

中文社会科学引文索引 (CSSCI) 来源集刊

管理评论

LUOJIA MANAGEMENT REVIEW

2017年卷 第2辑 (总第21辑)

武汉大学经济与管理学院主办

张书军 张芳

社会创业导向与企业绩效

辛清泉 胡悦

国有产权与上市公司银行负债：信贷歧视抑或管理卸责

姚琦 符国群

中国城镇家庭发展类文化消费决策行为的影响因素模型

——基于扎根理论的探索性研究

关磊 郝清 张蓬民

并联元件系统的延长保修定价决策优化



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

中文社会科学引文索引 (CSSCI) 来源集刊

珞珈管理评论

LUOJIA MANAGEMENT REVIEW

2017年卷 第2辑 (总第21辑)

武汉大学经济与管理学院主办



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

珞珈管理评论. 2017 年卷. 第 2 辑: 总第 21 辑/武汉大学经济与管理学院主办. —武汉: 武汉大学出版社, 2017. 6

ISBN 978-7-307-19389-5

I. 珞… II. 武… III. 企业管理—文集 IV. F272-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 133377 号

责任编辑: 范绪泉

责任校对: 李孟潇

版式设计: 韩闻锦

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷: 武汉中科兴业印务有限公司

开本: 787 × 1092 1/16 印张: 12.5 字数: 289 千字

版次: 2017 年 6 月第 1 版 2017 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-19389-5 定价: 28.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购买我社的图书, 如有质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

《珞珈管理评论》学术委员会及编委会名单

学术委员会

顾问：王众托 李京文 谭崇台

主任：周南

委员（以汉语拼音为序）：

陈国青	清华大学
陈晓红	中南大学
陈友华	香港城市大学
邓大松	武汉大学
方二	美国伊利诺伊大学香槟分校
符国群	北京大学
郭道扬	中南财经政法大学
黄海军	北京航空航天大学
黄炽森	香港中文大学
贾建民	西南交通大学 香港中文大学
Jin Nam Choi	韩国国立首尔大学
蓝海林	华南理工大学
李维安	南开大学
李一军	国家自然科学基金委
李垣	上海交通大学
李仲飞	中山大学
林晨	香港大学
龙立荣	华中科技大学
马费成	武汉大学
倪剑	美国约翰·霍普金斯大学
苏晨汀	香港城市大学
汪寿阳	中国科学院
王鑫	香港大学
王宗军	华中科技大学
吴世农	厦门大学
徐飞	西南交通大学
杨海滨	香港城市大学
杨贤	新加坡国立大学
伊志宏	中国人民大学
张国昌	香港科技大学
张维	天津大学
张晓泉	香港科技大学
张玉利	南开大学
赵曙明	南京大学
郑少辉	香港科技大学

编委会

主编：汪涛

专业主编（以汉语拼音为序）：

陈立敏	战略与管理
杜旌	组织行为与人力资源
李青原	会计
潘红波	财务金融
许明辉	管理科学与运营管理
曾伏娥	市场营销

委员（以汉语拼音为序）：

陈宏辉	中山大学
陈荣	清华大学
段锦云	苏州大学
韩翼	中南财经政法大学
郝颖	重庆大学
贾良定	南京大学
金立印	复旦大学
靳庆鲁	上海财经大学
孔东民	华中科技大学
李勇建	南开大学
王帆	中山大学
王明征	大连理工大学
王艳艳	厦门大学
辛清泉	重庆大学
岳衡	北京大学
周长辉	北京大学
周浩	四川大学
编辑部主任：刘跃斌	
责任编辑：路小静	

目 录

社会创业导向与企业绩效	张书军 张 芳(1)
多一事不如少一事? 组织地位感知对建言和创新行为的作用机制研究	骆元静 李燕萍 穆慧娜(17)
中国情境下自恋型领导对下属追随力的影响研究: 谦卑和传统性的调节作用	王 琳 李锡元 孔 靓(30)
国有产权与上市公司银行负债: 信贷歧视抑或管理卸责	辛清泉 胡 悦(45)
高质量审计能降低上市公司募集资金变更风险吗	苏 灵 郭汝婷 沈 沁(62)
组织身份及身份变革的研究评述与展望	汪 涛 王 康(75)
中国城镇家庭发展类文化消费决策行为的影响因素模型 ——基于扎根理论的探索性研究	姚 琦 符国群(88)
产品伤害危机背景下企业联想对消费者负面口碑传播的影响 ——以食品行业为例	王晓明 徐莹莹 刘贝贝(103)
基于百度图片的湖北旅游网络形象可视化研究	柴海燕 郑妮靖(118)
基于要素品牌战略的间接广告补贴和动态合作广告策略研究	许明辉 刘晚霞(130)
并联元件系统的延长保修定价决策优化	关 磊 郝 清 张莲氏(143)
存在误差的层次分析法与银行国际化中的区位选择	刁 莉 邓振兴 胡 娟(161)
新三板挂牌企业股权结构与企业价值	代军勋 丁静静(176)

