



**THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORK AND EMPLOYEE
SELF-INITIATED BEHAVIOR ON CORPORATE
PERFORMANCE**

BY

YANG YINGYUE



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
INTERNATIONAL CHINESE COLLEGE
GRADUATE SCHOOL , RANGSIT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2018**



社会网络与员工自发性行为对公司绩效的影响



杨颖玥

撰

此论文为

工商管理专业

之专业学术毕业论文

中国国际学院

兰实大学中国国际学院

公历 2018 学年

Thesis entitled

**THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORK AND EMPLOYEE SELF-
INITIATED BEHAVIOR ON CORPORATE PERFORMANCE**

by
YANG YINGYUE

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Master of Business Administration

Rangsit University
Academic Year 2018

Asst. Prof. Chen Ao, Ph.D.
Examination Committee Chairperson

Assoc. Prof. Shu-Chen Yang, Ph.D.
Member

Prof. Duan Wan Chun
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plт.Off. Vanee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

June 20, 2019

致谢

時光飛逝，兩年的留學生活即將結束，在兩年的時間裏，我有幸認識了許多臺灣的同學和老師，不僅和他們建立了深厚的友情，同時也學習到了很多為人處世的方法，也深深的體會到了在不同文化背景教育下不同的待人處事的方法，找到了許多自己的不足之處，為以後的生活和學習奠定了更加堅實的基礎。作為班級裏年齡最小的學生，在各個方面都收到了同學們的照顧，特別感謝班長、歐良昌同學、陳美珠同學、婉如同學等等的幫助和支持，無論是生活上還是學習上都給了我很多的啟示。

再就是要感謝各位老師在這兩年裏給我的指導和教育，從我的論文選題、開題、撰寫、到論文的定稿，就是因為老師們的治學嚴謹、知識淵博、謙虛平和，與他們的每一次談話都讓我有所體悟和成長，在撰寫論文的子裏，每每遇到難題無法解決時，老師總能給我許多的意見和建議，甚至不厭其煩的一遍遍指導和幫助我，在這兩年的時間裏，老師們不僅教會我什麼是做學問的態度，更重要的是面對困難迎難而上的心態和為人處世的道理，在未來的日子裏我將帶著這些繼續努力，不斷錘煉自己、超越自己，讓自己變得更加優秀。

同時我也十分感謝蘭實大學和高雄大學的各位領導和老師們，謝謝老師們不遺餘力地給與我知識，和對生活上的種種幫助，我永遠都不會忘記各位老師的良苦用心，不會辜負老師們的諄諄教誨。感謝同學們的真誠付出，使我在學業上更加順利，生活中總能感受到溫暖。最後，我還要向在百忙之中評閱論文和參加答辯的各位專家、教授致以真誠的謝意！

楊穎玥

研究生

**6005434 : MAJOR: MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION;
M.B.A.**

**KEYWORDS : SOCIAL NETWORK, EMPLOYEE SELF-INITIATED
BEHAVIOR, VOICE BEHAVIOR, ORGANIZATIONAL
CITIZENSHIP BEHAVIOR, CORPORATE
PERFORMANCE**

**YANG YINGYUE: THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORK
AND EMPLOYEE SELF-INITIATED BEHAVIOR ON CORPORATE
PERFORMANCE. THESIS ADVISOR: PROF. WANCHUN DUAN, 65 p.**

In the current competitive market environment, the traditional management method can no longer meet the needs of the company's survival and further development. The company began to pay attention to the internal management of the company, and thus arise the concept of employee self-initiated behavior under the social network within the company. This research is aimed to verify if company can use social network analysis methods to establish a good social network for employees inside and outside the company, so that employees can spontaneously complete existing tasks in the company and at the same time carry out some behaviors that are beneficial to the company. Based on the theoretical research on the two variables of social network and employee self-initiated behavior, this research uses the questionnaire survey method to study the impact of the two variables on the company's performance. In the analysis of the research and the questionnaire, we selected some representative dimensions. Under these dimensions, we found that both social networks and employee self-initiated behaviors have a significant positive impact on company performance. This study further tested the relationship between the subsets of social network which are social network scale, centrality and heterogeneity, and the subsets of employee self-initiated behavior which are voice behavior, organizational citizenship behavior, and prosocial behavior. Finally, social network is definitely one of the focus that company shall look into for future developments.

Student's Signature.....Thesis Adviser's Signature.....

6005434 : 工商管理; M. B. A.

关键词 : 社会网络, 员工自发性行为, 建言行为, 组织公民行为, 公司绩效

杨颖玥 : 社会网络与员工自发性行为对公司绩效的影响; 论文导师: 段万春教授, 65 页。

在现在竞争激烈的市场环境下单靠原来的传统管理学已经无法满足公司的生存与发展的需求, 公司开始重视对企业内部的管理, 由此公司在企业内的社会网络下员工自发性行为的概念由此而生, 我们的研究是为了证明, 企业通过运用社会网络分析的方法, 对员工在企业内外部建立一个良好的社交网络, 从而使得员工在企业中能够自发的完成现有的工作任务的同时开展一些对企业有利的行为; 本研究在对社会网络和员工自发性行为这两个变量的理论研究基础上, 主要运用问卷调查的方法来研究二者对公司绩效产生的影响, 通过问卷调查分析, 我们选取了一些有代表性的维度, 在这些维度下研究发现社会网络与员工自发性行为两者均会对公司绩效产生显著的正向影响。以理论与实际相结合本研究进一步整理了社会网络在规模、中心性和异质性与员工自发性行为的建言行为、组织公民行为、亲社会行为之间的关系, 最终对公司绩效产生的影响。最后是这也是一种未来企业管理可以借鉴和研究的发展方向之一。

学生签字.....指导老师签字.....

目录

	页	
致谢	i	
英文摘要	ii	
中文摘要	iii	
目录	iv	
表目录	vii	
图目录	viii	
第 1 章	绪论	1
	1.1 研究背景	1
	1.2 研究动机及目的	3
	1.3 研究问题	3
	1.4 研究流程	4
第 2 章	理论和文献综述	6
	2.1 社会网络理论	6
	2.1.1 社会网络的概念	7
	2.1.2 社会网络理论的本质	8
	2.1.3 社会网络结构维度与关系强度	9
	2.2 自发性行为理论	10
	2.2.1 自发性行为的概念	11

目录 (续)

	页
2.2.2 自发性行为的内涵	13
2.3 公司绩效的理论	14
2.3.1 公司绩效的衡量与评价指标	15
2.3.2 公司绩效评价	16
2.4 社会网络、员工自发性行为、公司绩效之关系	17
2.4.1 社会网络与员工自发性行为之间的关系	17
2.4.2 社会网络与公司绩效的关系	18
2.4.3 自发性行为与公司绩效的关系	19
第 3 章 研究方法	20
3.1 研究架构	20
3.2 研究假设	21
3.3 研究设计	22
3.3.1 前测问卷设计	22
3.3.2 前测对象	22
3.3.3 前测的信度	24
3.3.4 前测的效度	24
第 4 章 实证分析及讨论	30
4.1 样本基本情况分析	30

目录 (续)

	页
4.2 正式问卷信效度分析	32
4.2.1 信度分析	32
4.2.2 探索性因子分析	33
4.2.3 验证性因子分析	36
4.3 结构方程	39
4.3.1 指标拟合度	40
4.3.2 结构方程模型的结果	41
4.3.3 结构方程结构分析	42
第 5 章 结论与展望	46
5.1 结论	46
5.2 实务上的启示	48
5.3 研究局限和展望	50
参考文献	51
附录	60
附录 调查问卷	61
个人简历	65

表目录

表		页
3.1	问卷参考来源	22
3.2	研究对象基本特征	23
3.3	信度检测结果	24
3.4	效度检测结果	25
3.5	主成分分析总方差解释表	26
3.6	旋转后的成分截距	27
4.1	人口特征描述性统计分析	30
4.2	正式问卷的信度结果	32
4.3	KMO 和巴特利特检验	33
4.4	主成分解释变异数	34
4.5	探索性因子分析	35
4.6	验证性因子分析的拟合指标	36
4.7	验证性因子分析 P 值检验	37
4.8	整体 P 值测量检定	38
4.9	结构方程拟合指标	40
4.10	结构方程 P 值检定	42
4.11	假设 1 检定结果	43
4.12	假设 2 检定结果	44
4.13	假设 3 检定结果	45

图目录

	页
图	
1.1 基本研究思路	5
3.1 研究框架	21
4.1 结构方程模型	40
4.2 各个维度的路径系数	41



第 1 章

绪论

1.1 研究背景

随着管理学的发展，许多新颖的管理方式也逐渐成熟，原来被管理者所忽略的对于人性的方面管理也逐渐被纳入到员工的日常管理当中，因此企业在对员工的管理机制上也是日益更新，这些改变给企业的运营管理带来了巨大的影响，其中社会网络分析这一方式也已经深入到各个行业领域，只要是一个有人聚集并且形成了组织的地方，必然会有社会网络的构成，对于一个企业来说员工是必不可少的，在第一次工业革命的时候，企业是通过榨取员工的剩余价值来获取利益的，通过管理学多年的发展和信息技术带来的变革，现在的企业的获利方式不仅仅只是员工的剩余价值，获利方式变的更加多样化，员工的角色也发生了一些变化成为了获取利益的渠道和方法之一，更多的时候员工在做的事情是在企业现有的平台条件下挖掘新的获利点，而这种行为通常是自发性的，所以如何运用社会网络来管理企业中的员工、激发员工的自主行为，是现代管理学企业管理需要纳入考量的一个方向。

“社会网络”是指社会个体成员之间因为互动而形成的相对稳定的关系体系，社会网络关注的是人们之间的互动和联系，社会互动会影响人们的社会行为。社会网络理论认为，人与人在社交生活中会产生交互影响，如果一个人具有较强的自发性行为，那么他会周围其他人产生积极性的同质性影响，他社会网络中的其他人可能也会有较强的自发性行为。而这种影响目前只存在于理论之中，仍旧缺少实证性的分析与证明。

员工“自发性行为”是指组织中的知识员工为了更好地完成工作任务，所表现出的一系列自发或自觉的行为。对于新兴行业的企业来讲，由于其生产活动具有较高的科技含量，所以往往需要员工有较强的学习自觉性，需要员工有较强的、较频繁的自发性行为。因此，如何鼓励员工积极实施自发性行为，藉以提高员工的工作水平及企业生产效率，乃是当今企业因应科技发展，在人力资源上所必然重视的要项之一。所以研究影响员工自发性行为的因素，对于企业组织绩效来讲有重要的作用。

“公司绩效”一直是衡量一个公司的经营好坏的重要指标，也是公司管理层最为重视的指标之一。通常情况下是指在一定时间内完成组织的任务、效率和盈利的情况，组织绩效的实现是通过员工个人绩效的完成而是实现的，员工只有按量完成了组织发布的任务，通过了绩效考核才能实现绩效的提高，但是在实际情况中，员工绩效提高并不一定会提高组织绩效。

在过去的相关研究当中，学者们针对“社会网络对员工自发性行为的影响”（张斌，肖刚 & 张剑渝. 2011）；“社会网络对组织绩效的影响”（李高吉，2010）、（刘苹，蔡鹏 & 蒋斌. 2010）、（Fernández - Pérez, V. & García - Morales, V. J, 2012）以及“员工的自发性行为对组织绩效的影响”（Wang & Ahmed, 2004）、（Giovannin, 1991）。这些研究表明在社会网络相关理论被运用到企业的管理时，会对公司绩效产生一定的影响；在企业中员工的自发性行为同样会对公司绩效产生很大的影响，但是这些文章中并没有针对社会网络与员工自发性行为是否会随着时间而变化以及社会网络和员工的自发性两者之间相互影响的结果而对公司绩效产什么影响等等问题进行深入的研究。另外本文也想了解社会网络与员工自发性行为对公司绩效的影响是否会因为观察对象的不同而产生不同的结果。

1.2 研究动机及目的

我们的研究是为了证明，企业通过运用社会网络分析的方法，对员工在企业内外部建立一个良好的社交网络，从而使得员工在企业中能够自发的完成现有的工作任务的同时开展一些对企业有利的创新行为；反之在员工自发的行为影响下，对员工建立良好的社会网络也起到推动的作用。通过对社会网络和员工自发性行为这两个变量的相互作用的研究分析，来达到企业绩效提高的目的，这也是一种未来企业管理可以借鉴和研究的发展方向之一。

在以往的研究中，前人通过对企业的深度访谈进行分析和解释其中单一变量所产生的影响；也有人通过问卷调查的方式来了解当时员工和管理层在企业管理中所表现出来的自发性行为对组织绩效产生的影响或是社会网络对提高企业绩效的影响（罗军，2013）；还有一些学者通过对社会学、管理学、行为心理学等等多个领域进行分析总结出社会网络对员工自发性行为是有影响的。这些方法并没有对企业的整个发展历程的变化进行全面的分析，现有的回归结果没有能证明两个变量对组织绩效的影响，根据前人的研究作为基础本文会将企业在两个变量影响之下产生的结果，使用追踪资料模型进行实证分析，将社会网络和企业员工自发性行为的影响量化，最终研究其对组织绩效的影响。

本文的研究至少有以下两点目的：第一，通过实证分析，探讨社会网络对员工自发性行为的影响，从中找到二者之间的影响关系，最终对绩效产生的影响有一定的实践意义。第二，通过对二者之间的理论逻辑关系进行梳理，找出其中对绩效产生的影响，从而为以后的研究提供一定的理论基础，具有深切意义。

1.3 研究问题

基于上述现实背景与理论逻辑，本文以企业员工作为研究对象，针对上诉两

个研究目的从两个不同的方向提出研究问题，在研究社会网络与员工自发性行为对组织绩效的影响时，我们首先要探讨的是社会网络与员工自发性之间的相互影响。我们拟解决以下几个问题：

- 1) 在企业内社会网络对企业员工自发性行为是否有显著影响？
- 2) 在企业内社会网络的变化是否会对公司绩效有正向影响？
- 3) 企业员工的自发性行为会对公司绩效产生是否具有显著影响？

1.4 研究流程

本文将紧密围绕“社会网络与员工自发性行为对组织绩效的影响”这一基本问题，从企业内部的社会网络、员工的自发性行为的理论视角，分析二者对公司绩效的影响程度和影响因素。

本文使用实证分析方法，将理论与实证相结合，首先探讨社会网络、企业员工自发性行为和组织绩效的相关文献、理论概念进行梳理，再此基础上用统计分析的方法来研究社会网络和员工自发性行为的关系，以及两者对于公司绩效的影响，这里将社会网络和员工自发性行为二者作为自变量，将组织绩效作为因变量进行了一系列的实证分析。之后以案例为例，从实务的方面分析了本文的论题及假设，初步验证了理论假设，并为最后的定量分析提出了初步模型。

