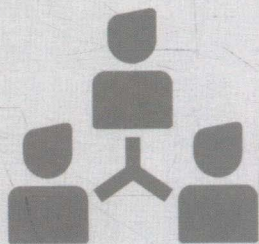


CHUANGYE QIYE XINCHOU
XINYONG YU
CHUANGYE JIXIAO YANJIU

陈松林 著



创业企业薪酬、 信用与创业绩效研究



合肥工业大学出版社
HEFEI UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

创业企业薪酬、 信用与创业绩效研究

陈松林 著



合肥工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

创业企业薪酬、信用与创业绩效研究/陈松林著. —合肥:合肥工业大学出版社,2017. 10

ISBN 978-7-5650-3565-4

I. ①创… II. ①陈… III. ①企业信用—研究 IV. ①F830.56

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 233258 号

创业企业薪酬、信用与创业绩效研究

陈松林 著

责任编辑 张惠萍

出 版	合肥工业大学出版社	版 次	2017 年 10 月第 1 版
地 址	合肥市屯溪路 193 号	印 次	2017 年 10 月第 1 次印刷
邮 编	230009	开 本	710 毫米×1010 毫米 1/16
电 话	总 编 室: 0551-62903038 市场营销部: 0551-62903198	印 张	14.25
网 址	www. hfutpress. com. cn	字 数	225 千字
E-mail	hfutpress@163. com	印 刷	合肥现代印务有限公司
		发 行	全国新华书店

ISBN 978-7-5650-3565-4

定价: 32.00 元

如果有影响阅读的印装质量问题,请与出版社市场营销部联系调换。

前 言

进入新世纪以来,中国的创业活动日益活跃,尤其在服务业领域,发生了大量的创业活动。由于服务的无形性、不可分离性、异质性和易消逝性特点,服务业具有人员密集和员工行为不确定性问题多的特征,员工个人的信用状况成为企业信用的重要影响因素,并进一步影响创业绩效。在中国市场经济面临“信用危机”的社会背景下,许多服务业创业公司都在通过影响员工态度和行为的关键人力资源策略,如薪酬策略,激励员工和企业建立良好的信用关系,巩固企业信用,以取得工作候选人、顾客等利益相关者的信任、支持和帮助,促进企业健康成长。

有关企业信用的研究大多集中在伦理学和经济学学科范围内,本书从研究者较少涉及的组织行为学角度出发,在结合社会认同理论、信用理论、薪酬策略理论和创业绩效理论等领域以往研究成果的基础之上,以服务业创业公司为研究对象,就企业信用的概念构思、企业信用的评价机制、薪酬策略对企业信用的影响、企业信用对创业绩效的影响等理论和实际管理问题展开了一系列的相关实证研究。

研究一旨在开发中国文化背景下组织情景中员工信用和企业信用的概念构思。首先对27家不同地区、行业的企业中52名不同性别、年龄、职务、学历和工作年限的工作人员进行半结构化访谈;其次对访谈记录进行了内容分析;最后在文献研究和访谈研究的基础上设计了企业信用研究问卷,对53家不同性质、发展阶段和企业类型的服务业创业公司进行了问卷调研,对获取的305份有效问卷进行了统计分析。研究发现,员工信用是工作交往对象知觉到的员工诚信、能力和责任意识特征,其包括诚实守信、承诺能力和责任意识三个维度;企业信用是利益相关者知觉到的企业诚信、能力和责任意识特征,包括企业诚信、企业胜任和企业责任三个维

度；服务业创业公司的信用特征表现在与领先行动、承担风险、创新的创业特征联系的进取性和更新性，与人员密集、员工行为不确定性问题突出的服务业特征联系的人际信用依赖性和由此产生的脆弱性和风险性。

研究二对服务业创业公司的信用评价机制进行了探索研究。采用案例研究方法，选择了4家处于不同创业阶段的服务业创业公司，运用社会认同理论框架，对案例企业发生的关键事件进行了深入分析。研究发现，企业信用评价机制是各利益相关者对企业在企业诚信、企业胜任和企业责任三方面表现进行社会分类、社会比较和社会认同的心理活动过程；在不同的企业发展阶段，企业信用评价的社会认同基础是不同的，初创期企业信用评价受基于企业自我的社会分类主导，成长期和扩张期的企业信用评价受基于企业声誉的社会分类主导，成熟期和转型期的企业信用评价受基于企业定型的社会分类主导。

