讨的态度由费什宾模型对于产品品牌的态度扩展到是否采取某一行为态度（林建辉，2011） 。Ryan（1980）、Wooten（1998）认为合理行动理论强调了其他人的意见对于一个人在意图上的影响，且合理行动理论比费什宾模型在预测行为上更具有效度。该理论已经被用于消费者决策行为研究中，用于解释消费者行为，并多次在不同的领域用于消费者行为意图的实证研究中。

计划行为理论（Thoery of Planned Behavior）基于理性行为理论（Theory of Reasoned Action，TRA）演变、改良而来，Ajzen（1991）在合理行动理论基础上增加了知觉行为控制扩展而成的，知觉行为控制表示感知实施某一项行为的难易程度。计划行为理论由Martin Fishbein和Ajzen于1980年共同提出，他们认为个人做出特定行为主要是由于其行为意图，而行为意图则取决于做出该行为者对此行为的主观态度。计划行为轮也已经被广泛应用到不同领域以及研究人类的行为意愿的预测（Hewitt，2007）。该理论认为行为模式的形成可分为个人行为、行为意图及对行为的态度、行为主观规范及认知行为控制三个阶段。其中，个人行为以个人为主体，不受其他条件影响；行为意图以人对自身行为的控制为基础；行为主观规范及认知行为控制则依照环境条件的变化而变化。而消费者计划行为理论包含的四个层次有顾客的消费能力、顾客的购买意愿、影响消费者购买意愿的因素及对前三个层次产生影响的因素分析。其中，第一个层次是由第二个层次所决定的；第三个层次则由消费者个人与其所在环境场景共同确定，主要有消费者自身对消费行为的评估、环境和他人对消费者的消费行为的评价等；第四个层次则受消费者购买的产品或服务的种类和性质的影响，在分析消费行为时应具体问题具体分析。

该概念源自于管理营销学，由营销学家泽瑟摩尔 （Valania A Zeithmal）于1988 提出。Zeithaml（1988）通过对消费者行为研究，指出顾客感知价值是顾客在感知所得利益与感知所付成本进行权衡后，对产品或服务效用的总体评价。这个概念提出要权衡消费者的“所得利益”与“所付出成本”，引起了人们对顾客感知价值的复合性的关注。

由于单维度的缺乏效度，Zeithaml等学者于1988开发出SERVQUAL量表，该量表用于对购买无形产品的顾客进行感知价值的多维度测量。SERVQUAL服务质量划分为五个维度：一是有形性、二是可靠性、三是响应性、四是保障性、五是情感投入。采用问卷调查的形式，使客户在他们的期望方面、实际感受及最低可接受方面进行评价得出分值。

Woodruff（1997）在顾客如何看待价值的实证研究中指出，顾客价值是顾客对特定使用情景下有助于实现自己目标和目的的产品属性、这些属性的实效以及使用的结果所感知的偏好与评价。此研究重点指出顾客的感知价值来源于顾客通过学习而获得的评价、偏好以及感知，并把产品、使用情景及目标导向的顾客所经历的结果相关联。

Sheth等（1991）在提出的以价值为基础，评价消费相关的价值的消费行为模式,认为产品为顾客提供了五种价值，指出五种消费价值来阐明消费者在选购某一产品时做出是否购买等因素。这五种消费价值如下：一是功能价值、二是社会价值、三是情感价值、四是认知价值、五是条件价值。

Hobrook（2001）提出顾客感知是一种相对、互动且具偏好性的体验，是顾客对产品价值个人化的判断偏好。因此，Hobrook 把顾客感知价值划分为如下三种价值:一是利益价值、二是体验性价值、三是象征性价值。Holbrook（2006）研究表明,顾客参与（体验）是寻求社会身份以及社会尊重的关键因素。

Petrick (2002) 开发出一个针对服务行业的多维度量表来对顾客感知价值进行测量，他所使用的 SERV-PERVAL 量表含有以下 五个维度：一是质量、二是情感反映、三是货币价格、

四是行为价格、五是声誉。其中，质量价值是指客户对产品或服务的本身性质的感知；情感反应是顾客对交易过程中各项方面的心理感受；货币价格是顾客为产品或服务所付出的货币；行为价格指的是客户在交易时除去货币支付之外的一切其他付出；声誉是指交易过程中发生之后顾客的自我实现程度。

意愿（Intention）的概念最早是从心里学领域中借鉴而来根据，Fishbein（1975）的定义，意愿是个人从事特定行为的主观概率。Eagly 和 Chaiken（1993）指出，意愿是一种不同于态度的心里概念，它代表了人们在为实施某一行为而付出的努力与意识，且有计划的个人动机（谢桂，2010）。

Dodds and Monroe（1991）指出购买意愿是消费者购买某种特定产品的主观概率或可能性。也有学者认为，购买意愿是顾客对指定商品的购买计划。

Saleh and Ryan（1991）认为购买意愿是顾客对产品或服务愿意购买的心里承诺度。

Mullet（2002）认为，消费者对某一产品或品牌的态度，加上外在因素的作用，构成消费者的购买意愿。购买意愿可视为消费者选择特定产品之主观倾向，并被证实可作为预测消费行为的重要指标。

章敏（2015）指出顾客对特定的产品或服务的一种态度，综合其他内外部因素，共同形成促进消费者做出购买行为决策的一种意愿。

Dodds（1991）、Boulding（1993）、章敏等（2015）学者认同的购买意愿测量维度有重购意愿、推荐意愿和溢价购买意愿等。购买意愿的形成是消费者购买决策过程中的重要一环（刘亚冰、俞洪良等，2019）。

Fishbein & Ajzen（1975）认为，顾客对待商品的态度来自顾客的收益信念和感知结果。收益信念是满足客户对未来收益的感知和看法，即感知利得，是顾客对产品性能、质量以及企业服务所感知到的利益，感知结果是顾客对可能发生的决策结果的预期。

Dodds（1991）提出购买意愿和感知价值正相关，而感知价值则受到感知利得和感知的货币牺牲影响。

Parasuraman（1997)提出，顾客感知价值对顾客的重复购买意愿有直接的决定性作用。

Zeithamlet(1998)认为顾客对产品或服务的感知利得越高时，对于价值的感受也随之提高，而高的感知价值则会提高顾客对产品的购买意愿。

Engel（2001）认为顾客的态度反映了顾客的感知价值，是基于对感知利得与感知利失之间的权衡形成的，即顾客购买产品可能获得的利益与需要付出的成本（郑永秀，2009）。

中国学陈明亮（2003）认为顾客感知价值对重复购买意愿产生直接正向影响。

以上是对顾客感知价值与购买意愿之间关系的文献梳理，虽然学者们的研究方法和认知都略有不同，但这些观点都能够说明，顾客感知价值与购买意愿正相关，感知价值对购买意愿的形成有重要影响。

研究方法

（1）文献法：根据研究问题对相关文献进行查阅和梳理，对前人的研究做出总结，以作为本研究的理论框架。文献来源渠道主要以中国知网、百度文库、Google、百度等搜索引擎，以及图书馆和相关资料。

（2）问卷法：本文主要以中国舞蹈培训机构学生为调查对象，针对舞蹈培训机构的质量价值、体验价值、情感价值、声誉价值和价格价值以及购买意愿（重复购买、推荐购、考虑购买）等提项展开调查，该量表设计分为两个部分：第一部分为顾客人口特征调查的量表，第二部分为顾客感知价值及购买意愿调查量表。本研究的量表部分选取的是国内外成熟的量表和参考相关文献，结合本研究的具体情况进行改编的。因此，在正式的大规模问卷调查之前，本研究通过小样本预调查，分析、净化测量题项，提高量表的信度和效度。预调查采取方便取样的原则，共发放问卷60份。删除随意勾划、雷同、填写不完整及无舞蹈学习的群体等7份无效问卷，最终得到有效问卷53份，有效率为88.33%。对舞蹈培训机构的顾客购买意愿进行调查研究，收集一手资料。

（3）统计分析法：借助统计分析软件对数据的效度以及信度进行检验，在此基础上对变量进行相关分析、回归分析来研究变量的关系。

研究结果

本文通过小样本的调查最终形成正式调查问卷，进行后续的大样本调查及分析。问卷调查选择了舞蹈培训机构中学生家长作为调查对象，研究者在2019年11月25-12月15日，本次发放问卷430份，回收417份问卷，有效问卷400份；问卷回收率为96%，问卷有效率为93%。问卷回收状况和有效作答状况较好。

（1）变量均值情况描述分析

变量质量价值、体验价值、情感价值、声誉价值、格价值、购买意愿的均值都高于4，介于 “同意”与“非常同意”之间，说明人们整体上还是偏向同意的。其中，购买意愿均值最高，质量价值均值最低。可见表1变量情况描述分析。

（2）信度分析

顾客感知价值整体信度为0.921，其分维度质量价值、体验价值、情感价值、声誉价值、价格价值的Cronbach’α系数分别为0.832、0.882、0.839、0.819、0.751，均大于0.7的标准，表明变量拥有高度的内部一致性信度。CITC均大于0.5的标准，表明测量项符合研究要求。

购买意愿量表的信度为0.863，大于0.7的标准，表明变量拥有高度的内部一致性信度。CITC均大于0.5的标准，表明测量项符合研究要求。

（3）效度分析

感知价值效度分析，从表2，KMO和Bartlett的检验中可以看出，测量项对应的KMO值为0.936，通过了显著性水平为0.05的巴特利球形检验，可表明所收集的原始数据拥有很好的结构效度。

购买意愿效度分析，从表3，KMO和Bartlett的检验可以看出，测量项对应的KMO值为0.736，通过了显著性水平为0.05的巴特利球形检验，可见本文所收集的原始数据拥有很好的结构效度。

（4）相关分析

本文选择Pearson等级相关系数来衡量变量间的相关关系。

由表4可知，所有变量之间均存在显著的相关关系。其中顾客感知价值与购买意愿相关系数分别，质量价值0.384、体验价值0.386、情感价值0.411、声誉价值0.407、价格价值0.393，通过了0.01显著性水平的检验，且相关系数为正值，说明顾客感知价值的五个维度与购买意愿存在显著的正相关关系。

表 1 变量均值情况描述分析

变量	个案数	最小值	最大值	平均值	标准差	变量
质量价值	400	2.40	5.00	3.7980	.60241	质量价值
体验价值	400	2.67	5.00	4.0775	.62425	体验价值
情感价值	400	2.25	5.00	3.9556	.67450	情感价值
声誉价值	400	2.25	5.00	3.8025	.60314	声誉价值
价格价值	400	2.00	5.00	3.9217	.68436	价格价值
购买意愿	400	2.00	5.00	4.1500	.70819	购买意愿

表 2 顾客感知价值效度分析

KMO 取样适切性量数。		.936
巴特利特球形度检验	近似卡方	3957.882
	自由度	231
	显著性	.000

表 3 购买意愿效度分析

KMO 取样适切性量数。		.736
巴特利特球形度检验	近似卡方	562.305
	自由度	3
	显著性	.000

表 4 相关分析

	质量价值	体验价值	情感价值	声誉价值	价格价值	购买意愿
质量价值	1					
体验价值	.430**	1				
情感价值	.487**	.583**	1			
声誉价值	.488**	.478**	.488**	1		
价格价值	.410**	.445**	.491**	.533**	1	
购买意愿	.384**	.386**	.411**	.407**	.393**	1

总结与讨论

表 5 检验结论（本次研究共有 5 个假设，通过多元线性回归分析，得出检验结论汇总。）

序号	假设内容	检验结果
H1a	质量价值对购买意愿有正向的影响	通过
H1b	体验价值对购买意愿有正向的影响	通过
H1c	情感价值对购买意愿有正向的影响	通过
H1d	声誉价值对购买意愿有正向的影响	通过
H1e	价格价值对购买意愿有正向的影响	通过

通过对本文的分析、检验与论证，本文围绕研究主题进行切实的研究和探讨，通过定量研究的方式进行了仔细分析。本章主要对本研究进行总结，从而提出契合性强的建议。

（1）质量价值对购买意愿在标准化回归系数是：0.136，回归系数为正，说明质量价值、购买意愿之间是有着显著的正相关关系

（2）体验价值与购买意愿在标准化回归系数是：0.117，回归系数为正，体验价值与购买意愿之间是有着显著的正相关关系。

（3）情感价值与购买意愿在标准化回归系数是：0.145，回归系数为正，表明了情感价值与购买意愿之间是有着显著的正相关关系

（4）声誉价值与购买意愿在标准化回归系数是：0.140，回归系数为正，可表明声誉价值对购买意愿之间是有着显著的正相关关系。

（5）价格价值与意购买愿在标准化回归系数是：0.141，回归系数为正，二者之间存在显著的正相关关系。

本研究考察了人口统计学变量对顾客感知价值和购买意愿的影响，针对细致结果的分析，得出孩子的性别也会对顾客的购买意愿产生较为明显的影响的结果，因此培训机构在进行招生的时候，可以针对招生的范围进行适当的调整，从而深层次影响家长的购买意愿。

总结与讨论

本文通过实证研究发现，在顾客的购买意愿中，购买意愿受情感价值的波及比较明显，鉴于人们的生活水准不断处于上行态势，家长们的教育理念也在不断提升。中国舞蹈培训行业也呈现出快速发展的势态，舞蹈培训机构也日益增多，为了实现健康、可持续的发展。基于本论文的研究结果提出建议如下：

（1）舞蹈培训机构应建立长期培养机制。根据研究数据得出学习舞蹈的孩子主要为12岁以下的幼儿园和小学儿童，累积占比达59.3%。学生应尽早接受正规培训，规范专业技能。如长期坚持定会效果显著，好的口碑和优异的成绩是培训机构最好的宣传广告。

（2）完善教学设施。场地及设施是舞蹈培训机构最为基础的硬件要求，所以舞蹈培训机构应加强对场地和设施的完善及优化，为学生提供良好的学习环境的同时保障学生安全。

（3）打造科学教学的师资团队。现阶段民办培训机构也广受家长的欢迎及信任，培训机构应聘用取得国家认可的专业教师，并对教师进行定期专业技能考核。其次，在每季度课程结束后任课老师应对该季度做出课程总结及并提交下季度的授课大纲。经过开会讨论后按照授课内容执行，形成系统的教学体系。

（4）加强服务意识，提高服务质量。大多数家长未曾学习过舞蹈，在大多数情况下不能有效辅导或监督孩子练习，所以本文提出课后线上教学。为减轻家长负担，提高学生课后练习质量，授课教师可把当天所教授的课程内容录制为视频，供家长参考。并在学生练习时拍摄视频即时反馈给老师，以便及时为学生提出改进意见。

（5）机智营销促进品牌推广培训机构想要尽早的树立品牌形成广告效应，合理的定价、积极的运用各种营销手段就显得尤为重要。例如：

① 机构可实行买赠营销模式，购买课程可获赠舞蹈用品（如：舞蹈鞋、舞蹈服等）。

② 机构可实行卡营销模式，预存一定金额可享受金额翻倍等。

③ 机构可实行微信营销模式，转发朋友圈集赞，可获得免费体验卡一张。

以上活动都可提升顾客感知价格价值和购买意愿中的重复购买、推荐购买和考虑购买的三个因素。

参考文献

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological bulletin*, *82*(2), 261.

Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Harcourt brace Jovanovich college publishers.

Johnson, D., & Grayson, K. (2005). Cognitive and affective trust in service relationships. *Journal of Business research*, *58*(4), 500-507.

Kreps, D. M., & Wilson, R. (1982). Reputation and imperfect information. *Journal of economic theory*, *27*(2), 253-279.

Yoon, E., Guffey, H. J., & Kijewski, V. (1993). The effects of information and company reputation on intentions to buy a business service. *Journal of Business research*, *27*(3), 215-228.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value, a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, *52*(3), 2-22.

陈丽清, & 李雯. (2016). 产品线索对消费者购买意愿的影响研究——以感知价值为中介. *浙江理工大学学报（社会科学版)*, (4), 2-14.

董大海, & 杨毅. (2008). 网络环境下消费者感知价值的理论剖析. *管理学报*, *5*(6), 856-887.

冯建英, 穆维松, & 傅泽田. (2006). 消费者的购买意愿研究综述. *现代管理科学*, (*11)*, 7-9.

冯倩欣. (2019). 顾客感知价值理论框架与无形产品的顾客感知价值测量方法的文献回顾. *智库时代*, (29), 155-178.

侯淑霞, & 陈佳琪. (2019). 产品功能价值对品牌忠诚度的影响研究——基于品牌伦理，品牌信任的中介作用. *财经理论研究*, (3), 76-85.

胡保玲, & 云乐鑫. (2009). 网络顾客购买意愿影响因素实证研究—顾客信任的中介作用. *消费经济*, *4*, 35-39.

李满, & 安国山. (2008). 顾客感知价值与感知质量，品牌形象，顾客体验的关系简析. *生产力研究*, *22*(149), r150.

刘亚冰，俞洪良, & 毛义华. (2019). 商品住宅购买决策涉入对购买意愿的影响：顾客参与和顾客感知价值的链式中介作用. *浙江大学学报（理学版)*, *46*(5), 631-640.

汪涛，崔楠, & 杨奎. (2009). 顾客参与对顾客感知价值的影响：基于心理账户理论. *商业经济与管理*, *1*(11), 81-88.

徐浩然, & 王晨. (2005). 品牌：企业价值创造系统中的声誉资本. *现代经济探讨*, (*2)*, 33-35.

杨霞. (2012). 北京市舞蹈培训机构教学质量管理影响因素研究. *管理观察*, (14), 134-135.

杨玉兵. (2016). 网购价格框架对消费者购买意愿的影响研究. *中国矿业大学*, 1-9.

章敏, & 吴照云. (2015). 住宅顾客感知价值量表的构建和检验. *江西社会科学*, *4*, 231-235.

Research on Fiscal Decentralization and Economic Performance Management

Zeng Jing

Hubei Business College, China

Project:
Guiding Project of Science and Technology Research Program of Hubei Provincial Department of Education in 2018 (Project No: B2018343)

***Corresponding author:** Zeng Jing**, E-mail:** 1452115415@qq.com

Abstract

Today, with the deepening of reforms, in order to make better use of fiscal decentralization to study China's agricultural economic growth, this paper studies related theories that affect agricultural development and the fiscal decentralization system, proposes hypotheses, selects variables, and adopts The Deamalmquist index analysis method is used for analysis, and the Tobit panel model is used for regression analysis, and the indicator selection is further deepened. The index factors that influence agricultural development are government intervention, labor, man-made land, technical conditions, and agricultural scale. After that, based on the Gnliches production function, a performance model was proposed, and government intervention and agricultural scale had the largest impact on the growth of the agricultural economy, which was proportional; the area of cultivated land was second; technical conditions and labor forces had an impact on the agricultural economy, But the conclusion is uncertain. The research in this article has a guiding role for agriculture to achieve economic growth under the condition of fiscal decentralization, and also lays a theoretical foundation for the development of other industries in this context.

Keywords: fiscal decentralization, Deamalmquist index analysis method, Tobit panel model, Gnliches production function, performance model

Introduction

Since the reform and opening up, China's economy has developed rapidly. As a means of resource allocation and macroeconomic regulation and control of the national economy, the fiscal system controls the supply-demand relationship of central and local authorities to jointly control economic activities and provides residents with quality services and goods. This is an important support for the development of the entire national economy. Agriculture is a basic industry, and it has a status that cannot be ignored in the development of the national economy. This article attempts to study the key index factors that have the greatest impact on economic growth under the fiscal decentralization system.

At present, the economic level of China's agriculture is rapidly increasing, especially the development of agriculture, forestry, animal husbandry and fishery. Since the implementation of China's fiscal decentralization system in 1994, economic growth has mainly depended on the

economic development of cities, which has led some local governments to focus on cities and ignore the development of agriculture. However, we need to make clear that rural finance is the core of the modern rural economy, because the long-term urban-rural dual structure has made urban-rural economic development unbalanced, and urban finance has been continuously developed, which has hindered the development of rural finance. At the same time, the imbalance of agricultural demand and supply makes China's fiscal decentralization system present different characteristics. The fiscal decentralization theory also directly or indirectly affects the economic situation of agriculture. The main contents of China's economic system change are fiscal decentralization and market finance innovation, but the impact and role of fiscal decentralization and rural financial development on agricultural growth are not obvious, and there are few related studies. Therefore, it is of great theoretical and practical significance to study the relationship between China's fiscal decentralization system and economic growth.

I. Literature Review

Foreign research on fiscal decentralization started earlier and achieved fruitful results: Tiebout proposed the "walking voting" theory, advocating that if residents It can flow freely, and once the government fails to meet its requirements, residents can "vote with their feet" and move to neighborhoods that satisfy themselves; Musgrave analyzes the central and local areas from the perspective of the three major functions of finance The necessity and rationality of government existence; Oates proposed the comparative advantages of decentralized provision of public goods through a series of assumptions in the book "Fiscal Federalism"; experts and scholars such as Brueckner further empirically researched Enriched and developed this theory. The new generation of fiscal decentralization theory is represented by experts and scholars such as B. Weingast and DEWidasin. They introduced the theory of incentive compatibility and mechanism design into the theory of fiscal decentralization. The Application of Recent Developments in Contemporary Microeconomics to Finance. The experimental federalism and institutional innovation, fiscal decentralization and official corruption, and the impact of fiscal decentralization on environmental quality have been studied, while the research on the relationship between fiscal decentralization and agricultural economic growth performance is less.

China's theory of fiscal decentralization has gone through three generations of theories: the first generation is the decentralization theory of fiscal decentralization that has meaning for public goods and services; the second generation is based on the first generation, the introduction of decentralized voting with feet Theory; the third generation is a decentralization theory that combines economic development with the fiscal system. Regarding fiscal decentralization and agricultural economic growth, Chinese scholars have also carried out some research: For example, Ning Manxiu used a panel measurement model to conduct an empirical analysis of the relationship between fiscal decentralization and agricultural economic growth in China; Zhang Jiefei studies the agricultural labor transfer and agricultural economic growth based on the experience of China's three major regional panel data; Li Xuesong conducted a dynamic tracking study on Chinese decentralization and agricultural economic growth performance; Xia Yulian The agricultural management system was researched in the context of "separation of three powers" in rural land; continued Qin based on China's inter-provincial panel data and adopted econometric methods to test the competition between China's fiscal decentralization and local government on local finance Impact of Agricultural Expenditure; Li Xiaojia based on China's inter-provincial dynamic panel data model, analyzes the

dynamic effects of fiscal rights and local fiscal agricultural expenditures in terms of total volume and structure; Peng Xiu Empirical analysis based on spatial measurement We have studied fiscal decentralization and the performance of regional social security services. Generally speaking, the imbalanced state of agricultural demand and supply makes China's fiscal decentralization system show different characteristics, and the fiscal decentralization theory also directly or indirectly affects the economic situation of agriculture, but due to fiscal decentralization and rural The impact and role of financial development on agricultural growth is not obvious, and there are few related studies in China.

2.Analysis of Factors Affecting China's Agricultural TFP Growth

2.1 put forward hypotheses

Through the analysis of economics under the new system, the following hypotheses are put forward in this paper to facilitate the discussion later.

Assume that each local government adopts a fiscal decentralization system to promote the development of the local agricultural economy, and that the fiscal decentralization system has an influence on each place. At the same time, there are differences in fiscal decentralization systems in different regions, that is, the impact of fiscal decentralization systems in different regions on agricultural economic growth is also different. In this paper, 28 provinces are selected as the research objects. When selecting data, measurement standards have been established to ensure that data between different regions are in the same dimension, and data can be directly measured.

Hypothesis 2: Under the Chinese-style decentralization system, local governments use their powers to control rural financial resources and restrict their main functions, which ultimately leads to the poor effect of rural finance on promoting agricultural economic development. Therefore, in the selection of the project, the impact of the rural financial situation on the agricultural economy was ignored.

Hypothesis 3: In the context of fiscal decentralization, different factors affecting agricultural economic growth have varying degrees of influence. When the impact is the same, deepen the research until the results are accurate.

2.2 Variable Selection and Data Source

The growth of the agricultural economy is closely related to the growth of total agricultural output. From the perspective of total agricultural output value, this paper selects the following variables as research variables, discusses their impact on the changes in agricultural production efficiency indexes, and then performs regression analysis on the data to analyze the role of agricultural efficiency changes.

(1) Government intervention (RA): This variable indicates the degree of influence of local government actions on agricultural economic growth.

(2) Proportional factor (RG): The ratio of agricultural, forestry, animal husbandry, and fishery output value to total output value is used to express its impact on agricultural production efficiency, and it can also reflect the regional differences in agricultural development.

Labor Factors (HC): The stock of agricultural human capital is average, and the years of education are used for characterization analysis.

(3) Area factor (PL): Use the per capita arable land area in rural areas to analyze the relationship between arable land area and agricultural production efficiency and its impact.

(4) Non-food impact (NG): The proportion of non-food crop sown area to total crop sown area is used to analyze its relationship with agricultural production efficiency.

(5) Disaster area (DI): The proportion of the affected area to the total cultivated area is used to indicate the negative impact of natural environmental impacts on agricultural production efficiency.

(6) Urban population ratio (UR): Expressed as the proportion of the urban population in the total population.

(7) Proportion of the secondary industry (IN): Use the ratio of the value of the secondary industry to the total GDP to indicate the level of industrialization and discuss its impact on agricultural production efficiency.

The Malmquist index is mainly used to measure production efficiency, and later combined with data envelopment method (DEA). This article is based on the Dea malmquist index analysis method to explore the influencing factors of agricultural total factor productivity growth . The data of 28 provinces in China from 2005 to 2015 were selected as the research sample data, which did not include Tibet, Hainan and Hong Kong, Macao and Taiwan (The data are mainly from the "New China Statistical Data Collection of Sixty Years" and other data).

2.3 Research method and model setting

Considering the limited conditions existing in the dependent variables, that is, the tail-break point does not have to be zero, and the allowance is observable. Based on the analysis and evaluation of agricultural production efficiency index, a tail-breaking regression model is established. Under the premise of fiscal decentralization, government intervention, proportional factors, labor factors, area factors, non-food impacts, affected areas, and urban population ratio The proportion factors of the secondary industry and the secondary industry are placed in the model, and it is concluded that the fitting of the coefficient model is within a reasonable range, and the error is small and the robustness is good. Specifically, it can be seen that the two factors of labor and man-made land are directly related to the growth of the agricultural economy, that is, the growth of the agricultural economy increases with the increase in the number of labor and land area. Non-food impacts and increased disaster areas will lead to a reduction in the agricultural economy. At the same time, government intervention factors, proportional factors, the proportion of urban population and the proportion of secondary industries will have different effects on the agricultural economy under different conditions. Among them, labor, technology and government intervention have the greatest impact on agricultural economic development.

3. Project conclusions and recommendations

In the context of rapid economic development and the gradual transformation of the industry, and the planned economy and the market economy are also coordinated, in order to better achieve the development of the agricultural economy and give full play to the role of fiscal decentralization, this article Analyze factors to study the performance of the agricultural economy. The analysis shows that under fiscal decentralization, the most important factors affecting the development of agriculture are government intervention, agricultural scale, man-made land, technical conditions, and labor conditions. Among them, government intervention and agricultural scale have the largest impact on the growth of the agricultural economy, and are directly proportional. The area cultivated by people is second. Although technical conditions and labor have an impact on the agricultural economy, the extent of the impact is uncertain. Under the analysis of the Chinese-style decentralization system, this project constructs a reasonable institutional framework, and gives policy recommendations to promote rural agricultural economic development based on the research situation:

1. Improve the operation of supporting public finances in agriculture. The construction of a new socialist countryside requires the public financial system as the basis and guarantee for development. First of all, we must rely on the rule of law in order to truly implement the "rule of law" as the foundation. The financial relationship between the central government and local governments must be based on laws, and strict implementation and supervision are required. Guarantee the stability of the fiscal system. Based on the previous analysis of China's fiscal decentralization system, we can find that China's fiscal system is very unstable and there is a serious institutional imbalance between the central and local governments. In this regard, relevant government departments should strengthen the Control and supervision to ensure that agricultural funds can be really used. Establish a prioritization mechanism for fiscal support to agriculture. The central government and local governments should maintain appropriate proportions and reasonable dynamic adjustment mechanisms in the investment and application of agricultural funds. Because of the scarcity of financial resources, local governments must avoid competition and turn their attention to the development and development of rural education and medical care, and then form a prioritization mechanism to ensure that financial resources can reach the places where they are needed first and avoid inadequate allocation of financial resources. Through the above three suggestions to improve the public finance operation system, the rural economy in rural areas enjoys the same allocation of financial resources as other cities, gaining more attention and development.

2. Promote the deepening of rural finance. Launch more rural financial service methods and projects. In the case of avoiding financial risks, the threshold for rural financial services is lowered, and the amount and term of rural loans are appropriately relaxed. For local governments, a professional credit evaluation agency can be established to find a guarantee that can give farmers the greatest benefit. At the same time, the coordination and cooperation of rural financial development and fiscal agricultural investment should be emphasized to strengthen the positive interaction between rural finance and the real economy. Give full play to the leverage of fiscal funds. For the preferential tax policies of agricultural-related enterprises, the central government can try to issue special agricultural-related government bonds to improve the government's financing capacity and solve the problem of insufficient funds. The financial resources of local governments are mainly allocated to areas where problems occur in the market, allowing them to develop leverage, guide and lead farmers' development, and give the right investment direction. Protect the property rights contracts of agricultural investors and control risks. First of all, it is necessary to achieve the coordination of multiple financing methods, build a reasonable compensation mechanism, use agricultural projects as investment carriers, and establish an operating mechanism that can be dynamically coordinated. Then, build a farmer investment subject, the government guides, and avoid financial risks A reasonable financing system will gradually increase the growth of the agricultural economy.

3. Focus on institutional incentives and policy innovation. Optimize the design performance assessment mechanism. The central government should not only consider the level of GDP, include the agricultural performance indicators into the assessment system of local government officials, and then optimize the performance assessment mechanism. We must adhere to the fundamentals of agricultural strategic thinking. At the same time, the central government must exercise reasonable control over the direction of local governments' financial investment, encourage local governments to achieve local economic development, and gradually eliminate the gap between urban and rural development. Establish a dialogue mechanism between farmers and the government.

The central government needs to optimize and improve the rural social management system, and it must give equal voice to farmers. Under the leadership of the central government, political representatives of farmers were introduced through elections, and a dialogue mechanism with the government was established, so that farmers had more incentives and power. This can also better regulate and supervise government behavior, and ultimately achieve the goal of improving governance and better serving farmers. The "agriculture, rural areas and farmers" issue is a comprehensive economic and political issue. Politically, the "three rural" issues require system innovation, reflecting the value pursuit of public finances, giving farmers an equal voice, and expressing their wishes for agricultural projects and public products. The goal is to finally realize that farmers can enjoy To the public welfare brought by the state and the government to eliminate the adverse effects of decentralization and rapid economic growth.

References:

Chavas, Jean - paul, Petrie Ragan et al.. (2005). Farm Household Production Efficiency Evidence from the Cambia [J] . American Journal of Agricultural Economics, 87 (1) ,160 -179.

Lin J Y, Liu Z. (2000). Fiscal Decentralization and Economic Growth in China[J]. Economic Development and Cultural Change, 49(1) ,1-21.

Karagiannis C., P. Midmore., V. Tzouvelek- as. (2002). Separating Technical Change from Time - Varying Technical Inefficiency in the Absence of Distributional Assumptions[J].Journal of Productivity Analysis, 18 (1) ,23 -38.

Qian Y, Roland G. (1998). Federalism and the Soft Budget Constraint[J].American Economic Review, 77 ,265 -284.

Zhuravskaya E. (2000). Incentives to Provide Local Public Goods: Fiscal Federalism, Russian Style[J].Journal of Public Economics, 76 ,337 -368.

Hao R. , Wei Z. (2008). Fundamental Causes of Inland - coastal Income Inequality in Post - reform China[Z] . The Chinese Economist Society Annual Conference.

Jin H, Qian Y, Weignast B. (2004).Regional Decentralization and Fiscal Incentives: Federalism, Chinese style[J]. Journal of Public Economics, 12,1719 -1742.

中国创业板上市公司信息披露、内部控制对 IPO 业绩落差的影响研究

RESEARCH ON IMPACT OF CHINESE GEM LISTED COMPANIES INFORMATION DISCLOSURE ON IPO PERFORMANCE GAP: MEDIATION OF INTERNAL CONTROL

于姝 [1]，徐志坚 [2]

Shu Yu[1], Zhijian Xu[2]

[1,2] 泰国正大管理学院中国研究生院

[1,2] Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

[*]**Corresponding Author:** Shu Yu, **E-mail:** roxanne yu@163.com

摘要

在中国证券市场快速发展的背景下，我们应当清醒地认识到中国证券市场是新兴市场，尚存在许多不完善的地方，近年来不断发生的IPO虚假信息披露案件，更是为我们敲响了警钟。针对创业板内部控制信息披露与IPO业绩落差较大情况，信息披露制度、内部控制制度与IPO业绩落差的相关关系如何，政府补助如何在内部控制与IPO业绩落差之间发挥调节作用等问题，本文做了以下研究工作：选取2011至2015年间中国创业板IPO首发上市公司，采集数据主要来自国泰安数据库、深圳迪博数据库，手工整理了深圳证券交易所网站披露信息的部分观测样本和上市公司年报信息。构建了回归模型和中介效应模型，研究信息披露、内部控制和IPO业绩落差之间的相关关系，探究减少IPO业绩落差的解决方案。通过研究，旨在寻求改善创业板公司IPO后业绩下滑的现象，创建大数据环境下的内部控制信息披露指数体系，完善证券市场退市制度。同时，本研究为提高资本市场有效性，推动创业板市场的健康发展提供了有价值的现实依据。

关键词： 信息披露　内部控制　IPO业绩落差

Abstract

With the rapid development of China's stock market, we should clearly understand that China's stock market is a market of emerging, and there are still many imperfections. The continuous IPO false information disclosure cases in recent years have sounded the alarm for us. This article conducted a study with regard to issues as the large discrepancy between the GEM internal control information disclosure and IPO performance gap, the relationship between the information disclosure system, internal control system and IPO performance gap, and how government subsidies play a

moderating role between internal control and IPO performance gaps: The data is mainly selected of the first listed companies on the China GEM IPO from 2011 to 2015, collecting from CSMAR database and Shenzhen Dib database. Some observational samples of the information disclosed on the Shenzhen Stock Exchange website and listed company annual report information were manually compiled. It constructed regression model and mediation effect model, studied the correlation between information disclosure, internal control and IPO performance gap, and explored solutions to reduce the IPO performance gap. It aims at improving the GEM companies' performance declines after IPO, creating an internal control information disclosure index system in a big data environment, and improving the stock market delisting system through the study. In the mean time, this study provides a valuable realistic basis for improving the effectiveness of the capital market and promoting the healthy development of the GEM market.

Keywords: information disclosure, internal control, IPO performance gap

引言

目前中小企业融资难成为中国普遍存在的问题，即使某些中小上市公司具有发展创新性，也可能会因为缺乏资金而错失许多良机，不能继续实现在IPO后成长为蓝筹股的战略规划。如何为中小上市公司构建有效资金融通渠道和健康成长平台，成为证券市场亟待解决的重要问题。基于此，本文主要研究以下问题:

（1）信息披露制度与IPO业绩落差的相关关系如何？内部控制作为中介变量指标的影响机理和影响路径是怎样的？各个要素指标影响是否存在差异？

（2）政府补助在内部控制与IPO业绩落差之间的调节作用和方向是怎样的？

（3）如何构建回归模型，选取可测量调节指标，采用科学验证方法，研究信息披露、内部控制和IPO业绩落差之间的相关关系，探究减少IPO业绩落差的解决方案。

研究目的

本文以中国创业板上市公司为研究对象，通过实证研究，探讨信息披露对中国创业板上市公司IPO首次公开发行前后的业绩变化情况的影响，综合分析总结内部控制作为中介变量的作用，及政府补助作为调节变量的影响。期望通过研究，达到改善创业板公司IPO后业绩下滑的现象。同时提醒中小上市公司对内部控制的合理优化，启示监管部门进一步建立和完善市场体系和法规，最终帮助IPO公司提高整体业绩，顺利推动中国创业板上市公司市场的发展。

文献综述

（1）上市公司信息披露质量的高低，直接关系到证券市场有效程度、投资者保护等重要问题。经过证监会调查发现，有许多上市公司为了达到发行上市条件，甚至通过虚构客户、虚构业务、伪造合同、虚构回款等方式，虚增收入和利润，骗取IPO核准，因此不断出现IPO公司上市后绩效变脸，产生巨大IPO业绩落差现象。因此，国内外学者都在不断寻求解决IPO后业绩变化的办法，因为业绩变化会导致投资者失去信心，不利于相关资金资源的有效配置。

张纯和吕伟（2009）研究指出，信息披露最大的功能在于可以降低上市公司内部信息不对称的情况，使上市公司的经营决策在大众的有效监管之下，这样管理层的决策将更加稳健和慎重，降低无效投资或融资行为，规避上市公司经营风险。张兵等（2009）在控制内生性问题的基础上指出，信息透明度的提高可以显著提升上市公司的经营绩效和市场价值。从公司治理的角度来看，信息获取的阻滞和失衡不仅可引发委托代理问题，同时会加大IPO业绩落差现象。本文通过研究，假设信息披露与IPO业绩落差正相关，即信息披露越真实、越可靠，IPO业绩落差越小。

因此，本文提出以下研究假设:

H1：信息披露与IPO业绩落差正相关，即：信息披露质量越低，IPO业绩落差越大。

（2）上市公司内部控制是一种重要的制衡、约束和刺激代理人行为的制度安排，旨在保护投资者的利益，促进资本市场健康、持续发展。内部控制作为一种管理制度的安排能够有效的抑制代理成本，进而提高IPO公司业绩。内部控制在信息披露与IPO业绩落差中起到中介作用，为了保障投资者的权益，相关部门也会对IPO公司的内部控制指数进行研究分析，证监会明确要求上市公司要建立健全的内部控制制度，但中国内部控制的披露普遍存在遗漏或隐瞒披露的现象。深圳迪博数据库收录了中国上市公司在公开市场披露的内部控制缺陷数据。

信息披露质量与内部控制缺陷存在显著负相关关系，说明信息披露数量越多，信息披露质量越高，增强对公司治理能力监督，内部控制缺陷存在的可能性越小。

赵息、许宁宁（2013）从管理层权力角度分析，内部控制披露会向投资者传递公司经营状况有问题的信息，管理层权力过大会造成信息披露不对称的现象。因此，信息披露后，积极的完善内部控制制度、加强内部控制监管、合理优化管理层权力等对IPO业绩落差都有良好的影响作用。

因此，本文提出以下研究假设:

H2：信息披露与内部控制正相关，即：信息披露质量越高，内部控制缺陷越少。

H3：内部控制在信息披露与IPO业绩落差间有中介效应。

（3）政府补助主要包括财政拨款、税收返还及无偿划拨土地使用权等，是国家调控宏观经济的主要手段之一。政府对市场的一定干预可以纠正市场失灵，实现稀缺资源优化配置。制度的不完善和市场环境的变化会导致资源配置偏离帕累托最优。政府补助是政府干预公司上市进程的重要手段，政府补助在短时间内可为IPO公司增加现金流，亏损上市公司可以保住上市资格、实现盈余管理，提升投资水平并改善IPO后短期绩效，但不能长期依靠政府补助。

罗宏、黄敏、周大伟和刘宝华（2014）指出，公司管理层利用政府补助发放超额的薪酬，还通过提高薪酬绩效敏感性为其超额薪酬进行狡辩，掩盖其自利性。由于政府和公司之间存在严重的信息不对称问题，且公司获得补助后可能并不会按照政府意愿使用分配该补助，同时王克敏、杨国超、刘静、李晓溪（2015）指出，地方政府为争夺处于政府监管下的IPO资源所提供的补助越多，IPO公司的正常生产经营被干扰的也越严重。因此政府补助存在逆向选择和道德风险问题，并且其只能够对短期绩效起到改善作用，而对长期绩效有负面影响，会产生较大绩效落差。

因此，本文提出以下研究假设:

H4：政府补助会对信息披露与IPO业绩落差关系有负面调节作用。

H5：政府补助会对内部控制与IPO业绩落差关系有调节作用。

研究方法

本研究数据来源选择的样本区间为2011年至2015年间创业板IPO公司，股票代码从300190至300501，有效样本公司为306个，剔除了6个特殊样本，包括300354深信服2018年5月上市，300361奥德赛未上市，300372欣泰已退市，300318博晖创新2010年上市，300474景嘉微2016年上市，300216千山药机数据库中缺少内部控制值。采用的行业分类标准是中国证监会于2012年修订的《上市公司行业分类指引》。对数据公司的所在地区、行业类型、财务数据、股权结构数据等均来自深圳国泰安数据库，内部控制数据来自深圳迪博数据库、信息披露质量数据来自深圳证券交易所公开网站。同时，本文采用SPSS25.0版本，加入PROCESS插件指令，调用Bootstrap法计算系数乘积的置信区间，实现系数乘积的Bootstrap法检验。

研究结果

本文首先借助SPSS25.0对收集整理的与中介效应相关的变量数据进行描述性统计分析，并初步探究各变量之间的相关性关系；然后，结合已经设计好的模型，采用面板回归将内部控制对信息披露与IPO业绩落差的影响机制进行实证检验，检验前文提出的假设；最后，通过SPSS25.0的PROCESS软件再次运行模型，采用Bootstrap方法进行中介效应检验。

表 1 主要变量描述统计量

	样本数	最小值	最大值	均值	标准 差
IPO 业绩落差	306	-0.74526	0.156321	-0.043578	0.086347
信息披露	306	1	4	3.05	0.582
内部控制	306	16.8101	47.5601	37.11872	4.592168
公司规模	306	8.413	14.780	11.154	0.892
资本结构	306	0.047	4.175	0.529	0.355
股权集中度	306	0.036	0.982	0.543	0.356
管理层持股比例	306	.005	0.690	0.35	3.109
是否亏损	306	0	1	0.46	0.211

来源：作者根据样本数据应用 SPSS25.0 软件制作

从表中可以看出，IPO业绩落差极小值为-0.74526，极大值为0.15632，均值-0.04358，标准差为0.08635，方差为0.007。创业板上市公司在IPO当年和IPO两年后绩效相比较，平均值为负，即总体而言落差为负，说明样本公司总体财务绩效呈递减趋势。信息披露极小值为1，极大值为4，均值为3.05，标准差为0.033，方差为0.582。内部控制极小值为16.81，极大值为47.56，均值为37.11，标准差为4.59，方差为21.09。总体来看，不同行业、不同规模样本公司的信息披露质量较好，但内部控制指数在控制活动、信息与沟通、内部监督等方面还存在一定差距，中国上市公司内部控制水平仍有较大上升空间。依据描述结果，各个变量均不是标准正态分布，但是基本处于合理区间，具有统计学意义。

针对前文所述的假设H2、H3、H4、H5。采用传统的逐步检验法进行回归分析，并结合现代流行的Bootstrap方法进行中介效应检验，旨在证明内部控制作为中介变量，对信息披露与IPO业绩落差关系存在怎样的中介效应。然后，通过调节效应模型，检验政府补助对信息披露与IPO业绩落差关系的影响。

本文通过SPSS25.0统计软件，首先对变量数据进行了标准化处理，然后对模型中的研究变量进行多元线性回归，得出如下结果。根据实证检验结果，在内部控制信息披露指数包含的五项指标中，内部监督、信息与沟通、内部环境、控制活动及风险评估，总体显著性为0.087，略大于0.05，没有相关性显著检验。但是，第一项内部环境显著性值为0.01，通过了检验。其它四项未通过，所以对内部环境控制与IPO业绩落差再做一次一元回归，系数结果如下：

表 2 采用逐步检验法的线性回归分析系数结果

变量	B	（t）	F	是否显著
(常量)	-2.339E-16	.000	1.000	是
IPO 业绩落差	0.17	0.012	5.32	是
内部环境	0.020	0.013	3.76	是
公司规模	.150	2.610	.010	是
资本结构	.043	.735	.463	否
股权集中度	.082	1.422	.156	否
管理层持股比例	-.004	-.061	.952	否
是否亏损	-.060	-1.039	.299	否

a.因变量:Zscore(IPO 业绩落差)
b.表中 B 列为变量的非标准化系数，括号内为对应的 t 值。
来源：作者根据 SPSS25.0 软件回归结果整理制作

由于上文所述，在相关性检验中，我们注意到皮尔逊相关性为0.096，大于0.05，初步证实内部控制与IPO业绩落差关系的相关性不显著。即与假设H3不一致。但是，作为内部控制的重要组成要素，内部环境与IPO业绩落差在0.05 级别（双尾）上相关性显著。

为了对内部环境与IPO业绩落差的关系进行相关性检验，再次将内部环境为自变量，IPO业绩落差仍然为因变量，进行多元回归分析。由表可见，所用的回归模型F统计量值=1.942，sig值为0.01，因此我们选用内部环境这个回归模型是有统计学意义的。由于Sig＜0.05，所以内部环境与IPO业绩落差在5%级别上相关性是显著的。同时，皮尔逊相关性为0.142，表明内部环境与IPO业绩落差正相关。

根据上述实证研究，假设H3的内部控制与IPO业绩落差正相关，是在一定条件下成立的，即内部控制作为中介变量，对信息披露质量与IPO业绩落差关系的影响中，可能存在部分中介效应。

表 3 内部控制的中介效应检验

变量	B	（t）	sig	是否显著
(常量)	-7.807E-17	.000	1.000	
Zscore(信息披露)	.197	3.528	.000	是
Zscore(内部控制)	.128	2.287	.023	是
乘积项	.016	2.828	.005	是

a.因变量:IPO 业绩落差
b.预测变量:(常量)， 信息披露， 内部控制
c.乘积项：信息披露与内部控制乘积
注：表中 B 列为变量的非标准化系数，括号内为对应的 t 值。
来源：作者根据 SPSS25.0 软件回归结果整理制作

根据上列各表得出检验结论: 皮尔逊相关性通过检验。自变量信息披露sig=0. 相关性显著。中介变量内部环境的sig值为0.023，说明相关性显著。从共线性诊断分析，一般来说，容忍度的值介于0和1之间，检验结果的最小容差=0.995， VIF=1.005，所以不存在多重共线性。根据残差分析结果，调整后残差均值都接近于0，所以存在正相关。

运算信息披露与内部控制乘积项，将乘积项与IPO绩效落差进行回归分析检验结果，sig值为0.005，说明相关性显著，假设成立。

本文通过SPSS25.0统计软件，首先对变量数据进行了标准化处理，然后对模型中的研究变量进行线性回归，得到结果如下表所示：

表 4 信息披露与内部控制关系的回归检验

R	R 方	调整后 R 方	标准误	F	显著性	德宾-沃森
.158a	.025	.022	.98902114	7.809	.006b	1.911

a. 预测变量:(常量)， 信息披露

b. 因变量:内部控制

来源：作者根据回归结果整理制作

检验结果说明政府补助在信息披露与IPO业绩落差的影响中起着一定的调节作用,但是方向为正，不能验证假设完全成立，即，H4:政府补助会对信息披露与IPO业绩落差关系产生负向影响。结合实际分析，创业板一般为高科技公司，越是优秀的上市公司，地方政府越鼓励其发展并带动地方经济，税收优惠一般会连续数年，公司IPO后业绩也会更好，故假设H4不完全成立。

从政府补助对内部控制与IPO业绩落差影响的调节效应检验结果看，在内部控制与IPO业绩落差之间存在部分调节作用，也可作为内部控制执行结果的衡量标准，政府补助作为调节变量的加入解释了内部控制对IPO业绩落差所起的作用机理，巩固了内部控制与IPO业绩落差的正相关关系。

表 5 实证检验结果汇总表

序号	假设描述	效应类型	检验结果
H1	信息披露质量与 IPO 业绩落差正相关，即：信息披露质量越低，IPO 业绩落差越大。	主效应	验证
H2	信息披露质量与内部控制正相关，即：信息披露质量越高，内部控制缺陷越少。	中介效应	验证
H3	内部控制在信息披露与 IPO 业绩落差间有中介效应。	中介效应	部分验证
H4	政府补助会对信息披露质量与 IPO 业绩落差关系有负面调节作用。	调节效应	部分成立
H5	政府补助会对内部控制与 IPO 业绩落差关系有调节作用。	调节效应	验证

总结与讨论

本文构建研究信息披露与IPO上市公司业绩落差关系的回归模型，并采用逐步验证法和Bootstrap法进行了中介效应和调节效应的检验。探讨信息披露、内部控制对IPO业绩落差产生的影响，并分析了内部控制在其中的中介效应，同时验证了政府补助的调节效应。本文通过实证检验，得出以下结论:

（1）信息披露质量与IPO业绩落差显著正相关

说明上市公司的信息披露越真实、越可靠，IPO业绩落差越小。同时，信息披露质量与完善内部控制显著正相关，说明信息披露质量评价越高，内部控制信息披露指数越好。实证检验表明，中国上市公司信息披露质量应与内部控制制度的完善发展紧密结合，重在解决减少未来的IPO公司业绩落差问题。

（2）内部控制对信息披露与IPO业绩落差关系的中介效应显著

内部控制信息披露指数包含内部监督、信息与沟通、内部环境、控制活动及风险评估等五项指标。内部控制信息披露指数与IPO业绩落差不是完全的显著相关关系，其中，作为内部控制信息披露指数的重要组成要素，内部环境与IPO业绩落差相关性显著。基于逐步验证法原理，说明内部控制在信息披露与IPO业绩落差关系中的中介效应显著，并在Bootstrap法的结果中得以验证。这说明，尽管内部监督、信息沟通、风险评估等与IPO绩效落差不存在显著相关关系，但随着内部控制制度的完善，其中介作用还会逐渐显现出来，转变为上市公司内在的核心优势，对提高IPO绩效具有积极推动作用。

（3）政府补助对信息披露与IPO业绩落差关系起到调节作用

政府补助对信息披露与IPO业绩落差关系有负面影响。其原因可能是公司为获得政府补助而采取盈余管理手段，隐藏了真正营利能力，或公司发生寻租行为而浪费了公司绩效。实证表明，良好内部控制质量可以明显抑制和缓解政府补助对公司绩效的负面影响，即内部控制的约束能力越强，政府补助对公司绩效负作用就越弱，因此，完善内部控制质量监督体系是非常必要的。

基于研究周期紧迫性和数据有限性等因素限制，本文研究局限性体现在两方面：一是样本数据收集，仅限于创业板的部分阶段性上市公司，通过国泰安、深圳迪博数据库等收集数据还存在一定局限性；二是控制变量，变量定义中有关公司规模、资本结构、股权集中度、管理层持股比例等指标测量方面有待改善。在日后可扩展丰富变量定义，改善测量指标，进一步提高上市公司信息披露质量，完善内部控制制度，从内部公司治理等角度出发，减少IPO业绩落差，为探索中国环境下证券市场健康发展夯实理论基础。

参考文献

Abbott, L. J., Parker, S., & Peters, G. F. (2004). Audit committee characteristics and restatements. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, *23*(1), 69-87.

Aharony, J., Lee, C. W. J., & Wong, T. J. (2000). Financial packaging of IPO firms in China. *Journal of Accounting Research*, *38*(1), 103-126.

Singh, M. (2016). Microfinance-A Boon to the Poor: The Role of Nabard. *FINANCIAL ECONOMICS AND SUSTAINABILITY ISSUES IN INDIA*, 124-136.

Choi, J. H., Choi, S., Hogan, C. E., & Lee, J. (2013). The effect of human resource investment in internal control on the disclosure of internal control weaknesses. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, *32*(4), 169-199.

Ding, S., Jia, C., Wilson, C., & Wu, Z. (2015). Political connections and agency conflicts: the roles of owner and manager political influence on executive compensation. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, *45*(2), 407-434.

Kumar, P., Langberg, N., & Sivaramakrishnan, K. (2016). Voluntary disclosure with informed trading in the IPO market. *Journal of Accounting Research*, *54*(5), 1365-1394.

La Porta, R., Lopez‐de‐Silanes, F., Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1997). Legal determinants of external finance. *The journal of finance*, *52*(3), 1131-1150.

Mittal, S., & Mayur, M. (2012). Ownership Change and Deterioration of Performance in Post-IPO Period: A Panel Data Analysis of Indian Firms. *IUP Journal of Corporate Governance*, *11*(2).

曹树新. (2015). 上市公司信息披露质量与披露行为的关系实证研究. *经济体制改革*, (6), 191-196.

曹阳. (2015). 我国股票发行从核准制到注册制发展的初步研究——兼论我国证券法关于股票发行制度的修改与完善. *改革与战略*, (9), 68-74.

陈汉文, & 屈依娜. (2016). 内部控制与现金股利政策. *厦门大学学报：哲学社会科学版*, (5), 118-127.

杜峥平. (2016). *我国企业首次公开募股定价监管问题研究*，博士学位，吉林大学.

方重. (2015). 完善上市公司有关政府补助不定期信息披露的思考. *清华金融评论*, (10), 77-81.

黄金曦, & 黄惠. (2013). 内部控制信息质量与公司业绩文献综述. *商业会计*, (18), 41-42.

李连华, 杨忠智, & 唐国平. (2014). 企业内部控制效率提升路径研究——基于传化股份公司的经验与借鉴. *会计研究*, (7), 82-88.

梁建敏, & 吴江. (2012). 创业板公司 IPO 前后业绩变化及风险投资的影响. *证券市场导报*, (4), 64-69.

刘倩. (2015). CEO 政治关联与公司业绩文献综述. *合作经济与科技*, (8), 104-105.

罗宏, 黄敏, 周大伟, & 刘宝华. (2014). 政府补助, 超额薪酬与薪酬辩护. *会计研究*, (1), 42-48.

盛常艳. (2013). 内部控制缺陷信息披露与公司业绩的关系——来自中国 A 股上市公司的数据. *中国会计学会 2012 年学术年会*, 141-142.

王宏, 蒋占华, 胡为民, 赵丽生, & 林斌. (2011). 中国上市公司内部控制指数研究. *会计研究*, *12*, 20-24.

王克敏, 杨国超, 刘静, & 李晓溪. (2015). IPO 资源争夺, 政府补助与公司业绩研究. *管理世界*, *9*, 147-157.

许琳. (2006). 投资者法律保护与公司上市后长期业绩表现——基于法和金融理论的实证分析. *南开管理评论*, *9*(2), 96-101.

杨清香, 俞麟, & 宋丽. (2012). 内部控制信息披露与市场反应研究——来自中国沪市上市公司的经验证据. *南开管理评论*, (1), 123-130.

杨玉凤, 王火欣, & 曹琼. (2010). 内部控制信息披露质量与代理成本相关性研究——基于沪市 2007 年上市公司的经验数据. *审计研究*, (1), 82-88.

姚圣, & 周敏. (2017). 政策变动背景下企业环境信息披露的权衡：政府补助与违规风险规避. *财贸研究*, (7), 99-110.

余海宗, & 丁璐. (2013). 内部控制信息披露, 市场评价与盈余信息含量. *审计研究*, (5), 87-95.

张兵, 范致镇, & 潘军昌. (2009). 信息透明度与公司绩效——基于内生性视角的研究. *金融研究*, (2), 169-184.

张纯, & 吕伟. (2009). 信息环境, 融资约束与现金股利. *金融研究*, (7), 81-94.

赵息, & 许宁宁. (2013). 管理层权力, 机会主义动机与内部控制缺陷信息披露. *审计研究*, (4), 101-109.

周中胜, 徐红日, 陈汉文, & 陈俊. (2016). 内部控制质量对公司投资支出与投资机会的敏感性的影响：基于我国上市公司的实证研究. *管理评论*, *28*(9), 206-217.

浦江学院的教学质量评价研究

RESEARCH ON TEACHING QUALITY EVALUATION OF PUJIANG INSTITUTE

赵蕊

Rui Zhao

正大管理学院

Panyapiwat Institute of Management

*__Corresponding Author:__ Rui Zhao, __E-mail:__ 987267134@qq.com

摘要

随着中国高等教育逐渐的进入到了大众化的阶段，高等教育的教学质量也逐渐的受到了关注。独立学院作为高等教育扩大办学规模的产物，在很多的时间内就经历了由试办到治理调整的过程，并已经进入到了规范办学以及提升质量的阶段，所以成为了新的高等教育的重要资源。本文通过怎样更好的加强浦江独立学院的教学质量评价，以提升浦江独立学院的办学质量提供相应的理论依据。本文使用定量研究方法，在研究与分析过程中采用了文献分析与问卷调查法。并发现当前浦江独立学院教学质量评价工作存在的问题：教学主题评价内容不够平衡、缺少对于学校管理层的评价以及教学质量监控意识较为薄弱。独立学院中的科学合理性的评价是提升教学质量的有效保证。本文在开展教学质量评价工作时应考虑将评价中的内容和人才培养模式相结合；注重评价的多方位；简化教学资源融入到评价体系中。今后的浦江学院教学质量评价策略：兼顾个体本位和知识本位；兼顾课堂的评价以及课外评价；兼顾认证性以及发展性的评价。

关键词：浦江学院、独立学院、教学质量、评价体系

Abstract

With China's higher education gradually entering the stage of popularization,The teaching quality of higher education has been paid more and more attention.Independent college as a product of the expansion of Higher Education,In a lot of time, it has gone through the process from trial operation to governance adjustment,and has entered the stage of standardizing school running and improving quality.So it becomes an important resource of new higher education.In this paper, how to better strengthen the teaching quality evaluation of PJ independent college, in order to improve the quality of running PJ independent college to provide the corresponding theoretical basis.In this paper, quantitative research methods are used, and literature analysis and questionnaire survey are used in

the process of research and analysis.And found that the current PJ independent college teaching quality evaluation problems:The content of teaching subject evaluation is not balanced enough, the evaluation of school management and the awareness of teaching quality monitoring are weak.The evaluation of scientific rationality in independent colleges is an effective guarantee to improve the quality of teaching.In the process of teaching quality evaluation, this paper should consider the combination of the content of evaluation and personnel training mode, pay attention to the multi-faceted evaluation, and simplify the teaching resources into the evaluation system. In the future, the teaching quality evaluation strategies of Pujiang university include: taking individual standard and knowledge standard into account; taking classroom evaluation and extracurricular evaluation into account; taking certification and development evaluation into account.