在文献研究和案例研究的基础上，界定相关变量的类型及特点，推断出各个变量之间的关系，提出本文研究模型和假设。最后采用大样本问卷调查和统计分析的方法检验论题假设的合理性，在问卷发放与收集基础上，运用 SPSS 进行相关统计分析和假设检验。本文的基本研究流程，如图所示：

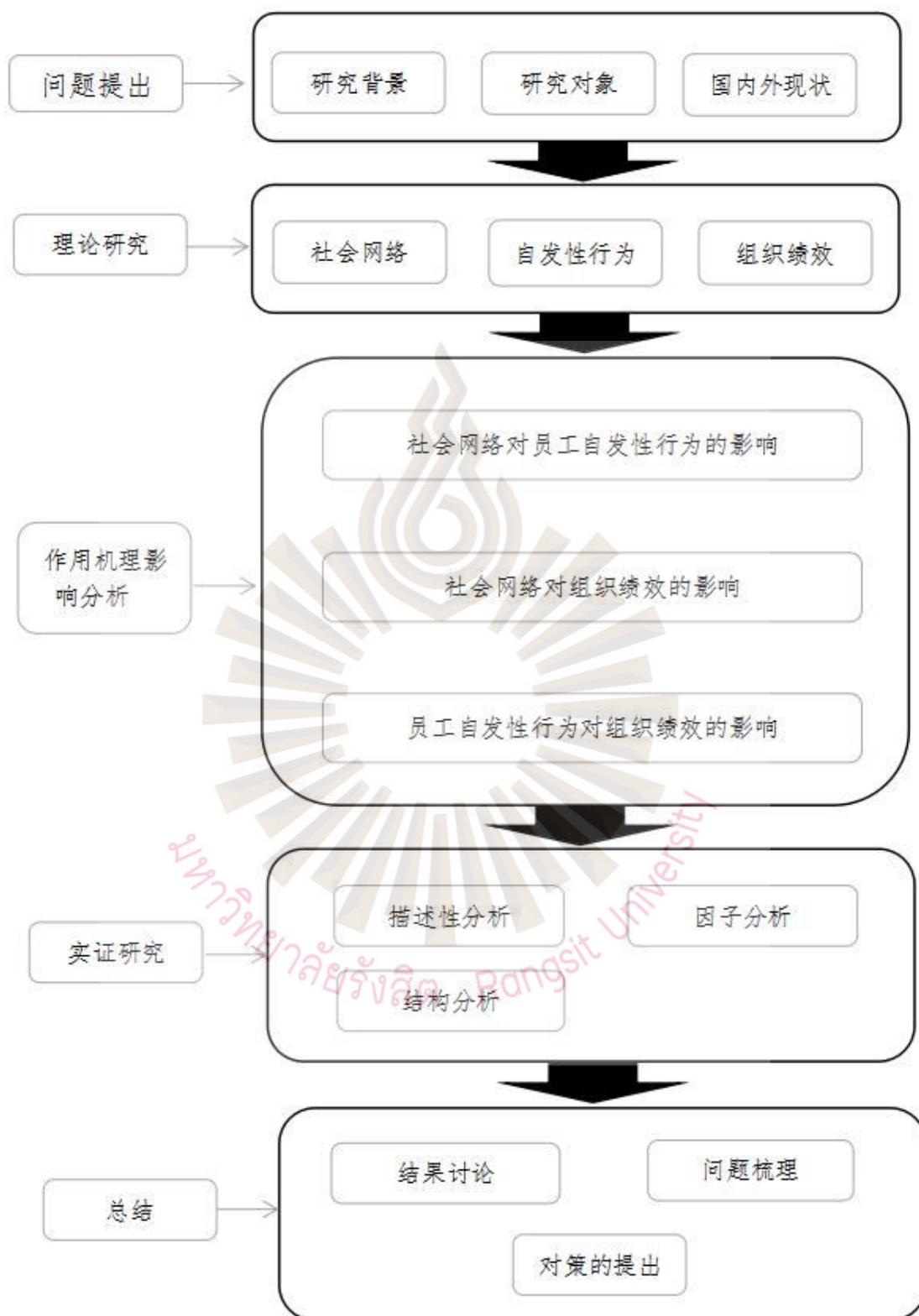


图 1.1 基本研究思路图所示

第 2 章

理论和文献研究综述

2.1 社会网络理论

社会网络这一概念起源于人类科学、社会学、心理学。社会网络理论首先是由德国古典学家 Simmel 在 20 世纪初所提出的，他强调了过去学者所没有重视的人机互动层面、网络关系的产生和建立连接；在心理学中，心理医生 Moreno（Sociometry 杂志的创始人）也提出了这一概念，用于测量社会关系，以便研究社会结构与心理健康的关系；在人类科学领域人类学家 Barnes 在 1954 年最先提出了社会网络分析这个词，他在挪威渔村进行社会结构研究时发现：从正式的社会结构层面（如：职业、地位、所处社会地位等角度）分析研究是不能全面的了解整个社会结构的，反之如果从非正式的角度（如：亲朋好友或是邻里之间的关系发展）进行分析研究，能够更好地观察整个实验体的互动状况。一直到 20 世纪 60 年代后期，许多相关领域的学者针对社会网络这个领域做了大量的研究证明，才推动了社会网络理论的发展。换言之，社会网络分析法（Social Networks Analysis）是由社会网络理论所延伸出来的分析工具，其结合了计量社会学，数学，社会心理学，平衡理论，图形理论，社会比较理论等各领域的成果（Kliduff & Tsai, 2003）在过去的 40 年里，以社会网络为关键字的研究文献与有关的科学出版物成倍增长，由此起在类似的网络研究也被运用到其他许多领域的复杂社会系统中（Barabasi, 2002; Newman, 2003; Watts, 2004）。

2.1.1 社会网络的概念

社会网络的研究起源于人类学家在探讨复杂社会人机互动关系时，发现传统

的结构功能理论无法解释实际的人际互动行为（Banck, 1973; Mitchell, 1973; Milardo, 1988），所以要寻求新的理论。在社会网络中，网络是由一个个节点和节点之间的联系构成的，其中网络节点是指网络的个体成员（例如：个人、群体、组织甚至是国家和社会），它们之间的联系就包括人际互动的情感网络和理性的工具网络。社会网络是指某一群体中个体间特定的连接关系（Mitchell, 1969; Tichyetal, 1979）。

社会网络主要由三个要素构成：行动者、各个行动者之间的关系和连接的方式。社会网络就是一组节点通过社会关系链接所呈现的形态，这里的行动者就是节点，各个行动者之间的关系和连接的方式就是他们的联系，社会网络就是建立在信任、互惠、合作基础上的人际关系。（邓学军，2009）认为，有些因血缘或地缘关系先天具备的或后天在交往过程中形成与其他成员之间的联系网络，也是企业获得外部资源的重要通道。（Lin, 2005）社会网络资源是一个个体层面的概念，对企业发展而言，此种充当资源交换通道的企业内部人员在社会关系网络就是企业发展所需的一种宝贵资源。（Kim & Aldrich, 2004）也认为，企业的社会网络结构决定了可为其所用资源的丰富程度。

通过对现有社会网络的研究文献的研究分析显示，吴俊杰（2013）在他的论文中综合整理了对社会关系网络相应的界定，在学界分别从不同行为主体出发，主要包括了社会资本观（Piere.B, 1985; James.C, 1988; 盛意, 2010）、社会资源观（Johnson & Mattson, 1986; Thorelli, 1986; Gulati, 1999; Lin, 2000; 李锦玲, 李延喜 & 栾庆伟, 2011）、网络结构（Ottenberg, 2010; Uzzi, 1997; 殷德生, 2001; 李正彪, 2010; Purayil, 2018）和市场网络（Harrison.W, 1981）四个视角，从这四个视角出发，结合这些视角从关系网络建立的动机、网络基础、网络类型、表现形式等方面进行了描述，首先从视角来看，社会资本视角强调资本是内容，网络是形式；社会资源视角侧重网络中存在社会资源；结构主义强调如何影响个体行为；市场视角强调网络即是市场。

其次社会网络研究可分为宏观层面与微观层面 (Crozier, 1972), 宏观层面, 主要应用于社群研究 (Luo, 2005, Anonymous, 2006); 个体微观层面, 如职业生涯规划 (Granovetter, 1974), 社会化 (Edstrom & Galbraith, 1977)。再三从内容与形式上看, 社会关系网络的主体包括股东、员工、消费者、管理人员、政府、分销商以及特殊的利益集团等, 表现为组织内外的关系网络 (李正彪, 2010)。最后, 从关系角度来看, 内涵强调了关系网络的动态性 (Foss, 1997; Gulati, 1998; Tsang, 1999)。通过上述分析可以知道, 社会网络是可以影响个体行为的。

综上所述, 根据国内外学者对社会网络的定义可以看出行动者和他们之间的关系就是社会网络的核心, 在本文的研究中, 研究对象就是企业内部由管理者和员工组成的社会网络, 综合上述学者对社会网络的定义和本文的研究主题, 我们将企业员工和他们之间的关系作为社会网络分析的基本单位之一。

2.1.2 社会网络理论的本质

社会网络探讨的核心基础就是行动者之间的关系连接, 强调把结构关系作为导向原则, 社会结构的组成是“有形实体之间关系模式的规律性, 而不是抽象的规范和价值之间的协调, 也不是对这些有形实体的特征进行分类” (White, boorman & Breiger, 1976; Lin, 2002)。

社会网络的结构和背景会影响到网络中个体的认知、态度、行为和信念, 因此社会网络研究一开始就是要刻画、测量展现这些结构关系, 之后再来说明其中产生的原因和最后的结果。个体身处于关系网络之中时, 个体的行为举止和待人处事等诸多方面必然都会在某种程度上受到其它相关个体的影响, 所以在这种情况下必须考虑其它相关个体的态度与行为, 从而导致了个体本身的行为也受到限制。例如在整体利益和个体利益发生冲突时, 为了顾及整体的利益, 个体要做出是否妥协的决定; 或为了维持良好的关系, 需要表现出能让其它大多数成员所期

望或满意的言行举止，而不能完全依自己的意志行动（Kilduff & Tsai, 2003）。

在实际情况中个体间关系的建立，与个体间接触互动的机会、建立关系的意愿、关系建立的能力都有影响，其中关系能否建立起来的最不稳定的因素就是“意愿”，在这些影响因素之中，经济理性的社会交换理论不包含在内，还包括许多深层的心理因素，例如情感因素、内在成就动机、社会归类、社会认同、社会支持、自尊等。因此，个体的属性及成对匹配性便在其间扮演重要的角色，因为涉及的相关不确定因素太多，所以这部份是社会网络理论忽略不计的，同时这也是未来社会网络可以研究发展的方向之一（罗军，2013）。

2.1.3 社会网络结构维度与关系强度

任迎伟（2011）在《社会网络关系强度视角下的创业行为研究》一文中充分研究了社会网络结构的维度，他认为社会网络的结构主要包括：网络规模、网络密度、关系强度、结构洞等。本文根据研究目的的性质选取了其中的三个维度来证明和构建之后的问卷，首先是网络规模，他是最直接的衡量社会网络结构的维度。在自我中心网络研究方法中，网络规模是指与社会网络的某一成员直接联系的其他成员的数量（耿新，2008）。其次是中心性，他是社会网络分析的重点之一，个体的中心度（Centrality）测量的是个体处于网络中心的程度，可以反映个体在网络中的重要性。最后是异质性，他是社会网络关系强度的替代指标（Hoang, Antonic, 2003），因为社会网络成员会具有物以类聚的倾向，也就是说相似特征的人会聚在一起（Kilduff, Tsai, 2007），还有社会网络的高异质性不仅可以减少信息的冗余，同时还有社会资源的广泛性（耿新，2008）。在研究企业内部员工社会网络对员工工作绩效的影响机理时，指出了社会网络中的规模、社会网络中心性和社会网络异质性同样对绩效会产生影响（沈庆广 2018），同时本文也引用了有关社会网络的问项作为问卷的设计。

我们在研究社会网络对员工自发性行为的影响时，发现通过一些主动的改变

企业内部的社会网络构成，从而随着时间的流逝能使员工在企业中的行为潜移默化的发生一些变化，例如：在企业中有了新的合作伙伴组成新的联盟，也会与过去的合作者解除合作关系；在部门与部门的沟通交流中，得到其他部门的帮助或是帮助其他部门的员工；在信息传播中管理层的接受信息的方式变化，使得信息的交流更加快速和有效，从而使得企业的绩效提高。一般情况下，这些行为只能做定性推理，但是我们需要在社会网络分析的帮助下将其量化，并反映到组织绩效的变化当中。所以本研究会对公司员工在公司内人际关系和交往能力等方面来提出问题，收集整理各项情况来分析社会网络对员工自发性行为和公司绩效产生的影响。

2.2 自发性行为理论

早在上个世纪 60 年代初 (Katz,1964) 就提出对组织至关重要的三种行为分别是：第一，为加入组织和维持组织成员身份而必须完成相应活动的行为。第二，以可靠的方式完成特定角色要求的行为。第三，角色规定之外的自发性行为

然而在此之后，组织行为学界始终将重点放在对于前两者的研究上直到 20 多年前人们才开始关注 Katz 所提出的第三种行为。(Fay & Sonnentag2010) 将这种超越角色规定的自发性行为命名为自愿性工作行为 (Discretionary Work Behaviour, DWB) 它不仅包括自愿且积极的行为如组织公民行为 (Organizational Citizenship Behavior, OCB) (Bateman & Organ, 1983)，建言行为 (Voice Behavior) (Van Dyne & Le.P., 1998)，周边绩效 (Contextual Performance) (Motowidlo & Van Scotter, 1994)；也包含对组织及其员工具有威胁或潜在危害的行为，如反生产行为 (Counterproductive Work Behavior, CWB) (Spector & Fox, 2002)，沉默行为 (Silence Behavior) (Morrison & Milliken, 2000)，越轨行为 (Deviant Behavior) (Robinson & Bennett, 1995) (Rotundo & Sackett, 2002; Skarlicki & Folger, 1997) 等。