CONTENTS

Social Entrepreneurial Orientation and Firm Performance	
.....	Zhang Shujun Zhang Fang(1)
Less is more: A Study on the Mechanism of Perceived Organizational Status with Employee Voice and Innovative Behavior	
.....	Luo Yuanjing Li Yanping Mu Huina(17)
Study on the Impact of Narcissistic Leadership on Followership in Chinese Context: The Moderating Effect of Humility and Traditionality	
.....	Wang Lin Li Xiyuan Kong Liang(30)
Government Ownership and Bank Debt of Listed Firms: Bank Discrimination or Management Shirking?	
.....	Xin Qingquan Hu Yue(45)
Can Auditor Decrease the Risk of Investment Orientation Change?	
.....	Su Ling Guo Ruting Shen Qin(62)
A Literature Review and Prospect of Organization Identity and Identity Change	
.....	Wang Tao Wang Kang(75)
The Influencing Factor Model of Chinese Urban Families' Decision Making Behavior of Developmental Culture Consumption	
—An Exploratory Study based on Grounded Theory	
.....	Yao Qi Fu Guoqun(88)
The Effects of Corporate Association on Consumer's Negative Word-of-Mouth in Product Harm Crisis: The Case of Food Industry	
.....	Wang Xiaoming Xu Yingying Liu Beibei(103)
A Visual Analysis of Hubei Province Online Destination Image: Based on Photographs from Baidu Search Engine	
.....	Chai Haiyan Zheng Nijing(118)
Dynamic Cooperative Advertising Strategy Based on Ingredient Branding Strategy with Indirect Advertising Subsidy	
.....	Xu Minghui Liu Wanxia(130)
Optimal Extended Warranty Pricing Strategy of Systems with Parallel Components	
.....	Guan Lei Hao Qing Zhang Lianmin(143)
Analytic Hierarchy Process with Error and Foreign Banking Location	
.....	Diao Li Deng Zhenxing Hu Juan(161)
Ownership Structure and Firm Value of the NEEQ Listed Firms	
.....	Dai Junxun Ding Jingjing(176)

社会创业导向与企业绩效*

● 张书军¹ 张 芳²

(1, 2 中山大学管理学院 广州 510275)

【摘 要】本文研究了社会创业导向对企业社会绩效和经济绩效的影响，并且考察了行业动态性、服务型领导对上述关系的调节效应。研究发现：(1)社会创业导向对企业社会绩效有显著的正向影响，社会创业导向的互惠协同、社会引领和资源拓展三个维度与企业社会绩效成正向相关；(2)社会创业导向对企业经济绩效具有显著的正向影响，社会创业导向的互惠协同维度和社会引领维度分别与企业经济绩效成正向相关；(3)服务型领导在社会创业导向与企业经济绩效的关系中起负向调节作用。

【关键词】社会创业导向 行业动态性 服务型领导 企业绩效
中图分类号：C93 文献标识码：A

1. 引言

创业的主流研究多以商业创业为对象，讨论创业机会的识别、开发、创造及创业成长等议题(Shane & Venkataraman, 2000; Murphy, 2010)。近期的创业发展实践显示，越来越多的创业行为开始关注商业活动之外的社会问题，如企业社会责任(Bai & Chang, 2015)、社会创业等(Short et al., 2009)，社会创业尤因其兼具“社会性”、“商业性”双重属性而成为值得深入探讨的课题。一方面，社会创业企业要如商业企业那样，参与市场竞争并自负盈亏，以谋求自身的生存和发展；另一方面，社会创业企业还要关注创造社会价值、解决社会问题等。社会创业的双重属性因能较好应对政府与市场失灵并存的困境，而在社会与经济发展中扮演着重要动力角色。

正如创业导向较好回应了创业过程的核心关切，社会创业导向亦体现了社会创业过程的关键要素和特质(Morris et al., 2011; 盛南, 2009)。社会创业导向被认为是组织或个体为持续创造社会价值而致力于创造性地整合和利用资源来满足多方利益相关者诉求、识别

* 本研究受到国家自然科学基金项目“社会创业动机与决策行为研究”(71572202)、“国际化背景下我国创业企业的社会网络与创业成长”(71232009)的资助。
通讯作者：张芳，E-mail: zhangf43@mail2.sysu.edu.cn

新进入机会、引领社会活动的一种努力和姿态，既具有创新性、行动领先和冒险性等传统创业行为特征，也体现出如互惠协作、社会担当等特性(Lumpkin et al., 2013; 胡杨成、郭晓虹, 2014)，它反映了企业社会活动的核心内涵以及社会利益与经济利益的融合，体现了企业社会创业的关键要素与特征。

