

职场友谊对研发团队创新绩效的影响机制研究

——一个带中介的调节模型

胡海 徐荣玲

(南京师范大学商学院, 南京 214600)

〔摘要〕 本文通过问卷调查法获得372份有效问卷,运用带中介的调节模型探讨了职场友谊对研发团队创新绩效的影响机制。实证结果表明:(1)职场友谊对团队创新绩效是有正向的激励作用的,其中知识分享起中介作用;(2)职场友谊对团队创新绩效的作用同时受到员工知识分享意愿和知识分享能力的中介作用;(3)职位级别对职场友谊通过知识分享对团队创新绩效的影响起负向调节作用,即职位级别越高,友谊机会越小,通过员工友谊促进知识分享,进而提高团队创新绩效的效应越低。

〔关键词〕 职场友谊 知识分享意愿 知识分享能力 团队创新绩效 回归分析 良性竞争

DOI: 10.3969/j.issn.1004-910X.2017.11.015

〔中图分类号〕 F272.92 〔文献标识码〕 A

引言

知识分享是现代组织和团队管理中的重要关注点。首先,本文明确定义所谓知识分享是,员工之间分享与工作有关的技能、经验、理论等知识的行为。多数研究表明,促进员工的知识分享能够加强组织资源的流动与吸收,最终提高员工的团队创新绩效和组织绩效。

其实,员工进行知识分享并不仅仅是一个“内在的自觉行为”,更多地,它需要一个“员工自认为的安全的、无压力的外在环境”。正如社会学家经常提到的“人不仅是理性的动物,更是感性的动物”,因此在平常的工作生活摩擦中,员工之间是很容易建立起友情。在友情的刺激下,员工会更愿意敞开心扉,与“朋友”进行知识分享。研究表明,员工在与同事建立友谊后,会自觉地或不自觉地愿意向同事分享知识。

2 分析及研究假设

2.1 职场友谊与知识分享

职场友谊源于西方学者对组织中人际关系的一种界定,在现有的国内文献中研究这一非正式组织概念的很少,以国外及台湾学者研究居多。

“友谊存在于职场内”,即为职场友谊,它是一种个人对组织内人际关系友好程度的感受(Sias、Cahill, 1998)^[1]。更具体地, Berman (2002)回顾以往研究,将职场友谊概括为包括相互信任、承诺、喜爱、分享利益和价值观在内的非排他性资源职场联系^[2]。在该定义下,职场友谊被认为是一种职场中两人之间自愿并相互依赖的关系,代表着不同方式或程度的亲密、伙伴、沟通、相互帮助和友善(Jehn、Shah, 1997)^[3]。职场友谊对组织的影响被概括为两个方面:(1)个体层面,如员工的工作态度、建言行为、工作信任等(Riordan、Griffeth, 1995; 孙健敏等, 2015)^[3,4];(2)组织层面,如工作满意、离职率、组织公民行为、组织承诺等(Nielsen, 2002; 陈建佑, 2011; Teimouri, 2011)^[5,6]。综合而言,职场友谊可以改善员工的工作态度,提高其工作积极性,促进员工之间的沟通、交流、信任与协作。

与传统的组织沟通相比,知识分享更能体现员工之间的交流对个体和组织的效用。关于知识分享的研究主要从知识分享意愿和知识分享能力两方面进行。Bock (2005) 等研究结果表明,良

收稿日期: 2017-06-26

基金项目: 国家自然科学基金“高技术企业自主创新的风险传递、公众风险认知和创新投资关系研究”(项目编号: 71372128); 江苏高校哲学社会科学研究“基于消费者社会化和企业学习的企业品牌资产建立机制研究”(项目编号: 2016SJD630013)。

作者简介: 胡海, 南京师范大学商学院副教授, 硕士生导师, 南京大学博士。研究方向: 市场营销、企业管理。徐荣玲, 南京师范大学商学院硕士研究生。研究方向: 企业经济。