许多文献对社会网络、员工的自发行为和组织绩效等都作了广泛的研究，但对这些因素之间关系的研究却很少。其中有三个特定的员工绩效行为，即忠诚、合作和参与（Podsakoff, MacKenzie, 2000）。这三种行为也被认为是员工的自发行为（Bettencourt, 2007）。但迄今为止，在我国很少有同时考虑这三个因素在服务行业中影响的研究，Singh 指出员工的自发行为是有益的、有决定意义的员工行为，如忠诚、合作和参与（Singh & Sirdeshmukh, 2000）。所以在理论上，本问通过实证研究对员工自发性行为所产生的结果纳入到对组织绩效产生影响的分析中。以往对自发性工作行为的研究可分为三个方面：某个或某些子类目的概念，构成，测量及其前因后果变量等；相对应类目间的关系研究；以情绪为中心探讨某个或某些类目的形成机制。

本文在基于早期研究文献的研究基础上，通过企业的社会网络构成的变化，引起员工自发性行为的产生的因果关系，并运用道德补偿原理、经济理性分析、情感事件理论对该推论过程做出理论分析。

2.2.1 自发性行为的概念

近年来，自发性工作行为引起了众多学者的关注，然而，该行为始终缺乏一个统一的术语。（Van.D. & Le.P., 1998）对角色内行为和角色外行为进行了区分，认为角色外行为是积极的自发性行为，它有以下特点：第一，不由岗位描述所指定；第二，不被正式的奖励系统所识别；第三，不履行或没履行好不会导致惩罚。（Spector & Fox, 2002）在探索组织情境中自发性行为的形成机制时，将其命名为“Voluntary Work Behavior”，分为积极与消极的自发性工作行为。随后（Miles, Borman, Spector & Fox, 2002）在检测（Spector & Fox, 2002）所提出的理论构想时，又将这两种行为类型命名为角色外行为。由此可知，众多学者认同组织中存在角色规范之外的自发性行为，但是对其命名却各执一词。也有学者（Dalal, Lam, Weiss & Hulin, 2009）根据绩效的二元结构模型将这类

行为命名为情境性行为（Contextual Behavior），即自愿完成工作正式部分以外的任务。可见，自愿性工作行为命名的多样化不仅跟各研究理论视角的差异有关，还体现了自愿性工作行为首先关注员工自发性行为的积极面再慢慢转至关注其消极面的发展历程。（Dalal, 2005）首先提出自愿性工作行为（Discretionary Work Behaviour）这一术语，但并未对其内涵做进一步说明。（Fay & Sonnentag, 2010）在此基础上，对自愿性工作行为的内涵进行丰富和具体化，即组织情境中超越角色规范的自发性行为，不仅包含对自愿且积极的行为，如组织公民行为、建言、周边绩效，也包含自愿但消极的行为，如反生产行为、沉默、越轨行为。综合以上观点我们会发现，角色外的行为包括：组织公民行为、建言行为、周边绩效、亲社会组织行为、组织自发性、个人自主性等；负面组织行为包括：反生产行为、沉默行为、越轨行为、反社会组织行为、不当行为、组织报复行为等。

在一般认知情况下，员工自发的行为能够产生积极影响。随着研究的进一步细化，一些理论研究和管理实践表明，自发性行为具有潜在的积极和消极影响。例如，组织公民行为除了明显的积极作用外，（Bolino, Turnley & Nieboff, 2004）的研究表明出于印象管理动机的组织公民行为会使整个组织处于虚假和谐状态，导致管理成本增加，绩效考核失去公平性，员工对组织的信任感降低，人际冲突加剧甚至出现反生产行为。但是总体看来，角色外行为的子类目的正面意义大于其负面意义。因此本文在选取指标时选择正面指标进行问卷的设计，收集的内容以员工在公司内的主动自愿的工作行为进行分析研究。

2.2.2 自发性行为的内涵

（Singh & Sirdeshmukh, 2003）指出员工的自发行为是有益的、有决定意义的。（孙建群，段锦云 & 田晓明，2012）在心理科学进展一文中提到，以往对自发性工作行为的研究可分为三个方面：1）某个或某些子类目的概念，构成，测量及其前因后果变量等；2）相对应类目间的关系研究；3）以情绪为中心探讨

某个或某些类目的形成机制。李定军（2016）认为，自发性行为是指个体积极采取的用以改善当前环境或创造新环境的具体行为，是企业员工一种积极的绩效特征。

根据上诉文献我们在指标选择上从三个方面考量，首先是建言行为，以改善环境为目的、以变化为导向，富有建设性的言语行为（Van.D. & Le.P., 1998），根据以上的定义（巩键 2013）将建言行为界定为公司员工为了改进工作流程、改善公司现状和减少决策失误等，而主动向同事或上级提出建设性意见的、变革导向的员工自发的行为，同时本文还引用了有关建言行为的问项做为问卷的设计。它可能会挑战现状或使上级难堪（Detert & Burris, 2007）。在建言行为中影响个体的因素包括：个性、人口统计变量、认知风格和个人控制等（段锦云, 2011）。建言行为对员工个人和组织效能都有着重要作用。有利于公平感的产生

（Brockneretal, 2001），接受建言有利于提高判断精确性（Gino & Schweitzer, 2008）员工建言还有利于组织对自己的绩效评价（Whiting, Podsakoff & Pierce, 2008）。其次是组织公民行为，组织公民行为的影响因素在个体层次包括个体特征（统计特征和个体倾向等）、个体态度（工作满意感 和组织承诺等）以及个人动机（关心组织的动机和印象管理的动机等），最初对组织公民行为的定义表明它是一种对组织绩效有积极作用的行为，（Podsakoff, Mackenzie, Paine & Bachrach, 2000）通过多元回归分析发现组织公民行为对组织绩效有积极而显著的作用。最后是亲社会行为（Prosocial Organizational Behavior, POB）是指员工在履行组织成员角色时，旨在提高个体、群体或组织的福利的行为（Brief & Motowidlo, 1986）。高志才（2011）认为亲社会行为是组织成员自愿提供的，是使他人受益或能够促进人际间关系协调的行为，同时本文也选取了其中的亲社会行为的有关问项作为问卷设计。所以在理论上，本文通过实证研究对员工自发性行为所产生的结果纳入到对公司绩效产生影响的分析中。

2.3 公司绩效的理论

绩效 (Performance) 也称为业绩或成效, 是指组织在一定时期内取得的成果的总称反映的是组织或个人从事某种活动产生的成绩或成果, 即管理活动的效率和效果。绩效理论是以绩效为组织最终价值, 企业内凡事以绩效衡量, 公司绩效是组织理论的核心和研究重点, Sloma (1980) 将公司绩效定义为组织达成目标的程度。从 20 世纪 90 年代开始绩效理论学说开始受到广泛的重视, 有关绩效理论的学说中大致分为两个层次: 个体层次和组织 (群体) 层次 (陈沁怡, 2002)。

国外学者对绩效的理解主要有三种观点:

- 1) 绩效是行为, 应与结果分开, 因为绩效会受系统因素的影响 (Campbell, 1990);
- 2) 绩效是结果, 这些结果与组织目标有紧密关系 (Kane, 1996);
- 3) 绩效是指行为和结果, 行为是达到结果的条件之一 (Brum brach, 1988), 组织绩效是对组织战略实施效果的真实检验, 它不是一个概念而是一个构念 (Construct), 这一构念是经过抽象化和推演而形成的, Campell (1977) 指出组织绩效没有直接的操作定义, 而必须由组织绩效的理论模型来构建。

Ruekert W. & Roering (1985) 将企业绩效分为效率 (Efficiency) 效能 (Effectiveness) 和适应性 (Adaptability) 三个方面。效率用企业资源的投入产出比来衡量, 通常以投资报酬率表示: 效能用企业所提供的产品或服务来衡量, 通常用相对于竞争者的销售增长率或市场占有率表示: 适应性用企业对威胁或机会的应变能力来衡量, 通常以在一定期间内新产品销售量或销售率表示。

2.3.1 公司绩效的衡量与评价指标

公司绩效评价指标的分类方式也很多，首先按指标信息来源可将绩效评价指标分为主观指标和客观指标。主观指标多指财务指标，由于企业不愿意提供相关财务数据，因此该方法实施有较大的局限性，而客观评价指标可以通过调查问卷的方式，根据所研究的对象和研究问题的不同设计问项而获得，这样就避免了主观数据的一些局限性，例如：在与竞争对手相比的满意度评价时，就可以让研究者更加全面地了解企业在行业中的发展情况。

因而客观评价法在测量顾客满意度、销售增长率、市场份额、市场营销能力等指标时得到了广泛的应用。其次是多维指标和单一指标，随着内外部环境不断地变化，仅仅只从员工绩效和成本上来分析组织绩效是很片面的，这很容易忽略了其他利益相关者对企业造成的影响，所以许多研究者开始运用多维度测量，例如员工满意度、员工离职率、企业社会网络的组成等纳入到组织绩效评价中来，如 Lumpkin & Dess (2010) 在绩效评价中使用了销售增长率和销售利润率两个指标；Kaplan & Norton (2013) 用财务、客户、内部运营、学习与成长四个指标来综合评价组织绩效。由此可见，关于企业绩效测量指标的选取尚未达成共识 (Murphy, 1996) 但大多学者 (Kaplan & Norton, 2004; Chakravarthy, 1986; Venkatraman & Ramanujam, 1986) 都倾向于采用多维指标，因为用单维指标来衡量绩效可能会产生错误的研究结论 (Lumpkin & Dess, 1996)。最后是财务指标和非财务指标，财务指标一般情况下是建立在会计基础上的，而在企业中会计问题又是不确定的，有时是无法反应出企业的真实运作情况的，这就很容易造成财务指标的不合理性 (Chakravarthy, 1986)，所以基于市场的财务指标更为实用 (Venkatraman & Ramanujam, 1986)。而非财务指标体现的是公司运营的过程绩效能更好地反映企业的未来发展潜力，因此学者们在绩效评价中引入了大量的非财务指标，常用的非财务指标有效率、成长、规模、流动性等 (Murphy, 1996)。

2.3.2 公司绩效评价

为了实现组织目标,组织希望员工从事多种活动,扮演多种角色,其中一些活动未必与他们个人的工作任务直接相关,如热心帮助新来的员工,主动承担困难的任务等。然而,这些行为却对组织的整体发展非常重要,可以称之为情境活动(Contextual Activities)。Borman & Motowidlo (1993) 提出,情境活动对任务活动(task activities)的完成具有促进作用。

在此理论假设的基础上, Borman & Motowidlo (1993) 进一步提出了关系绩效(Contextual Performance)与任务绩效(Task Performance)的二维绩效模型。任务绩效指与工作产出直接相关的,能够直接对其工作结果进行评价的这部分绩效指标,是与具体职务的工作内容密切相关的,同时也和个体的能力、完成任务的熟练程度和工作知识密切相关的绩效。与任务绩效完成的强制性不同,关系绩效是指一系列自愿的、人际交往间、面向组织或团体的行为营造了一个良好的心理和社会环境,从而有利于组织整体的任务达成。关系绩效与任务绩效的二维绩效模型提出后,关系绩效在绩效评估研究中得到了越来越多的关注,甚至超过了对任务绩效的研究(Arvey & Murphy, 1998)。这一趋势与组织所处环境的不断变化是密不可分的。

所以对于公司的管理者而言,也很难仅从工作绩效(Job Performance)方面来评价员工的全部贡献(Conway, 1999)。关系绩效概念的引入扩展了工作绩效的范围,反映了工作活动中员工与他人的互动协调,反映了员工的活动超出工作说明书的那些内容。

王辉, 李晓轩, 罗胜强(2003)指出,关系绩效与任务绩效有以下几个差异,第一,任务绩效直接针对组织的技术层面;而关系绩效与技术层面所在的组织、社会和心理环境关系密切。第二,任务绩效会随组织中工作和职位的不同而有所差异,不同的工作有不同的要求和内容。然而,关系绩效对于组织中的许多工作

是共同的，甚至对于不同的组织也是一样的；第三，知识、技巧、能力是熟练完成任务活动的基本要素,也就是任务绩效的基本要素。关系绩效则与自愿、坚持、助人、合作等动机和人格特征关系密切；第四，任务绩效是角色内行为（In-role Behavior），被清晰地列在工作职责范围之中；关系绩效则是角色外行为（Ex-role Behavior），在通常的工作职责范围中并没有明确列出。

由上述文献中可以看出在研究社会网络和员工自发性行为对公司绩效的影响时，要从企业的任务绩效和关系绩效两个方面考虑，同时也将这两个绩效作为问卷调查的两个维度来进行研究分析。

2.4 社会网络、员工自发性行为、公司绩效之關係

2.4.1 社会网络与员工自发性之间的关系

Motowidlo & Van Scoter (1994) 认为自发性行为一种心理和社会关系的人际和意志行为，他是建立在员工拥有属于自己的社会网络基础上的。在做文献回顾是我们可以知道组织公民行为是自发性行为的一种。（刘真亚，魏万宏，张红梅，陈参参，2018）认为社会网络与组织公民行为呈正相关，其中特别说明了社会网络程度中心性对组织公民行为具有直接正向预测作用，与李世茂（2016）对企业员工的研究观点一致，社会网络中心性均值越大，说明其员工之间的交往越多，其获取资源的渠道越多，享有的社会资本越多，这些可满足员工之间交往、保持融洽关系、相互支持的需要，有利于员工顺利完成工作，做出更多利于组织的行为。

社会网络对员工自发性行为的影响机制：从之前的理论分析中可以看到，社会网络对员工自发性行为有明显的促进作用。本节主要研究社会网络如何在激发员工自发性行为的过程中发挥作用。根据心理学中的破窗效应，一个窗户如果破掉而没有人去修理，那么其他的窗户也会破掉。破窗效应反映的是心理学中的相

互影响效应，一个人对破窗视若无睹，那么所有人都会受到影响，从而不会去修补破窗，相对的，如果一个人开始修理窗户，那么其他人也会逐渐受其影响，而逐渐开始修理破掉的窗户。根据艾宾浩斯的理论，一个人做好事的连带心理反应，要高于做坏事的反应，这是因为在一个秩序社会里，每个人都受过最基本的教育，当面对其他人行为的连代反应时，这种基本的破窗效应就会起到更高的影响。推广到社会网络影响上，如果社会网络中一个人有自发性行为，就会产生反向的破窗效应，对社会网络中的其他人产生连带的正向效应，从而影响其他人也产生自发性行为。由上述文献可以推论出第一个假设：

