

学校编码: 10384

分类号____密级____

学 号: 17820151151954

UDC____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

组织创新氛围与工作价值观对酒店一线员工
创新行为的影响

The Impact of Organizational Innovation Climate and Work Value
on Hotel Front-line Staffs' Innovation Behavior

黄芳红

指导教师姓名: 伍晓奕 副教授

专业名称: 旅游管理(MTA)

论文提交日期: 2017年 月

论文答辩时间: 2017年 月

学位授予日期: 2017年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2017年 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

本人声明该学位论文不存在剽窃、抄袭等学术不端行为,并愿意承担因学术不端行为所带来的一切后果和法律责任。

声明人 (签名):

指导教师 (签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘要

酒店业的竞争程度越来越激烈，服务创新逐渐成为酒店稳定发展的核心竞争力，是酒店在激烈的竞争中取得胜利的有效方式。作为服务产品的提供者，酒店的一线员工更有机会与顾客交流、互动、倾听顾客的想法和了解顾客的需求。他们是否能够根据顾客的需求适当改善服务流程或者改变服务方式为顾客提供优质的个性化服务将会影响到顾客满意感及忠诚度。因此，有效鼓励员工的创新性行为已经成为当前酒店赢得核心竞争力的重要手段之一。

但是，在酒店的日常工作中，员工的服务创新行为很少会受到领导的关注与支持。而且，我国的学者们对酒店服务创新的研究主要集中在宏观的组织层面。在研究方法方面，很少关于组织服务创新氛围感知与员工工作价值观对于酒店员工创新行为影响的深入实证调研。基于以上的原因，笔者要探索以下几个问题：一是探索员工所知觉的创新氛围与员工在工作中表现出的创新行为之间的关系；二是探索工作价值观对酒店创新氛围与员工创新行为关系的影响。

笔者在亲朋好友的帮助下，向泉州六家四星级、五星级的一线员工发放 300 份问卷，一共得到有效问卷 205 份。笔者借助统计软件检验数据的可靠性、稳定性和研究假设。研究得出的结论是：第一，酒店的创新氛围对员工创新行为的两个维度都有显著的正向影响；第二，工作价值观调节组织创新氛围和员工创新行为之间的关系；最后，通过实证调研证实了本文提出的理论模型。本研究为我国酒店培养员工的创造性和激发员工的服务创新行为提供借鉴。

关键词：工作价值观；组织创新氛围；创新行为；酒店

Abstract

With the fierce competition in hotel industry, successful service innovation has been the core competitiveness and helps enterprises win competitions. As a provider of service products, the front-line staffs have more opportunities to interact with customers, listen to the opinions of the guests and know the needs of customers. It will affect customer satisfaction and loyalty if they are able to provide high-quality personalized service by improving the service process or changing the service mode according to customer's demands. Therefore, how to stimulate employees' innovative behavior has been one of the important means to win the core competitiveness.

However, in the daily work, the employee's service innovation behavior is seldom receiving attention and support from directors. Meanwhile, Scholars have focus on the organizational level of service innovation. Moreover, there is no enough research on the relationships among the organizational innovation climate, work value and front-line staffs. Consequently, the major purposes of this research are as follows: This research is to explore the impact of organizational innovation climate and work value on hotel front-line staffs' innovation behavior and the inside mechanism among them.

With the help of my friends, I handed out 300 questionnaires to the front-line staffs of four-star and five-star hotel in Quan Zhou, and got 205 valid questionnaires in the end. The author tests data quality and research hypothesis in virtue of SPSS statistical software. The major research findings are stated as follows: Firstly, hotels' innovational climate has positive and direct influence on front-line staffs' innovation behavior; Secondly, Work value regulates the relationship between organizational innovation climate and staffs' innovation behavior; Finally, The empirical research confirms the theoretical model proposed in this study. This study provides a reference to promote innovation behavior of hotel employees.