好的人际关系对知识分享行为的态度具有显著影响。余福茂(2009)指出,知识分享涉及人际互动及沟通过程^[7],即使沟通双方均具有知识分享的意愿,但若缺乏执行知识分享的相关能力(包括知识的吸收、转移和释放能力),也会影响知识的顺利分享。知识分享是建立在分享双方友好、信任、互助的基础上,因此员工之间的关系越亲密,知识分享行为越可能发生,即越有可能提供与工作有关的、有价值的讯息(Sias, 2005)。

基于以上分析,提出以下假设:

H1: 职场友谊对知识分享有正向作用;

H1a: 职场友谊对知识分享意愿有正向作用;

H1b: 职场友谊对知识分享能力有正向作用。

2.2 职场友谊与团队创新绩效

对于团队创新绩效的研究,学者们大都是将其视为结果变量,从组织结构(张光磊等, 2011; 苗仁涛等, 2016)^[8,9]、领导风格(刘小禹等, 2011; 韩杨等, 2016)^[10,11]、员工行为(钱源源, 2010; 刘泉, 2011)^[12,13]等角度进行的,甚少提及团队氛围和员工的心理环境的影响。团队创新绩效不仅受到成员个体的创造力因素的影响,还受到团队氛围和成员心理环境的作用。研究表明,职场友谊会增加员工之间的互动,会增强员工的工作满意度(阔杨, 2013)^[14],有利于提高团队创新绩效(Hackman, Oldman, 1992; Riordan, 1995)。汤超颖、艾树、龚增良(2011)在对积极情绪的作用结果研究中指出,积极的情绪对于团队创新绩效有正向作用^[15]。职场友谊促进员工之间的交流、增强员工之间的信任、尊重、合作和良心竞争,有利于调动个体的积极情绪,促进良好的团队氛围,进而激发团队创造力,提高团队创新绩效。

基于以上分析,提出以下假设:

H2: 职场友谊对团队创新绩效有正向作用。

2.3 知识分享与团队创新绩效

知识是创新的基础,创新是知识的升华。个体通过教育或者自学而吸收的知识是有限的。个体必须学会与他人交换分享知识,才能最大程度上获得知识。团队内部知识分享是加速知识创造与转换的关键过程。张振刚等人(2014)指出,

知识是员工创新的基础,若是员工缺乏搜集、吸收、转化、分享知识的能力,那么员工的创新能力也会受影响^[16]。此外,知识分享可以帮助员工获得更加全面、准确的信息和知识,提高员工表达自我观点、分辨有效知识、接纳新知识等方面的能力,进而促进其创新(Srivastava等, 2006)^[17]。完善的知识分享制度和浓厚的知识分享氛围会使员工更加愿意与同事交流与工作有关的讯息,从而更加容易产生创新行为(Low等, 2005)^[18]。因此,知识分享作为一种协调机制,能够促进团队内部的学习,协调内部差距,促进共同进步,同时促进有效资源的利用,为创新行为奠定基础,提高创新绩效。

基于以上分析,提出以下假设:

H3a: 知识分享对团队创新绩效有正向作用;

H3b: 知识分享在职场友谊对团队创新绩效的影响中有中介作用。

2.4 组织层级的调节作用

职场友谊既存在普遍性又存在独特性。员工在工作环境中不可避免地与其他员工接触,它存在于每个阶层。但是,由于相同的工作环境和组织层级,职场友谊大多数产生于同一阶层,并且不同阶层员工之间的友情程度是不同的(Mao, 2009; Bell, 1990; Lin, 2010)^[19]。Madison(1980)认为职位越高,权力越大,竞争压力相对较小,职场友谊境况更佳^[20]。但实际上,随着代理理论的发展,企业的CEO并非企业的所有者,企业的高管有很高的可替代性,竞争压力反而会越大,职场友谊即使存在,也很少会发生知识分享行为;相反,这些竞争是基于信息和知识不对称的条件。Mao(2009)在研究中得出组织层级与职场友谊负相关^[19],认为组织层级越高,友谊机会越小。目前对于这一问题,学术界尚未形成统一的结论。其实,在任何组织层级上,职场友谊都是存在的。但这种友情的差异并非体现在其机会和程度上,更多地体现在知识分享上。越高层级,友情对知识分享的作用越弱,越低层级,友情对知识分享的作用越强。