H1：社会网络对员工自发性行为有正向的显著影响。

2.4.2 社会网络与公司绩效的关系

企业的经营活动必然会与社会关系中的成员产生交流，并不会孤立存在的，其发展一定会受到社会关系的影响（Watson, 2007）。Donckels & Lambrecht（1995）指出社会网络活动积极影响企业的成长，在以前的许多文献中也证实过社会网络活动以成本优势获取资源和信息的能力对企业产生极大的影响（Zhao & Aram, 1995；蔡莉 & 单标安, 2010）。所以当企业在积极构建社会网络关系，同时将这些关系运用到企业的经营活动中时，则会表现出较强的导向作用，在这导向的指引下，企业能够获取更多的资源和信息，用以更快的提高企业的组织绩效。

低成本优势的资源获取是企业社会网络构建的目的，其中的规模大小取决于其内成员的数量，而强度则表示成员之间沟通的频率（Hoang & Antoncic, 2003）。在这个社会网络内部，大量的成员交流就会产生大量资源和信息的交换，沟通交流的越深，从中交换到有利信息和资源的可能性就越大，这对于企业的绩效提高越有利。因此当企业社会网络建立的越完善，并且不断扩大社会网络，这能使企业不断提高影响力、销售能力和吸引更多人才的能力。有上述文献可以推导出本

文的第二个假设：

H2： 社会网络对公司绩效有显著的正向影响。

2.4.3 自发性行为与公司绩效的关系

孙建群，段锦云，田晓明（2012）员工自发性行为就是关系绩效的一种。关系绩效是指对组织、社会和心理环境的支持性活动组织公民行为影响管理绩效评价及相关人事管理决策。Maekenzie（1991）从理论上总结了企业管理者在员工绩效评估员工自发性行为的影响，随后一些学者从不同行业和领域，对关系绩效的各个子维度影响员工绩效评估都进行了实证研究，得出的结论几乎一致表明，关系绩效在员工绩效评估中具有重要影响。Karambaya 表明，高绩效、高满意的员工比低绩效的员工表现出更多的自发性行为。因而很难断定是员工自发性行为导致绩效的提高，还是高绩效导致员工具有较多的自发性行为，两者间具有交叉滞后的因果关系。但有一点可以确定的就是员工自发性行为与公司绩效之间是密切相关的。由上述文献可以推导出第三个假设：

H3： 员工自发性行为对公司绩效有显著的正向影响。

第 3 章

研究方法

本文主要目的是探讨社会网络与员工自发性行为对公司绩效的影响，为了达到此研究目的，首先针对社会网络、自发性行为和公司绩效的相关文献进行收集分析之后，建立了研究架构并且提出了研究假设，并且根据文献的回顾和分析设计了问卷内容，包括基本资料、社会网络、员工自发性行为和组织绩效四部分。其中主要的研究方法有相关性分析、主成分分析法和结构方程检验分析法。

结构方程模型（Structural Equation Modeling, SEM）是一种建立，估计和检验因果关系模型的多元统计分析技术。它包含了回归分析（Multiple Regression），因子分析（Factor Analysis），路径分析（Path Analysis）和多元方差分析（Multivariate Analysis of Variance）等一系列多元统计分析方法是一种非常通用的，线性的借助于理论进行假设检验的统计建模技术。这一模型和方法由 K.Joreskog 与其合作者在 70 年代提出并逐步改进和完善，20 世纪 80 年代以来迅速发展，弥补了传统统计方法的不足，成为多元数据分析的重要工具，和社会科学研究中的一个非常好的方法。

3.1 研究架构

根据本文的研究目的与文献探讨的以建立本文的研究架构，如图所示。本研究以社会网络和员工自发性行为作为自变量，公司绩效作为应变量来研究他们三者之间的关系。本文的研究框架如 3.1 图所示。

图 3.1 中 SNS 表示社会网络规模、SNC 表示社会网络中心性、SNE 表示社

会网络异质性、VB 表示建言行为、OCB 表示组织公民行为、PB 表示亲社会行为、TP 表示任务绩效、CP 表示关系绩效。

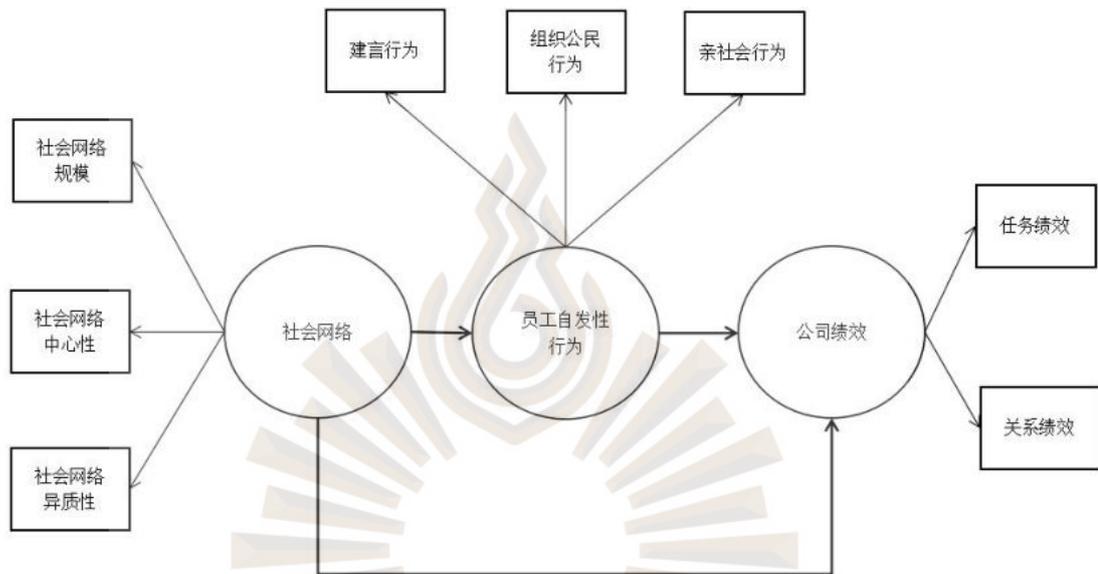


图 3.1 研究框架

3.2 研究假设

根据对文献和案例的回顾与分析，并结合研究架构提出以下假设：

H1：社会网络对员工自发性行为有正向的显著影响。

H2：社会网络对公司绩效有显著的正向影响。

H3：员工自发性行为对公司绩效有显著的正向影响。

3.3 研究设计

3.3.1 前测问卷设计

在问卷设计过程中参考了前人的研究问题和结论，问卷参看附录，如下：

表 3.1 问卷参考来源

构面	子维度	问题数	定义	题项的参考资料来源
社会网络	社会网络规模	3	员工在公司内的人际关系网络,员工与员工之间、部门与员工之间的交流	沈庆广(2018) 耿新(2008)
	社会网络中心性	4		
	社会网络异质性	3		
员工自发性行为	建言行为	5	员工在企业工作中对工作的完成程度、愿意接受新的挑战、建言献策等各种能力的体现	孙建群等(2012) 巩键(2013) 高志才(2011)
	组织公民行为	5		
	亲社会行为	5		
公司绩效	任务绩效	5	企业衡量员工 KPI 的重要指标,其中的关系绩效是现在企业越来越重视的指标之一	Borman & Motowidlo(1997)
	关系绩效	4		

3.3.2 前测对象

本研究为了保证问卷的有效性和可研究性，在正式问卷发放前做了一次小型的预测，以作为问卷修改的参考依据，调查对象随机向企业员工发放，共计发出100份问卷，有效回收95份，共涉及8个维度题项。

表3.2 研究对象基本特征

变量		频率	百分比	累积百分比
性别	男	52	54.7	54.7
	女	43	45.3	100.0
年龄	18-25岁	11	11.6	11.6
	26-35岁	39	41.1	52.6
	36-45岁	28	29.5	82.1
	46-55岁	14	14.7	96.8
	55岁以上	3	3.2	100.0
教育程度	初中及以下	6	6.3	6.3
	高中/中专	15	15.8	22.1
	本科/大专	54	56.8	78.9
	本科以上	20	21.1	100.0
工作年限	3年以下	19	20.0	20.0
	3-5年	34	35.8	55.8
	5-10年	17	17.9	73.7
	10-20年	10	10.5	84.2
	20年以上	15	15.8	100.0
月收入	2500以下	6	6.3	6.3
	2500-3500元	17	17.9	24.2
	3500-4500元	34	35.8	60.0
	4500-5500元	11	11.6	71.6
	5500以上	27	28.4	100.0
职位	高阶	26	27.4	27.4
	中阶	49	51.6	78.9
	基层	14	14.7	93.7
	其他	6	6.3	100.0
企业类型	私营企业	38	40.0	40.0
	国企企业	9	9.5	49.5
	外资企业	34	35.8	85.3
	跨国企业	7	7.4	92.6
	其他	7	7.4	100.0

其中男性占 54.7%，女性占 45.3%；年龄主要以 26-45 岁为主，占 70.6%；教育程度以本科/大专和本科以上为主，占 77.9%；工作年限主要集中在 3-5 年；从月收入来看，3500-45000 元最多，其次是 5500 元以上；职位中以中阶最多，占

51.6%；企业类型最多者为私营企业和外资企业。

3.3.3 前测的信度

问卷的信度是对量表结果一致性和稳定性的测量，进行信度检验时以组成此系统的各个问项之间的相关系数为基础，当问卷的问项之间的相关性越高，则代表一致性越高，计算出的信度也越高。在以往对李克特量表信度的研究中，一般是通过测量Cronbach's α 系数来判断各问项之间的一致性。一般认为Cronbach's α 系数超过0.7可认为信度较好。如下：

表3.3 信度检测结果

维度	题项数	Cronbach's α 系数	结论
社会网络规模	3	0.880	很可信
社会网络中心性	4	0.909	非常可信
社会网络异质性	3	0.890	很可信
建言行为	5	0.879	很可信
组织公民行为	5	0.851	很可信
亲社会行为	5	0.933	非常可信
任务绩效	5	0.854	很可信
关系绩效	4	0.928	非常可信
总体	34	0.822	很可信

从上表的数据分析结果可以看出，各潜变量的 Cronbach's α 系数在 0.851 到 0.933 之间，可认为本次调查各维度数据之间的一致性较好，因此问卷具有较高的信度质量。总体问卷的信度系数为 0.822，综合来看，问卷具有较为理想的信度。

3.3.4 前测的效度

效度涉及到测量的正确性和有效性，它是评价测量质量的一个重要指标，代

表测量工具能真正测量出所欲测量的特质或属性的程度。效度分析就是衡量问卷或量表是否能够准确反映研究目的和要求的一种分析方法。

评价效度的高低,可以从内容效度、效标关联效度和建构效度三个方面进行。本研究在对问卷效度进行分析主要侧重于结构效度分析,一般使用探索性因子分析的方法来测量问卷的结构效度。

表 3.4 效度检测结果

KMO 和 Bartlett 检验		
KMO 取样适切性量数		.718
Bartlett 球形度检验	近似卡方	3007.761
	自由度	561
	显著性	.000

本文的问卷及样本回收后,经过同学和专家老师的研究论证,内容效度符合标准。结构效度是本文重点需要检验的标准,将需要使用因子分析法中的主成分分析法来进行检验。进行因子分析的前提是变量之间具有相关性,所以在做因子分析之前,首先要检验变量之间的相关性,只有相关性较高的情况下才适合做因子分析。

判断相关性所采用的方式是 KMO 测度和 Bartlett 球体检验: KMO 系数越接近 1,代表越适合于做因子分析,一般要求 KMO 系数在 0.7 以上; Bartlett 球形检验用来检验相关系数矩阵是否显著异于零,显著的球形检验表示相关系数满足要求。

从上表可以看出, $KMO=0.718$, Bartlett 球形检验结果显著,说明样本数据适宜做因子分析。此外, Bartlett 球形检验的卡方值为 3007.761 (自由度为 561), $P=0.000$, 也符合显著性要求,说明改数据相关矩阵间有共同因素存在,同样表明调查的数据适合进行因子分析。

表3.5 主成分分析总方差解释表

成分	初始特征值			提取载荷平方和			旋转载荷平方和		
	总计	方差百分比	累积 %	总计	方差百分比	累积 %	总计	方差百分比	累积 %
1	6.698	19.701	19.701	6.698	19.701	19.701	4.331	12.738	12.738
2	4.457	13.108	32.809	4.457	13.108	32.809	3.473	10.216	22.953
3	3.728	10.965	43.775	3.728	10.965	43.775	3.443	10.127	33.081
4	2.983	8.773	52.547	2.983	8.773	52.547	3.394	9.982	43.063
5	2.677	7.873	60.420	2.677	7.873	60.420	3.344	9.836	52.899
6	2.279	6.703	67.123	2.279	6.703	67.123	3.125	9.190	62.089
7	2.030	5.972	73.095	2.030	5.972	73.095	2.787	8.196	70.285
8	1.786	5.252	78.347	1.786	5.252	78.347	2.741	8.062	78.347
9	.956	2.812	81.158						
10	.888	2.612	83.770						
11	.772	2.271	86.041						
12	.554	1.630	87.671						
13	.473	1.393	89.064						
14	.455	1.338	90.402						
15	.383	1.125	91.527						
16	.350	1.030	92.557						
17	.327	.962	93.520						
18	.304	.894	94.413						
19	.276	.810	95.224						
20	.229	.673	95.897						
21	.212	.624	96.521						
22	.191	.561	97.081						
23	.175	.515	97.597						
24	.143	.420	98.016						
25	.121	.356	98.372						
26	.114	.335	98.707						
27	.105	.310	99.017						
28	.084	.248	99.265						
29	.076	.222	99.487						
30	.061	.180	99.668						
31	.044	.129	99.797						
32	.036	.106	99.903						
33	.022	.063	99.966						

表3.5 主成分分析总方差解释表（续）

34	.012	.034	100.000						
提取方法：主成分分析法。									

最终经过主成分分析可以看出，通过采用方差最大化方法旋转后，得主成分分析共提取出 8 个维度，累计贡献率达到了 78.347%，贡献值达到预期值，八个子维度可以成为证明社会网络与员工自发性行为对公司绩效的影响的指标。由表 3.5 的结果可以继续做预调研的成分分析。

