

酒店连锁企业员工知识分享 对知识资本影响的实证研究

胡 明,陈明星

(东南大学 经济管理学院,江苏 南京 210096)

摘 要:员工知识分享是促进组织知识资本增值,进而提高组织绩效的驱动力之一。本文基于计划行为理论,从行为态度、主观规范以及认知行为控制 3 个维度来探讨酒店连锁企业员工知识分享对知识资本和组织绩效的影响程度,并运用结构方程模型进行实证分析,旨在为酒店连锁企业的经营管理提供参考。

关键词:知识分享 知识资本 组织绩效 计划行为理论

中图分类号:F270

文献标识码:A

文章编号:1671-4970(2008)02-0068-05

知识管理作为一项管理变革,正日益受到企业的重视,其关键内容之一就是有效机制促进员工的知识分享,以达到组织知识资本增值与组织绩效提高的目的。本文以计划行为理论为观察视角,从行为态度、主观规范以及认知行为控制 3 个维度来探讨酒店连锁企业员工间知识分享的影响因素及其对知识资本和组织绩效的影响程度,运用结构方程模型进行实证性分析,希望本文的理论分析框架以及实证检验结论能为酒店连锁企业促进知识分享提供参考。

一、知识分享的层次及特征

知识分享是建立在知识主体(知识的权利人、所有者、代理者和组织管理者等)基础上的知识扩散、吸收、内化和利用的过程,是推进知识管理和知识创新的重要手段,它是指组织的员工或内外部团队在组织内部或跨组织之间,彼此通过各种渠道进行知识交换和讨论^[1],目的在于通过知识的交流、扩大知识的利用价值并产生知识的效用、增加组织的知识资本。组织知识分为员工个体知识、团体知识和组织知识 3 个层次。因此,知识分享也可分为 3 个层次。

第一层次:员工个体知识分享。这是组织中员工之间通过一定的途径或采取一定的措施将自己的知识(包括显性知识和隐性知识)传授给他人并获取他人知识的过程。个体知识分享具有 3 个特征:①个体知识分享的主体是员工个人;②员工个体知识

分享的内容包括员工的显性知识与隐性知识,但偏重于个人隐性知识;③员工个体知识分享的进行以非正式途径(如个人聚会等)为主,正式途径(如公司培训等)为辅。个体知识分享是其他知识分享的基础和源泉。员工知识分享是团队知识分享和企业间知识分享的基础,企业整体的知识分享行为依赖于员工知识分享的能力和效率。没有员工知识分享,其他知识分享也就无从谈起。

第二层次:团队知识分享。团队间知识分享,是指不同团队通过各种手段彼此共享显性知识和隐性知识,显著提高各自的工作效率,从而转变为组织的知识财富。

第三层次:组织间知识分享。组织间知识分享是一种合作性的活动,组织通过信息的分享、建立合作意识,共同融合所分享知识来获得更多的价值。成功的组织间知识分享可以提高组织的竞争力,表现为组织间对关系的效率和效果感到满意。

现阶段,我国酒店连锁企业员工知识分享主要具有以下特征:

1)酒店连锁管理和考核的内在压力迫使相同部门员工之间和不同部门员工之间知识分享的积极性增高。由于酒店的餐饮和客房服务流程都需要班组之间合作完成,班组内任何一位员工的失误都会影响客人对整个饭店服务质量的评价,所以员工为了不断增加自己的经验和技能而乐意向部门优秀员工学习,同时为了提高部门间合作的效率,也需要学习

收稿日期:2007-11-22

基金项目:国家自然科学基金资助项目(70673010)

作者简介:胡明(1970—),男,山东济南人,博士研究生,从事知识管理研究。

其他部门的工作流程。

2)酒店连锁企业员工知识分享的内容以公司管理标准和服务规范(如班组或者部门培训、小组例会、技能竞赛等形式)为主,个人经验(如个性化的案例示范或“师徒关系制”)为辅;以员工间显性知识为主,隐性知识为辅。

3)酒店连锁行业员工知识分享的途径不同于其他行业。酒店的培训主要依靠上级负责下级、老员工负责新员工的分级培训体系,基层员工知识分享的主要途径为公司培训、班组培训、小组例会、部门会议、服务技能竞赛等正式途径和员工间的经验传授、员工聚会、“师徒关系”等非正式途径。而对不同部门中高层员工而言,知识分享依然主要依赖非正式途径,正式途径仅起辅助作用。