基于上述分析,提出如下假设:

H4: 组织层级调节了职场友谊通过知识分享

对团队创新绩效的影响。

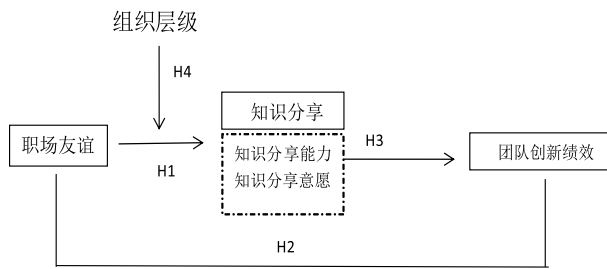


图 1 本文研究框架及理论模型

3 研究设计

3.1 样本设计

本文主要以南京地区企业研发部门员工及领导为调查对象,进行线下问卷调查和线上问卷发放,样本涉及各行各业,具有广泛性、随机性和代表性。对于抽样员工的企业规模和背景本文并未明确限制,因为职场友谊具有普遍性,不论组织大小和背景。

3.2 问卷设计

在问卷设计方面,由于各变量均有之前学者基于中国国情的研究,因此本文均借鉴之前学者的成熟量表,具体情况如下:(1)职场友谊。职场友谊的测量主要借鉴孙健敏、焦海涛的研究成果^[21],将员工友谊分为职场友谊机会和职场友谊程度两个维度,共包括 8 个题项。该量表是将西方的职场友谊量表与中国组织情境相结合,通过了信度和效度检验;(2)知识分享。知识分享的测量工具主要参考了王彦飞、朱瑜的研究成果,从知识分享意愿和知识分享能力两方面对知识分享进行测量。知识分享的意愿主要是指员工认识到知识分享的价值,乐意与他人分享自己的知识与经验,愿意帮助同事并在适当时机提供自己的意见;知识分享的能力指员工具备知识分享的能力,乐意接纳新观点或新事物,能够合理表达自己的意见,了解和掌握知识分享技巧的程度。修订后的知识分享量表共有 10 个项目;(3)团队创新绩效。员工团队创新绩效的测量主要借鉴了刘小禹等人(2013)在研究中所用量表,从产品的创新性、创新的想法的数量、总体技术绩效以及对变化的适应能力方面来进行测量,共包括 4 个题项^[22]。

上述变量的量表均用 SPSS22.0 进行信效度分析。各题项的因子载荷系数均大于 0.7,克隆巴赫指数均大于 0.8。结果表明,本次调研的量表具有很好的可靠性和稳定性。

3.3 样本数据收集及分析

本次调研采取随机问卷的形式,主要对象是江苏地区公司员工。江苏是中国经济发展最好的省份之一,其员工样本具备代表性和普遍性。本次样本共发出 400 份,最终回收 372 份,剔除无效样本,共回收有效样本 546 份,有效样本回收率为 91%。本次调查男性占比 40.1%,女性占比 59.9%;年龄大都分布在 23~28 之间,占比 70.2%,29~34 之间占比 13.2,35~40 之间占比 14.8%;在职业性质方面,普通企事业单位工作人员占 33.5%,专业技术人员占 18.7%,商业服务人员占 24.2%;对于公司性质,普通企业占比 55.5%,政府机构占比 23%,事业单位占比 3.8%,国有企业占比 17.6%;此外,本次调查对象公司高层占比 5.5%,公司中层占比 10.4%,公司普通员工占比 84.1%。样本分布基本符合社会基本情况,样本具备随机性和代表性。