Keywords: PJ independent college, teaching quality, evaluation system

引言

教育，是以促进人类的发展、社会的进步为目的，以传授知识、经验为手段，培养人的社会活动。而普通高校都是由国家教育部或省级教育行政部门（含自治区、直辖市等）主管实行的高等教育学校。在这种办学体制下，单纯依靠国家的力量发展高等教育首先就面临财政资金投入不足的问题。据社会经济发展要求，中国高等教育要走“大众化”发展的道路。《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》也提出，到 2010 年，中国适龄人口的高等教育入学率要提高到百分之十五左右。根据《中国教育与人力资源问题报告》预测,2020 年中国高等教育发展将达到 3300 万人的总规模，比 2002 年的水平增加 1700 万人。即使本科招生保持现在既 40%的比例不变，届时本科生总量将比目前净增加多 680 万人，需要再增加多 680 所万人规模本科层次的大学才能满足高等教育发展需求。因此，单靠政府的力量举办公立高等院校是很难达到这一目标的。

国家教育行政主管部门于 2003 年 4 月及时出台了《关于规范并加强普通高校以新的机制和模式试办独立学院管理的若干意见》教发〔2003 号文件,以下简称《意见》）,作为法规性文件对二级学院加以规范调节和治理整顿。《意见》要求这些二级学院一律采用民办机制办成本科层次的独立学院，要求“独立学院应具有独立的校园和基本办学设施,实施相对独立的教学组织和管理,独立进行招生，独立颁发学历文凭，独立进行财务核算，应具有独立法人资格，能独立承担民事责任。”同时对独立学院办学原则、申请程序、办学条件与质量、财产和财务管理以及高校独立学院与政府和其他社会组织的法律关系都作出了规定和指导性意见，使之逐步走上了规范发展的道路。

近两年，高校独立学院发展得到了长足的进步。招生规模逐步扩展，办学特色和办学质量逐步提高，社会影响也日益扩大。对深化高等教育办学体制改革促进高等教育大众化发展,扩大高等教育供给等都具有重大影响和深远意义。

研究目的

在整个浦江学院中，教学质量是整个教育的生命线。并且教学质量也是人才培养规格的整体性的结构，教学质量是学校教育质量整个结构中的和新结构，是在一个特有的规定中的有机的整体。教学质量中是不断发展、形成的系统，同时也是该学校中的办学以及教学管理的总

体性的成果。教学质量相对于独立学院来讲，自身具有特殊性的作用。独立学院是高校中举办的一种新的办学模式，同时也是新生的事物，主要的特点是吸收社会资金并不断的扩大教学规模，能够利用普通高校中的教学资源、师资力量以及科研成果逐渐的提升办学质量。但是在 PJ 独立学院中虽然举办方是普通高校，但是自身和普通高校之间还是有着一定的差异。而 PJ 独立学院的教学质量将直接影响到学院在社会上的名誉，也直接影响到学院的生存以及发展。而评价在 PJ 独立学院的生存以及发展的过程中起到了判断以及导向的作用。高校能够通过评价得知自身的不足，并根据改进的方向通过对此进行层层分解，最终落实在具体性的环节中，从而能够有效的提升高校中的教学质量。

文献综述

开展教学质量研究，首先要面对教学质量的概念问题。然而，纵观前人对教学质量的研究成果，发现了三处问题：其一，理论研究缺乏。对教学质量的研究大都集中在操作层面，即有关“如何提高教学质量”的期刊论文、书籍等数不胜数，却鲜有学者对其进行理论溯源。其二，概念混淆。教学质量概念与教育质量、教学效果、教学效率、教学效益等概念边界模糊，常常混淆使用。其三，标准不一。由于对教学质量的概念界定含糊，评定标准也是“参差不齐”，出现了知识取向、能力取向、情感取向或目标取向、过程取向或学生取向、教师取向等多重取向，教学质量评价因此陷入“何去何从”的困境。

对“教学质量”概念的梳理成为推进教学质量深入研究的基础。迄今，国内外对“教学质量”概念的认识并不统一，通过文献分析，发现三种代表性的概念取向。见下图一。

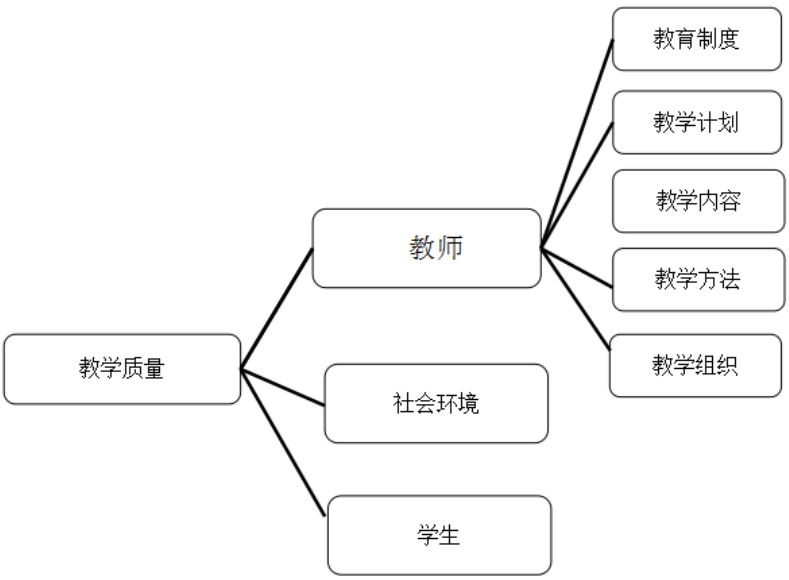


图 1 教学质量的内容

教师取向的教学质量观认为教学质量的关键因素应当是教师，教学质量是教师教授质量的函数，随教师教学能力的发展而发展。有学者提出教学质量是由教师的教授质量、学生的学习质量和管理部门的管理质量构成。但教师的教授质量真正起主导作用,是教学质量的主要体现。（赫保文，1994）也有学者认为，作为一般意义上的教学质量，永远都是教学工作优劣程度的反映。优者，是遵循教育教学规律的必然结果，给受教育者带来的影响，是促使其充分、自由、和谐的发展。（戴国忠，1999）教师取向的教学质量观，其典型特征表现在教育的命脉、教学的走向以及学生的发展质量主要取决于教育者，人才培养的“生杀大权”似乎掌握在人民教师手中。因此，教学质量成为反映教师教学能力的总指标，是对教师教学水平高低和教学效果优劣的评价。

社会取向的教学质量观主要是从教育功能视角定位教学质量的，它主张在教育教学过程中投入社会期待，表达社会要求，意在满足社会需要，产生社会价值，具有明显的社会性表现特征。因此，从社会经济学的角度出发，把教学质量概括为三部分：人与物的资源质量、教学实践的质量和成果的质量（牟阳春，2004）。（朱益明，1996）从投入时的初始质量到参与教学实践的产出质量的变化值，就在一定程度上反映了教学质量的高低。其实，社会取向的“教学质量”概念更多地反映和体现着社会的发展要求，倾向于培养出适应社会化大生产和专业化分工的“社会通用型人才”，从而易轻视受教育者的个性化差异。此外，严格意义上说，社会取向下的“教学质量”已经扩大到了“教育质量”范畴。

学生取向的教学质量观将学生作为主要的关注对象，认为学生既是教学的参与者，又是教学的服务对象，是一切教学活动的出发点和落脚点。因此，教学质量主要是指学生的质量，体现在学生参与教学活动过程中获得的进步和成长。这种概念取向又具体表现为两个方面：一是以过程为导向，更强调学生的发展过程质量。希望给每个学生提供适合的教学，满足学生的个性差异，力图让每个学生都能在教学过程中充分融入、体验和互动，教学质量成为一种状态质量，因而将教学质量定义为：教学内容各要素的呈现、解释、排列秩序对学生均至最佳程度（赵茵，2008），简言之就是学生（外显或内隐地）参与教学活动的程度。二是以目标为导向，更强调学生的发展结果质量。期望课堂教学能够给学生带来良好的变化，当然不仅仅局限在以学生成绩为重要表征的认知领域，还应包括行为、态度、情感、个性等方面的成长。（托斯坦·胡森、施良方，1987）这里的教学质量是指教学目标在学生身上实现的程度，或者说是教学活动对学生达到预期教育结果的促进程度。

高校中的教学质量指的就是作为高等学校中的一项活动满足于顾客规定的潜在的需求。而教学质量中的顾客指的就是学生以及教师，以及政府、社会、企业以及家长，其要求就是培养一个全面达到符合专业培养，目标的合格的毕业生。而潜在的一些提前指的就是社会对于高校毕业生所明确提出的并实际存在或是当前尚未显露出来的未来的需求。所以高校中的教学质量时需要由相关的教育制度、教学计划、教学内容、教学方法、教学组织下形式、教师的素养以及学生和社会环境等因素综合性发生的作用。在这些因素中，所有的因素之间相互作用，且共同为培养社会中需要的高质量的合格人才提供相应的人才服务。其中教师是整个教学活动中的主导地位，教师自身的素质以及授课的质量直接影响到整个教学效果以及质量，也同时影响到人才培养的质量，所以在一定的意义上教师在教学课堂中相当于教育质量或是人才培养质量的指导作用。作为教学工作内容的课堂教学，在整个过程中需要教师按照相关的教学内容以及教学制度，在一定的时间内根据每一个学科中的大学大纲以及所规定的任务和内容，进行有计划的、具体性且有目的性的对学生进行教育的过程。这也是教学工作中的最为基础性的组织形式之一，同时对于各个教学环节有着非常重要的作用。

课堂教学中的质量指的就是师生通过所参与和课堂教学活动中实现的课堂教学的目的以及目标。教学质量值得就是一种综合性的 认知、态度、情感以及价值观等因素的综合性的指标，并不是所讲到的智育质量。如果单纯的将教学质量理解成为是智育质量则是一种片面的、肤浅的理解。那么教学就是完成全面发展教育任务中的重要途径，在其中需要更好的完成学习中的智育任务，还需要更好的完成德育、体育、美育以及劳动技术教育等相关的任务,所以整个教学质量是全面性的教育教学质量，并不是指的对于发展中的某一方面的质量。同时，整个课堂中的教学质量也是一个综合性的指标，其中不仅仅包含有整个教学活动中所传授的知识、技能目标等方面，还包含有对于学生情感的发展、良好态度的培养以及个性的不断完善等方面。独立学院作为高等教育过程中的重要组成部分，教育部对其的定位也是本科教育的补充。其中包含的不仅是本科招生规模上的量的补充，同时也是对于人才类型上的补充。所以，主要的目的是以本科层次为主，且还要和其他的高等院校的人才形成异质差别和错位竞争。其中需要考虑到的就是独立学院的生源情况，独立学员的培养目标一般会定位到高层次的应用型以及技术型的人才，且教育的目的更加的侧重于“转化”能力的培养。在独立学院中培养学生需要有一定的专业理论知识，同时还需要有操作、调试、维修技术含量等较高的能力，主要是培养一些理论以及实践相结合的复合型的人才。

在独立学院中进行的理论教学不仅需要顾及到经济社会的需求以及学生自身的实际情况，同时为了能够进一步的加强内容的实用性以及针对性，为了能更好的实现培养复合型的人才目标，需要在对学生的学科知识、专业知识的基础前提下，整合学界基础平台。在专业理论教学中需要更加的注重以“够用、管用、实用”为主要的原则,还需要运用改革的精神搭建本科教育的基本框架。并且在进行实施的过程中，也需要逐渐的转变以往的教学理念，走出“学术型、研究型”的精英教育模式，让学生能够在学习的过程中感受到对于事业成功的一种向往，以达到理论教学结果的目的。在独立学院对学生的培养过程中需要按照本科的需要，将“三本”学生培养成合格的大学毕业生,在教学计划、教学内容以及教学手段等方面实施更多的措施，在培养方案中需要有一定的本科教育的框架，更加的关注学科专业中所需要的基础的理论，以为达到专业学习所搭建的基础平台的目的。在专业教学知识的过程中更加的注重适应性的原则，而独立学院中的专业教育更加的需要从实用性方面着手，而不是侧重于理论性以及前沿性。

教学结构中是教学过程中的各个要素组成的方式以及运作的重要流程，这也是一种被普遍的认同的教学结构的概念，有很多的学者专门对此研究，并认为到：教学结构是指构成教学诸要素的组合方式及运作流程。而对于课堂教学的结构则被认为是；教师、教材、学生、教学方法和手段等诸因素在教学活动中的相互制约、相互作用、相互协调的运动发展过程的表现形式。其中主要的因素是对于教与学的一种活动的开展、延伸，课堂教学结构中自身具有科学性、逻辑性以及整体性等特点。在教学结构中是一个系统性的概念，有相关研究者还专门将课堂的教学结构看做是一个系统，也就是由专门性的教师、学生以及教学媒体所构成的系统性。且这些所有的因素中相互作用、相互制约，其中课堂结构中的人、教学媒体等是教学结构中的重要组成因素。在课堂教学中自身具有横向机构以及纵向结构。其中从教学的横向结构上来讲，各个要素之间的关系，也就是横向结构或是要素结构指的教学组成要素和各个要素之间的关系。而纵向的结构上来讲，主要表现为教学流程中各个阶段中以及它们之间的关系，也就是纵向结构。在课堂结构中是课堂教学活动中的各个要素组合方式以及要素之间的练习以及产生的相互作用。而课堂教学质量从结构上来讲可以看作是由教学的质量、学习的质量以及管理者质量之间所产生的影响以及联系共同生成的。在课堂教学质量中主要是由教师的教学质量、管理质量

以及学生的学习质量所构成的，而教学质量、管理质量以及学习质量对于教学质量的生成有着不同方面的影响以及制约。在这三者之间，教学的质量以及学习的质量在教学质量中产生着很重要的作用，教学质量以及学习质量直接决定了教学的水平。在教学质量生成中教授的质量起到主导性的作用，但是教学的质量中主要通过学习的质量所体现出来的，而管理质量是教学质量中形成的重要条件，为教学的质量提供了重要的保证。从教学的质量、学习的质量以及管理质量三者来讲，三者之间的关系是相互促进、相互联系以及相互制约的，三者中的任何一个要素都直接影响到教学的质量以及水平。

王曦（2019）对于中职院校中的电子商务商业的教学质量评价需要通过多个方面来进行考察，当前我们进行的电子商务专业的信息化教学质量评价主要通过对于学生的学习成绩考察以及课堂效果来考察，具体来说我们需要通过对于 教师水平，课堂教学效果，学生、以及教学的信息化水平几个方面来进行衡量，以下是这几个方面评价的具体内容：教师水平评价；课堂效果的评价；对学生的评价和教学信息化水平的评价。

卢苇，董鹏，王科文（2019）教学目标作是为衡量教学质量优劣的主要依据，也是构建评估指标体系的依据。在构建评估指标体系时可将其作为评估的一级指标，在此基础上搭建基于目标导向的装备经济管理专业本科教学质量评估指标体系。评估体系地优化措施：优化教学质量评价标准、建立多元评估主体和建立内部教学评估的长效机制。

杨彩虹（2019)根据教学质量评价体系的设计原则有研究成果的基础上，从教学目标、教学条件、教学环节、教学管理以及教学成果五个方面入手，选取了以下具体指标：教学目标、教学条件、教学环节、教学管理和教学成果。选择指标后，接下来是将其用于具体评价。考虑到教学质量评估本身是一个非常复杂的问题，具有一定的模糊性，而所选择的指标既有定量的，又有定性的，因此，采用 AHP 法分层确定指标权重。AHP 法是美国运筹学家 T.L.Satty 等人提出的解决模糊问题的专门方法。它首先将指标系统从上到下、从抽象到具体分解为目标层—准则层—指标层等若 干层次，然后通过两两比较的方法来确定各个层次中每个具体要素的相对重要程度。

本部分通过查找文献，阐述了教学质量的概念问题以及高校教学质量标准的内容，以及如何建立一个教学质量评价指标体系。教学质量评价方法也大致有层次分析法、二次模糊综合评判、灰色模糊综合评价等方法。然而对于独立学院的教学质量评价研究少之又少，并且目前高校的教学质量评价的内容都是针对学生的成绩和学生对教师的打分。但是这种评价只有一个最终的结果，往往都缺乏对评价数据和评价结果的分析与反馈。本文的浦江学院教学质量评价研究内容就希望对于弥补此不足做出微薄的贡献。

研究方法

问卷的使用对象是浦江学院所有专业的学生，由于理解能力，感知水平等的限制，研究对象主要集中于大三、大四的学生。他们不仅能够对本专业拥有深刻的理解，还能够结合即将面临的就业问题展开思考与分析。由于是发放给全校的大三大四学生，问卷的现场发放与回收存在一定难度，因此本文主要才需网络的方法进行调查研究，主要是通过联系各个学院的辅导员或老师，然后在他们的帮助下以网络问卷的形式进行发放与回收。

构建评价指标体系：由于在国内对独立学院教学质量评价较少，没有形成比较统一的评价体系，参照部分学者研究出的成果，通过分析总体培养目标的结构，建立了一个三维度（一

级指标），十四个指标（二级指标）的高校旅游管理专业教学质量评价指标体系。具体是以学生学习质量、教师教学质量、教学组织与管理质量这三个方面作为一级指标。二级指标是三维度下属的具体属性。建立的评价指标体系如下图二所示。

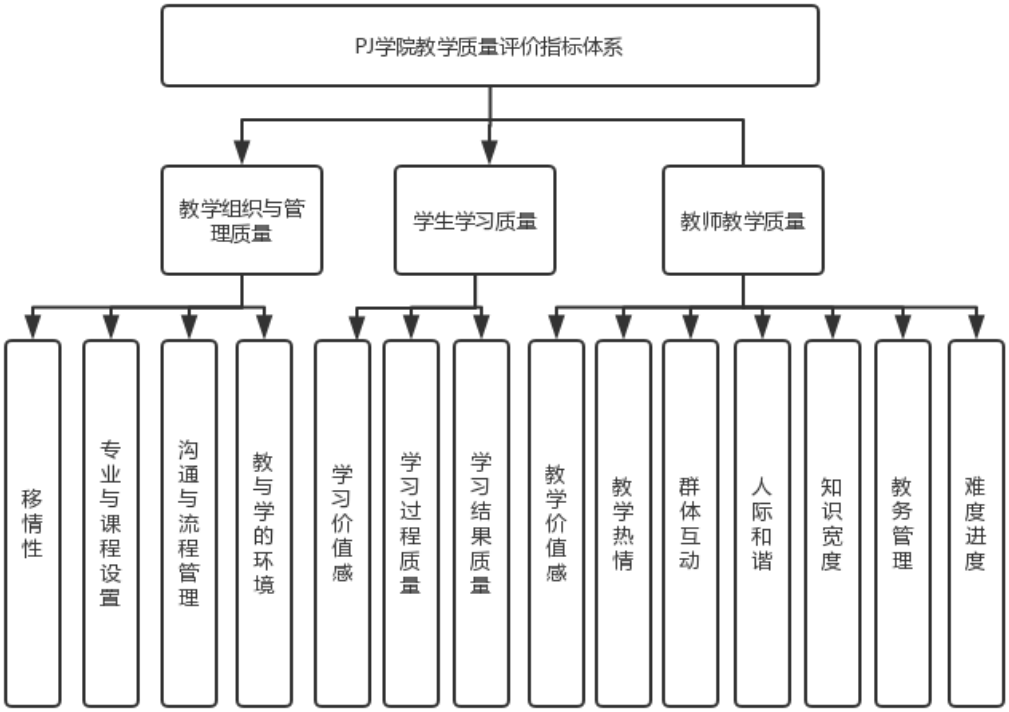


图 2 浦江学院教学质量评价指标体系

本次问卷收集数量为216份且都为有效问卷。问卷统计见图三、图四和图五。

第1题： 您认为本校在教学组织与管理方面方面，质量如何？ [单选题]

选项	小计	比例
很满意	148	68.52%
满意	56	25.93%
一般	10	4.63%
不满意	0	0%
很不满意	2	0.93%
本题有效填写人次	216	

表格 饼状图 圆环图 柱状图 条形图 隐藏零数据

图 3 问卷中“教学组织与管理”数据统计
来源：“问卷星”网

第2题： 您认为本校在学生学习方面，质量如何？ [单选题]

选项	小计	比例
很满意	137	63.43%
满意	60	27.78%
一般	19	8.8%
不满意	0	0%
很不满意	0	0%
本题有效填写人次	216	

图 4 问卷中“学生学习质量”数据统计

第3题： 您认为本校在教师教学方面，质量如何？ [单选题]

选项	小计	比例
很满意	138	63.89%
满意	65	30.09%
一般	13	6.02%
不满意	0	0%
很不满意	0	0%
本题有效填写人次	216	

图 5 问卷中“教师教学质量”数据统计

来源：“问卷星”网

Cronbach信度分析

名称	校正项总计相关性(CITC)	项已删除的α系数	Cronbach α系数
您认为本校在教学组织与管理方面方面，质量如何?	0.766	0.981	
您认为本校在学生学习方面，质量如何?	0.828	0.981	
您认为本校在教师教学方面，质量如何?	0.781	0.981	
移情性	0.815	0.981	
专业与课程设置	0.838	0.981	
教与学的环境	0.863	0.980	
学习价值感	0.861	0.980	
学习过程质量	0.866	0.980	
学习结果质量	0.877	0.980	0.981
学习价值感	0.915	0.980	
教学热情与组织	0.891	0.980	
群体互动	0.881	0.980	
人际和谐	0.893	0.980	
知识宽度	0.922	0.980	
教务管理	0.905	0.980	
难度/进度	0.905	0.980	
您对本校的教学质量总体感受和评价如何?	0.855	0.980	

标准化Cronbach α系数：0.982

图 6 Cronbach 信度分析

来源：“问卷星”网

从上图可知：信度系数值为 0.981，大于 0.9，因而说明研究数据信度质量很高。

表 1 效度分析表

	因子载荷系数□	共同度□
	因子 1	
您认为本校在教学组织与管理方面方面，质量如何？	0.790	0.623
您认为本校在学生学习方面，质量如何？	0.845	0.714
您认为本校在教师教学方面，质量如何？	0.802	0.643
移情性	0.835	0.698
专业与课程设置	0.857	0.734
教与学的环境	0.879	0.773
学习价值感	0.879	0.773
学习过程质量	0.883	0.780
学习结果质量	0.892	0.796
学习价值感	0.927	0.859
教学热情与组织	0.908	0.824
群体互动	0.898	0.806
人际和谐	0.908	0.824
知识宽度	0.934	0.872
教务管理	0.918	0.843
难度/进度	0.918	0.843
您对本校的教学质量总体感受和评价如何？	0.870	0.758
特征根值(旋转前)□	13.164	-
方差解释率%(旋转前)□	77.433%	-
累积方差解释率%(旋转前)□	77.433%	-
特征根值(旋转后)□	13.164	-
方差解释率%(旋转后)□	77.433%	-
累积方差解释率%(旋转后)□	77.433%	-
KMO 值□	0.946	-
巴特球形值□	5460.008	-
df□	136	-
p 值□	0.000	-
备注：表格中数字若有颜色：蓝色表示载荷系数绝对值大于 0.4，红色表示共同度小于 0.4。		

从上表可知：所有研究项对应的共同度值均高于 0.4，说明研究项信息可以被有效的提取。另外，KMO 值为 0.946，大于 0.6，意味着数据具有效度。另外，1 个因子的方差解释率值分别是 77.433%，旋转后累积方差解释率为 77.433%>50%。意味着研究项的信息量可以有效的提取出来。

研究结果

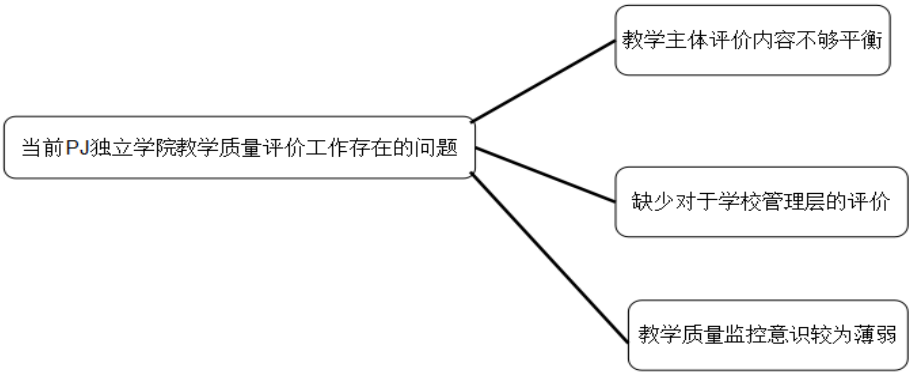


图 7 影响浦江独立学院教学质量评价的因素

教师在进行质量评价体系中所承担的份额相对来讲较大一些，所以压力会更大，不仅需要完成一定的教学内容以及任务，同时还需要在教学水平、能力以及职称等各个方面都要接受上级领导、专家以及学生等人的评价。而教学的主体——学生在进行教学的过程中参与评估的内容会较少，所以显得不够平衡。

教育对于学校来讲是一项长期的系统性的工程，如果其中缺乏较好的教育理念或是管理理念的话，学校就不能够为社会培养出适用型的优秀人才，且目前的评价体系缺少对于学校管理层的评价。

教学质量的监控会包含有教学工作中的各个环节中，这样才能够获得教学活动中最为完整、全面以及真实的教学质量的信息，但是在教学质量过程监控个过程中会容易被疏忽的一项工作。教学质量监控时效性相对来讲并不强，且相关的数据信息也不够全面，所以很难以得到更为全面、真实的评价。

表 2 评价指标权重

PJ 学院教学质量管理评价权重	教学组织与管理质量（0.054）	移情性（0.060）
		专业与课程设置（0.722）
		沟通与交流管理（0.197）
		教与学的环境（0.021）
	学生学习质量（0.656）	学习价值感（0.685）
		学习过程质量（0.234）
		学习结果质量（0.081）
	教师教学质量（0.290）	教学价值感（0.010）
		教学热情（0.070）
		群体互动（0.021）
		人际和谐（0.036）
		知识宽度（0.702）
		教务管理（0.158）
		难度进度（0.003）

独立学院一般会参照于母体高校中的很多做法，例如教材、教学计划以及教学管理模式等方面。浦江独立学院中主要是承担着培养应用型人才的重要任务，如果以培养研究型人才的方式去培养独立学院的学生，那么将很难达到效果。所以在对该学院进行评价的过程中需要考虑到是否能够体现出适应型的目标，例如教学大纲、教学计划等，并且还应该考虑到社会的评价。专业课程设置在教学组织与管理质量中权重最大，显得尤为重要。

独立学院中当前教学质量的评价主要是针对教师进行的，其中是需要学生、同行以及领导等进行打分。教学本身是“教”与“学”的统一，而教学质量中的好和坏，需要体现在学生最终的学习结果，所以在评价的过程中将学的内容加入进去，并考虑到教学管理工作来开展评价。因此加入了学生学习质量指标。

由于独立学院自身的特殊性，所以在办学条件中具有一定的弱点，而高质量的教学工作需要通过良好的教学资源才能够发挥出来，所以教学质量的评价需要将教学资源作为其中一个重要的考量指标。

总结与讨论

独立学院的教育质量观应该分为外适质量观、内适质量观、个适质量观等。其中内适质量观中需要更加的关注到科学研究的学术价值，需要强调的是对于另外一种知识的生产能力。而外适质量观中更加的侧重于学生对于用人单位、国家以及对于社会的适应程度，也就是将人才的需求满足度作为教学的衡量标准。个适质量观中需要更加强调的是学生的自我指导性以及独特性，指的就是要关注到学生的创新思维以及个性的发展。随着社会的不断发展，社会各界对于人才的需求化越来越高，且呈现多样化的特点，使得独立院校在办学规格、教育目标以及教学任务等方面都有所不同。所以，独立院校中的教学质量评价标准需要更多的多样化，应该以培养应用型以及高素质的人才作为目标。

“教与学的环境”和“沟通与交流管理”虽然占比重较低，但也是不可忽视的评价指标，今后浦江独立学院首先应该采用评优课的模式，在评选的过程中及时的更新评价的观念，同时也要更加的关注到教师的“教”以及学生的“学”，这种评价方式能够有效的促进教师自觉提升教学的水平，让教师关注到课堂中的教学效率以及教学质量。例如帮助学生克服心理障碍的方式、指导学生进行职业规划以及引导学生树立正确的价值观等方面，并将其纳入到内部的教学质量评价体系中。

所谓的认证性指的就是高校确定能够被社会各界所认可的教学目标，然后通过采取相应的措施，最终有效的达到预定的目标的过程。而发展性的评价指的就是要更加的关注到学校的发展，根据时代以及社会发展的形式不断的调整学校中的教学目标，并时常的诊断教学过程中所存在的问题，更加的注重学校的整体性的发展。由于浦江独立学院整体创办的瞬间较短，所以当前大众对其的认知度较低，想要进一步的获取到社会大众的认可，该学校应该采用认证性以及评价标标准，根据大众认可的质量标准规范和约束独立的院校教育教学，以获得更多的认可。

随着中国高校高等教育办学体制、管理体制以及招生就业体制的不断推进，中国高等教育在不断的发展，高等教育逐渐的实现了从精英教育向大众教育的方向转变。在 21 世纪开始，中国就开始实行了一种新型的办学模式，就是独立学院，且随着高等教育人数的迅速增加，独立学院中会存在着一定的问题影响到教学质量以及评价的模式，这也是当前独立学院急需要解

决的一个问题。独立学院中的科学合理性的评价是提升教学质量的有效保证。当前很多的高校中已经建立起了课堂教学评价的制度，良好的教学质量评价体系的建立和实施能够有效的促进高校教学质量的提升，但是在对教学质量评价的过程中会在权重比例、执行力度等方面上存在着一定的问题，那么将如何的确保独立学院评价功效的更好发挥，是现阶段独立学院教学管理中需要注重的问题。

总而言之，在独立学院中建立以及实施符合教育教学规律的课堂教学质量评价体系，才能够有效的保证独立学院工作的可持续发展，也才能够有效的使得该学校在如此激烈的教育市场中占有一定的声誉以及地位。

由于客观条件和本人能力的有限性，此评价系统还有很多不完善的地方，需要在今后的实际使用过程中，进一步研究和开发，完善此评价系统。

最后，在选取实证研究的个案时，可以在原有知识调查浦江学院的基础上，再增加几个独立学院的研究对象，这样不仅可以纵向的考评浦江学院教学质量，还可以将各个独立学院横向进行比较，在比较中找出差异，向综合教学质量优秀的学校学习，从而带动整个学校教学质量的前进发展。

参考文献

陈勤, & 曾凡才. (2008). *课堂教学质量评价中影响学生评教的因素及其对策*, 博士学位.华北理工大学

牟阳春. (2004). 独立学院——我国高等教育新一轮发展的历史性选择. *教育发展研究*, (*4*), 5-9.

史晓燕. (2003). 发展性教师评价——教师校本培训的有效模式. *教育实践与研究*, (9), 10-19.

肖菲. (2009). *提高高校教学质量建立完善的“学生评教”机制*, 博士学位.天津城市建设学院.

谢安邦, 侯定凯, 汪婧莉, & 顾玲玲. (2007). *走向多元, 综合的教师评价——当前我国教师评价研究述评*, 博士学位.华东师范大学.

余兴友. (2004). 高校教师考核指标体系的构建与实践运用. *安徽农业大学学报 (社会科学版)*, *7*, 1-01.

赵必华, & 刘孝友. (2003). *发展性教师评价探析*, 博士学位.*安徽师范大学学报*.

Research on the Application of Personnel Evaluation in Enterprise Human Resource Management——Taking Hubei Mei Dao Group Garment Company of limited liability as an Example

Zhen Li[1], Mengsiying Li[2], Lingling Cui[3]

[1,3]Hubei Business College

[2]University of St Andrews

[*]**Corresponding author:** Li Zhen**, E-mail:** 744156403@qq.com

ABSTRACT

Traditional personnel management lacks advanced and scientific personnel assessment technology. The main basis is the evaluation subject's past-experience and personal subjective judgments. The result is a series of problems such as talent waste, idle personnel, and incompatible jobs. Resource management has hindered the development of enterprises. Taking Hubei Mei Dao Group Garment Co., Ltd. as an example, this article empirically investigates and analyzes the impact of personnel evaluation on the human resource management of enterprises and the reasons that restrict the development of the company. The aim is to provide a certain reference for the selection and appointment of outstanding talents, and to provide ideas and directions for similar research in the future.

Keywords: application, personnel evaluation, human resource management

Introduction

With the development of society and the development of science and technology, the focus of competition between companies and enterprises in the 21st century will undoubtedly change from innovation and market to competition between science and technology, and the carrier of competition between technology and knowledge is self-evident Talent, and excellent talent is the magic weapon for enterprises to win in a fiercely competitive market. So, how to use personnel evaluation tools to select, educate, and retain people has become an important part of enterprise human resource management and an important method in modern enterprise human resource management. If an enterprise wants to fly higher and go further, talents are the key to the survival and development of an enterprise. Personnel assessment, we can call it personnel quality assessment, also can be called talent assessment, is based on the purpose to be achieved, combining qualitative and quantitative methods, for all types of personnel's morality, ability, performance, physical fitness Measurements and assessments made. Personnel evaluation is not just a technology, it is a new tool integrating various disciplines. Strictly speaking, it is a science. The development and application of modern human resources cannot be separated from its technology and methods. It has played a huge role in human resource management.

Because traditional personnel management lacks advanced and scientific personnel assessment technology, the main basis is the subject's past-experience and personal subjective judgments, resulting in a series of problems such as wasted talents, idle talents, and incompatible jobs. Some people regard the allocation of human resources as a means to increase the ranks of officials and increase their strength, which makes the entire staffing seriously lack fairness and impartiality. With the rapid economic development and continuous improvement of living standards, employees are no longer satisfied with simple lives. The quality of life is getting higher and higher, and the division of labor is becoming more and more precise. The rational allocation of human resources has become an indispensable link in the

division of labor in society. The traditional singular human resource management model hinders the development of enterprises. The application of personnel evaluation runs through the entire process of human resource management. When enterprises are moving towards diversification and internationalization, human resource management is also facing the need for transformation. Human resource management is no longer the traditional one that only records people. Sexual data, but more attention to people themselves. The application and continuous improvement of personnel assessment technology have brought the gospel to human resource management and solved the urgent needs of contemporary enterprises. Enterprises need more effort in terms of how to recruit outstanding talents, develop potential employees, and retain superior talents.

Objectives

The effective development of human resources includes effective recruitment, education, and employment. Personnel evaluation plays an important role in these three aspects. In terms of recruiting people, personnel assessment can fairly and objectively evaluate the quantity and quality of talents and whether the company needs them; in terms of educating people, personnel assessment can actively play its guiding role and incentive role, so as to provide talents with the correct life goals and directions In terms of employment, personnel evaluation can maximize the potential of talents, improve work efficiency, and make correct and effective decisions. Taking Hubei Mei Dao Group Garment Co., Ltd. as an example (hereinafter referred to as Mei Dao Group), this article empirically investigates and analyzes the impact of personnel evaluation on the human resource management of enterprises and the reasons that restrict the development of the company.

1.The purpose of this study is to help employees have a clearer understanding of their hobbies, knowledge levels, and skills through the application of scientific personnel assessment techniques and methods, to clarify their career plans and career development directions, and to comprehensively understand their strengths and weaknesses, in order to make corrections and improvements in future work, continuously improve the quality of individuals, and work more pragmatically.

2. help companies to make objective and fair evaluations of employees, so that companies can better realize the reasonable allocation of human resources in practice, and constantly modify and improve the human resource management model.

3. help companies find some talents that have development potential but have not yet been developed, it is convenient for enterprises to cultivate reserves and assign heavy tasks in the future, to provide certain reference for the selection and appointment of outstanding talents, and to improve the work efficiency of enterprise human resources management Promote the long-term stable development of enterprises.

Literature Review

Foreign personnel evaluation originated from psychological tests, interview techniques and evaluation center techniques. In the 1920s, various psychological tests sprung up. In 1927, American scholar E.K. Strong developed the world's first formal occupational interest scale, Strong Vocational Interest Blank. In 1929, the German psychologist Duoglas. Bray established a set of multiple evaluation procedures to select military officers, and opened the evaluation center technology. In the 1950s and 1950s, psychologists began to focus on the matching of people and positions, and interview techniques emerged. In 1982, Arvey and Campion believed that changing the way interviews can improve the reliability and validity of interviews.

In early 1980s, western psychological evaluation theory was introduced into China, and modern talent evaluation institutions have also been established in China, becoming an indispensable auxiliary means for human resource management and development. From the end of the 20th century to the present, personnel evaluation is in a state of prosperity and development. Zhao Ying believes that knowledge examination, interview, standardized psychological test and evaluation center technology are currently widely used in China. Zhang Aiqing expounded the role of talent quality assessment from the aspect of enterprise selection. Fu Bowei and Min Juan expounded another role of talent assessment from the aspect of employee career planning. Peng Yu believes that the attention given to human resources by various enterprises in today's society is an inevitable trend of the constant progress of the times, and an irresistible fact facing enterprises. Liu Shijuan and others regarded talent assessment as a tool that can test people's basic qualities and job performance. They believe that one of the measures to reduce the risk of an enterprise is to help the company choose the right candidate in recruiting people. Wang Xue believes that the six modules of human resources can be carried out in sequence. It is inseparable from the selection of talents. To perform effective talent selection, it is necessary to use personnel quality evaluation to evaluate the testes . Zhang Jun believes that performance assessment in human resource management provided the source and motivation.

According to the review, foreign personnel assessment technology has been applied in a deeper and more extensive way, and it is constantly improving in theory and practice, and its content is also constantly enriching. Although China's talent assessment technology has developed rapidly, there are still some gaps compared with foreign countries. For example, the application of assessment tools in enterprise human resource management is relatively narrow. The measurement scale is only a simple revision of foreign scales, which is not suitable for domestic personnel Quality assessment, etc., so there is still much room for development of personnel assessment technology in China, and further research and exploration are needed.

Personnel Evaluation and Human Resource Management

1. Implications of personnel assessment and human resource management

1.1 The meaning of personnel evaluation

Evaluation is measurement and evaluation. About the definition of measurement, that is, measurement is to describe and define the observed phenomenon with data or mathematical methods according to a certain law. Measurement is a behavioral action, using data to measure objective objects, so as to understand the general properties of objective objects. For example, the subject's comprehensive ability is 90 points, then 90 points is an objective description of his comprehensive ability. It can be seen that measurement is combined with numerical value, and numerical value is a

reflection of measurement in things. Evaluation, that is, judgment and judgment, is to judge or review the quality of the grade and ability, and to evaluate or describe the value of the function or behavior of the person being evaluated. For example, if the organization's organizational ability is rated as excellent, then excellence is the value of the organization's organizational ability. In summary, evaluation is a comprehensive behavior that closely combines quantitative and qualitative methods. Personnel assessment is also known as personnel quality assessment and talent assessment. It is a combination of qualitative and quantitative methods based on the purpose of enterprise human resource management.

1.2 The meaning of human resources management

Human resources refer to the sum of the population capable of manual labor and mental labor in modern society, including the number of human resources and the quality of human resources. The number refers to the population of a working age group, Quality refers to the physical quality, intelligence, knowledge and skills of workers required to promote economic and social development. Compared with the two, quality is even more important. Human resource management is a process through which human resources can be effectively integrated, developed, and applied, so that one person can give full play to his talents in one position, realize his own value, and thereby bring benefits to the enterprise. In this process, human resources management maximizes the value of everyone, allowing the right person to stay in the right place for a long time, while improving their skills, relocate the inappropriate person to play his value and function in another position. In general, human resources is a process of discovery and exploration. Finding the right person creates value in the right position, making the best use of it, when it is found that employees are in an inappropriate position, the decision-maker will immediately make a position adjustment, so that employees can play their own role.

2. The role of personnel evaluation in enterprise human resource management

2.1 Laying the foundation for the rational allocation of human resources

The rational allocation of personnel is a basic project of human resource management. Like building construction, the chassis must be stabilized if it is to be located in a high-rise building. Only when the company understands the strengths and weaknesses of an employee, what he is suitable for, and what he is more inclined to do, can he maximize his talents, thereby improving work efficiency, at the same time reducing the workload of employees, and increasing employee happiness. This will accelerate the company's development. Through personnel evaluation, enterprises can analyze the individual's knowledge level, physical fitness, personality, skills and other aspects, so as to achieve a reasonable allocation of human resources.

2.2 Provide an important basis for the effective development of human resources

Personnel evaluation through the measurement and evaluation of individual behaviors, a systematic evaluation of a person's comprehensive quality, can more fully see the individual's strengths and weaknesses, so that outstanding talents in the right position to exert his talents and abilities Their advantages, improve their disadvantages, maximize the personal potential of employees, let the company understand the differences of each employee, so as to achieve fair distribution, just distribution, and provide an important basis for the effective development of human resources.

2.3 Provide fair use tools for human resource management

Modern enterprise management regards talent assessment technology as a magic weapon for enterprises to have outstanding talents. This professional skill has been valued by many enterprises

and has become a reasonable tool for human resource management. Personnel evaluation can find problems in the recruitment, training, promotion and other aspects of the organization, so as to propose effective countermeasures, solve the difficulties of the organization, achieve personnel matching, personnel matching, improve efficiency and enhance core competitiveness.

2.4 Has the function of appraisal, diagnosis and prediction for enterprise human resource

Personnel evaluation's appraisal effect on the human resource management of enterprises is reflected in the measurement and comparison of personnel evaluation by the personnel evaluation, comparing the characteristics and behaviors of the examinee with the reference standards, and according to the purpose and requirements of personnel quality evaluation. More objective and precise identification, the basic qualities such as the psychological quality, work performance, ability quality and physical quality of the testes can be clearly understood at a glance, to promote employees' self-awareness and form a positive standard, which has a positive effect on the human resource management of enterprises. The diagnostic function of personnel evaluation is reflected in that it can diagnose the matching degree between employees and their positions, and judge whether employees are qualified for the position. At the same time, it can also provide a reference for the company's human resource management plan and work plan, reducing work errors reduce corporate risks and provide a basis for companies to make scientific and correct decisions. The predictive role of personnel assessment is reflected in that personnel assessment can predict the future work performance and work results of the employees tested, and provide a basis for enterprise human resource management. For example, the ability test can predict the ability of the subject to work in the future, the physical fitness test can predict the physical fitness of the test subject, and the personality test can predict the test person's behavior style and method, whether it will be beneficial to team building Provide important clues for human resource personnel selection.

Application analysis of personnel evaluation of Mei Dao Group

1. Status of Personnel Evaluation of Mei Dao Group

Established in 1991, the Mei Dao Group has a better prospect for development. It not only cooperates with Japan, but also narrows the distance with Western countries such as the United States, South America, and the European Union. At present, the company has grown from dozens of people to more than 3,000 employees, has a number of subsidiaries and branch factories, more than 100 production lines, and has hired senior management personnel in Hong Kong, the United States and Japan. As shown in Table 1, managers(about 30) accounted for 7.1% of the total number of employees(about 470).

Table 1： List of the number of Mei Dao Group technology developer

Level	National Allowance	Provincial Allowance	Senior Title	Intermediate Title	College or above	Technical developer
Headcount (person)	1	1	3	More than 130	More than 220	More than 210

Source: Hubei Mei Dao Group Garment Company of limited liability. *Company introduction*. Retrieved Nov 15, 2019, form http://meidao.21hubei.com/introduce/

The performance of Mei Dao Group's factory workers is mainly measured by piecework. Work more and get more. This is the wage calculation of manual workers. Everyone has the same basic salary, and it mainly depends on overtime and piecework to increase income. The company's personnel relations are simple, the structure is clear, and it is easy to handle. But with the growth of the company, the company is developing in a multi-directional manner. The company has absorbed many middle and senior talents. The company has a financial department, sales department, marketing department, IT department, equipment department, and human resources department. Different from the factory workers, the management employees in these departments have higher education background and multiple capabilities, so the personnel relationship is more complicated. In the process of human resource management of the company, due to the imperfect talent evaluation system, the company's job structure is unclear, and the performance of the post cannot be accurately determined, which has caused employee dissatisfaction and a brain drain. The loss of talent has led to the loss of core technology. Many counterfeit and counterfeit products have appeared on the market. At the same time, the loss of technology will cause turbulence inside the factory, which will greatly affect the stability of the company's personnel.

2. Analysis of the main problems in the personnel evaluation of Mei Dao Group

2.1 Valuing talents and ignoring morals

The development prospects of the company cannot be separated from the hard work and hard work of every employee. However, driven by the economy and fierce competition, the American Island Group paid too much attention to the talents of employees and ignored the morality of employees. The employees themselves also had bad ideas that talents were superior to morals and greater than all others, which led to the company's malady. For example, some employees have higher talents. If they have better performance, they will not do trivial matters and ignore chores. They will push trivia to talents and perform worse than their employees. For a long time, employees with higher performance have become more and more proud. Oppression of employees who are not as good as them, and these employees who do chores reflect their superiors, and the problem has not been resolved, and a passable phenomenon has formed. The company has a problem of polarized performance. The performance of employees with good performance is getting better and the performance of employees with poor performance is getting worse and worse, which greatly affects the development of the company. As the saying goes, talented people do bad things without virtue, while virtuous people do small things. This sentence tells us that it is impossible for a company to focus on the talents of its employees. There are many examples at present confirming the great calamity caused by the importance of neglecting moral character. For example, it is not uncommon for college students to poison their classmates with poison. Is it because such students are not excellent, of course not, who can enter university to study, it must have some special talent, But a calamity caused by their lack of character. Therefore, the enterprise in personnel evaluation can not only focus on the ability of employees and neglect their moral character.

2.2 The system of personnel evaluation is not perfect

Evaluation expert Roman pointed out that the theoretical system of personnel quality assessment is an important system for talent selection and recruitment, measurement and evaluation in a market economy environment, and an important means to ensure that talent resources are reasonably allocated and used. It is necessary to make the best use of personnel ability and quantity, and provide corresponding decision-making basis for the standardized development of personnel management in Chinese enterprises. With the development of the Mei Dao Group and the continuous expansion of the

market, the company's employees have also increased year by year. The company's core development focus is mainly on sales and design, while neglecting the improvement of the company's internal human resources measurement system. First of all, it is reflected in the lack of professional personnel to operate and implement. The company mainly focuses on sales talents and design talents, and ignores the talent evaluation system that needs to be implemented by talents. Secondly, the content of the talent assessment is too single to test the person under test comprehensively. The results of the assessment are uncertain and incomplete. Finally, it is reflected in the fact that the main body of the assessment completed the task in a perfunctory manner, hastily, and only completed one item. Tasks do not have any substantial effect. They cannot find problems well and solve problems. The improvement of the talent assessment system also determines the accuracy and efficiency of job completion. Without professional talents to control this professional system, then this system is equivalent to a set; with professional talents, without careful operation, this system is still not perfect. The imperfect personnel evaluation system in the human resource management of Mei Dao Group hinders the development of the company.

2.3 The level of data analysis in personnel evaluation is not high

Personnel evaluation data requires fairness and impartiality, which requires higher and higher levels of data research. The level of data research is operated and applied by humans. Only with excellent talents and high levels of efficiency can the company's data level be at the forefront, thereby realizing the clarity and clarity of the company's internal structure. The level of data analysis of Meidao Group's personnel evaluation is not high. It is mainly reflected in the lack of accurate talents and high-end equipment. As a result, the company cannot correctly analyze the interests of employees, their personality, and their working status in the recent period. These have brought many problems to the human resources department, such as the inability to accurately recruit people, and the inability to mediate the recent negative emotions of some employees; It is also difficult for superior supervisors to match people and posts accurately. This slows down the progress of the project and reduces the efficiency of the work. Many workers are unable to realize their own value and cause brain drain. The sales level of Mei Dao Company and the level of going out of the country are fast and very advanced, but the level of data analysis is so backward, mainly due to the insufficient attention of the company's senior management. If you can match high-level talents to study and analyze data, you can accurately measure the working ability, working status, and daily preferences of the employees being quilted, you can better arrange work for employees, so that employees can find their own Value, work is motivated, An employee is like this, then if the status of each employee is accurately analyzed, so that they have their own positions, perform their duties, are in their respective positions, and do their own tasks, then the company's internal development is stable, the outside world goes abroad, learning the essence, the company's future Will only get better and better, towards the peak, Therefore, the level of data analysis for personnel evaluation must be improved.

3. Suggestions for improving the personnel evaluation of Mishima Group

3.1 Two-way evaluation of talent and virtue

3.1.1 Emphasis on talent and morality, comprehensive inspection

The moral character of employees is related to the team building and interpersonal relationships of employees. The Mishima Group excessively pursues the talents and performance of employees, neglects the moral character of employees, and causes problems. Enterprises must not only attach importance to the talents of employees, but also attach importance to the moral character of employees. Morality is an attitude adopted by a person towards himself, others, and things.

Personality is a personality and psychological characteristic of a person. The personality and morals of employees are closely related to their work efficiency, team cooperation ability, innovation ability, and communication ability with customers. They are related to the operation and development of the company. Therefore, enterprises should attach importance to the evaluation of character and morality in the recruitment and selection of talents. When recruiting employees, companies should not only look at the professional skills of employees, but also design moral test questions to pass the two-way pass to become employees of the company, instead of requiring only the professional knowledge of the candidates; in training, we must focus on strengthening The training of moral knowledge is not a requirement to improve the level of performance and professional skills. When promoting, not only look at the performance level of employees, professional level, ethics level must also be included in it. If one of the two is not passed, this time cannot Promotion.

3.1.2 Standardize the work system and strengthen management by superiors

The superior leaders and supervisors ignore the trivial matters among the employees and only pay attention to the economic benefits brought by the subordinate employees, which leads to a lot of contradictions and low moral character between the employees. Enterprises should establish a standardized working system, strengthen communication between superior leaders and employees, and between employees and employees, Every employee should do a good job within their own obligations, Employees with good performance should also do their own chores well. Employees with poor performance should strengthen learning and strive to improve their business level, rather than abandon themselves and drift on their own. Strengthen the construction of enterprise system, standardize the working system, enhance the cohesion of enterprise, improve the management level of managers, and improve the ideological and moral cultivation of employees.

3.1.3 Reshape the company atmosphere and strengthen team building

It has been many years since the Mei Dao Group paid more attention to talent than morality. It is very difficult to solve the problem overnight. The old employees of the company have formed the old idea that as long as they can be high, they can be higher than everything, and the new employees can easily form this idea, thus aggravating the bad wind of the enterprise. In order to solve this problem, one of the necessary actions is to reshape the company atmosphere and strengthen the team building of the enterprise. The company's colleagues should have friendly exchanges, help each other, unite and cooperate, regularly evaluate the company's moral model through personnel assessment technology, and give certain rewards. Strengthen the ideological and moral construction, further strengthen a good corporate atmosphere; strengthen team building, regularly organize team activities, and enhance the cohesion of the enterprise team.

3.2 Build a complete personnel evaluation system

3.2.1 Pay attention to the development of professional talents and improve the professional quality of employees

The reason why Mei Dao Group has not built a complete personnel evaluation system is that the company lacks professional personnel evaluation technology management talents, and it also lacks an incentive policy for employees. To make employees work hard, it is necessary to adopt encouraging policies, encourage employees to work hard, trust employees, and thus cast professional management talents. In terms of recruiting, companies should pay as much attention as possible to the introduction of professional talents who master the personnel evaluation technology, instead of focusing only on sales and design personnel, and increase the number of personnel evaluation management personnel; in terms of training, it is necessary to Training in personnel evaluation

expertise and a series of professional training, qualified personnel can pass the training, attach importance to the training of professional talents, and improve the quality of professional staff.

3.2.2 Enrich the evaluation content and improve the evaluation results

Incomplete evaluation content will lead to incomplete and inaccurate evaluation results, so the content of evaluation must be continuously enriched. A single evaluation content will only produce a single evaluation result, which exposes very few problems and cannot solve the underlying problem. The personnel evaluation of Mishima Group only involves the physical fitness, performance, and personality of employees, which are not comprehensive enough. With the continuous development and growth of the enterprise, many changes have occurred in the psychology of employees. Companies should pay attention to the psychological evaluation of employees and discover the inherent development potential of employees. Paying attention to the psychological evaluation of employees can help employees change their mental state in time to cope with changes in the environment and avoid the loss of corporate talent; Discovering the inherent potential of employees can greatly mobilize the internal motivation of employees, improve work efficiency, and create greater profits for the enterprise.

3.2.3 Strictly standardize the behavior of the evaluation subject

Mei Dao Group attaches great importance to economic development and ignores the internal human resource management of the company, which has caused the company's sales department and design department to be hot, other departments have formed an atmosphere of keeping people idle. In the process of performing personnel evaluation, it is necessary to strictly evaluate the subject's behavior norms, strictly follow the personnel evaluation procedures, standardize the personnel evaluation system, and reflect the impartiality and fairness of personnel evaluation. If there is perfunctory behavior, the use of power for personal gains should be subject to certain punishment. Before the personnel evaluation, the importance of evaluation should be emphasized, preventive shots should be given to the evaluation subjects in advance, the evaluation subjects should be trained to improve the quality of the evaluation subjects, and standardize the behavior of the evaluation subjects.

3.3 Improving the level of data analysis in personnel evaluation

3.3.1 Keep up with the times and implement network adaptive evaluation

With the advent of the information age, big data has become a trend at home and abroad. In traditional personnel evaluation, no matter whether the level of the testees high or low, they use uniform questions. The test results cannot tell the difference between the testees nor can they intuitively find the testees' advantages and disadvantages. The level of data analysis is naturally not accurate, and can even be said to be vague. Enterprises can implement network adaptive evaluation technology. Its evaluation questions and the answers of the testees are completed through the network. After completing the test questions, it not only displays the tester's scores and answers, but also the answer is derived from the evaluation analysis, which greatly improves the level of data analysis, and also improves the evaluation efficiency, making the evaluation more convenient and safe.

3.3.2 Increase investment and improve evaluation software

To improve the level of data analysis for personnel evaluation, companies need to invest more in personnel evaluation software to make the evaluation software more intelligent and constantly updated. The old version of the evaluation software has a slow startup speed, poor confidentiality performance, and low security, which has led many employees to pay less attention to personnel evaluation. The test subject does not cooperate actively and even randomly selects the test

answer. If the test result is untrue and inaccurate, the test is meaningless. Therefore, the company should increase its investment to make the new software more efficient, secure, and convenient, and perform a complete analysis of the subject under test. In this way, we can better match people with posts, realize the potential of employees, and create greater value for the company.

Conclusion

1. Application of personnel evaluation for enterprises to choose the right people

The most important factor that enables modern enterprises to thrive and make continuous progress is the contribution of corporate talents. At the same time, the rational use of talents is inseparable from the personnel assessment of the enterprise. Many newly recruited employees are unfamiliar with the responsibilities of their positions, and they are not clear whether they can be qualified for this position. They just blindly complete the work arranged by their superiors, and it is difficult to fully realize their value and ability. The use of personnel assessment can clearly assess a person's career direction, career planning, future goals, and personal preferences and personalities. This can correctly determine whether a person is suitable for the position he is assigned. For example, sales positions require employees to be cheerful and lively, and have good communication skills. Their language expression should be clear and active thinking. If an introverted person who does not like to communicate with people is put in this position, he will not have personal advantages. The job of a programmer is not the same. This post requires a full-time coding of the program. Personality is relatively stable, and people who like programming will be better qualified for this job. The charm and importance of personnel evaluation lies in its ability to place the right employees in the right positions. In this way, each employee in the company has exerted its own strengths and advantages so that the company can earn the greatest benefits.

1. Application of personnel assessment to provide guidance for corporate talent

When an employee's job is good enough, they will feel a sense of powerlessness and frustration. This is because in this job they have no room for improvement and can only stagnate, which is not helpful for the development of the company. Personnel assessment technology can provide the direction for enterprise talents to achieve the purpose of guiding employees. It can evaluate the employees objectively and rationally according to the evaluation indicators, find out the problems existing in the employees, then give guidance and take certain measures. For example, a telemarketer already has enough experience in his field of work, and even has little room for improvement. In this case, it does not make any sense to train him with telemarketing skills. What the company needs to consider is to tap his other potential. The personnel assessment technology can be used to determine whether this salesperson can sell face-to-face with customers, which can not only improve the employees' ability, but also create more benefits for the enterprise.

2. Application of personnel assessment to retain excellent talents for enterprises

For modern enterprises, excellent talents are indispensable. How to retain outstanding talents is a difficult problem that modern enterprises must solve. Under such circumstances, personnel assessment technology has become an important tool for enterprises to retain talents for a long time. Through personnel evaluation technology, companies can quickly evaluate the working status, psychological status, satisfaction of the company, and whether they have the idea of resignation. If the evaluation results indicate that the employee has such an idea, the manager will communicate with the employee in time to find a solution to the problem and dispel the employee's concerns. For example,

according to the results of personnel evaluation, it is found that the reason why an employee wants to resign recently is an interpersonal relationship problem. He has conflicts with his colleagues and has caused long-term depression. Then the superior leader can solve the problem by adjusting the contradictions among employees. In this way, by stifling the problem in the cradle, the possibility of employees staying will be increased, and the brain drain rate will be reduced.

References

[1] Kaplan,R.M. Saccuzzo. (1989). *DE Psychological Testin* . California: Wadsworth.inc. Belmount, [in English]

[2] Altman,E.1.G.Marco and F.Varetto.(1994).Corporate Distress Diagnosis: Comparisons Using Linear Discriminant Analysis and Neural Networks, *Journal of Banking and Finance.* (18): 505-529. [in English]

[3] Zhao,Y. (2004)*Research and Exploration of Talent Evaluation in China.* Master's Thesis of Harbin Engineering University. [in Chinese]

[4] Zhang A.Q. (2005). *Talent Evaluation.* Beijing: Renmin University Press. [in Chinese]

[5] Fu,B.W. Min,J. (2008)Talent assessment: the basis of enterprise human resource management. Journal of Tianjin Manager College, (3). [in Chinese]

[6] Peng,Y. (2016).*Application of Modern Talent Assessment in Enterprise Management*. Enterprise Management. (S2): 356-357. [in Chinese]

[7] Liu,S.J. Lei,L. Pu,Y.L. (2018). *Application Analysis of Talent Assessment in College Students' Career Planning——A Case Study of a University in Chongqing.* Inner Mongolia Science Technology and Economy. (12): 20-21. [in Chinese]

[8] Wang,X. (2015). Overview of personnel evaluation and talent selection methods. Human Resource Management. (05): 59-59. [in Chinese]

[9] Zhang, J. (2018). *The effect of unit personnel assessment in the development of personnel assessment management.* Baotou Medical Journal. 42 (02): 64-65. [in Chinese]

[10] Liu, D.W. (2018). *Inspection and Reflection of Strategic Human Resource Management*. Academics in China. (05):250-258. [in Chinese]

Corresponding author: **Li Zhen**
E-mail: 744156403@qq.com
TELL:18007177125

Name and Surname: **Li Zhen**
Highest Education: Graduate student
University or Agency: Hubei Business College
Field of Expertise: Human Resources Management
Address: 63 Xiongchu Street, Hongshan District, Wuhan City, Hubei Province, China

	Name and Surname: **Li Mengsiying** **Highest Education: Graduate student** **University or Agency: University of St Andrews** **Field of Expertise: Management and IT** **Address: 63 Xiongchu Street, Hongshan District, Wuhan City, Hubei Province, China**
	Name and Surname: **Cui Lingling** **Highest Education: Undergraduate** **University or Agency: Hubei Business College** **Field of Expertise: Human Resources Management** **Address: 63 Xiongchu Street, Hongshan District, Wuhan City, Hubei Province, China**

业绩反馈下的盈余管理行为研究
——中国制造业上市公司的数据

RESEARCH ON THE BEHAVIOR OF EARNINGS MANAGEMENT IN RESPONSE TO PERFORMANCE FEEDBACK--DATA OF CHINESE MANUFACTURING LISTED COMPANIES

莫理宁[1]，鲁桂华[2]

Lining Mo[1], Guihua Lu[2]

[1,2]正大管理学院，泰国

[1,2]Panyapiwat Institute of Management, Thailand

Corresponding author: MO Lining**, E-mail:** moring82351@sina.com

摘要

本文基于委托代理理论，从被以往研究忽略的相对业绩差距这一动因出发，在方向上和程度上探究了不同业绩反馈信号下企业盈余管理行为的普遍性与差异性。研究有助于我们进一步理解上市公司的盈余管理行为，并为抑制企业投机行为提供合理建议。本文使用实证研究和对比研究方法，先对中国A股制造业上市公司2011-2017年的数据进行回归检验，并据此对业绩顺差和业绩落差企业的盈余管理的方向和程度进行了对比分析。研究主要结果如下：业绩期望差距与盈余管理方向负相关，即顺差企业盈余管理倾向调减而落差企业盈余管理倾向调增；业绩期望差距与盈余管理程度正相关，即顺差企业盈余管理程度高于落差企业。

关键词： 业绩期望差距　盈余管理　方向　程度

Abstract

Based on the principal-agent theory, this paper explored the universality and difference of companies' earnings management behaviors under different performance feedback signals in terms of direction and degree, starting from the motivation of relative performance gap ignored by previous studies. The study was helpful for us to further understand the earnings management behavior of listed companies and provide reasonable Suggestions for curbing companies' speculation. In this paper, empirical research and comparative research methods were used. At first, empirical test is conducted on the data of Chinese listed A-share manufacturing companies from 2011 to 2017, and based on this, A comparative analysis was made on the direction and degree of earnings management of companies with different performance aspiration gaps. The main conclusions of the study were as

follows: The gap between performance and aspiration is negatively correlated with the direction of earnings management, That is, the companies with performance above aspiration tend to reduce their earnings, while that with performance below aspiration tend to increase their earnings; the gap between performance and aspiration is positively correlated with the degree of earnings management, That is, the degree of earnings management of the companies with performance above aspiration is higher than that with performance below aspiration.