Key words: work value; organizational innovation climate; innovation behavior; hotel

目录

1 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.1.1 服务创新的重要性.....	1
1.1.2 一线员工创新的重要性.....	1
1.2 研究意义	2
1.2.1 理论意义.....	2
1.2.2 实践意义.....	3
1.3 研究目的	3
1.4 研究方法及技术路线	3
2 文献综述	6
2.1 组织创新氛围	6
2.1.1 组织氛围的概念.....	6
2.1.2 组织创新氛围的概念.....	7
2.1.3 组织创新氛围的结构研究与测量.....	8
2.2 工作价值观	10
2.2.1 工作价值观的概念.....	10
2.2.2 工作价值观的结构和测量.....	11
2.3 一线员工服务创新行为	14
2.3.1 服务创新的概念.....	14
2.3.2 一线员工创新行为.....	16
2.3.3 员工创新行为的维度与测量.....	17
3 研究假设和模型构建	19
3.1 研究假设	19
3.1.1 理论基础.....	19
3.1.2 立论依据与假设.....	19
3.2 研究模型的建立	21

4 调研设计与数据收集	23
4.1 调研设计	23
4.2 变量的计量	24
4.2.1 研究变量的定义.....	24
4.2.2 计量题项.....	26
4.3 数据收集与样本概况	26
5 数据分析与检验	28
5.1 问卷的信度与效度分析	28
5.1.1 组织创新氛围量表的信度效度分析.....	28
5.1.2 工作价值观量表的信度与效度分析.....	29
5.1.3 员工创新行为量表的信度效度分析.....	32
5.2 相关性分析	33
5.3 回归分析	34
5.3.1 酒店创新氛围对员工创新行为的回归分析.....	34
5.3.2 工作价值观对组织创新氛围与员工创新行为的调节作用.....	36
6 研究结论与展望	43
6.1 研究结论	43
6.2 管理启示	45
6.3 研究不足与展望	46
6.3.1 研究不足.....	46
6.3.2 研究展望.....	46
附录.....	47
致谢.....	50
参考文献.....	51

Contents

1 Introduction	1
1.1 The Background of Research	1
1.1.1 The Significance of Service Innovation	1
1.1.2 The Significance of Front-line Staffs' Service Innovation	1
1.2 The Significance of Research	2
1.2.1 Practical Significance	2
1.2.2 Theoretical Significance	3
1.3 Study Purposes	3
1.4 Research Methods and Framework	3
2 Literature Review	6
2.1 Organizational Innovational Climate	6
2.1.1 The concepts of Organizational Climate	6
2.1.2 The concepts of Organizational Innovation Climate	7
2.1.3 Structure and Measurement of Organizational Innovation Climate	8
2.2 work value	10
2.2.1 Definitions of Work Value	10
2.2.2 Structure and Measurement of Work Value	11
2.3 Front-line Employees' Innovative Behavior	14
2.3.1 The Concepts of Service Innovation	14
2.3.2 The Innovative Behavior of Front-line Employees	16
2.3.3 Structure and Measurement of Front-line Employees	17
3 Theoretical Basis and Conceptual Model	19
3.1 Hypothesis	19
3.1.1 Theoretical Basis	19
3.1.2 Theoretical Basis and Hypothesis	19
3.2 Theoretical Model	21
4 Research Design and sample analysis	23
4.1 Research Design	23
4.2 Calculation of Variables	24

4.2.1 Definitions of Variables	24
4.2.2 Measuring Items	26
4.3 Data Collection and Survey Sample	26
5 Empirical Study	28
5.1 Reliability and validity of the questionnaire	28
5.1.1 The reliability validity analysis of organizational innovation climate	28
5.1.2 Reliability and validity analysis of work values scale	29
5.1.3 Reliability validity of staffs' innovation behavior	32
5.2 Correlation Analysis	33
5.3 Regression Analysis	34
5.3.1 The analysis of the innovation behavior of hotel innovation	34
5.3.2 Work values regulate the innovational climate and staffs' innovation behavior	36
6 Research Conclusions and Prospects	43
6.1 Conclusions	43
6.2 Suggestions for Management	45
6.3 The Shortage and Prospects	46
6.3.1 Limitations	46
6.3.2 Prospects	46
Appendix	47
Acknowledgement	50
References	51

1 绪论

1.1 研究背景

1.1.1 服务创新的重要性

创新是社会发展的不竭动力，创新是一个国家和民族前进的助推器，创新能为企业注入新鲜血液，使企业永葆强大的竞争力，使企业在市场竞争中保持领先的地位。国家领导人曾多次在各种重要会议、论坛上强调创新对一个国家、民族、企业的重要性并且号召“大众创业、万众创新”。国家领导人不仅从态度上重视创新而且制定了一系列有利于全民创新的政策，这从根本上有力地支持大众创新。近些年，随着我国经济快速发展以及经济结构不断地转变和优化，服务产业的地位得到了很大的提升。我国服务业的产值在经济中的比重日益上升，服务消费对经济增长的贡献率逐年增长。因此服务行业的创新意义重大。服务创新是创新中很重要的一部分，在竞争异常激烈的服务行业中，服务企业要保持竞争力就应该重视服务创新。