4 研究结果

4.1 共同方法偏差检验

由于本文 3 个变量的所有数据均来源于同一受访者,并且都采用问卷调查的方式,容易出现同源偏差(Common Method Variance, CMV)。本文采用 Harman 的单因素检验方法,设定一个公共因素,若这一个因素解释了全部或大部分的变异,则认为存在共同方法偏差(Podsakoff, MacKenzie, Lee 2003)。本文即采用这种方法,用 SPSS22.0 将所有研究变量进行探索性因子分析,按照特征值大于 1 提取因子,不进行旋转发现,共形成 7 个因子,总体方差变异解释率为 74.787,且提取的第一个主成分的方差贡献没有占到总体方差变异解释率的大部分。这说明,本研究虽然只采用了问卷调查方式,但并不存在严重的共同方法偏差。

4.2 验证性因子分析

本文通过 AMOS23.0 对工作友情、知识分享能力、知识分享意愿、团队创新绩效进行验证性

因子分析。所有因子载荷都在 0.66 以上, 组合信度 CR 的最小值为 0.80, 平均萃取量 AVE 的最小值为 0.51, 说明模型具有较好的聚敛效度。更进一步地, 分析各潜变量之间的判别效度, 在三因子模型、四因子模型和单因子模型之间进行对比。结果表明四因子模型拟合的比较好 ($X^2/ Df = 2.681$; $GFI=0.969$; $NFI=0.902$; $GFI=0.924$) 表明, 模型具有很好的拟合度。而且这一模型显著地优于其它因子模型的拟合优度, 表明测量具有较好的区分效度。

4.3 描述性统计分析

表 1 报告了变量的平均值标准差及相关系数。从表 3 我们可以看出职场友谊与知识分享意愿 ($\beta = 0.655, p < 0.01$)、知识分享能力 ($\beta = 0.523, p < 0.01$)、团队创新绩效 ($\beta = 0.572, p < 0.01$) 呈现出显著的正相关关系; 知识分享意愿和知识分享能力与团队创新绩效 ($\beta = 0.533, p < 0.01$; $\beta = 0.517, p < 0.01$) 呈现显著的正相关关系。相关分析系数均在 0.7 以下, 变量间多重共线性问题不是很严重, 可以对其进行回归分析, 进一步验证我们提出的假设。

表 1 描述性统计分析结果

	均值	标准差	职场友谊	知识分享意愿	知识分享能力	团队创新绩效
性别	1.599	0.491				
年龄	28.181	5.297				
教育年限	14.890	2.509				
职场友谊	5.195	1.141	1.00			
知识分享意愿	5.699	0.975	0.655*	1.00		
知识分享能力	5.551	0.998	0.523**	0.073**	1.00	
团队创新绩效	5.459	1.050	0.572**	0.533**	0.517	1.00

注: 1. ** 表示显著性水平为 1%, * 表示显著性水平为 5%。下同; 2. 性别、年龄、教育年限均为控制变量。

4.4 知识分享中介效应检验

证职场友谊对知识分享和团队创新绩效的正向效应。结果如表 2。

4.4.1 主效应分析

本研究主要采用多元线性回归分析方法来验

表 2 职场友谊对知识分享和团队创新绩效回归分析结果

模型		非标准化系数		标准系数	T	Sig.
		B	标准误差	Beta		
1	(常量)	5.424	0.353		15.349	0.000
	性别	-0.075	0.084	-0.380	-0.888	0.375
	年龄	0.015	0.008	0.830	1.935	0.053
	教育年限	-0.030	0.016	-0.770	-1.804	0.072
2	(常量)	2.909	0.382		7.611	0.000
	性别	0.020	0.076	0.010	0.269	0.788
	年龄	0.016	0.007	0.086	2.244	0.025
	教育年限	-0.006	0.015	-0.015	-0.391	0.696
	知识分享能力	0.417	0.009	0.383	10.020	0.007
	知识分享意愿	0.506	0.071	0.227	17.010	0.000
	职场友谊	0.383	0.033	0.453	11.701	0.000