Keywords: Performance aspiration gap, Earnings management, Direction, Degree

引言

自从工业文明开启以来，经验告诉我们，制造业是立国根本、兴国利器和强国基石。近年来，世界各国经历了贸易摩擦引发的全球产业链重构，各生产国更深切地认识到，建立制造业企业的竞争优势才是国家长远发展之道。但事实上，企业在面对外部竞争与内部压力时不仅仅有一种应对策略，企业可能实施积极的、生产性的战略变革，更有可能采取非资源消耗型的盈余管理投机。

Hobs-bawn（1969）认为，企业唯一倾向的是利润，投机行为也是追逐利润最大化目标的手段。在现实中，资本市场利润操纵现象层出不穷。中国的银广夏、东方电子、航天通讯、国光瓷业、两面针等上市公司因虚增利润被中国证监会处罚，美国世通公司、安然公司等也同样存在通过会计操纵欺骗投资者的行为。盈余管理并不能改变企业实际经营业绩，扭曲的财务信息降低了资本配置效率，对市场的损害难以估量。

从20世纪80年代开始，盈余管理就一直是会计领域和监管部门关注的热点问题。委托代理理论（Jensen,M. & Meckling.W.，1976）认为，企业的委托人和代理人的利益不总是一致的，从而存在代理冲突问题。只要代理冲突和信息不对称存在，盈余管理现象作为其具体产物就总是难以消除。近年来，对盈余管理的前因探索研究主要集中在内部治理和外部环境的影响方面，忽略了动态环境的关注，构成现有研究的遗憾。盈余管理通过会计变更来实现特定盈余报告目标，显然与企业业绩有必然联系。经营绩效作为企业所处环境动态性的体现，对企业行为与代理人的偏好均可起显著影响（Gomez-Mejia，Berrone和Franco-santos，2014）。企业当前业绩与目标盈余差距越大，盈余管理的动机越强（Kothari，Mizik和Roychowdhury，2015）。纵观已有的研究，在考虑了诸多外生因素后，企业的盈余管理行为依然存在差别，因此我们有必要从动态相对业绩差距的角度，深入探究企业业绩反馈下的盈余管理的决策过程和行为响应规律。

研究目的

本文立足于中国情境，对制造业企业不同业绩反馈下的盈余管理行为进行分析，力图探究业绩期望顺差和落差状态下企业盈余管理行为的规律与差异，希望能对加强上市公司治理、市场行为监管和投资者保护有所启示，并据此探求相应对策。

文献综述与研究假设

1. 业绩反馈下的盈余管理方向

盈余管理并不仅仅是一种财务处理，它更是用来协调各利益相关者之间利益关系的一种机制（李吉栋，2006），因此，无论企业绩效优劣，大股东和管理层都有进行盈余管理的动机，但其盈余管理方向存在不同。

业绩顺差企业倾向于将报告盈余调减。第一，顺差企业代理人有将任期内薪酬最大化动机。Healy（1985）认为，代理人关注的是其任期内的总薪酬水平，因此，绩优企业代理人有动机通过选择降低报告盈余的会计政策和程序的方式，将无法获得即期回报的部分绩效转人下一会计年度，以降低下一年度的绩效压力。Shuto（2007）也通过对日本企业的研究发现可操控性应计利润会提高高管总体薪酬，进一步肯定了使用减少收益的手段来增加管理层总体薪酬的效果。第二，顺差企业利润平滑化动机。代理人出于职位安全的考虑，当眼前收益多但未来预期收益少时，经理人则会将当前收益推迟到未来（Fudenberg & Tieole，1995；Defond & Park，1997）；委托人为持续保持企业价值将绩效平稳性视为重要一环，当企业绩效较好时，管理层和大股东会倾向于将当期盈余转移到亏损的年度，进行收人平滑化的盈余管理（俞向前和万威武，2006）。第三，业绩期望顺差的企业避税动机也较强，当企业面临较大的税负压力时，管理层更倾于进行盈余管理活动，将更多的收益留存企业，而不是缴纳更多税款，通过调减纳税所得额实现避税。

业绩落差的企业倾向于将报告盈余调增。第一，落差企业经理人也会为了增加他们的职位安全进行收人平滑化的盈余管理。具体来说就是当前收益少但未来期望收益多时，经理人会“借用”未来收益（Fudenberg & Tieole，1995；Defond & Park，1997）。第二，业绩低于期望的上市公司面临外部合法性压力。当企业财务状况陷入经营困境，威胁到企业声誉，企业及其管理者的理性选择是操纵财务报表以支撑目前股价，维护自身利益（吴娓、涂燕，付强，2006）。业绩不理想的企业为了实现保壳，或者更好地实现财务目标，企业更倾向于通过操控利润的方式隐藏财务压力，以使企业拥有表面良好的财务状况，满足在资本市场进行投融资活动的基本要求。李明辉等（2014）发现，亏损上市企业在亏损及其前后年度普遍采取了相应的调增收益的盈余管理行为。第三，落差企业可能通过提高报告盈余水平来减轻融资约束。处在绩效困境的企业会面临不同程度的债务压力，报告盈余是影响融资成本的重要因素，较高的盈余水平意味着较低的融资成本,也使企业更容易获取外部资金（薄澜，冯阳，2014）。

据此，本文提出以下假设：

H1：业绩期望差距与盈余管理方向负相关，顺差企业盈余管理倾向调减，落差企业盈余管理倾向调增。

2. 业绩反馈下的盈余管理程度

顺差企业存在盈余管理动机，而且这些盈余管理动机在顺差状态下更容易实现。第一，顺差企业的盈余管理动机增强。绩优企业可能通过盈余管理来递延利润、平滑收入，避税动机更随着利润增长较落差企业提高。第二，业绩顺差企业的盈余管理空间加大。企业业绩令人满意，外部监督和关注度降低，债务契约相对宽松，会计变更富有弹性，市场对盈余调减的警惕度不如调增敏感，代理人寻租空间随之增大（于忠泊，叶琼燕和田高良，2011）。

业绩落差企业也存在盈余管理动机，但盈余管理的空间相对较小。第一，企业业绩下滑，意味着管理者的盈余管理能力不足，企业的注意力更多转移到凸显的实质性生存问题上。第二，业绩落差企业通过盈余管理来增加薪酬、满足资本市场期望、匹配监管要求等，但这些动机转化为行动在落差状态下受到比较严格的约束：首先，业绩落差越大，高管薪酬如果不降反增，管理层会受到内外指责的压力；其次，业绩落入实际亏损区域，为了扭亏为盈而进行盈余管理是很容易被市场预见的行为，也因此很容易成为被严格关注和监管的对象。

可见，顺差企业和落差企业都有盈余管理动机，但在盈余管理投机的程度上，业绩顺差企业要比落差企业大。据此，本文提出以下假设：

H2：业绩期望差距与盈余管理程度正相关，顺差企业盈余管理程度比落差企业高。

研究设计

1. 研究方法

本文以2011-2017年的中国制造业上市公司为初始研究样本，从WIND数据库数据获取主要财务数据，在剔除财务数据异常及数据不完整的样本后，最终获得了732家企业共5124个观测值构成的平衡面板数据。基于上述数据，本文采用实证研究法对企业业绩反馈下的盈余管理行为进行回归检验，同时使用比较研究法对业绩顺差与落差企业的盈余管理行为差异进行对比分析，以揭示业绩反馈下的盈余管理行为规律。

2. 变量界定

2.1 盈余管理方向（EM）

由于真实盈余管理难以测量，本文探讨的是应计盈余管理行为。目前最常用的应计盈余管理度量模型是修正的Jones模型（Dechow等，1995)。

$$TA_{i,t}/A_{i,t-1} = \delta_0\, 1/A_{i,t-1} + \delta_1(\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t})/A_{i,t-1} + \delta_2\, PPE_{i,t}/A_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t} \qquad (1)$$

上式中TA为总应计利润，是净利润减去经营活动产生的现金净流量；ΔREV为营业收入增额；ΔREC为应收款项增额；PPE为固定资产的价值。ε为方程的残差，代表可操控应计利润。本文将上述指标用上期总资产Ai,t-1进行平滑以减少异方差的影响（White, 1980；薛园园，2016）。通过对上式进行OLS回归测算出变量系数，再将系数代入公式计算出操纵性利润，即得到盈余管理变量EM。

2.2 盈余管理程度（|EM|）

由于相关研究通常用盈余管理的绝对值衡量利润操纵的程度，为了比较不同业绩差距企业盈余管理程度的大小，本文也通过对EM取绝对值来构建盈余管理程度变量|EM|。

2.3 业绩期望差距(GAP)

业绩期望差距是企业实际业绩与业绩期望水平之差(GAP=P-A)。本文参照Greve（1998）和Lucas等（2015）的作法，采用总资产报酬率ROA衡量企业实际业绩P。根据业绩反馈理论，业绩期望水平A受历史期望（HA）和行业期望（IA）共同影响。考虑到上述两种期望的影响孰轻孰重目前理论界尚无统一定论，而企业现实中通常综合两种业绩进行决策（Baum, Rowley & Shipilov,2005），本文将上述两者处理成为综合指标。

$$A_{i,t} = \alpha_1 HA_{i,t} + (1-\alpha_1)\, IA_{i,t} \qquad (1)$$

历史期望水平$HA_{i,t}$ 取样本企业上一期的实际业绩，行业期望水平$IA_{i,t}$ 取样本企业当年所在行业除样本企业外的业绩中值。α1代表权重，本文参考以往文献的做法仅汇报a1等于0.5的检验结果（Cyert & March，1963；Greve，2003；王菁等，2014）。企业的实际绩效高于期望水平时(P-A≧0)，定义为企业业绩期望顺差；当企业的实际绩效低于期望水平时(P-A<0)，定义为企业业绩期望落差。

2.4 控制变量

本文控制了盈余管理的影响因素，现将涉及的所有控制变量界定如下:规模（Size），取企业平均总资产的自然对数；回报率（Retur），取公司的每股基本收益；成长性（Growth），定义为主营业务收入增长率；报酬率（ROA)，定义为总资产报酬率；资产周转率（ATR），定义为营业收入 / 平均总资产；管理层薪酬（Pay），取前三位高管薪酬总额的自然对数；营业收入增额（REV)，取值为剔除了应收款项后的营业收入增额/期初总资产；固定资产的价值（PPE)，取值为固定资产价值/期初总资产；企业属性（STA），虚拟变量，国企取值为1，民企取值为0。本文还控制了年度（Year）和制造业次类行业（Industry）影响。

3. 实证模型

$$EM_{i,t} = \beta_o+\beta_1 GAP_{i,t-1}+\beta_2 Contro_{i,t}+\varepsilon \quad (2)$$

$$|EM|_{i,t} = \beta_o+\beta_1 GAP_{i,t-1}+\beta_3 Contro_{i,t}+\varepsilon \quad (3)$$

上式（2）和（3）用来检验业绩期望差距与企业盈余管理方向、盈余管理程度的关系，其中$EM_{i,t}$是i企业在t期的盈余管理方向，$|EM|_{i,t}$是i企业在t期的盈余管理程度，$GPA_{i,t-1}$是i企业在t-1期的业绩期望差距。

4. 实证模型

在实证检验前，为确保模型估计的一致性和有效性，对数据做如下处理：对主要变量数据进行了1%水平的双向缩尾以去除极端值影响；对进入交乘项的变量进行去中心化处理以减少多重共线性；主要变量包括自变量、调节变量对因变量滞后一期，以缓解内生性问题。

研究结果

1. 变量描述性分析

如表1所示，样本企业盈余管理EM变量均值四舍五入后为0，符合残差分布特征，最大值为28.0575，最小值为-21.9080，标准差6.2236，可见样本企业盈余管理既有较大盈余调增也有较大盈余调减。盈余管理程度变量|EM|均值4.5720，可见在样本公司中普遍存在粉饰报表的行为，标准差4.2220，最大值28.0575，最小值0.0022，说明企业盈余管理程度差异比较大。业绩期望差距P-A的均值为-1.3521，说明企业对业绩“不满意”是常态。

表1：变量描述统计表

	Mean	Median	Maximum	Minimum	Std. Dev.
EM	0.0000	-0.1047	28.0577	-22.9488	6.3623
|EM|	4.5720	3.3711	28.0575	0.0022	4.2220
P-A	-1.3521	-1.6405	11.3087	-13.6066	3.8441
ATR	0.7033	0.6160	2.3136	0.1476	0.3978
Growth	13.1898	10.4638	122.9522	-37.3632	25.1955
Pay	4.9579	4.9407	6.6879	3.4889	0.6369
Return	0.3431	0.2600	2.0800	-0.7600	0.4124
Size	21.9240	21.7900	24.9300	20.1500	1.0135
ROA	6.3704	5.4515	25.5975	-8.1556	5.4916
REV	5.6062	3.5576	87.4708	-30.5811	16.3023
PPE	26.9947	24.4034	71.1437	3.1167	14.7688
STA	0.3470	0.0000	1.0000	0.0000	0.4761

2. 实证检验

本文采用Eviews8.0软件对平衡面板数据进行统计检验。根据Hausman检验结果，各方程P值均大于0.05，说明方程适合用随机效应模型进行估计。下面列出的是使用随机效应面板模型估计的广义最小二乘法回归结果。

根据表2中模型（1）的回归结果，业绩期望差距GPA与企业盈余管理在方向上显著负相关（β=-0.0271，p<0.05），说明业绩期望差距越往正，企业盈余管理越往负，即顺差企业的盈余倾向调减；相反，落差企业盈余倾向调增。因此，本文假说H1得到支持。根据表2中模型（2）的回归结果，业绩期望差距GPA与盈余管理程度|EM|显著正相关（β=0.0644，P<0.05），说明业绩期望差距越大，企业盈余管理程度越大，即顺差企业盈余管理程度比落差企业大。因此，本文假说H2也得到支持。

表2：业绩期望差距对盈余管理行为影响的检验结果

Variable	Control (EM)	**(1)** (EM)	Control (|EM|)	**(2)** (|EM|)
GPA		-0.0949** （-1.9609）		0.0644** （1.9330）
Size	-0.2148(-1.6159)	-0.2357*(-1.7667)	-0.2421** (-2.4850)	-0.2265**(-2.3172)
ATR	-1.8065***(-5.3053)	-1.8238***(-5.3518)	1.1869***(4.7957)	1.2012***(4.8516)
Pay	-0.2660(-1.3532)	-0.3013(-1.5257)	-0.3209**(-2.2574)	-0.2951**(-2.0668)
ROA	0.0740**(2.2935)	0.1349***(3.0113)	0.0049 (0.2151)	-0.0373 (-1.1795)
STA	0.4818*(1.8580)	0.5307**(2.0360)	-0.0441 (-0.2291)	-0.0799 （-0.4137）
Growth	0.0336***(6.6530)	0.0346***(6.8261)	0.0120***(3.4587)	0.0113***(3.2211)
Return	1.7543***(4.1923)	1.7614***(4.2088)	0.0258 (0.0874)	0.0195 (0.0661)
REV	0.0007(0.0849)	0.002(0.2591)	-0.0089 (-1.5365)	-0.0098* (-1.7014)
PPE	-0.0237***(-3.0905)	-0.0225***(-2.9353)	-0.0055 (-1.0001)	-0.0062 (-1.1378)
C	7.0923**(2.5508)	6.9650**(2.5029)	11.3083***(5.5339)	11.3614***(5.5596)
R^2	0.0516	0.0524	0.0221	0.0229
F	8.1843	8.0341	3.4004	3.4133
P	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000

注: 表格内的数字为系数，括号里为t值；*、**、*** 分别表示在 10%、5%、1%的水平显著；自变量滞后一期。

总结与讨论

本文从相对业绩差距这一被已有研究所忽略的动因出发，对中国情境下的制造业上市公司盈余管理行为进行了实证研究，研究对盈余管理水平以及盈余管理方向两个方面进行探究，结果验证了积极反馈与消极反馈下盈余管理现象的普遍性，更揭示了不同业绩反馈信号下盈余管理水平和方向上的差异性。

通过实证检验本文发现：第一，业绩反馈信号不同，企业盈余管理方向不同，当业绩反馈为积极信号时，业绩高于期望的顺差企业倾向于将报告盈余调减，当业绩反馈消极信号时，业绩低于期望的落差企业倾向于将报告盈余调增。第二，业绩反馈信号不同，企业盈余管理程度不同，顺差企业盈余管理程度比落差企业要高。

研究结果对企业管理的警示显而易见：第一，盈余管理现象在不同业绩反馈信号下普遍存在且难以消除，是企业治理的难题，因此对管理者的考核不应过份倚重业绩单一指标，应多使用长期股权期权激励。第二，顺差企业的盈余管理程度比落差企业更高，因此利益相关者和监管部门不应只关注落差企业，更应加强对绩优企业投机行为的治理和监管。

本文取得一定研究成果，但研究局限也在所难免，同时提供了未来进一步研究的方向：第一，本文基于中国制造业上市公司的经验数据得到的结论是否能推及其它行业，尚需后续研究进行验证。第二，本文将历史期望和行业期望进行组合，虽然照顾了逻辑统一，但也掩盖了不同业绩期望各自的反馈效果差异，多重业绩反馈对企业行为的影响目前还是尚未完全打开的黑箱，是值得进一步关注的研究前沿问题。

参考文献

Shuto,A.(2007).Executive compensation and earnings management, Empirical evidence from Japan.*Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*,6(1),1-26.

Cyert,R.M. & March,J.G.(1963). *A behavioral theory of the firm*.Englewood Cliffs,NJ:Prentice Hall.

Bergstresser,D. & Philippon,T. (2005).CEO incentives and earnings management.*Journal of Financial Economics*,80(3),511-529.

Gomez-Mejia,L.R.,Berrone,P. & Franco-Santos,M.(2014).Compensation and Organizational Per -formance:Theory,Research,and Practice.London and Newyork:*Routlege*.

Greve,H.R.(1998). Managerial Cognition and the Mimetic Adoption of Market Positions:What You See is what You Do.*Strategic Management Journal*, 19(10), 967-988.

Louis,H.(2004).Earnings management and the market performance of acquiring firms. *Journal of Financial Economics*.74(1),121-148.

He,X.G.,Lian,Y.L. & Lu,F.F.(2016).Aspiration gap,entrepreneur's risk-based decision making and risk preference: Evidence from Chinese listed family firms.Journal of Management Sciences in China,19(8),1-20. [in chinese]

Jensen,M.C. & Meckling,W.H.(1976).Theory of the Firm, Managerial Behavior,Agency Cost and Ownership Structure.*Journal of Financial Economics*.(3),305-360.

Jacob,J. & Jorgensen,B.N.(2007).Earnings management and accounting income aggregation. *Journal of Accounting and Economics*,*43*(2-3),369-390.

Kothari,S.P.,Mizik,N. & Roychowdhury,S.(2015).Managing for the moment:The role of earnings management via real activities versus accruals in SEO valuation.*The Accouting Review*,91(2),559-586.

Li,S.H.,Chen,X. & Song,X.Z.(2018).Performance Decline Makes Firms Change or Cheat?-Research on Performance Improvement Behaviors of Performance Decline Enterprises.*R&D Management*,30(1),22-33.[in chinese]

Li,X.X.& Liu,C.L.(2011).A Contextual Analysis on the Relationship between Slack and Firms' Performance:Also on Quantitative Change of Slack. *Nankai Business Review*,14(3),4-14.[in chinese]

Cornett,M.M.,Marcus,A.J.&Tehranian,H.(2007).Corporate governance and pay-for-performance,The impact of earnings management.*Journal of Financial Economics*, 87(2),357-373.

Gaba,V.&Joseph,J.(2013).Corporate Structure and Performance Feedback:Aspirations and Adaptation in M-Form Firms.*Organization Science*,24(4),965-1290.

Wang,H., Liao,C.Y. & Liu,Y.T.(2019).Financial Pressure,Corporate Governance Efficiency and Earnings Management.*Finance and Accounting Monthly*,(9),9-16.[in chinese]

员工的组织承诺对工作绩效的相关性研究

RESEARCH ON THE CORRELATION BETWEEN EMPLOYEE ORGANIZATIONAL COMMITMENT AND JOB PERFORMANCE

刘建莉 [1]，陈昴 [2]

JianLi Liu[1], Ao Chen[2]

[1,2] 泰国正大管理学院中国研究生院

[1, 2]Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

[*]**Corresponding Author:** 刘建莉, **E-mail:** 77413493@qq.com

摘要

企业员工的组织承诺会影响到员工的工作绩效，本文主要研究员工组织承诺及其细分维度如何影响工作绩效及其细分维度。选取企业员工进行问卷调查，发放问卷 422 份，回收问卷 419 份，有效问卷 419 份，运用 SPSS 软件对回收的数据进行分析，具体结果如下：1.组织承诺呈明显正相关影响工作绩效；2.感情承诺对任务绩效无明显影响；3.规范承诺呈明显正相关影响任务绩效；4.理想承诺呈明显正相关影响任务绩效。5.经济承诺对任务绩效无明显影响；6.机会承诺呈明显正相关影响任务绩效；7.感情承诺呈明显正相关影响关联绩效；8.规范承诺呈明显正相关影响关联绩效；9.理想承诺呈明显正相关影响关联绩效；10.经济承诺对关联绩效无明显影响。11.机会承诺对关联绩效无明显影响。通过总结和提炼研究结果，为之后的研究奠定理论依据和发展方向。

关键词： 组织承诺　工作绩效

Abstract

The organizational commitment of employees will affect their work performance,This paper mainly studies how employee organizational commitment and its segmentation dimension affect work performance and its segmentation dimension. Employees of the enterprise were selected for questionnaire survey. 422 questionnaires were issued, 419 were recovered, and 419 were valid. survey and SPSS software was used to analyze the collected data. The specific results are as follows: 1. Organizational commitment is positively correlated with work performance; 2. Emotional commitment has no significant impact on task performance; 3. Normative commitment is positively correlated with task performance; 4. Ideal commitment is positively correlated with task performance. 5. Economic commitment has no significant impact on task performance. 6. Opportunity commitment is positively correlated with task performance. 7. Emotional commitment is positively correlated with

correlation performance; 8. Normative commitments show a significant positive correlation with correlation performance; 9. Ideal commitment is positively correlated with correlation performance. 10. Economic commitment has no significant effect on correlated performance. 11. Opportunity commitment has no significant impact on correlation performance. By summarizing and refining the research results, the theoretical basis and development direction of the subsequent research can be established.

Keywords: organizational commitment, work performance

引言

在新的时代背景下，科技发展迅猛，知识与信息化已成为时代潮流，全球一体化进程高速发展的大环境，国际竞争日趋激烈，突出的表现就是全球范围内的企业间的竞争，尤其是人才资源作为企业核心资源的竞争则表现的更突出、更激烈。中国许多企业面临着如何有效变革管理措施，以适应经济飞速发展和竞争激烈的社会环境，从而取得更高的市场竞争力，人才作为企业发展不可或缺的重要资源，已成为保障企业可持续发展的关键要素。为此，企业管理者急迫需要提高员工绩效和留住优秀人才的方法，那么，研究组织和员工的关系就成为了企业管理的核心内容。

美国的沃森·怀亚特公司选取了 7000 多名职工进行调研，调查结果表明，企业中高组织承诺的员工所创造的企业业绩要远远高于低组织承诺员工为企业所创造的业绩（刘小平，2012）。因此，作为企业的管理者，清晰的知道企业职工的组织承诺水平的高低，有利于制定和改进企业的各项管理策略，员工如果有较高的工作效率，他们表现出不俗的良好行为规范，这样就会在企业发展中发挥积极作用，这也正是员工组织承诺的一种积极情感的表现，是一种重要的员工态度变量。组织承诺高的员工把工作作为个人需求实现的过程，他们会为实现组织目标与价值而全力以赴的工作，从而实现个人较高的工作绩效。制定如何提升员工对组织的承诺水平以及如何让员工身心投入到工作并发挥他个人能力，达到员工工作绩效提高从而提升组织绩效的管理方案，已成为企业管理的主要目标之一。

研究目的

本文选取了北京市六家企业的各阶层员工作为调查对象，根据阅读大量的相关文献和资料做出总结，提取并形成本文理论基础支撑，再提出各种假设，构建本文理论研究模型，设计调查问卷并进行实证研究分析，通过检验分析达到如下目的：

（1）分析和梳理组织承诺及其细分维度与工作绩效及其细分维度的差异和关联情况；

（2）通过研究中国企业不同人口统计学变量的员工是否会对员工的组织承诺及其个人工作绩效的提升有明显的影响，依据结论，提出企业如何做才能提升组织承诺，进而提高职工的工作绩效，让企业中组织承诺高的职工获得更高的个人认同感，产生强烈的归属感。

组织承诺是美国社会学家 Becker 于二十世纪六十年代年提出，近年来，组织行为学领域、人力资源管理领域以及心理学领域的专家和学者们对这一研究产生了很大的兴趣。组织承诺指员工对待企业的一种态度，是企业职工为组织利益而把有价值的资源投资在组织上，对自己所在的组织产生很强的忠诚度，员工的行为受组织承诺的高低的影响，比如说，员工对企业

是否全身心投入、是否满意以及是否认同等。组织承诺之所以受到企业管理者和学者的重点关注，是因为它能很好的预测员工的离职率和缺勤率，组织承诺高的员工表现出的离职率很低、缺勤率也很低，并且这样的员工的工作质量很高。同时，员工对企业的高承诺，可以使企业团队的稳定性增强，并使组织绩效不断提升，组织承诺的高低，能反映出员工为组织目标而努力的程度，而员工在职期间的努力程度决定了员工的工作绩效。企业员工的绩效决定着企业未来的发展，通过了解影响工作绩效的因素，可以为企业管理提供实践管理策略，组织承诺及其五个细分维度与工作绩效及其两个细分维度之间的关系的研究显得尤为必要。

现阶段，各国的学者和专家对组织承诺及其相关变量的研究时，集中在离职、缺勤以及工作满意程度等角度，而涉及到工作绩效方面的则是相对较少。虽然离职、缺勤等结果变量也很重要，但企业管理者们则是更关心企业利润率、投资回报率等用财务指标来衡量的绩效。所以，关于组织承诺如何影响工作绩效的研究显得尤为重要。国内外学者（Riketta、邵红英、梁绮敏等）一致认为组织承诺与工作绩效两者间有着一定的相关关系，但两者间究竟存在怎样的因果关系还需展开更多研究。研究这一问题，能够了解组织承诺如何影响工作绩效水平，从而有效预测员工未来的工作绩效水平，进而为企业提高绩效水平提供相应的管理建议。因此，做好组织承诺与工作绩效的实证研究，理论意义重大，给未来的研究提供借鉴和参考作用。

本文是从组织层面入手进行研究，分析和了解组织承诺如何影响企业员工工作绩效。研究结果能够让企业管理者更加清晰、客观的认识二者之间的关系，通过实证分析得出两者存在的相关关系，研究结论会针对企业管理者提出优化方案和改进建议，指出企业管理者应积极采取措施使员工的组织承诺得到提高，进而促使员工产生更高的工作绩效，促进企业人力资源使用效率和竞争力的提升。促使员工在企业获得快速发展，同时也能使企业得到发展。

文献综述

本文主要应用以下理论基础：社会交换理论和心理契约理论，通过对研究对象的问卷调查及数据分析验证组织承诺及其细分维度对工作绩效及其细分维度的影响研究。

社会交换理论是霍曼斯等学者通过经济学的角度对社会行为进行研究以及分析进而得出的，即社会行为的持续发展，是离不开相互强化的作用以及影响。社会交换理论涉及多个行为者，Fox & Fallon (2003)进一步认为，相对有益权力的增加了满意、安全、忠诚和承诺的感觉，而相对权力的下降导致恐惧和焦虑。参与理论应用的行动者将积极或消极地做出反应。Homans (1958)当个人被承认和奖励一份完成的工作，他将更有可能在未来重复行为，也更愿意为组织利益而做出更大贡献。社会交换理论对组织承诺的应用：Coyle-Shapiro & Conway（2005）提到，在过去的二十年里，研究人员主要选择社会交换理论作为适用于组织设置的理论框架，因为它提供了影响个人和组织之间关系的关键因素的有用见解。Blau(1964)认为，它起最终的作用以及影响，即员工的组织承诺水平的看法和期望。Settoon 等人(1996)认为，社会交换模型已被用于解释下属对主管的义务行为，并解释员工在超出一般工作描述的方式。当雇员从其雇佣合同中受益时，他更可能对组织感到更有义务。

心理契约理论是指一种分配方式，即个人能够给予企业的奉献、组织想要获得的发展需求，以及企业对员工个人期望的回应之间的契约，是美国心理学家施恩最早提出，虽然心理契约是无形的，但其能起到与有形契约相当的积极作用，在员工与企业之间可以形成一种有效的契约关系，它发挥着有型契约的作用，可以说，这种员工与企业之间的发展关系，更倾向于无

形的、不受法律保护、不能书面化的心理期望。Argyris (1960)最先在员工与组织关系中引入心理契约概念并开始应用，借助上述概念对企业内部员工及企业间的联系展开说明，不过其也仅是单纯指出了相关概念却并未对其涵义进行明确。Levinoson 等 (1962)围绕公共事业单位案例展开分析，这种契约是对组织和员工彼此期望与默契的整体反映。其通常是对员工与组织关系中所拥有的且尚未明确表达的各类相关期望所做出的说明。Kotter (1973)将心理契约视为隐形契约，它处在个体和组织内部，在双方关系中，希望任何一方的付出均能获取相应回报。

组织承诺的概念由 Becker (1960)最先提出，其主要表现为一种员工的心理状态，即由于员工对于企业的投入在不断上升，其对企业的依赖也在不断上升。继 Becker 提出的组织承诺概念后，学术界发现组织承诺在人力资源管理方面的巨大作用，从而引起各领域众多学者的广泛关注，鉴于学者们研究的方向和依据的理论不同，对组织承诺的理解也存在不同之处。Porter 等(1974)指出，所谓的组织承诺，其含义是指一种员工对于企业的一种认同度，以及员工对企业参与度的心理状态。中国学者开始研究组织承诺比较晚，且大多依靠国外理论而进行研究。凌文较、张治灿和方俐洛（2000，2001）的研究指出，所谓的组织承诺，主要是指员工对企业心理反应的一种态度，表明了员工想要留在企业继续工作的理由，且组织承诺可以检测员工对组织是否忠诚？刘小平 (1999)即使各国学者在研究组织承诺时的方向差异不大，可得出组织承诺概念也还是会有所差异，可以看出，各国学者研究组织承诺概念时，都是将组织与员工联系在一起来进行的。本文在通过查阅各种参考文献之后认为，所谓的组织承诺，是指员工在投身到工作中时各种付出和他们对企业的认同在心理上的表现，在企业未来的发展中，员工对于自身责任承担的意愿和其以主人公态度进行工作的心理态度。

工作绩效（Work Performance）是指员工个人对于特定目标的实现程度。Borman& Motowidlo (1993)对这一概念进行了分析，把工作绩效分成两个维度，分别是关联绩效和任务绩效。关联绩效包括在处理人际关系上的技巧以及在协助别人完成自己职责之外工作的努力程度，主要受人格因素制约；任务绩效主要与员工的工作知识、员工自身所具有的能力以及员工对任务的熟练程度有关。目前，在学术界该观点被越来越多的研究者所接受。中国学者刘晖（2013）把工作绩效视为员工基于企业生产经营的目标，根据组织交代的职责任务，在规定期限内掌握的工作成果和绩效。通过以上分析发现学术界对工作绩效的界定主要持两种看法，一种是视其为一种结果，是组织为了实现目标，而对工作任务和职责的完成情况；另一种则是视其为一种行为，认为是在完成工作时，员工所展现的行为。

综合国内外相关理论及研究综述，本文研究中的工作绩效主要是指中国企业的员工在一定的时间内完成工作时，无论是职责内还是职责外，都能把对企业有益的行为和结果做好。

各国学者研究认为，组织承诺与工作绩效之间关系相一致。Steers(1977)；Fukami & Larson (1984)都认为，组织承诺水平的高低与工作绩效水平的高低是基本相一致的关系，研究指出，高绩效与高组织承诺相关。Riketta (2002)认为，情感承诺对工作绩效正向影响；中国学者马凌、王瑜、邢芸(2013)选取 330 名企业的员工作为研究对象发现，总体的组织承诺与总的工作绩效呈正相关，并且从细分维度研究来看，组织承诺的三个分维度情感承诺、理想承诺以及规范承诺同时对绩效的两个分维度关联绩效、适应性绩效产生了直接的正向影响；郭洁、周秀兰 (2015)；邵红英 (2015)；韩翼 (2007)他们在研究中指出，组织承诺呈显著正相关来影响着工作绩效，即如果企业员工拥有高的组织承诺，他们就会更加地认可企业和信任企业，在工作中也会高度奉献，他们的工作绩效也会跟着同步提升。

总之，虽然中国很晚才对组织承诺进行研究，但因组织承诺影响企业绩效，对企业管理者来说尤为重要，尤其是针对中国企业组织承诺、工作绩效的研究成为各学者的研究热点，进行深入研究势在必行。高绩效对企业的实践管理意义重大，提高企业管理水平和竞争力的同时，也提升企业盈利水平。

本研究借助心理契约理论的研究，当员工产生心理上契约时，就会导致组织承诺的出现。中国学者凌文辁、张治灿、方俐洛（2001)针对以往的文献进行总结与分析，发现组织承诺主要包括五个方面，也就是感情承诺、理想承诺、规范承诺、经济承诺和机会承诺，而且五个成分与各种因素和结果变量的关系不同。Shore & Barkadale (1998)员工和组织的关系是相互高责任时，员工的情感承诺高。学术界在研究组织承诺和工作绩效之间关联性的时候，二者之间的关系是正向相关的。Dubin 等 (1975)；中国学者刘小平（2003）发现，员工的组织承诺水平的高低与工作绩效之间的高低是一致的，也就是说组织承诺及工作绩效之间的关系进行分析得出其正相关关系较强；在对大量参考文献进行总结，并联系实际，本文形成以下假设：

H1：组织承诺与工作绩效正相关。
H1a：感情承诺与任务绩效正相关；
H1b：理想承诺与任务绩效正相关；
H1c：规范承诺与任务绩效正相关；
H1d：经济承诺与任务绩效正相关；
H1e：机会承诺与任务绩效正相关；
H1f：感情承诺与关联绩效正相关；
H1g：理想承诺与关联绩效正相关；
H1h：规范承诺与关联绩效正相关；
H1i：经济承诺与关联绩效正相关；
H1j：机会承诺与关联绩效正相关；

研究方法

（1）文献分析法

根据本文所研究的问题，在数据库中查阅相关文献，充分了解后进行梳理和分析，综合对比研究现状后，提出要研究的问题，建立研究框架并做出初步的理论框架和研究假设。

（2）问卷调查法

针对中国企业员工设计关于员工组织承诺、工作绩效等关联问题的问卷，开展调查。

（3）统计分析法

将收集有效问卷的原始数据借助 SPSS 软件进行信度、效度检验，之后根据人口统计学的不同差异进行方差分析、之后在对各变量做相关分析，最后对各变量间的关系做回归分析，根据得到的检验结果和分析数据等，对文中所做出的假设能否成立作出验证。

本研究选取组织承诺为自变量，在量表的选择上主要采用中国学者凌文辁等根据中国的实际发展而开发的针对中国员工的组织承诺进行调查的经典量表，这个量表主要包括五个方面，一是感情承诺；二是理想承诺；三是规范承诺；四是经济承诺；五是机会承诺。该量表被中国学者广泛借鉴和参考，具有良好的信效度。

本研究选取工作绩效为因变量。在具体测量量表的设计上，选用中国学者赵文璐(2012)研究文献里测量工作绩效的成熟量表，该量表的测量包含两个维度，分别是任务绩效和关联绩效，研究实践证明，该量表具有很好的信效度。

在本文研究之中，控制变量包括年龄、婚姻状况、性别、学历、职位、工作性质以及工作年限，通过方差分析判断控制变量不同水平下的因变量观测值是否存在差异，最后得出不同变量在层次水平上的影响以及作用。

本研究主要选取了中国企业员工作为调查对象，选取的调查对象包含了从高层管理者到普通员工等不同层级的员工，使研究分析所得数据更具有说服力和代表性。

研究采用成熟量表，将回收的数据进行分析与研究，通过信度以及效度的检验得出，每个变量量表的信度以及效度都大于 0.8，各变量在巴特利球形检验中，都达到了 0.05。这充分说明本文研究所制作的量表在信度以及效度上都是非常可靠的。结果见表 1。

研究结果

表 1 信度效度检验结果

量表	变量	题项个数	信度	效度	
			克隆巴赫 Alpha	KMO 值	巴特利特球形检验
组织承诺	感情承诺	4	0.877	0.899	0.000
	规范承诺	4	0.912		
	理想承诺	4	0.901		
	经济承诺	4	0.826		
	机会承诺	4	0.854		
工作绩效	任务绩效	6	0.939	0.933	0.000
	关联绩效	6	0.884		

本次调查发放问卷 422 份，有效问卷 419 份，有效回收率 99.28%。样本的主要特征见表 2。

表 2 样本人口特征分析表

变量	分类	人数	比例
性别	男	204	48.69%
	女	215	51.31%
目前婚姻状况	未婚	68	16.23%
	已婚	351	83.77%
年龄	25 岁及以下	17	4.06%
	26-30 岁	76	18.14%
	31-35 岁	84	20.05%
	36-40 岁	111	26.49%
	41-45 岁	73	17.42%
	46-50 岁	39	9.31%
	51-55 岁	16	3.82%
	56 岁及以上	3	0.72%
学历	高中及以下（含职高、中专、中技等）	54	12.89%
	专科	109	26.01%
	本科	175	41.77%
	硕士及以上	81	19.33%
现单位的工作年限	1 年及以内	32	7.64%
	1-2 年（含 2 年）	34	8.11%
	2-3 年（含 3 年）	34	8.11%
	3-5 年（含 5 年）	47	11.22%
	5-8 年（含 8 年）	74	17.66%
	8-10 年（含 10 年）	32	7.64%
	10 年以上	166	39.62%
职位	普通职员	153	36.52%
	基层管理者	80	19.09%
	中层管理者	136	32.46%
	高层管理者	50	11.93%
工作性质	管理工作	137	32.7%
	营销工作	61	14.56%
	技术工作	63	15.04%
	行政支持及后勤服务工作	74	17.66%
	生产制造工作	17	4.06%
	其他	67	15.99%

2.相关分析

通过线性相关分析得出，性别、工作性质与组织承诺之间存在显著的负相关关系；婚姻状况、年龄、现单位工作年限、职位与组织承诺之间存在显著的正相关关系。工作性质与工作绩效之间存在显著的负相关关系；婚姻状况、年龄、职位、组织承诺与工作绩效之间存在显著的正相关关系。见表 3。

表 3 相关系数矩阵

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
性别	1								
婚姻状况	-.118*	1							
年龄	-.178**	.489**	1						
学历	.071	-.056	-.017	1					
现单位工作年限	-.158**	.380**	.538**	.033	1				
职位	-.389**	.314**	.415**	.094	.353**	1			
工作性质	.235**	-.167**	-.198**	-.092	-.211**	-.513**	1		
组织承诺	-.125*	.139**	.166**	-.050	.193**	.258**	-.200**	1	
工作绩效	-.002	.111*	.123*	-.040	.061	.125*	-.118*	.599**	1

注：1-9分别代表性别、婚姻状况、年龄、学历、现单位工作年限、职位、工作性质、组织承诺、工作绩效。
*. 在 0.05 级别（双尾），相关性显著； **. 在 0.01 级别（双尾），相关性显著。

3.假设检验

（1）组织承诺的五个分维度对任务绩效的回归分析

通过统计分析数据可以看出，自变量的五个维度中，规范承诺、理想承诺、机会承诺对任务绩效有显著正向影响，标准化回归系数分别为 0.229、0.146、0.229；而其他两个分维度感情承诺、经济承诺对任务绩效无显著影响。结果见表 4。

表 4 组织承诺的五个分维度对任务绩效的回归分析

变量	模型 1			模型 2		
	标准化系数	共线性统计		标准化系数	共线性统计	
	Beta	容差	VIF	Beta	容差	VIF
性别	0.053	0.834	1.200	0.046	0.823	1.215
婚姻状况	0.048	0.727	1.376	0.047	0.705	1.419
年龄	0.107	0.581	1.721	0.092	0.573	1.745
学历	-0.049	0.964	1.038	-0.005	0.944	1.059
现单位工作年限	-0.031	0.674	1.484	-0.073	0.627	1.596
职位	0.008	0.559	1.787	-0.051	0.537	1.861
工作性质	-0.042	0.731	1.368	-0.006	0.712	1.404
感情承诺				0.025	0.526	1.901
规范承诺				0.229***	0.565	1.770
理想承诺				0.146*	0.483	2.070
经济承诺				0.106	0.627	1.595
机会承诺				0.229***	0.878	1.139
R	0.146			0.512		
R 方	0.021			0.263		
调整 R 方	0.005			0.241		
F 值	1.284			12.046***		

（2）组织承诺的五个分维度对关联绩效的回归分析

通过统计分析数据可以看出，自变量的五个维度中，感情承诺、规范承诺、理想承诺对关联绩效有显著正向影响，标准化回归系数分别为 0.179、0.321、0.176；经济承诺、机会承诺对关联绩效无显著影响。结果见表 5。

表 5 组织承诺的五个分维度对关联绩效的回归分析

变量	模型 1			模型 2		
	标准化系数	共线性统计		标准化系数	共线性统计	
	Beta	容差	VIF	Beta	容差	VIF
性别	0.064	0.834	1.200	0.063	0.823	1.215
婚姻状况	0.043	0.727	1.376	0.022	0.705	1.419
年龄	0.019	0.581	1.721	0.003	0.573	1.745
学历	-0.045	0.964	1.038	-0.011	0.944	1.059
现单位工作年限	-0.026	0.674	1.484	-0.049	0.627	1.596
职位	0.140*	0.559	1.787	0.031	0.537	1.861
工作性质	-0.108	0.731	1.368	-0.043	0.712	1.404
感情承诺				0.179***	0.526	1.901
规范承诺				0.321**	0.565	1.770
理想承诺				0.176**	0.483	2.070
经济承诺				0.088	0.627	1.595
机会承诺				0.014	0.878	1.139
R	0.217			0.635		
R 方	0.047			0.403		
调整 R 方	0.031			0.386		
F 值	2.908**			22.899***		

（3）组织承诺对工作绩效的回归分析

通过统计分析数据可以看出，控制变量现单位的工作年限对工作绩效有显著负向影响，标准化回归系数为-0.095；组织承诺对工作绩效有显著正向影响，标准化回归系数为 0.610，这说明员工的组织承诺越高，其工作绩效也越高。结果见表 6。

表 6 组织承诺对工作绩效的回归分析

变量	模型 1			模型 2		
	标准化系数	共线性统计		标准化系数	共线性统计	
	Beta	容差	VIF	Beta	容差	VIF
性别	0.066	0.834	1.200	0.074	0.833	1.200
婚姻状况	0.052	0.727	1.376	0.039	0.726	1.377
年龄	0.078	0.581	1.721	0.072	0.581	1.721
学历	-0.054	0.964	1.038	-0.008	0.958	1.044
现单位工作年限	-0.033	0.674	1.484	-0.095*	0.669	1.496
职位	0.077	0.559	1.787	-0.025	0.550	1.818
工作性质	-0.082	0.731	1.368	-0.026	0.726	1.377
组织承诺				0.610***	0.878	1.139
R	0.186			0.610		
R 方	0.035			0.373		
调整 R 方	0.018			0.360		
F 值	2.113*			30.440***		

总结与讨论

利用文献及实证分析的方法借助于概念模型以及假设开展主题研究，通过对调查的数据依次进行信度效度分析、相关分析、回归分析等对提出的假设进行检验和论证，结果见表 7：

表 7 研究假设检验结果汇总表

研究假设	假设内容	检验结果
H1	组织承诺与工作绩效呈显著正相关	成立
H1a	感情承诺与任务绩效无显著相关	不成立
H1b	理想承诺与任务绩效呈显著正相关	成立
H1c	规范承诺与任务绩效呈显著正相关	成立
H1d	经济承诺与任务绩效无显著相关	不成立
H1e	机会承诺与任务绩效呈显著正相关	成立
H1f	感情承诺与关联绩效呈显著正相关	成立
H1g	理想承诺与关联绩效呈显著正相关	成立
H1h	规范承诺与关联绩效呈显著正相关	成立
H1i	经济承诺与关联绩效无显著相关	不成立
H1j	机会承诺与关联绩效无显著相关	不成立

本研究得出以下重要结论：

（1）规范承诺、理想承诺、机会承诺与任务绩效呈显著正相关；感情承诺、经济承诺与任务绩效无显著相关；（2）感情承诺、规范承诺、理想承诺与关联绩效呈显著正相关；经济承诺、机会承诺与关联绩效无显著相关；（3）组织承诺与工作绩效呈显著正相关。据此得出，组织承诺的水平高低与员工的工作绩效的发展之间，有着一致性的发展关系。即组织承诺越高，

员工的工作绩效也会越高。换而言之，对于员工来说，如果员工所在的单位越重视员工的组织承诺管理，那么员工所做出的工作绩效也会随之提升。

通过实证研究的分析结果，发现了工作绩效受组织承诺影响较大。绩效是衡量企业发展的关键指标，绩效的提升是企业快速发展壮大的一个重要因素。因此，企业的管理者们会更重视如何能快速提升员工工作绩效，本文通过对文献进行回顾以及进行实证研究后发现，单位在提升组织承诺的同时，也会促使员工工作绩效得到提升。因此根据研究结果，提出如下建议：

第一，重视员工的贡献，对为企业作出贡献的员工给予正面的评价和奖励，尊重员工并认可其价值，提供合理的薪酬和福利待遇；领导在工作和生活上支持和关心员工，协助员工解决困难，员工则会更加热爱和认同企业，对企业的回报感和服务的义务感得到提升和增强。

第二，塑造爱岗敬业的企业文化。首先，充分信任员工，给员工提供挑战性的工作，以此来提高员工的工作价值感和成就感。与此同时，给员工创造适合的工作平台和环境，让员工在工作时，感受到获除了得物质保障和精神保障的同时，还有人身安全的保障。爱岗敬业的工作氛围有助于激发员工工作热情，增强对组织的情感，使员工保持积极向上的心态，让员工在心理上对组织认可，他们才会全身心投入，干劲十足，进而获得更高的工作绩效。

第三，职业发展规划的制定。首先，为员工定制合理的职业规划后，及时反馈给员工，并建立内部轮岗机制，给员工提供合适的岗位。其次，做好绩效管理，将员工在组织中的晋升做到公开、透明、规范。员工只要表现好，工作能力强就有晋升的机会。再次，重视和加强培养员工，让员工有更多学习机会，促进他们不断成长，以此来提高他们的能力。最后，及时向员工提供职业空缺的信息，让员工有竞争性的选择对应岗位，使员工之间保持良性的竞争。

参考文献

Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of occupational psychology*, *63*(1), 1-18.

Becker, H. S. (1960). Notes on the concept of commitment. *American journal of Sociology*, *66*(1), 32-40.

Coyle-Shapiro, J. A., & Conway, N. (2005). Exchange relationships, Examining psychological contracts and perceived organizational support. *Journal of applied psychology*, *90*(4), 774-792.

Dubin, R., Champoux, J. E., & Porter, L. W. (1975). Central life interests and organizational commitment of blue-collar and clerical workers. *Administrative Science Quarterly*, 411-421.

Fox, S. R., & Fallon, B. J. (2003). Modelling the effect of work/life balance on job satisfaction and turnover intentions. In *Australian Journal of Psychology*, (55), 123-124.

Fukami, C. V., & Larson, E. W. (1984). Commitment to company and union, Parallel models. *Journal of Applied Psychology*, 69(3), 367–371.

Homans, G. C.(1958). Social Behavior as Exchange. *American Journal of Sociology*. 63(6),597-606.

Kotter, J.P. (1973).The psychological contract: Managing the joining-up process. *California Management Review* . 15(3), 91–99.

Levinson, H., Price, C. R., Munden, K. J., Mandl, H. J., & Solley, C. M. (1962). *Men, management and mental health*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T., & Boulian, P. V. (1974). Organizational commitment, job satisfaction and turnover among psychiatric technicians. *The Journal of Applied Psychology,* 59(5), 603–609.

Riketta, M.(2002) . Attitudinal organizational commitment and job performance, a meta‐analysis. *Journal of Organizational Behavior*. 23(3), 257–266.

Shore, L. M., & Barksdale, K. (1998). Examining degree of balance and level of obligation in the employment relationship, a social exchange approach. *Journal of Organizational Behavior*. 19(S1), 731-744.

Settoon, R. P., Bennett, N., & Liden, R. C. (1996). Social exchange in organizations, Perceived organizational support, leader–member exchange, and employee reciprocity. *Journal of applied psychology*, *81*(3), 219.-227.

Steers, R. M. (1977). Antecedents and outcomes of organizational commitment. *Administrative Science Quarterly*, 22(1), 46-56.

郭洁, & 周秀兰. (2015). 企业组织承诺与工作绩效关系研究. *经营管理者，* (13), 145-146.

韩翼.(2007).组织承诺对雇员工作绩效的影响研究.*中南财经政法大学学报，* 162(3),53-58.

凌文辁, 张治灿, & 方俐洛. (2001). 中国职工组织承诺研究. *中国社会科学，2*(90), 102-118.

凌文辁,张治灿, & 方俐洛.(2000).中国职工组织承诺的结构模型研究.*管理科学学报，* 3(2),76-81.

刘小平.(1999).组织承诺研究综述.*心理学动态.* 7(4),31-38.

刘小平.(2003).组织承诺影响因素比较研究.*管理科学.* 16(4),7-12.

马凌,王瑜 & 邢芸.(2013).企业员工工作满意度、组织承诺与工作绩效关系.*企业经济，* 5(393),68-71.

邵红英.(2015).企业员工组织承诺和工作绩效关系的研究.*河北企业.* (5),38-38.

康复治疗的需求调查研究——以 G 医院为例

RESEARCH ON THE DEMAND OF REHABILITATION TREATMENT——TAKE G HOSPITAL AS AN EXAMPLE

曾溢博

YIBO ZENG

泰国正大管理学院中国研究生院

Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

*__Corresponding Author:__ 曾溢博__, E-mail:__ 765753097@qq.com

摘要

随着中国大健康战略的实施、老龄化社会的加速，人们的康复意识与需求不断攀升。通过调查了解前来医院进行康复治疗或者康复咨询的人在 G 医院的需求因素，通过对来 G 医院康复科咨询或者需要康复治疗的 200 名人员了解他们对康复的需求作为研究对象。这些研究对象由于去医院接受康复治疗需要哪些方面的因素。所以调查的研究对象对心理康复需求、康复训练需求、康复护理需求、辅具需求、康复评估等方面的康复需求，探究康复需求的一些主要需求，根据调查结果分析给出相应的意见及建议，为以后的康复发展提供一些帮助。对医院的相关医生及护士进行了访谈。目的为了更好的为广大人民群众提供康复方面的治疗需求与服务。

本文采用收集及分析文献综述、问卷调查法、定量分析法对 G 医院康复需求的研究对象进行问卷调查，并收集相关数据，进而分析结果，找出研究对象对康复的需求因素，并提出一些针对性的改善建议提高康复率或者增设新的康复项目。

关键词：康复、调查、康复需求

Abstract

With the implementation of China's great health strategy and the acceleration of the aging society, people's awareness and demand for rehabilitation continue to rise. Through investigation and understanding of the demand factors of people who come to the hospital for rehabilitation treatment or rehabilitation consultation in G hospital, through 200 people who come to G hospital for rehabilitation consultation or need rehabilitation treatment to understand their demand for rehabilitation as the research object. What factors are needed for these subjects to go to the hospital for rehabilitation treatment. Therefore, the research objects of the survey have rehabilitation needs in psychological rehabilitation needs, rehabilitation training needs, rehabilitation nursing needs, auxiliary equipment needs, rehabilitation assessment and other aspects, explore some main needs of rehabilitation needs,

and give corresponding opinions and suggestions based on the analysis of the survey results, so as to provide some help for the future rehabilitation development. The relevant doctors and nurses of the hospital were interviewed. Objective in order to better provide the people with rehabilitation needs and services.

This paper uses the methods of collection and analysis of literature review, questionnaire survey and quantitative analysis to investigate the rehabilitation needs of G hospital, and collect the relevant data, then analyze the results, find out the factors of the rehabilitation needs of the research objects, and put forward some targeted improvement suggestions to improve the rehabilitation rate or add new rehabilitation projects.

Keywords: rehabilitation, investigation, rehabilitation demand

引言

近年来随着政府对医疗方面的改革，重视人民群众的康复治疗，在对医疗康复的资金投入也不断的加大，致力于提高各个地区的康复水平及其康复条件，不断的完善。但是因为 G 医院的康复工作相对于一、二线城市开展的较晚，所以了解目前康复工作的开展现状及目前医院的康复需求现状，对调查结果进行总结与分析，提出相应意见及建议，以便需要康复治疗的人得到更好、更完善的治疗。

研究目的

康复治疗是促进广大人民群众融入社会的基本前提，可以有效的帮助广大人民群众补偿和恢复身体机能，减轻或消除人民群众的身体和心理痛苦。本论文针对 G 医院现状进行调查分析，结合 G 医院的康复服务情况，发现 G 医院发展存在的问题和不足，根据实际情况，提出相应的对策和建议。医院康复科是人民群众康复的主要场所，了解康复医院的现状对促进人民群众回归社会提高生活质量有着重要的意义。本文通过分析医院康复的发展现状，找到医院康复发展中康复需求因素，了解到目前医院康复需求的实际情况，从而分析出 G 医院的实际需求因素，为 G 医院增设相应及合适的康复项目提供基础，解决广大人民群众的康复需求，为 G 医院康复发展提供更多的数据。进而为构建科学合理的康复服务体系提供坚实的理论依据。

文献综述

康复医学是一门近年来发展迅猛的新兴学科。患者功能障碍的预防、评定和处理是康复医学所关注的问题。已有的相关研究表明,中国康复服务对象及康复需求处于较高水平。目前,康复医学更加重视患者的整体康复与长期康复。这就必须依赖于综合性医院康复科、专业康复机构及社区康复机构三级网络的全覆盖（罗玲、李锡春、强茗，2014）。

世界卫生组织大力倡导社区康复。据国外资料统计，社区康复费用低廉，能覆盖 70%~80% 康复对象的需求。1991 年中国政府颁布的《中华人民共和国康复需求人口保障法》不仅要求有计划地在医院设立康复医学科，而且明确提出要开展社区康复。1999 年卫生部、民政部等国家十几个部委签发的《关于发展城市社区卫生服务的若干意见》，文件规定了要做到“预防、医疗、保健、康复、健康教育、计划生育服务融为一体”的有效、经济、方便、综合、连续的服务目标。

在上述社区卫生服务中心六位一体的功能中，康复也是薄弱环节。同其他大医院一样，社区医务人员中，重治疗、轻康复；重一般慢性病医疗、轻康复需求人口保健等现象还较多地存在（孙树菡、毛艾琳，2009）。

不同类型和不同等级的康复需求人口有着不同的辅助器具需求，社区会根据这些康复需求人口的具体情况进行辅助器具的发放、修理等服务，尽量满足各类别康复需求人口的辅助器具需求（银芳、付克礼、池俊常，2011）。

从健康，教育，生计，社会及赋权五方面分析康复需求人口社区医疗康复，并认为其主要内容是医疗康复（健康），包括残疾预防、康复训练等，目前大多数国家和地区也主要为康复需求人口开展医疗康复方面的服务（郭悠悠、刘林，2011）。

心理康复服务的概念来自康复也理学的研究,并在历史变迁和社会政治经济的发展变化中逐步扩张于广泛覆盖各种疾病和各个社群的实践工作中。最初,康复也理学研究的目的在于期待通过对相关专业也理学知识的宣传和教育学习,能将一批又一批具有相当学术水平和实务工作能力的专业人±输送于临床服务和教育研究等位于学术实践第一线的工作领域,这也是赋予 1956 年的美国康复屯、理学会的最初使命（赵华，2015）。

任务康复需求人口社区康复有广义和狭义之分，广义即“全面康复”包括：医学康复、教育康复、职业康复、社会康复；狭义即指医学康复，其中医疗康复为，应用医学技术和方法对伤病者和康复需求人口进行康复诊断、功能评估及康复医疗护理，促进身心康复（张圣林，2011）。

许多人希望借助辅助器具弥补部分功能的缺失，提高活动能力和生活质量。但目前社区辅助支具仍存在需求与服务供给脱节的现象（陈正宏、陈沛铭、毛玉誽，2014）。

研究方法

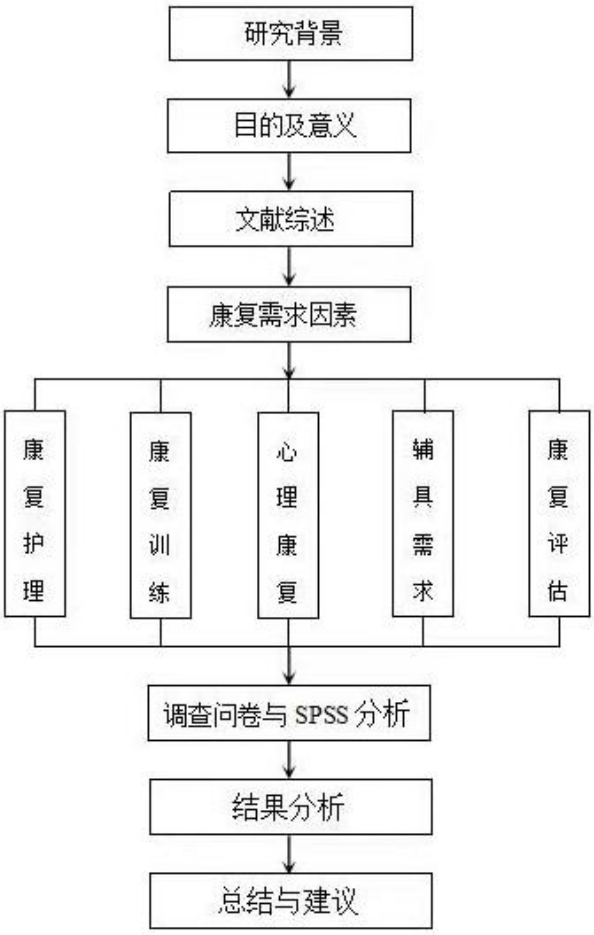
（1）通过研究背景，发现研究问题，提出研究问题。

（2）通过相关资料、数据，文献收集与整理，总结出康复需求的因素。

（3）根据上述方法总结出的康复需求因素，设计调查问卷收集数据。

（4）根据收集到的数据，使用分析工具对数据进行分析整理，确定康复需求因素。

根据研究结果，得出研究结论。给相关部门提供可行性建议。



选取在 G 医院康复科咨询或者需要康复治疗的 200 名人员作为本次调查的研究对象。本次调查使用问卷设计，制成二维码，通过扫码进行填写问卷。如遇功能障碍者让家属进行扫二维码进行填写。

调查采用通过文献整理分析出的《康复需求调查表》，内容包括：

基本情况：性别、年龄、文化程度、医疗费用。

个人真实情况：康复了解程度、就医方便、相信康复能改善自身情况、价格接受程度。

康复需求因素：康复护理需求、康复训练需求、心理康复需求、辅具需求、康复评估需求情况。

研究结果

表 1 样本信息统计

频数分析结果			
名称	选项	频数□	百分比(%)□
您的性别	男	96	48.00
	女	104	52.00
您的年龄	25 岁以下	24	12.00
	25-35 岁	35	17.50
	35-45 岁	62	31.00
	45 岁以上	79	39.50
您的文化程度	高中/中专及以下	26	13.00
	大专	49	24.50
	本科	118	59.00
	硕士及以上	7	3.50
医疗费用	自费	27	13.50
	商业保险	15	7.50
	医疗保险	148	74.00
	其他	10	5.00
康复知识了解程度	非常了解	17	8.50
	了解	70	35.00
	一般	71	35.50
	不了解	37	18.50
	非常不了解	5	2.50
就医方便	非常方便	22	11.00
	方便	93	46.50
	一般	61	30.50
	不方便	23	11.50
	非常不方便	1	0.50
相信康复能改善自身状况	非常相信	26	13.00
	相信	106	53.00
	一般	45	22.50
	不相信	16	8.00
	非常不相信	7	3.50
价格接受程度	非常高	12	6.00
	高	41	20.50
	一般	100	50.00
	低	43	21.50
	非常低	4	2.00
陪护人员的照料	非常需要	12	6.00
	需要	54	27.00
	一般	35	17.50
	不需要	93	46.50
	非常不需要	6	3.00

频数分析结果			
名称	选项	频数□	百分比(%)□
药物以及营养供给	非常需要	18	9.00
	需要	117	58.50
	一般	31	15.50
	不需要	32	16.00
	非常不需要	2	1.00
康复训练视力需求	非常需要	17	8.50
	需要	56	28.00
	一般	47	23.50
	不需要	76	38.00
	非常不需要	4	2.00
康复训练听力语言需求	非常需要	13	6.50
	需要	45	22.50
	一般	36	18.00
	不需要	102	51.00
	非常不需要	4	2.00
康复训练肢体需求	非常需要	14	7.00
	需要	73	36.50
	一般	44	22.00
	不需要	63	31.50
	非常不需要	6	3.00
康复训练智力需求	非常需要	11	5.50
	需要	48	24.00
	一般	42	21.00
	不需要	89	44.50
	非常不需要	10	5.00
心理咨询	非常需要	13	6.50
	需要	49	24.50
	一般	53	26.50
	不需要	82	41.00
	非常不需要	3	1.50
心理治疗	非常需要	11	5.50
	需要	43	21.50
	一般	53	26.50
	不需要	90	45.00
	非常不需要	3	1.50
辅助器具视力需求	非常需要	10	5.00
	需要	46	23.00
	一般	38	19.00
	不需要	102	51.00
	非常不需要	4	2.00
辅助器具听力语言需求	非常需要	8	4.00
	需要	34	17.00
	一般	33	16.50
	不需要	120	60.00
	非常不需要	5	2.50

频数分析结果			
名称	选项	频数□	百分比(%)□
辅助器具肢体需求	非常需要	8	4.00
	需要	46	23.00
	一般	41	20.50
	不需要	102	51.00
	非常不需要	3	1.50
辅助器具智力需求	非常需要	7	3.50
	需要	34	17.00
	一般	47	23.50
	不需要	106	53.00
	非常不需要	6	3.00
医疗诊断	非常需要	25	12.50
	需要	107	53.50
	一般	24	12.00
	不需要	40	20.00
	非常不需要	4	2.00
残疾评定	非常需要	6	3.00
	需要	40	20.00
	一般	24	12.00
	不需要	109	54.50
	非常不需要	21	10.50
合计		200	100.0

从上表可知：样本中有 52.0%为“女”。另外男样本的比例是 48.0%。样本中有 39.5%为“45 岁以上”。以及 35-45 岁样本的比例是 31.0%。样本中有 59.0%为“本科”。“医疗保险”的比例为 74.0%。从康复知识了解程度分布上，大部分样本为“一般”，比例是 35.5%。另外了解样本的比例是 35.0%。“方便”的比例为 46.5%。以及一般样本的比例是 30.5%。“相信”的比例为 61.0%。从价格接受程度。分布上，大部分样本为“一般”，比例是 50.0%。样本中选择“不需要”的比例为 46.5%。药物以及营养供给中超过 5 成样本选择“需要”。“不需要”的比例为 38.0%。“不需要”的比例为 51.0%。样本中有 36.5%为“需要”。还有 31.5%的样本为不需要。样本中有 44.5%为“不需要”。心理咨询分布来看，样本大部分为“不需要”，共有 82 个，占比为 41.0%。“不需要”的比例为 45.0%。“不需要”的比例为 51.0%。辅助器具听力语言需求中超过 6 成样本选择“不需要”。从辅助器具肢体需求来看，样本中有超过 5 成的样本为“不需要”。样本中选择“不需要”的比例为 53.0%。医疗诊断中超过 5 成样本选择“需要”。残疾评定中超过 5 成样本选择“不需要”。

陪护人员的照料样本中有 46.5%为“不需要”。药物以及营养供给“需要”的比例为 58.5%。

康复训练视力需求中超过 3 成样本选择“不需要”。康复训练听力语言需求分布来看，样本大部分为“不需要”，共有 102 个，占比为 51.0%。对于康复训练肢体需求来讲，“需要”占比最高为36.5%。另外不需要样本的比例是31.5%。康复训练智力需求样本中有44.5%为“不需要”。

心理咨询“不需要”的比例为 41.0%。心理治疗样本中有 45.0%为“不需要”。

辅助器具视力需求“不需要”的比例为 51.0%。辅助器具听力语言需求“不需要”的比例为 60.0%。对于辅助器具肢体需求来讲，“不需要”占比最高为 51.0%。对于辅助器具智力需求样本中有 53.0%为“不需要”。

医疗诊断样本中 53.5%会选择“需要”。残疾评定中超过 5 成样本选择“不需要”。

总结与讨论

（1）根据调查结果分析，从陪护人员的照料和药物及营养供给来看，大多数人更倾向于药物及营养供给选择，说明了在护理方面对药物及营养方面需求比较大，希望通过药物和营养来改善自身的生理状况。对于行动功能障碍者，家属时长不能在身边陪伴者，陪护人员的照料需求也有一定的需要。

（2）从康复训练需求来看，大部分都是需要肢体上的康复训练，其次是视力康复训练、听力语言康复训练与智力康复训练需求量差别接近，都是有需求的。但是说明大多数人在行动功能上出现了问题，希望通过肢体上的康复训练来恢复或者提高自身功能。

（3）从心理康复需求来看，心理咨询与心理治疗在各自所占的百分比很接近，说明咨询与治疗同样是需要的。百分比都在 20%~25%，例如 100 人中有 20~25 人需要心理咨询和心理治疗，所占的比重还是较大的。

（4）根据调查结果显示，在辅助器具上的需求比例大概都在 20%左右，各种类型的辅助器具都有相应的人需要。通过辅助器具来改善自身的身体状况。

（5）康复评估中医疗诊断高达 53.5%，说明绝大多数人都会对自己的身体进行康复上面的一个诊断，测量自身生理功能的轻重程度。在残疾评定中有 20%的人需要，通过残疾评定来确定自己的残疾等级。

（6)在康复护理需求中,根据结合目前 G 医院的现状，目前医院有一些陪护护理人员，但是需求量供小于求,所以希望医院能与更多的护理公司合作,满足人民群众需要护理的需求。配备相应的营养护理师，为有这方面康复需求的人群提供相应的服务。

（7）目前医院已经有了较强的康复水平，但是人民群众需求更快、更好的康复治疗，随着现在的康复行业发展迅猛，技术更新也很迅速。希望医院加强康复技术学习与康复技术培训，打造更专业、更强大、更先进的技术团队，让人民群众更加放心的接受康复治疗。

（8）目前医院有了较为完善的辅助器具配置，但是人民群众对辅助的需求也是很重要的，对于这个需求，希望医院与多种生产辅助器具的厂家进行联系，如有人民群众需要可以通过医院从厂家发货，满足人民群众需求。对于一些大型的辅助器具，价格昂贵，医院在条件满足的情况下进行设备的完善。

（9）通过调查发现，在心理咨询与心理治疗还是有不小一部分人需求的，当他们需求这方面治疗时，找不到相关的治疗场所，可能会导致心理疾病的恶化。对心理康复治疗不容小觑。

（10）目前人民群众只能通过去医院进行康复评估，一是医生工作量大，二是人民群众也需要排队等待评估。希望可以设立通过网上进行评估，既减少医生的工作量，又便利了人民群众。

参考文献

Dalvandi, A., Ekman, S. L., Reza Khankeh, H., Seyed Bagher Maddah, S., & Heikkilä, K. (2012). Rehabilitation experts' experience of community rehabilitation services for stroke survivors in Iran. *Topics in stroke rehabilitation*, 19(5), 395-404.