表3.6 旋转后的成分截距

	成分							
	1	2	3	4	5	6	7	8
社会网络规模1	-.125	.014	.076	.087	-.059	-.157	.829	.087
社会网络规模2	.044	-.012	.037	.031	.134	.000	.902	-.043
社会网络规模3	.048	-.168	.020	-.050	-.057	.053	.896	.007
社会网络中心性1	.172	.062	.116	.843	.019	.199	.067	-.044
社会网络中心性2	.118	-.072	-.044	.887	.030	.101	.066	-.115
社会网络中心性3	.037	-.081	-.015	.886	-.021	.081	-.038	.056
社会网络中心性4	.013	-.057	.072	.874	.124	.009	-.020	-.045
社会网络异质性1	.278	.107	.088	.070	.119	-.149	.098	.802
社会网络异质性2	.002	.193	.022	-.090	-.008	.110	-.038	.925
社会网络异质性3	-.017	.112	.035	-.114	.041	.104	-.017	.927
建言行为1	.168	.062	.708	.052	.006	-.196	.026	.137
建言行为2	-.010	.057	.809	.048	-.035	-.021	-.075	.064
建言行为3	.035	-.023	.819	-.046	-.014	.058	.198	-.080
建言行为4	-.210	.033	.866	.040	-.069	-.045	.019	.003
建言行为5	-.214	.014	.870	.026	-.063	-.040	.011	.016
组织公民行为1	.171	.189	.038	.035	.802	.072	.002	.187
组织公民行为2	.120	.187	-.004	-.044	.757	.073	-.096	.201
组织公民行为3	.005	.051	-.027	-.109	.772	.136	.003	.036
组织公民行为4	.009	-.099	-.131	.151	.800	.196	.067	-.095
组织公民行为5	-.025	-.045	-.059	.173	.807	.006	.006	-.139
亲社会行为1	.644	.335	-.048	-.097	.061	.240	-.271	-.007
亲社会行为2	.946	.120	-.040	.087	.037	.110	.000	.077
亲社会行为3	.805	.131	-.081	.179	.064	.152	-.083	-.105
亲社会行为4	.945	.120	-.051	.088	.055	.068	.036	.135

表3.6 旋转后的成分截距 (续)

亲社会行为5	.896	.053	-.036	.078	.051	.043	.086	.136
任务绩效1	.348	.048	.028	.352	.174	.575	.141	-.069
任务绩效2	.055	-.031	-.063	.126	.097	.900	.034	-.045
任务绩效3	.305	-.007	-.038	.008	.171	.671	-.379	.189
任务绩效4	.006	.006	-.094	.133	.065	.871	.059	.005
任务绩效5	.271	-.056	-.092	-.001	.239	.647	-.354	.154
关系绩效1	.108	.883	-.004	-.026	.009	-.075	-.106	.101
关系绩效2	.087	.881	.078	-.009	.024	-.060	.043	-.046
关系绩效3	.183	.881	.033	-.099	.097	.038	-.040	.220
关系绩效4	.167	.878	.047	-.028	.128	.062	-.069	.195
提取方法：主成分分析法。								
旋转方法：凯撒正态化最大方差法。								
a. 旋转在 6 次迭代后已收敛。								

提取出的 8 个主成分的定义如下：

第一主成分 (F1)：包括新社会行为的 5 个题项，定义为亲社会行为因子；

第二主成分 (F2)：包括关系绩效 4 个题项，定义为关系绩效因子；

第三主成分 (F3)：包括建言行为 5 个题项，定义为建言行为因子；

第四主成分 (F4)：包括社会网络中心性 4 个题项，定义为社会网络中心性因子；

第五主成分 (F5)：包括组织公民行为 5 个题项，定义为组织公民行为因子；

第六主成分 (F6)：包括任务绩效 5 个题项，定义为任务绩效因子；

第七主成分 (F7)：包括社会网络规模 3 个题项，定义为社会网络规模因子；

第八主成分 (F8)：包括社会网络异质性 3 个题项，定义为社会网络异质性因子。

每个主成分与问卷原结构是完全相符的，可以认为本次调查问卷内在结构性较为理想，基于前测的数据分析我们开始做正式的问卷调查和资料收集，所得资料如下。



第 4 章

实证分析及讨论

由前测信效度结果理想，本研究沿用前测问卷发放正式问卷，对样本特征描述采用频数表描述，信度采用可靠性分析，效度分析采用主成分方法进行验证，相关分析、结果方程、多元回归软件采用 SPSS25.0，各维度间的关系采用结构方程分析，软件采用 Mplus7.0。

4.1 样本基本情况分析

问卷发放时间是 2019 年 2 月 20 日至 2019 年 3 月 20 日，历时 30 天，共发放问卷 700 份，回收问卷 553 份，经过筛选排除不合格问卷后，正式问卷共收回了有效问卷 528 份，问卷的有效回收率为 75.4%。个体样本的具体情况如下表所示：

表4.1 人口特征描述性统计分析

变量		频率	百分比	累积百分比
性别	男	301	57.0	57.0
	女	227	43.0	100.0
年龄	18-25岁	62	11.7	11.7
	26-35岁	215	40.7	52.5
	36-45岁	163	30.9	83.3
	46-55岁	76	14.4	97.7
	55岁以上	12	2.3	100.0
教育程度	初中及以下	35	6.6	6.6
	高中/中专	91	17.2	23.9
	本科/大专	277	52.5	76.3
	本科以上	125	23.7	100.0

表4.1 人口特征描述性统计分析（续）

工作年限	3年以下	107	20.3	20.3
	3-5年	201	38.1	58.3
	5-10年	94	17.8	76.1
	10-20年	51	9.7	85.8
	20年以上	75	14.2	100.0
月收入	2500以下	35	6.6	6.6
	2500-3500元	92	17.4	24.1
	3500-4500元	176	33.3	57.4
	4500-5500元	62	11.7	69.1
	5500以上	163	30.9	100.0
职位	高阶	150	28.4	28.4
	中阶	274	51.9	80.3
	基层	78	14.8	95.1
	其他	26	4.9	100.0
企业类型	私营企业	182	34.5	34.5
	国企企业	45	8.5	43.0
	外资企业	207	39.2	82.2
	跨国企业	53	10.0	92.2
	其他	41	7.8	100.0

从表中我们可以看出，首先从性别来说男性 301 人，占 57.0%，女性 227 人，占 43.0%基本上是 1:1 的比例，所以就调查结果来说性别并不会对结果产生影响。

从年龄来看，主要分布在 26-35 岁及 36-45 岁，分别占 40.7%和 30.9%，由此我们可以知道在这两个年龄段的员工正处于发展事业的巅峰时期，思想和行动能力都是最活跃的，在企业中属于中流砥柱；50 岁以上的员工比重很小也可以看出所调查对象所在的公司也是很年轻化的。

从受教育程度来看，以本科和大专为主，占 52.5%，其次是本科以上学历占 23.7%，两者所占比例超过 75%占整个样本的大多数，由此可以知道研究对象普遍拥有较高的学历，并且对工作有较强的热情和创造力。

从工作年限来看，3-5 年最多，其次是 3 年以下，分别占 38.1%和 20.3%，我

们可以看出员工在公司内熟悉工作环境和内容，并且了解了整个公司的运作之后就会开始对自己所在岗位的工作内容进行拓展；其次是刚进入公司的员工会对企业的整个环境产生影响。

从月收入来看，以 3500-4500 比较最高，其次是 5500 以上，这个层次的研究对象是潜力最大，并且发展空间最大的一个群体。企业类型中外资和私企最高。

4.2 正式问卷信效度分析

4.2.1 信度检验

信度代表的是数据的可靠性程度和一致性程度，它能够反映数据的稳定性和集中程度。本研究问卷的信度是对量表结果一致性和稳定性的测量，进行信度检验时以组成此系统的各个问项之间的相关系数为基础，当问卷的问项之间的相关性越高，则代表一致性越高，计算出的信度也越高。本研究通过测量 Cronbach's α 系数来判断各问项之间的一致性。一般认为 Cronbach's α 超过 0.7 可认为信度较好。

表 4.2 正式问卷的信度结果

维度	题项数	Cronbach's α 系数	结论
社会网络规模	3	0.934	非常可信
社会网络中心性	4	0.953	非常可信
社会网络异质性	3	0.899	很可信
建言行为	5	0.948	非常可信
组织公民行为	5	0.858	很可信
亲社会行为	5	0.934	非常可信
任务绩效	5	0.877	很可信
关系绩效	4	0.940	非常可信
总体	34	0.919	非常可信

由上表可知，通过检测各维度可信系数均超过了0.8，总的可信系数为0.919，

说明各个维度的信度是可信的。

4.2.2 探索性因子分析 (EFA)

效度是指测量工具能够准确测量出事物真实情况的能力，它能够反映数据的准确性。问卷的效度是用来研究题目的设置是否能够有效的测量问卷设计者当初设计的初衷，也就是说检验问卷题目的设计是否合理。

效度是指测量工具能够准确测量出事物所要测量特性的程度，效度越高表示测量真实性越高，由于真实值往往未知，所以我们对于效度的评价也不可能永恒不变的，随着设定和对比的“真实值”变化，效度指标也会发生变化。

检测效度的方法有很多，本文主要选取了一下几种方法来检验问卷题项的准确性，首先是内容效度：对问卷在正式使用前进行小范围的使用，结合结果进行题项的修正以说明问卷的有效性；其次是结构效度：是指测量题项与测量方向之间的对应关系，其测量方法是因子分析，本研究主要运用探索性因子分析和验证性因子分析。

判断相关性所采用的方式是 KMO 测度和 Bartlett 球体检验：KMO 系数越接近 1，代表越适合于做因子分析，一般要求 KMO 系数在 0.7 以上；Bartlett 球形检验用来检验相关系数矩阵是否显著异于零，显著的球形检验表示相关系数满足要求。

表 4.3 KMO 和巴特利特检验

KMO 取样適切性量数		0.790
巴特利特球形度检验	近似卡方	21729.035
	自由度	561
	显著性	0.000

表 4.3 可知，通过提取主成分，发现 KMO 检验结果有统计学意义（卡方

=21729.035, P=0.000), 说明可以进行主成分分析。

表 4.4 主成分解释变异数

成分	初始特征值			提取载荷平方和			旋转载荷平方和		
	总计	方差百分比	累积 %	总计	方差百分比	累积 %	总计	方差百分比	累积 %
1	9.701	28.532	28.532	9.701	28.532	28.532	4.309	12.675	12.675
2	4.260	12.528	41.060	4.260	12.528	41.060	4.239	12.466	25.141
3	3.425	10.073	51.133	3.425	10.073	51.133	3.662	10.769	35.910
4	2.821	8.296	59.429	2.821	8.296	59.429	3.565	10.484	46.394
5	2.493	7.333	66.762	2.493	7.333	66.762	3.412	10.036	56.430
6	1.976	5.811	72.574	1.976	5.811	72.574	3.296	9.694	66.124
7	1.761	5.178	77.752	1.761	5.178	77.752	2.769	8.143	74.267
8	1.521	4.474	82.226	1.521	4.474	82.226	2.706	7.958	82.226
9	.926	2.723	84.949						
10	.802	2.358	87.307						
11	.596	1.754	89.061						
12	.448	1.319	90.380						
13	.375	1.104	91.485						
14	.328	.965	92.449						
15	.312	.919	93.368						
16	.285	.838	94.206						
17	.244	.717	94.923						
18	.215	.633	95.556						
19	.199	.585	96.141						
20	.184	.540	96.681						
21	.153	.449	97.130						
22	.141	.416	97.546						
23	.134	.395	97.941						
24	.120	.352	98.292						
25	.103	.302	98.594						
26	.096	.282	98.877						
27	.085	.251	99.127						
28	.075	.220	99.347						
29	.058	.170	99.517						
30	.050	.147	99.664						
31	.047	.138	99.802						

表 4.4 主成分解释变异数 (续)

32	.035	.104	99.907						
33	.023	.067	99.974						
34	.009	.026	100.000						
提取方法：主成分分析法。									

表 4.5 探索性因子分析

	成分							
	1	2	3	4	5	6	7	8
社会网络规模1	.181	-.034	.151	.143	.031	.046	.860	.096
社会网络规模2	.152	.024	.124	.112	.103	.139	.910	.015
社会网络规模3	.189	.077	.091	-.009	.165	.012	.904	.047
社会网络中心性1	.195	.149	.875	.071	.101	.074	.136	-.036
社会网络中心性2	.115	.158	.903	.157	.105	.096	.146	-.035
社会网络中心性3	.094	.071	.910	.107	.107	.068	.050	.047
社会网络中心性4	.103	.131	.886	.108	.112	.160	.076	-.004
社会网络异质性1	.178	.193	.112	.090	-.127	.129	.083	.804
社会网络异质性2	.198	-.011	-.053	.197	.110	-.011	.051	.908
社会网络异质性3	.169	-.028	-.082	.116	.084	.050	.026	.920
建言行为1	.790	.198	.088	.230	.021	.084	.056	.226
建言行为2	.844	.122	.105	.135	.148	.041	.065	.175
建言行为3	.861	.028	.106	.199	.092	.082	.201	.039
建言行为4	.890	-.036	.140	.137	.125	.052	.161	.107
建言行为5	.896	-.039	.123	.117	.133	.062	.144	.123
组织公民行为1	.184	.174	.154	.184	.089	.775	.082	.175
组织公民行为2	.128	.141	.061	.212	.115	.735	.003	.234
组织公民行为3	.175	.004	.072	-.009	.197	.761	-.007	.038
组织公民行为4	-.050	.002	.033	-.113	.302	.802	.100	-.060
组织公民行为5	-.092	-.008	.098	-.010	-.003	.822	.055	-.109
亲社会行为1	.052	.654	.123	.357	.301	.045	-.229	-.035
亲社会行为2	.053	.944	.102	.089	.131	.033	.064	.047
亲社会行为3	-.033	.824	.120	.147	.230	.078	-.106	-.084
亲社会行为4	.082	.938	.119	.100	.102	.054	.110	.111
亲社会行为5	.068	.879	.090	-.005	.042	.056	.114	.096
任务绩效1	.160	.288	.184	-.056	.617	.171	.239	-.036
任务绩效2	.097	.060	.020	-.069	.891	.155	.116	-.037
任务绩效3	.175	.335	.247	.032	.707	.116	-.062	.139

表 4.5 探索性因子分析 (续)

任务绩效4	.040	.018	-.014	.000	.870	.145	.131	-.013
任务绩效5	.161	.315	.239	-.010	.674	.173	-.047	.123
关系绩效1	.098	.076	.194	.891	-.122	.001	.027	.090
关系绩效2	.183	.068	.004	.881	-.046	.032	.096	.018
关系绩效3	.244	.169	.107	.849	.019	.076	.108	.228
关系绩效4	.262	.177	.169	.846	.049	.098	.058	.171

一共提取出 8 个主成分，其贡献率为 82.226%。对 8 个主成分进行分解，发现每个主成与问卷维度架构完全相同，说明效度较为理想。每个维度对应的题项的旋转系数均大于 0.5。

4.2.3 验证性因子分析 (CFA)