根据表格结果可知,职场友谊对知识分享团队创新绩效($B=0.525, P<0.01$)有显著的正向效应。由此,假设1、1a、1b、2检验通过。

4.4.2 中介效应分析

本研究通过分步法检验员工知识分享对职场友谊和团队创新绩效的中介效应。根据结构模型结果发现,职场友谊对员工知识分享能力($\beta=0.69, P<0.01$)、员工分享意愿($\beta=0.57,$

$P<0.01$)有显著的正向影响。此外,员工分享能力对团队创新绩效($\beta=0.62, P<0.01$)有显著的正向影响,并且员工分享意愿对团队创新绩效($\beta=0.60, P<0.01$)有显著的正向影响。由此得出,职场友谊部分通过知识分享能力和知识分享意愿对团队创新绩效产生正向效应。由此,假设3a、3b检验通过。具体结果见表3。

表3 员工知识分享的中介效应检验结果

职场友谊	团队创新绩效					
	知识分享意愿			知识分享能力		
	直接效应	间接效应	总效应	直接效应	间接效应	总效应
	0.358	0.299	0.657	0.381	0.315	0.696

4.5 调节效应检验

在组织中,职场友谊对知识分享的作用是否会受到员工在组织中的地位和作用的影响呢?本研究基于以上疑问,运用SPSS21.0软件采用层次回归法检验员工组织层级对职场友谊和知识分享的调节作用。本文依据Aiken和West(1991)的建

议,对自变量和调节变量进行中心化处理,尽可能多地消除多重共线性的影响。在层次回归分析中,依此将控制变量、自变量、调节变量和中心化后的自变量与中心化后的调节变量的乘积项加入回归模型,以预测他们对因变量的影响。回归分析结果如表4所示:

表4 组织层级调节效应检验

	知识分享意愿			知识分享能力		
	M1	M2	M3	M4	M5	M6
性别	-0.044	0.013	0.013	-0.109*	-0.054	-0.054
年龄	0.160**	0.188**	0.157**	0.127**	0.130**	0.087
教育年限	-0.092*	-0.003**	-0.004	-0.100	-0.029	-0.030
职场友谊		0.637**	1.241**		0.521*	1.346**
组织层级		0.103**	0.097**		0.001	-0.008
职场友谊 × 组织层级			-0.346**			-0.473**
F值	6.506	91.851**	83.713**	6.257	45.802*	45.960*
R ² 值	0.035	0.460	0.482	0.033	0.298	0.338
ΔR ² 值	0.006	0.035*	0.102*	0.005	0.032	0.093*

注:1.本表控制了性别、年龄和教育年限。2.职场友谊、组织层级及其乘积项均为中心化后的结果。3.本表包含三个层次回归模型:M1,M2,M3:M4,M5,M6:M7,M8,M9。

根据层次回归模型结果,在模型3中,职场友谊与组织层级交互项的回归系数为-0.346,ΔR²值为0.102;在模型6中,职场友谊与组织层级交互项的回归系数为-0.473,ΔR²值为0.093,且均达到显著性水平。这表明组织层级的负向调节作用显著。

4.6 有中介的调节效应检验

为了检验有中介的调节效应,本文采用本

文采用Edwards和Lambert的一般分析框架中的调节路径分析方法(moderated path analysis)来检验带中介的调节效应。他们的一般分析框架是一种全效应调节模型(total effect model),完整地分析了中介模型中所有路径上的调节作用,即X→M的调节作用,M→Y的调节作用以及X→Y的调节作用,从而更清楚地解释出自变量与因变量间中介效应模型路径上调节效应发生的