Dimitriadis, V., Kousoulis, A. A., Markaki, A., Sgantzos, M. N., Hadjipavlou, A., & Lionis, C. (2013). Quality assessment systems in rehabilitation services for people with a disability in Greece: A critical review. *Disability and health journal*, 6(3), 157-164.

陈正宏, 陈沛铭, 毛玉瑢, 陈娜, 范杏芳, 陈旭红, & 黄东锋. (2014). 社区残疾患者现状和康复需求的调查与研究. *中国康复*, 29(6), 471-473.

姜丽. (2016). 东北农村残疾人康复服务供需矛盾调查. *中国民康医学*, 28(9), 73-81.

刘保芬, 严秀群, 段清萍, 安琼, & 谭慧. (2012). 社区残疾人康复服务的影响因素与对策. *护理实践与研究*, 9(14), 155-156.

林诚, 罗鸿波, 陈小红, & 倪国新. (2009). 福州市台江区残疾人康复需求及影响因素的分析. *福建医科大学学报*，社会科学版, 10(1), 38-41.

罗玲, 李锡春, & 强茗. (2014). 社区康复需求研究进展. *菏泽医学专科学校学报*, 26(4), 79-81.

孙慧峰, & 李坤. (2016). 推动我国医疗康复加快发展的建议. *残疾人研究*, (03), 12-13.

吴任慰, 陈建敏, 官萍萍, 陈清法, & 陈丹. (2011). 福州市老年人社区康复需求现状与分析. *南京医科大学学报*，社会科学版, 11(2), 127-130.

张廷玖, 张东, 曾凡伟, 庾明, & 王枰稀. (2018). 不同镇痛方法对人工全膝关节置换术后病人早期康复效果的影响. *实用老年医学*, 32(7), 619.

中国大学生创业成长影响因素研究——以创业动机为中介变量

Research on the Factors Affecting the Growth of Entrepreneurship of Chinese College Students——Taking Entrepreneurial Motivation as the Mediator

吴茜 [1]，包健 [2]

Qian Wu[1]，Jian Bao[2]

[1,2] 正大管理学院

[1,2]Panyapiwat Institute Of Management

[*]**Corresponding Author:** Qian Wu，**E-mail:** 43214041@qq.com

摘要

本文基于创业动机理论和创业成长理论，运用结构方程模型构建创业特质、创业能力、创业环境与大学生创业成长的系统化理论模型，同时引入以创业动机作为中介变量，检验创业教育的效果，探讨中国情境下大学生创业成长的影响因素；研究结果表明：创业动机在创业特质影响创业成长中发挥完全中介作用，在创业能力和创业环境影响创业成长中发挥部分中介作用；大学生创业动机主要包括生存动机、事业动机和责任动机；大学生创业动机的影响因素由高到低依次为创业能力、创业环境和创业特质，大学生创业成长水平的提升是大学生创业者的创业动机、创业能力和创业环境综合作用的结果。

关键词： 大学生　创业特质　创业能力　创业环境　创业动机　创业学习　创业成长

Abstract

Based on the theory of entrepreneurial motivation and entrepreneurial growth theory, this paper uses a structural equation model to construct a systematic theoretical model of entrepreneurial characteristics, entrepreneurial ability, entrepreneurial environment, and entrepreneurial growth of college students. It also introduces entrepreneurial motivation as an intermediate variable to test the effect of entrepreneurial education. Influencing factors of college students 'entrepreneurial growth in the Chinese context; research results show that entrepreneurial motivation plays a full mediating role in entrepreneurial characteristics affecting entrepreneurial growth, and plays a part of the mediating role in entrepreneurial ability and entrepreneurial environment affecting entrepreneurial growth; college students' entrepreneurial motivation includes survival motivation, Career motivation, and responsibility motivation; the influencing factors of college students' entrepreneurial motivation in turn are entrepreneurial ability, entrepreneurial environment, and entrepreneurial characteristics. The improvement of the entrepreneurial growth level of college students is a combination of entrepreneurial motivation, entrepreneurial ability, and entrepreneurial environment of college entrepreneurs result.

Keyword: college students, entrepreneurial characteristics, entrepreneurial ability, entrepreneurial environment, entrepreneurial motivation, entrepreneurial learning, entrepreneurship growth

引言

杰弗里·蒂蒙斯（Jeffry A. Timmons）认为，新创企业因其“小、弱、新”面临着资源不足而倒闭的风险 **Error! Reference source not found.**。麦可思数据显示我国大学生创业率平均为 3.0%，创业成功率不足 3.0%，呈现“双低”状态。大学生创业普遍存在成长后劲不足的问题，亟须要研究创业成长的内在规律和演化成长路径。作为创业成长的重要变量——创业动机对创业能力、创业学习、创业观念的形成和发展有着重要的影响。动机是行为的先导，创业动机是创业者开展创业活动的主要推力。段锦云等认为创业环境和政策等外部激励的作用并不能从根本上缓解问题，从个体内在触发较强的创业动机才能根本性刺激个体创业。现有研究主要从创业能力、创业环境等某一个方面对创业动机的影响因素进行研究，而对创业动机的系统化影响因素和其本身发挥的中介效应关注不足。此外，学界针对大学生创业者这一特定人群的关注度不够，主要原因是不同学者的研究视角不同，过往研究更加关注创业者内在和外在某一个方面的要素。实际上大学生创业动机的影响因素是多元化的，既有内在的要素驱动，也有外在的因素影响。因此，本研究以创业成长为导向对大学生创业动机的影响因素进行系统研究，从特质、能力以及环境等多个视角来分析创业动机，进而揭示大学生创业动机在大学生创业成长过程中的理论和实践价值。

文献综述

创业成长过程是以建立组织机构为基础的一个理性的、非线性的和反复修正的过程。袁勇志等认为创业成长过程包括机会识别、企业创立和企业成长三大阶段，不同的成长阶段表征企业绩效的变量不同。在创业初期，企业生存绩效关系到企业能否实现可持续发展，因而更加注重对企业生存性绩效的考察。在企业成长阶段，表征企业发展程度的成果较多，注重从销售额、利润等绝对性指标和资产收益率、销售增长率、投资回报率等相对指标去测量创业成长水平。也有学者认为创业成长水平可以通过主观绩效和客观绩效两大部分进行测量，但基于一些企业不愿意透露自身的财务状况、无法获取真实的财务数据现状，学术界更倾向于应用主观性、满意性、成功性等指标测量企业的绩效，如沈超红等提出用员工满意度测量企业的成长状况等。一般意义上企业成长的测量方法和指标也适合大学生新创企业。创业成长作为大学生创业活动评价的重要指标，本研究依据国际通行的做法，运用创业绩效来表征创业成长的质量；结合高校大学生创业的实际，重点研究初创期的大学生创业企业成长情况。

创业动机是促使那些已拥有创业基本条件，同时又具有一定创业能力的创业者能够真正实现创业的驱动力量。众多学者对创业动机的内部因素进行了广泛探讨，代表性的成果有唐纳德·库拉特科（Donald F. Kuratko）等提出的四因素结构模型，他们认为创业动机包括外部报酬、独立/自主、内部报酬、家庭保障四大维度。也有学者从个人动机、科学知识、资源可获得性、孵化器组织和社会环境五方面对创业动机进行了测量。通常情况下，创业动机以“自我效能感”和“目标导向”来进行衡量。对于大学生创业动机而言，代表性的成果有：朱贺玲等提出了低级、中级和高级需求动机；汪志刚等认为大学生创业动机包含现实追求、崇高追求、精神追求三个维度；张凯竣等指出大学生创业动机包括精神动机、名利动机和责任动机三个维度；高日光认

为大学生创业动机可包括追名求富、自我实现、家庭影响和社会支持四个维度。本研究立足高校创业教育实际，将创业动机定义为创业者在高校创业期间，对未来进行更加长久的创业行为的坚定信念，并善于充分整合校内外创业资源，待机会成熟时进行创业。

研究目的

1. 创业特质与创业动机影响关系。

心理学较早对创业特质进行了研究。心理学认为创业者具有强烈的自我控制能力、风险意识等特质，创业者个体特征在行为心理学方面对创业动机产生影响，只有当一部分人具有一些特殊的心理倾向，从而形成某种企业家特质，并贯穿于创业过程时，才能最终实现创业活动。史容等指出创业的选择与否会受到个体自我效能感的重要影响。塞森（Harun Sesen）认为创业者的动机会随着个体的自我效能感与内在控制倾向的增强而逐渐提升。李爱国等认为创业自我效能可直接影响大学生的创业动机。众多学者利用自我效能、成就需求、控制倾向等因素来表征创业特质。本研究充分借鉴这一研究成果进行本土研究，并由此提出如下假设：

假设 1：创业特质正向影响创业动机。2. 创业能力与创业动机影响关系。

创业能力的强弱可以直接影响创业动机，如理查德·博亚特兹（Richard E. Boyatzis）提出了能力理论，认为创业能力蕴含在创业行为之中，并通过行为最终影响创业动机。创业是一项复杂的活动，创业者为应对创业过程中的问题，需要发展必要的创业能力，如沟通能力、创新能力等，这些创业能力能够增强创业动机。针对大学生创业者而言，其在高校会得到充分的创业实践锻炼，不断增强创业者开创新事业的动机水平。由此，本研究根据创业能力的普遍应用原理提出如下假设：

假设 2：创业能力正向影响创业动机。3. 创业环境与创业动机影响关系。

当前，新一代人工智能、大数据等产业与传统产业交融，国家大力扶持互联网经济，高校广泛开展创新创业教育，营造创业氛围。这为当前有创业意愿的大学生从事创业活动提供了更多的机遇和可能。大量文献证实环境对创业动机具有影响。如芭芭拉·博德（Barbara J. Bird）等提出增强创业动机的根本途径是创建适宜的社会氛围并完善其政治和文化背景；铃木（Kan-ichiro Suzuki）等则认为创业动机是个体与环境共同作用的结果，比如文化、资源、能力等都影响着创业动机。由此本研究提出如下假设：

假设 3：创业环境正向影响创业动机。4. 创业动机与创业成长影响关系。

创业动机与创业绩效具有紧密的联系，动机水平越强，创业者学习的意愿、从事创业活动的意志越坚强，越是容易促进创业成长。如徐占东等研究发现创业者的动机正向影响创业绩效；史蒂芬妮·克劳斯（Stefanie I. Krauss）等以 248 位南非的成功企业家作为样本同样得到了该结论。由此本研究提出如下假设：

假设 4：创业动机正向影响创业成长。5. 创业特质与创业成长影响关系。

创业者特质是创业者本身的特性，这种特性与企业的绩效水平是高度相关的。弗雷德·鲁森斯（Fred Luthans）等探讨了自我效能感与工作绩效关系的 114 项研究。李永周等基于科技创业人才的孵化网络视角认为创业效能感对创业绩效具有较强的影响关系。艾哈迈德（Sharf U. Ahmed）也证实了创业绩效与内控制源的相关关系。刘追等认为中小企业创业绩效水平受到创业者个人特质的影响。综合国内外学者的观点可知，创业者成就事业水平、内控制源、成就需要与新创企业绩效存在正向关系。由此本研究提出如下假设：

假设 5：创业特质正向影响创业成长。

2. 创业能力与创业成长影响关系。

创业能力对创业绩效影响极为显著，这是创业理论与实践都普遍认同和接受的结果。创业者的社会网络联络强度、数量对新创企业绩效呈显著正相关关系。盖伦·钱德勒（Gaylen N. Chandler）等认为机会识别和资源整合能力可以促进创业绩效提升。陈旭阳等认为创业绩效的优劣会因为大学生异质化能力的高低而呈现不同成果。吴挺等认为新创企业绩效的衡量标准更大程度上体现在其在互联网时代背景下获取、处理及运用信息的能力。由此本研究提出如下假设：

假设 6：创业能力正向影响创业成长。

3. 创业动机中介效应。

个人特质、能力与环境的变化影响着创业绩效提升。动机是最主要的激励因素，如果创业意愿不显著，即使潜在的创业能力极高，外在的创业环境非常完善，也不会形成较好的创业绩效。苏晓华等认为追求非营利性的成就感通过创业动机更倾向于获得较高的创业绩效。因而，创业动机作为创业绩效重要的激励因素，在外在因素向行为与绩效间转化过程中发挥着重要的传导作用。由此本研究提出如下假设：

假设 8：创业动机在创业特质、创业能力和创业环境影响创业成长过程中发挥中介传导作用。

研究方法

本研究参考唐纳德·库拉特科（Donald F. Kuratko）的创业动机模型，结合大学生创业实践的特征与规律，系统化设置了创业者内在和外在的影响因素。内在的因素主要考察创业者自身的创业特质、创业能力，外在的因素主要考察环境因素。这些因素对大学生创业动机及其成长水平具有直接或间接的影响，由此本研究构建了创业动机在创业成长影响因素中的中介作用理论模型（见图 1）。

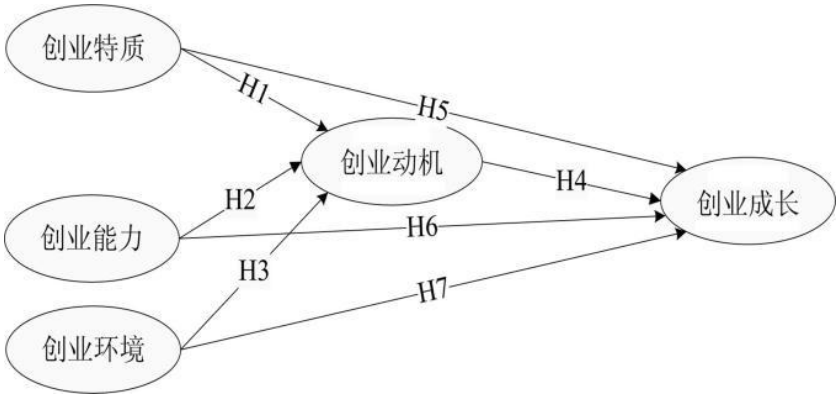


图 1 大学生创业动机与创业成长影响因素理论（初始）模型

根据理论模型，本研究对上述变量提出如下关系：大学生创业动机的系统化影响因素为创业特质、创业能力和创业环境；大学生创业动机在创业特质、创业能力和创业环境影响大学生创业成长过程中发挥中介传导作用；大学生创业成长受到创业动机、创业特质、创业能力和

创业环境等多重因素的影响。

为确保测量量表的信度和效度，本研究主要借鉴国内外知名学者使用的较为成熟的测量题项，并根据大学生新创企业负责人的实际情况，对成熟测量题目进行修正。问卷设计采用李克特 5 级量表。

1. 创业特质。

本研究参考罗伯特·班杜拉（Albert Bandura）、陈巍等的结论，应用创业自我效能感和成就动机水平对创业特质进行测量。

2. 创业能力。

本研究参考万颖恩（Thomas W.Y. Man）等学者观点，主要应用机会识别、领导管理、创新能力来测量创业能力。

3. 创业环境。

本研究参考仲伟伫、孟凡臣等学者观点，应用高校创业教育、政策扶持以及创业文化环境测量创业环境。

4. 创业动机。

本研究参照多变量测量方法，参考张凯竣等的结论，应用生存、成就和责任等题目测量创业动机。

5. 创业成长。

创业绩效是衡量创业成长的主要指标，本研究参考扎赫拉（Shaker A. Zahra）等学者观点，应用成长性绩效和满意性绩效指标测量创业成长水平。

本研究面向中国上海市大学生创业教育示范校以及市级大学生创业示范基地内的创业者进行预调查,主要通过访谈和问卷了解大学生创业动机及其成长情况。本研究发放调查问卷 300 份，回收 283 份，最终形成有效问卷 269 份。在大学生创业者方面，男性占 68%，户籍处在东北地区的创业者占 65%，本科学历占 60%，有创业大赛经历的占 50%，有创业实践经历的占 90%。在大学生新创企业方面，企业成立时间 1 年以上的达 85%，中小型企业达 95%，企业人数 15 人以内的占 90%。60%的企业负责人表示对新创企业的绩效感到满意。

研究结果

本研究将 269 份有效样本数据分别在大学生创业动机及影响因素、大学生创业成长两方面测量题目的得分进行加总，求出量表总分并进行排序，并将前 27%和后 27%的样本进行独立样本 t 检验，由此删除决断值不显著的 1 个测量题项（我能对公司战略作出正确决策）。

本研究应用 Cronbach′s a 对各潜变量的信度进行检验，结果显示所有潜变量的 a 值大于临界值 0.7，证明预调查量表具有较高的内部一致性，表明潜变量信度较好（见表 1）。

表 1 潜变量测量题项及预调查信度

潜变量	编号	测量题项	a
创业特质	tra1	我是一个坚强的人	0.811
	tra2	能处理创业中难点问题	
	tra3	能做很多综合事务	
	tra4	面对困难会尽力而为	
	tra5	为自己工作感到成就感	
	tra6	积极做有意义的事	
创业能力	abi1	能发现有发展潜力的行业	0.801
	abi2	能发现行业内良好的契机	
	abi3	有较强的团队协作能力	
	abi4	能带领团队实现创业目标	
	abi5	创新市场营销过程	
	abi6	产生新的经营理念	
创业环境	env1	创业活动激发了创业兴趣	0.799
	env2	创业课程影响了我创业	
	env3	政府提供了无偿资金资助	
	env4	创业融资渠道畅通	
	env5	政府推行大众创业	
创业动机	mot1	解决就业问题	0.778
	mot2	提高工资待遇	
	mot3	提高自身社会地位	
	mot4	获取资产与财富	
	mot5	为社会提供服务	
	mot6	为公司发展负责	
创业成长	gro1	有较强获利能力	0.832
	gro2	总营业收入增长快	
	gro3	员工增长快	
	gro4	个人对创业事业满意	
	gro5	员工对公司发展较满意	

正式调查对象均为上海市大学生创业示范基地的在校大学生创业者,本研究选取了上海大学、上海海事大学、华东政法大学、上海师范大学、上海财经大学、上海理工大学、上海立信会计金融学院等 30 余所市内本科院校进行数据收集,样本均为各高校创业基地的大学生新创企业负责人。

本研究调查时间为 2019 年 3 月至 2019 年 10 月。在调查过程中，本研究主要通过各高校团委委托调查、科研团队现场调查等方式进行，利用纸质问卷和网络问卷以随机方式进行发放。调查对象锁定为大学生新创企业负责人。历时半年时间，课题组先后发放 600 份问卷，收回 489 份问卷，剔除漏项较多、填写不符合事实的无效问卷，最终有效问卷为 418 份。其中，男性占 61.48%; 本科学历占 73.92%; 企业成立时间 1 年以内的占 82.3%; 小微型企业占 76.80%; 创业者所学专业主要为经管和理工类，占 66.03%；企业人数为 15 人以下的占比为 82.78%，详见表 2。

本研究重在探索创业动机的中介效应，采用依次检验法进行检验。本研究首先检验创业特质、创业能力和创业环境对创业动机和创业成长的影响关系，结果表明假设 1、2、3 和假设 5、6、7 均显著通过，实证结果详见表 3、表 4 和图 2。

表 2 样本基本情况

类别		频数	频率（%）	类别		频数	频率（%）
创业者性别	男	257	61.48		文化	43	10.29
	女	161	38.52		法律	9	2.15
					经管	118	28.23
	本科	309	73.92	创业者专业	理工	158	37.80
创业者学历	硕士	41	9.81		农医	16	3.83
	博士	3	0.72		人文	49	11.72
	大专	65	15.55		其他	25	5.98
	0.5 以下	212	50.72		1～5	228	54.55
	0.5～1	132	31.58		6～15	118	28.23
企业年限	1～2	57	13.64	企业人数	16～25	50	11.96
	2～4	9	2.15		26～50	12	2.87
	4 以上	8	1.91		50 以上	10	2.39
					小型	223	53.35
				企业规模	偏大型	46	11.00
					中型	51	12.20
					偏小型	98	23.45

表 3 结构方程拟合指标

指标	X2/df	RMSEA	TLI	CFI
标准	<5	<0.1	>0.8	>0.8
影响因素至创业成长结果	5.029	0.094	0.721	0.773
	尚可	是	尚可	尚可
影响因素至创业动机结果	5.206	0.096	0.679	0.736
	尚可	是	尚可	尚可
中介效应结果	4.127	0.082	0.731	0.773
	是	是	尚可	尚可

表 4 研究假设通过情况

	假设编号	潜变量关系	Std. Estimate	S.E.	C.R.	P	结果	结论
	H1	创业特质→创业动机	0.135	0.063	2.024	0.043	通过	影响
因素至动机	H2	创业能力→创业动机	0.567	0.083	6.200	***	通过	影响
	H3	创业环境→创业动机	0.496	0.070	6.089	***	通过	影响
	H5	创业特质→创业成长	0.161	0.084	2.449	0.014	通过	影响
因素至成长	H6	创业能力→创业成长	0.524	0.096	6.488	***	通过	影响
	H7	创业环境→创业成长	0.422	0.078	6.284	***	通过	影响
	H1	创业特质→创业动机	0.133	0.064	1.988	0.047	通过	影响
	H2	创业能力→创业动机	0.566	0.081	6.264	***	通过	影响
	H3	创业环境→创业动机	0.501	0.069	6.210	***	通过	影响
中介效应	H4	创业动机→创业成长	0.397	0.144	3.693	***	通过	影响
	H5	创业特质→创业成长	0.110	0.080	1.759	0.079	不通过	不影响
	H6	创业能力→创业成长	0.301	0.116	3.129	0.002	通过	影响
	H7	创业环境→创业成长	0.225	0.092	2.782	0.005	通过	影响

注：P*<0.05；P**<0.01；P***<0.001。

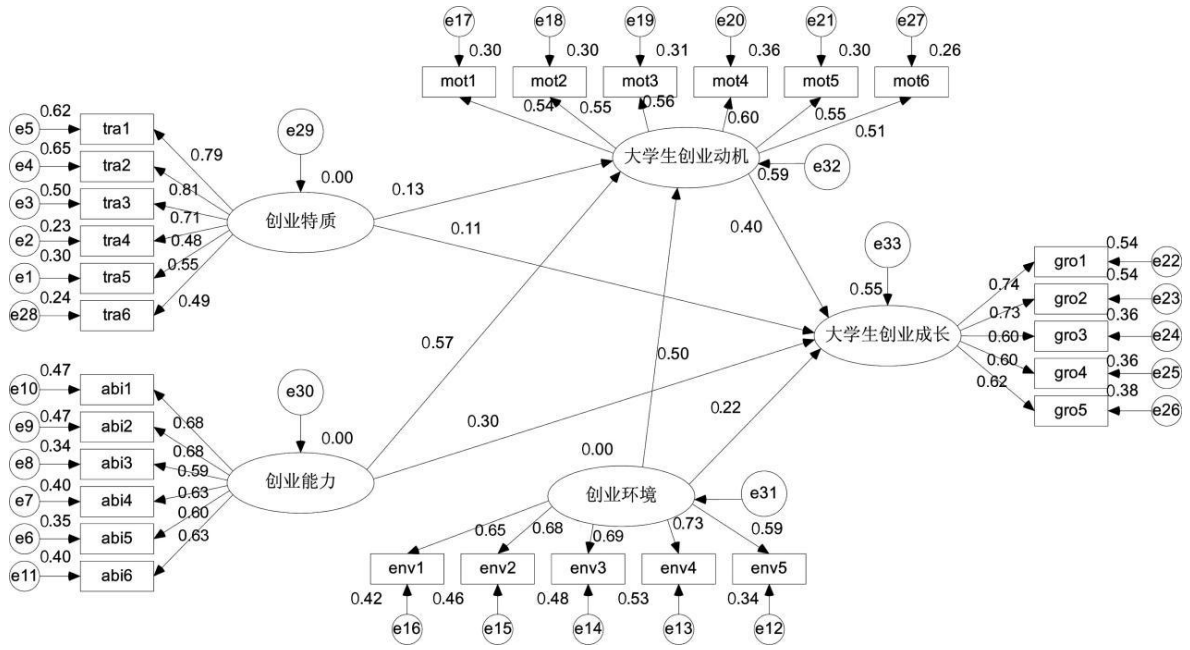


图 2 创业成长视角下大学生创业动机影响因素实证模型

根据实证研究结果，创业特质、创业能力和创业环境对大学生创业成长的影响系数分别为 0.161、0.524、0.422，对大学生创业动机的影响系数分别为 0.135、0.567、0.496，影响关系均为正向显著。在创业动机中介效应全模型检验中，创业动机对创业成长的正向影响系数为 0.397，创业能力与创业成长的影响系数从 0.524 下降到 0.301，而且影响关系为显著通过；创业环境与创业成长的影响系数从 0.422 下降到 0.225，而且影响关系为显著通过，由此证实了创业动机在创业能力和创业环境影响创业成长过程中发挥部分中介效应，证实了创业能力和创业环境的直接效应和间接效应的重要性。创业动机在创业特质影响创业成长中发挥完全中介作用，研究显示，创业者内在特质强并不能直接说明创业企业具有较好的绩效，往往还需要通过创业者的创业动机潜移默化地将特质传导转化为绩效，进而促进企业成长。研究还显示，大学生创业动机的关键影响因素为创业能力，其次为创业环境和创业特质。大学生创业成长受到创业动机、创业能力和创业环境的多重综合影响。

总结与讨论

本研究以大学生创业者为研究对象,证实了事业性动机和责任性动机是大学生创业者创业动机的重要组成部分,这为高校创新创业学院遴选创业学生,开设具有社会性、实践性和企业家精神等特征的创业教育课程提供了理论支持,也为强化学生创业动机,引导学生树立正确的创业观念提供了理论支持。此外,研究显示,大学生创业动机关键影响因素为创业能力和创业环境,其次为创业特质,这说明大学生在校创业期间创业能力和创业环境具有同等的重要性。

研究显示,创业动机在创业特质影响创业成长中发挥完全中介作用,创业动机在创业能力和创业环境影响创业成长中发挥部分中介作用,充分证实了创业动机的强势中介与传导作用,从而揭示出创业者内在和外在的因素更有赖于创业动机的中介传导,拓展了创业动机对创业成长

研究的范畴,突破了特质论、能力论、环境论等单一研究成果对创业成长驱动的结论,开拓了创业能力理论和创业动机理论耦合的理论增长点。创业动机的中介研究成果为高校创业教育培养大学生内生创业意愿、提升学生创业综合能力素质、优化扶持学生创新创业政策提供了理论依据。

研究显示,驱动大学生创业成长的关键要素依次为创业能力、创业环境和创业动机,影响系数分别为 0.528、0.420、0.397,揭示了影响因素对创业成长作用机理的差异性。研究显示,大学生创业成长质量是创业动机、创业能力、创业环境三重因素综合作用的结果,其中创业能力是最重要的因素,突破了以往因素对创业成长影响的研究限制。此外,本研究证实了创业动机是创业成长的重要前因变量,创业特质、创业能力和创业环境等因素都可以经由创业动机转化为企业成长的绩效,这为新创企业克服“新创缺陷”、促进企业可持续成长提供了理论依据。

本研究对新创企业实践具有较强的指导价值。第一，要健全大学生创业动机的强化机制。创业动机是枢纽,更是转换器,大学生创业动机的中介传导效应极为显著,大学生创业者的自我效能、内在控制源、成就需求以及高校、政府、社会的创业政策支持,都需要通过创业者的创业动机方能转化为创业绩效。

第二，要优化政校融合的创业支持环境。创业是一项开放的、系统化工程,需要高校、政府、社会以及企业的深度参与。根据上述研究结论,创业环境对创业动机有较大的影响,创业环境是创业者动机强化和创业成长的直接和间接影响因素。

第三，要建立健全以提升创业能力为核心的创业教育体系。相比创业特质和创业环境,大学生创业能力在强化大学生创业动机和推动大学生创业成长方面发挥着核心和牵引作用。根据创业能力的测量题目可以看出,高校要大力提升大学生的机会识别能力、创新能力和领导管理能力。

本研究也有一定局限性，主要表现在创业特质、创业学习与新创企业绩效间关系的分析过程，没有交互效应对新创企业绩效的影响。 此外，本次抽样调查数据仅限于中国上海地区大学生创企业者，未来可以扩大样本覆盖面，获得持续追踪数据以验证理论成果适用的广度。

参考文献

Basardien, F., Friedrich, C., & Parker, H. (2013). The relationship between planning strategies and entrepreneurial success for start-up entrepreneurs in the Western Cape, a psychological approach to entrepreneurship. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, *14*(4), 281-288.

Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of applied psychology*, *89*(4), 587-598.

Bhave, M. P. (1994). A process model of entrepreneurial venture creation. *Journal of business venturing*, *9*(3), 223-242.

Bird, B., & Schjoedt, L. (2009). Entrepreneurial behavior: Its nature, scope, recent research, and agenda for future research. In *Understanding the entrepreneurial mind*.327-358.

Boyatzis, R., & Boyatzis, R. E. (2008). Competencies in the 21st century. *Journal of management development*.

Chrisman, J. J., Bauerschmidt, A., & Hofer, C. W. (1998). The determinants of new venture performance: An extended model. *Entrepreneurship theory and practice*, *23*(1), 5-29.

Govindarajan, V. (1988). A contingency approach to strategy implementation at the business-unit level, integrating administrative mechanisms with strategy. *Academy of management Journal*, *31*(4), 828-853.

Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Naffziger, D. W. (1997). An examination of owner's goals in sustaining entrepreneurship. *Journal of small business management*, *35*(1),124-133.

Morales-Gualdrón, S. T., Gutiérrez-Gracia, A., & Dobón, S. R. (2009). The entrepreneurial motivation in academia, a multidimensional construct. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *5*(3), 301-317.

Murray, G. (1996). A synthesis of six exploratory, European case studies of successfully exited, venture capital-financed, new technology-based firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *20*(4), 41-60.

Olson, P. D., & Bosserman, D. A. (1984). Attributes of the entrepreneurial type. *Business Horizons*, *27*(3), 53-56.

Sesen, H. (2013). Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students. *Education+ Training*.

Suzuki, K. I., Kim, S. H., & Bae, Z. T. (2002). Entrepreneurship in Japan and Silicon Valley, a comparative study. *Technovation*, *22*(10), 595-606.

Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research, A comparison of approaches. *Academy of management review*, *11*(4), 801-814.

段锦云, 王朋, & 朱月龙. (2012). 创业动机研究, 概念结构, 影响因素和理论模型. *心理科学进展*, *20*(5), 698-704.

李爱国, & 曾宪军. (2018). 成长经历和社会支撑如何影响大学生的创业动机?. *外国经济与管理*, *40*(4).32-40.

沈超红, & 罗亮. (2006). *创业成功关键因素与创业绩效指标研究*, 博士学位.中南大学.

史容, 傅利平, & 殷红春. (2016). 创业效能感对创业意向的多重效应——不同创业动机中介作用的比较. *天津大学学报 (社会科学版)*, (03), 231-236.

汪志刚, 孙超平, & 韩恩恩. (2012). 大学生创业动机观察与创业收益代价研究—基于对安徽两所工科院校的调研分析. *合肥工业大学学报 (社会科学版)*, *26*(1), 156-160.

徐占东, 梅强, 李洪波, 杨道建, & 李慧. (2017). 大学生创业环境, 创业动机与新创企业绩效关系研究. *科技管理研究*, *37*(19), 147-154.

朱贺玲, & 周霖. (2010). 大学生创业动机的性别差异实证研究-以厦门大学为例. *高等理科教育*, *2010*(4), 68-71.

基于第三方平台模式的供应链金融对中国中小企业融资影响研究

Research on the Impact of Supply Chain Finance Based on the Third party platform Model on Financing Performance of SMEs In China

郑军海

JunHai Zheng

正大管理学院

Panyapiwat Institute of Management, Thailand

***Corresponding author:** Junhai Zheng, **E-mail:** zhengjunhai@163.com

摘要

中小企业是一个国家经济发展和社会稳定的重要力量，但融资困难制约中小企业的发展。实践证明，供应链金融能够有效缓解融资约束，已成为支持中小企业融资的重要手段。近年来，随着人工智能、区块链、云计算、大数据、物联网等金融技术的应用和发展，以专业平台为中心的供应链金融应运而生。目前中国“三期叠加”经济新常态下，通过研究基于第三方平台模式的供应链金融运作机制，尤其是中小企业融资效率的提升影响因素，对于创新供应链金融理论和解决金融服务实体经济的社会实践两个方面都是一个有意义的重要课题。本文通过综合分析相关领域的研究和调查问卷获取第一手资料，采用实证方法对供应链金融、信任关系与中小企业融资效率之间的关系进行了研究。结果表明，第三方平台模式的供应链金融显著提高中小企业融资效率，信任关系作为中介机制，在促进供应链金融、中小企业融资效率方面发挥着重要作用。

关键词： 供应链金融 中小企业融资 第三方平台模式 信任关系

Abstract

Small and medium-sized enterprises are an important force for the economic development and social stability of a country, but financing difficulties restrict the development of small and medium-sized enterprises. Practice has proved that supply chain finance can effectively alleviate financing constraints and has become an important means to support SMEs' financing. In recent years, with the application and development of artificial intelligence, blockchain, cloud computing, big data, Internet of things and other financial technologies, supply chain finance with professional platform as the center came into being. At present, under the new normal of China's "three-stage superposition" economy, it is a significant and important topic to study the supply chain financial operation mechanism based on the third-party platform mode, especially the factors that affect the improvement

of financing efficiency of small and medium-sized enterprises, for the innovation of supply chain financial theory and the solution of social practice of financial service real economy. In this paper, first-hand information is obtained through comprehensive analysis of related research and questionnaire, and empirical method is used to study the relationship between supply chain finance, trust relationship and financing efficiency of SMEs. The results show that the third-party platform model of supply chain finance significantly improves the financing efficiency of SMEs, and trust relationship as an intermediary mechanism plays an important role in promoting the financing performance of supply chain finance and SMEs.

Keywords: supply Chain Finance, financing of Small and Medium-Sized Enterprises, the third-party platform mode, trust Relationship

引言

随着中国经济“三期叠加”现象的不断加剧，中国中小企业融资问题愈发明显。宋华（2017）认为，信息不对称是造成中小企业陷入融资困境的最主要原因。供应链金融为融资双方信号传递提供了有利的环境，有效降低了融资活动中信息展示、搜寻与解读的成本和难度。传统供应链金融模式在一定程度上改善了金融机构与企业间的信息不对称程度，但是由于信息孤岛的存在，中小企业融资难的困境仍未解决。陈栋（2011）认为如果供应链成员间没有建立信任机制，他们通常会因交易信息的保密性而避免企业间信息的交流，从而影响服务提供商对中小企业的金融服务额度。基于第三方平台模式的供应链金融是通过独立、专业的服务平台将众多的产业企业、金融机构和其他参与方整合在了一起，能够更为有效地形成供应链金融服务市场，打破了由核心企业垄断产业信息导致的信息不对称问题。当前，如何结合供应链金融平台系统运作机制，研究供应链金融、信任关系与中小企业融资效率的关系，解决中小企业融资困境是一项重要课题。

研究目的

文以供应链金融对中小企业融资影响因素作为研究对象，以信任关系为中介变量，沿着供应链金融—信任关系—中小企业融资效率的研究主线，理清各变量之间的关系，揭示平台型供应链金融对中小企业融资效率影响机制。

从学位论文类、期刊类、著作类、和报纸以及网页新闻类等多方面收集研究资料，共查阅 50 多本书籍、300 多篇论文。

通过对第三方供应链金融服务平台（中企云链、联易融数科和网盛等三方供应链）的实地访问，获得了大量的平台数据，并积累了大量的信息。

通过走访银行、核心企业、中小微企业，获得一些相关的研究现状和研究意义，以及与研究内容有关的大量一手资料，为本研究奠定了坚实的基础。

文献综述

目前，供应链金融发展经历了三个阶段。一是银行主导的线下供应链金融模式，银行依托核心企业的信用，核心企业担保作为风险控制手段，为其上下游企业提供融资支持。第二，银行通过电子化等技术手段将供应链的上下游和其他参与者的 ERP 端口连接起来，银行与供应链参与者共同合作提供金融服务，即线上供应链金融模式。第三阶段则是以平台为显著特征，资金供给方、供应链参与者和平台的建设者充分发挥金融科技作用，通过大数据风控建模来提供综合性金融服务。

平台供应链金融广泛应用于国内外实践，但理论研究滞后。Hofmann（2005）认为，第三方的供应链金融服务提供商（如第三方物流企业）将继续推动促进供应链金融，供应链金融平台将是未来的一个供应链金融的发展趋势。Atkinson（2008）指出，供应链金融平台是集买方、供应商和金融服务提供商的服务和技术于一体的融资解决方案，强调平台中的第三方金融是供应链金融的重要组成部分。chen（2011）研究了一个由供应商、银行、第三方物流和零售商组成的具有预算约束的扩展供应链模型，比较了零售商的从银行贷款的传统融资方式和第三方物流平台获取商业信用的供应链融资方式，分析了供应链金融平台对供应链参与者及整个供应链创造的价值。Xu 等人(2014) 构建 Shapley 模型，研究第三方平台的供应链金融主体收益分配问题；Zhao J、Duan Y(2016) 则构建三方博弈模型探讨了供应商、零售商和金融服务提供商利益协调机制。

近年来，国内供应链金融平台的发展迅速，一些电子商务平台与金融机构合作，业务范围扩大到金融领域，并在电子商务服务功能的基础上进一步提供了供应链金融服务。何昇轩、沈颂东（2016）针对第三方 B2B 平台的线上供应链金融，探讨了其风险评估以及如何提升风险管理水平等问题；史金召等（2015）以线上供应链金融环境下的银行与 B2B 平台为研究对象，提出了双方建立有效激励契约的路径与方法；赵金实等（2016）结合第三方平台供应链金融情境，针对双渠道供应链情形，提出了其合理协调机制。邹小红、陈金龙、占永志（2018）研究了平台主导型供应链金融当中的主体收益，平台型供应链金融指的是通过基于互联网技术搭建的第三方平台组织或进行供应链金融行为。通常情况下，第三方平台主要包括各种电子商务平台、物流企业、政府采购平台、供应链管理公司、核心企业自建平台，等等。

从目前国内外的研究来看，早期的研究主要局限于对供应链金融平台参与者的利益协调机制和风险管理水平的阐述。基于平台经济理论的供应链金融研究尚处于起步和探索阶段。

供应链金融与中小企业融资绩效研究，Pfohl 等人(2009)通过构建供应链金融框架和运用数学模型来解释融资成本率，探讨供应链相关的资金流动。Moritz Leon Gomm（2010）总结了前人的研究，他结合 EVA 模型，提出可以从 EVA 的角度，以时间、资金总量、资金成本为三个维度，评价供应链金融对公司财务的影响，以此评估供应链金融的绩效。熊熊、马佳等(2009)运用主成分分析法提取影响供应链金融风险因素的主因子，构建 Logistic 回归模型进行影响分析。通过比较企业的各个融资因素，在供应链金融中，企业信用水平的重要性得到了显著提高。张伟斌与刘可(2012)采用全国性指标考察供应链金融的运行情况，构建现金一现金流敏感性模型，引入数据后发现中小企业的现金-现金流敏感性较明显，认为供应链融资发展有助于中小企业融资约束的化解。顾群(2016)从宏观角度的企业产权与金融发展出发，研究并发现科技型中小企业随着研发支出的增加，其现金流也发生了显著变化，具有研发投资-现金流敏感性，而供应链金融有助于降低这种敏感性。宋华等人（2017）从供应链管理能力、信息不对称与融资绩效之

间的关系研究发现，分销运营能力、需求管理能力对融资绩效有显著的正向影响，信息不对称在供应链管理能力和融资绩效之间发挥着不完全的中介作用。

信任理论最早由西美尔提出，以互动为出发点用以阐述人与人之间形成复杂关系的社会。关于信任的专门研究最早开始于社会学和心理学，但凭借它的多属性特征，近年来经济学界、组织行为学界和营销界也逐渐上升对其的关注。并且来自各个领域的学者们结合他们的实际研究问题对定义信任给出了差异性的释。信任多元化定义导致研究科学问题混淆不清，只有明确了研究对象的学科领域和内涵，研究才具有科学性和针对性。因此，综合比较和吸收不同学科关于信任的若干定义，本文将信任定义为两方甚至多方主体在供应链金融平台系统的特定环境下进行的规避风险的预期选择行为。

目前学术界对于信任关系的研究非常丰富，许多研究人员基于交易成本理论、社会交换理论、资源基础观等基础理论对制造企业实物供应链的信任进行了大量研究。对于信任影响因素的研究主要从信息技术的基础设施、信息共享的管理方式、以及企业间的契约与承诺、供应商的声誉等方面研究其对实物供应链整合的影响。然而，对于以供应链金融平台为研究对象来研究信任作为中小企业 融资效率的影响因素的理论研究还较少。根据对现在文献梳理，合作伙伴的能力、拥有的资源、过往合作经验、行业的管理经验和知识、管理人员的人际关系等都会影响商业生态系统组织间的信任。基于第三方平台模式的供应链金融，是建立在多边信任基础上的，平台融资双方的基于能力、声誉、制度等维度建立起的信任关系都会对融资效率造成影响。

本文参照以往学者对供应链金融的研究思路，构建平台供应链金融及中小企业融资效率评价指标体系，基于信任关系中介作用，分析供应链金融对中小企业融资效率的影响因素，探究供应链金融对中小企业融资效率的潜在影响。

平台模式是产业发展的革命性趋势，也是世界上最具潜力的商业模式。平台连接上下游、供需双方或买卖双方等多边群体，整合多方资源，设立规则和机制，在开源创新等过程中降低交易成本、分享增值收益的企业实体。平台是一个双边市场经济，具有层次性、零成本复制性、协作共赢、交叉网络外部性、快速成长性等主要特征。

平台发展促进平台经济。平台经济是基于现代信息技术，依靠实体交易场所或虚拟交换空间，吸引相关因素参与，凝聚各方资源，促进双方或多方之间的交易，并创造价值一种新型的经济。平台经济是将传统经济链条式的上中下游组织重构成围绕平台的环形链条，产业链由纵向变成环形，提高了各个环节的产业效率。平台经济具有四个特征，最主要的特征是依靠用户的参与，第二特征是供需信息的精确匹配，第三特征表现为双边市场、交叉网络外部性，第四特征是跨界。

目前，国内供应链金融的概念尚未有明确、统一的定义，一般认为供应链金融是指金融机构将产业核心企业和上下游关联在一起运用各种技术手段提供丰富多样的金融产品的一种金融服务模式。本文研究理论模型中所称的供应链金融是一种基于平台运作的供应链金融模式，平台企业运用互联网、物联网、大数据、区块链等技术手段，搭建跨条线、跨区域、跨部门，政府、企业、金融机构、第三方等广泛参与的产业和金融生态圈，通过供应链金融服务，满足中小企业融资需求，提升和优化供应链，最终实现产业和金融共生共赢。平台供应链金融的运作机制是构建一个基于共生机制的系统，核心是搭建三个共生单元，即金融服务平台、金融技术平台和工业互联网平台。

与传统的供应链金融相比，基于平台的供应链金融具有以下特点: 第一，在推动的主体上，由银行或核心企业主导变成生态和平台的建设者。 第二，在业务流程管理中方面，平台推动主体建立合理的交易和物流规则，维护产业供应链运行秩序。第三，风险控制方面，第一控制供应链运作结构和活动要素; 第二，通过大数据对供应链参与者的信用水平进行评价。 四是融资模式，基于平台的供应链金融将企业的交易数据合理地转化为金融信用，为金融机构实施监测和预警创造了新的条件，为更多的中小企业提供了融资机会和品种。五是平台的开放性，使每个参与者能够更平等地享受供应链金融服务; 六是平台一体化，作为一个多元参与的金融生态系统，形成了一个稳定的供应链金融服务市场。

平台企业通过整合银行、保险公司、金融公司、小额贷款公司、信托、基金、资产管理等众多金融主体，提供应收账款、预付款、存货、信用等丰富的金融产品以及创新的金融工具，构成了金融服务平台生态系统。金融服务平台在产业平台推动下，通过丰富的金融服务，使产业加速现金流，缩短现金流周期，提高资本运营效率。基于第三方平台模式的供应链金融资金服务有三个重要变化：一是供应链金融的服务价值扩大，不仅是融资，更是产业供应链的优化升级；二是金融产品的多元化和金融工具的综合运用，促进了金融端的全面创新，实现了整个供应链资金流的优化；三是资金来源的多渠道化，除银行外，还有其他金融机构提供资金，这使得降低中小企业融资成本成为可能。

金融科技平台通过物联网、区块链、云计算、大数据、电子仓库收据等集成技术，实现供应链底层交互的客观化和业务末端的自治化，使金融行为渗透到多个环节、多级供应链，让更多的中小企业获得融资，体现融资行为的公平性。

基于产业互联的供应链金融科技平台，具有融资品种多样化、资金来源多元化、信用穿透多级性等特点，为众多中小企业及时便捷获得低成本融资成为可能。因此，提出以下假设：

假设 1：基于第三方平台模式的供应链金融对中小企业融资效率有显著的正向影响。

信任是一个存在于许多学科中的概念，作为一种期望，它是在缺乏信息的情况下做出的关于行动的决策。这种缺失，或信任的不完全，必须由社会机制加以补充。卢曼对“系统信任”进行了“二分建构”——人际信任和制度信任。人际信任是建立在水洗程度的基础上，是建立在传统信任上以情感联系在一起的，而制度信任是现代社会的主要沟通方式，是建立在具有法律效力的组织和制度的基础上的。制度信任可减少交易者监督和控制环境的需要，是平台交易双方的重要变量。

产业互联网平台，一方面连接了众多异质主体，形成了相互联系与合作的产业生态，另一方面通过资源与能力的整合，以及协同价值创造行为和良好的生态调节，使组织间的关系由弱变强，从而在业务强结构关系上形成了基于制度的信任。传统的供应链金融依赖的是硬业务结构的金融行为，较少存在纯粹基于信任的金融活动，平台型供应链融资通过平台生态化的产业互联网实现了硬结构与软结构相结合的金融行为，制度信任是基于供应链参与者的共同行为守则、长期合作过程和共享生态而产生，因此，依托借款方声誉和能力产生的金融活动开始出现。可以说，供应链金融平台对促进投融资之间的信任关系有非常重要的作用。

宋华等人（2017）认为，造成中小企业融资难的最主要原因是信息不对称，缓解信息不对称状况，确立信任关系成为解决中小企业融资问题的关键。投资者的信任是基于对交易伙伴和交易平台的可靠性和安全性的判断，并结合个人的主观意识。因此，作为一个交易平台，供应链金融平台的信任度对于稳定供应链成员的交易、提高客户的归属感、形成网络效应具有非

常重要的作用。因此，平台投融资双方的信任关系对于降低中小企业融资信息不对称、提高中小企业融资绩效具有重要作用。

Chen（2011）认为供应链伙伴间的信任关系固然对企业实施供应链整合非常重要，直接影响到伙伴间信息的共享行为。然而，即使在供应链金融服务能力强的情况下，如果供应链成员之间没有信任机制，它们通常会由于交易信息的机密性而避免之间的信息交换，从而影响服务提供商对中小型企业的金融服务能力，进而影响外部整合的效果。所以，基于平台的供应链金融，资金方和融资方没有建立高质量的信任关系，将会大大降低融资安全和融资效率。因此，提出以下假设：

假设 2：信任关系对供应链金融和中小企业融资效率的关系具有中介作用。

研究方法

根据供应链金融、信任关系与中小企业融资效率三个变量关系，本文选取中企云链、联易融、网盛等中国典型供应链金融服务平台作为样本企业。采取调查问卷与实地访谈相结合的方法深入研究，调查阶段为2019 年5 月至2019年8月，调查对象以供应链金融平台高管为主，共发放问卷 200 份，回收 169 份，其中有效问卷 153 份。

变量设计为：（1）中小企业融资效率指标：作为被解释变量，采用获得融资成本的合理性、融资额度的充足性和融资期限的灵活性三个指标来衡量；（2）供应链金融指标：采用供应链金融服务水平即融资能力、风险缓释手段、信用穿透等级等指标来衡量；（3）信任关系指标：采用双边信任程度、双边对平台的信任程度等指标来衡量；（4）控制变量指标：具体选取企业的经营年限、企业规模、主营业务收入、资本结构四个指标组成控制变量，其中资本结构采用股东权益占总资产的比重表示。

由于供应链金融、信任关系、企业管理能力三个指标的子指标都是通过问卷调查收集的，在设计指标问项时，按照调研群体的认可程度，对相应指标依次赋予 5、4、3、2、1 分。主要变量指标的描述性统计结果如后文表 1 所示。

为了实证检验理论假设 1，首先构建基本的计量模型：

$$FINPi=\alpha 0+\alpha 1SCFINi+X\beta+\varepsilon i$$

（1）其中，下标 i 表示横截面；变量 FINP 和 SCFINi 分别为中小企业融资效率和供应链金融服务水平；α0 为常数项；α1 为供应链金融水平变量的对应系数；X 为控制变量构成的向量组；β 为其系数构成的向量组；ε 为模型的残差项。对于控制变量的定义如下：企业经营年限用 YEAR 表示，企业规模用 SIZE 表示，企业主营业务收入用 INCOME 表示，企业资本结构用 STRUCTURE 表示。

为了检验理论假设 2，在上述计量模型的基础上，新引入信任关系变量 TRUST。为了重点体现信任关系的中介作用，设计信任关系和供应链金融的乘积项，于是新构建计量模型：

$$FINPi=\alpha 0+\alpha 1SCFINi+\alpha 2TRUSITi+\alpha 3SCFINi\times TRUSITi+X\beta+\varepsilon' i$$

（2）其中，乘积项 SCFIN×TRUSIT 的系数用于检验信任关系在供应链金融影响中小企业融资效率过程中的中介作用，ε’为模型的残差项。

研究结果

由于本文采用的是问卷调查数据，为了保证研究的科学性，首先对数据进行了信度和效度检验，结果见表 1。

表 1 描述性统计与信度效度检

指标	Cronbach's alpha 值	平均方差提取值	变量的组合信度	CFA 卡方值	平均值	标准差
中小企业融资效率	0.875	0.803	0.937	0.008	16.008	3.617
供应链金融能力	0.829	0.742	0.881	0.004	14.239	2.975
信任关系	0.819	0.728	0.837	0.017	15.541	2.969

根据信度和效度检验结果，所有主要变量的 Cron- bach's alpha 值均大于 0.7，这说明了本文所选变量构成了一定的稳定性。变量的平均方差提取值和组合信度均大于 0.7，CFA 卡方值接近于零，说明所选变量具有较高的效度。在回归分析之前，对主要变量之间的相关性进行了测试，结果见下页的表 2。

如表 2 所示，主要变量之间存在显著的正相关关系，特别是企业融资效率与供应链金融和信任关系之间存在显著的正相关关系。

表 2 主要变量的相关性结果

指标	中小企业融资绩效	供应链金融水平	金融信息量	企业分销运营能力	客户需求管理能力
中小企业融资效率	1.000				
供应链金融	0.523**	1.000			
信任关系	0.319**	0.277*	1.000		

注：**表示 p 值小于 0.01，*表示 p 值小于 0.05。

通过模型(1)，实证检验供应链金融对中小企业融资效率的作用，从而看理论假设 1 是否能得到验证。采用 Eviews 软件，代入样本数据进行横截面 OLS 回归，结果如表 3 所示。

表 3 供应链金融对中小企业融资效率影响的回归结果

	系数值	t 值
SCFINi	1.135***	4.179
YEARi	0.487**	2.198
SIZEi	0.402**	2.355
INCOMEi	0.772***	9.215
STRUCTUREi	0.208***	3.934
R2	0.721	
ADJ-R2	0.698	
F 统计量	14.029	
DW 值	1.084	

注：***表示 p 值小于 0.01，**表示 p 值小于 0.05，*表示 p 值小于 0.1。下表同。

根据表 3 的回归结果，模型的回归拟合效果系数 R2 仅为 0.721。由于本文采用的是横断面数据样本，横断面数据具有很强的离散性，拟合度不高。然而，基于变量系数显著性的检验仍然被接受。供应链金融变量 SCFIN 的系数值为 1.135，而且其对应的 t 统计量达到 4.179，否定其显著的概率值小于 0.01，因此本文认为，SCFIN 的系数是非常显著的。根据这一系数，供应链金融对中小企业的融资效率有显著的正向影响，供应链金融水平每提高 1 个百分点，中小企业融资效率可提高 1.135 个百分点。由此，理论假设 1 得到验证。

通过模型（2），实证检验信任关系在供应链金融与中小企业融资效率间的中介作用，从而验证理论假设 2。仍采用横截面 OLS 回归，模型（2）的回归结果如表 4 所示。

表 4 信任关系中介作用的回归结果

	系数值	t 值
SCFINi	1.119***	3.628
TRUSTi	0.233**	2.087
SCFINi*TRUSTi	0.039***	3.680
YEARi	0.429**	2.331
SIZEi	0.375**	2.258
INCOMEi	0.704***	8.227
STRUCTUREi	0.179**	2.105
R2	0.746	
ADJ-R2	0.721	
F 统计量	27.843	
DW 值	0.970	

与表 3 的结果相比，表 4 引入了平台信任关系、平台信任关系和供应链金融的乘积项两个新变量，这两个变量也得到了理想的回归结果，说明了引入新变量的有效性，提高了模型的拟合度。平台信任关系变量 TRUST 的系数为 0.233，而且其对应的 t 统计量达到 2.087，否定其显著的概率值小于 0.05，因此本文认为，平台信任关系变量变量的系数是较为显著的。根据这一结果，我们可以判断，平台信任关系变量的改善对中小企业融资效率有积极的影响。

平台信任关系变量和供应链金融乘积项的系数为 0.039，t 统计量达 3.68，负概率值小于 0.01，平台信任关系变量在供应链金融与中小企业融资效率的关系中起到了中介作用。换句话说，平台信任关系加强了供应链金融对中小企业融资效率的影响。从而验证了理论假设 2。供应链金融变量 SCFIN 系数的变化进一步证实了这一结论。与表 3 的回归结果相比，表 4 中的 SCFIN 系数较低，因为表 4 分别列出了平台信任关系和供应链金融的乘积项，并且乘积项对应的系数是显著为正的。回到表 3，SCFIN 变量的系数实际上不仅包括供应链金融对中小企业融资效率的影响程度，还包括平台信任关系的存在对中小企业融资效率的促进作用。因此，表 3 中 SCFIN 变量的系数值相比表 4 有所提高。

总结与讨论

本文运用供应链金融理论、平台理论，研究了供应链金融、平台信任关系与中小企业融资效率间的关系。研究结论如下：（1）供应链金融作为新金融时代的创新金融工具，提高了中

小企业的融资效率；（2）平台信任关系作为中介机制，对供应链金融与中小企业融资效率具有显著的促进作用。研究表明，传统供应链金融相对于第三方平台模式的供应链金融，存在的不足之处主要有：第一，银行对供应链条上的中小企业的信贷支持实质上属于间接授信，导致其交易成本增加的同时，还阻碍了供应链价值创造；第二，传统供应链金融对核心企业的依赖度过高；第三，链式的金融运营模式难以有效聚合物流、信息流、资金流等重要资源，从而导致资本流通受限，无法带动联动企业或行业，大大降低了金融效率。基于第三方平台模式的供应链金融的主要影响在于发挥第三方平台的信息优势，联结中小企业，金融机构和物流企业，打破彼此间的壁垒，通过信任关系的调节作用减少信息不对称尽可能地降低道德风险和信用风险，有效的对供应链上的信息，资金和物流进行综合，进而使中小企业得到融资的支持，提升其融资效率与能力。

大部分学者侧重于研究供应链金融对中小企业融资的直接影响，很少考虑中间变量信任的影响作用。本文以信任关系作为中间变量研究供应链金融对融资效率的影响，完善了已有的供应链金融理论。但是本文研究对象仅限于供应链金融平台服务企业，未从核心企业、中小企业、物流公司等 平台其他参与方的视角探讨供应链金融、信任和融资效率的相互影响机制，存在一些不足，有待进一步完善。

参考文献

Atkinson, W. (2008). Supply chain finance: The next big opportunity. *Supply Chain Management Review*, *12*(3), 57-60.

Chen, X., & Cai, G. G. (2011). Joint logistics and financial services by a 3PL firm. *European Journal of Operational Research*, *214*(3), 579-587.

Hofmann, E. (2005). Supply chain finance: some conceptual insights. *Beiträge Zu Beschaffung Und Logistik*, 203-214.

John Mathis, F., & Cavinato, J. (2010). Financing the global supply chain, growing need for management action. *Thunderbird International Business Review*, *52*(6), 467-474.

Pfohl, H. C., & Gomm, M. (2009). Supply chain finance, optimizing financial flows in supply chains. *Logistics research*, *1*(3-4), 149-161.

顾群. (2016). 供应链金融缓解融资约束效应研究——来自科技型中小企业的经验证据. *财经论丛*, (05), 28-34.

胡卉, 胡大伟, & 陈栋. (2011). 面向供应链协同的实体关联稳定性. *工业工程*, *14*(5), 31-35.

宋华, 陈思洁, & 于亢亢. (2018). 商业生态系统助力中小企业资金柔性提升, 生态规范机制的调节作用. *南开管理评论*, *21*(3), 11-22.

宋华, 卢强, & 喻开. (2017). 供应链金融与银行借贷影响中小企业融资绩效的对比研究. *管理学报*, *14*(6), 897-901.

熊熊, 马佳, 赵文杰, 王小琰, & 张今. (2009). 供应链金融模式下的信用风险评价. *南开管理评论*, *12*(4), 92-98.

张伟斌, & 刘可. (2012). 供应链金融发展能降低中小企业融资约束吗?——基于中小上市公司的实证分析. *经济科学*, (*3*), 110-117.

赵金实, 段永瑞, & 霍佳震. (2016). 第三方平台供应链金融环境下双渠道供应链协调机制对比研究. *工业工程与管理*, *21*(3), 32-39.

邹小红, 陈金龙, & 占永志. (2018). 福建产业整合, 升级及金融支持. *科技与经济*, (01), 1-5.

网站关系强度对网络口碑效应的影响研究——以信源可信度为中介

RESEARCH ON THE IMPACT OF WEBSITE RELATIONSHIP STRENGTH ON ONLINE WORD OF MOUTH——THROUGH SOURCE CREDIBILITY

赵紫薇

ZIWEI ZHAO

泰国正大管理学院

Panyapiwat Institute of Management, Thailand

*Corresponding Author: SHENGLONG HAN, **E-mail:** ziwei2yf@126.com

摘要

本文以小红书用户群体为样本，基于 Brown 等学者提出的在线社交网络框架（OSN）理论对社交媒体电商平台网络口碑效应进行研究。提出在线社交电商中消费者与网站关系强度对消费者行为意愿产生影响，且信源可信度在其中起到中介作用。本文通过问卷星发放问卷的方式进行数据采集，回收有效样本 688 份，并运用 SPSS23.0 软件及 SPSSAU 在线分析工具进行实证分析。分析包括数据信度效度检验、相关性分析以及回归分析。验证了消费者网站关系强度对消费者行为意愿产生直接影响，且信源可信度在其中起到部分中介作用。

关键词： 网站关系强度　信源可信度　消费者行为意愿　网络口碑效应

Abstract

This article uses the Xiaohongshu user group as a sample to study the online word-of-mouth effect of social media e-commerce platforms based on the online social network framework (OSN) theory proposed by Brown and other scholars. It is proposed that the strength of the relationship between consumers and websites in online social e-commerce has an impact on consumers' willingness to act, and the credibility of the source plays an intermediary role in it. In this paper, the questionnaires were used to collect data, and 688 valid samples were recovered. SPSS 23.0 software and SPSSAU online analysis tools were used for empirical analysis. Analysis includes data reliability and validity tests, correlation analysis, and regression analysis. It is verified that the strength of consumer website relationship has a direct impact on consumers' willingness to act, and the source credibility plays a part of the mediating role.