根据Hair et al (2009) 的建议，本文在检测测量模型及结构模型中将运用一下指标：卡方值、卡方值与自由度比、比较拟合指数、近似误差均方根等指标。

在本文中测量八个子维度的数据模型，通过SPSS统计分析出，拟合具有统计学意义 ($\chi^2=3798.159$, $p=0.0000$)，说明整体模型是成立的，表示通过此模型分析的结果是有用的，具体结果如下：

表4.6 验证性因子分析的拟合指标

指标名称	本模型拟合值
卡方值与自由度比 (Chi-square/df)	7.71
比较拟合指数 CFI	0.848
TLI	0.826
近似误差均方根 RMSEA	0.093
拟合优度指数 SRMR	0.073

表 4.7 中 SNS 表示社会网络规模、SNC 表示社会网络中心性、SNE 表示社会网络异质性、VB 表示建言行为、OCB 表示组织公民行为、PB 表示亲社会行

为、TP 表示任务绩效、CP 表示关系绩效。

表 4.7 验证性因子分析 P 值检定

	Estimate	S.E.	Est./S.E.	P-Value
SNS BY				
SNS1	0.856	0.013	64.207	0
SNS2	0.952	0.008	114.993	0
SNS3	0.918	0.01	93.744	0
SNC BY				
SNC1	0.924	0.008	119.753	0
SNC2	0.956	0.006	162.35	0
SNC3	0.885	0.011	80.824	0
SNC4	0.896	0.01	87.932	0
SNE BY				
SNE1	0.714	0.022	31.863	0
SNE2	0.993	0.008	119.93	0
SNE3	0.927	0.01	94.806	0
VB BY				
VB1	0.86	0.014	62.623	0
VB2	0.883	0.012	71.84	0
VB3	0.899	0.011	79.153	0
VB4	0.858	0.014	61.846	0
VB5	0.862	0.013	64.017	0
OCB BY				
OCB1	0.938	0.013	70.409	0
OCB2	0.849	0.016	52.284	0
OCB3	0.704	0.025	28.248	0
OCB4	0.506	0.034	14.728	0
OCB5	0.513	0.034	15.073	0
PB BY				
PB1	0.661	0.025	26.417	0
PB2	0.997	0.004	246.625	0
PB3	0.806	0.015	52.26	0
PB4	0.962	0.005	194.376	0

表 4.7 验证性因子分析 P 值检定 (续)

PB5	0.843	0.013	65.246	0
TP	BY			
TP1	0.817	0.026	31.684	0
TP2	0.721	0.028	26.13	0
TP3	0.706	0.031	22.676	0
TP4	0.651	0.032	20.613	0
TP5	0.673	0.033	20.479	0
CP	BY			
CP1	0.839	0.014	59.186	0
CP2	0.818	0.016	52.534	0
CP3	0.95	0.006	146.7	0
CP4	0.945	0.007	140.689	0

可以看出,各维度对应的题项均具有明显的统计学意义,最小标准化回归系数为 0.506,最高为 0.993,均超过了 0.5,说明各题项与维度之间的关系较强,可以代表各自的维度水平。整体来看,本次问卷结构效度是理想的。最后通过总体的 P 值得检定,分析出三大维度的八个子维度的强弱关系。

表 4.8 整体 P 值测量检定

	社 会 网 络 规 模	社 会 网 络 中 心 性	社 会 网 络 异 质 性	建 言 行 为	组 织 公 民 行 为	亲 社 会 行 为	任 务 绩 效	关 系 绩 效
社 会 网 络 规 模	1	.275**	.159**	.361**	.193**	.089*	.250*	.214*
社 会 网 络 中 心 性	.275**	1	.065	.308**	.266**	.299*	.345*	.294*
社 会 网 络 异 质 性	.159**	0.065	1	.376**	.192**	.139*	.116*	.329*
建 言 行 为	.361**	.308**	.376**	1	.240**	.177*	.317*	.424*
组 织 公 民 行 为	.193**	.266**	.192**	.240**	1	.209*	.396*	.198*
亲 社 会 行 为	.089*	.299**	.139**	.177**	.209**	1	.432*	.287*

表 4.8 整体 P 值测量检定 (续)

任务绩效	.250**	.345**	.116**	.317**	.396**	.432*	1	.073
关系绩效	.214**	.294**	.329**	.424**	.198**	.287*	.073	1
注: **表示 $p < 0.01$, *表示 $p < 0.05$								

4.3 结构模型检验

结构方程能够有效的处理多因变量多自变量之间复杂的因果关系,在对数据的拟合和模型的检验方面比单个的统计模型更全面,更灵活,结构方程模型能够同时估计多个观察变量和潜在变量之间的路径关系,这是结构方程模型最大的一个优点。

结构方程的另一个优点,就是它可以计算不同模型对同一样本数据的整体拟合优度,我们可以根据不同模型的拟合优度,选择拟合度较好的模型也可以更好的进行模型的优化和修正。

图 4.2 描述的结构方程反应了前文提出的理论框架研究模型,模型建立 8 个子维度之间的结构方程,其中 SNS 表示社会网络规模、SN 表示社会网络中心性、SNE 表示社会网络异质性、VB 表示建言行为、OCB 表示组织公民行为、PB 表示亲社会行为、TP 表示任务绩效、CP 表示关系绩效。

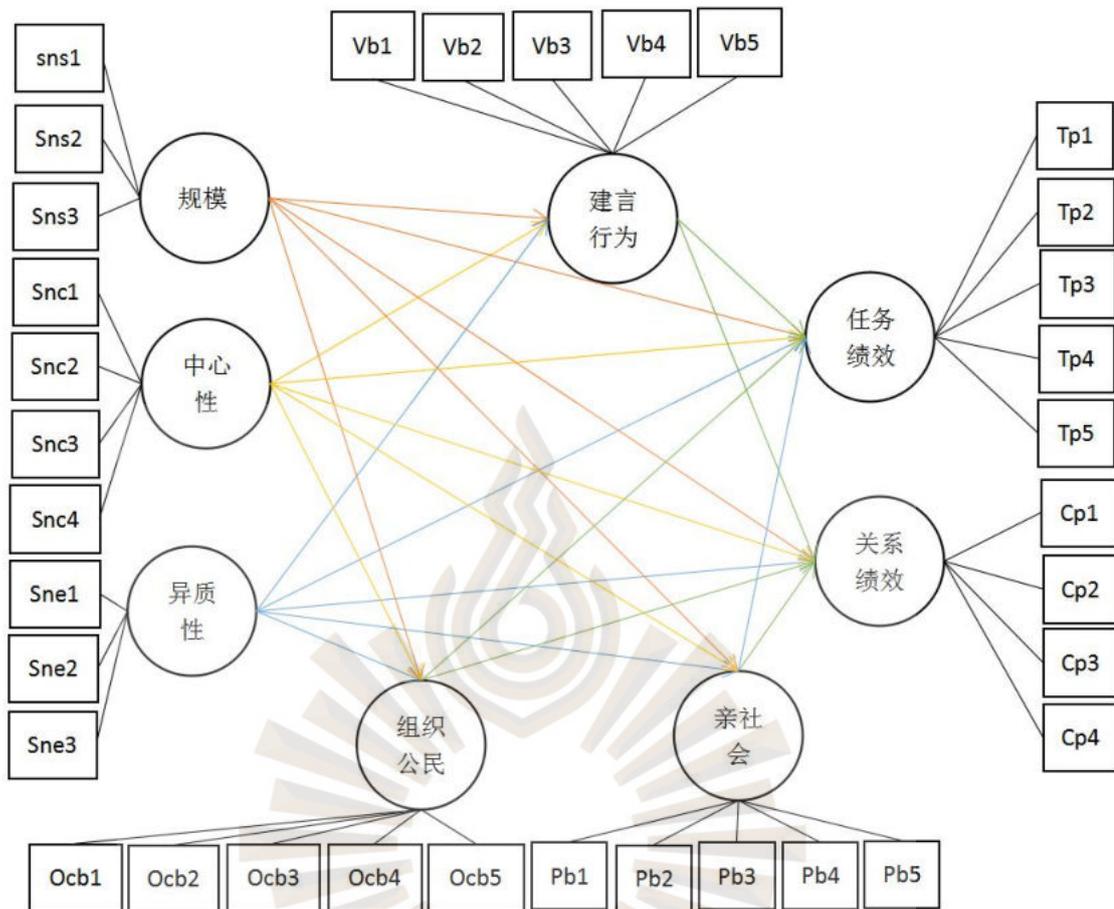


图 4.1 结构方程模型

4.3.1 指标拟合度

整体模型结构具有统计学意义 ($\chi^2=3987.431$, $p=0.0000$)，模型成立。从结构方程拟合结果来看，除了卡方值与自由度比之外，其它指标均在可接受范围内，总体来看，该结构方程拟合结果是可信的，具体结果如下：

4.9表 结构方程拟合指标

指标名称	拟合值
卡方值与自由度比 (Chi-square/df)	8.023
比较拟合指数 CFI	0.839
TLI	0.819
近似误差均方根 RMESA	0.115
拟合优度指数SRMR	0.076

4.3.2 理论模型的结果分析

前文已证实了所有变量的可靠性和有效性。之后对前文提出的理论模型进行结构验证分析，计算各个变量之间的路径系数，分析自变量对因变量的影响，并分析理论模型的显著性，以及模型的拟合优度，看通过前文的研究分析，已经证实了所有变量的可靠性和有效性，理论模型是否接近样本数据所呈现的关系。图中 SNS 表示社会网络规模、SNC 表示社会网络中心性、SNE 表示社会网络异质性、VB 表示建言行为、OCB 表示组织公民行为、PB 表示亲社会行为、TP 表示任务绩效、CP 表示关系绩效。路径系数如图所示：

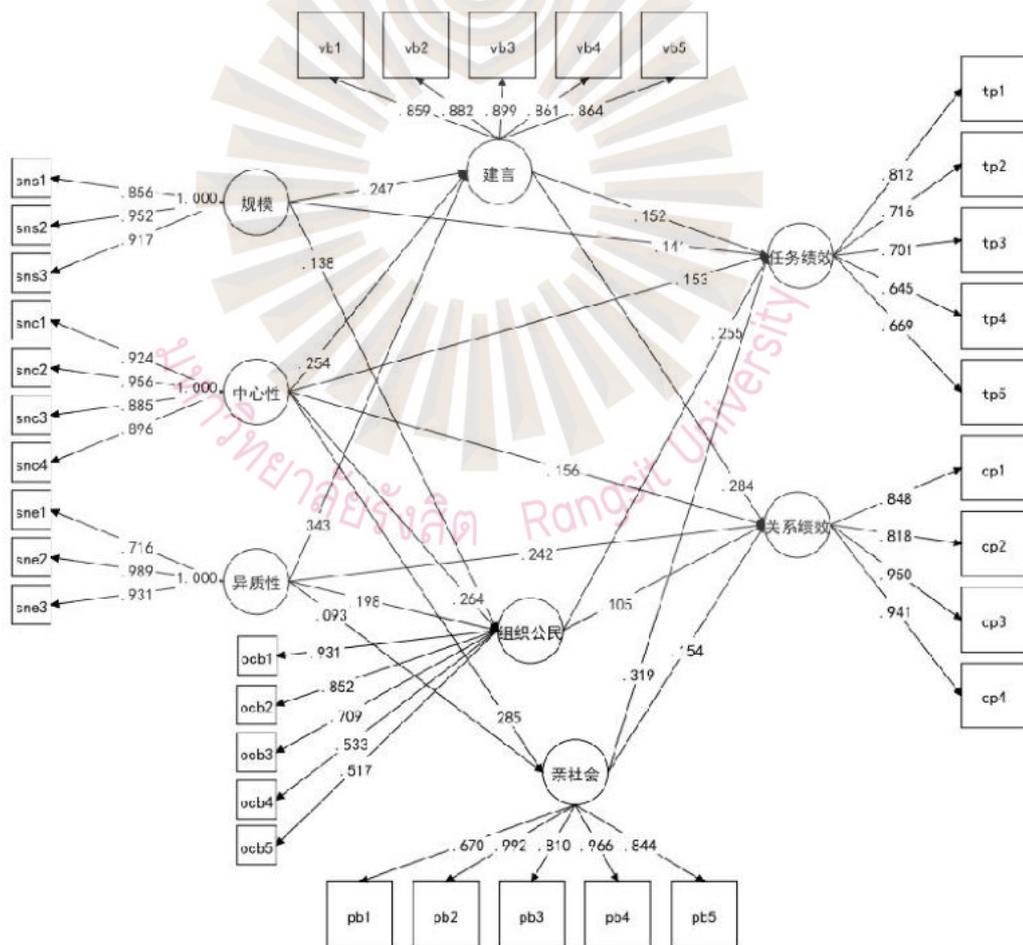


图 4.2 各个维度的路径系数

4.3.3 结构方程拟合回归系数

表中 SNS 表示社会网络规模、SNC 表示社会网络中心性、SNE 表示社会网络异质性、VB 表示建言行为、OCB 表示组织公民行为、PB 表示亲社会行为、TP 表示任务绩效、CP 表示关系绩效。

表 4.10 结构方程 P 值检定

	Estimate	S.E.	Est./S.E.	P-Value
VB ON				
SNS	0.247	0.041	5.949	0
SNC	0.254	0.04	6.284	0
SNE	0.343	0.038	9.052	0
OCB ON				
SNS	0.138	0.046	2.967	0.003
SNC	0.264	0.044	5.971	0
SNE	0.198	0.044	4.516	0
PB ON				
SNS	0.042	0.046	0.924	0.355
SNC	0.285	0.043	6.567	0
SNE	0.093	0.043	2.187	0.029
TP ON				
SNS	0.141	0.047	2.961	0.003
SNC	0.153	0.048	3.184	0.001
SNE	-0.054	0.047	-1.148	0.251
VB	0.152	0.052	2.914	0.004
OCB	0.255	0.048	5.326	0
PB	0.319	0.043	7.427	0
CP ON				
SNS	0.007	0.042	0.159	0.873
SNC	0.156	0.043	3.615	0
SNE	0.242	0.041	5.94	0
VB	0.284	0.046	6.159	0
OCB	0.105	0.043	2.441	0.015

表 4.10 结构方程 P 值检定 (续)

PB	0.154	0.039	3.942	0
----	-------	-------	-------	---

发现社会网络规模、社会网络中心性和社会网络异质性与组织公民行为均存在明显的正向回归关系，标准化回归系数分别为 0.138、0.264 和 0.198，说明社会网络规模、社会网络中心性和社会网络异质性可以促进组织公民行为。