具体路径。

表 5 调节效应被中介分析结果 (一)

职位层级	职场友谊→知识分享意愿→团队创新绩效				
	阶段		效应		
	X → M	M → Y	直接效应	间接效应	总效应
	PMX	PYM	PYX	PMX × PYM	PYX+(PMX × PYM)
低职位层级	0.746*	0.529*	0.092	0.394*	0.486*
高职位层级	0.294*	0.431*	0.128*	0.127	0.255*
差异	-0.451	-0.098*	0.037*	-0.267*	-0.231*

表 6 调节效应被中介分析结果 (二)

职位层级	职场友谊→知识分享能力→团队创新绩效				
	阶段		效应		
	X → M	M → Y	直接效应	间接效应	总效应
	PMX	PYM	PYX	PMX × PYM	PYX+(PMX × PYM)
低职位层级	0.695*	0.679*	0.000	0.472*	0.471*
高职位层级	0.146	0.301*	0.280*	0.044	0.324*
差异	-0.549	-0.378*	0.281*	-0.428*	-0.147*

表 5~6 为职位层级调节知识分享意愿与知识分享能力的中介作用分析结果。结果表明,不同的职位层级下,间接效应差异显著,即职场友谊通过知识分享意愿和知识分享能力对团队创新绩效影响路径上存在调节效应。在职位层级较高的情况下,职场友谊通过知识分享能力(意愿)对团队创新绩效的影响不显著($\beta_1=0.127$, $\beta_2=0.044$, $p<0.01$)。在职位层级较低的情况下,职场友谊通过知识分享能力(意愿)对团队创新绩效的影响显著($\beta_1=0.394$, $\beta_2=0.472$, $p<0.01$),差异达到 0.267 和 0.428。由此,假设 4 通过。

5 结论

5.1 结论

实证分析结果表明,职场友谊通过员工知识分享(包括知识分享意愿和知识分享能力)对于研发团队创新绩效产生正向影响。员工之间在同一工作环境中通过共同的工作活动所建立起来的友情,会促进员工之间相互交流、相互学习的意愿和能力,提高员工任务完成能力和学习吸收能

力的同时,促进和激励员工的创新能力。此外,职位层级对职场友谊和知识分享之间的作用进行调节,职位层级越高的员工,更具理性的职业规划及职场友谊,会由于职位晋升竞争激烈等原因,不会愿意与同级好友分享自己的工作经验、工作方法等等;并且,由于职位层级高的员工相对而言,在工作中已经形成了自己的管理方法和工作体系,他们自信并且自尊心强,相对于普通员工,更少有愿意去接受别人的知识分享,学习借鉴同级友人的管理理论及方法。

在组织中,管理者对于员工的管理通常会关注到员工的性格、性别、学历、技能等因素,经常会忽略组织系统中员工之间的相互作用。本文通过实证研究为管理者进行组织管理提供以下几点参考建议:

根据实证分析结果,职场友谊是会促进团队创新绩效的。作为企业的管理者,要关注员工之间的互动作用对于团队创新绩效的影响,从而促进公司整体绩效。管理者应积极创造员工之间交流互动的机会和环境,为员工之间的友情建立提

供必要的条件;同时对这种建立起来的友情进行积极引导,促进团队创新绩效,实现部门及公司整体绩效的提高。

本文发现,职场友谊对知识分享的作用受组织层级所影响的。中高层员工会因职场友谊增强知识分享的意愿较之普通员工较小。管理者应承担对不同层级的员工的友谊进行不同程度的利用。中高层管理者的友谊更多地建立人脉,而非致力于公司或部门内部绩效的提高。相对而言,普通员工的友谊对于部门及企业绩效作用显著。因此管理者应当因地制宜地制定管理方法,为普通员工的友谊搭建平台,适当的“联谊”“素拓”,甚至现在的部门“walking meeting”等均能够为员工提供情感交流的机会。