研究三探索作为关键人力资源开发和管理措施的薪酬策略对员工信用和企业信用有哪些影响，为企业通过人力资源策略提高员工信用和企业信用提供实证依据。采用案例研究和问卷研究相结合的方法，对1家服务业创业公司的3个关键事件进行了分析，对28家不同性质、创业阶段和企业类型的服务业创业公司的157份有效问卷进行了统计分析。研究结果发现，员工信用的三个维度对企业诚信都有显著的影响作用，诚实守信和承诺能力两个维度对企业胜任和企业责任都有显著的影响作用；薪酬策略中的薪酬水平策略、基于岗位的薪酬策略和基于绩效的薪酬策略三个维度对企业胜任都有显著的影响作用，薪酬水平和基于岗位的薪酬设计两个维度对企业诚信有显著的影响作用，薪酬水平对企业责任有显著的影响作用；员工信用在薪酬水平策略对企业信用的影响过程中起部分中介作用，在基于岗位的薪酬策略和基于绩效的薪酬策略对企业信用的影响过程中起完全中介作用；企业信用在薪酬策略三个维度对员工信用的影响过程中都起部分中介作用。

研究四提出并检验了员工信用、企业信用对创业绩效的影响作用。本研究利用研究一验证过的员工信用和企业信用量表，以及以往有关创业绩效的成熟量表，对28家不同性质、创业阶段和企业类型的服务业创业公司157份有效问卷进行了统计分析。研究结果发现，员工信用的三个维度和创业绩效的两个维度显著正相关，诚实守信维度对周边绩效有显著的影响

作用，承诺能力维度对任务绩效有显著的影响作用，责任意识维度对创业绩效没有显著的影响作用；企业信用的三个维度和创业绩效的两个维度显著正相关，企业诚信维度对周边绩效有显著的影响作用，企业胜任维度对任务绩效有显著的影响作用，企业责任维度对创业绩效没有显著的影响作用；企业信用在员工信用的三个维度在创业绩效的影响过程中都起到完全中介作用；行业信用环境在企业信用影响创业绩效的过程中起正向缓冲作用。

最后，本书总结了主要的研究结论和取得的理论进展，指出这些研究结论对企业管理实践的应用价值，在指出研究存在的局限性的同时，对未来研究进行了展望。

目 录

前 言	(001)
1 引言	(001)
1.1 问题的提出	(001)
1.2 选题的思路	(003)
1.3 选题的意义	(006)
2 文献研究	(008)
2.1 个人信用理论的研究	(008)
2.1.1 个人信用的知觉论和特质论	(010)
2.1.2 个人信用的结构	(012)
2.1.3 个人信用的测量	(015)
2.2 企业信用理论的研究	(017)
2.2.1 企业信用的结构	(017)
2.2.2 企业信用的评价	(018)
2.2.3 影响企业信用的内外部因素	(022)
2.2.4 企业信用与绩效的关系	(024)
2.3 信用评价：社会认同理论（SIT）的观点	(028)
2.3.1 SIT 主要观点和最新进展	(029)
2.3.2 SIT 在信用评价研究中的运用	(032)
2.4 HRM 影响企业信用的研究：以薪酬策略为例	(035)
2.4.1 薪酬策略	(035)
2.4.2 薪酬策略对企业信用的影响	(039)
2.5 创业绩效的研究	(041)

2.6	服务业创业公司特征的研究	(044)
2.7	以往研究总结和待研问题	(049)
2.7.1	以往研究的主要结论	(049)
2.7.2	有待研究的问题	(051)
3	研究总体构思与设计	(053)
3.1	研究目的与理论焦点	(053)
3.1.1	研究问题与研究目的	(053)
3.1.2	研究焦点与理论基础	(053)
3.2	研究的总体构思和组成部分	(054)
3.2.1	研究的总体构思框架	(054)
3.2.2	研究的主要组成部分	(056)
3.3	研究的技术路线	(057)
4	基于社会认同的员工信用和企业信用概念构思研究	(058)
4.1	研究目的	(058)
4.2	员工信用和企业信用概念构思的访谈研究	(061)
4.2.1	研究方法	(061)
4.2.2	访谈数据分析	(063)
4.2.3	访谈研究结论	(067)
4.3	员工信用和企业信用概念构思的问卷研究	(071)
4.3.1	研究假设	(072)
4.3.2	研究方法	(072)
4.3.3	数据分析	(078)
4.3.4	结果讨论和研究小结	(083)
4.4	研究结论的理论与实践意义	(090)
5	基于社会认同的企业信用评价机制研究	(093)
5.1	研究目的和研究方法	(093)
5.2	企业信用评价机制的理论框架	(095)
5.3	企业信用评价机制的案例分析	(097)
5.3.1	案例一：创享公司的企业自我认同信用	(097)
5.3.2	案例二：日科公司的企业声誉认同信用	(101)