创业导向的传统维度(如创新、风险承担、前瞻性、自主性和竞侵性)置于社会创业活动中仍基本适用(Lumpkin & Dess, 1996, 2001)，但需要作适应性的调整。首先，在解决社会问题时，社会企业通常面临着更大的资源与融资约束，因而需要更高水平的创新和前瞻性(Weerawardena & Mort, 2006)，尤其在对社会议题解决的前瞻性引领和资源拓展方面要有敏锐认识。其次，风险承担维度面临两难处境：一方面，社会问题的解决与缓解需要更高水平的风险承担(Phillips, 2005; Spear & Bidet, 2005)；另一方面，社会企业为了生存需要更多和更有效的资源以应对种种不确定和风险(Weerawardena & Mort, 2006)，同时社会创业的风险并非仅来自于财务风险，还在于被社会的认知和信誉风险。再者，自主性和竞侵性在社会企业中亦面临调适平衡，竞侵性主张变革以应对外界复杂多变的环境和激烈的市场竞争(Barman, 2002)，自主性让社会创业者们有勇气打破传统，独立解决社会难题，但在社会创业领域，创业者们不仅要与各利益相关者建立商业联系(Perrini & Vurro, 2006)，而且还往往需要响应可能存在的彼此竞争性的诉求(Lumpkin et al., 2013)，与其建立更为紧密的联盟和互惠合作关系(Alvord & Brown, 2004)。借鉴前人研究成果，基于社会创业活动的内在属性，本文将社会创业导向定义为在面临外界环境不确定性时，企业表现出的风险承担、互惠协同、社会引领和资源拓展等倾向性。

正如创业导向与企业绩效一直备受创业领域学者的关注(Tang et al., 2008; Wiklund & Shepherd, 2005)，创业导向与绩效在社会创业情境下的关系也是当下研究的热门话题。如Pearce等人(2010)在以教会为对象的研究中探讨了创业导向和社会绩效之间的关系，他们发现创业导向以及创新、自主性两个维度与社会绩效呈显著正相关，而前瞻性、竞侵性和风险承担三个维度与社会绩效不存在显著关系。也有学者发现前瞻性对于社会价值创造具有正向影响，而竞侵性对于社会价值创造具有负向影响，对于其他利益相关者，前瞻性和自主性都具有显著的正向影响(Lumpkin & Dess, 2001)。部分国内学者沿用了传统的创业导向维度进行了实证检验，发现创业导向中的前瞻性和风险承担分别与财务绩效成正相关关系，创新性与社会绩效成正相关关系(胡杨成、徐敏辉, 2014)；也有学者引入资源拓展、互惠协同、社会引领等社会创业导向维度，研究其与利益相关者影响力(关系承诺、合作意愿和善意归因)之间的关系，发现社会创业导向显著提升了社会绩效，其中资源拓展、互惠协同维度主要影响合作意愿，社会引领维度主要影响善意归因(盛南, 2009)。

尽管作为社会创业的核心概念，社会创业导向引起了学术界的日益关注，但现有研究仍急需进一步丰富与拓展。一方面，现有研究成果多以定性分析为主，还需要更多量化研究来予以响应；另一方面，虽然前人对社会创业导向的绩效蕴含有了较为深刻的认识，但研究仍多集中于二者的直接关系，对情景变量(如行业动态性)的考虑还不够丰富，此外，多数研究仍基于欧洲等西方国家数据，对中国社会创业活动的研究相对较少。本文借助中国数据，着眼于研究社会创业导向(风险承担、互惠协同、社会引领和资源拓展)与绩效

间的关系，并探讨行业动态性和服务型领导等组织内外部因素对二者关系的调节效应，以期加深对两者间关系的理解。

2. 理论与假设

组织领域的研究往往聚焦于企业的经济目标，而较少将社会绩效纳入到企业绩效的考察范围。事实上，任何组织要实现长久经营，不仅要在财务上有着良好表现以解决生存问题，而且还要有更长远的眼光关注其社会价值以解决发展问题。从某种意义上讲，社会绩效与经济绩效平衡发展是实现企业基业长青的重要保障。良好的社会绩效大大降低了企业于不确定环境下的经济风险，更有助于企业化解黑天鹅事件等负面冲击，且更容易获得投资者和客户的资源支持，从而有利于其持续生存。

