

山东省社会科学规划研究项目 [10CJG29]

社會資本論

张洪兴
张璐
杜丽荣 著

企业家团队社会资本、凝聚
力与企业绩效关系研究



旅游教育出版社

山东省社会科学规划研究项目(10CJGZ)

企业家团队社会资本、 凝聚力与企业绩效关系研究

张洪兴 张璐 杜丽荣 著



旅游教育出版社

责任编辑：杨 松

图书在版编目（CIP）数据

企业家团队社会资本、凝聚力与企业绩效关系研究 /

张洪兴等著. —北京：旅游教育出版社，2014.9

（企业管理文化）

ISBN 978-7-5637-3026-1

I. ①企… II. ①张… III. ①企业领导—研究 IV. ①F272.91

中国版本图书馆CIP数据核字（2014）第197503号



企业家团队社会资本、凝聚力与企业绩效关系研究

张洪兴 张璐 杜丽荣 著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里1号
邮 编	100024
发行电话	（010）65778403 65728372 65767462（传真）
本社网址	www.tepesh.com
E-mail	tepx@163.com
印刷单位	山东省审计厅劳动服务公司
经销单位	新华书店
开 本	880 × 1230 1/32
印 张	4.25
字 数	115千字
版 次	2014年9月第1版
印 次	2014年9月第1次印刷
定 价	16.00 元

（图书如有装订差错请与发行部联系）

目 录

上 篇

第一章 绪论	3
第一节 研究背景	3
第二节 研究目的与意义	5
第三节 文章写作思路	6
第四节 研究方法	8
第五节 研究的创新点	9
第二章 文献探讨	10
第一节 社会资本与企业领导团队社会资本	10
第二节 凝聚力与企业领导团队凝聚力	16
第三节 企业绩效与经营成长绩效	18
第四节 企业领导团队社会资本与企业经营成长绩效	19
第五节 企业领导团队凝聚力与企业经营成长绩效	23
第六节 企业领导团队社会资本与凝聚力	24
第三章 研究模型的构建与研究假设	26
第一节 研究模型的构建	26
第二节 研究假设	28
第三节 衡量指标体系设计	30
第四节 研究流程	32
第四章 调查问卷的设计与分析	33

第一节	问卷设计与数据收集	33
第二节	统计分析方法	35
第三节	信度与效度分析	37
第四节	描述性统计分析	42
第五节	相关分析	44
第六节	回归分析	47
第五章	结论与展望	55
第一节	研究结论	55
第二节	管理建议与对策	57
第三节	研究不足和未来展望	58

下 篇

第六章	绪论	61
第一节	研究背景与研究意义	61
第二节	研究目的与研究方法	65
第三节	主要内容与技术路线	66
第四节	研究的创新点	67
第七章	文献探讨	69
第一节	社会资本与企业家社会资本	69
第二节	团队凝聚力	74
第三节	企业绩效	75
第四节	企业家社会资本与团队凝聚力	77
第五节	团队凝聚力与企业绩效	78
第六节	企业家社会资本与企业绩效	79
第八章	实证研究设计	83
第一节	研究模型的构建	83
第二节	研究假设	85

第三节 调查问卷的指标体系设计	86
第四节 小样本分析	87
第九章 实证研究分析	89
第一节 样本分布分析	89
第二节 统计分析方法	90
第三节 信度与效度分析	91
第四节 描述性统计分析	95
第五节 相关分析	96
第六节 回归分析	99
第十章 研究结论与展望	107
第一节 研究结论	107
第二节 管理建议与对策	108
第三节 研究不足和未来展望	109
参考文献	111
后 记	120
附 录	122

上 篇

第一章 绪 论

第一节 研究背景

改革开放以来,我国企业快速发展,企业自身的实力不断增强,为我国国民经济的发展做出了贡献。但企业在迅速发展的同时,一系列新的现实挑战也逐渐摆在了企业面前:(1)转轨时期由政策调整形成的获利空间逐渐消失;(2)市场竞争日趋激烈,随着产品和服务档次在竞争中不断提高,企业对人才和技术的要求也越来越高;(3)企业在扩大资本积累的同时,沉积的许多矛盾,制约了企业发展等,这些都成为企业发展过程中所共同面对的问题。而解决上述问题的一个关键点则在于,如何通过提高企业自身的凝聚力,保证企业在市场竞争中的生存和成长,这是企业领导们所思考的,也是理论研究界亟待探讨的。