5.3.3 案例三：亿茂公司的企业定型认同信用	(107)
5.3.4 案例四：M 公司的信用变迁	(110)
5.4 结果讨论与研究小结	(113)
5.4.1 企业信用评价机制模型	(113)
5.4.2 企业信用评价机制的比较	(114)
5.5 研究结论的理论意义和应用价值	(117)
5.5.1 研究取得的理论进展	(117)
5.5.2 研究结论的应用价值	(118)
6 薪酬策略对企业信用的影响研究	(121)
6.1 研究目的	(121)
6.2 薪酬策略影响企业信用的案例研究	(122)
6.2.1 案例研究设计	(122)
6.2.2 案例数据收集	(124)
6.2.3 案例数据分析	(125)
6.2.4 研究小结	(129)
6.3 薪酬策略影响企业信用的问卷研究	(130)
6.3.1 研究假设	(130)
6.3.2 研究方法	(131)
6.3.3 数据分析	(134)
6.3.4 结果讨论和研究小结	(143)
6.4 研究结论的理论与应用价值	(147)
7 企业信用与创业绩效的关系研究	(149)
7.1 研究目的	(149)
7.2 研究假设	(149)
7.3 研究方法	(150)
7.3.1 样本	(150)
7.3.2 测量	(152)
7.4 数据分析	(153)
7.4.1 创业绩效量表的信度和效度分析	(153)
7.4.2 员工信用、企业信用对创业绩效的影响作用分析	(154)

7.4.3	企业信用的中介作用分析	(156)
7.4.4	行业信用环境的缓冲作用分析	(158)
7.5	结果讨论与研究小结	(160)
7.5.1	员工信用对创业绩效的影响	(162)
7.5.2	企业信用对创业绩效的影响	(164)
7.5.3	企业信用对员工信用影响创业绩效的中介作用	(166)
7.5.4	行业信用环境对企业信用影响创业绩效的缓冲作用 ...	(167)
7.6	研究结论的理论与应用价值	(167)
8	总论	(169)
8.1	本书的主要结论	(170)
8.1.1	员工信用和企业信用的三维结构模型	(170)
8.1.2	企业信用评价机制的社会认同模型	(171)
8.1.3	薪酬策略对企业信用的影响模型	(172)
8.1.4	企业信用与创业绩效的关系模型	(173)
8.1.5	本书的整合理论模型	(174)
8.2	本书研究的主要理论进展和创新点	(175)
8.2.1	关注信用构思的多维性、情境性和跨书化差异	(175)
8.2.2	运用 SIT, 探索企业信用评价的动态演变机制	(177)
8.2.3	研究 HRM 关键策略——薪酬策略对信用的支撑作用	(178)
8.2.4	研究企业信用与创业绩效的关系	(178)
8.3	本书的主要实践意义	(179)
8.3.1	以自我分类策略提升信用形象	(179)
8.3.2	以利益相关者管理策略提高信用收益	(180)
8.3.3	以最佳实践策略巩固信用基础	(182)
8.3.4	以价值评估策略驱动信用建设	(184)
8.4	本书的主要局限及未来研究展望	(184)
8.4.1	本书的主要局限	(185)
8.4.2	未来研究展望	(185)
	参考文献	(187)

附录 1	中国文化背景下信用构思访谈提纲	(205)
附录 2	信用构思访谈内容分析编码材料 (节选)	(206)
附录 3	研究问卷	(209)
附录 4	企业信用评价机制案例研究访谈提纲	(214)
附录 5	薪酬策略影响信用案例研究访谈提纲	(215)