4)酒店连锁企业员工知识分享激励难度较低。作为服务业的酒店连锁企业,更要强调基于标准化规范下执行指令或程序的“团队合作”精神;酒店企业完善的奖惩制度(比如,班组考核、最佳服务班组评选、最佳服务标兵等)也让员工对企业文化有很强的认同感。另外,随着连锁酒店成员的不断增长,员工的年龄结构将以年轻员工为主。年轻人思维较为活跃、行动力较强,对于企业实施的相关激励措施较易认同并认真落实。

本文正是从员工知识分享活动出发,通过对酒店连锁企业中员工间知识分享活动的实证研究,运用统计分析工具,探讨知识分享对知识资本及组织绩效的影响程度。

二、员工知识分享与知识资本及组织绩效的关系

1. 计划行为理论视角下员工知识分享的影响因素

计划行为理论是美国心理学家 Ajzen^[2]1985年提出的,其实质是分析影响行为的各种因素并试图解释人类行为决策过程的社会认知理论,主要目的在于建立影响个人行为的关键因素与途径。计划行为理论认为影响行为的因素可分为3类,即行为态度、主观规范与认知行为控制。

行为态度是指一个人对人、事、物或行为所持的正面或负面的评价,反应了个人对人、事、物或行为的好恶感觉,当个人对某一行为持有的态度愈强烈,则执行该行为的意图会愈强。首先,酒店连锁企业的管理都基于一套统一的规范和标准,这种标准化的规范要求员工工作的协调统一,因而会促进员工之间积极主动地分享公司的规范和标准;其次,企业完善的奖惩制度,特别是严格的惩罚机制(比如,员

工犯错按部门处罚)能激发员工之间分享知识的积极性。

行为的主观规范是指个人在执行某一行为时,认为其他重要关系人是否同意他的行为,该理论认为态度和行为之间的关系是因为人们通过有意识思考的过程,以决定在某特定的情境下,是否有从事某种行为的意图。首先,作为特殊的服务行业,酒店连锁企业强调基于标准化规范下执行指令或程序的“团队合作”,这就要求同一部门之间或者相关部门之间员工通畅的知识分享;其次,酒店企业完善的激励制度能激励员工之间的交流与学习。

认知行为控制是指当一个人认为自己有足够的能、机会与资源时,才会从事某特定行为,当个人认为拥有执行某一行为相关的资源或机会越多时,则他对控制执行该项行为的认知会越强^[3],反之,他们就不大可能去执行此项行为。酒店连锁企业有着成熟完善的、标准化的规范,绝大部分的工作程序固定统一、执行难度较低,员工完成工作要求较为容易,因此,员工有能力推进知识分享;另外,目前酒店员工是以学习能力较强的年轻员工为主。酒店为了体现服务的人性化,一贯鼓励员工之间的知识分享,并希望员工能够创造性地完成工作。

基于计划行为理论,本文从行为态度、主观规范和认知行为控制3个角度对员工知识分享行为进行影响因素分析,并提出以下命题:

命题1:员工知识分享的行为态度对员工知识分享行为产生重要影响。

命题2:员工知识分享的主观规范对员工知识分享行为产生重要影响。

命题3:员工知识分享的认知行为控制对员工知识分享行为产生重要影响。

2. 知识分享与知识资本的关系

知识资本是组织所“拥有”的知识及知识创造机制的统称,它是指知识的拥有者在知识的产生、传播和使用过程中以取得价值增值的预付价值^[4]。知识资本通常可分为人力资本、结构资本和关系资本。

知识分享可以协调员工工作,提高效率,促进员工技能的提升;可以促进企业组织结构的完善、组织人员配置的合理;可以促进企业与外界组织(如客户、采购方、政府、企业等)的交流与协同。因此,企业知识分享对企业知识资本中人力资本、结构资本和关系资本产生重要的正影响。因此,我们提出以下命题:

命题4:知识分享行为对人力资本产生重要影响。

命题5:知识分享行为对结构资本产生重要

影响。

命题 6 :知识分享行为对关系资本产生重要影响。

3. 知识资本与组织绩效的关系

组织绩效指企业在生产经营的一定期间内为实现企业目标所做的一系列工作及其所取得的各种成果的总称 ,涵盖企业的财务指标、资产经营状况、偿债能力和发展能力等各个方面。知识分享可以使知识资本增值 ,而知识资本能进一步提高组织绩效。