实证结果表明,组织层级反向调节职场友谊通过知识分享能力(意愿)对员工团队创新绩效的影响。增强职场友谊可以通过知识分享提高团队创新绩效,但是组织层级越高,这样的作用越不显著。因此,管理者对于不同层级的职场友谊应该区别对待,加以利用。对于普通员工而言,这种友情增强个人能力的同时,会促进“teamwork”,提高整体绩效。对于中高层而言,这种友情有利于良性竞争氛围的形成,促进企业管理效率的提高,不可一概而论。

本文重点研究的职场友谊的积极影响。职场友谊对于员工绩效是有积极作用的,但是这种作用不能被夸大。实际上,有的时候职场友谊所带来的徇私舞弊、官官相护、消极待事等问题是会降低员工绩效的。因此,企业可以采取一些措施帮助员工建立积极的、正向的友谊,但也要注意对不健康的友谊关系的处理,减少其对员工绩效的影响。

5.2 局限性

本文通过实证分析验证了理论模型和相关假设,取得了一定的成果,但也存在一些局限性。首先本研究主要研究组织中的个人行为,人是比较复杂的一种动物,职场友谊的建立与知识分享的意愿会受每个人的性格的影响。为研究方便,本文设置未涉及这方面的控制变量。再者,为分析方便,本文的调节变量“组织层级”只包括普

通员工和中高层员工两个方面,并未对中高层员工再进一步进行具体的细分。另外,职场友谊不仅对团队创新绩效有正向作用,实际上,它也会带来相互徇私舞弊、裙带关系等负向影响(Song、Olshfski, 2008)^[23]。对于这种负向影响,本文并未做具体的研究。未来的研究可以针对这一方面,系统地研究职场友谊的作用机制。此外,未来的研究方向还可以针对企业中的中高层管理者进行具体细微研究,更深一步地探究职场友谊对团队创新绩效的作用机制。最后,本文对于取样员工所处的工作部门、团队类型并未具体调查,研究结果对于不同团队的作用是不同的。未来的研究亦可以从调节变量方面入手,更进一步完善职场友谊对于企业绩效的作用机制。

参 考 文 献

- [1] Patricia M. Sias, Daniel J. Cahill. From Coworkers to Friends: The Development of Peer Friendships in the Workplace [J]. Western Journal of Communication, 1998, 62 (3): 273 ~ 299.
- [2] Berman E M, West J P, Richter M N, et al. Workplace Relations: Friendship Patterns and Consequences (According to Managers) [J]. Public Administration Review, 2002, 62 (2): 217 ~ 230.
- [3] Riordan C M, Griffeth R W. The Opportunity for Friendship in the Workplace: An Underexplored Construct [J]. Journal of Business and Psychology, 1995, 10 (2): 141 ~ 154.
- [4] 尹奎, 孙健敏, 刘永仁, 等. 职场友谊对知识共享意愿的影响——一个调节中介模型 [J]. 科学学与科学技术管理, 2015, 36 (8): 160 ~ 169.
- [5] 陈建佑. 从关怀和交易观点探讨职场友谊与组织公民行为之关系 [J]. 人文暨社会科学期刊, 2011, (2): 17 ~ 24.
- [6] Teimouri M. Relationship Between Workplace Friendship and Organizational Commitment [R]. Aceh Development International Conference, 2011.
- [7] 余福茂. 集群企业知识分享行为影响因素的实证研究 [J]. 科学学研究, 2009, 27 (10): 1535 ~ 1542.
- [8] 张光磊, 刘善仕, 申红艳. 组织结构、知识转移渠道与研发团队创新绩效——基于高新技术企业的实证研究 [J]. 科学学研究, 2011, 29 (8): 1198 ~ 1206.
- [9] 苗仁涛, 王冰, 刘军. 高绩效工作系统与团队创新绩效: 一个有调节的中介作用模型 [J]. 科技管理研究, 2016, 36 (18): 110 ~ 115.
- [10] 刘小禹. 团队情绪氛围与团队有效性的关系及情绪劳动的调节作用研究 [D]. 中国人民大学, 2009.