在竞争日益激烈的今天,仅靠某个管理人员的力量,已经很难获得经营活动的成功,团队的力量尤其是高层领导团队的凝聚力逐渐成为企业成功的关键因素之一。20世纪80年代以来,有关团队的研究主要集中于两点:一是对团队的基本分析,包括团队的定义与构成要素、团队精神、团队的目标与建设、团队合作、团队沟通与问题的解决、团队成员信任度的提升等;二是对财富团队、策划团队、知识团队及高层管理团队等的应用研究。这些研究都是在探讨团队绩效的种种影响因素,目的就是提出提高团队有效性的方法和措施。通过对国内外相关文献的分析,可以得到:目前对团队管理的研究还处于起步阶段,而很少有关于领导团队成员内部社会资本影响绩效的作用机制的研究。

社会资本概念在操作层面上,被认为是行动者在行动中获取和使用的,嵌入社会关系网络中的资源。自 20 世纪 80 年代以来,社会资本理论的提出,引起了社会学及管理学界的高度重视。在组织管理领域,社会资本理论研究虽然起步较晚,但迅速形成了“关系观”学说。该学说的核心观点是:竞争优势不仅源自企业孤立的资源,而且还包括镶嵌在二元或网络关系中难以模仿的能力。西方许多学者实证研究发现,社会资本是影响个体寻找职业、晋升、报酬与工作绩效、团队绩效以及组织内或组织间知识转移、组织学习与资本获取等一系列组织结果的重要变量。

近年来,国内很多学者也非常重视社会资本理论的研究,张其仔、边燕杰、邱海雄等一大批学者对社会资本与企业绩效的关系,以及如何打造企业的竞争优势等进行了具体的研究。但是,在此之前的绝大多数有关社会资本的研究,只集中在个体和企业层面上,很少有学者关注团队的社会资本。团队作为一个组织,它的基本要求是合作,它需要成员通过社会关系来交换彼此的信息。社会资本理论的核心是信任、规范和网络等,社会资本既是促成优秀团队产生的重要因素,也是优秀团队产生的结果。^[1]

企业管理的发展告诉我们:企业是一个经济组织,它的目标是创造价值,实现利润最大化,企业既可以通过企业间的竞争瓜分整体价值,也可以通过凝聚企业内部社会资本增强企业凝聚力,从而获得更多的正价值。^[2]领导团队是指具有一定管理能力,拥有相应的权利与责任,从事生产经营管理活动的领导层。本文中所研究的领导团队是指企业中处于副厂级以上的管理人员组或团队。他们在整个管理过程中占主导地位。他们的行为直接影响到整个企业的工作氛围、文化环境、人际关系等,进而影响到员工积极性、创造性的发挥。企业的领导成员通过对财产和物资的调配、对人力资源的协调分配,使团队中各成员的力量得以放大,从而产生极强的凝聚力。所以,企业领导团队的社会资本能否成为企业的重要资源,这种资源能否成为企业提升凝聚力的要素基础之一,就成为学者们需要着重考虑的问题。

鉴于此,本文从社会资本的视角出发,探讨企业领导团队社会资本对企业领导团队凝聚力以及企业经营成长绩效的作用,并引入领导团队凝聚力为中介变量,探讨其是否在企业领导团队社会资本与经营成长绩效中发挥中介效应。

第二节 研究目的与意义

中国企业之所以能够较快的发展进步,推动中国经济的跨越式发展,其中一个重要的原因就是企业领导团队积极动员和利用社会资本,实现了其与物质资本和人力资本的有机结合,增加了企业的核心竞争力,促进了企业的发展。转型时期,中国企业的领导团队在企业关系网络上进行了大量的投入,同时也承受了很大的风险。正是因为企业和社会资本投资中所存在的风险,有可能降低企业社会资本投资的积极性,使企业效率降低,因此作为企业管理者的领导团队,如何进一步发挥自身能动性,动员、利用社会资本处理好与企业利益相关者之间方方面面的关系,通过借用、整合内部各种有形和无形资源,不断分解、重构和重塑企业凝聚力,提高企业对市场竞争环境的适应能力,并最终带来经营绩效的飞跃,便成为企业发展中的重要课题。