Bassi 和 Varf^[5]研究人力资本投资与组织绩效的关系 ,其研究结果显示 ,人力资本投资对组织绩效有显著正影响 ;Pety 和 Guthrie^[6]的研究也表明 ,人力资本对组织绩效的贡献从解决顾客问题、提出创新构想、改变企业流程表现出来 ,关系资本对组织绩效的贡献主要表现为 :提升品牌形象、巩固客户关系、提高顾客忠诚度、强化营销渠道、增强战略合作伙伴关系等方面 ,关系资本对组织绩效产生显著的影响 ;Bontis 等^[7-8]对加拿大及马来西亚等国进行的知识资本与组织绩效关系的实证研究结果表明 ,结构资本对组织绩效有显著正相关。因此 ,我们提出以下命题 :

命题 7 :人力资本对组织绩效具有重要影响。

命题 8 :结构资本对组织绩效具有重要影响。

命题 9 :关系资本对组织绩效具有重要影响。

综上所述 ,在计划行为理论框架下 ,笔者构建了关于知识分享行为、知识资本和组织绩效的实证分析框架 ,如图 1 所示。

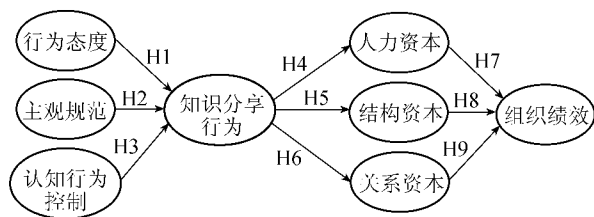


图 1 知识分享行为、知识资本及组织绩效关系实证分析框架

基于上述分析框架 ,结合前面提出的命题 ,本文提出如下 9 个实证检验假设 :

假设 1(H1) :员工知识分享的行为态度对员工知识分享行为具有显著正影响。

假设 2(H2) :员工知识分享的主观规范对员工知识分享行为具有显著正影响。

假设 3(H3) :员工知识分享的认知行为控制对员工知识分享行为具有显著正影响。

假设 4(H4) :知识分享行为对人力资本具有显著正影响。

假设 5(H5) :知识分享行为对结构资本具有显

著正影响。

假设 6(H6) :知识分享行为对关系资本具有显著正影响。

假设 7(H7) :人力资本对组织绩效具有显著正影响。

假设 8(H8) :结构资本对组织绩效具有显著正影响。

假设 9(H9) :关系资本对组织绩效具有显著正影响。

三、研究方法及其实证检验

1. 研究对象及样本采集

笔者在 2007 年以金陵连锁酒店等国内诸多知名酒店连锁企业为调查对象 ,运用问卷调查方式 ,抽样对象设定为企业的总经理、知识主管、生产主管、人力资源主管、信息技术主管、财务主管等。共发出问卷 146 份 ,收回 125 份 ,样本回收率为 85.6%。其中 ,得到有效问卷 103 份 ,有效问卷回收率为 82.4%。

2. 变量的衡量

本文所涉及的因素的度量都是“程度”的概念 ,很难通过定量的数据来表达 ,只能通过定性的、主观的判断来衡量 ,因此采用李克特(Likert) 5 点量表。

(1) 员工知识分享影响因素的衡量

在编制员工知识分享影响因素量表时 ,本文借鉴 Ajzen^[9]所采用的指标 ,分别从员工知识分享的行为态度、主观规范和认知行为控制 3 个维度设计量表。

行为态度维度的指标包括 :A1. 我觉得提供知识给酒店中有需要的人是好的 ;A2. 我觉得提供知识给酒店中有需要的人是愉快的 ;A3. 我觉得提供知识给酒店中有需要的人是有价值的 ;A4. 我觉得提供知识给酒店中有需要的人是有益的。

主观规范维度的指标包括 :N1. 我觉得主管会喜欢我在组织内提供知识给有需要的人 ;N2. 我觉得主管会赞同我在组织内提供知识给有需要的人 ;N3. 我觉得主管会认为我应在组织内提供知识给有需要的人 ;N4. 我觉得同事会喜欢我在组织内提供知识给有需要的人 ;N5. 我觉得同事会赞同我在组织内提供知识给有需要的人。

认知行为控制的指标包括 :C1. 在酒店内提供自己的知识给有需要的人 ;C2. 我有能力提供自己的知识给连锁酒店中有需要的人。认知行为控制维度的指标包括 :C3. 我可以控制自己是否要提供我的知识给有需要的人 ;C4. 我可以自主决定是否要提供我的知识给有需要的人。