1 引 言

我们将如何赢得信任和忠诚，以及理解员工理性与感性认知的重要性，摆在了蓝海战略（如何创造需求，突破竞争，拓展新的非竞争性的市场空间）的核心位置。

——W. 钱·金，勒尼·莫博涅

1.1 问题的提出

进入新世纪以来，信用问题备受社会各界关注，个人信用、企业信用、政府信用和社会信用成为媒体、会议甚至闲谈的焦点。这股“信用问题热”的出现有着深刻的时代背景。

改革开放 30 多年来，中国在建设中国特色社会主义市场经济上取得了令世人瞩目的辉煌成就，但是在从计划经济向市场经济的转型过程中产生了“信用危机”问题。2001 年，中国企业家调查系统就企业信用进行的专题调查结果显示：拖欠、违约和制假是企业信用存在的主要问题。在被调查的 4695 位企业经营者中，62% 的经营者认为在商务活动中跟人打交道“需要提防”^①。2005 年 10 月 1 日，郎咸平教授在澳大利亚昆伦国际 2005 中国经济论坛上指出，中国人缺信托责任，我们担忧的是，我们如何防止被骗，我的总经理怎么坑我，我要用什么激励机制保证他不会坑我，保证

^① 中国企业家调查系统：企业信用：现状、问题及对策——2002 年中国企业经营管理者成长与发展专题调查报告，管理世界，2002，5：95-103。

他好好工作，我们担的是这种心，低水平的事情。“信用危机”问题严重阻碍着中国经济健康发展和走向全球化的步伐，世贸组织总干事穆尔尖锐地指出，中国加入世贸组织后，从长远看，最缺乏的不是资金、技术和人才，而是信用，以及建立和完善信用体系的机制。西方国家所有商业贸易的90%采用信用方式，只有不到10%的贸易采用现金结算，而中国的信用交易方式仅占有所有交易的20%左右，现金交易达到80%（张亦春等，2003）。我国的“信用危机”呈现出普遍化和本能化的特征，遍及于各类生活领域的不自觉的疑惑，反映了社会中彼此不信任、不讲信用、缺乏信用的情形已经非常严重（欧阳润平，1998）。2003年10月14日，中国共产党第十六届中央委员会第三次全体会议通过的《中共中央关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》明确指出，形成以道德为支撑、以产权为基础、以法律为保障的社会信用制度，是建设现代市场体系的必要条件，也是规范市场经济秩序的治本之策。

企业信用是社会信用体系的重要组成部分。企业对投资者、消费者、劳动者、原材料供应者、银行、社区、政府等各利益相关者的信用如何，不仅会对自身的生存和发展产生影响，而且也会对社会构成不同程度的影响。例如，上市公司的虚报业绩造成投资者的判断失误和经济损失，厂家的虚假广告和质次价高的产品给消费者带来的经济损失和心理伤害，企业无视劳动卫生安全造成员工的身体伤害，企业之间的相互拖欠构成的三角债，企业的换牌造成银行贷款收息的落空，企业不重视环保引起居民的生存环境恶化，企业财务的两本账造成国家税收收入的流失等。从正面讲，注重信用的企业虽然短期内可能会吃亏，但从长远看会获得各利益相关者的支持，无论是曾经辉煌数百年的徽商、晋商，还是横跨数个国家的跨国公司，都离不开信用。

当前，学术界从经济学、法学、伦理学、社会学、心理学、哲学等多学科角度纷纷探讨和研究信用。从横向领域看，信用涉及产权制度、企业制度、企业文化、金融体系、法律体系、市场秩序和与市场经济相联系的道德规范等；从纵向结构看，由浅入深，信用可划分为技术层面、制度层面和心理层面。技术层面的信用是指以借贷关系表现的价值运动形式，如各种信用工具；制度层面的信用是指交易过程中反映信用关系的规则和约定，包括法律规范、合约条款和道德准则等；价值心理层面的信用是指社

会交往过程中的信任心理和由此形成的人际关系（张亦春等，2003）。比较而言，心理层面的信用问题是更深层次的，虽然其研究难度大却很重要。

本书提出的问题是理论认识和实践体会相结合的产物，来源于我们对信用问题研究的长期关注以及对服务业创业公司信用建设实践的观察和思考。我们选择社会认同理论作为研究企业信用问题的突破口，既关注了企业信用问题的现实价值，又注重从全新的视角解析企业信用的深层次问题。面对中国现实社会的“信用危机”，我们对信用文献进行了研究，发现国内学者对心理信用的研究较少，而心理信用又是信用研究中最深层次的问题，是解决现实信用问题的重要理论基础。我们想探索西方已有的心理信用研究成果在中国文化背景下的解释力，更想在企业背景中信用的确切涵义、影响因素和结果变量的研究方面做一些开拓性的工作。