- [11] 韩杨, 罗瑾琨, 钟竞. 二元领导对团队创新绩效影响研究——基于惯例视角[J]. 管理科学, 2016, 29(1): 70~85.
- [12] 钱源源, 宝贡献. 组织承诺组合与员工建言行为关系的实证研究[J]. 经济管理, 2010, (5): 64~68.
- [13] 刘泉. 组织支持、组织激励、员工行为与研发团队创新绩效的作用机理研究[D]. 浙江大学, 2011.
- [14] 阔杨. 工作场所友谊的内容结构及其相关研究[D]. 河南大学, 2013.
- [15] 汤超颖, 艾树, 龚增良. 积极情绪的社会功能及其对团队创造力的影响: 隐性知识共享的中介作用[J]. 南开管理评论, 2011, 14(4): 129~137.
- [16] 张振刚, 李云健, 余传鹏. 员工的主动性人格与创新行为关系研究——心理安全感与知识分享能力的调节作用[J]. 科技创新导报, 2014, (29): 171~180.
- [17] Srivastava A, Bartol K M, Locke E A. Empowering Leadership in Management Teams: Effects on Knowledge Sharing, Efficacy, and Performance [J]. Academy of Management Journal, 2006, 49(6): 1239~1251.
- [18] Low L S W, Mohammed A H. The Development of Knowledge Sharing Culture in Construction Industry [C]. 2005: 97~108.
- [19] Mao H Y, Chen C Y, Hsieh T H. The Relationship Between Bureaucracy and Workplace Friendship [J]. Social Behavior & Personality An International Journal, 2009, 37(37): 255~266.
- [20] Morrison R L. Informal Relationships in the Workplace: Associations with Job Satisfaction, Organisational Commitment and Turnover Intentions [J]. New Zealand Journal of Psychology, 2004, 33(3): 114~128.
- [21] 孙健敏, 焦海涛. 中国组织情境下的职场友谊[J]. 经济管理, 2012, (12): 62~70.
- [22] 刘小禹, 刘军. 公平与领导理论视角的团队创新绩效研究[J]. 科研管理, 2013, 34(12): 100~109.
- [23] SH Song, D Olshfski. Friends at Work: A Comparative Study of Work Attitudes in Seoul City Government and New Jersey State Government [J]. Administration & Society, 2008, 40(2): 147~169.
- [24] 温忠麟, 张雷, 侯杰泰, 等. 中介效应检验程序及其应用[J]. 心理学报, 2004, 36(5): 614~620.
- [25] 张晓舟. 职场管理的新领域——职场友谊研究述评[J]. 外国经济与管理, 2014, 36(3): 49~55.

Research on the Influence Mechanism of Workplace Friendship on R & D Team Innovation Performance

—— A Mediated Moderation Model

Hu Hai Xu Rongling

(School of Business, NanJing Normal University, Nanjing 214600, China)

[**Abstract**] In this paper, 372 valid questionnaires are obtained through questionnaires, and the mediating effect of workplace friendship on R & D team performance is explored by using an intermediary model. The empirical results show that: (1) workplace friendship plays a positive role on team innovation performance, the knowledge sharing plays an intermediary role; (2) the role of workplace friendship on team innovation performance comes staff of the willingness and ability of of knowledge sharing; (3) level of team plays a negative regulation role in workplace friendship on team innovation performance through knowledge sharing. Namely, the position level is higher, the less chance of friendship, promoting knowledge sharing by employees to improve the effect of team innovation performance is lower.

[**Key words**] employee friendship; the willingness of knowledge sharing; the capacity of knowledge sharing; team innovation performance; regression analysis; healthy competition

(责任编辑: 史琳)