(2) 知识分享行为的衡量

在编制知识分享行为量表时,本文借鉴田洁^[10]的评价指标,主要包括:Y1. 我很了解酒店内部社会网络中的其他成员工作上所拥有的技能;Y2. 我很了解酒店内部社会网络中的其他成员所拥有的专业知识;Y3. 我很了解酒店内部社会网络中的其他成员过去的经验;Y4. 我很了解酒店内部社会网络中的其他成员工作价值观;Y5. 我很了解酒店内部社会网络中的其他成员的人际关系。

(3) 组织知识资本的衡量

在编制组织知识资本量表时,本文借鉴孙涛^[11]、金峻岭^[12]的评价指标,量表主要包括3个一级指标以及9个二级指标,分别是:H1. 员工能力;H2. 员工向心力;H3. 管理者能力(人力资本维度);S1. 创新与研发投入;S2. 业务流程;S3. 制度和文化(结构资本维度);R1. 市场能力;R2. 顾客忠诚度和满意度;R3. 战略伙伴关系(关系资本维度)。

(4) 组织绩效的操作性定义与衡量

在编制组织绩效量表时,本文借鉴Kaplan和Nortor^[13]所提出的评价指标,包括:P1. 相较于同业最大竞争者,贵酒店拥有较高的营业额;P2. 相较于同业最大竞争者,贵酒店拥有较好的获利率;P3. 相较于同业最大竞争者,贵酒店拥有较好的成长率;P4. 相较于同业最大竞争者,消费者对于贵酒店的产品及服务满意度较高;P5. 相较于同业最大竞争者,消费者对贵酒店商店品牌形象较佳。

3. 研究方法 with 模型检验

本文在采用SPSS统计方法对103份有效问卷进行初步汇总统计后,使用结构方程模型来检验模型的适配程度,结果如下:

(1) 度量模型的检验

本部分采用分项对总项相关系数以及Cronbach's α 系数来检验问卷的信度。其中,分项对总项相关系数以大于0.6为佳,最低不宜小于0.35。Cronbach's α 系数介于0.35~0.75表示可以接受,若大于0.75,则表示信度相当高。本文各相关项目检验结果见表1,可以看出指标的一致性是比较好的。

(2) 整体模式适配度检验

整体模式适配度是用来评价整个模式与观察资料的适配程度,表2给出了本次检验得到的结果及其理想值,可以看出模型的适配程度较好。

(3) 路径系数及研究结论

本文所列的9个假设中,H1、H2、H3、H4、H5、H8、H9这7个假设获得普遍支持,而H6、H7两个假设仅得到部分支持,究其原因,可能在于以下几点:

表1 度量模型的检验

影响因素	评价指标	分项对总项的相关系数	Cronbach's α
行为态度	A1	0.6318	0.7365
	A2	0.6723	
	A3	0.5474	
	A4	0.3575	
主观规范	N1	0.5096	0.8190
	N2	0.6466	
	N3	0.5876	
	N4	0.5690	
	N5	0.6630	
认知行为控制	C1	0.6205	0.7667
	C2	0.5774	
	C3	0.6343	
	C4	0.5071	
员工知识分享行为	Y1	0.8164	0.9120
	Y2	0.7463	
	Y3	0.8327	
	Y4	0.7974	
	Y5	0.8490	
人力资本	H1	0.6807	0.7514
	H2	0.5164	
	H3	0.5486	
结构资本	S1	0.7046	0.8529
	S2	0.7232	
	S3	0.7858	
关系资本	R1	0.8466	0.8956
	R2	0.7391	
	R3	0.8255	
组织绩效	P1	0.7479	0.7920
	P2	0.7432	
	P3	0.7749	
	P4	0.7356	
	P5	0.7602	

表2 适配度汇总

衡量指标	指标	理想值	实际值
绝对适配度衡量	χ^2		283.882
	df		163.000
	χ^2/df	< 3.00	1.742
	GFI	> 0.90	0.912
	RMR	< 0.05	0.041
增量适配度衡量	RMSEA	< 0.10	0.079
	AGFI	> 0.90	0.902
	NFI	> 0.90	0.911
	CFI	> 0.90	0.917
简要适配度衡量	PNFI	> 0.50	0.607
	PGFI	> 0.50	0.698