2.1 社会创业导向与企业社会绩效

社会创业导向所具有的社会性——解决社会问题、创造社会价值 (Zahra et al., 2009)——促使企业要注重社会价值的创造与社会福利的增加，要求企业在创造利润、为股东利益负责的同时还要关注员工、顾客、公众等利益相关者的利益，从这个意义上讲，社会创业导向与组织的社会绩效之间存在一种与生俱来的联系，更高的社会创业导向使企业不再仅仅关注个人财富所得，更需要在社会价值创造上有所成效 (Stevens, Moray & Bruneel, 2014)，从而促进社会企业绩效的提高。企业通过创造性地开发利用资源、构建与拓展社会价值网络、主动谋求与利益相关者的合作共赢等，对企业社会绩效的提高有着积极作用。

具体而言，在社会创业中，企业不仅要与各利益相关者建立一般性的合作关系，而且还要与它们建立联盟以增强合作关系，即实现互惠协同。基于合作共赢、利益共享的互惠协同，企业能有效解决市场竞争中的零和博弈问题，增加合作双方的信任，减少社会运行的成本，从而促进企业社会绩效的提高。动态来看，社会创业企业需要通过不断丰富与发展社会价值网络来实现社会引领。社会引领强调洞察社会需求，借助关注社会问题与经济社会需要，不仅直接对社会需求作出积极响应，而且更要前瞻性地开发与利用市场机会，通过参与未来需求的竞争以改变和塑造商业环境推进社会的持续发展，提升组织的社会价值。社会创业活动由于多处于市场失灵或市场失灵的边缘地带，天生在资源支持方面处于不利地位，因而需要企业创造性地利用资源，不断实现资源拓展。资源拓展强调对边缘资源和被忽视资源的挖掘和利用，通过对这类资源的整合与开发，使企业从激烈的资源竞争中摆脱出来，缓解资源在社会中的稀缺性，对非常规资源(如老年社会劳动力等人力资源)的重视也有助于提升社会资源的使用效率，这均将有助于提高社会效益、引领社会进步。需要指出的是，社会创业活动终究还是创业活动，其内生的商业属性不容忽视，对风险和不确定性的承担是任何商业活动必须面对的问题，由于社会创业活动多着眼于解决社会问题，其不可避免地比一般商业活动要面临更多的不确定性，因而需要企业要有相应的风险承担意识，那些被市场所低估和忽视的社会创业机会中蕴涵的社会价值往往因为风险与不确定性的承担而被挖掘出来，较高的风险承担意识亦有助于提升企业的社会绩效。综

上,我们提出以下假设:

H 1: 社会创业导向与企业社会绩效存在正相关关系

2.2 社会创业导向与企业经济绩效

从本源上讲,社会创业导向是企业战略选择的表现,而有效的战略选择是与企业经济绩效密切相关的。既有研究显示,社会创业导向所强调的创业性透过市场机制的发挥能为企业带来更高的运营效率,不仅有助于提升组织竞争力(Wallace, 1999),而且也有助于提升企业的财务绩效(Wiklund & Shepherd, 2005)。低创业导向的社会企业往往缺乏市场洞察能力,易于作出不适宜的投资决策,因而难以在竞争日益激烈的环境中持续成长(Weerawardena & Mort, 2006);而高创业导向的社会组织(如教会)往往对应着更高水平的经济绩效(Pearce et al., 2009)。

具体而言,社会创业导向所强调的互惠协同有助于激励其他利益相关者在专用性资产上的投资,有利于异质性资源的创造,并最终体现在共同提升的财务绩效上。社会创业导向向社会引领由于强调对社会需求的敏锐洞察,在机会开发与创造、规则建立等方面将占据先动者优势,有助于建立包括品牌忠诚度、社会声誉在内的竞争壁垒,并因转换成本和先动优势的存在而保持较好的市场占有率。从这个意义上讲,社会引领通过领先的技术、产品与服务使企业更有可能具有竞争优势位势,并享有较好经济绩效。此外,创新作为常被关注的一种企业行为,在社会创业导向中更多地体现为创新性地控制成本而非过多地关注增加收入(Morris, Webb & Franklin, 2011)。资源基础理论认为,企业在资源方面的异质性是导致企业经济绩效差异的重要原因,资源拓展强调对边缘资源的整合利用和对不被重视资源的挖掘,通过对此类资源的开发,有可能使企业能以低于要素市场平均成本取得资源,而资源拓展过程的社会性使此类资源难以为市场企业竞争者所仿效,因而对企业竞争优势的获得与维持有着重要作用。风险承担是包括社会创业在内的创业活动成功的重要因素。在面临不确定时,若企业选择保守、谨慎的经营策略,则很有可能因错失良机而导致业绩欠佳,甚至会受大环境影响导致经营业绩下滑。更高的风险承担倾向使从事社会创业的企业更有可能为企业搭建一个未来扩张的平台,这个平台的商业价值在不确定性和风险逐渐消散的情况下的会更为明显。基于上述分析,我们提出以下假设:

H 2: 社会创业导向与企业经济绩效存在正相关关系

2.3 行业动态性的调节效应

商业活动因其开放性特点,在不同程度上均受到组织所处环境的影响(Covin & Slevin, 1989)。研究显示,环境因素会影响企业的使命以及相应的战略选择,从而对创业导向与企业绩效间的关系有着显著影响(Lumpkin & Dess, 1996),在竞争激烈的环境中,高创业导向型企业较之于低创业导向型企业有着更好的绩效表现,而这种绩效差别在竞争平稳的环境中则表现得不够显著(Lumpkin & Dess, 2001)。

在诸多环境因素中,行业动态性是一个重要变量。越高的行业动态性意味着越动荡、越不稳定的行业环境。行业动态性是多种力量共同作用的结果,包括政府的产业政策、技术创新、企业间竞争和市场需求的变化等,其代表了环境的变化频率以及环境不可预见的

程度，对企业行为与绩效有着重要影响(Luo & Tung, 2000)。社会创业导向所强调的互惠协同、社会引领、资源拓展和风险承担等行为在行业处于动态性情况下，能更有利于激发创业与企业家精神，更有助于企业捕捉稍纵即逝的商业机会，并通过社会价值网络和互惠联盟等实现对机会的挖掘，在这一过程中，还可以透过关系专用性资产的培育来实现组织与组织以及组织与个体间的共赢，提升共同的竞争优势。同时，高的行业动态性亦为企业风险承担行为向价值创造的转化提供了有力土壤，因为变数和不确定性被视为价值创造的最关键来源。概而言之，行业动态性越高，企业所面临的外部不确定性越高，企业积极主动的战略行为的潜在价值则越大，社会创业导向透过互惠合作、社会引领、资源拓展和风险承担等所产生的社会绩效与经济绩效也越有可能更好。基于此，提出以下假设：

H 3：行业动态性正向调节社会创业导向与企业社会绩效的关系

H 4：行业动态性正向调节社会创业导向与企业经济绩效的关系

2.4 服务型领导的调节效应

社会创业导向能否有效转化为提升的组织绩效还受到组织内部因素的影响，服务型领导是其中的关键因素之一。服务型领导由于重视员工发展、社区建设、对被领导者利益的关注以及强调对权力与组织目标的共享，因而有助于提升企业的经济绩效和社会绩效(Sendjaya, Sarros & Santora, 2008)。作为一种将被领导者的利益置于领导者自身利益之上的领导认知和实践活动，服务型领导由于因应客户、员工、社区等利益相关者的诉求而乐于分享权力和地位，有助于在更大程度上激发组织间与组织内的合作，促进长期战略性伙伴关系的建立，其利他型的领导行为亦有助于促进社会价值网络的构建，使企业更好发挥社会引领效应，促使资源在更大范围内和更深层次的整合与拓展。

对受服务型领导思想影响较深企业而言，商业上的成就并非企业活动的单一目标，能否与诸多利益相关者建立良好的人际关系，满足他们的诉求，给企业长久发展创造友善、健康的社会经济环境，是企业的重要战略目标之一。服务型领导所强调的道德之爱、服务精神对激发社会创业导向潜能，并将其有效转化为企业的社会绩效和经济绩效有着重要影响。自然，如信任作为一种双刃剑一样，服务型领导在激发组织积极向上的潜能同时，或被其他组织行为的机会主义行为滥用，导致在组织层面缺少强有力的控制和方向感，不利于组织收获创业导向潜在的利益。但一旦正向的组织文化得以建立，这种领导行为就可能成为组织活力和竞争优势的来源之一。据此，提出以下假设：

H 5：服务型领导正向调节社会创业导向与企业社会绩效关系

H 6：服务型领导正向调节社会创业导向与企业经济绩效关系

3. 研究方法

3.1 数据收集

本研究在数据获取方面采取了线下和线上相结合的方式。一方面，在线下借助到广

州、杭州、上海、贵州的创业孵化器和高新区的调查实地发放问卷；另一方面，在线上通过问卷星网站对领航微圈等社区用户进行问卷发放。其中，实地派发问卷 112 份，回收 92 份，有效问卷 65 份，有效率为 70.65%；网上回收问卷 81 份，有效问卷 61 份，有效率为 75.31%。共计有效问卷 126 份。