Keywords: website relationship strength, source credibility, consumer willingness, online word of mouth effect

引言

随着“互联网+”战略的进一步发展，不仅改变了人类的生活方式，也带来了新的商业模式和经济生活方式。基于互联网的电子商务随着技术的成熟而迅猛发展，成为众多企业新的经济增长点。社交电子商务的出现符合经济、科技发展趋势，是当下营销研究的新领域。

网络口碑效果的探讨在社交电商的探讨中最受关注的议题。社交电商存在基础就在于消费者的在线口碑评论。社交电商作为颠覆消费习惯的商业模式，与以往的商业模式最大的不同就在于产品与消费者的隔离。消费者无法像线下购物一样通过视觉、触觉等直观感受对产品进行评价，消费者能够依靠做出判断的最大依据就是在线的口碑评价。通过在社交电商平台上的网络口碑评论使消费者获得对品牌、产品的认知、态度，从而促使消费者做出购买或参与口碑传播的行为。

Godes & Mayzlin (2004)认为网络口碑作为口碑传播的一种新形式，是消费者发布在网络上的，以文本形式为主的对产品的评价，这些评价既包括对产品的赞美或者抱怨，也包括个人对特定产品的购买或使用感受等。网络口碑允许消费者与他人进行社会化交互，彼此交换产品的相关信息，通过网络媒介进行对话并做出明智的购买决定 (Blazevic, 2013; Novak, 1996)。

口碑效果是口碑对消费者行为的各个方面的影响，它是指口碑改变消费者态度与行为的能力。口碑对消费者的购买行为、购买意愿、品牌选择、品牌转换意愿以及品牌认知、评价等都有影响,而这种影响力的大小又受到许多因素的影响，并通过不同的途径产生作用。

研究目的

较之以往的网络口碑探讨，社交媒体电商环境中的口碑有其新的特点与不同之处。在以往的网络口碑研究中，少有针对在线社交网络结构的研究，有学者将平台在网络口碑传播过程中的重要性进行研究,如 Chen & Wells（1999）提出口碑参与者对于口碑平台的态度会影响口碑传播效应。但少有将影响网络口碑传播效果的网络结构要素进行整合研究。2008 年 Brown 等学者基于对信源可信度的重新定义提出了在线社交网络框架理论并提出新的网络口碑效应模型，该理论认为在网络口碑传播中，消费者是通过在网络平台上发布信息、与网络平台建立关系，而不是直接与其他消费者产生直接的口碑传播行为。所以，他认为，传统口碑探讨的消费者关系强度并不能够解释在社交网络框架下的新的网络口碑传播行为及其效果。本研究基于这一理论提出，网站关系强度对消费者行为意愿产生影响，信源可信度在其中起到中介作用。验证新的网络环境下网络结构要素对网络口碑效应的影响。

文献综述

纵观过去十年对网络口碑影响力的相关文献，可以看到网络口碑效果研究的内容、方法以及研究重点的变化。

最初的网络口碑研究主要关注网络口碑的特征。如类型、数量和效价的影响（Jin, 2007; Bounie, 2008; Xi, 2008；Xia, 2008）。在这一时期，Lee（2009）和 Brown（2007）对平台在口碑影响力中的作用进行了探讨。2010 年，对网络口碑影响因素或特征及网络口碑影响进行了大量研究（Hao, 2010; Chang, 2010; Goyette, 2010；毕继东，2010；赖胜强，2010）。然后，研究将焦点转移到了网络口碑沟通者的身上。根据传播者的感知，经验和来源，相同的内容可以在

不同的传播者中产生非常不同的效果。这导致研究人员对信息采用过程产生兴趣，以了解信息对人们思想影响的程度(张玥，2011；Lee, 2012; Zou, 2011; Yoo, 2013; Li, 2013; Filieri, 2015)。最近网络口碑研究的影响在行业，平台，企业或产品服务中变得更加多样化，这影响了网络口碑对客户绩效或行为的影响(Kim, 2015; Purnasari, 2015; Liu, 2016; Yan, 2016; Kim, 2017)。

过去十年的研究趋势显示，研究者逐渐从对网络口碑本身及传授双方的影响因素研究向对平台、环境的研究进行转变。在对平台的研究中，将平台作为传播环境研究平台在口碑效果中的作用是一种趋势，将平台作为口碑参与方对口碑效果直接产生影响是另一种趋势。无论哪种趋势的研究发展，都契合当下社交媒体商务行业发展趋势。

消费行为学家 Fishbein(1992)指出：对消费者在未来是否会采取某种具体行为的最直接的预测方法就是了解他们采取该种行为的意愿。

在对网络口碑效应的研究中，普遍将消费者的行为意愿作为被解释变量。对消费者的行为意愿的的测量来评价网络口碑的效力。

对消费者行为意愿的研究从消费者的购买意愿和口碑、品牌或产品的再传播意愿等方面展开。以往研究认为影响消费者 RA（网站自动推荐信息）信息采纳意愿的影响因素是消费者对 RA 信息的特性认知（Komiak，2002）；影响消费者口碑再传播意愿的主要因素为口碑来源、口碑内容、接受者特征（章晶晶，2007）；影响消费者购买行为的因素当中出传播者特征、口碑信息特征、接受者特征外，涉入度、信任、情感等产生重要作用（毕继东，2009）。社区涉入度以及群体认同也是被考量的影响因素（钱明辉，2014；杨爽，2015）。

Mittal（2008）等学者指出，关系强度是指“网络成员之间的联系效力”。

Bristor(1990)认为，口碑网络是由一群从事口碑沟通的人以及彼此之间的关系所构成的社会网络。而其中人与人之间的关系即为关系强度，它是形成一个社会网络维系彼此的力量，关联强度会影响口碑对消费者的影响效果。口碑传播者与接收者之间的关系强度是影响口碑传播效率与质量的关键因素之一。研究认为口碑传播的信息来源是自己的熟人或其它消费者，而广告等商业传播的信息源是企业或企业的营销人员，消费者认为口碑传播信息源的可信度更高，其原因在于：信息源的社会关系。

对环境因素的考虑中，个人倾向于将具有强关系关系的群体中产生的信息视为更可信（Brown, 2007; Mack, Blose, & Pan, 2008; Zhu & Zhang, 2010）。由于网络口碑匿名性特点，使得消费者很难辨别网络口碑的质量和可信度。尤其是在商家通过奖励消费者评论来试图提高网络口碑效应的现状下。在这种情况下，消费者会通过多种线索来判断口碑的质量。而网络口碑发布平台就成了一个判断方面。与口碑发布平台的关系会影响消费者对口碑的判断。

对于口碑效果的影响因素研究来说，信息来源的可信度是影响口碑效果的重要方面(Dholakia & Sternthal,1977；Allldt, 1967)。信源可信度通常被认为包括两个重要方面：感知可信度（网站信誉）和信息发送者的专业性（Willemsen, Neijens, & Bronner, 2012）。

信息来源可信度理论强调传播效果与信息来源可信度之间的正向关系。基于该理论，口碑传播的效果主要受到信源的可信度的影响。该理论认为信息来源可信度是基于接收者的认知而定的，口碑来源是自己的熟人或其它消费者。Hovland（1953）在信源可信度理论中认为信源可信度对接收者有着很大影响，特别是当信息来源可信度很高时，接收者本身的观点很可能会在发送者的说服下发生改变。

Giffin (1967)认为在人际传播中，人际的信赖是基于他们对他人的知觉可信度，亦即如果人们觉得某人的可信度越高，则越信赖此人。Bimbaum & Stegner(1979)认为来源可信度会放大来源偏差的效果，并且可信度越高的信息来源对于人们的说服能力也越强。

在线社交网络框架（OSN）认为，新的网络环境下，消费者信息传递的过程中，更多的是与所处的网络平台进行联系和互动，而非真正的与想要进行交流的人进行互动。这一理论的提出将网络平台作为口碑信息传播的参与者，与消费者的信息传递共同对消费者的行为意愿产生影响，是社交媒体电商环境下口碑传播活动的主体。

许多研究已经将关系强度确定为个人和组织/网站研究的分析框架（Sohrabi＆Akbari, 2016）。Kim（2018）对在线社交网络框架下口碑效果研究的模型中的第一个社交网络构造相关的因素是关系强度，其被定义为“网络成员之间的联系的效力”（Mittal, Huppertz, & Khare, 2008）。那些有着强关联的人，比如家人和朋友，往往会在个人网络中建立更密切的关系。人际关系密切的人往往有共同的兴趣和背景，愿意为彼此提供物质和情感上的支持（Chu & Kim, 2011; Goldenberg, Libai, & Muller, 2001）。弱关系经常发生在遥远的关系中，由不同文化和社会背景的广泛熟人组成（Goldenberg, 2001）。毕继东（2010）认为关系强度是影响购买意愿的最重要因素，高关系强度表明网络口碑参与者之间联系紧密、沟通频繁，更容易被对方的意见影响。

Brown（2007）认为个人与个人社会关系的概念在在线环境中不太相关。相反，可以推断，在在线社交网络中网站作为一个“成员”，而非单纯的情境与个人发生关系，消费者与网站本身的关系会对他的态度产生更大的影响，而不是与网站上其他参与者的关系。Lim（2015）认为传播者与交流平台的熟悉度是处理信息的一个重要因素，通过研究 yelp 的使用者，发现传播者与平台熟悉度越高，信息接收者感知到的传播者能力和信息有用性就越高，接收者的行为意愿也会提升。Kim（2018）认为当消费者更频繁地使用某个评论网站并因此与其建立牢固的关系时，他们可能对评论的态度更好。基于此，本研究提出研究假设：

H1：网站关系强度对消费者行为意愿产生正向影响

在传统的口碑环境中，收到的口碑信息的可信度通常通过评估发送者的知识水平和专业性来确定（Brown, 2007; Gotlieb ＆Sarel, 1991）。因为在传统口碑沟通过程中，发送方和接收方通常具有密切的个人关系，因此接收方更容易评估发送方的知识，最终确定来源可信度。然而，在在线环境中，这种评估是与未知个体的相对非个人信息交换。由于评论是由其个人和背景未知的个人发布的，因此对评论的评估主要基于网站及其内容而非个人评论者（Brown, 2007）。基于此，本研究提出研究假设：

H2：网站关系强度对信源可信度产生正向影响

信源可信度是用于表示传播者的积极特征的术语，它影响接收者对消息的接受。先前研究的大量证据表明，信源可信度是决定网络口碑有效性的关键因素（Park＆Lee, 2009; Wu＆Wang, 2011）。消费者倾向于认为知名网站上的信息比未知网站上的信息更可信。信源可信度的另一个方面是感知经验，其被定义为信源被认为能够做出有效断言的程度（Willemsen, 2012）。消费者可能会相信那些拥有与特定产品或品牌相关的更多专业知识，经验或技能的人发布的信息（Ohanian, 1990）。

大量的研究提供了经验证据，证明来源可信度对信息接收者的态度和行为有积极的影响。而可信的来源比不可信的来源更具说服力。Chaiken & Maheswaran (1994)的研究结果指出，信

源可信度会被消费者当作是思考的线索,并会进一步影响其决策，特别是在低任务重要性的情境下,信源可信度不但会被视为是思考处理过程的线索,甚至被视为是消费者的唯一决定性因素。

Kim（2018）认为当消费者认为网站上的评论可信且可靠时，他们更有可能对网站及其评论形成积极的态度。因此，如果消费者认为专家撰写了一份备受尊敬的网站评论，对消费者购买意愿会产生积极影响。基于此，本研究提出以下假设：

H3：信源可信度对消费者行为意愿产生正向影响

根据前文假设推导，本文有理由认为信源可信度在消费者与网站关系和消费者行为意愿的关系中起中介作用。

Brown(2007)针对网络口碑的研究认为，口碑传播者与网站的关系强度越大，会导致消费者对信源更信任，从而影响到其行为意愿。基于此，本文提出以下假设：

H4：信源可信度对网站关系强度和消费者行为意愿之间的关系起到中介作用。

研究方法

本实证研究的目的是考察在在线社交网络环境下，消费者与所接触的口碑传播网站的关系是否对消费者的行为意愿产生影响。小红书作为基于口碑交流、购物经验分享平台转型成功的社交媒体电商平台，是 2019 年国内最受欢迎的社交电商平台。基于此，本研究选取小红书使用群体作为调研样本。笔者采用问卷星进行样本收集，在问卷调研初始设置是否使用小红书选项，不使用者问卷无效。发放问卷 728 份，共回收有效问卷 688 份。

本文所有变量的测量方法都是改编自前人研究。对网站关系强度的测量采用了 Kim 的研究量表，从对网站的使用次数、网站对受访者的重要程度以及网站与受访者的密切程度三个方面进行测量。使用 Likert7 量表。具体问项详见表 1:

表 1 网站关系强度测量表

变量名	问项	参考来源
网站关系强度	Q4 请问您大约多久使用一次小红书 ？	kim et al. (2018)
	Q5 请问小红书对您的重要程度？	
	Q6 请问小红书与您的密切程度？	

对信源可信度的测量参考 Ohanian（1990）和 Kim et al.(2018)对信源可信度测量的量表，从网站的信息是否诚实；网站的信息是否值得信任；网站的信息是否有经验；网站的信息是否有知识含量；以及网站的信息是否合格这 5 个方面测量网站的信源可信度。使用 likert-7 量表进行调查。具体问项请见表 2：

表 2 信源可信度测量量表

变量名	问项	参考来源
信源可信度	Q10 来自小红书的信息是不诚实的	kim et al. (2018) Ohanian（1990）
	Q11 来自小红书的信息是不值得信任的	
	Q12 来自小红书的信息是没有经验的	
	Q13 来自小红书的信息是没有知识含量的	
	Q14 来自小红书的信息是不合格的	

对消费者行为意愿的测量我们参考了毕继东（2010）对消费者行为意愿的研究，从购买行为和再传播行为两个方面对消费者行为意愿进行测量。采用 likert-7 量表。具体问项请见表 3：

表 3 消费者行为意愿测量量表

变量名	问项	参考文献
消费者购买意愿	Q15 小红书网络口碑为我购买决策提供很大帮助	毕继东（2010）
	Q16 小红书网络口碑提供了一些关于该产品不同的看法	
	Q27 小红书的网络口碑改变了我对该产品的原先看法	
	Q18 小红书的网络口碑影响我购买该产品	
消费者在传播意愿	Q19 如果朋友在考虑购买该产品，我会将在小红书获取的网络口碑信息告诉他	
	Q20 在合适网络平台，我会把小红书中的口碑信息粘贴上去	
	Q21 我会把该信息告诉朋友，以寻求他们的建议	
	Q22 与朋友聊天谈到该产品时，我会传播小红书获取的口碑信息	
	Q23 在相关消费者沟通网站，我会以留言的形式表述该口碑信息	

研究结果

在统计检验之前，要对变量的信度和效度进行检验。笔者主要采用 SPSS 23.0 和 SPSSAU 在线分析工具进行检验。在信度方面，所有变量的 Cronbach α 系数和组合信度(CR) 都在 0.7 以上，变量测量的信度很好(见表 3) 。在效度方面，笔者通过引用大量国内外的成熟量表，再结合社交媒体电商情境对其适当改编，并且进行了多次讨论和修正使其具有较高的内容效度。同时，采用 SPSS23.0 进行因子分析，得到量表的 KMO 为 0.893，且 Bartlett 球形检验 Sig.值为 0.000，卡方检验显著，说明本文适合做因子分析。再者，如表 4 所示，所有变量的测量题项的因子载荷都在 0.7 以上，这表明量表的内聚效度很好。

表 4 变量信度检验

变量信度		
变量	组合信度	Alpha 值
网站关系强度	0.915	0.914
信源可信度	0.934	0.937
消费者行为意愿	0.946	0.954

在进行假设检验之前，采用皮尔森相关分析法，对各研究变量进行相关性检验。结果如表 5 所示，各变量均在统计学 0.01 级别存在显著的两两正向相关关系。

表 5 相关性分析

变量相关性			
	网站关系强度	信源可信度	消费者行为意愿
网站关系强度　皮尔逊相关性	1	.297**	.605**
显著性（双尾）		0	0
个案数	688	688	688
信源可信度　皮尔逊相关性	.297**	1	.451**
显著性（双尾）	0		0
个案数	688	688	688
消费者行为意愿　皮尔逊相关性	.605**	.451**	1
显著性（双尾）	0	0	
个案数	688	688	688
**. 在 0.01 级别（双尾），相关性显著。			

本研究运用 SPSSAU 在线分析工具通过多元回归分析本文提出的研究假设进行检验。根据温忠麟（2014）的中介效应检验方法，本文对中介效应的检验氛围三个步骤：（1）自变量和中介变量作用于因变量的回归系数是否显著;（2）自变量对中介变量的回归系数是否显著;（3）自变量与因变量的相关性将通过添加中介变量而减弱，甚至回归系数也将变得不太显著，而中介变量仍将对因变量有着显著影响。

验证过程原理：1.直接效应自变量 X 的回归效应值；2.间接效应需要结合第 2 类和第 3 类回归模型的结果值相乘得到；3.总效应指第 1 类回归模型时，自变量 X 的回归效应值；4.间接效应过程值，比如中介变量 M 时，X->M 和 M->Y 的效应值相乘，即得到间接效应值，间接效应值进行 Bootstrap 抽样检验，最终验证是否存在中介效应。 分析过程如下表 6：

表 6 中介效应分析过程

效应分析过程							
效应	项	Estimate	SE	t	p	LLCI	ULCI
直接效应	网站关系强度⇒消费者行为意愿	0.423	0.024	17.362	0	0.375	0.471
间接效应过程	网站关系强度⇒信源可信度	0.322	0.039	8.16	0	0.244	0.399
	信源可信度⇒消费者行为意愿	0.225	0.023	9.984	0	0.181	0.269
总效应	网站关系强度⇒消费者行为意愿	0.495	0.025	19.912	0	0.447	0.544
备注：LLCI 指估计值 95%区间下限，ULCI 指估计值 95%区间上限							

使用 Bootstrap 抽样检验法进行中介作用研究，抽样次数为 1000 次，结果显示：针对网站关系强度对于消费者行为意愿影响时，信源可信度的中介作用检验 95%区间并不包括数字 0(95% CI:0.042~0.116)，因而说明网站关系强度对于消费者行为意愿影响时，信源可信度具有中介作用。网站关系强度首先会对信源可信度产生影响，然后通过信源可信度再去影响消费者行为意愿。具体结果如下表 7:

表7 中介效应结果

表 7 中介效应模型检验结果			
常数	信源可信度	消费者行为意愿	消费者行为意愿
	3.460 (17.046**)	2.888 (22.538**)	2.109 (14.757**)
网站关系强度	0.322 (8.160**)	0.495 (19.912**)	0.423 (17.362**)
信源可信度			0.225 (9.984**)
样本量	688	688	688
R^2	0.088	0.366	0.447
调整 R^2	0.087	0.365	0.445
F 值	F (1,686)=66.590,p=0.000	F (1,686)=396.492,p=0.000	F (2,685)=276.610,p=0.000
* p<0.05 ** p<0.01			

经过检验，可以得出，本研究的假设均成立。

表8 研究结果表

假设路径	是否支持
H1 网站关系强度→消费者行为意愿	支持
H2 信源可信度→消费者行为意愿	支持
H3 网站关系强度→信源可信度	支持
H4 信源可信度对网站关系强度与消费者行为意愿关系的中介作用	支持

本研究中网站关系强度对消费行为意愿具有显著的正向影响。且网站关系强度可以解释消费者行为意愿 39.2%的变异。我们认为，消费者与网站之间的关系越强，越能提高消费者行为意愿，从而促进产品购买和对口碑的再传播。在在线社交网络（OSN）理论中，将社交网站看作在口碑传播过程中的一个主要参与者，参与者间的关系强度会对消费者的行为产生影响。

Brown 等学者认为个人倾向于将具有强关系关系的群体中产生的信息视为更可信（Brown, 2007; Mack, Blose,＆Pan, 2008; Zhu＆Zhang, 2010）。本研究的结果得出，消费者与网站关系强度正向影响信源可信度。即消费者与网站间关系强度越大，越容易认可信息来源的可信度。信源可以是传播者也可以是传播平台。当信源是弱联结关系的个体时，人们通常会借助其发布口碑的平台来判断信源是否可信。Kim（2018）认为当消费者认为网站上的评论可信且可靠时，他们更有可能对网站及其评论形成积极的态度。本文验证信源可信度对消费者行为意愿产生影响。在本研究中，信源可信度可以解释消费者行为意愿 23.5%的变异。说明可信度越高的信息来源对消费者行为意愿的正向影响越大。

根据实证研究结果，加入信源可信度这个中介变量之后，网站关系强度及信源可信度对消费者行为意愿的共同影响作用依然显著，但网站关系强度的回归系数值由原来的 0.605 下降到 0.517，回归系数有一定的下降，显著性系数均为 0，回归显著。所以在本研究的中介检验中，信源可信度在消费者与网站强度与消费者行为意愿关系之间起到不完全中介作用。可以认为消费者与网站的关系强度越大，会导致消费者对信源更信任，从而影响其行为意愿。

总结与讨论

本研究的结论扩展了当下新媒体网络口碑影响力的理论框架，丰富了 Brown（2007）等人的在线社交网络框架（OSN）综合模型。根据传播过程理论，口碑来源特征、口碑信息特征以及接收者特征，对于口碑传播效果都有影响。但是在互联网高速发展、日新月异的变化中，新媒体网络情境下网络口碑的具体变量研究依然基于传统口碑研究框架，对网络口碑影响力的研究成果不足以诠释。本研究基于在线社交网络框架对网络口碑影响力进行研究，丰富在线网络框架下网络口碑影响力的研究成果，也将是对以往研究的有益补充。

加深对更符合网络社交的消费者决策行为的理解。随着近年来互联网高速发展和社交电商势头迅猛，消费者的行为决策方式和影响因素变化很大。能否及时分析消费者发布的网络口碑并利用网络口碑进行营销，给企业改进业务活动和改进商业决策带来了巨大的挑战。

为修正消费者在社交媒体中的行为表现提供可能的思路和建议。尽管依托于社交媒体的消费行为可以使企业最大程度地利用用户的人际关系价值，但是社交媒体情境下的网络口碑所具有的‘不可控性’也是企业在口碑营销中所面临的一大挑战。特别是和传统口碑通过朋友，家人和其他熟人之间的亲密交流进行传播相比，网络口碑中是基于在线评论等网站发布的网络口碑信息，通常都是来自未知的个人。由于在线网络环境中的社交互动有限，消费者对网络口碑建议的可信度持怀疑态度（Brown，2007; Heinonen，2011）。我们的研究发现，信源可信度不但能直接影响消费者的行为意愿，还能够中介网站关系强度对消费者行为意愿的影响。本文研究结果能够为修正消费者在网络社交媒体中的行为表现提供可行的思路，对社交媒体中消费者的网络口碑及网络口碑影响力的研究将对企业的口碑营销管理提供重要的借鉴和指导。同时，对消费者网络口碑营销的探讨也可以在一定程度上指导消费者的网络口碑行为。也能够帮助企业更好地控制社交媒体中的消费者网络口碑和网络口碑影响，帮助企业和网站更强地促进增加消费者的行为意愿。

首先，在研究对象上。本研究以小红书的使用者为主要研究对象，对网络口碑的研究仅局限为小红书软件和其使用者。虽然小红书的口碑营销具有一定的代表性，但本研究未对同类型其他口碑网站，例如大众点评、马蜂窝等在线评论网站进行调查和研究，因此在研究对象上具有一定的局限性。在未来，可以选择除小红书以外的网站，进行更多调研，拓展研究群体，以对本研究的结论进行补充和支持。

采用多种手段和方式建构耿局普适性和解释里的决策模型。本研究主要以问卷调查的方式，结合在线社交网络框架（OSN）综合模型为参考模型，以实证研究的数据为基础，提出了社交媒体背景下的消费者行为意愿影响模型。采用的主要验证方式为线性回归，后续研究可考虑综合更多的动态模型，例如贝叶斯序列决策模型对消费者行为中概率形成过程进行模拟、基于实例的学习模型对“近因效应”即最近购买、消费、浏览过的内容进行考察，对现有模型进行进一步修正。同时，可以尝试使用 AMOS 结构方程等对方程模型进一步验证。也可以尝试用更多的实验研究为基础，从个人和群体的角度对消费者决策行为进行模拟，更深程度地探讨消费者在社交媒体中的行为决策，以期提出更全面、更系统、更具解释效力的模型。

参考文献

Alfina, I., Ero, J., Hidayanto, A. N., & Shihab, M. R. (2014). The impact of cognitive trust and e-wom on purchase intention in C2C e-commerce site. *Journal of Computer Science*, *10*(12), 2518-2531.

Arndt, J. (1967). Role of product-related conversations in the diffusion of a new product. *Journal of marketing Research*, *4*(3), 291-295.

Ayeh, J. K., Au, N., & Law, R. (2013). "Do we believe in TripAdvisor?" Examining credibility perceptions and online travelers' attitude toward using user-generated content. *Journal of Travel Research*, *52*(4), 437-452.

Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S. C., Egloff, B., & Gosling, S. D. (2010). Facebook profiles reflect actual personality, not self-idealization. *Psychological science*, *21*(3), 372-374.

Bian, Y. (1997). Bringing strong ties back in: Indirect ties, network bridges, and job searches in China. *American sociological review*, 366-385.

Bickart, B., & Schindler, R. M. (2001). Internet forums as influential sources of consumer information. *Journal of interactive marketing*, *15*(3), 31-40.

Blackston, M. (2000). Observations: Building brand equity by managing the brand's. relationships. *Journal of Advertising Research*, *40*(6), 101-105.

Blazevic, V., Hammedi, W., Garnefeld, I., Rust, R. T., Keiningham, T., Andreassen, T. W., ... & Carl, W. (2013). Beyond traditional word-of-mouth, an expanded model of customer-driven influence. *Journal of Service Management*, *24*(3), 294-313.

Brown, J. J., & Reingen, P. H. (1987). Social ties and word-of-mouth referral behavior. *Journal of Consumer research*, *14*(3), 350-362.

Brown, J., Broderick, A. J., & Lee, N. (2007). Word of mouth communication within online. Communities, Conceptualizing the online social network. *Journal of interactive marketing*, *21*(3), 2-20.

Chang, L. Y., Lee, Y. J., & Huang, C. L. (2010). The influence of e-word-of-mouth on the consumer's purchase decision, A case of body care products. *Journal of Global Business Management*, *6*(2), 1-7.

Chen, Q., Clifford, S. J., & Wells, W. D. (2002). Attitude toward the site II, new information. *Journal of Advertising Research*, *42*(2), 33-45.

Cheung, C. M., & Thadani, D. R. (2012). The impact of electronic word-of-mouth. Communication, A literature analysis and integrative model. *Decision support systems*, *54*(1), 461-470.

Chevalier, J. A., & Mayzlin, D. (2006). The effect of word of mouth on sales, Online book reviews. *Journal of marketing research*, *43*(3), 345-354.

Chu, S. C., & Kim, Y. (2011). Determinants of consumer engagement in electronic word-of-mouth (eWOM) in social networking sites. *International journal of Advertising*, *30*(1), 47-75.

Dabholkar, P. A., Thorpe, D. I., & Rentz, J. O. (1996). A measure of service quality for retail. Stores, scale development and validation. *Journal of the Academy of marketing Science*, *24*(1), 3-9.

Dellarocas, C. (2003). The digitization of word of mouth, Promise and challenges of online feedback mechanisms. *Management science*, *49*(10), 1407-1424.

Feldman, S. P., & Spencer, M. C. (1965). *The Effect of Personal Influence on the Selection of Consumer Services*,440-452.

Gelb, B. D., & Sundaram, S. (2002). Adapting to "word of mouse". *Business Horizons*, *45*(4), 21-25.

Granovetter, M. S. (1977). The strength of weak ties. In *Social networks*,347-367.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (1998). *Multivariate data analysis*,207-219.

Hoffman, D. L., & Novak, T. P. (1996). Marketing in hypermedia computer-mediated environments, Conceptual foundations. *Journal of marketing*, *60*(3), 50-68.

Nelson, R. E. (1989). The strength of strong ties, Social networks and intergroup conflict in organizations. *Academy of Management Journal*, *32*(2), 377-401.

Jin, L. Y. (2007). The effects of online WOM information on consumer purchase decision, an experimental study. *Economic Management*, *29*(22), 36-42.

Kim, S., Kandampully, J., & Bilgihan, A. (2018). The influence of eWOM communications, An application of online social network framework. *Computers in Human Behavior*, *80*, 243-254.

Lim, Y. S., & Van Der Heide, B. (2014). Evaluating the wisdom of strangers, The perceived credibility of online consumer reviews on Yelp. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *20*(1), 67-82.

毕继东. (2009). 基于技术接受模型的网络口碑接受研究. *当代经济管理*, *31*(9), 33-38.

丁学君. (2012). 网络口碑可信度的影响因素. *技术经济*, *31*(11), 122-128.

金立印. (2007). 网络口碑信息对消费者购买决策的影响：一个实验研究. *经济管理*, *29*(22), 36-42.

温忠麟, & 叶宝娟. (2014). 中介效应分析: 方法和模型发展. *心理科学进展*, *22*(5), 731-745.

张中科, & 王春和. (2009).负面口碑信息对消费者品牌转换的影响研究. *市场营销导刊*, (2), 55-58.

章晶晶. (2007).*网络环境下口碑再传播意愿的影响因素研究*，博士学位，浙江大学.

循环经济视角下农业企业创业精神与创业能力对创业绩效的影响研究

RESEARCH ON THE INFLUENCE OF AGRICULTURAL ENTERPRISE ENTREPRENEURSHIP AND ENTREPRENEURIAL ABILITY ON ENTREPRENEURIAL PERFORMANCE FROM THE PERSPECTIVE OF CRICULAR ECONOMY

姜梅捷

Meijie Jiang

正大管理学院中国研究生院

Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management

*Corresponding Author: MeiJie Jiang, **E-mail:** 489281033@qq.com

摘要

随着时代的发展、科学的进步，以“循环经济”为指导思想的农业企业能够缓解“石油农业”对生态环境造成的破坏和食品安全问题，在提升农产品质量的同时保证农业产业的科学可持续发展。目前业界对于农业企业领域的研究十分丰富，但就针对创业精神和创业能力对创业绩效的影响研究还较为薄弱。因此本文通过文献分析法、问卷调查法和统计分析法对论文研究问题进行具体分析，得出以下结论：循环农业企业创业精神对创业能力和创业绩效均存在正向影响关系；创业能力对创业绩效存在显著正相关关系；创业能力在创业精神和创业绩效的关系中具有中介作用。最后，根据上述结论为提升循环农业企业创业绩效提出部分可能的建议。

关键词： 循环经济、创业精神、创业能力、创业绩效

Abstract

With the development of the times and scientific progress, agricultural enterprises that use the "circular economy" as their guiding ideology can alleviate the damage caused by "oil agriculture" to the ecological environment and food safety issues. While improving the quality of agricultural products, they can also ensure the scientific availability of agricultural industries Sustainable development. At present, the industry's research on the field of agricultural enterprises is very rich, but the research on the impact of entrepreneurial spirit and entrepreneurial ability on entrepreneurial performance is still weak. Therefore, this paper uses literature analysis, questionnaire survey and statistical analysis to analyze the research issues in the paper, and draws the following conclusions: the entrepreneurial spirit of circular agricultural enterprises has a positive impact on entrepreneurial

ability and entrepreneurial performance; entrepreneurial ability affects entrepreneurial performance There is a significant positive correlation; entrepreneurial ability has a mediating role in the relationship between entrepreneurial spirit and entrepreneurial performance. Finally, based on the above conclusions, some possible suggestions are proposed for improving the entrepreneurial performance of circular agricultural enterprises.

Keywords: circular Economy, entrepreneurship, entrepreneurial ability, entrepreneurial performance

引言

“民以食为天，”农业的发展在人类文明的进程中一直都占据着举足轻重的地位。中国作为人口大国，粮食问题一直都是历任政府十分重视的问题。2016 年李克强总理在中国政府报告中指出：“2016 年要加快发展现代农业，促进农民持续增收，继续毫不放松抓好‘三农’工作。”因此解决“三农”问题依然是中国政府现阶段的重点工作之一。解决“三农”问题的关键在于如何处理好广大农民的利益，同时当今农业企业的发展也需要具有较强学习能力和进步性的农民作为产业进步的支撑。另一方面，随着“石油农业”对环境破坏等问题的日益凸显，越来越多的农业企业开始向种养结合、立体循环的可持续发展方式进行合理化转型。这一转变不仅需要农业企业管理者和生产者具有较强的学习能力，更需要这部分农民能够打破固有思维，重新审视农业生产。在此类农业企业转型过程中，创业精神决定企业发展的核心方向是否正确，创业能力决定企业能够走多远，而这两者最终将在创业绩效上得以体现。然而，虽然广大学者对创业精神、创业能力及创业绩效之间的关系研究十分充分，现有文献资料也十分丰富。但是，针对农业企业的专项研究相对较为薄弱，特别是在循环经济视角下的农业企业具有起步晚、规模小、分布广、生产环境及人员组织结构复杂等特点，所以在这一领域更需要专项性研究。

研究目的

本文作者正是看到了在循环经济视角下的农业企业在今后农业发展中的重要性，以及创业精神、创业能力和创业绩效的相关研究有利于此类企业的科学进步。所以，本文将中国湖北省麻城市黄冈市大别山境内（大别山地区是中国农耕文化的历史老区之一，目前仍保持大量原有的农业生产方式，自然生态环境保持良好，符合循环农业发展的各项需求。）的循环农业企业作为主要研究对象进行实地考察，让循环农业企业的所有者及经营者能够更直观的了解具备哪些创业精神和创业能力是现阶段提升企业创业绩效的必要手段。从而促进企业每个员工具有正向的积极性和主观能动性，使得广大循环农业企业能够主动培养自身的创业能力、具备积极的创业精神，以实现提升企业创业绩效的目的。理论与实践相结合，分析循环经济视角下农业企业创业精神和创业能力与创业绩效之间的关系，为企业提升创业绩效提供部分合理化建议。

文献综述

郭庆然（2006）将农业企业定义为：以现代化企业的生产经营模式，通过专业分工和科学化管理协作，并利用一定的生产要素和生产力，自负盈亏，从事商品性农业生产的经济组织，其中包含了种植、养殖、加工、流通、农资、农业中介、农业科技和农业信息等企业。当代农业企业的发展方向除了应具有上述特点之外，还应包含高水平的劳动生产率和大型的经营规模或是农业生产综合性强等特点。但由于中国具有人多且农耕土地少的特点，因此在考虑土地利用率和劳动生产力的情况下，农业生产综合性较强的企业将成为中国农业今后发展的主要方向。“循环经济”这一概念的出现为当前农业企业的转型发展提供了科学合理的指导。纪鹏（2019）指出循环经济的本质就是物质闭环的流动性经济。它的好处在于大大降低了农业生产过程中对环境的污染和对资源的损耗，同时科学完善的循环经济体系可以优化生态环境，提升农产品生产品质，最终甚至可以达到零污染、零排放的目标，将农业企业的产能和利益最大化。由此可以看出，循环经济正是当代农业企业完成发展转型，实现可持续发展的最优方式。

创业精神这一概念是由经济学家 Sehumpeter 在 1936 年首次提出，他认为：创业精神是企业家或企业核心技术、管理层不断地以新的生产方式（技术）和新产品替代原有的生产方式（技术）和产品的一种创造性的破坏过程。以此为基础 Stevenson 和 Rodney（1985）指出，所谓创业精神就是集中利用独特资源创造新的价值从而获得新的机会的过程，这一过程无论是个人独立行为或是依托组织完成，其最终目标都是为了获取机会。由此可以看出，创业精神的核心是要勇于打破传统，通过不断创新来获取更多的机会，在利用现有资源的同时要能够突破资源的限制，而不仅仅是简单的创新（尹然平，2016）。

创业者所具备的创业能力是创业型企业发展走向的关键因素，其也直接影响企业的创业绩效。创业能力主要包含机会识别能力和资源整合能力两大方面，创业者首先需要能够认识和识别创业机会，再通过资源整合的能力将机会转化为企业运营发展的方向，最终达到获得利润的目的（Shane & Venkataraman, 2000）。Eisenhart（2000）等人指出机会识别能力是通过促进组织柔性和灵活性来提升企业创业绩效，而资源整合能力是通过不断提升组织核心竞争力来提升企业创业绩效。据此两大要素组成的创业能力对企业创业绩效具有直接正向的影响作用。因此，创业能力是创业型企业所必须具备的核心竞争力，它不仅需要企业具有敏锐的发现机会的能力，更需要创业者能够在非均衡的市场要素和产品市场中及时发现机会，并通过整合企业内外部资源，增加各种资源的综合效益，最终达到提升企业创业绩效的目的（贺小刚，2007）。同时杜海东等（2013）认为，创业型企业必须具有较强的机会识别能力和资源整合能力，才能够适时的推出市场需求的新产品并扩大对此类市场的占有率，从而达到增加企业利润、提升创业绩效的目的。

Venkataraman 和 Ramanujam（1986）就创业绩效的衡量标准进行了具体划分，主要由三个因素构成：财务绩效、组织绩效和运营绩效；Covin 和 Slevin（1991）同时指出在企业的创业过程中，获利性和成长性也是测量创业绩效的重要指标。Antoncic 和 Hisrich（2001）将获利性和成长性细分为相对和绝对两个方向，针对创业绩效的考察可分为：相对获利性、相对成长性、绝对获利性和绝对成长性四个方面。因此对企业创业绩效的判别应当是多元化的，其中主要包含有财务和非财务指标、客观和主观指标、企业生存和增长等（沈超红和王重鸣，2008）。本文结合上述研究结论，根据成长性和获利性的四个维度对农业企业创业绩效的测量量表进行具体制定，以此完成本文研究。

研究方法

首先，通过查阅、分析国内外大量创业精神与创业能力对创业绩效影响研究的文献，总结相关理论基础和有效结论；其次，通过文献研究循环农业企业的行业特征，找出在创业绩效研究领域方面此类企业的特殊性；最后结合上述研究找出循环农业企业创业精神、创业能力和创业绩效之间可能存在的逻辑关系，为本文接下来的研究提供理论基础和研究框架。

结合上述研究结论，依照循环农业企业的特点并以现有成熟量表为基础，对创业精神和创业能力的维度划分作相应的取舍和补充。最终，本文将按照创新性、先动性和风险承担性三维度对创业精神进行划分；机会能力、资源整合能力和运营管理能力三维度对创业能力进行划分，并给出具体的调查问卷，为研究结论提供可靠的数据支撑。

根据问卷调查结果，首先对调查样本进行背景统计分析；其次对循环农业企业创业精神、创业能力和创业绩效之间的结论数据进行相关性分析；最后将三者之间的关系做回归分析。结合上述所有数据分析结果得出本研究的最终结论。

总结上述研究可以发现，创业精神分别对循环农业企业创业能力和创业绩效存在影响作用，其中创业能力可促进创业精神对创业绩效的影响作用，作为二者的中介变量。因此，本研究根据尹然平（2016）提出的“创业精神—创业能力—创业绩效”的研究模型，和王玉琳（2019）在创业能力对创业绩效的影响关系研究中指出的创业能力对创业绩效存在积极正向的影响关系，以及创业能力在不同方向上对创业绩效的影响作用。将创业精神划分为创新性、先动性和风险承担性三个维度，将创业能力划分为机会识别能力、资源整合能力和运营管理能力三个维度，并以此建立具体的研究模型如图 1 所示。

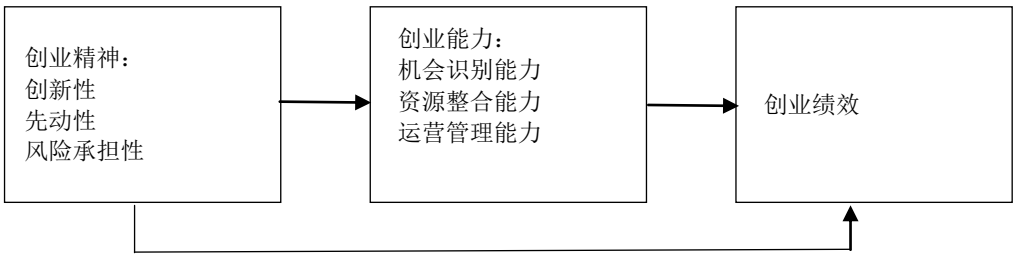


图 1 理论模型

基于创业过程理论、创业机会理论和资源基础理论，可将创业精神划分为创新性、先动性和风险承担性；将创业能力划分为机会能力、资源整合能力和运营管理能力。首先，创业精神有助于企业识别、开发新的机会，这是创业型企业启动创业过程的先行条件。其次，具有创业精神的企业不仅在发现或创新商机上始终保持积极高效的状态，他们同时能够根据不断变化的市场环境，开发出适宜的运营管理机制，最后通过合理整合企业内外部资源充分开发商机，使得效益最大化（蔡莉等，2011）。因此，本文根据上述维度和结论得出以下假设：

假设 H1：农业企业创业精神对创业能力具有积极正向的影响作用。

假设 H1a：创业精神创新性与机会识别能力之间存在正向影响关系。

假设 H1b：创业精神先动性与机会识别能力之间存在正向影响关系。

假设 H1c：创业精神风险承担性与机会识别能力之间存在正向影响关系。

假设 H1d：创业精神创新性与运营管理能力之间存在正向影响关系。

假设 H1e：创业精神先动性与运营管理能力之间存在正向影响关系。

假设 H1f：创业精神风险承担性与运营管理能力之间存在正向影响关系。

假设 H1g：创业精神创新性与资源整合能力之间存在正向影响关系。

假设 H1h：创业精神先动性与资源整合能力之间存在正向影响关系。

假设 H1i：创业精神风险承担性与资源整合能力之间存在正向影响关系。

创业精神在农业企业创新发展这一动态过程中主要起到了发现机遇并明确方向的作用，那么创业能力则决定了企业能否正确识别机会，同时合理利用将其转化为创业绩效。根据前文研究，本文将把创业能力划分为机会识别能力、资源整合能力和运营管理能力三个维度，分别探讨其对创业绩效的影响作用。Peteraf（1993）认为机会识别能力的体现主要有三个层面，首先需要企业能够探索、发现、寻找出市场潜在的商业机会，或是通过自身的创新能力结合市场需求创造合理的机会的能力；其次，根据消费者对商品和服务的潜在需求，通过合理判定找出能够满足市场需求的机会，确定企业下一步发展方向；最后，合理分配、使用内外部资源，将机会转化为企业生产力，达到提升企业效益的目的。因此，具备机会识别能力是企业能够在市场竞争中占据主导地位的关键因素。资源整合能力是企业对内外部资源进行获取、筛选、判别、重新分配、优化组合的科学化整合过程。对于处在创业过程中的循环农业企业来说，科学化整合资源是在其发展成长过程中必不可少的一个环节，在通过不断地探索和总结中，企业最终应该达到对资源利用的效率最大化，同时形成一套完整的、具有自身行业特点的资源整合机制，无论是在维护原有产品的生产还是在开发新产品的过程中，都能避免对资源的浪费，所以科学有效的整合资源也是创新发展过程中降低成本、提高效率、提升竞争优势的基础。运营管理能力是在创业者能够判定机会并合理利用内外部资源后，将企业生产经营全过程进行统筹化科学管理的能力。当创业型企业发现商机、获取有效资源准备投入生产时，一套科学有效的运营管理模式是促进企业高效使用资源、完成既定目标，最终获得理想效益的保障。具备良好运营管理能力的企业需要拥有完备的制度、科学的管理手段、完整的生产流程和稳定的营销渠道等规范化的章程，这些都是企业运营管理的基石。在此基础上，一些非硬性的运营管理指标，例如企业自身的特色文化、领导者的个人魅力、企业对外的形象保持和企业内部的人文关怀等等，都能为企业提升经济效益带来积极的作用。因此，具有良好的运营管理能力是企业在创新市场中获得竞争优势、占领市场地位、获取更高绩效的关键性综合能力（王玉琳，2019）。

综合上述结论，本文提出以下假设：

假设 H2：农业企业创业能力对创业绩效具有积极正向的影响作用。

假设 H2a：机会识别能力与创业绩效之间存在正向影响关系。

假设 H2b：资源整合能力与创业绩效之间存在正向影响关系。

假设 H2c：运营管理能力与创业绩效之间存在正向影响关系。

结合前文的研究可以发现，判断农业企业创业绩效高低的最直观数据就是企业在每个阶段的经营效益。对于处在创业阶段的企业来说，拥有不断创新农产品和生产技术的能力是企业快速占领市场、完成阶段目标、提升经济指标的重要保障。因此，创业精神是企业能否实现转型发展、提高利润率，最终实现创业绩效增长的主要因素之一。由此可以看出，能够率先开拓并占领前沿市场的企业将拥有较为理想的创业绩效。在创业精神中体现的创新性、先动性和风险承担性是帮助企业培养敏锐的商业机会嗅觉，并充分理解将其转换为适宜的新产品和新服务的核心三要素。因此，拥有良好创业精神的企业不仅可以发现新的商业机会并加以利用，更可

以通过创新性主动创造更多的市场机会，完成对行业新市场优先占领，最终达到提升创业绩效的目的（Jantunen,2005）。

综合上述结论，本文提出以下假设：

假设 H3：农业企业创业精神对创业绩效具有积极正向的影响作用。

假设 H3a：创新性与创业绩效之间存在正向影响关系。

假设 H3b：先动性与创业绩效之间存在正向影响关系。

假设 H3c：风险承担性与创业绩效之间存在正向影响关系。

在企业的创业精神向创业绩效转化的过程当中，大部分研究都表明了把握资源和判别利用机会的重要性。但在现实案例中，许多创业型企业因为资源使用的不合理、运营管理制度更新缓慢和对商机理解不全面等因素，造成了创业过程滞后甚至搁浅（刘预，2008）。为了更好地解决这一问题，适当将包含有机会识别能力、资源整合能力和运营管理能力的创业能力作为中间变量引入创业精神和创业绩效之间，可以有效的分析创业机会，合理分配资源并提出有效的运营措施。因此，创业能力在农业企业创业精神和创业绩效之间可以起到良好的中介作用。

综合上述结论，本文提出以下假设：

假设 H4：农业企业创业能力在创业精神和创业绩效之间有中介作用。

研究结果

本文以中国湖北省麻城市黄冈市大别山地区部分循环农业企业作为研究样本，发放电子问卷（问卷星）和纸质问卷共 300 份，回收问卷 276 份，在剔除有漏选题项和评分单一等无效问卷后获取有效问卷 248 份，使用 spss 统计软件分析所有有效问卷绩。

本调查问卷采用李克特五级量表对每个变量进行测量，将变量所对应的具体问题进行求和取平均，得到每个变量及其维度的得分平均值。研究发现结论数据均无异常，可直接针对平均得分值对每个变量及其维度进行描述性分析，具体分数情况见表 1。

表 1 变量及维度得分平均值统计表

变量	得分平均值（分）
创业精神	4.08
创新性	4.10
先动性	4.11
风险承担性	4.02
创业能力	4.17
机会识别能力	4.12
运营管理能力	4.20
资源整合能力	4.18
创业绩效	4.10

本文运用 SPSS 软件对定量数据之间的相关性情况进行分析，研究其相互之间是否存在关系且关系程度是否紧密，使用 Pearson 相关系数来表示其相关性关系的强弱情况。

表 2 农业企业创业精神与创业能力整体相关性分析表

		创业能力
创业精神	相关系数	0.738**
	P 值	0.00
P＜0.05**＜0.01		

表 3 农业企业创业精神与创业能力各维度相关性分析表

		机会识别能力	运营管理能力	资源整合能力
创新性	相关系数	0.597**	0.574**	0.529**
	P 值	0.00	0.00	0.00
先动性	相关系数	0.617**	0.566**	0.523**
	P 值	0.00	0.00	0.00
风险承担性	相关系数	0.766**	0.723**	0.650**
	P 值	0.00	0.00	0.00
P＜0.05**＜0.01				

（1）创业精神与创业能力之间的相关系数值为 0.738，同时呈现出 0.01 水平的显著性，因此可得结论：创业精神与创业能力之间存在显著的正相关关系；

（2）机会识别能力与创新性、先动性和风险承担性三者之间均呈现显著性相关关系，相关系数值分别为 0.597,0.617,0.766，且系数值均大于零，为正值。因此说明农业企业创业能力中的机会识别能力维度与创业精神的创新性、先动性和风险承担性三个维度之间分别存在有正相关关系，并且显著性高。

（3）运营管理能力与创新性、先动性和风险承担性三者之间均呈现显著性相关关系，相关系数值分别为 0.574,0.566,0.723，且系数值均大于零，为正值。因此说明农业企业创业能力中的运营管理能力维度与创业精神的创新性、先动性和风险承担性三个维度之间分别存在有正相关关系，并且显著性高。

（4）资源整合能力与创新性、先动性和风险承担性三者之间均呈现显著性相关关系，相关系数值分别为 0.529,0.523,0.650，且系数值均大于零，为正值。因此说明农业企业创业能力中的资源整合能力维度与创业精神的创新性、先动性和风险承担性三个维度之间分别存在有正相关关系，并且显著性高。

表 4 农业企业创业能力与创业绩效整体相关性分析表

		创业绩效
创业能力	相关系数	0.865**
	P 值	0.00
P＜0.05**＜0.01		

表 5 农业企业创业能力各维度与创业绩效相关性分析表

		创业绩效
机会识别能力	相关系数	0.772**
	P 值	0.00
运营管理能力	相关系数	0.796**
	P 值	0.00
资源整合能力	相关系数	0.809**
	P 值	0.00
P＜0.05**＜0.01		

（1）创业能力与创业绩效之间的相关系数值为 0.865，同时呈现出 0.01 水平的显著性，因此可得结论：创业能力与创业绩效之间存在显著的正相关关系；

（2）创业绩效分别与机会识别能力、运营管理能力和资源整合能力三者之间呈现显著性相关关系，相关系数值为 0.772、0.796 和 0.809，且系数值大于零，为正值；并呈现出 0.01 水平的显著性。因此说明农业企业创业绩效与创业能力中的机会识别能力、运营管理能力和资源整合能力三个维度之间均存在正相关关系，并且显著性高。

经过分析得出对应数据如表 6、表 7 所示，从表中数据可知：

（1）创业精神与创业绩效之间的相关系数值为 0.665，同时呈现出 0.01 水平的显著性，因此可得结论：创业精神与创业绩效之间存在显著的正相关关系。

（2）创业绩效分别与创新性、先动性和风险承担性三者之间呈现显著性相关关系，相关系数值为 0.560、0.525 和 0.705，且系数值大于零，为正值；并呈现出 0.01 水平的显著性。因此说明农业企业创业绩效与创业精神中的创新性、先动性和风险承担性三个维度之间均存在正相关关系，并且显著性高。

表 6 农业企业创业精神与创业绩效整体相关性分析表

		创业绩效
创业精神	相关系数	0.655**
	P 值	0.00
P＜0.05**＜0.01		

表 7 农业企业创业精神各维度与创业绩效相关性分析表

		创业绩效
创新性	相关系数	0.560**
	P 值	0.00
先动性	相关系数	0.525**
	P 值	0.00
风险承担性	相关系数	0.705**
	P 值	0.00
P＜0.05**＜0.01		

本文通过运用 SPSS 软件的线性回归分析定量研究自变量对因变量的影响关系，根据对应数据指标判断两者之间是否存在影响关系，以及影响的方向和程度。结合研究需要，本论文的线性回归分析分将为三组分别进行讨论：1.循环农业企业创业精神（自变量）对创业能力（因变量）；2 循环农业企业创业能力（自变量）对创业绩效（因变量）；3.循环农业企业创业精神（自变量）对创业绩效（因变量）。经过统计验证分析得出各变量及维度之间的线性回归系数及相互之间的对应关系如表 8 所示。

表 8 假设变量关系及线性回归系数总结表（N=248）

假设	内容	线性回归系数（自变量）	关系
H1	农业企业创业精神对创业能力	0.627（t=17.167，p=0.000＜0.01）	正向
H1a	创新性对机会识别能力	0.119（t=2.050，p=0.041＜0.05）	正向
H1b	先动性对机会识别能力	0.015（t=0.224，p=0.823＞0.05）	无关
H1c	风险承担性对机会识别能力	0.632（t=10.498，p=0.000＜0.01）	正向
H1d	创新性对运营管理能力	0.153（t=2.551，p=0.011＜0.05）	正向
H1e	先动性对运营管理能力	-0.044（t=-0.661，p=0.509＞0.05）	无关
H1f	风险承担性对运营管理能力	0.585（t=9.433，p=0.000＜0.01）	正向
H1g	创新性对资源整合能力	0.157（t=2.238，p=0.026＜0.05）	正向
H1h	先动性对资源整合能力	-0.021（t=-0.267，p=0.790＞0.05）	无关
H1i	风险承担性对资源整合能力	0.534（t=7.349，p=0.000＜0.01）	正向
H2	农业企业创业能力对创业绩效	0.971（t=27.044，p=0.000＜0.01）	正向
H2a	机会识别能力对创业绩效	0.275（t=5.157，p=0.000＜0.01）	正向
H2b	资源整合能力对创业绩效	0.384（t=6.981，p=0.000＜0.01）	正向
H2c	运营管理能力对创业绩效	0.310（t=5.109，p=0.000＜0.01）	正向
H3	农业企业创业精神对创业绩效	0.669（t=13.585，p=0.000＜0.01）	正向
H3a	创新性对创业绩效	0.197（t=3.018，p=0.001＜0.01）	正向
H3b	先动性对创业绩效	-0.125（t=-1.723，p=0.086＞0.05）	无关
H3c	风险承担性对创业绩效	0.643（t=9.531，p=0.111＜0.01）	正向

本文通过运用 SPSS 软件的中介作用分析，使用 Bootstrap 抽样检验法进行中介作用研究，抽样次数为 5000 次。检测结果由表 9 所示，当农业企业创业精神对创业绩效影响时，创业能力的中介作用检验显示为 95%区间并不包括数字 0（95%CI:0.473~0.801）。因此说明，农业企业创业精神对创业绩效影响时，创业能力具有中介作用。创业精神首先会对创业能力产生影响，然后在通过创业能力影响创业绩效。综上所述，可得结论：创业能力在循环农业企业创业精神对创业绩效的影响关系中具有中介作用。

表 9 农业企业创业能力中介效应模型检验表（N=248）

	创业能力	创业绩效	创业绩效
常数	1.426（8.771**）	1.370（6.697**）	0.027（0.172）
创业精神	0.672（17.167**）	0.669（13.585**）	0.036（0.744）
创业能力			0.942（17.676**）
样本量	248	248	248
R^2	0.545	0.429	0.749
调整 R^2	0.543	0.426	0.747
F 值	F（1,246）=294.711，p=0.000	F（1,246）=184.554，p=0.000	F（2,245）=365.310，p=0.000
*p＜0.05**p＜0.01			

总结前文研究，最终得出本文所有假设验证结果如表 10 所示。

表 10 假设验证结果总结表

假设	内容	结论
H1	农业企业创业精神对创业能力具有积极正向的影响作用	成立
H1a	创业精神创新性与机会识别能力之间存在正向影响关系	成立
H1b	创业精神先动性与机会识别能力之间存在正向影响关系	不成立
H1c	创业精神风险承担性与机会识别能力之间存在正向影响关系	成立
H1d	创业精神创新性与运营管理能力之间存在正向影响关系	成立
H1e	创业精神先动性与运营管理能力之间存在正向影响关系	不成立
H1f	创业精神风险承担性与运营管理能力之间存在正向影响关系	成立
H1g	创业精神创新性与资源整合能力之间存在正向影响关系	成立
H1h	创业精神先动性与资源整合能力之间存在正向影响关系	不成立
H1i	创业精神风险承担性与资源整合能力之间存在正向影响关系	成立
H2	农业企业创业能力对创业绩效具有积极正向的影响作用	成立
H2a	机会识别能力与创业绩效之间存在正向影响关系	成立
H2b	资源整合能力与创业绩效之间存在正向影响关系	成立
H2c	运营管理能力与创业绩效之间存在正向影响关系	成立
H3	农业企业创业精神对创业绩效具有积极正向的影响作用	成立
H3a	创新性与创业绩效之间存在正向影响关系	成立
H3b	先动性与创业绩效之间存在正向影响关系	不成立
H3c	风险承担性与创业绩效之间存在正向影响关系	成立
H4	农业企业创业能力在创业精神和创业绩效之间有中介作用	成立

研究结果

依照创业过程理论所说，创业是一个长期而持续的过程，在创业的整个过程中需要企业组织内部的成员善于观察行业整体的环境变化，并具备发现、创造和识别机会的能力，再通过整理资源判断企业对不同商业机会的把握程度。但是，仅仅识别或判断商业机会可能潜在的价值和企业目前所具备的对不同机会的转化能力只是创业过程的第一步。当企业在判断行业环境

变化筛选机会时，创业机会理论中强调的先于行业竞争对手，利用企业可支配资源快速将机会转化为具体商业目标投并入生产是循环农业企业能否占领行业内部新商机市场先机的又一决定性条件。最后在循环经济视角下农业企业的整个创业过程中，资源基础理论的概念是企业能否占领市场、完成经营目标，并实现创业绩效稳步快速提升的关键因素。该理论正是在创业过程理论和创业机会理论的基础上，重点突出了资源对循环农业企业的重要性。企业首先需要明确一切可以影响创业过程的信息、人员、农业生产技术、循环农业发展方向、社会资源关系、行业政策变化等内外部资源都不应被忽视。当企业经过机会筛选和转化后，先判断自身的可支配资源和所需资源之间的差距，在尽可能解决资源问题为后续创业发展过程可能带来的阻碍后，能否合理整合利用这部分资源将成为决定企业创业成功与否、创业绩效能否达到预期，甚至超越的关键。

总结与讨论

综上所述，对资源的合理利用是贯穿于整个创业过程的长期行为，因此结合上述理论依据和前文的研究成果，本文针对循环经济视角下农业企业创业精神对创业绩效的影响，以及创业能力在二者之间起到的中介调节作用进行总结并得出以下结论：1.农业企业创业精神可分为创新性、先动性和风险承担性三个维度，创业能力可分为机会识别能力、运营管理能力和资源整合能力三个维度；2.农业企业创业精神的创新性和风险承担性维度对创业能力的三个维度均存在正相关关系，但先动性对创业能力的三个维度均不存在影响关系，同时创业精神整体对创业绩效整体产生显著正相关影响关系；3.农业企业创业能力的三个维度均全部对创业绩效存在显著正相关影响关系，且创业能力整体对创业绩效整体产生显著正相关影响关系；4.农业企业创业精神的创新性和风险承担性维度对创业绩效产生显著正相关影响关系，但先动性对创业绩效不存在影响关系，同时创业精神整体对创业绩效产生显著正相关影响关系，但其影响程度低于创业能力对创业绩效的影响；5.农业企业创业能力在创业精神和创业绩效关系之间存在中介作用，创业精神首先对创业能力产生显著正相关影响关系，相关性程度高，系数为：0.738；再通过创业能力对创业绩效产生影响，相关性程度高，系数为：0.865；明显高于创业精神直接对创业绩效的影响程度（相关性系数为：0.655）。

丰富和完善循环经济视角下农业企业的农业循环体系是创业发展过程中促进企业开拓创新并主动占领行业新市场的先决条件。在循环农业的体系框架下具有不断创新农产品，学习先进科学生产技术，和开发配套生产管理、运营管理制度的企业能够在不断提升企业创业绩效的同时，改善地区的生产、生活环境，能够真正实现生态效益、经济效益和社会效益共同进步，以达到企业创业绩效稳步提升的目的。

循环经济视角下农业企业的生产经营模式是中国农业产业当前发展的核心方向，作为这样的企业首先要具备发现和识别行业内存在的产品和服务空缺的能力，这是寻找和判别商业机会的第一步。其次是对资源的理解和使用程度，当前中国循环农业企业的持有者和经营者应当明确自身具有的资源优势和劣势，在平衡利弊后能够准确找出企业降低劣势的有效途径，并具有高效合理利用资源将其转化为生产力的能力。最后，企业还需要具有解读相关政策的能力。从前文研究中可以看到，目前中国对于农业产业的政策扶持力度相当大，国家近几年一致强调“三农政策”和“菜篮子过程”。这就需要企业能够准确解读政策对循环农业行业发展的指导方向，在土地利用和周边人力资源利用上做到准确把握、不失先机，结合企业自身对循环农业生产的理解和把握，稳固现有规模的同时，积极扩大企业循环农业体系的覆盖率，同时具有循环农业体系复制和扩张能力，从而迅速提升农业企业创业绩效。

参考文献

Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2001). Intrapreneurship, Construct refinement and cross-cultural validation. *Journal of business venturing*, *16*(5), 495-527.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, *17*(1), 99-120.

Eisenhart, M. (2000). Boundaries and selves in the making of 'science'. *Research in Science Education*, *30*(1), 43-55.

Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of management review*, *10*(4), 696-706.

Jantunen, A. (2005). Knowledge-processing capabilities and innovative performance, an empirical study. *European Journal of Innovation Management*.

LePine, J., Hanson, M. A., Borman, W. C., & Motowidlo, S. J. (2000). Contextual performance and teamwork, Implications for staffing. In *Research in personnel and human resources management* (pp. 53-90).

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, *25*(1), 217-226.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, *25*(1), 217-226.

Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*, *13*(2), 257-279.

Stevenson, R. (1985). Corporate power and the scope of economic analysis. *Journal of Economic Issues*, *19*(2), 333-341.

Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1987). Measurement of business economic performance, an examination of method convergence. *Journal of management*, *13*(1), 109-122.

杜海东, 李业明, & 林海. (2013). 公司创业绩效影响因素及策略的系统动力学分析. *山东科技大学学报 (社会科学版)*, (*1*),*89-94*.

何斌. (2004). 创业策略, 创业认知与绩效关系研究. *硕士学位, 浙江大学*.

黄晓波, & 冯浩. (2006). 农业类上市公司股权结构与公司绩效实证分析. *中国农村经济*, (*10*), 67-71.

欧雪银. (2010). 企业家能力对企业绩效的影响. *湖南師範大學社會科學學報*, *39*(6), 113-115.

沈超红, & 王重鸣. (2008). 敏捷性与创业绩效关系的边界条件研究. *中南大学学报 (社会科学版)*, (*14*), 808-812.

管理者控制权私有收益对并购绩效的影响研究—基于管理者过度自信的调节效应

Research on the Influence of Managers 'Private Benefits on M & A Performance—Based on the Moderating Effects of Managers' Overconfidence

孔旭成 [1]，王铁男 [2]

Xucheng Kong[1]，Tienan Wang[2]

[1,2] 泰国正大管理学院

[1,2]Panyapiwat Institute of Management, Thailand

[*]**Corresponding author:** Xucheng Kong**, E-mail:** 4069339291@qq.com

摘要

本文以中国信息技术行业2012年-2016年的沪、深A股上市公司为研究对象，研究了代理人条件下，管理者控制权私有收益与并购绩效的影响，管理者过度自信对管理者控制权私有收益和并购绩效的作用机理，研究发现，管理者控制权私有收益与并购绩效显著正相关，即管理费用率的增加某种程度上可以提高企业的并购绩效，同时因为管理者的过度自信的存在，过度自信程度越强，会削弱控制权私有收益对并购绩效的正向影响，即管理者过度自信对控制权私有收益与并购绩效的关系具有“弱化效应”。本文的研究对于企业并购决策中在薪酬制度设计，管理者聘任方面具有一定指导意义；同时当前对企业并购的研究主要集中于基于理性假设或有限理性假设条件下进行研究，本文基于代理理论视角，引入管理者过度自信对企业并购进行研究，具有一定的理论意义。

关键词： 控制权私有收益　过度自信　并购绩效　弱化效应

Abstract

This paper takes the listed companies of Shanghai and Shenzhen A shares in China's information technology industry from 2012 to 2016 as the research object, and studies the influence of managers' private earnings of control and M&A performance under the condition of agents, and the mechanism of managers' overconfidence on managers' private earnings of control and M&A performance. The research finds that managers' private earnings of control and M&A performance are significantly positively correlated, namely That is to say, the increase of management expense rate can improve the performance of M&A to some extent. At the same time, because of the existence of managers' overconfidence, the stronger the overconfidence degree is, the weaker the positive impact of private earnings of control on M&A performance will be. Managers’ overconfidence has a "weakening effect" on the relationship between private earnings of control and MA performance. The research of this paper has certain guiding significance for the design of salary system and the

appointment of managers in the decision-making of enterprise merger and acquisition; at the same time, the current research on enterprise merger and acquisition is mainly based on the rational hypothesis or limited rational hypothesis. Based on the perspective of agency theory, this paper introduces the overconfidence of managers to study enterprise merger and acquisition, which has certain theoretical significance.