第一,由于关系资本是企业与组织外部的客户、供应商、政府和合作伙伴等的关系的价值,本文主要通过市场能力、顾客忠诚度和满意度、战略合作伙伴关系3个次要层面进行考察,而企业内部员工之间的知识分享虽然影响企业的市场能力及顾客忠诚度和满意度,但对战略合作伙伴关系的影响较小,可能导致员工知识分享行为对企业关系资本积累的影响程度小于其对人力资本、结构资本的影响程度。

第二,目前我国酒店连锁企业员工学历层次不

高,人力资本对组织绩效的影响可能低于组织资本,个人人力资本的积累由于从业时间原因,主要依赖于为数较少的中高层管理人员和业务骨干。因此,从员工的角度分析,对组织绩效直接影响的效果并不显著,这一结论与 Bontis^[7-8]的实证研究结论基本一致。

路径系数及假设验证结果见表 3。

表 3 路径系数及假设验证结果

研究假设	路径系数 γ	验证结果	研究假设	路径系数 γ	验证结果
H1	0.649	成立	H6	0.143	部分成立
H2	0.742	成立	H7	0.096	部分成立
H3	0.715	成立	H8	0.757	成立
H4	0.623	成立	H9	0.806	成立
H5	0.706	成立			

注:潜在变量的路径系数 γ 为标准化参数。

组织知识分享可分为不同的层面,如个人、团队或组织间。在不同的层面上,知识分享的内容和方式不同,因此,对组织知识资本的积累以及组织绩效提高的影响程度也不同,从个人层面而言,知识分享机制的构建应着重考虑本文实证分析中产生显著正影响的因素。

参考文献:

[1] 单雪韩. 知识共享的影响因素分析与实现对策研究[D]. 杭州:浙江大学,2003:10-14.
 [2] AJZEN I. From intentions to actions: a theory of planned behavior action-control: from cognition to behavior[M]. Heidelberg: Springer,1985.

[3] AJZEN I. Attitude structure and behavior[C]/PRATKANIS A R, BRECKLER S J, GREENWALD A G. Attitude structure and function. NJ: Hillsdale, 1989: 252.
 [4] 申明. 知识资本运营论[M]. 北京:企业管理出版社, 1998: 46-48.
 [5] BASSI L J, VAN BURE M E. Valuing investment in intellectual capital[J]. International Journal of Technology Management, 2000(5): 414-432.
 [6] PETTY R, GUTHRIE J. Intellectual capital literature review: measurement, reporting and management[J]. Journal of Intellectual Capital, 2000(2): 155-176.
 [7] BONTIS N. Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: Framing and advancing the state of the field[J]. International Journal of Technology Management, 1998(1): 433-462.
 [8] BONTIS N. Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital[J]. International Journal of Technology Management, 2001(3): 41-60.
 [9] AJZEN I. Constructing a TPB questionnaire: conceptual and methodological considerations[DB/OL]. 2006[2007-11-26]. http://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb_measurement.pdf.
 [10] 田洁. 新产品开发团队成员知识共享的影响因素研究[D]. 杭州:浙江大学,2006: 28-34.
 [11] 孙涛. 智力资本评价及其对组织绩效的影响研究[D]. 杭州:浙江大学,2003: 53-62.
 [12] 金峻岭. 智力资本测度对企业绩效的影响[D]. 杭州:浙江大学,2005: 31-42.
 [13] KAPLAN, NORTON. Using the balanced scorecard as a strategic management system[J]. Harvard Business Review, 1996(1).

· 简讯 ·

著名社会学家陆学艺到河海大学做学术报告

2008年5月12日,我国著名社会学家陆学艺先生到河海大学做“社会建设理论与实践”的学术报告。

陆学艺先生分析了当前中国社会经济发展的形势,认为当前中国社会问题的出现,是因为中国处于两个转变之中,一是农村社会向工业化、城市化的现代社会转型,二是从计划经济到市场经济的转轨。他对社会建设问题做了详尽的阐述,认为我国社会事业需要从制度建设和实际问题两个方面着手。社会建设在实践中需要重视以下7个方面:社会结构的调整与构建、社会流动机制的变动、社会组织建设、社会阶层的共建、共享和共赢、社会事业、社会保障体制的改革和社区建设。

陆学艺先生为社会学系题写了“河海大学社会学系”的系名,并为社会学系题词:“向民众作调查,为国家谋良策”,希望社会学系的老师和学生多到基层做调查,了解基层老百姓的生活,为国家建设出谋划策。

(本刊编辑部供稿)