3.2 变量测量

3.2.1 自变量

关于社会创业导向的测量，部分学者(如 Peredo & McLean, 2006)认为社会创业导向基本可借鉴创业导向的传统三维度(创新、风险承担和先动性)或五维度(创新、风险承担、先动性、自主性和竞争侵略性)；其他学者(如盛南, 2008；胡杨成、徐敏辉, 2014)则认为社会创业导向与创业导向不同，他们借助跨案例分析将社会创业导向细分为互惠协同、社会引领和资源拓展三个维度，并通过情境模拟实验进行定量分析，验证了此三维度划分的可行性和合理性。本研究将社会创业导向定义为企业所表现出的风险承担、互惠协同、社会引领和资源拓展等倾向性。其中，风险承担维度题项借鉴自 Naldi 等人(2007)。互惠协同、社会引领、风险承担三个维度的题项借鉴自盛南(2009)。本研究采用主观评价法来测量行业动态性程度，题项主要来自 Achrol 和 Stern(1988)，服务型领导的测量主要借鉴了 Ehrhart(2004)的研究，控制变量主要包括企业规模和企业年龄等。

3.2.2 因变量

本研究的因变量为企业绩效，包括企业社会绩效和企业经济绩效。既有研究对企业社会绩效的考察方法包括多米尼社会指数、财富信誉调查、行为评估法和声誉评级等。基于中国商业发展的实践，我们将企业社会绩效的考察重点放在企业对其关键利益相关者的利益诉求响应程度上，本研究从员工、顾客度和公众三个主体出发，测量了企业对此三类利益相关者所承担的社会责任，作为企业的社会绩效。在经济绩效方面，尽管客观绩效指标(如 ROI、ROE 等财务指标)比主观评价的绩效更为可靠，但鉴于研究对象为非上市创新创业企业，客观数据较难获取，且财务指标并非衡量本研究对象绩效的理想工具，因此本研究中采用了请受测人主观评价的方法。

4. 研究结果

4.1 相关分析

本研究利用 SPSS 16.0 对社会创业导向及其四个维度、企业社会绩效和企业经济绩效、等变量进行了相关分析(见表 1-1)。结果显示，社会绩效和经济绩效与社会创业导向存在正相关关系；社会绩效与社会导向的四个维度(互惠协同、社会引领、资源拓展以及风险承担)也存在正向相关关系。经济绩效与社会创业导向及其互惠协同、社会引领和资源拓展三个维度存在正相关关系。相关分析初步对假设 1 和假设 2 提供了支持。

表 1-1 变量的相关分析(N=126)

变量	均值	方差	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. 企业规模	2.020	0.862	1								
2. 企业年龄	2.010	0.775	0.215*	1							
3. 互惠协同	3.859	0.782	0.076	-0.007	1						
4. 社会引领	4.030	0.848	0.130	0.067	0.480**	1					
5. 资源拓展	3.564	0.832	-0.052	0.105	0.407**	0.293**	1				
6. 风险承担	3.460	0.852	0.132	-0.060	0.182*	0.055	0.461**	1			
7. 社会创业导向	3.743	0.616	0.097	0.030	0.767**	0.690**	0.751**	0.508**	1		
8. 经济绩效	3.790	0.770	-0.107	-0.041	0.519**	0.391**	0.295**	0.127	0.488**	1	
9. 社会绩效	3.731	0.719	0.189*	0.110	0.566**	0.439**	0.518**	0.200*	0.620**	0.563**	1

4.2 回归分析

4.2.1 社会创业导向与企业社会绩效

我们在基准模型中先放入控制变量和因变量(企业社会绩效)，在此基础上模型 1 加入社会创业导向(见表 1-2)，模型 1-1 加入互惠协同维度，模型 1-2 加入社会引领维度，模型 1-3 加入资源拓展维度，模型 1-4 加入风险承担维度，模型 1-5 同时加入互惠协同、社会引领、资源拓展和风险承担四个维度，VIF 值在 1.02~1.621，说明不存在严重的共线性问题。

表 1-2 社会创业导向与企业社会绩效

研究变量	因变量(企业社会绩效)	
	基准模型	模型 1
(常量)	3.322***	0.587*
企业规模	0.143*	0.082
企业年龄	0.062	0.056
社会创业导向		0.798***

注：采用双尾检验，***表示 $p<0.01$ ，**表示 $p<0.05$ ，*表示 $p<0.1$ 。

模型 1 在基准模型的基础上，放入自变量社会创业导向， R 方有显著改变(0.456)，说明整体模型存在显著意义，社会创业导向对于企业社会绩效具有重要的解释作用，标准回归系数为 0.798($p<0.01$)，说明社会创业导向对企业社会绩效有着显著的正向作用，假设 1 得到支持。

模型 1-1、模型 1-2、模型 1-3、模型 1-4 显示，互惠协同、社会引领、资源拓展和风

险承担分别独立地对企业社会绩效有着显著的正向影响。模型 1-5 显示，互惠协同、社会引领、资源拓展共同对企业社会绩效的提升发挥着积极作用，按照能够解释因变量的程度从高到低依次为互惠协同、资源拓展、社会引领，而风险承担维度对社会绩效的影响则不再显著(见表1-3)。