1.2 选题的思路

本书遵循下列两条准则展开选题思路 and 评价确定选题：

（1）根据实际问题的价值准则，我们结合行业和企业性质，对研究对象和研究问题进一步聚焦，确定服务业创业公司信用的评价机制、影响因素（选取薪酬策略）和效能（对创业绩效的影响）选题。

1) 服务业创业公司是值得关注和研究的对象，其原因有三：①服务业在国民经济中的地位越来越重要。中国社会科学院财贸所发表的《财经蓝皮书：中国服务业发展报告 No. 3》指出，“十一五”期间，我国的服务业有可能增长加速，增长速度要高于国民经济的整体增长速度，服务业要成为提供就业机会的主要行业，成为产业结构优化的主导行业，成为经济增长的重要支柱行业。一项战略研究结果显示，中国服务业占 GDP 比重 2010 年将达到 39.3%，就业比重达到 40%，2020 年能分别达到 48.2% 和 51%^②。②服务业创业活动十分活跃。根据全球创业观察（Global Entrepreneurship Monitor, GEM）2003 年中国报告，从 2002—2003 年全球创业活动

② 中新网 2005 年 12 月 12 日新闻报道。

指数的平均水平看,去掉2003年新参与的国家 and 创业活动异常活跃的美国和澳大利亚,中国的创业活动活跃程度排名是第9位,保持稳定。大量的创业活动发生在服务业领域,2006年2月18日,中央电视台《致富经》栏目、国家发展和改革委员会中小企业对外合作协调中心、清华大学中国创业研究中心、中国农业大学MBA中心联合推出的《中国百姓创业调查报告》显示,创业者所从事的行业中,批发零售业所占比例最大,工业加工业、信息服务业及农业加工业依次排列。③现代服务业的兴起。《中共中央关于制定国民经济与社会发展第十一个五年规划的建议》提出,要“大力发展金融、保险、物流、信息和法律服务等现代服务业”,这是落实科学发展观、转变经济增长方式的重要举措。与传统服务业相比,现代服务业是信息和知识相对密集的服务业,具有科技含量高和知识密集的特点。目前,我国在这方面发展滞后,新一轮的创业热潮将在现代服务业领域掀起,值得学术界紧密关注。

2) 服务业创业公司的信用建设是非常值得研究的问题。企业信用建设对服务业创业公司尤其重要,因为服务业特别是现代服务业的主导产品是无形的,和制造业的有形产品相比,更需要企业信用作为品牌支撑。尽管大量的创业活动发生在服务业,但是许多企业在取得创业资源、获得首笔业务和稳定业务方面常常遇到困难,能够逐步发展壮大,从优秀公司成长为卓越公司的并不多。其中重要的原因就是企业信用不足,难以获得利益相关者的长期信任和支持,因此解决企业信用的构思、影响因素和作用等方面的理论问题,是切实帮助服务业创业公司提高信用、健康成长的一项有意义的工作。这里的创业企业不仅包括初创业的企业,也包括二次创业的企业。创业企业的领先行动、创新和冒险特征决定了它的未来充满了不确定性,需要利益相关者在资金、人力、创业环境、支持政策、新产品推广等方面给予理解和支持。Hattori 和 Lapidus (2004) 进行了两个组织在追求创新中的信任与合作问题的案例研究,认为不断创新需要技术胜任力、培育创新的氛围、管理者的承诺和参与者之间彼此信任的合作关系。但是,创业企业无法与成熟企业的信用相比,常常难以得到信任和支持。根据GEM2003年中国报告,在创业融资方面,中国少于20人的小企业只有2.3%的运营资本来自银行。企业规模越小,来自正式融资渠道的融资越少。如果企业信用陷入危机,其危害就会形成瀑布式放大效应(如图1

-1 所示),如不及时进行有效监控,后果十分严重(韩国丽,2005)。可见,服务业创业公司如何在企业内部和外部建立良好的信用形象,避免信用危机,以获得各利益相关者的支持,从而获取竞争优势,加快成长速度是服务业创业公司寻求发展所面临的现实问题。