在理论方面,影响企业绩效的各种因素是企业管理学界一直关注的话题,本研究的视角将与以往过去的研究有所不同,在对企业领导团队社会资本与企业绩效之间的关系研究中,选取企业团队凝聚力这一中介变量,建立上述三者之间的联系,并通过实证方法对其进行验证。同时在对理论的拓展上,揭示企业领导团队社会资本与团队凝聚力的内在联系,领导团队社会资本对企业成长经营绩效体的作用,探讨领导团队凝聚力的中介作用,以丰富企业社会资本与企业凝聚力理论。

从实践层面上看,企业是以盈利为目的的经济组织,确定企业绩效的影响因素,企业便可以将努力的重点放在更为恰当的地方。明确了企业团队社会资本、凝聚力以及企业绩效之间的关系,企业

就可以据此在实践中采取相应的措施,积累企业社会资本,优化配置企业领导团队社会资本,增强企业领导团队凝聚力、提高经营成长绩效。

第三节 文章写作思路

一、主要研究内容

本论文主要以社会资本理论为研究出发点,以中小型制造业企业为研究对象,探索构建中国企业领导团队社会资本构成、领导团队凝聚力及企业成长经营绩效三者间关系的模型。研究企业领导团队的社会资本与团队凝聚力的关系,进而在此基础上,探讨对企业经营成长绩效的影响作用。通过分析,以期对企业领导团队社会资本对企业领导团队凝聚力以及企业成长经营绩效的作用机理进行初步揭示。

具体来说,主要内容包括以下五个方面:

(1)绪论。主要介绍研究背景、目的和意义。主要介绍本研究的时代背景、选题的重要性和必要性、国内外研究现状,提出初步的研究思路和相关研究框架以及本论文的研究内容和方法,为论文的整个研究工作做好前期准备。

(2)文献探讨。回顾探讨本研究已有的国内外的相关理论。主要包括社会资本理论及企业领导团队社会资本理论,领导团队凝聚力理论,通过对国内外关于企业领导团队社会资本、团队凝聚力理论以及二者与企业经营成长绩效的关系理论的回顾与总结,吸收其精华,找出需要完善的地方,为本文的进一步研究奠定理论基础。

(3)研究模型的构建与假设研究。在对已有研究深入分析、总结的基础上,围绕企业领导团队社会资本、企业领导团队凝聚力及企业绩效等变量提出本研究的模型,并对模型的重要指标进行解释。接下来在对相关文献进行分析的基础上,提出本文的研究假

设,即领导团队的社会资本各维度对凝聚力有正向影响作用,团队凝聚力又正向影响了我国中小制造业企业的企业绩效,企业领导团队凝聚力在企业领导团队社会资本与企业经营成长绩效关系中发挥中介效应。

(4)调查问卷的设计与分析。首先根据本文的研究思路进行问卷设计,然后对问卷的发放与回收对变量进行测量,并简要说明所使用的数据分析方法,再对回收的有效问卷进行信度、效度检验分析。信度分析时通过计算 Cronbach's Alpha 值来考察,结构效度分析则是通过因素分析的方法来检验,以验证所做指标的结构有效性。最后使用 SPSS 统计方法对数据进行分析,对样本进行描述性说明,然后为了对前文提出的假设进行验证,分别对模型中的各个变量之间的因果关系进行相关分析和回归分析,界定出企业领导团队社会资本、企业领导团队凝聚力与企业经营成长绩效三者的关系。进而从社会资本结构维度、关系维度和认知维度三个角度分析企业如何有效的提升任务凝聚力和交往凝聚力,进而提高企业的绩效。

(5)结论与展望。本章为论文的最后部分,主要是总结归纳本文所获得的结论。利用所掌握的知识与信息对结论进行的合理的解释。并在此基础上提出了研究结果和研究方法所存在的不足之处,为今后的研究提供参考和建议。

二、技术路线

本文通过对现有文献的阅读和实际现状的调查,确定研究问题,并且根据文献综述,确认研究范围,接着提出构建模型和假设,运用 SPSS13.0 统计分析软件进行实证分析,最终进行资料分析,得出研究结果,技术路线如图 1-1 所示:

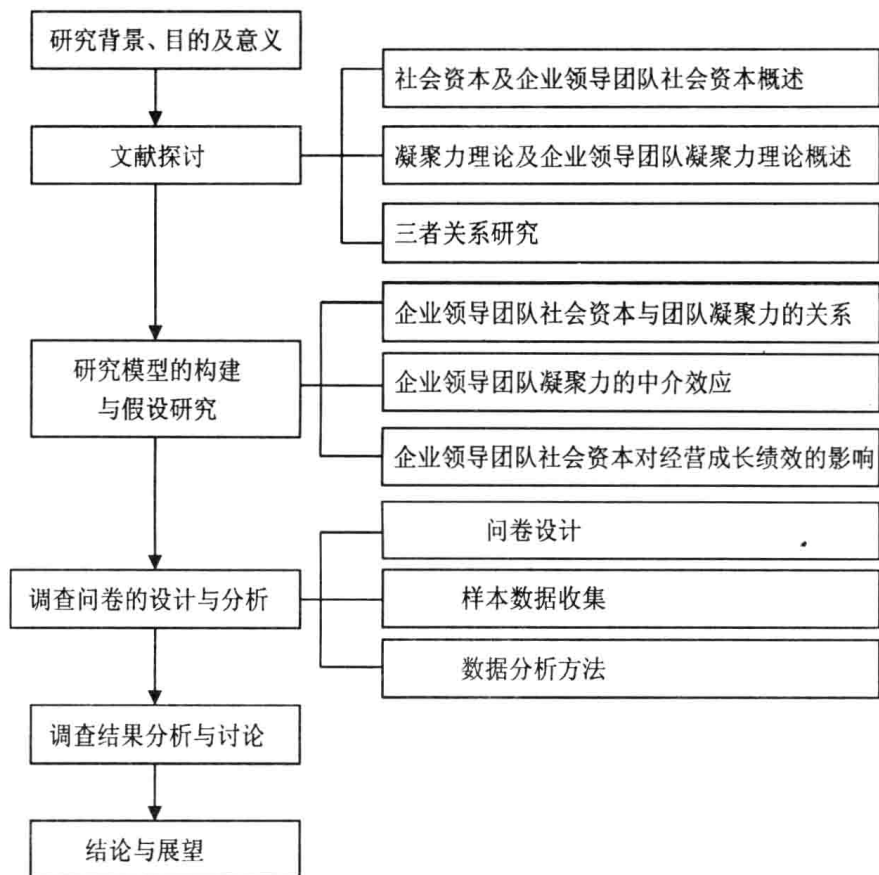


图 1-1 技术路线

第四节 研究方法

本文在理论研究的基础上,运用实证的方法进行研究,使得理论与实证研究相结合、定性与定量相互补充,具体如下:

(1)文献研究。通过查阅相关研究及文献,深入了解相关理论的研究脉络和最新动态,总结出有关研究的经验及不足,为理论与实证研究奠定基础。

(2)问卷调查。问卷调查法是通过问卷的设计与发放的方式来收集数据。本研究经过问题的收集、问卷的编制、问卷的预试修

订,最后形成正式问卷,针对被研究者发放正式问卷,并及时回收,整理出有效数据,为统计分析提供数据支持。本文拟选取淄博市科技工业园、周村开发区等具有代表性的制造业企业进行问卷调查,并采用统计分析软件作为分析工具。

(3)统计分析。统计分析方法是通过对研究对象间数量关系进行数学分析,在分析结果的基础上认识和揭示事物间的内在联系、变化规律及发展趋势,从而正确地解释现象的发生,预测事物的发展方向,进而进行科学的决策。本研究采用统计分析软件SPSS13.0对收集到的有效数据进行探索性因素分析、效度和信度分析、描述性统计分析、相关分析和回归分析等。

第五节 研究的创新点

(1)理论方面。将社会资本理论引入管理研究领域的课题研究论文非常多,但多数都是一般性的论述文,多为无实证之理论分析。经查阅与检索,尚未发现国内外关于以领导团队凝聚力作为中介变量探讨企业领导团队社会资本与企业经营成长绩效间关系的研究。所以,从总体上来讲,本论文无论从理论探索还是从分析方法上来说,均是一种新的尝试。