建言行为与社会网络规模、社会网络中心性和社会网络异质性均呈明显的正向回归关系，标准化回归系数分别为 0.247、0.254 和 0.349。

亲社会行为与社会网络中心性和异质性均呈明显的正向回归关系，与规模无回归关系。从任务绩效的影响因素来看，建言行为、组织公民、亲社会行为、社会网络规模和社会网络异质性对任务绩效均呈明显的正向回归关系，均可以促进任务绩效的提升。

从关系绩效的影响因素来看，建言行为、组织公民、亲社会行为、社会网络中心性和社会网络异质性对关系绩效均呈明显的正向回归关系，均可以促进关系绩效的提升。

表 4.11 假设 1 检定结果

H1: 社会网络→员工自发性行为	路径系数	P 值	假设检验结果
社会网络规模→建言行为	0.247	**	支持
社会网络中心性→建言行为	0.254	**	支持
社会网络异质性→建言行为	0.349	**	支持
社会网络规模→组织公民行为	0.138	*	支持
社会网络中心性→组织公民行为	0.264	**	支持
社会网络异质性→组织公民行为	0.198	**	支持
社会网络规模→亲社会行为	0.042		不支持
社会网络中心性→亲社会行为	0.285	**	支持
社会网络规模→亲社会行为	0.093	*	支持

注: **表示 $p < 0.01$, *表示 $p < 0.05$

由表 4.11 的结论可以知道, 在社会网络的三个子维度中对员工自发性行为影响的研究中验证了李世茂 (2016) 社会网络规模、中心性和异质性对组织公民行为的影响, 同时也验证了刘真亚, 魏万宏, 张红梅, 陈参参等人在 2018 年对社会网络规模、中心性和异质性对建言行为和亲社会的研究。但是在本研究中社会网络规模对亲社会行为的影响是不显著的, 通过分析可以知道在本次问卷中社会网络规模的问项主要是针对公司内部所提出的, 在亲社会网络的问项中有一半的问项是针对员工对待顾客的角度提出的问题, 所以在分析得出结果时, 社会网络规模并不会影响对亲社会行为有显著的影响。

表4.12假设2 检定结果

H2: 社会网络→公司绩效	路径系数	P 值	假设检验结果
社会网络规模→任务绩效	0.141	**	支持
社会网络中心性→任务绩效	0.153	**	支持
社会网络异质性→任务绩效	-0.054		不支持
社会网络规模→关系绩效	0.007		不支持
社会网络中心性→关系绩效	0.156	**	支持
社会网络异质性→关系绩效	0.242	**	支持
注: **表示 $p < 0.01$, *表示 $p < 0.05$			

通过表 4.12 的结论可以看出在社会网络的三个子维度中, 社会网络规模和中心性两个子维度对任务绩效的影响是显著正向的, 这一结果与前文的 Donckels and Lambrecht (1995) 的结论相吻合; 其中异质性对任务绩效的影响在本研究中可以看出影响并不显著, 通过对理论与实际收回的问卷结果分析看出, 在问卷的题项中社会网络异质性的题项主要关注点在于员工与其他部门的社会关系, 但是在实际情况中任务绩效的测量方法主要是对业务的完成程度的考核, 所以在本次研究结果中社会网络的异质性对任务绩效的影响是不显著的。

同样在社会网络对关系绩效的研究中, 社会网络规模对关系绩效的影响在本次研究中结果显示不显著, 这与前文 (Hoang & Antoncic, 2003) 的观点不一致, 由此我们结合实际情况对研究结果进行分析, 认为在本次研究中关系绩效的问项

是从员工的主观意识出发，并且由于资源上的不足，导致数据样本的不充分可能会收到部分员工的个人意识的影响从而导致结果的变化，但是从总体上看，本次研究结果是与前文的结论相一致的。

表 4.13 假设 3 检定结果

H3: 员工自发性行为→公司绩效	路径系数	P 值	假设检验结果
社会网络规模→任务绩效	0.152	**	支持
社会网络中心性→任务绩效	0.255	**	支持
社会网络异质性→任务绩效	0.319	**	支持
社会网络规模→关系绩效	0.284	**	支持
社会网络中心性→关系绩效	0.105	*	支持
社会网络异质性→关系绩效	0.154	**	支持
注: **表示 $p < 0.01$, *表示 $p < 0.05$			

表 4.13 的结论与前文的孙建群, 段锦云, 田晓明 (2012), Maekenzie (1991), Karambaya 等学者的研究观点一致, 本文通过三个不同的子维度进一步证实了员工自发性行为会对公司绩效产生显著的正向影响。



第 5 章

结论与展望

通过前面几个章节的分析和阐述，本研究已对社会网络与员工自发性行为对公司绩效的影响进行了比较系统的描述、分析和验证。本章将对前面的内容进行归纳总结，阐明本研究的主要结论、理论贡献和启示，并在此基础上指出研究存在的局限性和不足，并指出未来的研究方向。

5.1 结论

在 20 世纪 60 年代初，社会形态才刚刚稳定，那时候的中国是一个以廉价劳动力为主要竞争力的国家，那时候的公司并不重视企业管理，但是随着社会稳定 and 经济发展，人们知识文化水平的也在不断提高，企业招聘的员工受教育程度也越来越高，这对一个公司来说不仅带来了机遇，同时也面临着许多的挑战，在这样竞争日益激烈的时代中，公司为了不断提高公司活力，以保证公司维持和发展，在现在越来越多的公司开始重视企业管理，他们从过去只是简单的压榨员工的剩余价值到扩大市场等方式不断在改变着公司的制度和战略，直到近十几年开始，公司才对员工培养和潜力的挖掘等纳入了企业管理的核心当中。在企业管理中对员工的管理是多种多样的，其中的社会网络是一个新兴的管理理念，而员工自发性行为的出现，则会减少企业在管理中产生的成本，最终反映在实际公司绩效当中的情况。

因此本研究围绕的研究重点是社会网络与员工自发性行为会对公司绩效产

生什么样的影响这一基本命题，对提出的三个假设运用探索性案例研究、理论研究、大样本统计等一系列的研究方法以及 SPSS 等数量统计工具，进行分析并形成了一下观点：

首先，是假设一社会网络对员工自发性行为有正向的显著影响。

通过结构模型的路径系数可以看出社会网络规模、社会网络中心性和社会网络异质性与组织公民行为均存在明显的正向回归关系，标准化回归系数分别为 0.138、0.264 和 0.198，在 $P < 0.01$ 的水平上显著，说明社会网络规模、社会网络中心性和社会网络异质性的可以促进组织公民行为；建言行为与社会网络规模、社会网络中心性和社会网络异质性的均呈明显的正向回归关系，标准化回归系数分别为 0.247、0.254 和 0.349，在 $P < 0.05$ 的水平上显著，说明社会网络规模、社会网络中心性和社会网络异质性的可以促进建言行为；亲社会行为与社会网络中心性和异质性的均呈明显的正向回归关系，标准化回归系数分别为 0.285、0.093，在 $P < 0.05$ 的水平上显著，说明社会网络中心性和社会网络异质性的可以促进亲社会行为，亲社会行为与社会网络规模无回归关系。由此可知，H1 得到大部分支持。

其次，是假设二社会网络对公司绩效有显著的正向影响。

通过结构模型的路径系数可以看出社会网络规模和社会网络中心性对任务绩效均呈明显的正向回归关系，标准化回归系数分别为 0.141 和 0.153，在 $P < 0.05$ 的水平上显著，说明社会网络规模和社会网络中心性的可以促进任务绩效的提升；社会网络中心性和社会网络异质性的对关系绩效均呈明显的正向回归关系，标准化回归系数分别为 0.156 和 0.242，在 $P < 0.01$ 的水平上显著，说明社会网络中心性和社会网络异质性的可以促进关系绩效的提升。由此可知，H2 得到部分支持。

最后，是假设三员工自发性行为对公司绩效有显著的正向影响。

通过结构模型的路径系数可以看出建言行为、组织公民、亲社会行为均呈明显的正向回归关系，标准化回归系数分别为 0.152、0.255 和 0.319，在 $P < 0.05$ 的水平上显著，说明建言行为、组织公民、亲社会行为均可以促进任务绩效的提升；建言行为、组织公民、亲社会行为对关系绩效均呈明显的正向回归关系，标准化回归系数分别为 0.284、0.105 和 0.154，在 $P < 0.05$ 的水平上显著，说明建言行为、组织公民、亲社会行为均可以促进关系绩效的提升。由此可知，H3 得到全部支持。

5.2 实务上的启示

通过上述分析，发现任务绩效和关系绩效与社会网络和企业员工自发性行为的六个小维度均呈明显的正向相关关系，因此可以得出本文的研究假设 2：社会网络对公司绩效有显著的正向影响得到验证。假设 3：员工自发性行为对公司绩效有显著的正向影响得到验证。

此外还发现，在社会网络中的中心性对公司绩效中的任务绩效维度影响最大，也就是说员工在公司内和同事之间关系越紧密，就会使工作完成程度越快，越高，从而使得公司的绩效也能不断提高。在社会网络中的异质性对公司绩效中的关系绩效维度影响也较大，也就是说在公司内不同部门之间的交流越频繁不同部门之间的关系越密切，会使得公司在经营中减少因为部门之间的问题处理不当或是不协调所带来的损失。

自发性行为中的建言行为对公司绩效中的关系绩效维度影响最大，也就是说公司员工在公司内积极的对公司工作提出建设性意见，并不会让上级不满意或是同事之间的关系不和谐，反而可以使公司更加有活力，从长远来看还可以不断提高公司的营运能力，同时也能使员工在公司内得到认可和发展。其次是自发性行为中的亲社会行为对公司绩效中的任务绩效的维度影响也较高，也就是说员工在

公司内能主动的与同事配合完成工作，并且和顾客之间也保持良好的关系，这都能使员工在工作中更快更好的完成工作任务，提高工作效率，从而使得公司的绩效不断提高。

社会规模与社会网络中心性和社会网络异质性均呈明显的正相关。这可以说明员工在公司内的关系网越大，关系越亲密就越能在公司中站主要地位，不仅能和自己所在部门的同事一起相互配合完成工作，也能和其他部门的同事相互协调。

社会网络中心性和社会网络异质性无相关关系，从这里我们可以看出员工在建立和处理部门内和同事的关系时在一定程度上是不会影响和其他部门的同事之间的关系的，因为自己所在部门的同事之间不仅要维护工作关系又是还要考虑社会关系，并且在部门内还存在着较强的竞争关系，而对其他部门的同事来说更多的是工作关系。

建言行为与其它维度均呈明显的正向相关，这里可以简单的推断出，建言行为在整个公司的运营和管理当中起着很重要的作用，在公司中员工能从工作中找到不足和问题，并且敢于提出问题并加以解决，这是一个公司保持活力的关键因素之一，对于公司来说这样的员工是不可或缺的，由此也可以知道公司在管理员工时要建立确实可行的管理机制，有意识的培养员工自发性的建言行为，为员工提供一个良好的提建议的渠道和方式。

组织公民行为与关系绩效无关，但与其它维度均呈明显的正相关关系，我们知道组织公民行为可以简单的认为它是一种对自己行为的管理和约束，所以它在对待关系绩效时并不会会有明显的影响，但并不是说就没有影响。

亲社会行为与其它维度均呈明显的正向相关关系，亲社会行为就是一种员工建立自己社会网络的方式，在公司内可以和同事保持和谐，在不影响自己工作的

情况下满足同事的需求和愿望；对公司的客户来说也同时满足客户的需求。

关系绩效与任务绩效无关，两者都是公司用来衡量公司绩效的指标，它们是从两个不同的方面来衡量的，并且在现在的管理学中关系绩效并不能量化，它是作为一种隐性的绩效在影响这公司的总体绩效。

5.3 研究局限和展望

本文研究社会网络与员工自发性行为对公司绩效的影响，从研究方法和内容来说还有许多值得改善的地方，在未来还要做进一步的研究。

首先是样本的局限性，本研究由于各方面时间资源条件的限制，在样本选择上不够全面，且样本数量不够庞大，并没有做到真正意义上的大样本数据，本研究望以后可以收集到更多更全面的样本数据，得出的结论会根据有现实意义。

其次是研究方向的选择，在企业管理中的员工管理有多重多样的方向可以研究，希望今后能在本研究的基础上扩展出更多更细致的研究方向，并为企业管理的发展做出一点点贡献。

参考文献

- 李高吉. (2010). *社会网络对集群企业绩效的影响研究*. (Doctoral dissertation, 南华大学).
- 李锦玲, 李延喜, & 栾庆伟. (2011). 关系融资、银行信贷与新创企业绩效的关系研究. *国际金融研究*(6), 66-75.
- 李正彪. (2010). *企业成长的社会关系网络研究*. 人民出版社.
- 柳青, 蔡莉, 单标安, & 周立媛. (2010). 中国创业研究回顾与展望——研究主题、研究方法和分析层次. *科学学与科学技术管理*, 31(4), 66-71.
- 刘苹, 蔡鹏, & 蒋斌. (2010). 企业家社会网络对企业绩效的影响机制. *财经科学*, 2010(9), 56-62.
- 刘真亚, 魏万宏, 张红梅, & 陈参参. (2018). 社会网络程度中心性、工作投入对护士组织公民行为的影响. *现代预防医学*, 45(6).
- 罗军. (2013). *基于复杂社会网络的企业员工知识分享行为研究*. 博士论文.
- 任迎伟. (2011). *社会网络关系强度视角下的创业行为研究*. 西南财经大学出版社.
- 王辉, 李晓轩, & 罗胜强. (2003). *任务绩效与情境绩效二因素绩效模型的验证*. *中国管理科学*, V(4), 79-84.
- 王玮, & 周燕飞. (2008). 关于高校工程训练中心管理团队建设的思考——基于社会网络视角的分析. *现代教育科学*(1), 51-54.
- 王凤彬 & 朱超威. (2007). 社会网络与组织. *经济理论与经济管理*(3).
- 殷德生. (2004). 最优财政分权与经济增长. *世界经济*(11), 62-71. 少了卷数
- 张斌, 肖刚, & 张剑渝. (2011). 社会网络对员工自发利他行为的影响研究综述. *经济学动态*(11), 89-92.
- Banck, G. A. (1973). *Network analysis and social theory. Network Analysis: Studies in Human Interaction, Mouton: Paris.*

参考文献 (续)

- Barabási, A. L. (2011). The network takeover. *Nature Physics*, 8(1), 14.
- Barabási, A. L., & Albert, R. (1999). Emergence of scaling in random networks. *science*, 286(5439), 509-512.
- Bateman, T. S., & Organ, D. W. (1983). Job satisfaction and the good soldier: The relationship between affect and employee "citizenship". *Academy of management Journal*, 26(4), 587-595.
- Bergman, M. E., Donovan, M. A., Drasgow, F., Overton, R. C., & Henning, J. B. (2008). Test of Theory of Individual Differences in Task and Contextual Performance. *Human Performance*, 21(3), 227-253.
- Bettencourt, B. A., Molix, L., Talley, A., & Eubanks, J. P. (2007). Numerical representation and cross-cut role assignments: Majority members' responses under cooperative interaction. *Journal of Experimental Social Psychology*, 43(4), 553-564.
- Bourdieu, P. (1985). The social space and the genesis of groups. *Information (International Social Science Council)*, 24(2), 195-220.
- Borman, W. C., & Motowidlo, S. J. (1997). Task performance and contextual performance: The meaning for personnel selection research. *Human performance*, 10(2), 99-109.
- Bolino, M. C., & Turnley, W. H. (2005). The personal costs of citizenship behavior: the relationship between individual initiative and role overload, job stress, and work-family conflict. *Journal of applied psychology*, 90(4), 740.
- Butts, C. T., Breiger, R., Carley, K., & Pattison, P. (2003). Dynamic Social Network Modeling and Analysis: Workshop Summary and Papers.