表 1-3 社会创业导向各维度与企业社会绩效的回归分析结果

研究变量	因变量(企业社会绩效)					
	基准模型	模型 1-1	模型 1-2	模型 1-3	模型 1-4	模型 1-5
(常量)	3.322 ***	1.352 ***	1.757 ***	1.828 ***	2.853 ***	0.607 ***
企业规模	0.143 *	0.093	0.095	0.172 ***	0.080	0.095
企业年龄	0.062	0.069	0.042	0.003	0.140	0.041
互惠协同		0.557 ***				0.327 ***
社会引领			0.413 ***			0.154 **
资源拓展				0.469 ***		0.301 ***
风险承担					0.140 *	0.053

注：采用双尾检验，***表示 $p<0.01$ ，**表示 $p<0.05$ ，*表示 $p<0.1$ 。

4.2.2 社会创业导向与企业经济绩效

同样，考察社会创业导向和企业经济绩效关系时，我们在基准模型基础上加入社会创业导向变量(模型 2，见表 1-4)，模型 2-1、模型 2-2、模型 2-3 和模型 2-4 则在基准模型基础上分别加入互惠协同、社会引领、资源拓展和风险承担变量，模型 1-5 同时加入互惠协同、社会引领、资源拓展和风险承担四个变量，模型的 VIF 值在 1.02~1.621，说明不存在共线性问题。模型 2 显示，社会创业导向与企业经济绩效间的标准回归系数为 0.679($p<0.01$)，说明二者间存在显著的正向相关关系 4，假设 2 得到支持。

表 1-4 社会创业导向与企业经济绩效的回归分析结果

研究变量	因变量(企业经济绩效)	
	基准模型	模型 2
(常量)	4.016 ***	1.689 ***
企业规模	-0.090	-0.142 **
企业年龄	-0.009	-0.013
社会创业导向		0.679 ***

注：采用双尾检验，***表示 $p<0.01$ ，**表示 $p<0.05$ ，*表示 $p<0.1$ 。

模型 2-1、模型 2-2、模型 2-3、模型 2-4 显示，互惠协同、社会引领、资源拓展和风

险承担对企业经济绩效的回归系数分别为 0.557 ($p<0.01$)、0.349 ($p<0.01$)、0.289 ($p<0.01$) 和 0.092 ($p>0.1$)。模型 2-5 显示, 互惠协同维的回归系数为 0.475 ($p<0.01$), 社会引领维度的标准回归系数为 0.213 ($p<0.1$), 两者均与企业经济绩效存在正向相关关系, 而资源拓展和风险承担则与企业经济绩效间不存在显著相关关系(见表 1-5)。

表 1-5 社会创业导向各维度与企业经济绩效的回归分析结果

研究变量	因变量(企业经济绩效)					
	基准模型	模型 2-1	模型 2-2	模型 2-3	模型 2-4	模型 2-5
(常量)	4.016***	2.049***	2.694***	3.096***	3.096***	1.753***
企业规模	-0.090	-0.139**	-0.130*	-0.072	-0.136*	-0.145**
企业年龄	-0.009	-0.002	-0.026	-0.045	0.027	-0.012
互惠协同		0.557***				0.475***
社会引领			0.349***			0.213*
资源拓展				0.289***		0.041
风险承担					0.092	0.009

注：采用双尾检验，***表示 $p<0.01$ ，**表示 $p<0.05$ ，*表示 $p<0.1$ 。

4.2.3 调节变量的分层回归分析

(1)行业动态性对社会创业导向和企业社会绩效关系的调节效应分析。

把企业的社会绩效作为因变量，社会创业导向为自变量，企业类型、规模和年龄为控制变量，进行多元线性回归建立基准模型，在此基础上分别加入自变量“社会创业导向”及调节变量“行业动态性”形成模型 3-1，加入自变量“社会创业导向”和调节变量“行业动态性”的交互项，得到模型 3-2，各模型回归分析结果如表 1-6 所示。

表 1-6 行业动态性对社会创业导向和社会绩效关系的调节效应分析

研究变量	因变量(社会绩效)		
	基准模型	模型 3-1	模型 3-2
(常数项)	3.322***	3.315***	3.341***
企业规模	0.143*	0.107**	0.109**
企业年龄	0.062	0.054	0.047
社会创业导向		0.596***	0.576***
行业动态性		0.268***	0.284***
社会创业导向×行业动态性			-0.044

注：采用双尾检验，***表示 $p<0.01$ ，**表示 $p<0.05$ ，*表示 $p<0.1$ 。

从分析结果看，模型 3-1 和模型 3-2 的 F 值分别为 26.358 和 22.523，分别在 0.01 的水平上达到显著，说明这个模型用来解释因变量“社会绩效”的变异是合理的。“社会创业导向”和“行业动态性”的交互项的回归系数为-0.044，呈现负向的影响倾向，但在统计上没有显著性，即行业动态性对社会创业导向和企业社会绩效的关系的调节作用不显著。统计结果拒绝假设 H 3：社会创业导向和企业社会绩效关系中，行业动态性起正向调节作用。