(2)实践方面。本研究在调查的基础上,通过构建企业领导团队社会资本、领导团队凝聚力及企业经营成长绩效三者间的概念模型,并运用实证数据对模型进行检验分析,探讨企业领导团队社会资本对企业经营成长绩效的影响作用。这将有利于中小型制造企业根据自己的实际,进行科学的决策,优化团队社会资本,增强团队凝聚力,进而提高企业的经济效益。

第二章 文献探讨

第一节 社会资本与企业领导团队社会资本

一、社会资本的概念及研究角度

关于社会资本的概念,众多学者做了许多开拓性的研究工作。由于各自所处的时期、知识背景的不同,学者们探讨社会资本这个概念时的侧重点也有所不同。主要有以下三个方面:

(1)从社会规范的角度论述社会资本。詹姆斯·科尔曼(James Coleman,1988)认为社会资本可以通过其功能来定义,它不是单一的实体,而是具有两大共同特性的实体的集合;它们都是由社会结构的某些方面所组成,这种社会结构有利于其中人们的行动。科尔曼主要将社会资本归结为规则,认为存在于社会关系网络内部的规则决定人们的义务和期望,并且提供了惩罚机制,从而有利于集体目标和行动的实现。^[3] 在此之后,普特南(Putnam,1993)则这样定义社会资本:社会资本是那些有利于为了相互的利益而进行协调与合作的社会组织的特性,诸如网络、规范和社会信任,并且认为社会资本可以在很大程度上提高社会集体行动的效率。他主要探讨的是群体整体之间的社会网络、成员间的联系、互动、信任、规范机制等。^[4] Willcocks(1998)认为社会资本是内化于社会网络中的信息、信任和互惠规范^[5]。

(2)从社会网络的角度论述社会资本。格兰诺维特(Granovetter,1973)的“嵌入性”概念和“弱关系假设”是社会资本理论发展的重要基础,他认为弱关系是沟通不同群体的信息桥,该信息桥可

以使信息从桥的一端 A 的任何人际接触,传递到另一端 B 的任何一个接触的人^[6]。伯特(Burt, 1992)吸取了科尔曼和格兰诺维特的思想精髓后提出了著名的“结构洞理论”,社会资本是指企业内部和企业间的关系,它是最终竞争成功的决定者;社会资本指朋友或者同事间的普遍联系,通过它们可以得到使用其他形式资本的机会^[7]。Pennar(1997)认为社会资本是影响个人行为进而影响经济增长的社会关系网络^[8]。林南(Lin Nan, 1999)等学者把社会资本定义为“内含在社会结构中通过企业的关系网络和企业家人际关系所获得的、能够动员的各种资源”。这些资源不仅可以帮助企业取得更大的利益,而且这些资源又仅能在社会网络中才能取得^[9]。我国的学者张其仔(1999)对社会资本的看法和 Lin 很相似,他也将社会资本定义为社会网络和其中的资源^[10]。

(3)从资源与能力的角度论述社会资本。布尔迪厄(Bourdieu, 1983)认为企业社会资本是正式的或虚拟资源的总和,这些资源与某种持久网络的占有密切相关,这一网络就是大家共同熟悉的、并且得到公认的一种体制化的关系网络,因而它是自然积累而成的^[11]。Fukuyama(1995)认为社会资本是人们为了集体和组织的目的而共同工作的能力^[12]。波茨(Portes, 1998)认为:社会资本是处在网络或者更广泛的社会结构中的行动主体与社会的联系以及行动主体所具有的通过这种联系来摄取稀缺资源的能力。波茨还认为这种获取稀缺资源的能力不是个人所拥有的,它是存在于个人与他人关系中的一种“嵌入”结果^[13]。

值得注意的是,企业的社会资本并不是简单地直接套用社会资本的概念。企业作为经济行为的主体,它的生存与发展处在各种各样的联系当中,这种联系与之相对应的规则体系形成一个特殊的系统。总的来讲,学术界对企业社会资本的概念也有分歧,主要分为两派:

(1)基于资源的企业社会资本的概念。Nahapiet 和 Ghoshal (1998)通过对先前研究社会资本的文献的回顾总结提出,企业的社会资本是那些实在的和潜在的资源整体,这些资源出自嵌入