Keywords: private benefit of control, over confidence, M&A Performance, weakening effect

引言

目前中国对并购绩效的研究大部分集中在并购的支付方式、行业的相关度、企业性质、企业的发展阶段以及并购动机等这些领域，可见影响并购绩效的因素多而复杂。Tufano(1996)认为，由于代理问题的存在，现实中企业风险管理选择可能并非是“股东价值最大化”而是“管理者利益最大化”。（Malatesta,1983; Jensen, Ruback,1983）通过相关理论模型的分析认为企业的并购行为仅能够导致目标企业自身价值的提高，而并购企业的价值没有增加反而有所下降。导致这一情况发生的主要原因在于并购企业和目标企业之间的委托代理问题。Gorton（1997） 的研究也认为，如果管理者获取的控制权收益过小，他们就会通过过度的兼并行为来满足其对控制权收益的诉求， 而如果控制权收益得到满足，管理者就会从事对股东有利的并购行为。Berle和Means(2005)指出, 在所有权与控制权分离的现代企业里, 管理者拥有事实上的控制权。Hart(2005)进一步指出, 这种控制权给管理者带来私有收益, 如个人满足感、声誉、裙带关系和资金转移等, 这种收益只有管理者才能享受, 而外部股东是无法分享的, 也称为控制权私有收益。而委托-代理理论建立在理性经济人假设前提下，行为金融学理论提出人们并非足够理性，容易产生认知偏差。近年来，行为经济学家从管理者的认知偏差的角度为以上困惑进行了较为完善的全释。根据行为金融学的观点，Roll(1986）并购可能是由于“自以为是”的管理者的良好的初衷。Merrowetal(1981）过度自信的管理者的最显著特征是高估收益而低估风险。在这种心理作用的驱使下，管理者在制定并购决策时，会过度自信地认为自己总能成功，而未考虑到可能的风险和客观条件的约束。Heaton(2002，）与传统“经济人”假设不同的是，“管理者过度自信”假设管理者是忠于现有股东的选择并购是为股东创造价值，而非是谋求自身利益最大化，过度自信的认知偏差是推动并购发生的重要的原因。西方学者所研究的过度自信认知偏差是否也适用于中国管理者的决策行为呢？事实上，早在20世纪七八十年代，就已经有学者在探讨并发现中国的管理者的过度自信倾向表现的更为突出（Wright，1978; Wright & Phillips,1980）。郝颖、刘星和林朝南（2000）在我国的制度环境下，过度自信管理者在公司的投资决策中更有可能发起低效率的过度投资行为。傅强和方文俊（2008）在对我国上市公司高官的过度自信与并购决策的实证研究中发现，管理者的过度自信是并购活动的重要驱动因素。处在新兴、转轨的资本市场中的信息技术行业的上市公司为企业管理者的过度自信倾向提供了丰富土壤，同时，尚未完善的法律法规以及亟需改进的企业治理结构与外部监管，使得我国企业管理者的过度自信表现更加突出，在并购决策中会更加高估自身的能力，从而实施更多的并购活动。

综上，以往对管理者代理动机与并购绩效的研究主要基于理性经济人假设下的委托代理问题对企业并购进行研究，但正如行为金融学的观点，人并非完全理性，管理者过度自信的强弱会影响并购的坚决程度和执行力度，进而影响并购绩效。因此本文主要探讨以下两个问题：①管理者代理动机对并购绩效影响如何？②管理者过度自信如何影响管理者代理动机与并购绩效的关系？

文献综述

通过对控制权私有收益文献的梳理发现，大多数文献都将控制权私有收益定义为完全意义上的侵害，认为企业控制权私有收益的存在只会给企业带来负面影响，并且这些研究都是居于大股东的“隧道行为”，而对高层管理者的控制权私有收益研究较少，如Grossman & Hart(1998)、Shleifer & Vishny(2000)、Dyck & Zingales(2004)、马磊和许向艺（2007）等。正如控制权悖论的存在，控制权私有收益对企业绩效的影响却并不一定都是有害的。对于当前中国信息技术企业而言，股权的相对分散，公司治理能力不完善情况下，企业的实际控制权更多掌握在企业管理者手中。在企业长期面临薪酬管制约束，外生薪酬安排无法获得激励效果的情况下，管理者就会利用实际控制权来寻求非货币化的隐性收入以提高自身收益。Fame & Jensen(1983)研究认为你，通过报酬安排、经理人市场、有效的股票市场以及企业经营权与所有权分立机制，可以缓解代理问题，进而提高并购绩效；颜剑英(2002)指出，国有企业经理人货币报酬比较低，使得经理自我激励存在滥用现象，而这种滥用现象一是通过不正当手段占有企业资产和利润；二是过度的在职消费。以在职消费为代表的控制权剩余收益并不完全是有害的。提出可以将控制权剩余收益作为对国企管理者的一种激励手段，通过适度的在职消费来解决由薪酬管制导致的激励不足；Ragan & Wulf（2004）通过对美国上市公司的高管相关现象进行研究，发现适当的在职消费可以提高管理效率，进而提高企业绩效。因此本文提出假设H1:

H1：管理者控制权私有收益与并购绩效正相关。

在理性经济人假设下，Narayanan（1985）、Jensen（1986）等研究发现，企业扩张最主要的根源来自管理者的自利心理；Marris(1963)研究发现,经理控制型企业的目标是增长最大化,而非利润最大化,因为增长最大化更符合管理者的利益。(Heaton,2002)确认为，管理者有时是忠于股东的，他们之所以进行扩张,并不是出于自身利益考虑,而是因为过于自信。在现实中也可以发现，并不是所有的管理者都是自利的,或者他们并不是在任何时候都是自利的,心理学也已经证实了人们往往会有“利他”倾向。自Roll(1986)开创性提出“自大假说”以来，学界对管理者过度自信进行大量研究，Roll(1986)研究认为，过度自信的管理者往往会高估并购收益,而且相信并购能带来协同效应,从而使得本身不具有价值的并购活动得以发生;Malmendier and Tate(2008)在对管理者过度自信是否影响并购行为的研究中发现，过度自信的管理者确实在其任期内进行了至少一次的并购活动，且会给企业并购绩效带来负面影响。同时，Malmendier、Tate（2008）还认为，过度自信的管理者通常会高估目标公司创造利润的能力，是企业并购行为的重要解释变量。而且，过度自信的管理者在企业拥有自由现金流时倾向于投资过度，在没有自由现金流时则会投资不足。在这种心理作用的驱使下，管理者在制定并购决策时，会过度自信地认为自己总能成功，而未考虑到可能的风险和客观条件的约束。Heaton（2002），选择并购是为股东创造价值，而非是谋求自身利益最大化，过度自信的认知偏差是推动并购发生的重要的原因；Varaiya（1987）研究发现，主并企业为了弥补企业因并购而丧失的控制权价值会支付并购溢价导致并购绩效降低；Alexander(2004)等的研究发现，在投资者保护水平较低的背景下， 控制权私有收益与非效率投资行为成正比例关系。Heaton & Odean(2000)研究认为过度自信和乐观的经理人的决策比理性经理人更可能选择风险较大的项目；Doukas & Petmezas(2006)、Brown & Sarma(2006)研究都发现管理者越过度自信,越容易实施并购,特别是多元化并购;同时,过度自信管理者所发起的并购带来的回报要低于非过度自信管理者。可见增加管理者控制权是有收益可以降低企业的非效率并购行为导致的并购绩效下降，但因为管理者的过度自信，会使得管理者出现认知偏差而推动无效率的并购，进而降低并购绩效。因此本文提出假设H2：

H2：管理者过度自信会弱化控制权私有收益与并购绩效的影响。

研究方法

根据上述提出的相关变量的衡量方法，本文主要利用信息技术行业沪、深A股的数据进行假设检验。由于财政部于2007年1月1日实行了新的会计准则，而新准则在会计确认、计量和报告行为等方面都发生了较大的变化，在检验模型稳健性时需考虑企业财务指标，为了统一统计口径，需要选择2007年以后上市的公司；考虑到2008年次贷危机对股市的影响以及通过国泰安数据库提供的并购事件数据，2008年-2012年的并购事件呈现先增加后减少的波动状况，而2012年以后的并购事件呈现出相对稳定性，且2018的年报数据还不全，因此本文选取2012年1月1日—2016年12月31日期间中国信息技术行业A股上市公司为考察对象，为消除IPO影响，本文只选取上市时间为2011年12月31日以前的样本，数据结果由SPSS和EXCEL处理完成。

并根据以下原则来确定企业是否在考察年度发生并购。

（1）本文仅保留并购标的为股权标的且上市公司为收购方的并购事件；

（2）不包括属于关联交易的并购事件，因为并购的关联交易可能并非出于经营管理的需要，不是根据市场交易原则来进行，同时并购绩效容易受关联方的影响，因此关联并购交易不具有代表性和可比性；

（3）删除一些在公开信息中未披露与研究相关的财务数据和存在异常值的并购案例。

（4）删除国有企业样本，因为国有企业样本与其他企业具有显著差异，为降低研究噪音，把他们删除。

最终本文得到372个样本观测值作为总体研究样本，其中2012年为75个样本数据，占总数的20.16%；2013年为76个样本数据，占总数的20.43%；2014年为75个样本数据，占总数的20.16%%; 2015年为76个样本数据，占总数的20.43%; 2016年为70个样本数据，占总数的18.82%；样本数据基本稳定，仅2016年减少较多，主要原因是按照上述条件筛选，高升控股、晨鑫科技等数据出现异常所致。

目前关于并购绩效研究的方法主要表现为四类：财务指标法、事件研究法、问卷调查法及案例研究法。不同的研究方法所采用的并购绩效的评价指标会不同，因此所得的结果也会出现差异。代理成本理论认为管理层比所有者拥有更大的信息优势，他们可以利用这种信息优势为自己获取额外的好处，但是这可能会损害股东的利益。而且管理层一般只拥有少部分股权或者没有股权。此时，艰苦创业的经理人会给企业带来巨大的利润，但是这部分利润是归股东所有的，管理层只能获得约定的报酬。这种不匹配的投入产出比会使经理层不顾股东的利益，从企业内部为自身谋取更大的福利。对于企业并购而言，并购绩效很难马上表现出来，尤其是战略并购，而本文研究的是管理者代理动机对并购绩效的影响。因此，本文结合Correa,2009；谢志华、董昊明、王慧美（2017）的研究，为了检验股东的利益是否遭到破坏，我们选用净资产收益率（ROE）这一指标来评价企业并购绩效，并且中国证监会也将它作为衡量企业绩效的基本指标，并从短期和长期的角度进行研究。

自Grossman & Hart(1988)首次提出控制权私有收益的概念，并将将控制权私有收益分为控制权共享收益和控制权私有收益，其中掌握企业实际控制权的管理层或股东所获得但又不能与他人共享的收益便为私有收益。而且当企业股权比较集中的时候，大股东对管理者的监督动机和能力增强，会降低管理者的控制权私有收益。但是当企业股权比较分散的时候呢？正如林付雷(2017)以中国信息技术企业2010-2015年上市公司为样本，研究发现，中国信息技术企业的赫芬达尔指数只有0.1，第一大股东持股比例在30%左右，说明中国信息技术企业股权比较分散，并逐渐趋于更加分散的结构。因此研究管理者控制权私有收益对中国信息技术企业并购绩效的

研究显得尤为必要。通过对管理者控制权私有收益的研究文献梳理发现，关于管理者控制权私有收益的研究最早可追溯到亚当斯的《国富论》，指出如果管理者不是所有者，则公司浪费现象严重，而这种现象就是管理者会控制权私有收益，损害股东利益的行为,Berle & Means(1932)的委托-代理理论也揭示了企业的管理者控制权私有收益现象的存在对管理者代理动机相关文献的梳理，根据委托代-理理论，获取除现金流收益以外的控制权私有收益是产生代理问题的一个重要诱因，Rajan& Wulf（2004）通过对美国上市公司的高管相关现象进行研究，发现适当的在职消费可以提高管理效率。在我国，国有企业实际控制权多掌握在企业管理者手中。 在企业长期面临薪酬管制约束， 外生薪酬安排无法获得激励效果的情况下， 管理者就会利用实际控制权来寻求非货币化的隐性收入以提高自身收益。颜剑英（2002）指出，国有企业经理人货币报酬比较低，使得经理自我激励存在滥用现象，而这种滥用现象一是通过不正当手段占有企业资产和利润；二是过度的在职消费；就在职消费的衡量指标而言，陈冬华、黄雯（2018）等也认为，管理费用可分为八类，适合作为在职消费的衡量标准。关于管理者控制权私有收益的度量，目前大量学者采用管理费用率来表示 ，James(2000)等在研究管理者的代理成本时，直接选用管理费用率来度量代理成本。黄雯和杨柳青（2018）在研究管理者的代理动机时，也是使用管理费用率作为控制权私有收益的替代变量。因此本文采用他们的观点，利用管理费用率作为管理者控制权私有收益的替代变量。

管理者过度自信作为管理者的一种心理特征，一直很难有一种完美的方式来对其尽心度量。从过往关于管理者过度自信的相关文献可以看出，关于过度自信的度量方法很多，主要有利用管理者的相对薪酬（Hayward、Hambrick，1997）；管理层持股状况（Malmendier & Tate,2005;王铁男&王宇，2017）；主流媒体评价（Hayward、Hambrick，1997;Brown、Sarma,2006;Hribar、Yang,2010）;企业盈利性偏差（Lin,2005）;企业历史业绩（Hayward、Hambrick，1997）；企业并购频率（Doukas、Peetmezas,2006）等。

并购作为企业的投资行为之一，具有高风险的特征，企业在进行一次并购的时候往往会经过一段时间的资源整合才会进行下一次的并购，如果企业在两年能做出两次或两次以上的并购，则从某种程度上说明管理者对自身有足够的信心能够驾驭企业的经营管理，实现资源有效整合，更好的发挥协同效应。鉴于本文研究的需要和数据的可获得性，本文采用并购频率（Doukas、Peetmezas,2006；何琳，2014）的做法，如果企业在连续两年内进行两次或两次以上的并购行为，则视为管理者过度自信，取值为1，否则取值为0。

现有研究表明,公司的规模、资产属性、成长性、股权结构和治理结构等因素也对管理者代理动机、并购行为、并购绩效、过度自信具有重要影响。王霞等在研究管理者过度自信与企业投资行为异化的关系时,选取了企业的成长机会、实际控制人类别、公司治理、企业规模、行业因素、资产负债率和年度作为控制变量。姜付秀等的研究表明,企业规模、实际控制人的类别、资产属性、投资机会、成长性、负债比例、现金流等因素等均会影响公司的投资和并购。本文关于相关变量的选取及具体含义见表1。

表 1 变量测量汇总表

变量	变量名称	变量符号	变量说明
被解释变量	并购绩效	ROE0	并购当年的 ROE-并购前一年的 ROE
		ROE1	并购后一年的 ROE-并购前一年的 ROE
解释变量	管理费用率	Mrf	并购前一年的管理费用/主营业务收入
调节变量	过度自信	OCD	一年内发起两次或两次以上的并购交易行为视为过度自信，取值为 1，否则取值为 0
控制变量	控制人类别	FCR	用虚拟变量表示，国有控股企业赋值为 1，否则赋值为 0
	资产负债率	Lever	并购前一年公司固定资产/总资产
	公司规模	Size	并购前 1 年总资产的自然对数
	董事会特征	Ind	并购前一年独立董事人数与总董事人数的比率
	成长性	Growth	并购前三年的净资产增长率的平均值
	考察年份	Year	以 2012 年为基准年，赋值 0；2013 年赋值 1；2014 年赋值 2；2015 年赋值 3；2016 年赋值 4

来源：作者根据文献梳理整理

本文为检验控制权私有收益对并购绩效的影响建立模型1,为检验管理者过度自信对控制权私有收益和并购绩效的强化效应建立模型2和模型3。

模型 1：

$$\begin{cases} ROE_1 = \alpha_0 + \alpha_1 Mrf + \sum_{i=1}^{6} \alpha_{i+1} controls_i + \varepsilon_2 \\ ROE_0 = \alpha_0 + \alpha_1 Mrf + \sum_{i=1}^{6} \alpha_{i+1} controls_i + \varepsilon_1 \end{cases}$$

模型 2：

$$\begin{cases} ROE_1 = \alpha_0 + \alpha_1 Mrf + \alpha_2 OCD + \sum_{i=1}^{6} \alpha_{i+2} controls_i + \varepsilon_2 \\ ROE_0 = \alpha_0 + \alpha_1 Mrf + \alpha_2 OCD + \sum_{i=1}^{6} \alpha_{i+2} controls_i + \varepsilon_1 \end{cases}$$

模型 3：

$$\begin{cases} ROE_1 = \alpha_0 + \alpha_1 Mrf + \alpha_2 OCD + \alpha_3 Mrf * OCD + \sum_{i=1}^{6} \alpha_{i+3} controls_i + \varepsilon_2 \\ ROE_0 = \alpha_0 + \alpha_1 Mrf + \alpha_2 OCD + \alpha_3 Mrf * OCD + \sum_{i=1}^{6} \alpha_{i+3} controls_i + \varepsilon_1 \end{cases}$$

研究结果

本文以中国信息技术行业2012年-2016年的沪深A股上市公司为样本，通过SPSS,描述性统计分析详见表2所示，内容主要包括各变量的最大值、最小值、均值、标准差的分布情况。

表 2 变量的描述性统计分析表

	N	极小值	极大值	均值	标准差
短期绩效	372	-.107	.011	-.012	.005
长期绩效	372	-.140	.049	-.023	.018
管理费用率	372	.009	.965	.211	.193
过度自信	372	.000	1.000	.312	.464
控制人类别	372	.000	1.000	.212	.410
资产负债率	372	.001	.996	.294	.187
公司规模	372	18.674	24.153	21.171	.889
董事会特征	372	.250	.667	.371	.058
成长性	372	-.392	14.575	.366	1.218

来源：根据 SPSS24.0 统计整理

被解释变量短期并购绩效的均值为-0.012，长期绩效的均值为-0.023，且都会负值。管理费用率的均值为0.211，最小值为0.009，最大值0.965，调节变量过度自信的均值为0.312，最小值为0，最大值为1，这说明研究样本管理者只有小部分偏过度自信。另外从表2还可以看出，本研究的控制变量的分布状况，其中控制人类别的均值为0.212，最大值为1.最小值为0，说明国有企业占少数；资产负债率均值为0.294，最小值为0.0001，最大值为0.996，说明少数企业利用了财务杠杆；公司规模的最小值为18.674，最大值为24.153，均值为21.171，说明研究样本的公司规模都较大；董事会特征的均值为0.371，最小值为0.250，最大值为0.667，说明研究样本的独立董事比例水平一般，公司内部治理效果可能不明显；企业成长性的均值为0.366，最小值为-0.392，最大值为14.575，且标准差较大，说明研究样本公司的成长性比较分散。

本研究通过SPSS25.0对样本变量进行Pearson分析，Pearson相关系数矩阵所呈现的结果一方面表现为变量中两两变量之间的相关关系，另一方面还可以用于检测变量之间是否存在多重共线性问题，如果变量之间的相关系数在0.75以上，则说明他们之间可能存在多重共线性问题（吴明隆，2010）。

分析结果如表3所示，从数据分析结果可以看出管理费用率与短期并购绩效显著正相关，相关系数为0.220，相关系数检验的概率P值为0.000，在显著性水平为0.001时通过检验，说明管理费用率与短期并购绩效之间存在显著的正相关系；管理费用率与长期绩效显著正相关，相关系数为0.302，相关系数检验的概率P值为0.000，在显著性水平为0.001时通过检验，说明管理费用率与长期并购绩效之间存在显著的正相关关系。过度自信与短期并购绩效显著负相关（相关系数为-0.201，P值为0.000），与长期并购绩效显著负相关（相关系数为-0.396，P值为0.000）；控制变量中，资产负债率与并购行为显著正相关（相关系数为0188，P值为0.000）；从表中数据还可以看出其他部分变量之间的相关系数为正值，且通过显著性检验，说明他们之间存在简单的正相关关系；分变量之间的相关关系系数是负值，也通过了显著性检验，说明变量之间存在简单的负相关关系。还有部分变量之间的相关关系系数没有通过显著性检验，说明这些变量

之间不存在简单的相关关系。但是，变量之间的相关性只说明它们之间存在简单的相关关系，不等于说它们之间存在因果关系，并且相关关系系数的显著性会受到样本量大小、抽样误差、极端值的处理等多种因素影响（吴明隆，2010），因此还需进一步研究他们之间的关系。

表3 研究变量的Pearson相关系数矩阵表

	1	2	3	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
短期绩效	1													
长期绩效	.168**	1												
管理费用率	.220**	.302**	-.563**	.012	1									
过度自信	-.201**	-.396**	.621**	-.096	-.327**	-.354**	.068	1						
资产负债率	-.073	-.093	.188**	-.327**	-.256**	-.124*	.036	.148**	.314**	1				
公司规模	.014	-.042	.037	-.059	-.033	-.018	-.021	-.023	.226**	.154**	1			
董事会特征	.101	.064	-.033	-.135**	.034	.067	-.044	-.014	-.127*	-.038	-.043	1		
成长性	.021	.028	-.038	-.021	.050	.033	.071	-.032	-.002	-.181**	.189**	.071	1	
年份	.133*	.098	-.217**	-.264**	.130*	.169**	.051	-.140**	-.018	-.010	.288**	.032	.079	1

来源：根据 SPSS24.0 统计整理

管理费用率与并购绩效的回归分析结果如表4所示，管理费用率为自变量，短期并购绩效（ROE0）为因变量，先对控制变量进行回归时，模型的R方由0.036增加到0.073，F由2.253（P<0.05）增加到4.093(P<0.001)，说明都通过了F检验，说明模型的拟合度可以，模型成立；R方由0.036增加到0.073，说明模型的解释力得以改善，另外管理费用率的回归系数为0.202，但P<0.001，说明管理费用率对短期并购绩效显著的正向影响。以长期绩效（ROE1）作为因变量时，模型的R方由0.028增加到0.105，说明模型解释力得到改善，F由1.721（P<0.05）增加到6.073(P<0.001)，说明模型的拟合度得到较大提高，模型成立；另外管理费用率的回归系数为0.290，且在P<0.001上通过显著性检验，说明管理费用率对长期并购绩效具有显著的正向影响。因此假设H1获得支持，即控制权私有收益对并购绩效具有显著正向影响。

控制变量中，无论是否加入自变量管理费用率，董事会特征对短期并购绩效都具有显著正向影响，相关系数由（Beta=0.107,P=0.040）调整为加入自变量管理费用率后的（Beta=0.112,P=0.029），说明独立董事比例越高,短期并购绩效越好，但无论是否加入自变量管理费用率，董事都会特征对长期并购绩效都没有显著的负向影响。

表 4 管理费用率对并购绩效关系的回归分析结果表

变量	ROE0		ROE0		ROE1		ROE1	
	回归系数	P 值	回归系数	P 值	回归系数	P 值	回归系数	P 值
资产负债率	-.079	.155	-.026	.643	-.079	.158	-.003	.960
公司规模	-.027	.629	-.019	.736	-.070	.217	-.058	.290
董事会特征	.107*	.040	.112*	.029	-.076	.146	-.083	.099
成长性	.008	.877	.009	.868	.023	.664	.024	.642
年份	.143**	.008	.115*	.032	.118*	.030	.077	.143
管理费用率			.202***	.000			.290***	.000
R 方	.036		.073		.028		.105	
调整 R 方	.020		.055		.012		.087	
F 值	2.253*	.038	4.093***	.000	1.721*	.015	6.073***	.000

注：回归系数为标准化后的 Beta,“***”、“**”、“*”分别表示在 1%、5%、10%的水平上显著。
来源：根据 SPSS24.0 统计整理

表 5 管理者过度自信对控制权私有收益与并购绩效的弱化作用的回归结果

变量	模型 2		模型 3	
	ROE0	ROE1	ROE0	ROE1
资产负债率	-1.87（.52）	-1.68（.56）	-1.94（.50）	-1.76（.53）
公司规模	.42（.32）	.39（.35）	.31（.24）	.28（.36）
董事会特征	-.013（0.97）	-.015（0.93）	-.012（1.00）	-.014（0.89）
成长性	-.153（.43）	-.206（.59）	-.143（.33）	-.212（.58）
管理费用率	30.42***（43.62）	21.28***（40.26）	27.54***（42.85）	19.63***（38.71）
过度自信	-6.06***（59.83）	-6.73***（62.14）	-5.16***（66.80）	-6.03***（60.74）
管理费用率中心化*过度自信			-18.87***（14.95）	-16.79***（15.87）
R 方	.032	.046	.036	.052
调整 R 方	.018	.037	.021	.043
F 值	1.854*	2.428**	2.025***	1.754***

注：回归系数为标准化后的 Beta,“***”、“**”、“*”分别表示在 1%、5%、10%的水平上显著。
来源：根据 SPSS24.0 统计整理

由表5中模型2的回归结果可以看出，管理费用率与短期绩效（ROE0）和长期绩效（ROE1）均具有显著的负相关关系，且在1%的水平上显著。从而进一步实证控制权私有收益与并购绩效正相关的假设，过度自信与并购绩效显著负相关，这与谢志华（2017）研究结论一致。

模型3的回归结果显示在管理者过度自信和控制权私有收益交互下，交叉变量与并购绩效显著负相关，过度自信与并购绩效显著负相关，控制权私有收益与并购绩效显著正相关。模型3的回归结果说明随着管理者过度自信程度的提高，控制权私有收益对并购绩效的正向影响会受到削弱，由此证实了假设管理者过度自信会弱化控制权私有收益与并购绩效，从而完成了H2的检验。

本文运用三阶段最小二乘法（3SLS)分别对上述联立方程组进行了回归分析发现，模型不存在内生性问题；另外本文在原检验结论的基础上将并购绩效指标采用ROA来替代进行回归分析，本文假设依然成立，只是研究还发现用资产净利率（ROA）来衡量企业并购绩效的模型的拟合度明显没有用权益净利率（ROE）指标的拟合度好，这也从某种程度上证实了基于动机的并购绩效评价指标选择的合理性。

总结

本文采用中国信息技术行业2012年-2016年的沪、深A股上市公司为样本，研究管理者控制权私有收益对并购绩效的影响以及管理者过度自信对管理者控制权私有收益与并购绩效的弱化作用。研究结果表明：①控制权私有收益与并购绩效显著正相关，提高企业管理费用率有利于提高企业并购绩效；这说明中国信息技术企业的在职消费对高级管理者具有激励作用，按理说在职消费的提高会增加企业的代理成本，进而影响企业绩效，但是无限制增加明显不可能，必然有一个经理人市场的限制，之所以出现这样的现象，这应该主要因为信息技术企业的特殊性，信息技术企业单一性使得企业人力资本往往具有较强的资产专用性，管理者会更加珍惜现有的工作机会，在决策时会更加考虑企业发展；同时信息技术企业的薪资待遇在整个行业都出于前列，使得管理者代理动机减少，这一研究结论也在一定程度上支持了黄群慧（2000）所提出的“控制权作为管理者激励手段”的理论假说②管理者过度自信会弱化控制权私有收益对并购绩效的正向影响，即管理者过度自信程度越高，会降低企业并购绩效。这说明尽管可以通过管理者的在职消费起到激励管理者的功能，提高管理者为股东创造财富的动机，因为管理者的过度自信使得他们在决策时会出现认知偏差，从而在并购决策时盲目自信，表现出高估收益，低估风险，导致并购失败，损害股东财富。这也在一定程度上支持了Roll(1986)提出的过度自信假说。因此，企业的经营管理既要出于理性视角对管理者实施激励措施，也要预防管理者的过度自信，尽管他的初衷是利他。

本文与并购事件作为研究标的，研究了管理者控制权私有收益对并购绩效的影响，在此基础上进一步探讨了管理者过度自信对控制权私有收益和并购绩效的弱化作用，不仅在一定程度上解释了理性经济人假设前提下的企业并购，也揭示了有限理性假设下企业并购问题，不仅在一定程度上丰富了行为金融学在企业并购方面的研究，同时也为资本市场上管理者控制权私有收益问题提供了证据和指导，尤其是在中国当前公司治理机制还不完善的情况下。同时考虑到管理者的过度自信，为管理者在以后的并购过程中提供新的理论依据。

参考文献

Berkman, H., Cole, R. A., & Fu, L. J. (2009). Expropriation through loan guarantees to related parties, Evidence from China. *Journal of Banking & Finance*, *33*(1), 141-156.

Hart, O. D. (1983). The market mechanism as an incentive scheme. *The Bell Journal of Economics*, 366-382.

Hart, O. D. (1983). The market mechanism as an incentive scheme. *The Bell Journal of Economics*, 366-382.

Hart, O., & Grossman, S. (1988). One Share/One Vote and the Market for Corporate Control. *Journal of Financial Economics*.

Hay, D. A., & Liu, G. S. (1997). The efficiency of firms, what difference does competition make?. *The Economic Journal*, *107*(442), 597-617.

Jensen, M. C. (1986). Agency costs of free cash flow, corporate finance, and takeovers. *The American economic review*, *76*(2), 323-329.

Moeller, S. B., Schlingemann, F. P., & Stulz, R. M. (2005). Wealth destruction on a massive scale? A study of acquiring- firm returns in the recent merger wave. *The journal of finance*, *60*(2), 757-782.

Nalebuff, B. J., & Stiglitz, J. E. (1983). Prizes and incentives, towards a general theory of compensation and competition. *The Bell Journal of Economics*, 21-43.

Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1986). Large shareholders and corporate control. *Journal of political economy*, *94*(3), 461-488.

Taylor, S. E., & Brown, J. D. (1988). Illusion and well-being: a social psychological perspective on mental health. *Psychological bulletin*, *103*(2), 193-210.

Tufano, P. (1996). Who manages risk? An empirical examination of risk management practices in the gold mining industry. *the Journal of Finance*, *51*(4), 1097-1137.

宋建波, & 沈皓. (2007). 管理者代理动机与扩张式并购绩效的实证研究——来自沪深 A 股市场的经验证据. *财经问题研究*, (2), 67-74.

王铁男, & 王宇. (2017). 信息技术投资, CEO 过度自信与公司绩效. *管理评论*, *29*(1), 70-81.

徐晓慧. (2015). 中国上市企业并购短期绩效研究——基于并购双方的行业相似性. *当代经济科学*, (03), 89-98.

严志辉, 钟美瑞, & 黄健柏. (2006). 基于过度自信的多任务委托—代理模型扩展研究. *系统工程*, *24*(2), 19-22.

愿景型领导对员工创造力的影响研究

RESEARCH ON THE INFLUENCE OF VISIONARY LEADERSHIP ON EMPLOYEES' CREATIVITY

陈昊 [1]，宋继文 [2]

Hao Chen[1]，Jiwen Song[2]

[1,2] 泰国正大管理学院中国研究生院

[1,2]Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

[*]**Corresponding Author:** Hao Chen, **E-mail:** 877818161@qq.com

摘要

愿景型领导作为领导风格领域新兴的研究主题，其相关研究当前十分匮乏。本文基于社会交换理论和调节定向理论，采用工作激情的视角，并结合中国情境下员工人格特质，引入目标导向作为调节变量，深入探讨愿景型领导对员工创造力的影响机制。研究结果有助于加深对愿景型领导行为的有效性和作用机制的理解，帮助企业更多地激发员工创造力，具有重要的理论意义和实践意义。

关键词： 愿景型领导、员工创造力、工作激情、目标导向

Abstract

Visionary Leadership is a newly-emerging research topic in the field of leadership style,and it s related research is currently scarce.Based on Social Exchange Theory and Orientation Theory,this pa per adopts,the perspective of work passion,combinesthe personality traits of employees in the Chinese context,introduces the goal orientation as the adjustment variable,and deeply explores the influence m echanism of visionary leadership on employee creativity.The research results will help to deepen the u nderstanding of the effectiveness and mechanism of vision-based leadership behavior,and help enterpr ises to stimulate employee creativity with more efforts,which has both important theoretical and practi cal significance.

Keywords: visionary leadership, employee creativity, work passion, goal orientation

引言

随着经济全球化与知识经济时代的到来，企业所面临的外部环境竞争与挑战压力变得愈发激烈。为了解决在当前和未来企业面临的各种复杂问题，加速企业的变革与转型，员工作为企业重要的创新载体，如何激发员工创造力成为企业生存与稳健发展的关键因素之一。因此，许多学者逐渐关注于研究组织情境中领导者的领导风格与员工创造力之间的影响关系，例如变革型领导（高群，2016）、魅力型领导（张鹏程，2011）等，这些领导方式都强调了愿景的关键作用。但之前的研究大多把愿景作为领导者一种特质来探讨，愿景型领导作为一种独立的领导风格，其相关研究十分匮乏。

创造力作为员工重要的行为变量，不仅能够使企业适应激烈的外部环境，保持长期竞争优势立足于市场，而且能够促进员工的职业发展，实现员工与企业的双赢。但是由于考虑到创新行存在的风险性，员工大多数情况下并不愿意积极主动创新，通常更愿意墨守成规。虽然已有大量研究证实了领导风格对员工创造力的影响作用(Mumford, 2002；Shin., & Zhou, 2007；Zhang., & Bartol, 2010；Pieterse, 2010；Koseoglu, 2017)，但愿景型领导作为一种新兴的领导风格，目前极少有研究关注其对员工创造力的影响，更缺乏对其影响机制的研究。

综合以上分析，在中国情境下，从工作激情和目标导向入手，深入探讨愿景型领导对员工创造力的影响机制，理清愿景型领导行为的作用机理，对企业的发展和保持竞争力，以及激发员工创造力都具有非常重要的意义。

研究目的

现有的研究已经对领导者与创新之间关系进有了深入的研究，由于领导力是一个对员工的创造力行为最有影响的先导变量。因此本文为了对现有的研究进行有效的补充，将着眼点聚焦在愿景型领导与创造力之间的关系上。目前对于愿景型领导对员工创造力影响机制的研究还不够充分，领导力是一个环境因素，这个环境因素对创造力有非常重要的影响。而愿景型领导力与个体创造力又有着极为紧密的关系，如何有效提升或者挖掘员工的创造力成为愿景型领导一直高度关注的议题。因此，本文将研究落脚于如何激发员工的创造力，试图探究愿景型领导对员工创造力的影响机制，尝试引入工作激情作为中介变量来处理愿景型领导与创造力之间的关系。同时将员工的人格特质——目标导向作为调节变量，进行员工创造力的研究。

文献综述

“愿景”一词源于古希腊语中的“去看(to see)”，从词意可以看出，“愿景”描绘的是一种看得到的未来情景，同时也表达了达到某种目标的强烈愿望。20 世纪 80 年代，学者们开始把“愿景”放入战略管型领导和管理中进行研究，愿景型领导的概念逐渐兴起。Nanus(1992)认为愿景就是领导者个人在脑海中所存在的意象或组织的未来景象，够反映组织共同价值观(Shamir，1993)，这种愿景的实现有关集体的利益(van Knippenberg., & Stam2014)。领导者把愿景作为组织发展中的推动器，通过制定描绘出组织未来美好的蓝图和景象，以及清晰的发展目标与战略规划，激励组织内所有成员为之努力奋斗和付出，在实现愿景中提升个人能力，推动企业不断发展前进。

Westley 与 Mintzberg(1989)则把愿景领型导看做是“构建想法——形成愿景——传递愿景”的三阶段动态互动过程。他们认为只有领导者与成员的价值观、目标等所有条件相匹配时，组织的愿景才会成为是共同愿景。Bass（1985）认为将激励人心的愿景有效传递给下属的领导者，即为愿景型领导。Nanus(1992)明确了愿景型领导的概念，指出该领导风格通过未来目标能够激励员工工作，促进企业取得长期的成功，其领导的影响更为久远。

综上所述，本文认为愿景型领导即领导者通过沟通的方式充分了解组织成员，并在此基础上构建共同的组织愿景。同时领导者注重在构建组织愿景时，考虑组织中下属的愿望和需求，使组织的共同愿景内化为所有组织成员的共同价值观，并充分授权、鼓励组织成员为实现组织的共同愿景而努力奋斗。

员工创造力是促进组织创新、保持长期发展以及竞争力的重要因素（Zhou., & Hoever, 2014），个体能够在组织中提出新理念、突破性的、有价值的想法，从而提高组织绩效(Amabile, 2012)。个体在创新的过程中会受到诸多不确定性和复杂性因素的影响，而领导因素则被认为是影响员工创造力的一个重要因素，领导者通过领导风格、管理方式等来影响实现员工创造力（Harnmann, 2006）。根据创造力的构成要素模型可以发现领导者的管理方式会影响员工的创造行为，当领导实施授权、鼓励员工创新的管理方式时，员工在不会因为创新时犯错而担心受惩罚，其会处于一种相对轻松愉悦的情景中工作（Amabile, 1997）。愿景型领导作为一种重要的领导方式，对员工创造力存在一定影响。

愿景型领导会在充分了解员工的基础上，建立领导与员工之间的情感纽带，构建包含下属愿望和需求的共同组织愿景，并使组织的共同愿景内化为所有组织成员的共同价值观，并充分授权、鼓励组织成员为实现组织的共同愿景而努力奋斗。员工在认可领导的情况下，会增加自身的使命感，为实现共同组织愿景而不懈努力（Bass, 1985），从而提高工作绩效（Jacobsen., & House, 2001），同时也提高了员工的内在动机。研究表明高质量的领导-成员交换关系会通过强化员工的内在动机有效的影响员工创造力(Amible, 1988)。员工内在动机的提高会激发员工的工作热情，愿意为工作付出更多的时间和精力，会更多的去关注提高组织绩效的想法，并努力将其实现。

因此，愿景型领导是一种高质量的领导-成员交换关系，领导者的愿景行为有助于员工实现自身愿望和需求，使员工产生一种回报组织的分忧意识和责任意识(Nishii, 2009)。而愿景型领导充分授权、鼓励员工的领导风格，也会让员工感知到创新等风险行为的安全保障，从而激发员工创造力，提升组织绩效，促成组织与员工的双赢局面。

基于以上分析，本文提出以下命题：

命题 P1：愿景型领导对员工创造力有显著的正向影响。

Vallerand 等人（2003）根据自我决定理论中外部动机内化的理念提出建构激情二元模型，认为个体在从事各种各样的活动时，希望能够从中获取心理需求的满足。个体在长期从事非常重要或喜爱的活动时，会将其逐渐转化为个体的身份特征标志。当个体将从事某项工作的外部动机向自己身份认同内化时，个体对工作的激情会随之产生。工作激情是一种与工作相关的强烈情感倾向，是个体在充分认识到工作价值的基础上所产生的喜爱与执着，具有持续性和张力等特征。在工作情境中，员工会关注和感知领导者的领导风格以及行为方式，从而影响员工工作激情的产生。

Vallerand 等人（2003）把工作激情划分为和谐工作激情和强迫工作激情，愿景型领导作为重要的组织环境能够促进员工自主的内化外部动机，激发员工的和谐工作激情。根据社会交

换理论，愿景型领导通过与员工沟通了解其愿望和需求并建立共同的组织愿景，共同的组织愿景能够为员工指明组织发展方向，激励员工为实现共同组织愿景而不懈努力。当愿景型领导激发员工的内在动机并满足其基本需求时，从事的工作会逐渐转化为员工的身份特征标志，并以积极的工作状态和饱满的工作激情回报领导，促进和谐工作激情的形成，削弱强迫工作激情的影响。通过以往研究发现，员工创造力是工作激情的结果变量之一（李宏利，2013），和谐工作激情可以促使员工对工作产生热情，带着积极的情感主动投入大量时间和精力去工作，积极情感有利于员工提出有效的创造性方案，产生创造力。因此，本研究中的工作激情将采用和谐工作激情这一维度来进行研究。

基于以上分析，本文提出以下命题：

命题 P2：工作激情在愿景型领导与员工创造力之间起中介作用。

尽管工作激情对员工创造力产生影响，但是不同的个体能够反应出不同的创造力（Farrell., & Rogers, 1988），个体内心形成的行为意愿以及外在表现影响着工作激情对创造力的作用过程（Hochwarter., & Ferris, 2014）。目标导向是多种动机的载体，反应了个体在成就情境下的目标偏好。根据调节定向理论，具有学习目标导向的个体的工作动机是发展能力、自我提升，喜好面对挑战，具有强大的责任心，愿意在工作中寻求学习和发展新技能的机会，即使遇到失败时也不轻言放弃，保持高度工作投入与自我效能感，能够通过尝试探索从不同途径解决问题。这些都是员工产生创造力所具有的特质。具有证明目标导向的个体的工作动机是为了展示自己能力比更高更强，工作绩效比别人更好从而获得正面评价。当具有证明目标导向的个体认为这项工作能够展示自己的能力和好的表现时，个体会产生与学习目标导向成员同样甚至更强烈的工作期望和表现，积极参与解决问题的决策，愿意在工作中投入更多的精力，通过与他人频繁互动交流进行自我表现。因此，由于创新活动比较复杂,高证明目标导向的个体有可能会选择性的产生一些的创造力。具有回避目标导向的个体的工作动机是为了避免显现能力不足而受到负面评价。创新是一种高风险性、高投入、高挑战的活动，高回避目标导向的个体可能会因为创新中的各种不确定性和阻力，以及对自身能力缺乏信心而不会投入努力实施创新。

基于以上分析，本文提出以下命题：

命题 P3：目标导向在工作激情与员工创造力之间起调节作用。

P3a：学习目标导向在工作激情与员工创造力之间起正向调节作用。

P3b：证明目标导向在工作激情与员工创造力之间的调节作用不显著。

P3c：回避目标导向在工作激情与员工创造力之间起负向调节作用。

研究方法

文献研究法

通过阅读、分析、整理相关的文献及理论了解相关领域的研究，为本文的研究奠定基础。

逻辑研究法

运用逻辑研究法中的归纳—演绎，本文在分析愿景型领导对员工创造力影响关系中，综合考虑了工作激情的中介变量、以及目标导向作为调节变量进行分析论述。

问卷调查法

通过提取愿景型领导、工作激情、员工创造力、目标导向等核心变量，以填写问卷的方式组织企业中的员工及其上司进行问卷调查。为避免同源误差，本研究采用配对样本设计。

研究框架

本文结合社会交换理论和调节定向理论，考查愿景型领导对员工创造力的影响，阐明工作激情的中介作用以及目标导向的调节作用，深入探讨愿景型领导的影响机制，基于以上分析，综合各个命题，本研究建构出如图 1 所示的理论框架。

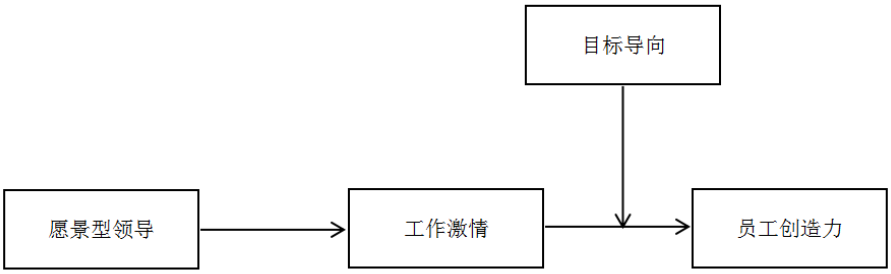


图 1 理论框架图

研究结果

本研究从工作激情的视角入手，结合社会交换理论和调节定向理论，考察工作激情的中介效应和目标导向的调节效应，深入探讨了愿景型领导对员工创造力的影响机制。通过文献分析和逻辑推导得出以下命题：愿景型领导对员工创造力有显著的正向影响；工作激情在愿景型领导和员工创造力之间起中介作用；学习目标导向在工作激情与员工创造力之间起正向调节作用；证明目标导向在工作激情与员工创造力之间的调节作用不显著；回避目标导向在工作激情与员工创造力之间起负向调节作用。

总结与讨论

首先，本研究证实了愿景型领导对员工创造力存在显著的正面影响。虽然已有的领导风格也包含重视“愿景”的作用，但把愿景型领导作为一种独立的领导风格来研究的极其匮乏，作为新兴的研究领域，相关的学术研究十分有限。本研究这一结论为愿景型领导与员工创造力之间的积极联结提供了新的证据，拓展了已有的领导——员工创造力的理论研究。

其次，本研究进一步探索了愿景型领导对员工创造力影响效应的内在机制。预期结果表明工作激情在愿景型领导和员工创造力之间起到了中介作用。即愿景型领导通过构建共同的组织愿景，激发员工的内在动机并满足其基本需求，进而促使员工以及积极的工作状态和饱满的工作激情回报领导。加之愿景型领导充分授权和鼓励员工的领导风格，使员工更加愿意主动投入大量时间和精力去工作，提出更多的创造性方案，从而产生创造力。这为人们更好的理解愿景型领导影响员工创造力的机制提供了新的视角，为推进愿景型领导的研究提供了一些新的思路。

最后，本文结合中国情境，探讨目标导向如何调节工作激情对员工创造力的影响。预期结果表明，学习目标导向对工作激情与员工创造力的关系具有正向调节效应；证明目标导向对

工作激情与员工创造力之间的调节效应不显著；回避目标导向对工作激情与创造力之间具有负向调节效应。本研究深入考察目标导向的影响，丰富了愿景型领导的研究。

一方面，本文的研究结果表明愿景型领导能够有效激发员工创造力，这为管理者如何激发下属的创造力提供了新的视角。在管理实践中，管理者应当树立组织未来的长期发展目标和努力方向，重视愿景型领导行为的重要性。努力践行愿景型领导行为，领导者通过沟通构建共同的组织愿景，激发员工的工作激情，在工作中积极鼓励并充分授权，给予员工一个相对宽松的工作环境，以此促进员工产生更多的创造力。

另一方面，个体工作激情对于其创造力起着重要作用。在管理实践中，作为领导者个人应当更多的与员工进行沟通与交流，了解员工的需求与愿望，促进形成良好的上下级关系，建立共同的组织愿景。共同的组织愿景能够为员工指明组织发展方向，有效的引导和影响员工的行为，提升组织内成员的个人职能，增强工作激情，激励成员竭尽全力，打破上限激发潜能，提高组织效能促进组织发展，满足客户的需求达到组织目标。

最后，从员工的个体特质来看，具有学习目标导向的员工越能促进工作激情对创造力的积极作用。因此企业在招聘和选拔员工的过程中，应当有意识地选择具有学习目标导向的的应聘者。此外，可以通过指导、培训等一系列的方式对在职员工加强组织文化的宣传，提高员工学习目标导向的水平，从而激发员工更多的创新行为。

本文后续将通过相应的问卷设计进行调查研究获取数据，用实证研究方法来深入研究探索分析论证，进一步获取具有科学性的理论价值和实际指导意义。

参考文献

Amabile, T. M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. *Research in organizational behavior*, 10(1), 123-167.

Amabile, T. M., & Pillemer, J. (2012). Perspectives on the social psychology of creativity. *The Journal of Creative Behavior*, 46(1), 3-15.

Bass, B. M., & Bass Bernard, M. (1985). Leadership and performance beyond expectations. *Free Press: Collier Macmillan.*

Day, D. V. (Ed.). (2014). *The Oxford handbook of leadership and organizations*. Oxford Library of Psychology.

Jacobsen, C., & House, R. J. (2001). Dynamics of charismatic leadership: A process theory, simulation model, and tests. *The Leadership Quarterly*, 12(1), 75-112.

Koseoglu, G., Liu, Y., & Shalley, C. E. (2017). Working with creative leaders: Exploring the relationship between supervisors' and subordinates' creativity. *Leadership Quarterly*, 28(6):798-811.

Koseoglu, G., Liu, Y., & Shalley, C. E. (2017). Working with creative leaders: Exploring the relationship between supervisors' and subordinates' creativity. *The Leadership Quarterly*, 28(6), 798-811.

Mumford, M. D., Scott, G. M., Gaddis, B., & Strange, J. M. (2002). Leading creative people Orchestrating expertise and relationships, *The Leadership Quarterly*, 13:705-750.

Mumford, M. D., Scott, G. M., Gaddis, B., & Strange, J. M. (2002). Leading creative people: Orchestrating expertise and relationships. *The leadership quarterly*, 13(6), 705-750.

Nanus, B. (1992). *Visionary Leadership: Creating a Compelling Sense of Direction for Your Organization.* Jossey-Bass Inc, 350 Sansome Street, San Francisco, CA 94104-1310.

Nishii, L. H., & Mayer, D. M. (2009). Do inclusive leaders help to reduce turnover in diverse groups? The moderating role of leader–member exchange in the diversity to turnover relationship. *Journal of Applied Psychology*, 94(6), 1412.

Perrewé, P. L., Hochwarter, W. A., Ferris, G. R., McAllister, C. P., & Harris, J. N. (2014). Developing a passion for work passion: Future directions on an emerging construct. *Journal of Organizational Behavior*, 35(1), 145-150.

Rusbult, C. E., Farrell, D., Rogers, G., & Mainous III, A. G. (1988). Impact of exchange variables on exit, voice, loyalty, and neglect: An integrative model of responses to declining job satisfaction. *Academy of Management journal*, 31(3), 599-627.

Shamir, B., House, R. J., & Arthur, M. B. (1993). The motivational effects of charismatic leadership: A self-concept based theory. *Organization science*, 4(4), 577-594.

Stam, D., Lord, R. G., Knippenberg, D. V., & Wisse, B. (2014). An image of who we might become: Vision communication, possible selves and vision pursuit. *Organization Science*, 25(4), 1172-1194.

Vessey, W. B., Barrett, J. D., Mumford, M. D., Johnson, G., & Litwiller, B. (2014). Leadership of highly creative people in highly creative fields: A study of scientific leaders. *The Leadership Quarterly*, 25(4), 672-691.

Vallerand, R. J., Blanchard, C., Mageau, G. A., Koestner, R., Ratelle, C., Léonard, M., & Marsolais, J. (2003). Les passions do l am on obsessive and harmonious passion. *Journal of personality and social psychology*, 85(4), 756.

Westley, F., & Mintzberg, H. (1989). Visionary leadership and strategic management. *Strategic management journal*, 10(1), 17-32.

Zhang, X., & Bartol, K. M. (2010). Linking empowering leadership and employee creativity: The influence of psychological empowerment, intrinsic motivation, and creative process engagement. *Academy of management journal*, 53(1), 107-128.

高群, & 吴真玮. (2016). 变革型领导对员工主动行为的作用机制研究. *领导科学*, (9Z), 31-33.

李宏利, & 郁巧玲. (2013). 组织背景下的工作激情. *心理与行为研究*, 11(6), 849-853.

张鹏程, 刘文兴, & 廖建桥. (2011). 魅力型领导对员工创造力的影响机制：仅有心理安全足够吗? *管理世界*, (10), 94-107.

RESEARCH ON THE INNOVATION OF SUBJECT TEACHING MODE IN COLLEGES AND UNIVERSITIES UNDER THE INFORMATION TECHNOLOGY ENVIRONMENT

Wenjing Hu

Faculty of management, Hubei Business College

*Corresponding author: Wenjing Hu, E-mail: 85821180@qq.com

Abstract

In the 21st century, the world economy is changing from industrial economy to knowledge economy. In the era of knowledge economy, innovative talents with "thick foundation, wide caliber, high quality and strong ability" are needed. With the widespread application of information technology in the field of education and the birth of new educational ideas, the upsurge of higher education reform is emerging. In the teaching activities, the teaching mode is always in the leading position, which restricts the teaching organization design, activity development, environment construction and teaching effect. In response to the call put forward by the Ministry of education to "take modern educational technology as a breakthrough to achieve the organic integration of information technology and curriculum", in the long-term teaching practice, under the guidance of constructivism theory, innovative educational theory and humanistic learning theory, I analyzes the current situation and misunderstandings of the integration of information technology and curriculum teaching in the teaching practice of colleges and universities, and carries out the reconstruction and practical exploration of the teaching mode in the information technology environment from five dimensions: creating a real teaching situation, building a learning resource platform, optimizing the design of teaching organization, providing personalized and differentiated design of independent learning tasks, and evaluating multiple teaching results. It is expected to provide some reference for the reform of the traditional mode and structure of teaching and the improvement of students' learning style.

Keywords: information technology, teaching mode, innovate, research

Introduction

Since 1999, with the continuous expansion of college enrollment and the rapid expansion of education scale, China's higher education has achieved and advanced into the popularization stage with the speed of running. The continuous expansion of enrollment has also made it difficult for college students to obtain employment. According to the Research Report on market prospect and investment strategic planning of China's higher education industry in 2018-2023, there were 8.2 million college graduates nationwide in 2018, and the overall employment situation of college

students was extremely severe. In response to the severe employment situation, there is also a high turnover rate. According to the survey of employed students conducted by the third-party social survey agency Mycos, 13.2% of them have been dismissed because their work skills can't meet the requirements of enterprises, otherwise 29.4% of them have resigned due to their own feeling of lack of skills. College education is out of line with social needs, teaching can not cultivate the ability and knowledge which is required by the society, ignoring the education of students' professional quality and working habits, etc., that's resulting in low monthly income, low professional counterpart rate, high turnover rate, high conversion rate of occupation and industry, and long running in period of workplace.

In view of this, "what kind of talents and how to cultivate them?" in the information age has become the theme of the current talent training reform in Colleges and universities.

The survey, the old teaching mode and backward teaching management are still the main problems in the cultivation of talents in Colleges and universities, which are mainly reflected in the following aspects: 1) Single cultivation mode. Due to overemphasis on professionalism and narrow professional caliber, It is difficult for students to adapt to the needs of the society for talents with thick foundation and wide caliber. 2)The teaching mode is single and the teaching method is rigid. Many courses still adopt the indoctrination teaching mode, with teachers as the center, classroom as the center and teaching materials as the center; teaching methods are mainly classroom teaching, self-study discussion, investigation and research, experimental practice and so on are all in the auxiliary position. This kind of teaching mode ignores the training of students' innovative thinking ability, and students are in a passive and subordinate position in teaching, which leads to the decline of students' interest in learning and the deficiency of practical ability and innovative ability. 3)The means of evaluating students' ability is one-sided. It is still widely used to evaluate students' ability only by examination results, which results in Teachers' indoctrination in teaching and students' inheritance in learning. Paying attention to the results but not to the learning process, making the students rote learning to pass the exam, that's seriously constraining the creativity of students and is not conducive to the overall development of students.

Whether facing many problems in professional teaching or embarrassing phenomena in the export of teaching and training talents, we have to reflect that the traditional teaching mode has not been able to meet the requirements of the society for graduates, so the reform of teaching mode is imperative.

1. National education development planning requirements

The outline of the national medium and long term education reform and development plan clearly proposes to promote the modernization of education content, teaching means and methods through the construction of education information system, explore the comprehensive and in-depth integration of modern information technology and education, and lead the innovation of education concept and education mode with information technology. However, most of the research on the impact of information technology on Teaching in China focuses on the introduction of information technology into teaching as a new teaching aid tool, but fails to see the deep change of teaching interaction caused by information technology, and fails to take information technology as a teaching component from the perspective of pedagogy, and then study its impact on teaching mode and learning mode.

2. The requirements of economic development for personnel training

At present, China has entered a critical period of the integration of information technology and industrialization. With the rapid development of information technology and the acceleration of knowledge updating, new and higher requirements have been put forward for the application ability, independent learning ability and practical innovation ability of workers. To cultivate high-quality skilled talents who grasp information technology is not only the realistic requirement of the integration between national information technology and industrialization but also an important task of economic development for education.

3. The need to promote the reform of education and teaching in Colleges and Universities

In order to meet the requirements of the economic development of the new era for talents and break through the bottleneck in the reform of education and teaching in Colleges and universities, such as: how to solve the problem of students' stratified teaching and teaching according to their aptitude; how to better highlight the main role of students in learning and realize the real sense of students' independent learning; how to use information technology to optimize teaching and improve teaching quality, and then to realize the overall improvement of teachers and students' information literacy and information technology application ability, etc. It is necessary to carry out research on the innovative teaching mode and the construction of new learning ecology in the information technology environment, so as to provide new ideas and means to solve the above bottleneck problems to a certain extent, and lead the education and teaching reform to develop in depth.

Objectives

This research is based on the previous research, according to the characteristics of higher education and professional courses, select the relevant courses of marketing major in Wuhan ordinary colleges and universities, and focus on the teaching design, learning mode change and information resource platform construction in the discipline teaching of those major under the information technology environment, The specific purpose is as follows:

1. Through the construction and practice of innovative teaching mode, promote the construction of excellent courses such as marketing planning, market investigation and prediction;

2. Through the research, the paper analyzes the defects and deficiencies of the application of information technology in the practice of education and teaching reform, and makes correction and improvement, so as to provide reference for the comprehensive promotion of education informationize.

3. Build a learning resource platform supported by information technology, such as class learning website, special learning website, subject WeChat public platform, create a new learning ecology, and launch valuable practical exploration in order to stimulate students' enthusiasm for learning, activate their thinking and imagination, improve their cognitive, practical and innovative abilities.

Literature Review

Since the 1990s in foreign countries, the research on the model of integration between information technology and curriculum has been mainly related to the following: Web Quest, Just-in-time Teaching, problem-based learning, project-based learning, and resource-based learning.

The mainstream view of scholars in western developed countries is: "China attaches great importance to the use of information technology teaching in the classroom, while in the United States, information technology is more used as a tool, mainly for communication and cooperation for pre-class, after-class and between students, and teachers." Under the guidance of the above theory, the western developed countries pay more attention to the integration of "pre-class" and "after-class" of information technology and teaching process (i.e., "extracurricular" integrated teaching model).

Web Quest is a curriculum plan founded by Bernie dodge and Tom March of the Department of educational technology of San Diego State University in 1995, which lays a solid foundation for the development of "extracurricular" integration model. At the end of the 20th century, another new network-based teaching mode, just in time teaching, emerged in the undergraduate teaching of American universities. This type of teaching mode based on the interaction between web-based learning assignment and active learner classroom is a new teaching and learning strategy. Since then, many western scholars have done a lot of work in this area, and achieved successful experience, which laid a solid foundation for the later research on the new teaching mode of information technology and curriculum integration.

At the International Forum on information technology held in November 2004, a middle school in Singapore presented a "demonstration course of information technology and geography integration" based on E-Book Package. With the help of E-Book package, students have realized inquiry learning and collaborative learning, and achieved good results in the information-based teaching, but there are also some disadvantages, such as the cost of E-Book package is too high, the leading role of teachers can not play.

It can be seen from the above that there are many problems in the research process of the new teaching mode of information technology and curriculum integration in the western developed countries. No matter whether it is in the theoretical research or in the practical aspect, the integration of information technology and discipline curriculum has not been brought into full play. But their achievements are worthy of our reference. Their ideological theory, their advanced technology and innovation consciousness are all important reference resources for domestic research.

Since 1998, through the implementation of educational information engineering, the application of information facilities and information technology in subject teaching has made great progress in Higher Education in China. The hardware and software design of campus network, digital library, multimedia classroom, network teaching platform and so on have been basically popularized. Since the Ministry of Education launched the action plan of revitalizing education in 2003, it has been emphasized that the research on the application of information technology in teaching has been carried out gradually. While the research at this stage emphasizes that information technology should serve the course teaching, that students should use information technology directly, that it should try to find out where information technology can enhance the learning effect and make students complete what other methods are difficult to do or learn some important life skills. One of the most representative research is the "deep integration theory of information technology and curriculum" put forward by Professor He Kekang of Beijing Normal University. The theory holds that the essence of the integration of information technology and curriculum is to use information technology as a cognitive and emotional incentive tool to promote students' autonomous learning and a tool to create teaching environment, and apply these tools to the teaching process of various disciplines in an all-round way. Then teaching resources, elements and teaching links, after sorting out and combining, can produce aggregation effect on the basis of overall optimization.

From the perspective of information technology and curriculum integration, at present, information technology and curriculum integration can be divided into the following three modes: first, learning information technology courses, mainly according to the concept of information technology and curriculum integration, taking information technology courses as a subject, learning basic skills and knowledge of information technology, and cultivating learners' information literacy. The second is to use information technology as a teaching tool. Teachers use information technology to teaching classroom knowledge, and students use it to acquire knowledge. The third is to use information technology as a research learning tool. With the help of information technology, students in this mode can actively acquire knowledge from online learning resources, enrich their direct learning experience, and then be able to learn creatively and autonomously. At present, the domestic research mainly focuses on the second mode and the third mode, such as the integration of basic mechanical courses and information technology, the integration of information technology and history courses, the application of modern information technology in medical education, the integration of information technology and English courses and so on.

To a large extent, the above research has promoted the innovation of education and teaching, and promoted the deep integration of information technology and curriculum teaching. However, there is still a lot of research space in how to use information technology to optimize teaching mode, improve teaching quality, realize the overall improvement of teachers' information literacy and information technology application ability, and change students' learning methods.

Methods

This research integrates descriptive, causal and exploratory research to carry out theoretical and practical research on the innovation of teaching mode and the creation of a new learning ecology in the information technology environment. Based on the analysis of the needs of teachers and students, the teaching presentation carrier, the use demand and the expected use effect, it has built a learning resource bank of marketing related courses with promotion value. The specific methods used are: literature research, interview, questionnaire survey, special discussion, experiment, etc

1. Literature research

Through visiting the professional databases such as CNKI (China National Knowledge Infrastructure) and Wanfang, we have collected more than 100 pieces of literature on the teaching reform and exploration of marketing major. Through the analysis and research on the literature, we have sorted out the current situation and common problems in the teaching of marketing major, learned from the experience of peers in the innovation of teaching mode, and improved the theoretical and practical application level of this study.

2. interview method

In this study, we selected the students of marketing major from Hubei Business College for face-to-face investigation, learned their expectations for the teaching reform of marketing major. At the same time, online interviews through Tencent QQ, WeChat and other social software were taken to collect graduates' evaluation and suggestions on professional teaching, so as to understand the ideas of marketing professional construction and teaching reform in brother colleges.

3. Questionnaire survey

In order to analyze the current situation and existing problems of college marketing teaching, objectively evaluate the teaching effect, and explore the innovation of teaching mode in the

information technology environment, students and teachers were organized to carry out the application survey of information technology in college teaching practice, 251 valid questionnaires were collected from students and 57 from teachers. Through the above questionnaire survey, we have accumulated a wealth of first-hand data for this study, and also laid a solid foundation for the later in-depth study.

4. Special discussion method

By participating in the annual teaching meeting organized by the marketing research association of China's colleges and universities, we will focus on many themes of marketing teaching innovation to carry out special discussions, such as the development and application of case teaching method, the construction and operation of case library, curriculum teaching design, digital teaching exploration, bullet assisted classroom teaching, the integration of skill competition into daily teaching, and the design and practice of flipped classroom teaching of MOOC (massive open online courses). Through practice sharing and experience exchange, this paper discusses the marketing teaching reform and trend under the background of digital era, widens the research vision and enriches the research content.