作为服务行业的重要成员之一的酒店，竞争也是异常激烈。对比中国旅游局发布的年度全国星级饭店统计公报可以发现，2011至2015年，全国星级酒店平均出租率有所下降，百元固定资产创造营业收入2015比2011下降23.5%^[1]。

因此如何通过服务创新吸引顾客，在激烈的竞争中提高出租率，提高酒店的营业收入，成为酒店生存和发展的关键。目前已经有越来越多的酒店企业也认识到服务创新是酒店在激烈的市场竞争中取得一席之地的有力武器。

1.1.2 一线员工创新的重要性

酒店提供的服务产品易于模仿且不受专利保护，这使得酒店企业想保持领先的市场地位就必须具备持续创新的能力。另外，酒店的服务具有生产与消费同步性的特点，服务的同时性奠定了在服务创新中作为服务传递者的一线员工的重要地位。酒店一线员工是酒店沟通外部顾客的一条重要的纽带。一线员工与顾客面对面接触，他们在理解、领会、解读组织与外部顾客间的信息和资源的过程中可

以获得关于外部顾客的第一手资料。他们能够在与顾客接触的过程中及时了解顾客的需求以及顾客所遇到的问题并且提出针对性的解决办法，满足顾客的需求。他们能够通过改进服务流程或者改变服务方式为客户提供个性化的服务。从一定程度上说，一线员工是酒店创新的主要来源。酒店一线员工既是服务创新的提供者，又是服务创新的实践者，在与顾客互动中，他们能够发现一些例外事件以及发现客人未被满足的需求，并且充分利用酒店提供的各种资源设法满足客人个性化的需求，在尝试新服务的过程中，不断发现问题、解决问题以此完善这种创新的服务。Sundbo (1994) 指出在服务企业中，一线员工针对顾客某一具体问题可能创造出一种全新的、不重复的、特殊的解决方案^[2]，这正是酒店一线员工在服务创新中重要价值的体现。Howitt (1997) 指出酒店的一线员工的重要性，一线员工（即一线工人、一线主管和单位的经理）可以为酒店做出重大贡献^[3]。Sundbo 等经过调研得出一线员工是服务创新的驱动力之一，员工在服务创新有重要的作用和价值^[4]。Sundbo (2002) 认为在服务的创新过程中员工以及管理者起到不可替代的核心作用^[5]。

1.2 研究意义

1.2.1 理论意义

通过文献的阅读与整理可知，国内外学者不仅关注而非常重视个体的创新行为，他们对此开展了非常多的调研，调研之深度和广度不断在扩大而且取得了一定的成就。

在研究层次上，国外学者对创新的研究已经从宏观层面转向微观层面，由组织层面转向个人层面，由单一层次转向多层次研究，由制造业的技术创新向服务业的服务创新转变。创新也是国内学术界及产业界研究的热点。国内对创新的研究成果也不少，但是多集中于教育、保险、银行、物流、零售企业等的研究。国内学者虽然对服务创新的研究已经非常广泛了，但是对酒店行业的创新研究较少，对酒店企业的员工创新行为的关注就更少了。

在研究方法方面，国外已经从定性研究向定量研究深入，国内基本是学习国外的研究成果，借鉴国外的测量工具。国内针对酒店员工创新行为的实证研究较

少，把组织环境因素与员工工作价值观结合起来深入调研的更是凤毛麟角。因此笔者将两者结合起来研究，这在理论上具有重大意义，是酒店员工创新行为实证研究的重要理论补充。

1.2.2 实践意义

本文深入探讨组织创新氛围与员工工作价值观等特质对酒店员工创新行为的影响，以期得到一定的成果，给酒店的服务创新带来新思路，为酒店的服务管理提升与人力资源管理工作提供借鉴。首先有助于酒店营造有利于员工创新行为产生的组织创新氛围。其次，有利于酒店在招聘、培训、绩效考核和薪酬管理等环节充分重视员工的工作价值观、积极满足员工的心理需求、主动支持员工个体的创新性服务。从而实现酒店服务创新水平的提升，满足顾客的个性化需求，提升酒店的核心竞争力。