参考文献 (续)

- Chakravarthy, B. S. (1986). Measuring strategic performance. *Strategic management journal*, 7(5), 437-458.
- Chrisman, J. J., Hofer, C. W., & Boulton, W. B. (1988). Toward a system for classifying business strategies. *Academy of Management Review*, 13(3), 413-428.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, S95-S120.
- Dalal, R. S. (2005). A meta-analysis of the relationship between organizational citizenship behavior and counterproductive work behavior. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1241-1255.
- Dalal, R. S., Lam, H., Weiss, H. M., Welch, E. R., & Hulin, C. L. (2009). A within-person approach to work behavior and performance: Concurrent and lagged citizenship-counterproductivity associations, and dynamic relationships with affect and overall job performance. *Academy of Management Journal*, 52(5), 1051-1066.
- Donckels, R., & Lambrecht, J. (1995). Networks and small business growth: an explanatory model. *Small Business Economics*, 7(4), 273-289.
- Edström, A., & Galbraith, J. R. (1977). Transfer of managers as a coordination and control strategy in multinational organizations. *Administrative science quarterly*, 248-263.
- Fay, D., & Sonnentag, S. (2010). A look back to move ahead: New directions for research on proactive performance and other discretionary work behaviours. *Applied Psychology*, 59(1), 1-20.

参考文献 (续)

- Fernandez-Perez, V., Jesus Garcia-Morales, V., & Fernando Bustinza-Sanchez, O. (2012). The effects of CEOs' social networks on organizational performance through knowledge and strategic flexibility. *Personnel Review*, 41(6), 777-812.
- Gulati, R. (1998). Alliances and networks. *Strategic management journal*, 19(4), 293-317.
- Gulati, R. (1999). Network location and learning: The influence of network resources and firm capabilities on alliance formation. *Strategic management journal*, 20(5), 397-420.
- Galaskiewicz, J., & Wasserman, S. (1989). Mimetic processes within an interorganizational field: An empirical test. *Administrative science quarterly*, 34(3), 454-479.
- Granovetter, M. S. (1974). Members of two worlds: a development study of three villages in western sicily. by johan galtung. *Contemporary Sociology*, 3(3), 210.
- Hoang, H., & Yi, A. (2015). Network-based research in entrepreneurship: A decade in review. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 11(1), 1-54.
- Ibarra, H., Kilduff, M., & Tsai, W. (2005). Zooming in and out: Connecting individuals and collectivities at the frontiers of organizational network research. *Organization science*, 16(4), 359-371.
- Katz, D. (2010). The motivational basis of organizational behavior. *Systems Research & Behavioral Science*, 9(2), 131-146.
- Kim, S., & Lee, H. (2006). The impact of organizational context and information technology on employee knowledge - sharing capabilities. *Public Administration Review*, 66(3), 370-385.

参考文献 (续)

- Kane, J. S. (1996). The conceptualization and representation of total performance effectiveness. *Human Resource Management Review*, 6(2), 123-145.
- Lin, N. (2002). *Social capital: A theory of social structure and action* (Vol. 19). Cambridge university press.
- Lin, T. C., Wu, S., & Lu, C. T. (2012). Exploring the affect factors of knowledge sharing behavior: The relations model theory perspective. *Expert Systems with Applications*, 39(1), 751-764.
- Lin, W. B. (2013). Research on knowledge sharing and interpersonal relationships: empirical study of family firms and non-family firms. *Quality & Quantity*, 47(1), 151-166.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2006). The effect of 'simplicity' on the strategy-performance relationship: A note. *Journal of Management Studies*, 43(7), 1583-1604.
- Milardo, R. M. (Ed.). (1988). *Families and social networks*. London: Sage Publications.
- Mitchell, T. R. (1973). Motivation and participation: An integration. *Academy of Management Journal*, 16(4), 670-679.
- Motowidlo, S. J., & Van Scotter, J. R. (1994). Evidence that task performance should be distinguished from contextual performance. *Journal of Applied psychology*, 79(4), 475.
- Morrison, E. W., & Milliken, F. J. (2000). Organizational silence: A barrier to change and development in a pluralistic world. *Academy of Management review*, 25(4), 706-725.

参考文献 (续)

- Murphy, G. B., Trailer, J. W., & Hill, R. C. (1996). Measuring performance in entrepreneurship research. *Journal of business research*, 36(1), 15-23.
- Nijssen, E., Singh, J., Sirdeshmukh, D., & Holzmüller, H. (2003). Investigating industry context effects in consumer-firm relationships: preliminary results from a dispositional approach. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(1), 46-60.
- Newman, M. E. (2003). The structure and function of complex networks. *SIAM review*, 45(2), 167-256.
- Ottenberg, S. (1971). Methodology: Social Networks in Urban Situations: Analyses of Personal Relationships in Central African Towns. J. CLYDE MITCHELL. *American Anthropologist*, 73(4), 946-948.
- O'Reilly, O., & Shelley, E. (1991). The Kilkenny post-primary schools survey—A survey of knowledge, attitudes and behaviour relevant to non-communicable diseases. *Irish journal of medical science*, 160(9), 40-44.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B., & Bachrach, D. G. (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of management*, 26(3), 513-563.
- Pyka, A., & Bogner, K. (2019). Uzzi (1997): Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness. In *Schlüsselwerke der Netzwerkforschung*(pp. 535-538). Springer VS, Wiesbaden.
- Rusbult, C. E., Campbell, M. A., & Price, M. E. (1990). Rational selective exploitation and distress: employee reactions to performance-based and mobility-based reward allocations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(3), 487.

参考文献 (续)

- Rummler, G. A., & Brache, A. P. (1995). *Improving Performance: How To Manage the White Space on the Organization Chart. The Jossey-Bass Management Series.* Jossey-Bass, Inc., 350 Sansome Street, San Francisco, CA 94104.
- Ruekert, R. W., Walker Jr, O. C., & Roering, K. J. (1985). The organization of marketing activities: a contingency theory of structure and performance. *Journal of marketing*, 49(1), 13-25.
- Robinson, S. L., & Bennett, R. J. (1995). A typology of deviant workplace behaviors: A multidimensional scaling study. *Academy of management journal*, 38(2), 555-572.
- Ramanujam, V., Venkatraman, N., & Camillus, J. C. (1986). Multi-objective assessment of effectiveness of strategic planning: a discriminant analysis approach. *Academy of management Journal*, 29(2), 347-372.
- Ruzzier, M., Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2007). The internationalization of SMEs: developing and testing a multi-dimensional measure on Slovenian firms. *Entrepreneurship and regional development*, 19(2), 161-183.
- Rotundo, M., & Sackett, P. R. (2002). The relative importance of task, citizenship, and counterproductive performance to global ratings of job performance: A policy-capturing approach. *Journal of applied psychology*, 87(1), 66.
- Spector, P. E., & Fox, S. (2002). An emotion-centered model of voluntary work behavior: Some parallels between counterproductive work behavior and organizational citizenship behavior. *Human resource management review*, 12(2), 269-292.

参考文献 (续)

- Singh, J., & Sirdeshmukh, D. (2000). Agency and trust mechanisms in consumer satisfaction and loyalty judgments. *Journal of the Academy of marketing Science*, 28(1), 150-167.
- Skarlicki, D. P., & Folger, R. (1997). Retaliation in the workplace: The roles of distributive, procedural, and interactional justice. *Journal of applied Psychology*, 82(3), 434.
- Spector, P. E., & Fox, S. (2002). An emotion-centered model of voluntary work behavior: Some parallels between counterproductive work behavior and organizational citizenship behavior. *Human resource management review*, 12(2), 269-292.
- Simmel, G. (2015). *Soziologie: Untersuchungen über die formen der vergesellschaftung*. BoD–Books on Demand.
- Tichy, N. M., Tushman, M. L., & Fombrun, C. (1979). Social network analysis for organizations. *Academy of management review*, 4(4), 507-519.
- Thorelli, H. B. (1986). Networks: between markets and hierarchies. *Strategic management journal*, 7(1), 37-51.
- Tsang, S. W., & Sung, J. J. (1999). Inactivated hepatitis A vaccine in Chinese patients with chronic hepatitis B infection. *Alimentary pharmacology & therapeutics*, 13(11), 1445-1449.
- Van Dyne, L., & LePine, J. A. (1998). Helping and voice extra-role behaviors: Evidence of construct and predictive validity. *Academy of Management journal*, 41(1), 108-119.

参考文献 (续)

- Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organisational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European journal of innovation management*, 7(4), 303-313.
- Watts, D. J. (2004). The “new” science of networks. *Annu. Rev. Sociol.*, 30, 243-270.
- Watts, D. J., & Strogatz, S. H. (1998). Collective dynamics of ‘small-world’ networks. *nature*, 393(6684), 440.
- White, H. C. (1981). Production markets as induced role structures. *Sociological methodology*, 12, 1-57.
- Zhao, L., & Aram, J. D. (1995). Networking and growth of young technology-intensive ventures in China. *Journal of business venturing*, 10(5), 349-370.



附录



调查问卷

尊敬的女士/先生：

您好！非常感谢您参与本次学术调查。问卷旨在了解公司社会网络与员工自发性行为对公司绩效的影响调查。问卷采取匿名方式进行，仅供学术研究，所以不必有任何顾虑，请根据您的实际情况认真填写。衷心感谢您百忙之中抽时间协助本研究！祝您工作顺利！

第一部分 社会网络调查

请根据您的实际感知情况和判断在相应的选项中打“√”，其中：

1 表示“非常少”；2 表示“少”；3 表示“一般”；4 表示“很多”；5 表示“非常多”。

维度	测量提项（沈庆广，2018；边燕杰，2001）	1	2	3	4	5
社会网络规模	在公司里，我和很多同事都有联系					
	在公司里，我经常和很多同事探讨工作上的事情，如工作难题等					
	在公司里，我经常和很多同事做一些工作之外的事情，比如吃饭、唱歌、旅游等					
社会网络中心性	在公司里，我经常主动联系很多同事					
	在公司里，我知道或了解很多同事的个人情况或信息					
	在公司里，很多同事会经常主动联系我					
	在公司里，许多信息都是通过我传达给其他人，我在同事之间的交往中，起着中介作用					
社会网络异质性	在公司里，我和很多部门的同事都有联系					
	在公司里，我会和很多部门的同事探讨工作上的事					

	情					
	在公司里，我会和很多部门的同事做一些工作之外的事情					

第二部分 企业员工自发性行为调查

请根据您的实际感知情况和判断在相应的选项中打“√”，其中：

1 表示“非常不同意”；2 表示“不同意”；3 表示“一般”；4 表示“同意”；5 表示“非常同意”。

维度	测量提项（巩键，2013；孙建群等，2012；高志才，2011）	1	2	3	4	5
建言行为	当单位内的工作出现问题时，我敢于指出					
	对可能造成单位损失的问题，我会实话实说，即使其他人有不同意见					
	我会提出可以改善单位运作的建设性意见					
	我会提出改善单位工作程序的积极建议					
	我会主动提出有助于单位达成目标的合理化建议					
组织公民行为	我愿意帮助新同事适应工作环境和解决工作上的问题					
	我不介意新的或者有挑战性的工作					
	即使没人监督，我也会遵守公司的规章制度					
	我从不找借口请假、不占用公司的时间或资源从事私人业务					
	我从未在背后议论上司或同事的缺点					
亲社会行为	自愿为了同事间的和谐保留与同事意见不一致的想法					
	自愿通过工作满足同事的需求和愿望					
	我想通过我的工作使现有的客户受益					
	自愿通过工作满足现有客户的需求和愿望					
	自愿通过工作给现有客户带来积极的影响					

第三部分 公司绩效调查

请根据您的实际感知情况和判断在相应的选项中打“√”，其中：

1 表示“非常不同意”；2 表示“不同意”；3 表示“一般”；4 表示“同意”；5 表示“非常同意”。

维度	测量提项 (Borman 和 Motowidlo, 1997)	1	2	3	4	5
任务绩效	我总是高效率完成我份内工作					
	工作中我总是可以达成预定的目标					
	我在工作时间上利用率较高					
	工作中我尽力避免犯错误					
	工作中我具有创造性					
关系绩效	我常常在工作中主动承担份外工作					
	工作中我常常主动为同事提供帮助					
	我愿意继续在本部门工作					
	我愿意尽自己最大的努力把工作做好					

个人基本信息

1. 您的性别： A: 男 B: 女

2. 您的年龄 ()

A. 18-25 岁 B. 26-35 岁 C. 36-45 岁 D. 46-55 岁 E. 55 岁以上

3. 您的受教育程度 ()

A. 初中及以下 B. 高中/中专 C. 本科/大专 D. 本科以上

4. 您在现单位的工作年限 ()

A.3 年以下 B.3-5 年 C.5-10 年 D.10-20 年 E.20 年以上

5.您的月平均收入是多少? ()

A.2500 以下 B.2500-3500 元 C.3500-4500 元
D. 4500-5500 元 E. 5500 以上

6.目前的职位

A.高阶 B.中阶 C.基层 D.其他

7.您所属的企业为什么类型

A.私营企业 B.国有企业 C.外资企业 D.跨国企业 E. 其他



个人简历

姓名	杨颖玥
生日	1993 年 5 月 20 日
出生地	中国 云南 昆明
教育背景	大学，云南大学滇池学院（中国）
课程名称	工商管理（MBA）
硕士	泰国兰实大学
课程名称	M. B. A. 2019 年
永久地址	中华人民共和国云南省昆明市