5. experimental method

It has successively carried out teaching model innovation and comparison experiments of distinguishing different specialties on the core courses of marketing major, such as marketing, marketing planning, market investigation and prediction, business negotiation, etc. For students majoring in marketing, we take the lead in trying to reform the integrated teaching mode of task driven, project-oriented, subject competition, information technology assisted teaching, etc., while for non-marketing majors still follow the traditional teaching mode, verify the hypothesis with the aid of teaching quality effect evaluation, and provide basic data for further research.

Contents

1. The current situation of the integration between information technology and curriculum teaching

Information technology refers to the technology related to computer network and communication. For the definition of the integration of information technology and discipline, Professor Nan guonong, an educational technology expert, thinks that: integrate information technology with curriculum in the form of tools to promote learning; integrate information technology into all elements of curriculum system to make it a teaching tool for teachers, a recognition tool for students, an important teaching material form and a main teaching medium; or integrate information technology into all aspects of curriculums, which are not only the objects of learning, but also the means of learning.The integration of information technology and college curriculum teaching has the following advantages: massive teaching information, multimedia teaching methods, diversified teaching interaction methods, shared teaching resources, novel teaching models, virtual teaching environment, expanded teaching time and space, real-time teaching evaluation, etc. The concentrated display of these valuable characteristics can fully mobilize the initiative and creativity of students' learning, so as to provide rich resources and convenient conditions for students' innovation ability, knowledge mastery and skill cultivation. Through investigation and research, we found that although many colleges and universities are vigorously promoting the integration of information technology and curriculum teaching, due to the lack of understanding of the essence of the integration between

information technology and curriculum, and the lack of mastering the implementation methods, leading to the following misunderstandings in the specific teaching practice.

1.1 Multimedia courseware and electronic screen replace blackboard writing

Through the investigation, it is found that at present, teachers use more in teaching, such as "browsing, searching, collecting materials to prepare lessons", "presenting alternative teaching blackboard with word and Power Point (PPT)", "using video, audio, animation, pictures or demonstration programs to help students understand the course content", which shows that teachers are still in the primary stage of integrating information technology and course teaching. Large screen is now instead of chalk and blackboard, while e-book is instead of teaching materials. On the surface, the whole class has a large amount of information, and the students reflect well. In fact, the original "human irrigation" has been changed to a more efficient "machine irrigation". Teaching is a process of interaction between teachers and students. Excellent blackboard writing is not only concise, but also can be called and modified at any time according to the difficult problems of students. However, the computer screen completely replaces the traditional blackboard, only the change of the display screen. Compared with the traditional blackboard teaching, the computer screen is more rigid and rigid, especially when teaching some knowledge points that need to be deduced with strong logic, it is not as effective as the teacher's blackboard teaching. "Teaching is a creative activity. Compared with blackboard writing designed by computer, students are more willing to get close to teachers' chalk characters. In the face of teachers' blackboard writing in the classroom, students' attention will be more focused."

1.2 Teaching mechanization replaces teacher-student interaction

One class is projected on the screen from introduction to new class teaching, from example to practice. The whole class has become a demonstration class of courseware. What students see is more the continuous switching of images and pictures. What they hear is the teacher's monologue and playful talking, lacking the guidance and communication interaction of students' thinking process. Even if the interactive function of information technology application is more powerful, and the paths and feedback types of courseware preset are more, it may not cover all the problems encountered in students' learning. Reject what is near at hand and seek what is far away, giving up face-to-face communication and pursuing various means of human-computer interaction, that result in one part of students "can't have enough to eat", and the other part of students "can't eat all", the advantages of information technology are not fully reflected.

1.3 Insufficient combination of information network and curriculum resources

The combination of information network and high-quality education resources can make students break through the limitation of time and space and realize personalized high-quality learning. However, due to the reasons of funds, technology and ideas, many schools' campus network information resources are poor, and are updated very slow. Some high-quality journals, newspapers, magazines and teaching materials and other resources are not likely to meet teachers and students. On the other hand, curriculum resources of some disciplines are difficult to be developed in the form of Digitalization for teachers and students to share. Even if they are developed, they are only low-level combination and patchwork of network and curriculum resources, rather than integration. Due to the lack of sufficient curriculum learning resources, there is no way for students to explore in groups in class and learn autonomously after class, so it is difficult to change the situation that teachers dominate the classroom and students passively accept knowledge.

1.4 Overuse of information technology to replace students' actual group practice with simulation demonstration practice teaching

Exploratory and design practice or practical training has been proved to be the most effective way to train students' mind and hand, and cultivate the ability of cooperative exploration and innovation. However, in the current teaching practice, there is excessive dependence on information technology, and to replace students' hands-on practice with simulation demonstration practice teaching, that will make students have dependence and laziness, reduce the opportunities and interests to explore, and miss out the opportunity to cultivate students' ability of scientific inquiry.

2. Research on the innovation of teaching mode in the information technology environment

2.1 Create real learning situations and stimulate students' interest in learning

Learning environment refers to the social and cultural background directly related to the learning process. Learning is always connected with a certain social and cultural background, that is, "situation". Creating a situation can help students establish the connection between the old and new knowledge, and promote the development of students' thinking and the construction of meaning.Taking the marketing course teaching during the research period as an example, when teaching the methods of market investigation, we designed on-site mobile phone micro test, computer-aided personal interview, in-depth interview, observation experiment, lottery investigation and other on-site situations to carry out simulation investigation, so as to increase the interest of learning and stimulate the awareness of participation. In the process of scenario creation and role-playing, it can effectively enhance the memory and application of relevant theoretical knowledge points, stimulate students' interest in learning, and promote the interaction between teachers and students.

2.2 Build learning resource platform and expand teaching capacity

To explore the reconstruction of teaching mode in the information technology environment is different from the traditional teaching. in the teaching design, teachers should not only prepare the resources and tools needed in the teaching process, but also should preset the learning resources and tools needed by students to complete the corresponding learning tasks, as the necessary support for inquiry learning and problem-solving. Learning resources here refer to all tangible and intangible resources used to help students complete their learning tasks, including software resources and hardware systems that support the learning process. For example, in the teaching practice of marketing professional courses, through the joint efforts of the members of the research group, a teaching standard library has been built, including the documents of the Ministry of education, the curriculum system, the curriculum outline, the teaching guidance scheme, etc.; then a teaching material library, including the knowledge idea library, the PPT sub library for teachers to prepare lessons, the test exercise sub library, the simulation software sub library, and the general theme material sub Library (social practice, student activity plan, teaching cases, etc.); the last a achievement exhibition library, including online courses, student exploration, practice results, etc. These resources and tools effectively help students to break through the difficulties in learning, improve the learning efficiency of students, at the same time, enrich and expand the teaching capacity, and realize the co construction and sharing of resources.

2.3 Provide personalized and differentiated independent learning task design

The design of information-based teaching emphasizes the process of students' learning and knowledge construction, and highlights autonomy, exploration and reflection in learning. One of the most important tasks for teachers to apply information technology to teaching practice is to design learning tasks that conform to the characteristics of students' knowledge, ability level and psychological age according to the development goals of students' knowledge, ability and emotional attitude determined by teaching tasks. These tasks must be able to give full play to the initiative of students and provide them with opportunities to use all knowledge in different situations and form self-reflection based on feedback information.

For example, after completing the teaching about related theoretical knowledge points of desk research, field research and network research in the course of market investigation and prediction, then arrange students to collect tourism strategies of different scenic spots according to personal interest, make a customized holiday free travel plan and exchange it in class. At the same time of the course of advertising, students are arranged to consult and collect materials to share and exchange advertising plans of famous brands. Because the above task arrangement combines the personalized and differentiated interests of students, and at the same time applies many of the knowledge taught in the course, students' confidence, sense of gain and sense of achievement in completing tasks independently are greatly improved.

2.4 Multiple teaching achievement evaluation to guide students to love learning and enjoy learning

At the end of the term or at the end of the classroom teaching, the traditional teaching achievement evaluation usually takes the form of examination paper, big assignment or course report. The assessment content can not cover all knowledge points completely, and the evaluation of students' learning effect focuses on the results rather than the process, which is prone to deviation. The subjective evaluation of teachers still plays a leading role. In addition, it is difficult to accurately evaluate the personal contribution of team members and form an effective incentive for students due to the "free riding" phenomenon of members.

With the integration of cloud computing, mobile internet, data mining and other cutting-edge information technologies into the teaching scene, a communication bridge is established between pre class preview, classroom teaching and after class review to provide data-based and intelligent information support for all teaching processes. The real realization of teaching evaluation focuses on the assessment of students' knowledge building process rather than results, and focuses on the performance and change in the learning process. Teachers can choose different assessment methods to test the teaching and learning effect according to the different stages of pre-class preparation, classroom teaching and testing, homework practice after class and final test. In addition to attaching importance to the evaluation of the process, the evaluation of multiple teaching achievements introduces the subject of multiple-evaluation. Students are not only the evaluated, but also the evaluation subject. They should not only participate in the formulation and use of evaluation standards, but also evaluate their own performance and in addition evaluate the performance of their peers. Taking the micro assistant teaching as an example, when the final test of the course is in the form of analyzing and submitting the course report for the project, the mutual evaluation function of micro assistant can be used to evaluate the group or individual students.

Through the display of ppt report, course report and so on, let students use the mutual evaluation function of micro assistant to evaluate anonymously. This way avoids the psychological concerns brought by on-site scoring, and enables students to evaluate their own and others' work more

objectively. At the same time, the statistical analysis function of the micro assistant can give the final score immediately after scoring, and can show the scores of the evaluated objects in each scoring standard, and guide their future improvement direction. These Practice has proved that the evaluation of multiple teaching achievements broadens the positive evaluation of students, guides students to stimulate interest, maintain interest, and be full of confidence, so as to treat learning with a positive attitude, achieve greater success, experience more happiness, and enjoy learning and love learning.

3. Problems and deficiencies in the practice of teaching model innovation

3.1 Some teachers' educational ideas lag behind and lack of understanding of information-based teaching

Although education informatization has been included in the important national development strategy, and the education informatization project in Colleges and universities is also in full swing, but it is not recognized and accepted by all teachers. Some teachers refuse or resist using advanced information technology in classroom teaching. Some teachers even think that the application of information technology in teaching is a waste of time, distracting students' attention and reducing teaching effect.

These misunderstandings show that teachers' educational ideas lag behind the development of the times, and also hinder the promotion of information-based teaching practice to a certain extent. Therefore, first of all, we should popularize modern education ideas among teachers, so that they can have a clear and correct understanding of the changes and significance of "teaching" and "learning" brought about by information-based teaching, and then comprehensively establish a new education concept and thought that respects people's initiative, initiative, reflection and cooperation, so as to set up a new educational concept and thought that respect people's initiative, reflection and cooperation, and lay the foundation for further deepening the innovation of teaching mode in the information technology environment.

3.2 Fail to realize the effective integration of information technology and curriculum teaching from the perspective of "teaching" and "learning"

During the research period, many teachers simply use multimedia or information technology to assist teaching, thinking that this can add color to their own classroom, which represents the advanced teaching concept, without considering whether the subject content and characteristics need to use information technology, how information technology can adapt to the psychological characteristics of students and the curriculum teaching framework. What we should make clear is that information technology is a tool and a powerful tool for teaching and learning. However, technology can never replace teaching and learning. The role of information technology is only to provide a good platform and a conceptual environment. Students can collect information in various ways, and then organize, visualize, link and discover the relationship between facts and events, they can also use the same technology to communicate with others, to argue and criticize others' ideas, to persuade and educate others, and to understand the knowledge gained.

Therefore, in order to give full play to the role of information technology in teaching service, it is necessary to realize the effective integration of information technology and curriculum teaching from the perspective of "teaching" and "learning". In the actual teaching practice, whether it is the ability of using information technology, the ability of processing and innovating teaching resources, the ability of designing and controlling classroom, or the ability of students' self-study, all need to be further improved.

3.3 The school information environment needs to be improved

Teaching equipment, multimedia classroom, digital and intelligent multimedia teaching environment which can be controlled and managed remotely are the necessary conditions to improve the level of teaching information. In the research of this stage, there are still many schools' classrooms which can not meet the needs of information-based teaching because of old equipment. If we want to promote information-based teaching further and make it a normal teaching mode and students' daily learning mode, the school must comprehensively update and improve the teaching centered digital campus construction, build an advanced and efficient digital teaching infrastructure environment, and realize the integration and sharing of various high-quality education resources based on the digital platform. Only in this way, can we provide the premise guarantee for the innovation of teaching mode and the construction of new learning ecology in the information technology environment.

Results and Discussion

1. Strengthen the training of education concept and information technology, and improve teachers' Information Literacy

1.1 Strengthen teachers' learning of education and teaching theories and teaching reform ideas

The educational theory and the thought of educational reform are the guiding ideology and important reference basis which are indispensable for the integration of information technology and college curriculum . The modern education concepts that should be studied seriously include: quality education, lifelong education, dual subject education, innovation education, EQ based education, four pillar education concepts, etc. Advanced educational theories include: multiple intelligence theory, constructivism learning theory, hybrid learning theory, innovation promotion theory, minimum cost and performance theory. At the same time, teachers need to deeply study and understand the idea of the outline of the national medium and long term education reform and development plan (2010-2020), actively implement various policies and strive to implement relevant requirements. Through learning to help teachers set up modern education concept, that is to know how to help students construct knowledge actively; how to promote the classroom communication between teachers and students; pay more attention to the main role of students in the teaching process and the importance of information-based teaching activities.

1.2 Strengthen teachers' learning and application of information technology

With the rapid development of educational informatization, modern information technology is becoming more and more important in educational reform and development. At present, countries all over the world have published the standards of teachers' ability in educational technology, carried out a large number of projects on the application and development of information technology in Teachers' teaching, and provided help and support for the development of teachers' educational technology ability in the information society. At the same time, UNESCO has also promulgated the standards for the ability of teachers in information and communication technology. In December 2004, China successively promulgated the standards for the ability of primary and secondary school teachers in Educational Technology (Trial), and in May 2014, the standards for the ability of primary and secondary school teachers in Educational Technology (Trial). The implementation of the above standards has a positive impact on the overall improvement of teachers' ability to apply information

technology, which is also on the integration of information technology and curriculum, and on the reform of education and teaching.

The school should first establish a hierarchical and modular information technology training content system, and the training methods can be diversified. For example, the theoretical module mainly uses the reflection mode instead of the inculcation mode which is often used in the previous training. In the reflection mode, after the expert's key explanation and prompt, the teacher will carry out group communication in combination with his own work. The skill module adopts the mode of speaking while practicing. The teaching design module can be combined with some cases for analysis, display and group discussion, so that teachers can participate in the design of teaching and learning training. The training of practice module is based on classroom practice, mainly in the form of observation and discussion, focusing on solving some practical problems in teaching.

In addition to strengthening teachers' learning of advanced information technology, it is also necessary to emphasize the mastery and use of modern education technology, such as the design of information-based teaching, the ingenious application of education software, the exploration and application of network courses and resources, the co-construction and sharing of excellent courses and open video courses. By carrying out information technology application competition and other relevant incentive measures, it can help teachers to improve the level of education and teaching efficiently, improve the effectiveness of students' theoretical knowledge learning, and alleviate the phenomenon that students pay more attention to application than theory.

2. Promote the integration of information technology and teaching mode, and explore the management of intelligent teaching

At present, the course learning of marketing major in Colleges and universities has the characteristics of taking project practice as the guidance, which has higher requirements for the innovation of teaching mode supported by information technology. From the "teaching" of teachers to the "learning" of students, all kinds of information technology need to be comprehensively used, which requires teachers to have a comprehensive and macro grasp of the integration of information technology and professional courses.

2.1 Achieve accurate teaching design based on pre class preview feedback

Teachers should focus on pre class preview, introduce new course content in the form of teaching resource release, pushing micro course video or other forms, and layout preview tasks. Through the assessment and collection of students' Preview trace records and preset problems, to judge the knowledge and technical conditions that students have mastered, then to provide timely, accurate and three-dimensional information basis for preparing lessons. All these help to realize targeted teaching design accordingly, to explain the weak links of knowledge points with supplement, and to analyze the key and difficult points, so students can solve the problems they encounter in new task learning through diversified interactive communication.

2.2 Dynamic evaluation based on the whole process of teaching and quantitative evaluation of learning effect

The auxiliary application of information technology makes a lot of process evaluation work can be done by the teacher before the beginning of the course. It can automatically collect the learning behavior of each student in each link, such as class arrival, question answering, discussion, exercise, test, etc., Accompany with the assessment process, it provide the teacher with an index parameter to quantify the learning effect of students through the integration and analysis of data, so as to provide

data support for teachers to accurately evaluate students' knowledge mastery and adjust teaching strategies and teaching progress in time. The functions of batch copying, editing, automatic real-time program reading and comprehensive recording realized by information technology can strengthen the supervision of teaching process and improve the scientific rationality of evaluation system. Which at the same time, promote teachers to free from the heavy work of marking homework statistics, so that teachers can focus more on the improvement of the curriculum, and enhance the flexibility of teachers' mobile teaching.

2.3 Create an intelligent learning ecology, which based on the normal push of teaching resources,

Almost every teacher should "be attentive to his / her side and take local materials", should make full use of advanced information processing technology, to gather, store and process the massive information which is collected and realized in the teaching support field, teaching process and real life, then push and release timely by the information technology platform. Thus can make students get the latest learning resources at the first time, deepen theoretical cognition and understanding, learn and realize in life, and realize the three-dimensional communication and exchange of teaching and learning between teachers and students, students and students through independent learning, interactive discussion, cooperative exploration and other ways under the guidance of teachers, and finally create a smart learning ecology, so that our classroom is really "fresh" to attract students to fall in love with the classroom.

3. Strengthen the construction of information environment to create favorable conditions for promoting information teaching

At present, the construction of information environment still needs to invest a lot of money in the hardware environment and software environment, which is the basic condition to promote the information-based teaching of professional courses in Colleges and universities.

3.1 Strengthen the construction of hardware environment

First, the purchase, use, management and maintenance of hardware equipment should be controlled strictly. At present, there are many kinds of supporting multimedia equipment in the market, such as "multimedia network classroom", "interactive electronic whiteboard", "VOD interactive on demand system" with teaching management function. The purchase of the above equipment should be selected and optimized according to the school's teaching needs and funding conditions. The use of the equipment should be supervised, the responsibilities and rights should be clarified, to ensure the normal service life of the equipment. Relevant departments should check and maintain the equipment regularly to ensure the normal function of hardware facilities and improve its practical application level.

Second, increase the information service project of the campus website, and build a digital campus actively. The construction of campus website should serve the whole teaching process and permeate into teaching, scientific research, management and campus life. Add teaching information projects, such as "online courses", "inter library borrowing", "teacher related information query", etc. For the distance education module, real-time problem solving and online communication should be provided, to solve the problems encountered by students in the process of autonomous learning timely, and provide corresponding learning support services. For the information service of life, such as "application for students' stay in summer and winter vacation", "employment guidance", "part-time information" and so on, also need to be strengthened. Expanding the coverage of campus network,

realize 100% networking of office area, student dormitory and teaching staff dormitory in the campus, and realize fast, stable and safe network interconnection between the campus and the campus. Increasing the number of campus network users, enriching the campus network information, improving the utilization rate of campus network, finally to provide high-quality network environment for teaching.

3.2 Strengthen the construction of software environment

(1) Using wikis, youtube and other course tools to promote the establishment of high-quality resource base

The school's teaching resources are public resources for teachers' teaching and students' autonomous learning. It should be constructed according to the actual needs. In the process of the construction of teaching resources, we should pay attention to the arrangement, classification, processing and integration of existing teaching resources, so as to provide reliable information and services for teachers and students in different teaching and learning stages. We can combine some network tools to encourage teachers and students to contribute to the establishment of high-quality resource base, such as users can use word processing software to add, delete and share multimedia content by using wikis collaborative website, while web-based wikis platform can make group activities simple and effective, can promote students to cooperate with each other, and make peer-to-peer learning become a reality; Teachers can also use the function of the course management system to present the syllabus, edit the reading list and course materials, and encourage students to check each other's homework. In addition, combined with a public resource channel which is provided by YouTube, teachers can upload the speech, competition and other video files developed and produced by themselves, so as to realize the co construction and sharing of resources.

(2) Building a cooperative community based on Information Technology

In view of the problems such as course moving and teaching plan webpage in the courses offered by the Network Education College of some schools, we should encourage the teaching personnel with practical teaching experience of relevant majors to participate in the courseware making of network courses, excellent courses and teaching demonstration courses, pay attention to the integration of information technology and various professional courses, give full play to the complementary advantages among disciplines. Subject teachers and information technology personnel should be combined closely to build a cooperative community based on information technology and jointly build high-quality teaching resources. We will encourage teachers and students with mechanisms such as real name member points, member level promotion and public praise, to make full use of resources and use them actively to improve their own teaching and learning, so as to promote more high-quality teaching resources and realize resource sharing truly.

Conclusions

Most of the courses related to marketing major in Colleges and universities are comprehensive courses with strong practicality and wide application fields. How to pay equal attention to learning and teaching can not only play the leading role of teachers, but also fully mobilize the initiative of students, which has been a big problem for teachers' teaching. The rapid development of information technology and its characteristics of openness, interactivity and equality provide more technical support for the reform of subject teaching in Colleges and universities. Through the application of information technology in the innovative practice of teaching mode, we have broken the traditional single teacher-student relationship with teachers as the center, established a teaching mode with teachers as the leader and students as the main body, and realized synchronous

or asynchronous teaching communication between teachers and students with the help of information technology on the basis of equality and democracy. On the one hand, teachers have changed from traditional "teaching" to "guidance", and their leading role lies in situation creation, information resource provision, cooperative learning organization, research-based learning guidance and independent learning task design; On the other hand, students can choose appropriate learning content and form according to their actual knowledge and ability level, decide their own learning progress, explore and find the required knowledge and information actively, and complete exercises, thoughts and discussions under the guidance of teachers' inspiration, to ensure that the role of learning subjects can be fully played. So as to promote the exertion of their own subjective initiative and realize the development of individual personality, which is conducive to building a good relationship between teachers and students. At the same time, the information technology environment also enables students to return to life, face practice, understand the world, and cultivate their innovative spirit and practical ability.

References

Chen Jinhua. (2013). *Intelligent learning environment construction.* Beijing: National Defense Industry Press.

Fang Yixia. (2019). Practical exploration of "cloud" smart classroom teaching mode -- Taking "comprehensive counter business of commercial banks" as an example. *The Science Education Article Collects*, 2019 (2), 114-116.

Ge Wenshuang, Han Xibin. (2017). Questionnaire research on teaching ability of university teachers in the digital age. *e-EDUCATION RESEARCH*, 2017 (6), 123-128.

Han Xibin. (2018). Research on the informatization teaching ability of Chinese university teachers. *China higher education research*, 2018 (7), 53-58.

Huang Ronghuai. (2012, September 21). Intelligent learning environment reshapes campus learning ecology. ZHONGGUO JIAOYU BAO, p. 6.

Huang Ronghuai, Zhang Jinbao, Hu Yongbin & Yang Junfeng. (2012). Smart campus: the inevitable trend of digital campus development. *Open Education Research*, 2012 (4), 12-17.

He Kekang, Liu Chunxuan. (2008). *Information technology and curriculum integration teaching mode 6*. Beijing: modern education technology.

He Kekang. (2005). The new development of educational technology theory from the perspective of Blended Learning. *Journal of National Academy of Education Administration*, 2005 (9), 37-48.

Jiang Jiafu, Zhong Yong, Wang Yulong, Li zongpei & Huang Meiyi. (2013). Construction of smart campus system based on education cloud. *Modern Education Technology*, 2013 (2), 109-114.

Liu Dongmei. (2015). Online education for twenty years: from education + Internet to "Internet +" education. *the Internet Economy*, 2015 (7), 90-97.

Li Guangya. (2007). Research on the current situation of the integration of information technology and subject curriculum in Colleges and universities. *Journal of Taiyuan Normal University*, 2007 (7), 169-170.

Peng Lu. (2016). *Research on the construction and teaching practice of hybrid learning resources based on cloud classroom online learning platform*. Master's thesis. Central China Normal University.

Wu Hongyan. (2015). Design and application of personalized online learning system from the perspective of intelligent learning. *China Educational Technology*, 2015 (6), 127-131.

Yong Yuanyuan. (2018). Research on intelligent classroom teaching mode in higher vocational education. *China Management Informationization*, 2018 (19), 217-218.

自媒体背景下网红经济营销模式的研究

RESEARCH ON THE NETRED ECONOMY MARKETING MODEL UNDER THE BACKGROUND OF SELF-MEDIA

邹莹 [1],刘成颖 [2]

Ying Zou[1], Chengying Liu[2]

[1,2] 湖北商贸学院

[1,2]Hubei Business College

Corresponding Author: Bixia Fan, **E-mail:** fanbixia@hbc.edu.cn

摘要

随着互联网技术和自媒体运营模式的迅速发展,网络平台给人们提供更多便利的同时也给他们带来了发展机遇，因此催生了一批极具影响力的网络红人,他们就被称之为网红。许多企业和电商抓住机遇利用网红所产生的感染力和影响力，为了创造出一定的商业价值而利用网红进行大量的商业宣传,最后导致了“网红经济”的诞生。文章阐述了网红经济的内涵，对自媒体背景下网红经济营销模式现状进行分析与讨论，并以 YSL 口红为例，介绍该新型营销模式并找出其中存在的具体问题，针对网红经济的健康发展提出相应的发展与建议，给其他类似的企业以参考。

关键词： 营销模式、自媒体、网红经济

Abstract

With the rapid development of Internet technology and self-media operation mode, the network platform provides people with more convenience and also brings them development opportunities. Therefore, it has spawned a group of influential network celebrities. They are called network red. Many enterprises and electronic merchants seized the opportunity to use the appeal and influence generated by online red, and in order to create a certain commercial value, they used online red to carry out a large number of commercial propaganda, which eventually led to the birth of the "online red economy." Because this new marketing model is a product of the new era, it is still in the

development period. In order to enable it to develop healthily in the future, it is extremely important to study this economic model. Therefore, on the basis of expounding the connotation and development of the online red economy, this paper analyzes the current situation of this emerging marketing model and provides some suggestions for the better development of the online red economy in the new era.

Keywords: marketing model, from the media, net red economy

引言

在互联网技术的快速发展，人们社交需求的增强，大众对新奇事物的好奇心等众多因素的相互作用下，网红应运而生，这些兴起的网红在社会中担任着“活跃分子”的角色，他们在人际交往中为他人提供有效信息并对他们产生一定的影响。在这种现象的持续作用下，最终催生了“网红经济”。“网红经济”这种新兴营销模式出现后悄无声息的改变了消费者的消费方式、休闲方式以及价值取向，它的出现给互联网时代的经济发展注入了新的活力。因为这种新兴营销模式是新时代的产物，目前仍处于发展期，为了让其今后能够健康发展，研究这种经济模式就显得极其重要。因此文章在阐述网红经济内涵和发展的基础上，对这种新兴营销模式的发展现状和未来的趋势走向进行了分析。并以圣罗兰口红为例具体分析，得知网红经济营销模式目前存在生命周期的不确定性、变现渠道比较少和过度营销招致反感的问题，这些因素都在一定程度上阻碍了它的发展。所以文章最后提出了增加产品内涵来延长生命周期、增加 YSL 网红经济的变现渠道和建立监管机制营造良好营销氛围的相关建议来帮助其他同类型企业更好地利用网红经济来进行产品营销。

内容

网红即网络红人，主要是指在网络或现实生活中因为某个行为或者某个事件而被网民关注从而走红的人或长期持续输出专业知识而从红的人。[1]他们的走红都是因为自身的特质在网络的作用下被不断放大，同时也与看客的审美、爱好、娱乐及心理息息相关，网民有意或无意的追捧促使他们成为了“网络红人”。在互联网时代下，“网络红人”的出现是众多利益共同体的作用下产生的结果，它的产生必须要有一定的基础和平台，这样才能为它的出现创造条件。

“网红经济”是以一位年轻貌美的时尚达人为形象代表，以红人的品味和眼光为主导，进行选款和推广，在社交媒体上聚集人气，依托庞大的粉丝群体进行定向营销，从而将粉丝转化为购买力的一个过程。[2]由如今的趋势来看，网红正在飞速的发展，他们的群体在不断的扩大，同时也在渐渐改变大众的消遣方式、消费方式以及娱乐习惯。因为互联网具备快速传播和放大事物特质的特点，网红及时抓住这个机遇，利用互联网具备的特点来增加自己的粉丝量，利用自身产生的影响来引导粉丝消费，以此创造更多的商机。从实际情况来看，网红在新媒体平台上都拥有大量的粉丝和追捧者，他们利用自身的高人气来将商品推广并介绍给他们的粉丝群，通过这种手段增加商品的社会普及度，将粉丝转换成消费者，促进经济的发展。

传统的营销模式更加侧重于了解和解决顾客的基本需求，而这种新兴的营销模式与传统营销模式的不同点在于它具有更高的准确度和更强的精确性，它有针对性的去解决顾客更高层次的需求，注重对消费者的深度挖掘，在营销过程中及时更高效的分析有用信息，根据消费者的个人喜好提供给更加人性化的服务。

转化率是指电商实际购物人数与所有到店访客数的比率，即成交转化率=成交人数/访客数。在这个概念中，成交转化率与电商的实际收益成正比。因为网红经济采取的是精准营销的方式，所以服务和周边生产的成交率一般比传统商业要高。

网红经济的实质就是网红利用自身的号召力和影响力来带动粉丝，从而实现流量变现。在这个过程中，网红自己生产内容来激起粉丝消费欲望，虽然观看者众多，但实际消费的数目却很少，这间接表明了大部分人群实际扮演享受者的身份，只有小部分个体在进行消费。这两者之间分享、交换等行为的基本形式，通过网络平台进行服务、商品、知识及技能等在不同主体之间共享，这样能够更好的利用有限的资源，同时促进经济的增长和社会福利的提高。

为了更加全面、系统、准确的了解网红经济营销模式目前的发展状况，我采用了 SWOT 分析法从四个方面来具体分析网红经济营销模式的发展现状。

能够根据分析达到精准营销。与过去传统的营销模式相比，这种新兴的营销模式更加注重生产商和消费者之间的频繁互动，它不仅仅只是局限于要将自己的产品推销出去，它更在乎消费者的消费体验和情感，他尝试突破了传统营销模式的局限性，开辟了一条全新的营销道路。在这种营销模式下，网红通过各种自媒体平台与粉丝互动交流，从中知晓粉丝的需求爱好，再将这些信息传递给电商。电商一旦掌握了这些信息，便可以根据粉丝的需求进行更加精准地营销和推广，最终达到一个更好的商品推广效果。

顾客具有较高的忠诚度。粉丝是网红电商的主要顾客，基于粉丝对网红的追捧和喜爱，网红的言行对粉丝来说具有很强的导向性，因此在产品推广的过程中粉丝很容易购买网红所推荐过的商品。以 YSL 口红销售为例，一些人气较高的主播或者网红会在各个自媒体平台上分享自己各个色系的试色，通常以文字、图片和视频的形式向粉丝展示自己的“心头好”。粉丝如果被网红所推的产品吸引，对其产生兴趣和好奇心，便会直接去官网搜索加购这款色号，同时还可能促使她了解关注到更多色号，引发带动消费。这种方式给顾客提供了另一种了解商品的渠道，能够给商家提高商品销量带来帮助，从而给商家带来无限收益。

推广所需成本费用较低。从如今自媒体发展的情况来看，出现在大众视野中的自媒体平台逐渐越来越多，随之而来的是它们之间的竞争也愈演愈烈，因此很多平台都降低门槛不收取任何费用，而这项举动恰好减轻了网红的经济压力，给网红提供了一个实现自我价值的渠道，让她们能以一个较低廉的费用在各个平台上发展自己。

存货库存较低。传统门店售卖会及时补给库存量，保证供需，而网红电商却与之不同。与传统门店售卖相比，网红电商一般都不进行囤货销售，它的存货补给受粉丝主观因素的影响。在网红直播互动的过程中，它们及时分析粉丝的喜好需求，在粉丝的投票下得知哪种产品最受喜爱并且需求量大，从而进行相关产品的再生产，这样做能够在很大程度上将库存率降低。

与健康的社会发展风气背道而驰。在互联网时代下，网红的人数与日俱增，她们之间的竞争也是愈演愈烈，许多网红为了提升自己的人气，向大众输出低俗、暴力等内容来博取眼球，靠着哗众取宠的手段来留住观众。同时，有些网络平台为了自身利益，设置一些无底线空间和直播程序来帮助直播间提升点击率，由于这些不良内容的肆意传播，很容易引发不良社会反响。这些平台的做法给也非主流网红提供了优良的生存条件和环境，在它们的助力下，网络空间环境将更加浑浊与不堪，有些消费者对这样的营销方式反感、抵触。

顾客忠诚度低。每个人的喜好都是不相同的，喜好主要受自身主观因素的影响，在不同的阶段受到不同因素的影响会不断发生改变，网民在这期间不断地更新换代，这就是每隔一段时间都会出现迭代期。在这严峻的形式下，如何满足消费者的喜好需求成为网红的一大难题，如何抓住网民的心并建立顾客忠诚，成为网红必须思考的一个问题， 而这间接影响着网红经济能否健康成长与发展。

相关政策的引导支持。在“大众创业，万众创新”口号的号召带动下，网红的发展促成了大量的就业岗位的出现，给群众带来了更多能够接触销售、策划的实践机会，重要的是网红的发展同时也给大学生自主创业提供了支持。[1]在旧社会里，手机、4G 网络普及度比较低，人们对它的了解也很少。但是随着社会经济快速发展和人们生活水平的提高，手机、4G 网络逐渐在城乡中发展起来，后来智能手机便出现在了人们的生活中。智能手机的出现使得每个人都有可能成为网红，都拥有成为自媒体的机会，一旦突然爆火，便利用各种方法和渠道吸引网民，使他们成为自己的粉丝，然后宣传产品并将产品推广给粉丝群，以这种方式激发粉丝的购买欲望，从而获得经济效益。

网络消费群体逐渐偏年轻化。网络消费者一直在网络化环境下成长，他们的一言一行，一举一动都受到网络环境各个因素的影响。网络环境的长期影响增强了他们的好奇心，同时也使得他们在接触到硬性广告时，便显得十分敏感和在意。网红抓住了网络消费者的特点，着重在自媒体平台上推广的一些与消费群体需求和爱好相符合的内容，她们知道什么类型的题材能吸引大众的目光，能更加切合大众的现实生活。随着时间的推移，这些年轻消费者进入社会，逐渐成为消费的主力军。同时，大众也能通过这种新的方式多一个了解自己追捧喜欢的人的喜好以及价值观的机会。

主流发展具有一定约束。在新时代的背景下，各类网络试听节目的发展都应该符合社会主义核心价值观，给社会传播正能量，同时国家广电总局明确指出了应该加强对网络节目的监管力度，尽量维护网络环境的纯净。但是就目前实际情况的发展来看，有大多数的网红为了使自己的粉丝量增加，让自己的人气变高，在自媒体平台直播的过程中为了吸引网民眼球而使用不当的语言或者做出影响不好的行为，这些伤风败俗举动直接使得网络环境变得更加恶劣，参差不齐。

可持续发展困难。每一个网红的走红时间都是有生命周期的，它具有不确定性。网红在爆火时会受到大众的追捧和喜爱，但是如今的社交网络平台在不断发展，在这种趋势下后期会有越来越多的网红出现，她们拥有不同的才艺、技能等，她们也许更加了解消费者的需求和爱好。人们都有追求潮流的想法，因此便会逐渐遗忘之前所追捧的网红，所以每一个网红的走红时间都是很短暂的，她们必须时刻把握机会，不然随着时间流逝就会被忘记，因此网红经济要维持可持续发展成为一大难题。

目前，网红的数量与日俱增，要想成为备受喜爱追捧的高人气网红，就必须努力做到输出给大众的东西都是高质量的内容，都是积极向上的内容，都是符合当今社会主义价值观的正能量内容。只有具备这些内涵的作品才可以得到大众的认可和支持，获得大众的持续关注，才有助于网红经济的可持续发展。网红们提供的内容不应该是千篇一律的，也不能是带有低俗文化恶趣味的，展现给大众的要是原创的，是能弘扬社会主义精神的内容，只有这样才能获得主流媒体的赞赏和助力，引领网红经济健康的发展。作为一名网红，如果想要在众多网红中脱颖而出，成为更加优秀的自己，就需要努力提高自身水平，不断提高自身素质，坚持向大众输出原创的高质量内容，在这一场持久战中比别人付出更多。付出才有回报，努力才有收获，只有真正认识到了这一点才能比别人走的更远。

网红与艺人之间具有双向转变性。从一方面来说，艺人自身具备的艺术表演才华为她们成为网红奠定了一定的基础，转型成为网红对她们来说是一件轻而易举的事情，此举可以把传统和线上相融合，加速网红经济这种新经济模式的诞生，并带来大额经济效益。从另一方面来说，那些拥有表演才华的网红遇到发展瓶颈时，也可能在适当的时机转型成为艺人，以便扩大自己的知名度，提高自己的影响力。

网红经济的爆发带来了巨大的经济效益，从而促使了资本运作。因为网红经济的生命周期短，还有较大的风险性，所以资本并没有投向网红本身，而是把重心转向网红孵化经纪公司。由于该公司具有一定的抗风险能力，还可以在固定的时间批量产生网红，所以它们能受到资本的信任和青睐。在资本的支持下，网红们有了新的发展方向和渠道，与此同时，定位转变能在一定程度上改善网红经济生命周期短的现象，能对提高网红商业价值起到一定的帮助。

从目前的情况看，网红经济从兴起到发展的各类事实表明，网红的生命周期普遍较短。因为网红的粉丝只是为了满足零碎时间娱乐的单一需求，他们往往没有较高忠诚度。如果网红门产出的内容毫无特点，大致相同或者内容持续性不足，就会很容易导致粉丝流失现象。比如以网红个体来说，要时刻保持持久的魅力和热度是具有一定难度的，如果网红个人并不具备足够的魅力和内涵，很可能在爆火之后就渐渐萧条，逐渐被大众遗忘，成为过眼云烟。因此，作为一名网红，如果想要长期活跃在大众的视野中，就必须坚持向大众输出原创的符合正确价值观的高质量内容。如果网红生产的内容相悖于社会主义核心价值观，便难以形成长久影响力，那么它生命周期的不确定性将很有可能持续。

虽然网红经济的出现掀起了一股热潮，但这种新兴的营销模式所占据的市场份额并不是很大，出现这个现象的原因实质就是变现渠道比较少。目前，网红经济的变现模式还是比较单

一的状态，现在主要以电商和广告为主，并没有另辟蹊径找到更多的变现模式。与服装行业相比，大多数行业的网红变现平台，一直到目前为止都没有真正的做起来。比如，有很多的自媒体都在优酷土豆这类网站 app 上投放一些视频，使粉丝们开始接触到它，然后主动去添加它的微信公众号，当粉丝都汇集到公众号之后，再采用某种方式变现，但是在这个过程中，优酷土豆 APP 并没有在这个过程中获益。

从网红经济目前发展的实际情况来看，消费者都拥有逆反心理，繁琐的、重复的铺天盖地的营销信息早晚会使消费者觉得反感。自从 YSL 口红爆火后，便频繁的出现在人们的视野中，同时各种营销号也大肆宣扬它，起初消费者还对它有兴趣和好奇心，还存在新鲜感，但是过度宣传只会让消费者渐渐产生反感情绪。

研究结果

众所周知，无论是什么产品都具有一定的生命周期，同时还具有阶段性的局限，而文化才是永恒的。没有文化内涵的产品可能只会短暂地出现在大众的视野中并畅销一时，可惜好景不长，它绝不会风光无限。只有企业给产品赋予永恒文化内涵，才能使得其品牌生生不息，风光无限，得到可持续发展。就像人们追求劳斯莱斯，不仅是为了解决交通不便，更是通过一种方式展现了自己的身份和地位;小朋友们喜欢麦当劳、肯德基不仅仅是为了满足自己口味，同时也是想追寻那温馨幸福的氛围;还有美国富翁搭载飞船去太空，这种举动不是为了科研考察，而是为了满足自己对太空的好奇心，同时显示自己的身份地位。

给品牌确定某种定位、并为此定位开始实践的过程或活动称为品牌塑造。这是一个长期的过程，其核心内容包括品牌忠诚度、美誉度和知名度。在一般情况下，一些大企业为了能够塑造自身品牌，建立品牌优势来获得消费者的关注，选择使用广告轰炸、公益赞助的方法，或者借助媒体炒作来刺激消费者的都买欲望，引发消费者冲动购物。这些企业都有自身的优势具有一定的知名度，但是如今在各级市场上，面对众多实力强大的竞争对手，如果想在这场竞争中走的更远，那么品牌商便要结合自身资源着力发展特色产品，并且树立品牌意识，将自己有限的资源全力投入到品牌建设中，以此推动品牌不断地发展壮大。随着互联网时代的到来，如果品牌塑造得好，那么品牌曝光度便会随之提高。

社会化媒体可以让众多消费者围绕在品牌周围，最终促进一个有着共同兴趣爱好的群体诞生，品牌代表了社群的中心，品牌的表现直接影响这个群体的活跃度。在社交媒体的运营下，内容是十分重要的一个版块，它连接着品牌与消费者。在这种新兴营销模式诞生之前，化妆品的营销主要集中在实体店售卖和交易，现今随着互联网时代的快速发展，社交媒体的营销能力逐渐变强。因为网红们主要在社交媒体平台与粉丝互动沟通交流，当她们的人气提升知名度变高时，追捧者也会迅速增加，而网红也可以通过直播互动借机宣传产品，提升产品的知名度，强化大众对该品牌的意识。

在网络信息时代，只有跟上潮流才不会被时代抛弃和遗忘。圣罗兰品牌想要在众多化妆品品牌中独占鳌头，就要尝试建立自己独有的品牌虚拟社区，选择一些高知名度、高人气的网红，让网红通过直播、自媒体营销等方式，在虚拟社区塑造具有影响力的意见领袖。一旦她们

成为这个虚拟社区的意见领袖，那么她们发布的言论及行为举止将直接影响大众，同时会产生明显的导向作用。后期再通过她们来帮助公司传播品牌信息，推广普及公司产品，让大众接触到这些产品，最后发挥意见领袖的作用。

网红经济既然在这个时代应运而生，说明它是这个时代的必然产物。面对这种情况，政府职能部门要做的是采取行动引导这种新经济模式健康发展，而不是放任不理，更不能忽视它的存在。针对目前的现象，政府相关职能部门可以成立相关机构专注研究这种新兴经济，全面了解网红现象的走向、趋势以及前景。等分析好这些相关内容，再根据具体情况具体分析，采用合理合法的手段去引导网红经济发展，并做到让民众都满意的效果。政府部门通过这种方式让网红经济在合法和遵从社会道德及公德的范畴内进行发展壮大，以此来杜绝意识层面的污染，引导网红经济更加健康的发展。

众所周知，由于各个网络平台的快速发展，网红以一个新兴职业面貌出现在大众的视野中。如果不借助网络平台的推力，网红就找不到发展平台和发展渠道，同时网红就不会拥有成为新兴职业的机会。基于这个现象，虽然各部门在不断完善管理机制，但仍存在一大批网络和直播平台为了谋取利益而去帮助不良网络信息传播提供渠道和出口。因这些平台投机取巧钻了空子，所以导致网络环境更加乌烟瘴气，展现在大众面前的作品质量良莠不齐。

有些网红展现在大众面前的大都是奇谈怪论、纸上谈兵和夸大其词，这个因素导致了很多人对网红的好感度大幅度降低。虽然有些网红的行为与一些正能量的东西相悖，但是仍然有一部分粉丝被其吸引甚至追捧这类网红。但是通过调查研究，我们了解到真正深受大众喜爱和欣赏的网红必须是“集智慧与美貌于一身的”人群，网红除了要有耐看的颜值，说话做事还要把握好尺度，他们的一举一动和所作所为都应该符合社会主义核心价值观。由此可见，网红的自身修养极其重要，他们都应该把提升自我素养落实到每一件小事当中，而不是靠着卖笑、夸张等手段来获得大众的关注。

作为网红，能否将消费者对自己的喜爱和好感度转变成为消费率，这件事是属于他们日常工作之外的能力。但是在互联网信息时代，任何事物的新旧更替都是十分迅速的，如果不把握好机会，便很可能在爆火后就逐渐被大众遗忘。如果网红缺乏输出原创高质量的内容，消费者对她的好感度就会渐渐降低，如果缺乏绿色健康、正能量的内容，那将会给未来网红经济的发展带来阻碍，导致这种新兴经济难以可持续发展。一旦不小心触及到法律的底线，那么面临的情况将更加严峻紧迫。在这样的形势下，网红经济如果缺乏货真价实的内容，只想靠着哗众取宠身甚至低俗的内容来赢得关注和点击率，那么网红经济将很难走上可持续发展的道路。

结论

网红经济营销模式作为新时代的产物出现在大众眼前，面对这与众不同的商业模式，大家需要用积极乐观的态度来面对它。它的出现虽然带动了我国整体经济水平的提升，但它作为一种新兴的经济营销模式，目前还存在许多不足，想要走上可持续发展的道路，还需要在很多的地方加以完善。相信随着今后网络技术的不断更新，加上政府各部门的监督，网络平台的升级进化，网红们自身素质自我修养的日益提高，网红经济营销能够有望成为经济结构升级中的重要力量。

总结与讨论

网红经济在互联网时代诞生，它是价值观货币化的现象，是新媒体经济领域的重要变现。网红经济这种不以产品魅力本身维持而以网红个人品牌宣传的经济形式冲击了传统行业，为互联网时代的经济发展注入了新的活力。

参考文献

胡继冬. (2013). 论微博大 V 的形成, 影响与社会管理. *思想理论教育*, (*23*),*10-12*.

黄立志, & 梁霄. (2016). 当前我国网红经济现象式微. *中国商论*, (*20*), 8-10.

冷悦. (2016). “网红经济”——美丽的泡沫还是未来的走向. *经济师*, (7), 52-53.

李原, & 吴育琛. (2016). 网红经济学. *中国企业家*(6), 30-51.

刘琦. (2013). 高端化妆品营销策略研究. *特区经济*, (3), 167-168.

汤志坚, & 许必芳. (2017). 网红经济的营销模式分析. *中国商论*, (33), 60-61.

王晶. (2017). 从网红到网红经济: 自媒体传播新探索. *出版广角*, (5), 49-50.

余卫, 李亦亮, & 余呈先. . 浅谈“网红”和“网红”经济. *绥化学院学报*(8), 115-118.

郑萌, & 向雪. (2016). 互联网时代下网红经济的营销模式分析. *经营管理者*, (33), 209-213.

邮政速递物流业务流程存在的问题与优化研究

Research on the problems and optimization of postal express logistics business process

范碧霞 [1]，姜丽娟 [2]

Bixia Fan, Lijuan Jiang

湖北商贸学院 [1,2]

[1,2]Hubei Business College

Corresponding Author: Bixia Fan, **E-mail:** fanbixia@hbc.edu.cn

摘要

业务流程再造能让企业得到更好地发展，是提高企业竞争力的有效手段。本文首先阐述了业务流程再造的概念，在此基础上，对邮政速递业务流程现状进行了分析，指出了邮政速递业务流程存在的问题，并进行了原因分析，为了优化邮政速递的业务流程，设计出了可行的优化方案，希望加快企业邮件的投递时效，降低成本，增强企业竞争力，解决邮政速递物流当下的生存难题。

关键词： 邮政速递物流、业务流程、流程优化

Abstract

Business process reengineering is an effective way to improve the competitiveness of enterprises. This paper first expounds the concept of business process reengineering, on this basis, analyzes the current situation of postal express business process, points out the problems existing in postal express business process, and analyzes the causes. In order to optimize the business process of postal express, the paper designs a feasible optimization scheme, hoping to speed up the delivery time of enterprise mail, reduce costs and enhance enterprise competition Strive to solve the current survival problems of postal express logistics.

Keywords: post express logistics, operation flow, process optimization

引言

《中国电子商务报告（2018）》的数据显示，2018 年，中国实现电子商务交易额达到 31.63 万亿元，同比增长 8.5%，全国快递服务企业业务量累计达到 507.1 亿件，电子商务的蓬勃发展已经成为了快递行业最大的推动力，如此巨大的市场，催生了大量的快递企业。目前，我国的快递企业已经超过了一万家，民营快递企业的增长速度十分惊人，尤其是像“四通一达”、

顺丰、京东物流这样的企业，不仅占据了很大的市场份额，而且在服务速度、质量和价格等方面，具有很大的优势。虽然邮政速递近几年来在不断地改进自己的服务质量，可面对消费者日益增长的需求，在服务上与上述快递公司相比仍有一定的差距，因此，邮政速递如何从激烈的竞争中脱颖而出，不被市场淘汰，是中国邮政急需思考的一个问题。

内容

1990 年，美国管理学家迈克尔哈默第一次提出了业务流程再造（BPR），并将它定义为：为了使企业在成本、质量、服务和速度等衡量企业绩效的关键指标上取得巨大进展，而对企业业务流程进行根本性的再思考和彻底性的再设计的过程就叫做业务流程再造。业务流程再造的目标主要集中在降低服务成本、提高产品质量、提高服务质量和速度等方面，以帮助企业尽可能地适应现代企业经营环境。从本质上看，业务流程再造的主要特征在于，以企业流程为基本核心，将企业的流程作为再造工程的对象，完全地摆脱了传统职能分工的相关理论的禁锢。

实际上，业务流程再造主要具有下面所指出的一些特点：

第一，业务流程再造的根本性特征，主要关注点是企业的核心问题，主要包括现在的具体工作任务，现有的工作方式，现有的工作主体等，通过对企业的这些核心问题的研究，企业可能会慢慢地发现自己所依据的商业假设是已经不满足现时代的发展需求了，或者是不符合企业的实际情况。

第二，业务流程再造的彻底性特征，其主要是指再设计是针对事物的本质问题进行变革，而不是对于表面的现象进行对应的修正。变革的过程就是将全部的陈规陋习抛弃，实现另一个创造发明，不是对企业进行改进或调整，而是对企业业务流程进行重新的建设。

第三，业务流程再造的显著性特征，客观上来说，并不是代表了企业的经营绩效水平方面获得了质的提升，而是为了确保企业在经营过程中能够获得更为强大的生命力，业务流程再造是否成功的重要标志就是业绩增长度。

业务流程再造的以上三个特点表明，企业管理体系中的重要组成部分是业务流程，实现企业发展战略的重要支撑是业务流程与组织结构组成的管理架构。一个企业如果想更好随着外界环境的发展变化而准确地做出反应，而且想在激烈的市场竞争中得到更好地发展，不仅仅要引进先进的科学技术来作为支撑，还应该尽快地改变企业的管理方法，使公司的管理方法与现代化生产经营更加适应、更加一致。换句话说，企业一定要构建出具有灵活性较强的管理机制与组织结构。

中国邮政经历了一个曲折的发展过程，建国以后，中国邮政与电信合并为一个企业，以满足广大人民群众的通信需要。改革开放以来，随着社会的不断发展，电信行业得到了高速发展，而对中国邮政的资源投入相对较少。1998 年，邮政与电信进行了分离，中国邮政作为一个独立企业参与到市场竞争中。建立之初，中国邮政在国家政策的扶持下，得到了长足的发展，每年的业务收入都以两位数增长，中国邮政的网络建设、服务能力、企业活力得到前所未有提高。中国邮政由垄断经营的阶段逐步过度到竞争的阶段，面对激烈的市场竞争，中国邮政加强营销的重视程度，努力拓展市场增加业务收入，但是至今中国邮政仍然没有摆脱亏损的局面，这既有国家政策方面的原因，也有中国邮政体制的原因。

近些年来，随着电商行业的兴起，中国的物流业也得到了巨大的发展，中国邮政作为国企，理所当然以传统物流经营者的姿态迎接机遇，将物流作为邮政企业的三大支柱产业之一。

然而，“四通一达”随之迅速崛起，以排山倒海之势向中国邮政示威，中国邮政面临强敌。中国邮政作为一个百年品牌，在百姓中享有盛誉。但是在市场经济的大潮中，邮政速递物流无论是在成本还是在速度和安全等方面都没有达到顾客对服务的要求，邮政速递物流的服务流程还需要很大的改进，以满足顾客的需要。

从特快专递邮件的整个递送流程来看，邮政速递存在大量重复操作，例如，封发分拣的多次操作，清单、路单的重复录入和打印，这样的操作不仅浪费人力、物力，还浪费财力。另外，邮件的传递流程也很长，经过多个部门，为划清责任界限，在转运过程中存在大量的检查和核对步骤，因为缺少相应的技术支持，为了保证速递的时效性，这些检查核对工作往往形同虚设，没有发挥应有的作用。

EMS 的电子信息流程应该是完整、协调同步的信息流过程，用户可以随时进行网上跟踪查询，了解邮件的运行情况及所处的确切方位，或者致电 11185 获得查询所需的信息。但是，在实际中，情况往往不是这样的，主要存在以下一些问题：

第一，无法跟踪查询。目前的 EMS 邮件信息流与实物流不同步，信息上传滞后，无法实现跟踪查询。同时，邮件在运输过程中无法跟踪信息，完全处于信息缺失状态，因此客户无法查询到邮件在运输过程中的具体信息。为了提高服务质量，国际速递巨头都将 IT 技术广泛应用于快件服务领域之中，并利用其先进的服务设施，向客户提供一流的跟踪查询服务，而这正是中国邮政的最大软肋之处。[i]

第二，缺乏数据共享。从整个网络来看速递邮件信息不完整，没有一个覆盖全国各邮政中心速递局的 EMS 信息系统，数据无法共享，这也是造成收寄、投递的速递邮件信息重复录入的根源。数据在实物流程完成之后再层层上传才能为客户查询，使得信息流相对实物流滞后。

中心局在固定时间派发班车到营业网点收运邮件到速递封发现场，使得其中一些特快邮件在营业厅长时间等待，不能及时发运，影响其时效性，且这段时间不能创造任何价值。对于客户来说，在邮车的相邻两个班次之间的任何时间寄件没有任何区别，同时使得上门取件的揽收员在时间分配上受到很大限制。另外，邮件统一被送达速递封发现场，容易造成速递封发现场邮件过多，造成流程中断或者流程混乱，影响整个流程系统的效率。

邮政速递企业作为国企，长期垄断经营，形成了中国垄断行业的优越感。因此，邮政速递物流工作人员的服务意识不强，服务效率低下，拥有铁饭碗的他们没有生存压力，没有工作的紧迫感。但是，相比之下，目前的民营快递企业一直以人为本，遵守顾客就是上帝的理念，给消费者带来宾至如归的感受。从 2018 年 11 月国家邮政管理局公布的一组数据可以看出这个问题：2018 年 11 月，消费者对快递企业有效申诉处理满意率为 98.8%，京东、联邦快递、顺丰、韵达、中通等企业的申诉处理满意率都在 100%，而中国邮政为 97.8%，低于平均水平。这一情况在 2019 年 8 月也同样出现。

邮政速递现下的仓储和物流能力与电子商务不相适应，电子商务要求物流企业有非常高的物流处理效率和足够大的仓储能力，但是传统的邮政速递物流并不能满足这些要求。在百度上以“中国邮政配送慢”为关键词进行搜索，搜索到的相关结果达到 1100000 条；在新浪的黑猫投诉平台，可以看到众多网友对邮政配送延迟和配送慢进行的投诉。

公司的组织架构中主要有两个部门：机关部门和专业部门，机关部门下又设置多个部门，专业部门下也设置多个部门，一个公司分为十几个部门。机构设置臃肿，其中多个部门之间的业务非常类似并且存在很多交叉，而且随着经济社会和中国邮政的发展，有几个部门的业务量呈明显下降趋势，又有几个部门的业务呈增多趋势，导致组织中各部门之间工作程度不同劳动

报酬却相同，组织架构的设置臃肿导致不能协调部门之间的关系，对业务流程管理造成一定的影响，直接影响邮政业务的发展。[ii]

包裹运输速度的快慢不仅取决于组织架构和管理，还受运输网络的影响。中国邮政经过四五十年的发展，形成了比较完整的运输网络体系，但是新兴起的快递公司将海运、陆运和空运相结合形成特殊的网络运输形式，以最快的速度将邮件送达，而中国邮政在运输邮件过程中基本保持着多年的运输方式，与快递公司的海陆空相比存在着很大的差距。近年来，邮政公司意识到单一运输线路对邮件“快”递的影响，也开始开发海运和空运网络，可是在三网相互交叉运输过程中多次出现不流畅的情况，导致邮件运输的速度并没有从根本上得到改善。

第一，领导重视程度不够。信息化管理是在目前快速发展的社会经济环境下企业改变经营迟缓的主要工具，信息化管理不仅是对企业高层的考验，同时也是对全体工作人员的一次考验，全体员工如果能够上下一致的完成信息化管理，企业将发生一定的变化。邮政速递内部大部分员工对信息化管理软件不熟悉，对于程序摸不着头脑，各部门间的配合不是很顺畅，导致信息化作用并没有体现，管理没有达到预期目标。

第二，企业的工作人员对信息化管理不够重视。信息化管理出现后，部分员工仍旧习惯于原来的长期管理实践经验，不愿意主动接收并分析新的管理方法和手段，从而让企业系统处于支离破碎的局面，这样就影响了公司的总体效益。另外，部分底层员工由于自身能力和思想抵触行为对信息化管理接受程度不高，导致公司一些生产运作环节与实际操作脱轨，致使总任务进度缓慢。

研究结果

在进行业务流程优化时，应先确立一个总体规划作为指导，建立目标，确认关键流程，明确改进方向，还应形成配套辅助流程。

企业进行业务处理流程优化是优化方案的关键环节。在进行企业生产价值链分析以及组织业务处理分析过程中，对于邮政公司投递业务的处理流程的地位以及作用有了一定了解。在组织中，业务处理是价值链中的基本活动，也是企业服务实现的关键环节，整个业务实现需要依靠公司的投递网络。对于业务流程优化主要针对分拣与投递流程进行优化。

在进行分拣封发时，可以根据邮件量的不同做好不同预案，同时也要现代科学技术充分应用到物流领域，如无线射频识别技术和条形码技术。

首先从快递面单入手进行优化，要摒弃以往使用的手写单据，使用条形码面单，采用这种方式，一来可以保护客户的隐私不被泄露，二来为后面的分拣扫描工作打下基础。其次，为了提高分拣工作效率，可在分拣中心的分拣库中安装皮带传送机，并且在传送机上安装安检机，确保从传送带上走过的包裹全部都能被扫描到，这样的方式会使包裹分拣和运送更加快捷方便，同时，因为人接触到包裹的次数减少，也大大增加了包裹的安全性和对包裹的损坏。

此外，在对分拣环节工作流程优化的同时，由于业务分类处理量增大，处理人员增多，为了保障分拣质量，企业需要扩大分拣场地，保障作业场地，同时，更需要加强现场监督管理工作，提高企业分拣效率，降低分拣出错的概率。

在投递过程中，不同业务产品是在同一个运输渠道，同一个投递队伍中进行投递的，这样的统一化作业流程很大程度上降低了组织的投递服务质量。相比较市场上其他企业的服务，邮政速递服务的安全性能是较高的，但是服务效率这一块明显不能让客户满意。因此，企业需

要进行投递流程优化，根据不同的业务，安排不同的人员和线路进行投递，如：EMS 业务和邮政小包业务就应该采取差异化的投递服务，以适应市场发展的需求，满足顾客的不同需求，破解邮政速递的生存发展难题。

各大地区的邮政速递企业成立快递业务改革领导小组，领导小组下设办公室，由各个地区市场经营部牵头，相关部门人员为具体成员，按照改革领导小组指示，完成邮政快递业务改革的具体工作。各县区邮政分公司按照要求成立相应改革领导小组，组织实施改革工作。

当前，邮政快递业务的发展已面临极其严峻的形势，改革迫在眉睫。全国邮政干部职工从关乎全区战略发展的高度，将思想统一到“做大做强中国邮政快递业务”这一发展目标上来。

在改革推进过程中，按照全国改革实施方案的总体安排和部署，强化执行力，确保顺利完成各项改革工作。保持高度的政治敏感性和责任心，确保业务经营、生产组织和客户服务不受影响。对于可能存在的不稳定因素，细化应急预案，一旦发现及时化解，将不稳定因素消除在萌芽状态。

发挥经营优势，集中全网资源，全力开拓市场，确保邮政速递市场占有率稳步提高。统筹能力建设，强化管控力度，稳步提高邮政速递业务的运营质量和服务品质。

通报和分析全区网运生产质量情况，加强对邮件处理质量的日常管理，每月至少召开一次质量分析会，通报和分析上月网运生产质量情况，对营业、投递部门反馈、省分公司检查出的质量问题、进口验单差错等归类分析，认真分析产生的原因，制定可行的管理控制措施，集中整理出反馈报告。遇有重大质量问题，召开临时生产质量分析会，找出原因提出整改意见。

建立网运质量及检查通报制度，以月为周期，在全区范围内以文件或调度通知形式，在全区范围内，根据全区网路运行的安全、质量、纪律等情况，按月发布网路运行通报。[iii]

中国邮政实施业务流程后减少了公司工作人员的工作量，提高了员工的工作积极性，降低了工作人员的工作强度和工作时间，这样，更多的员工可以开发其它的业务，给公司带来更多的效益。

进行业务流程改造，企业在前期经济投入较大，在建立信息网络以及统一的数据库时需要耗费较大的人力物力来支持此改革。但是，优化后的公司可以合理分配公司已有资源，提高利用率，这样就可以从根本上解决企业发展的问题。

中国邮政业务流程优化后，组织机构的简化在文件审批和工作流程上将会得到明显改善，电商平台对邮件的投递进行监控，再加上邮政综合服务平台对邮件的监督数据更新加快，时限明显缩短，业务流程的优化会带动国内邮件投递能力的提升，也成为中国邮政抢夺快递市场的坚强利器。[iv]

由于业务流程的优化，邮件时限明显缩短；信息化、机械化分拨的引进，人力成本降低，价格明显下降；在价格和时限方面将会取得明显的优势。

随着业务能力的提升，经营部门面对压力放下包袱，在业务上放开拳脚，大步向前开拓市场，通过信息化技术的引进、网投的完善、以及仓储一体化服务，打造出一条精品专线，以电商创造的各种各样的“节”而调动市场服务重心。

邮政速递属于传统劳动密集型企业，大部分工作只能依靠手工操作来完成，高人力成本很难降低。随着全球化和信息化技术的大力发展，当今社会已经进入了全面信息化时代，所以邮政速递各分公司必须面对市场积极转型，开拓新思路、新市场，面对现代邮政市场的发展转型，邮政速递必须走信息化技术引领之路。

农村市场的开发速度缓慢，目前只有邮政速递做到了网点的全覆盖，涉足到无人问津的偏远地区，邮政速递物流应以此为契机，加强农村地区的运输网络建设，这样一定会为邮政速递市场带来新的商机，同时也为农村电商事业的发展带来新的希望。偏远山区消费者可以通过邮政速递完成电商的买卖，将山区中的“宝贝”通过邮政速递投递到全国各城市中去，为农村地区的发展提供一定的支持。

结论

本文提出业务流程再造的观点，对邮政速递物流的业务流程进行改革。首先从体制上，对邮政的组织进行彻底的改变，解决目前邮政物流多头领导、重复领导及机构臃肿的局面，以明确发展方向，统一经营理念，划清利益关系，发挥全网效益。改革邮政组织的设置，用流程化组织体系取代原来的职能化组织结构，构建团队式生产管理模式，压缩管理层次，简化作业流程，以权利下放取代原来的集权管理，建立面向顾客的业务流程，以客户导向为终极目标，从价值链的角度思考流程的设置，提高生产效率，压缩作业成本，提高服务水平。其次，在流程的优化过程中，从方便顾客的角度出发，加快服务的速度，为顾客节省时间，提高顾客的满意度。最后，信息系统是物流网络的神经系统，通过现代物流技术的采用，将科技进步的成果应用到物流生产实践中，将邮政物流的全国性大网有机的结合起来。

参考文献

季婷, 孙汉旭, & 张争云. (2004). 中国邮政参与物流市场竞争的对策分析. *物流技术*(2), 16-17.
江咏. (2013). 用 “业务重组与流程再造” 塑造邮政竞争优势. *时代金融 (6)*, 234.
吴姗姗. (2016). *N 公司集散中心生产运行流程优化研究*. 博士学位，东南大学.
王玖河, & 胡举. (2012). 民营快递企业发展多元连锁经营模式的研究. *中国快递论坛*.