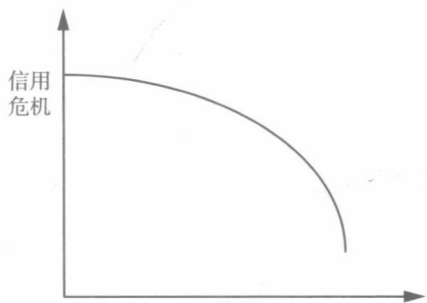


图 1-1 信用危机的瀑布效应

资料来源：韩国丽．企业信用危机的预警及管理．武汉大学学报（人文科学版），2005，58（1）：113-118.

3) 在确定研究问题时，我们把员工信用、薪酬策略和创业绩效纳入企业信用的研究中。①服务业创业公司信用建设的主体是员工，抓员工信用建设是关键。企业信用是利益相关者对企业活动过程和结果的评价，尤其是关键利益相关者的评价，企业信用建设必须建立在识别和管理利益相关者的基础上。对于服务业企业而言，人力资源密集、员工提供服务的过程和顾客消费过程同时进行的特点决定了企业信用主要通过员工行为来实现。顾客知觉和评价企业信用的信息来源于企业员工的态度和行为表现，员工在工作过程中的一言一行、工作态度和工作能力都反映了企业的信用水准，因此，服务业企业的关键利益相关者之一是员工，员工行为的不确定性是服务业企业面临的重大难题，员工个人的信用表现和企业的信用形象密切相关。世界零售业巨头沃尔玛总裁萨姆·沃尔顿 20 世纪 80 年代中期通过卫星电视对 10 万多名员工说：“我希望你们举起右手——并且记住我们在沃尔玛所发的誓言，记住‘君子一言，驷马难追’。”②服务业创业公司信用的建设首先需关注员工和企业之间的信用关系，从人力资源管理的角度寻找有效策略。员工信用建设和企业人力资源策略是密切联系的，运用人力资源策略影响和塑造员工的态度和行为是服务业企业信用建设的重要路径。在众多的人力资源策略中，薪酬策略是关键策略，因为员

工和企业的关系首先是利益共同体,对前途未卜的创业企业更是如此,和其他人力资源策略相比,薪酬策略直接影响员工的切身利益,对员工和企业的信用关系影响更大。③从服务业创业公司进行信用建设的动力看,他们更关注信用投资的收益问题,即需要评估企业信用建设所产生的价值或效果。虽然人们对于信用影响企业的生存和发展都有一些体会和感受,但是具体到企业信用对于企业绩效有哪些影响并不十分清楚,从而影响了企业进行信用投资的积极性。对企业信用进行价值评估的探索和分析是解决企业信用建设动力问题的关键,因此,我们把企业信用对创业绩效的影响作用作为研究问题之一。

(2) 根据评价选题的标准,对选题质量进行评价。

从理论研究领域看,判断研究选题的优劣,有几条标准:①所研究的问题应该涉及两个或两个以上变量之间的关系;②所研究的问题应该尽可能明确具体;③具有通过实际研究解决问题的可能性(王重鸣,2001)。我们依据这三条标准,对服务业创业公司的信用研究选题进行评价。从涉及变量关系的标准看,本书将探索和验证员工信用和企业信用的因素结构、薪酬策略和企业信用关系、员工信用与企业信用的关系、企业信用与创业绩效的关系;从明确问题的标准看,本书要解决的问题是企业信用的概念构思、评价机制、薪酬策略对企业信用的影响、企业信用与创业绩效的关系;从解决实际问题的标准看,实证研究可以从具体管理实践(如人力资源管理策略)的角度为服务业创业公司提高信用水平设计解决方案。

1.3 选题的意义

本书具有较大的理论意义,主要体现在四个方面:

(1) 在中国文化背景下的组织情景中,运用社会认同理论的崭新视角,对员工信用和企业信用概念构思进行实证研究,与西方文化背景下的概念构思进行比较分析,进一步明确上述概念的内涵。

(2) 解剖企业信用的评价机制,运用社会认同理论的过程思路,对企业信用评价的心理活动过程进行验证,揭示企业信用评价的心理特征,为企业信用评价理论开拓一块新的领地。