(2)行业动态性对社会创业导向和企业经济绩效关系的调节效应分析。

把企业的经济绩效作为因变量，社会创业导向为自变量，企业类型、规模和年龄为控制变量，进行多元线性回归建立基准模型，在此基础上分别加入自变量社会创业导向及调节变量行业动态性，形成模型 4-1，加入自变量社会创业导向和调节变量行业动态性的交互项得到模型 4-2，各模型回归分析结果如表 1-7 所示。

表 1-7 行业动态性对社会创业导向和经济绩效关系的调节效应分析

研究变量	因变量(经济绩效)		
	基准模型	模型 4-1	模型 4-2
(常数项)	4.016***	3.998***	3.993***
企业规模	-0.090	-0.112*	-0.112*
企业年龄	-0.009	-0.016	-0.015
社会创业导向		0.440***	0.444***
行业动态性		0.317***	0.314***
社会创业导向×行业动态性			0.009

注：采用双尾检验，***表示 $p<0.01$ ，**表示 $p<0.05$ ，*表示 $p<0.1$ 。

从分析结果看，模型 4-1 和模型 4-2 的 F 值分别为 12.879 和 10.948，分别在 0.01 的水平上达到显著，说明这个模型用来解释因变量经济绩效的变异是合理的。社会创业导向和行业动态性的交互项的回归系数为 0.09，呈现正向的影响倾向，但在统计上没有显著性，即行业动态性对社会创业导向和企业经济绩效的关系的调节作用不显著，未对假设 H 4 提供统计意义上的支持。

(3)服务型领导对社会创业导向和企业社会绩效关系的调节效应分析。

把企业的社会绩效作为因变量，社会创业导向为自变量，企业类型、规模和年龄为控制变量，进行多元线性回归建立基准模型，在此基础上分别加入自变量社会创业导向及调节变量服务型领导形成模型 5-1，加入自变量社会创业导向和调节变量服务型领导的交互项得到模型 5-2，各模型回归分析结果如表 1-8 所示。

表 1-8 服务型领导对社会创业导向和社会绩效关系的调节效应分析

研究变量	因变量(社会绩效)		
	基准模型	模型 5-1	模型 5-2
(常数项)	3. 322 ***	3. 238 ***	3. 271 ***
企业规模	0. 143 *	0. 137 **	0. 136 *
企业年龄	0. 062	0. 037	0. 031
社会创业导向		0. 702 ***	0. 694 ***
服务型领导		0. 253 ***	0. 282 ***
社会创业导向×服务型领导			-0. 083

注：采用双尾检验，***表示 $p<0.01$ ，**表示 $p<0.05$ ，* 表示 $p<0.1$ 。

从分析结果看，模型 5-1 和模型 5-2 的 F 值分别为 27.734 和 23.947，分别在 0.01 的水平上达到显著，说明这个模型用来解释因变量社会绩效的变异是合理的。社会创业导向和服务型领导的交互项的回归系数为-0.083，呈现负向的影响倾向，但在统计上没有显著性，即行业动态性对社会创业导向和企业经济绩效的关系的调节作用不显著，统计结果拒绝假设 H 5。

(4)服务型领导对社会创业导向和企业经济绩效关系的调节效应分析。

把企业的经济绩效作为因变量，社会创业导向为自变量，企业类型、规模和年龄为控制变量，进行多元线性回归建立基准模型，在此基础上分别加入自变量“社会创业导向”及调节变量“服务型领导”形成模型 6-1，加入自变量“社会创业导向”和调节变量“服务型领导”的交互项得到模型 6-2，各模型回归分析结果如表 1-9 所示。

表 1-9 服务型领导对社会创业导向和经济绩效关系的调节效应分析

研究变量	因变量(经济绩效)		
	基准模型	模型 6-1	模型 6-2
(常数项)	4. 016 ***	3. 849 ***	3. 947 ***
企业规模	-0. 090	-0. 047	-0. 049
企业年龄	-0. 009	-0. 047	-0. 062
社会创业导向		0. 516 ***	0. 491 ***
服务型领导		0. 432 ***	0. 517 ***
社会创业导向×服务型领导			-0. 244 ***

注：采用双尾检验，***表示 $p<0.01$ ，**表示 $p<0.05$ ，* 表示 $p<0.1$ 。

从分析结果看，模型 6-1 和模型 6-2 的 F 值分别为 21.537 和 20.576，分别在 0.01 的水平上达到显著。社会创业导向和服务型领导的交互项的回归系数为-0.244，呈现负向