中国投资性房地产公允价值计量存在的问题研究

RESEARCH ON THE PROBLEMS OF FAIR VALUE MEASUREMENT OF INVESTMENT REAL ESTATE IN CHINA

沈媛媛

Yuanyuan Shen

泰国正大管理学院

Panyapiwat Institute of Management

[*]**Corresponding Author:** AIYUAN SHEN**, E-mail:** shen_irene@hotmail.com

摘要

中国近年来运用公允价值计量的投资性房地产公司逐渐增多，在运用的早期确实取得了良好的效果，促进了企业利润的提升，但是在几年的周期以后出现严重的亏损现象，这说明中国投资性房地产公司在运用公允价值计量过程中存在着很多问题，这也是本次研究的初衷。因此本文运用文献法、访谈法和案例分析法等研究总结得出，当前中国投资性房地产公司的经营现状，当公司收到市场波动出现亏损时，多使用剥离不良资产的方式转亏为盈。在运用公允价值计量做以后，短期内会给公司带来利润的提升，但是实际资产并没有变化，在不明确未来前景的情况下，容易造成长期的不利影响，造成公司营运的风险，只有找到公允价值计量中存在的问题，并找到问题的根源，才能找出解决的措施。在运用公允价值计量时不要紧看到眼前的利益，要从长远的角度看。当运用公允价值计量后势必会造成财政支出增加公司受市场波动影响增加等情况造成的运营风险。在充分发挥公允价值计量获得的短期利润增加，转亏为盈的目的后，应及时调整避免以后的运营风险。

关键词： 投资性　房地产　公允价值计量

Abstract

In recent years, the number of investment real estate companies using fair value measurement in China has gradually increased, and it has achieved good results in the early stage of application, which has promoted the increase of enterprise profit, but after a few years of cycle, there is a serious loss phenomenon, which shows that there are many problems in the process of using fair value measurement in Chinese investment real estate companies, which is also the original intention of this study. Therefore, using literature, interview and case analysis, this paper concludes that the current operating status of investment real estate companies in china, when the company receives market fluctuations appear losses, more use of the way of stripping non-performing assets into profit. In use

After the fair value measurement is done, it will bring the profit promotion to the company in the short term, but the real assets have not changed, and it is easy to cause the long-term adverse effect when the future prospect is not clear, resulting in the risk of the company's operation. In the use of fair value measurement should not focus on immediate interests, from a long-term perspective. When applying fair value measurement, it is bound to cause the operating risk caused by the increase of financial expenditure and the increase of market fluctuation. Increased short-term profits in full use of fair value measurement Add, turn loss into profit after the purpose, should adjust in time to avoid future operation risk.

Keywords: investment, real estate, fair value measurement

引言

中国投资性房地产引用公允价值计量时的时间较短，运用还不规范。为了促进中国运用的水平和国际会计准则接轨，在 2006 年，中国的会计准则中正式批准了允许使用公允价值计量投资性房地产。并可以根据企业的需要，选择不同的公允价值计量方式。随着中国房地产市场的蓬勃发展，投资性房地产行业非常适合运用公允价值计量，因为土地本身的稀缺，这不同于企业的固定资产、无形资产和存货，投资性房地产一般周期较长，投资的金额较大，而且变现较慢，这就造成企业在长期发展过程中的逐渐消耗增加，公允价值计量的信息和实际资产产生明显的差异，公允价值计量的可靠性和可信度逐年降低。在有利和不利特征明显的公允价值计量模式下中国大部分的投资性房地产企业都没有应用这种计量模式，以免在房地产市场不稳定的情况下，造成财务紧张，资金流动断裂，造成企业运营困难，影响到企业的长期可持续性发展。在中国快速发展的当下，中国大部分的上市公司中都有投资性房地产企业，但是采用公允价值计量模式的企业只占很少的一部分。因此本次研究需要深入的了解中国投资性房地产企业运用公允价值计量中出现的问题，以及对企业造成的影响。并分析运用的过程中需要注意的问题，提出完善公允价值计量模式运用的对策，促进更多的投资性房地产企业能够运用公允价值计量得到更好的发展。

内容

依据中国出台的相关文件《企业会计准则第 3 号——投资性房地产》中对投资性房地产进行明确的定义阐述，经济主体持有房屋的目的适用于资本增值或通过房屋出租等经济行为获取相应租金，存在一种或两种都具备房地产持有方式就属于投资性房地产。具体类型有：已经出租的建筑物、正在出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权。

投资者房地产顾名思义就是具有投资性，投资性房产可以自己持有后转让或出租，具有固定资产的金融特性。同时投资性房产具有长期性，由于房产具有固定性特征，即可以短期内变现成为流动资产，也可以进行出租获得长期的资产规划，因此投资性房地产具有长期性。

公允价值是指双方交换资产或者负债的结算金额，前提是要在在双方自愿、熟悉双方情况、公平交易环境的状况下进行的交换。公允价值计量对市场经济趋势和估值环境有基本的要求，随着公允价值计量的不断进步，在 1975 年被国际会计准则理事会正式推广使用。公允价值的定义具有以下几个特点，第一是自愿和公平交易原则；其次是具有完善的交易信息作为支出；第三，公允价值的数值为满足上述两条件下在某一次交易中购买资产或转移负债所需支付的数

额。中国正式运用公允价值计量在 2006 年，并在 2014 年新颁布了第 39 号准则：“准则对公允价值有着更为详细丰富的规定。按照 2014 年新颁布的第 39 号准则的表述：“资产和负债按照市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售资产所能收到或者转移负债所需支付的价格”。

市场经济的商品交易的过程中掌握信息丰富、全面的一方会处于优势的地位，如果对对方信息掌握不全面就会在交易中处于被动位置。而信息不对称的现象时客观存在的，当前房地产市场上这种现象普遍存在。因此公允价值计量要参照信息不对称理论，保证市场价格的公允可靠，成为克服信息不对称现象的计量工具，为信息掌握弱势的一方提供可靠、真实、全面的信息，解决信息不对称问题。

投资者保护理论不仅仅是为了保护投资者利益，更是为了保证企业的可持续性发展。这也不难看出投资者保护理论是从权益角度为出发点，确保投资者的利益，减少投资者决策过程中的风险和未知因素，使投资者有更多的话语权，提供投资者在投资过程中的地位。公允价值为投资者提供真实的企业账面价值信息，满足投资者投资决策的要求。

在市场长期的不稳定状态下提出了资本保全理论，人们不再仅仅关注资产在初始购买时的情况，而是时刻注意在资产的具体生产的过程当中所产生的各种损耗，并希望尽可能地在保持平稳的规模的时候，可以使公司的盈利最大化。在运用公允价值计量时，选择活跃度较高的市场，并进行相应的计量，获取相应的计量信息，确保企业在市场发展中处于正常的运营状态，为公允价值计量模式奠定了基础。

从调查来看中国目前 A 股上市的公司中，有超过 50%以上的企业公司拥有投资性的房地产公司。可见投资性房地产成为大部分上市公司投资的首选。

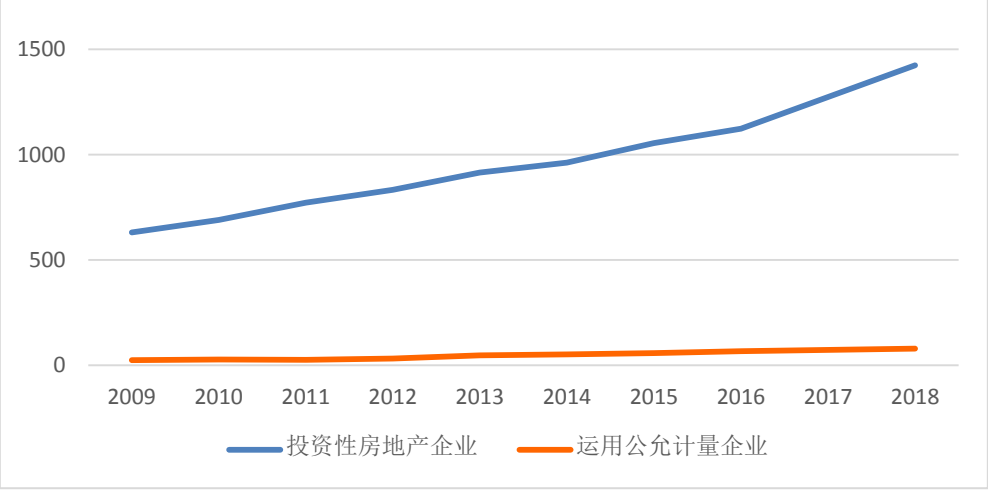


图 1 上市公司投资性房地产和运用公允价值计量企业增长情况

从上图可以看出，中国近 10 年来投资性房地产公司呈现井喷式的增长，每年都有大幅度的增长，而采用公允价值计量的投资性房地产公司的数量增长非常不明显，两者之间的增长比例差异性极大。可见国内投资性房地产公司运用公允价值计量模式的效果并不理想。

从对这些运用公允价值计量的投资性房地产公司的具体情况来看具有明显的地区分布特征。大多数的公司都聚集在经济发达的京津沪地区，在西部的内陆地区极少，西部的少数公司也处在较为发达的城市，有着良好的房地产市场，能为公允价值的取得提供一定的条件。

公允价值计量在操作的过程中有三种方式，第一种是依据专业评估的认定结果获得;第二种是由企业自行评估获得；第三种是依据第三方调查报告取得。每种评估方式的特点和优势各不形同，下图是对投资性房地产公司公允价值方式的调查：

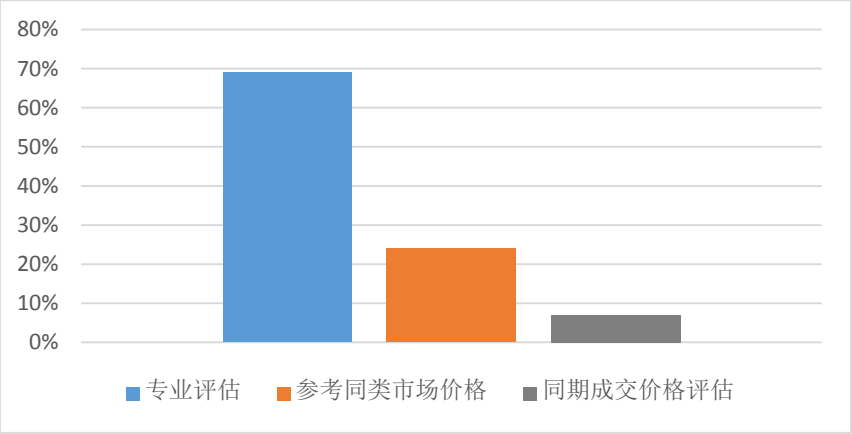


图 2 企业公允价值取得方法

通过上图可以看出，大部分运用公允价值计量的投资性房地产企业运用的时专业评估的方式，其次是参考同类市场价格评估，运用自我评估方式的最少。不管是哪种形式的评估方式都会造成额外的运营支出，增加企业的运营成本。及时运营自我评估的方式也需要对企业会计人员进行培训，也需要一定的支出。

近年来中国已经对公允价值计量信息的披露做出了规定，由财务部和证监会负责。中国有关部门对会计准则进行最新调整，其中包括投资性房地产计量模式的使用过程的规定，其中对于采用公允价值模式计量的企业，需要在财务报告以及相关的公示文件中进行计量信息结果的披露。中国证券监督管理委员会于 2014 年 12 月 25 日发布的《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》中规定：若企业的投资性房地产的价值评估选用的是公允价值模式，则需要企业在相关财务报表的公示资料中解释选用公允价值模式的依据。

通过上图 2 对企业公允价值取得方法的调查来看，对每个投资性房地产企业的披露评估方式，符合证监会的规定。根据这些运用公允价值计量的投资性房地产企业的公开的财务报告可以看出评估的详细情况和聘请的专业评估机构的情况。但是并没有具体评估的结果信息，由此也可以看出，完善资产评估机构，提高企业自身的素质，维护企业及投资者的各方利益是很重要的。

在 CAS3 规定中运用公允价值计量需要活跃的房地产交易市场和交易市场获得相关信息平台。这些都是经济发达地区房地产公司的特征，只有较大规模的市场才能保持较好的市场活跃度和成交量，以此提供大量的地产交易信息，保持健全的价格公开和评估质量，确保相关信息的可获得性。可见地理位置是运用公允价值计量的必要条件，例如北京、上海、广州、天津等地，这些地区房地产规模大、人口基数大、经济发展快。从而形成一个非常活跃的房地产市场，为运用公允价值计量提供了方便。而在房地产规模较小的中小型城市，经济发展、人口基数等都满足不了运用公允价值计量的要求。

XX 企业在 2000 年上市，企业的注册资本为 82315.8 万元。公司主要经营的为投资性房地产开发和销售，地产项目遍布在市区各地。在 2018 年的总资产达到 58.64 亿元。

在上市初期公司在房地产行业快速发展，但是近年来由于房地产行业的不稳定，发展速度放缓，也会出现亏损的现象，企业的运营风险增加。因此公司通过剥离不良资产、缩小规模等形式改善公司资产流动情况，并在 2017 和 2018 年都实现了盈利。在这一时期 XX 公司的产业结构调整取得成效。

表 1 XX 公司变更计量模式后情况（单位：千万）

	2014	2015	2016	2017	2018
期末净值	27536000	29543000	32152000	5623000	4532000
本期构建	-	-	123600	-	2571
本期处置	-	-	-	-	965326
公允价值变动损益	-	153260	9632	12562	126325
变动幅度	-	4.52%	0.23%	1.9%	4.3%

从调查来看在运用公允价值计量以后 XX 公司的发展趋势在短期内快速提升，在 2014 年-2016 年之间快速的增长，到 2016 年到达了顶峰。但是 2017 年和 2018 年呈现出回落的趋势。这主要是因为在前期 XX 公司运用公允计量剥离了不良资产，这些损耗和亏损不计算在收益内。在长期发展中每年账面价值的变动都会影响利润表。从公允价值变动损益和变动幅度的数据中不难发现公允价值变动具有不稳定性，公允价值计量对账面价值的可预测性较低。

表 2 XX 公司变更计量模式后情况（单位：千万）

年份	评估价值	评估方式	输入值
2014	4566000	现金流析现法、市场比较法、直接资本化法	资本化率、租金增长率、单位价格（不可观察）
2015	4123000	现金流析现法、市场比较法、直接资本化法	资本化率、租金增长率、单位价格（不可观察）
2016	5326000	现金流析现法、市场比较法、直接资本化法	资本化率、租金增长率、可比案例价格（不可观察）
2017	3896000	现金流析现法、市场比较法、直接资本化法	资本化率、租金增长率、可比案例价格（不可观察）
2018	4128000	现金流析现法、市场比较法、直接资本化法	资本化率、租金增长率、可比案例价格（不可观察）

从调查来看，XX 公司的披露过于简单，没有与公司数据直接相关的信息，只有总计的评估价值和评估方式，对运用评估方法的原因并没有描述。因此这使得公允价值评估的真实性难以衡量，这份披露信息的参考价值较低。

图 3 存在的问题

投资性房地产公司在应用公允价值计量的过程中，账面价值和公允价值的差距将直接影响到利润。公允价值是根据市场和相识资产的价值确定价格。中国房地产发展的火爆，让投资性房地产公司在运用公允价值计量的过程中带来了更高的利润，但是市场交易价值的不稳定，也给企业带来了风险。

房地产公司运用中很多资本化支出都会被计算到账面价值，在市场出现波动走低时，账面价值也会减少，造成当期利润的损失。公允价值对企业利润的影响多在 100%以上，有些甚至更多。这就造成很多企业面对市场波动的情况下利润值在扣除公允价值以后出现亏损的状态。市场波动影响公允价值同时影响到了公司利润的可预测性。在中国房地产发展不健康的情况下中国政府进行了统一的调控，这势必会带来房地产行业的降温，造成市场价格的回落，影响到上市公司的利润，公司运营出现风险，影响企业的健康发展。很多投资性房地产企业在扩大规模的过程中势必会有大量的资本输出，如果出现资金断裂，短期内很难转亏为赢，只能通过转让股权转亏为盈。但是当公允价值计量的利润失去了账面价值的支撑，造成股东的分红和盈利不成比例，会直接造成公司的运营困难。公允价值计量只能延缓公司的经验困难和财政压力，但是并无法彻底解决问题。

投资性房地产公司和投资者的共同目的都是为了经济利益。公司的盈利会让投资者更信任公司，持续给公司进行投资。当公司运用公允价值计量后势必会在短期内带来大幅了利润增加，持续的盈利状态会带动投资者的追加投资。但是在实际的账面价值并没有现金的流入，在长期运营中势必会造成投资的风险。近年来想要在房地产行业发展需要不断的扩大规模，投资规模的加大势必会进行资本的融资，随着大量资本的融入，企业的利润是位置投资稳定的保障，而房地产公司的利润过于依赖房产，如果房价出现大幅的下跌行情，会直接影响到公司的利润，造成企业的运营危机，动摇企业的根基。

投资性房地产公司在应用公允价值计量后造成企业运营的成本增加。成本的增加首先是要对企业进行价值的评估，而且企业每年都需要支出一次评估的费用，造成成本的增加。其次公司在运营公允价值计量以后带来盈利的增加造成需要而外上缴税收，增加税收的负担。

公允价值计量的应用是投资性房地产企业必须运用的，但是投资性房地产公司的发展规模、发展方式都有一定的差异性，造成公允价值计量方式也各有不同。很多公司运用自我评估的方式，但是会聘请正规的评估机构评估，使公司公允价值更加准确，但是运营费用会大大增加。当投资性房地产公司运用公允价值计量以后，公司的规模会呈现上升的趋势，而且企业运营问题增加，这时不仅每年企业需要指出中介费用，而且面临市场波动较大的情况下也要进行最新的公允价值的评估，这也会会造成评估的中介费用不断的增，也造成公允价值应用成本的增加。并且当投资性房地产公司面临债务结构压力的情况下，会造成财务成本的大幅增加，当盈利不够偿还债务情况下，多数企业只能通过变卖资产缓解债务危机。

3.2.2 税收负担增加

当投资性房地产公司应用公允价值计量以后，价值模式下不在计算原有模式下的地产折旧和摊销。这样这些费用将不再从利润中扣除，造成所有账面的利润都需要缴纳税收。因此可以说运用公允价值计量以后势必会使投资性房地产公司缴纳更多的税费，增加税务负担。

一个企业会计的财务报告的基本规范反映出财务报告的质量。为了给投资者更直观的决策参考，财务报告要详细具体。但是在运用公允价值计量以后的成本计量和实际运作有一定的差异，造成财务信息质量出现问题。

会计制作的财务信息的可靠性是财务报告的基础。如果财务报告出现不可靠的信息，就会增加投资者的投资风险。在运用公允价值计量后造成当期的亏损不会计算在利润内，造成利润的增加,但是账面价值多出的盈利名没有资金的流入,只是在信息上反映出公司的利润增加，造成投资者的错误认知。当公允价值与实际价值的差异性足够大，公司将很难通过财务报告掩饰财务问题。很多投资性房地产公司在轻微亏损的状态下通过公允价值计量都会使企业财务呈现出盈利的状态，给投资者的投掷造成影响，造成财务信息的可靠性降低。

当投资性房地产公司上市以后可以自由的选择后续的计量模式，而采用公允价值计量模式的投资性房地产公司相比采用成本计量模式的只占很小的比例。这就造成当企业在横向对比的时候只能在少数运用同样计量模式的企业进行，造成对比的局限性。因此造成后续会计信息可比性降低。

投资性房地产企业在运用公允价值计量后势必会造成原有的资产、利润、财务等指标产生变化。尤其是对一些负面的信息指标产生变化，利润资产周转率、有形净资产、负债率等都会有一定的改善,这就使投资者在了解会计信息时难以做出正确的判断,做出正确的投资选择。以上论述看出公允价值计量产生的指标变动都是想着积极的一面产生，这也就造成很多为了达到上市目的的投资性房地产企业运用公允价值计量来改善财务状况和经营状况。

因此可以说在运用公允价值计量后的投资性房地产公司的财务信息和会计信息都会降低可靠性和可比性。

研究结果

现阶段中国对投资性房地产公司公允价值记录信息的管理和规定还不完善，造成很多信息不能满足投资者的了解需求，很多企业公司为了给投资者营造出一个更好的投资环境，只会披露一些一致性和规范化的内容，很多投资者需要了解的详细信息很少披露。对于一些企业还选择自我评估，这样更加难以判断信息的可靠性，很多企业都会为了达到融资目的，产生操纵利润行为，达到企业盈利运营的目的。

中国常用的公允价值评估方法有两种分别为自我平衡和第三方评估的方式，第三方评估有可以分为专业评估和第三方调查报告。公允价值计量的基本要求是房地产公司在市场保持足够的活跃度。从中国目前的房地产市场的发展情况来看，市场活跃度较高的多为东部地区，城市规模越大，市场活跃度越高。每个城市不同区域、阶段、楼层的房地产价值都有一定的差异性。另外自我评估的方式需要培训专业的评估技术财务人员，造成资金的支出，而通过第三方的专业机构评估和第三方报告都会产生额外的费用，而且每年都需要支出这笔评估费用。

当前中国对于投资性房地产企业公允价值并没有规范性的制度，因此房地产企业在确定公允价值时多是根据自己需要采用甙的方式去评估，而且每种形式的评估方式都收到主观和客观因素的影响，使得公允价值计量的数据和实际情况有一定的差别，而且每个评估方式的评价方式也有所不同，这样就使得评估的投资性房地产的公允价值之间缺乏可比性。

中国近年来房地产市场混乱，房产价格的浮动较大，这与中国相关政策和制定的缺失有很大的关系。这就造成房地产行业具有市场浮动大、国家政策不完善、购买者不稳定的问题，这些问题都会对公允价值造成影响。投资性房地产公司为了利用公允价值的优势，常常忽视了不利的一面。公允价值计量使利润增加，但是公司的总资产并没有变化，造成企业财务报告和经营业绩的增长。影响到企业的净资产收益率、净利润率等与利润相关的比率，当出现不稳定的情况，投资者就会对企业的经营能力和信誉度产生质疑，影响到企业的健康发展。

公允价值计量的目的是使投资性房地产企业公司在短期内呈现出良好的运营状态和财务状态，利润的明显提升，呈现出给投资者的信息也具有真实性。但是从公司长远的发展来看，公允价值计量存在这明显的问题，造成财务包括的可靠性下降、企业税收增加、运营成本增加等。因此公司在运营公允价值计量时要慎重考虑，要根据市场、企业规模等情况综合考虑而定。

结论

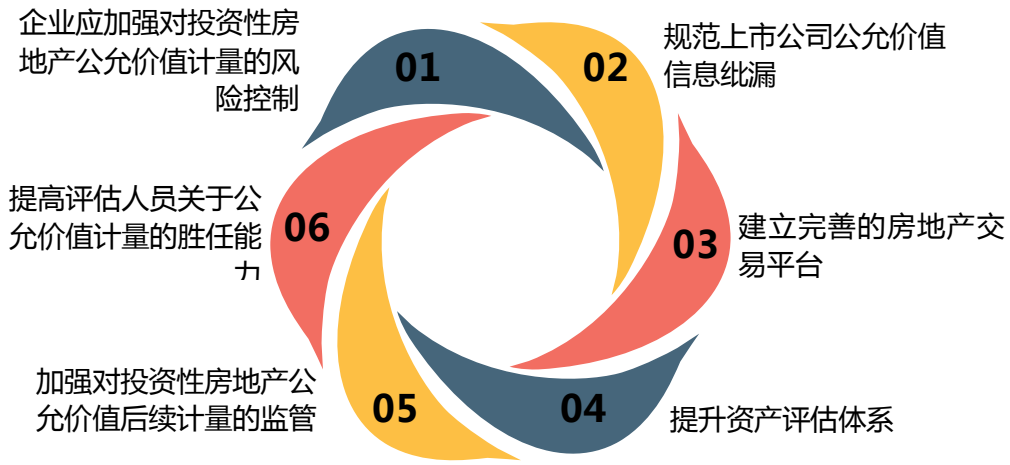


图 4 建议

公允价值计量在短期内对企业运营和财务状况产生积极的影响，但是对于长期性的影响难以预料，如果市场出现波动，利润和支出的比例增加，账面价值就会反映出来，造成负债的不断增加，财务的负担会给利益相关者出现负担。同时不同地区的房产市场发展水平不同，这都会直接影响到公允价值，如果在运用公允价值后市场和交易价值良好，就可以改善经营成果，反之市场和交易价值下降，企业的利润受到影响，经营风险增加。因此企业应加强对运营风险的控制，在不同市场局势西夏采用相应的控制方式，合理利用企业资源，避免公允价值的消极信息给投资者造成影响，造成企业融资困难，影响到企业的运行。其次根据运营的风险合理的分配企业资产，防止市场波动造成的企业资金量断裂和运营成本的增加，提供资金的使用率，防止公允价值造成的负债率提高的不良影响，保证企业的良性发展。

投资性房地产公司应该根据实施的CAS39的准则对公允价值计量信息进行全面的披露。公司应首先对会计人员进行培训，掌握估值技术和 CAS39 的准则，根据 CAS39 的要求对公司的相关公允价值信息进行披露。保证财务报告的准确性，并且做到财务报告的公开和透明，使投资者能够从财务报告中获取准确的信息和了解公司的真实情况，以便投资者做出正确的决策。CAS39 的要求使得公司在信息披露的过程中不能因主观因素避重就轻和隐瞒不利信息的情况，从而保护了投资者的利益。

建立完善的房地产交易平台，可以使投资性房地产公司的有关公允价值信息得到更好的展现。可以运用发展成熟的互联网构建交易平台，使各公司之间的信息可以同时呈现给利益相关者，做到交易信息和公允价值信息的完全透明，各公司的发展在横向上有了更多的参考，为市场的稳定，公司的健康发展提供了基础条件。每个公司都可以通过共享平台了解到不同地区的房地产价格、估值、交易、参与者等情况，提高了行业的交易行为，使得房地产加以更加高效，使中国的投资性房地产交易的更加便捷。

公允价值的评估重要的一点就是对公司资产的评估，因此资产评估的效率和准确性成为改善公允价值计量运用的关键。因此中国政府应加强对资产评估的管理，建立完善的评估制度，在评估时要引入第三方评估机构，确保公允价值计量的过程的独立性，中国的监督部门要加强监管力度，对评估进行严格的监管。在评估规范和加强监管的基础上，公司应加强对相关人员的培训，产生自主有意识的调节资产与利润行为，这在一定程度上节省采用公允价值计量的相关成本，为其运用创造了便利条件。

很多投资性房地产公司利用公允价值计量的有利一面达到目的，而掩盖公允价值计量的不利一面，这种情况就需要加强内部的控制和监管。设置审计部分，保持审计部门的独立，培养审计人员丰富的审计知识和职业操守，通过风险控制测试流程杜绝利用公允价值操纵财务信息的情况，通过与管理层沟通，可以带一定程度上减少这种盈余管理行为。

当前中国投资性房地产公司公允价值的方式各不形同，而不同方式公允价值的信息也有一定的差别。在运用市场比较法的过程中，要确保交易价格的准确性和真实性，并必须性质和发展相识的房地产公司。在运用收益法的过程中，要充分评估未来收益情况，确保评估对象价值的真实性。企业要合理运用计量方法，确保评估过程的独立性和客观性。

当前中国的公允价值评估体现还有待完善，中国针对房地产市场不规范也加强了管理和调控。虽然房地产行业的高利润吸引了无数的投资者，但是高利润和高风险时同时存在的，只有完善的公允价值评估体才能成为企业发展和投资者的后盾。随着中国房地产行业的不断发展，企业公司的规模也会不断的扩大，投资性房地产公司获得的投资也将越来越多，这时公允价值计量应用的趋势。但是在运用中企业应认清公允价值计量的优势和劣势，为公允价值计量在投资性房地产中得到更好更广泛的实践而努力。

本文通过对中国投资性房地产公允价值计量存在的问题的研究，阐述了当前中国投资性房地产公司的经营现状，当公司收到市场波动出现亏损时，多使用剥离不良资产的方式转亏为盈。在运用公允价值计量做以后，短期内会给公司带来利润的提升，但是实际资产并没有变化，在不明确未来前景的情况下，容易造成长期的不利影响，造成公司营运的风险，只有找到公允价值计量中存在的问题，并找到问题的根源，才能找出解决的措施。在运用公允价值计量时不要紧看到眼前的利益，要从长远的角度看。当运用公允价值计量后势必会造成财政支出增加公司受市场波动影响增加等情况造成的运营风险。在充分发挥公允价值计量获得的短期利润增加，转亏为盈的目的后，应及时调整避免以后的运营风险。

参考文献

Barth, M. E. (1994). Fair value accounting: Evidence from investment securities and the market valuation of banks. *Accounting review*, 1-25.

Barlev, B., & Haddad, J. R. (2003). Fair value accounting and the management of the firm. *Critical perspectives on accounting*, *14*(4), 383-415.

Cornett, M. M., Rezaee, Z., & Tehranian, H. (1996). An investigation of capital market reactions to pronouncements on fair value accounting. *Journal of Accounting and Economics*, *22*(1-3), 119-154.

Khurana, I. K., & Kim, M. S. (2003). Relative value relevance of historical cost vs. fair value: Evidence from bank holding companies. *Journal of Accounting and Public Policy*, *22*(1), 19-42.

家澍, & 兴强. (2003). *财务会计概念框架与会计准则问题研究*. 中国财政经济出版社.

美华. (2006). *公允价值计量基础研究*. 中国财政经济出版社.

夏鹏, 夏存海, & 徐子蒙. (2007). 公允价值计量模式在企业会计准则中的具体应用. *财务与会计*, (*5*),*11-15*.

小微企业领导效能的提升策略研究
——基于贵州有一招餐饮管理有限公司的案例研究

RESEARCH ON THE PROMOTION STRATEGY OF LEADERSHIP EFFECTIVENESS OF SMALL AND MICRO ENTERPRISES, A CASE STUDY WHICH BASED ON GUIZHOU YOU YI ZHAO CATERING MANAGEMENT CO., LTD.

曾方俊 [1]，孙媛 [2]

Fangjun Zeng[1], Yuan Sun[2]

[1,2] 泰国正大管理学院

[1,2]Panyapiwat Institute of Management

[*]**Corresponding Author:** 曾方俊**, E-mail:** 357131485@qq.com

摘要

如何提升员工领导效能，是小微企业普遍遇到的问题。本文采用单案例研究方法，选取贵州有一招餐饮管理有限公司为研究案例，通过深入企业调研，发掘出企业“倡导与员工平等相处”、“注重家文化氛围的营造”和“倡导主动追求顾客的行为模式”的领导效能提升策略体系，对如何提升有一招公司的领导效能进行了相应分析。

关键词： 小微企业　领导效能　有一招　策略体系

Abstract

How to improve the effectiveness of employee leadership is a common problem, which faced by small and micro enterprises. By single case study method, this article selects Guizhou You Yi Zhao catering management co., LTD., as the study case. Through in-depth investigation, the article unearthed "advocated staff equality", "pay attention to home culture construction" and "to actively pursue customer behavior patterns" strategy system of improve the effectiveness of employee leadership, and analyzed how to improve the effectiveness of employee leadership.

Keywords: small and micro enterprises, leadership effectiveness, You Yi Zhao, strategy system

引言

2015年，中国政府工作报告明确提出“大众创业、万众创新”，大力鼓励小微企业的发展，给中国小微企业提供了优良的政策环境。掀起了又一轮火热的创业热潮，中国政府不断加大创业项目的扶持力度，激发全社会的创新创业活力。在这样的环境下，小微企业得到长足发展，已经成为中国市场主体的主力军，在助力政府调整产业结构，释放就业压力等方面发挥了重要作用。

但是，在小微企业蓬勃发展的大背景下，多数小微企业管理粗放，存活期短却也是不争的事实。在政府给与政策扶持和优惠措施的情况下，小微企业如何走出自身的局限，在优厚的外部环境下茁壮成长，成为公众开始关注的问题。

小微企业要走出自身的局限，需要克服很多困难，其中，人力资源问题是其主要困难之一。对于餐饮行业来说，因其进入壁垒不高，成为很多创业者开展创业的首选行业，这造就了很多餐饮行业的小微企业。但是，由于创业者在行业知识、管理经验上的不足，行业的特点又需要餐饮企业员工充分发挥自己的主观能动性，积极为顾客提供服务，帮助企业提升竞争力。这就使得人力资源问题成为餐饮初创企业的突出问题之一。从诸多人力资源问题来看，员工领导效能又是餐饮初创小微企业人力资源问题中的一个重要问题。

许多餐饮创业者发现，在经过相关理论学习和培训之后，自己在管理和领导的观念上发生了变化，也在自身管理行为和领导行为方面做了一定程度的调整，但是员工的表现却不是太让人满意。这就给创业者带来了困惑，问题出在哪里呢？梳理原因，问题之一就是创业者忽视了领导效能的提升。

研究目的

基于以上问题，本文拟选取一家餐饮业初创小微企业，对其进行全面考察，对其领导效能的整体情况开展研究，发掘其在领导实践和领导效能方面的好的做法。力求为小微企业领导效能的提升实践提供指导，为领导效能相关研究提供补充和佐证。

文献综述

从文献梳理的情况来看，关于领导效能的研究一直是领导力研究的重点问题之一。众多学者的研究积累了大量文献。研究呈现的特点主要是：

第一，已有的研究主要从领导者本身出发，研究领导者的领导风格、领导特质以及领导行为对员工的影响（Shamir, House, Arthur., 1993; Avolio, Bass., 1995; Lowe, Kroeck., Sivasubramaniam., 1996; Gerstner, Day., 1997; Awamleh, Gardner., 1999; Liden, Wayne, Liao., 2014）。

第二，已有的研究主要采用定量研究的方法，关注一些前因变量对领导效能表现出来的一些现象的影响。国内关于服务型企业领导效能开展的研究，也主要是采用定量研究方法探讨诸如变革型领导、服务认知—行为模式、领导员工信任、领导社会责任取向、社会及心理资本、员工感知价值等变量对一些员工层面领导效能的影响（杨莹, 谢礼珊, & 韩小芸，2005；许春晓, & 邹剑，2010；郑勇, & 邹文篪，2011；李艳丽, 丛艳国, & 龚金红，2012；唐健雄, 涂馨, & Bo, H. Ferns，2013；田喜洲, & 左晓燕，2013；章凯, & 罗文豪，2015；段正梁, 彭阶贞, & 危湘衡，2015；陈雪钧, & 郑向敏，2016）。

研究者从不同的角度，对领导效能给出了不同的看法，总的可以概括为：个体或群体通过自身行为对他人成功产生影响力，以一种令人们都满意的方式，去实现组织共同的目标（孙艺丹，& 胡士悦，2018）。现有的研究对企业在领导力提升和运用方面起到了较好的指导作用。但是，发挥的作用是有限的，主要表现在：首先，现有的研究大多是以领导为中心、自上而下地展开研究的，以员工为主要对象，开展领导效能研究的情况较少；其次，现有研究大多是以领导者本身的风格和模式展开研究，考察领导者本身风格和模式对领导效能的作用，这使得研究者较多地关注某种类型领导风格下（如变革型领导、服务型领导、谦卑型领导等）对员工领导效能的影响，从而忽视了员工整体状态下的领导效能；第三，在以企业为整体，全面考察员工领导效能的研究还较少，使得现有研究在对企业全面开展领导效能提升的指导上，存在相当程度的局限性。第四，以小微企业为研究对象，开展领导效能提升研究的文献还很少。

研究方法

案例研究方法既是定性研究，也是实证研究，适合回答“为什么”和“怎么回事”的问题，是发现和构建理论的有效工具，可以发现并解释复杂的社会关系（刘志迎，曹淑平，武琳，& 廖素琴，2019）。在案例研究的多案例和单案例两种方法中，单案例研究适合于启发性的案例，其发展规律对于同类对象具有借鉴意义。另外，单案例研究尤其适用于纵向分析，依循事物发展的时间线，探索研究对象在发展过程中的重要变迁与内在规律（胡望斌，钟岚，焦康乐，& 秦爽，2019）。考虑到研究对象资料获取和调查便利的情况，本文最终选择单案例研究方法进行问题分析。在关注小微企业领导效能的前提下，拟选择一家满足小微企业相关标准的餐饮行业初创企业开展研究，研究设计为深入企业经营一线，对员工进行调查。这会使得本文的研究更加聚焦，有利于揭示一家企业内的现象，发掘相关问题和做法。

本文拟采用实地调查和访谈调查的案例研究范式，多途径、多方法搜集多类数据，力求揭示研究对象的具体表现；此外，本文还试图探索基于案例企业内部组织构建、成员互动和认知迁移等情况，从企业员工微观行为和认知视角揭示企业领导效能形成的内在机理，通过对企业员工的交谈访问，实地调查，发放问卷，解答相关领导力和领导效能的问题，形成对企业员工领导效能的认识。

使用单一案例研究的一般判别标准是，现象要独特、典型，甚至是极端的（Yin, 2013；Eisenhardt, 2007）。综合考虑案例研究企业的典型性、规模适度性、数据可获取性和研究方便性四个方面，本文选择贵州有一招餐饮管理有限公司作为样本企业。该公司成立于2010年9月21日，其前身是2007年创立，年营业额不到20万元的有一招正宗酸汤火锅个体餐饮店。发展到目前，已经成为在贵州省内有直营店面10余家，加盟合作店面100余家的现代化餐饮连锁企业。是一家典型小微初创型企业的发展样板。其主要业务项目为餐饮项目的直营、加盟运作，创业咨询服务和饮食产品的开发，主要的产品项目三个，分别是有一招砂锅酸辣烫火锅、有一招鸡精和有一招酸汤。作为一家基于自身创业成功而致力于推动加盟创业的企业，本身就具有小微企业创业的特征，其经过近10年的发展，企业管理者的领导力对员工的领导效能得到了一定程度的体现。

具体说来，选择该企业进行研究主要基于如下考虑：一是有一招公司属于餐饮创业企业，相比其他只有2-3年生命周期的同类企业，该公司算是经营较为成功的企业，这与企业领导和员工的戮力同心，共同奋斗是分不开的，在一定程度上体现了企业有效的员工领导效能。二是有

一招公司核心业务相对单纯，因此，在对企业的业务认知上，企业员工的个体心智相对简单，较易识别，在领导方式、沟通范式和领导效能的识别上相对容易。三是公司加盟连锁的业务推广方式客观上能形成一个个较为独立的单店经营实体，在相对独立的单体业务单元中，有利于识别企业员工的认知和行为。

通过亲赴企业实地调研，和展开深入访谈，本文获取了大量资料数据，并在此基础上提炼结论。另外，为提高数据的信度和效度，还通过问卷填写、实地观察和获取文档资料的方式补充数据资料。

本文通过现场访谈的方式，对贵州有一招餐饮管理有限公司的5名店长和20名员工进行了深度交流。为保证访谈效果，在开始访谈前设计了访谈提纲，制作了补充的问卷。在启动访谈时，先请访谈对象填写问卷。

针对店长的访谈包括简要介绍所在门店的建立时间、经营情况、人员状况、管理的办法和手段，如："对员工的管理和激励上有哪些做法"，"相关管理和激励的做法对普通员工的作用和效果体现在哪些方面"、"有无顾客表扬和投诉现象"等；针对普通员工的访谈包括简要介绍到企业工作的时间，选择到门店工作的自身的理由，对企业的规章制度的熟悉情况，如："自身对企业管理和激励有哪些感受"，"与同事相处有哪些交往方式"，"获得过顾客什么样的表扬和投诉"等。

访谈的进行为调研团队按照访谈提纲，顺次与访谈对象开展交谈，根据访谈对象的回答，对有价值的问题进行更进一步的追问。每位访谈对象的访谈时间平均为35分钟左右。访谈全程录音，同时访谈人员也以书面形式记录访谈要点。访谈结束后，访谈人员对录音资料进行了整理，共获得了约8小时的录音资料，转录为文字后，约12万字。访谈成员高度重视数据的理论饱和度，在完成第11名访谈对象的访谈时，即发现之后的访谈数据没有出现新的信息点，之后的访谈主要是核对和印证之前的访谈信息。

在企业资料收集方面的做法是：获取企业公开资料和收集企业内部资料。围绕研究主题，本文整理了近5年来关于有一招企业的网络信息，在调研的过程中同时获取企业相应的关于内部管理制度、文化建设和员工激励等方面的内部资料。

在案例研究过程中要进行规范性和严谨性控制，以确保案例研究的可行性和结论的真实性，最终实现相应的信度和效度（Yin，2010；许晖，许守任，& 王睿智．2013）。

在信度的保障上，本文力求做到研究过程的可靠性和可重复性。做法是严格按照案例研究的步骤开展工作。即遵循提出案例问题、根据问题设计研究方案、进行研究样本选择、进入样本企业收集数据、整理资料，对数据进行分析、撰写报告的步骤开展工作。

在效度的保障上，本文通过档案资料查询、对访谈对象的访谈及对访谈对象的同事访谈等方式，对访谈对象所提供的信息进行对比和验证。多层次、多源头的数据获取方式所形成的三角检验增强了研究结果的准确性（Thomas, Autio, Gann, 2014）。

本文首先对原始数据资料进行编码和分析，以领导效能提升为核心，识别企业领导效能提升策略并展开命名。其次是依据相关理论，分析了领导效能提升策略对领导效能产生影响的内在机理，在此基础上，提出相应的命题。在进行有效分析后，对结果进行一一梳理和归纳，形成最终的研究结论。

在对收集的数据进行整理和分析后，本文发现企业主要通过3个方面的做法，有效提升了领导效能。分别是：1、倡导与员工平等相处（E1）；2、注重家文化氛围的营造（E2）；3、倡导主动追求顾客的行为模式（E3）。

在传统的“以领导者为中心”的领导和员工的关系界定下，领导者和下属之间的关系通常是领导者处于领导活动的中心地位，下属居于从属地位，被动地接受来自领导者的影响。随着对领导力和领导效能认识的不断深入，人们发现，领导作为领导者、下属及领导情境三者之间的复杂互动过程，领导者和下属的关系是影响领导力形成及其效能的关键因素（Hernandez, Eberly, Avolio, 2011）。

贵州有一招餐饮管理有限公司注重管理者与员工的平等相处，强调管理者与员工的密切合作，共同服务好顾客（证据示例E1T1）。有一招在公司内部面向全体员工推动“股权计划”，有一招的内部企业文件《新门店股权设计》中明确：凡是在工作积累了一定工作期限的员工，都可以在投入少量股金的情况下成为公司的新门店股东，这条规定适用于全体员工（证据示例E1T2）。有一招公司的“股权计划”为员工成为股东打通了一条道路，使员工有极大的可能性成为企业的合伙人，奠定了领导者和下属间平等关系的基础。使得在有一招的员工团队中，店长和普通员工之间的关系转变为一种平等协作的工作关系，在店长和普通员工之间，存在的仅仅是工作分工的不同，不存在地位上的不平等（证据示例E1T3、E1T4）。在很大程度上推动和促进了普通员工的工作积极性和主动性。

复杂性领导理论认为：组织中的领导是一种涌现于行动者复杂互动之中的、能带来适应性结果（例如，学习能力、创新和适应性等）的动态过程（Marion, R., & Uhl-Bien, M., 2002）。这说明了领导效能产生于领导者和下属间的互动之中。当然，并不是所有的互动关系都能有效提升领导效能，例如“强制与对抗”这样的互动关系就不能够提升领导效能，反而会在一定程度上降低领导效能。但在贵州有一招餐饮管理有限公司之中，领导者和普通员工之间形成的平等协作关系形成了一种良好的互动，带来的是普通员工工作积极性和主动性的改变，有效地提升领导效能。因此，提出命题1：

命题1：在领导者和普通员工之间促进构建平等协作关系的工作互动，有利于提升员工领导效能。

表1 倡导与员工平等相处证据示例

做法	证据示例
倡导与员工平等相处	E1T1：我们和店长没有差别，公司给我们提供了宿舍，我们和店长吃在一起、住在一起、工作在一起；店长只是比我们到店工作的时间长一些，在工作上知道得比我们多一些，给予我们很多帮助和指导。我们和店长只是分工不同，大家一起服务好每一位进店的客人，在我们与店长之间没有明显差别（一家有一招门店的 3 位员工）。
	E1T2：公司告诉我们：在公司，只要你愿意独立经营，都可以申请单独开店，每个人都可以做一个管理者（一位有一招门店的员工）。
	E1T3：进入门店，你肯定无法区分哪一位是店长，哪一位是员工，因为我们门店的人通常都比较少，每个人都要发挥最大的作用，店长和员工都是一样的工作：点单、传菜、收银、做清洁……（一位有一招总部的工作人员）。
	E1T4：对每一位员工，我都以一种谦虚的态度与他们交流，在我们这里，每个人都是平等的。虽然我是店长，但是我从来不摆架子，因为一端起架子，员工的工作积极性和主动性就没有了，公司也不允许（一位有一招门店的店长）。

中国的“家文化”是以血缘亲情为纽带的一整套家法族规，这一套家法族规从理论上升华泛化到社会时，就把家的内部结构、身份关系、道德伦理、认知模式、互动行为规则扩展到家以外的各个社会层面（储小平，2003）。

贵州有一招餐饮管理有限公司注重家文化氛围的营造，追求员工之间像家人一样相处的氛围（证据示例E2T1、E2T2）。员工对家文化的感受，来自于自身对公司提供的食宿条件的感受和工作之间的沟通协同两个方面。这两个方面，食宿条件是硬件条件，有一招公司要求店长与员工的吃、住的水平必须是一样的（证据示例E2T3）；工作之间的沟通协同是软件条件，有一招公司要求做到店长与员工的适时沟通（证据示例E2T4），关注员工的思想动态，要求在把握员工想法的基础上，有针对性采取疏导措施，避免员工带着不良情绪进入工作，使顾客服务质量能够得到稳定的输出。

家文化思想在企业家创业阶段具有较大的成本优势和竞争优势，人们在创立企业时自然地把家庭与企业这两种形式结合起来，以较低的成本迅速集聚人才，成员可以全身心投入，团结奋斗，甚至可以不计报酬；而家族成员之间的忠诚信任关系，使家族成员更易建立共同利益和目标，更易进行合作，更具有凝聚力（张新芝，2010）。

贵州有一招餐饮管理有限公司的每一家门店规模都比较小，门店员工数多的不超过20人，少的则只有5至6人。这就为在门店内营造家文化氛围创造了条件。员工人数不多，就使得店长能够把对家人关爱的情感播撒到每一位员工。事实上，由于有一招公司推动对员工的“股权计划”，这就使得公司新门店的设立大多成为员工的创业店。而创业初期的门店内的家文化氛围的打造，就使得有一招公司的门店能够以较低的成本集聚员工，使员工全身心投入，与门店建立共同的利益和目标。因此提出命题2：

命题2：在人数有限的独立经营实体内部，家文化氛围的营造有利于提升员工领导效能。

表2 注重家文化氛围的营造证据示例

做法	证据示例
注重家文化氛围的营造	E2T1： 欢迎你加入有一招，成为有一招大家庭的一员。在未来的日子里我们同舟共济，继续秉承感恩服务，健康美食；经济实惠，快乐团队的企业理念，用心服务好每一位顾客（有一招《培训手册 2019090901 版》）。
	E2T2：公司注重家文化的打造，我们倡导每一位进入公司的员工都是我们的家人，必须像对待家人一样对待员工（一位有一招总部的工作人员）。
	E2T3：有时觉得店长就像我家大哥一样，帮助我们解决各种各样的困难。在我刚来门店时，就安排我住在他的隔壁，平常我们就像一家人一样相处（一位有一招门店的员工）。
	E2T4：平常的吃饭我们都在一起，在饭桌上，我们就像一家人一样进行交流，比方说表扬某一位员工今天工作表现不错，委婉地指出某一位员工工作不到位的地方，但更多的是对工作上的肯定（一家有一招门店的店长）。

贵州有一招餐饮管理有限公司在《服务手册》中，引用了把顾客当女朋友的理念，提倡顾客也需要追求：“把顾客当作自己的‘女朋友’，你对她好是应该的，你对她不好她不会原谅你、同情你，而且绝对会离开你，与你断绝关系，去找新的‘男朋友’（指其他公司）”（证据示例E3T1）。

把顾客当作女朋友去追求，实际上是一种顾客维系策略。顾客维系可以提高顾客满意和实现顾客忠诚，这会增加挽留顾客的数量（Jones, T. O.,& Sasser, W. E., 1995）。顾客维系也可称为顾客绑定，企业通常可以通过财务性绑定（Financial bonds）、社会性绑定（Social bonds）、结构性绑定（Structural bonds）策略来保留顾客（Berry, L. L., & A. Parasuraman，1991）。国内的学者在此基础上，提出顾客维系是指供应商维持已建立的客户关系，使顾客不断重复购买产品或服务的过程（陈明亮，衰泽沛，& 李怀祖，2001）。台湾学者万荣水在Berry和Parasuraman

对顾客维系（绑定）策略三项分类研究的基础上，将顾客维系策略层次修正为“实惠措施、服务措施、心理满足措施”（万荣水，& 游晓薇，2007）。

实惠措施是指企业提供的产品质量保证程度以及价格、赠品、会员福利等财务性措施的优惠力度和回馈方式；服务措施是指从与顾客接触到交易完成所经历的所有过程，包括基础服务、增值服务、个性化服务；心理满足措施则是指企业通过一定的措施，使顾客消费时有情感的依赖性或满足感，包括与消费者保持联系、听取其意见、解决消费者私人问题、关注消费者社交需求以及提升企业形象等心理层面满足的方式（谢鸿飞，& 赵晓飞，2010）。

贵州有一招餐饮管理有限公司通过实惠措施吸引顾客（证据示例E3T2），通过服务措施与顾客建立密切联系（证据示例E3T3、E3T4）。通过心理满足措施留住顾客（证据示例E3T5）。这些顾客维系策略需要员工充分发挥主动性和积极性，为顾客提供个性化、亲情化、人性化服务。这种员工工作积极性和主动性的充分发挥，与公司不断倡导主动追求顾客的行为模式是分不开的。因此提出命题3：

命题3：倡导主动追求顾客的行为模式，能够为员工确定工作的导向和目标，因而能够提升员工领导效能。

表3 主动追求顾客示例

做法	证据示例
倡导主动追求顾客的行为模式	E3T1：顾客就是上帝，这句话我想在哪个行业都适用，但是在我们有一招，我们是把顾客当作女朋友来追求的。公司提倡为客人提供个性化、亲情化、人性化服务，不断地为客人创造惊喜。（一位有一招总部的工作人员）。
	E3T2：我们这个门店目前生意还算不错，大部分都是回头客，造成这个现象的原因是我们的价格经济实惠，在我们店里面，三口之家随便吃，消费不到 100 元；还有就是我们给顾客带来的“快速”的服务体验，我们的这个门店小，一般人们来的话就是为了中餐和晚餐，中餐时间要短，客人通常是希望尽快进餐完毕，午间能够休息一下。晚餐时间可以长一些，但是客人是没有多少耐心等待的，所以也要在第一时间为客人安排就餐。总之，都是要在最短的时间内帮助客人解决吃饭问题（一位有一招门店的店长）。
	E3T3：夏天我们为顾客提供免费的酸梅汤，冬天我们改为提供姜糖茶，细微之处见功夫，进店的每一位顾客都能感觉我们在用心做好服务（一位有一招门店的店长）。
	E3T4：服务理念“热情、微笑、细致、周到”贯彻落实到实际工作中。其他的员工行为规范，各店可根据自身的情况，灵活运用。大家切记：细节决定成败（有一招《服务手册 2019090901 版》）。
	E3T5：店长经常给我们讲，要主动地服务好顾客，认真听取顾客意见并做出工作上的改进，因为我们的工资都来自于顾客的口袋（一家有一招门店的 3 位员工）。

研究结果

本文选取贵州有一招餐饮管理有限公司作为案例研究对象，通过深入企业进行调研，访谈，对收集到的资料数据进行整理、分析和总结，得出了有一招公司开展领导活动的“倡导与员工平等相处”、“注重家文化氛围的营造”和“倡导主动追求顾客的行为模式”的3个策略。在此基础上，分别分析了3个策略在提升有一招公司领导力及其效能上所发挥的作用，揭示了有一招公司提升员工领导效能的策略体系。

本文通过对有一招公司资料的获取，分析得出有一招公司提升领导效能的策略体系。在此过程中，对这些策略作用于领导效能的机制进行了相应的分析，并提出了3个命题。总的

看来，以3个策略构成的策略体系作为一个整体共同提升了有一招公司的员工领导效能；分开来看，它们对有一招公司领导效能提升各自起到了不同的作用：

“倡导与员工平等相处”（E1），从领导者和下属的互动关系角度，分析了领导者和员工之间的日常相处，是在构建平等协作关系的工作互动，从而提升员工领导效能。

“注重家文化氛围的营造”（E2），揭示了在人数有限的独立经营实体内部，领导者更能够把握每一位员工的个性化的需求和心理特征，对员工给予家人式的关怀和帮助，在经营实体内部塑造一种家的感觉，营造家文化氛围，从而提升员工领导效能。

“倡导主动追求顾客的行为模式”（E3），为员工给出工作努力的方向，强化了对员工的工作引导，在此过程中，领导者以身作则，为员工展示具体工作的做法，上行下效，从而提升员工领导效能。

有一招公司在一定程度上形成了提升领导效能的策略体系，本文通过分析其提升领导效能的策略体系，揭示了其提升领导效能策略体系的作用机制。在此基础上，给出有一招公司提升领导效能的实践建议：

第一，在工作场所的日常相处中，要有效淡化上下级之间的层级差异，消除员工与领导者之间的心理隔阂，让员工感觉自身与领导者之间没有距离感，可以平等相处。

第二，在平常的工作中，给与员工家人般的关爱。在员工碰到困难最需要帮助的时候及时出现，有效解决员工的难题，让员工感觉到家人般的关爱。

第三，强化服务顾客的意识，引导员工有效服务顾客，主动服务顾客。在引导员工服务顾客的过程中，领导者应注重言传身教，在潜移默化中引导员工完成从被动式服务到主动式服务的转变。

总结与讨论

本文采用单案例研究方法，通过比对和筛选，确定将贵州有一招餐饮管理有限公司列为研究对象，通过深入企业开展深度访谈，开展系列调研，发掘出企业“倡导与员工平等相处”、“注重家文化氛围的营造”和“倡导主动追求顾客的行为模式”的领导效能提升策略体系，对如何提升有一招公司的领导效能进行了相应分析。

本文对相关领导力研究提供了另外的视角，主要表现在：

第一，在以往的研究中，主要侧重领导风格、领导特质等对领导效能的影响。本文从一个案例企业入手，以对被领导者的关注为出发点，探索案例企业领导效能提升的整体策略体系，以及整体策略体系对员工领导效能的作用机制。因此，可以从企业整体的角度关注员工领导效能提升。

第二，未来的领导力研究，可以从“以领导者为中心”转换为“以员工为中心”。考察领导者的领导力，在员工身上产生多少效用。可以更多地开展员工领导效能提升的研究。

本文得出的有一招企业关于员工领导效能提升的策略体系及其作用机制，对小微餐饮初创企业的领导活动开展具有一定的借鉴意义，表现为如下方面：

第一，小型餐饮初创企业的领导者需要关注员工，重新定位员工在企业的地位。有一招公司的“与员工平等相处”策略，说明了服务质量的提升来自于员工对企业的认同，员工只有在认同企业的基础上，才能服务好顾客，持续为企业创造价值。

第二，小型餐饮初创企业由于先天资金规模小，竞争压力大，因此，有效采用有一招公司的领导效能提升策略体系，能够有效激发员工工作热情，减少企业运营成本，在激烈的市场竞争中取得一席之地。

第三，小型餐饮初创企业要注意对员工的引导，为员工树立工作目标和方向。有一招公司的“倡导主动追求顾客的行为模式”，为员工充分发挥工作的积极性和主动性提供了价值判断，使得员工能够看到工作的价值和意义，从而能够持续保持工作的动力和热情。

参考文献

Avolio, B. J., & Bass, B. M. (1995). Individual consideration viewed at multiple levels of analysis, A multi-level framework for examining the diffusion of transformational leadership. *The leadership quarterly*, *6*(2), 199-218.

Awamleh, R., & Gardner, W. L. (1999). Perceptions of leader charisma and effectiveness, The effects of vision content, delivery, and organizational performance. *The Leadership Quarterly*, *10*(3), 345-373.

Berry, L. L., & Parasuraman, A. (2004). *Marketing services: Competing through quality*. Simon and Schuster.

Eisenhardt, K. M., & Graebner, M. E. (2007). Theory building from cases, Opportunities and challenges. *Academy of management journal*, *50*(1), 25-32.

Gerstner, C. R., & Day, D. V. (1997). Meta-Analytic review of leader–member exchange theory, Correlates and construct issues. *Journal of applied psychology*, *82*(6), 827.

Hernandez, M., Eberly, M. B., Avolio, B. J., & Johnson, M. D. (2011). The loci and mechanisms of leadership, Exploring a more comprehensive view of leadership theory. *The Leadership Quarterly*, *22*(6), 1165-1185.

Jones, T. O., & Sasser, W. E. (1995). Why satisfied customers defect. *Harvard business review*, *73*(6), 88.

Liden, R. C., Wayne, S. J., Liao, C., & Meuser, J. D. (2014). Servant leadership and serving culture, Influence on individual and unit performance. *Academy of Management Journal*, *57*(5), 1434-1452.

Lowe, K. B., Kroeck, K. G., & Sivasubramaniam, N. (1996). Effectiveness correlates of transformational and transactional leadership, A meta-analytic review of the MLQ literature. *The leadership quarterly*, *7*(3), 385-425.

Shamir, B., House, R. J., & Arthur, M. B. (1993). The motivational effects of charismatic leadership, A self-concept based theory. *Organization science*, *4*(4), 577-594.

Thomas, L. D., Autio, E., & Gann, D. M. (2014). Architectural leverage, putting platforms in context. *Academy of management perspectives*, *28*(2), 198-219.

Yin, R. K. (1994). Case Study Research, Design and Methods, USA Sage publications.

陈明亮, 袁泽沛, & 李怀祖. (2001). 客户保持动态模型的研究. *武汉大学学报, 哲学社会科学版*, *54*(6), 675-684.

陈雪钧, & 郑向敏. (2016). 员工感知价值对离职意愿影响机制的实证研究——以饭店新生代员工为例. *旅游学刊*, (01), 81-91.

储小平. (2003). 中国“家文化”泛化的机制与文化资本. *学术研究*, (11), 15-19.

段正梁, 彭阶贞, & 危湘衡. (2015). 酒店员工领导信任及其与工作满意度的关系. *旅游学刊*, *30*(2), 69-78.

胡望斌, 钟岚, 焦康乐, & 秦爽. (2019). 二手电商平台商业模式演变机理——基于价值创造逻辑的单案例研究. *管理评论*, *31*(7), 86-96.

李艳丽, 丛艳国, & 龚金红. (2012). 服务认知一行为模式对一线员工服务绩效影响研究——以酒店和旅行社为例. *旅游学刊*, (8), 45-52.

刘志迎, 曹淑平, 武琳, & 廖素琴. (2019). 互联网企业商业模式循环迭代创新的演化机制——基于单案例的探索性研究. *管理案例研究与评论*, *12*(4), 335.

孙艺丹, & 胡士悦. (2018). 领导者心理资本与领导效能. *合作经济与科技*, (22), 103-105.

唐健雄, & 涂馨. (2013). 领导社会责任取向对酒店员工工作满意度的影响. *旅游学刊*, (3), 62-72.

田喜洲, & 左晓燕. (2013). 人力资本, 社会资本及心理资本对酒店员工的协同作用. *旅游学刊*, *28*(11), 118-124.

谢鸿飞, & 赵晓飞. (2010). 服务业顾客维持策略影响顾客忠诚的作用机制研究——一个基于信任, 价值与满意的分析模型. *管理评论*, *22*(11), 63-73.

许春晓, & 邹剑. (2010). 酒店员工知识共享对服务创新的影响研究. *旅游学刊*, (11), 66-72.

许晖, 许守任, & 王睿智. (2013). 网络嵌入, 组织学习与资源承诺的协同演进——基于 3 家外贸企业转型的案例研究. *管理世界*, (10), 142-155.

杨莹, 谢礼珊, & 韩小芸. (2005). 员工心理受权与酒店服务质量关系的实证研究. *旅游学刊*, *20*(5), 55-61.

张新芝. (2010). 中国传统家文化对企业家行为的影响. *华东经济管理*, *24*(1), 98-100.

章凯, & 罗文豪. (2015). 科学理论的使命与本质特征及其对管理理论发展的启示. *管理学报*, *12*(7), 939.

郑勇, & 邹文篪. (2011). 变革型领导对酒店新员工组织社会化影响分析-以澳门, 珠海高星级酒店为例. *旅游学刊*, *26*(9), 79-84.