1.3 研究目的

本文在参考国内外学者们研究成果的基础上，根据人境互动等理论提出本研究理论的假设和模型，进而以泉州市六家酒店为研究对象进行实证研究。本研究的具体研究目的如下：

(1) 已有大量研究结果显示创新氛围会影响员工的创新表现，但是这些研究主要分布于制造业或者其他服务行业，酒店行业具有较强的特殊性，这些研究结果是否适用于酒店行业还有待验证。因此本研究欲探究酒店员工所感受的创新氛围对其创新行为的影响。

(2) 由于本研究调查的员工都是 35 岁以下，这部分员工在国内又被称之为新生代员工，他们在工作价值观方面具有显著的一些代际特征，这些特征可能会影响他们在工作中的创新行为表现。因此，本研究探索工作价值观对酒店创新氛围与员工创新行为关系的影响。

1.4 研究方法及技术路线

(1) 文献分析法。首先通过中英文数据库查阅与本研究内容相关的文献。经过大量阅读后归纳总结目前的研究状况，借此找出本研究的切入点，理清本研

研究的研究思路,进一步构建本研究的命题。文献阅读与梳理为本研究的研究假设提出、模型构建以及实证分析奠定了扎实的理论基础。

(2) 问卷调查法。本研究引用其它学者开发的量表设计问卷,问卷的发放对象是泉州六家四星级、五星级酒店的一线员工。通过问卷的发放与收集获取与研究内容相关的数据。本研究主要采用 SPSS20.0 以及 AMOS 软件对调查数据进行分析与处理,通过数据分析验证研究假设以及理论模型。

本文的研究框架及内容如下所示:

第一章首先指出当代服务创新、酒店一线员工创新行为对酒店生存与发展的重要作用。其次,介绍了本研究的理论意义以及实践意义。再次,阐明了本研究的研究目的。最后,介绍了本研究的研究方法以及研究的技术路线。

第二章主要是依据本文的研究内容,归纳总结学者们在该方面的研究情况,为本文的研究奠定深厚的理论基础。

第三章介绍了人境互动理论、创造力交互模型等立论依据并根据前人的研究结果提出本研究的假设以及构建本研究的模型。

第四章主要阐明调研的过程,包括变量的概念界定、量表的选择、题项的计量、问卷的设计与修订、问卷的发放与回收以及样本的概况分析。

第五章是数据分析与检验,笔者主要利用 SPSS、AMOS 等软件检验数据信度效度以确保数据质量,并通过变量间的相关分析以及回归分析检验本文所提出的研究假设。

第六章主要阐述、分析并讨论本研究得出的结果,这为酒店组织氛围营造及创新人才培养提供思路。该章节还指出本次调研存在的一些不足之处以期笔者在以后的研究中有更大的进步。本研究技术路线框架如下图 1-1 所示:

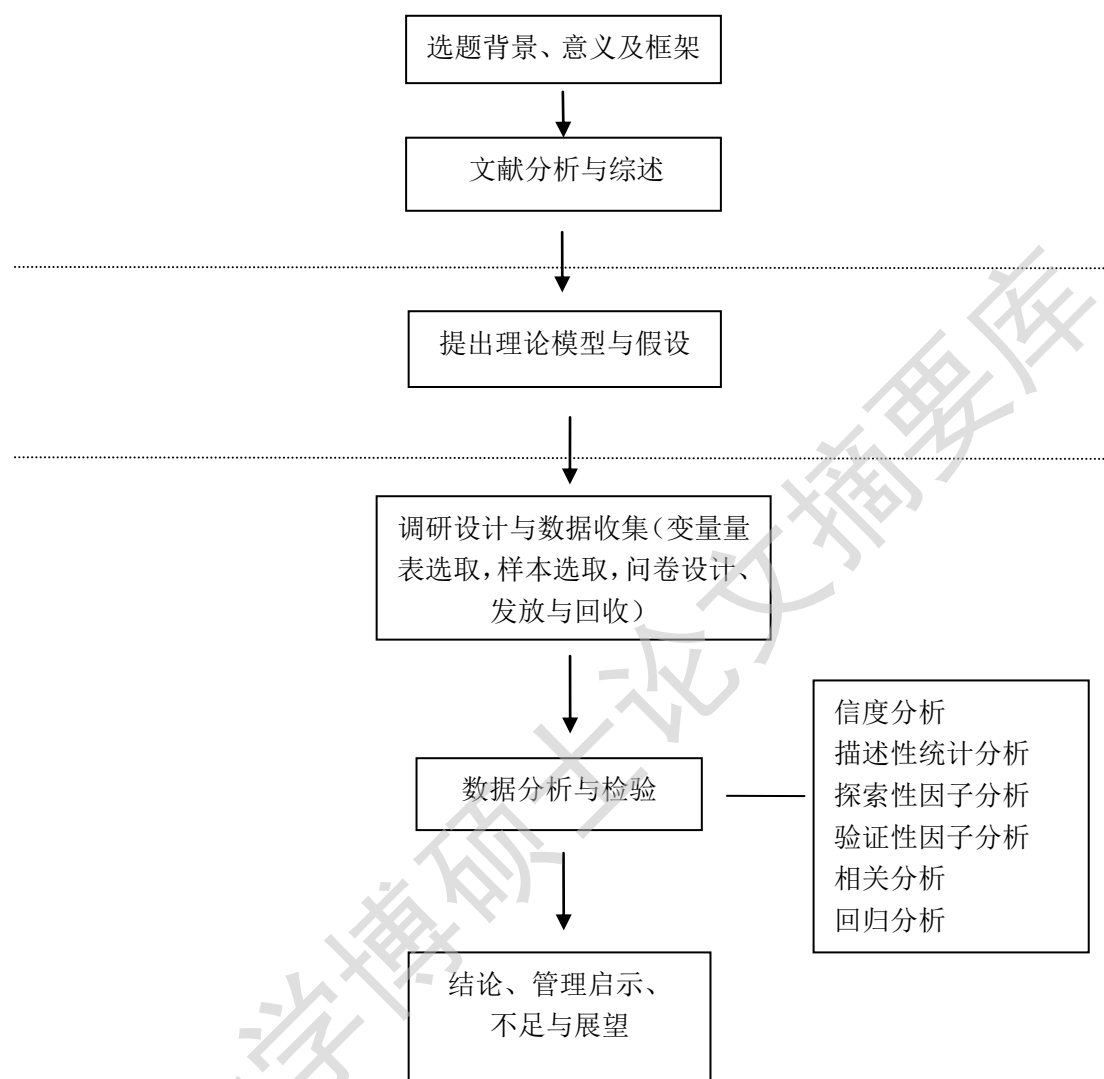


图 1-1: 研究技术路线

2 文献综述

2.1 组织创新氛围

2.1.1 组织氛围的概念

组织氛围的概念来自于“心理氛围”的研究。心理氛围是 Lewin (1935) 在“场”理论的研究中首次提出的，他认为要在考虑情境因素的前提下研究人类的行为，人类产生的行为是人与环境因素的函数。这个概念被心理学领域用来研究个体行为与外界环境刺激的复杂关系。后来 Litwin 和 Stringer (1968) 在书中探讨组织氛围的定义并指出组织氛围是组织成员对其特定的工作环境的认识，是一种会影响员工工作行为表现的直接或间接的知觉，此后出现了组织氛围的诸多研究。众多学者对组织氛围做了定义，归纳起来主要有两大类观点。一种观点是结构性观点，该观点强调组织氛围是客观存在，是组织的特色或属性。例如，Parker(2003) 和 Patterson(2004) 认为，可以把组织氛围类比为组织的“人格”，是一个组织不同于别的组织的相对稳定的内部环境特点^[6]；另一种观点是知觉性观点，认为组织氛围是个体知觉到的氛围，强调是个体的主观感受进而影响个体的行为。例如，Schneider (1996) 将组织氛围定义为组织成员对于工作环境所共有的知觉与描述^[7]，他认为组织氛围有如下特点：组织氛围是员工个体对组织环境感知的结果，这是组织的影响力与控制力^[7]；组织氛围形成是一种集体现象，是所有成员共享的知觉；组织氛围的内涵具有多重性，它不是指员工对单一的某一特定现象的知觉，它涉及内容很广泛，包括组织的工作内容、资源、工具、政策、方案和方法等。James 等 (1974) 把组织氛围定义为组织成员对于其所处组织环境的一种认知诠释^[8]。国内学者谢荷锋和马国庆认为组织内的成员对组织在人际关系、组织创新、公平公正、组织支持以及员工身份认可等特性方面的感知可称为组织氛围^[9]。目前，对组织氛围的研究，大部分学者多采纳知觉性观点并强调个体主观知觉的作用^[10]，笔者认同这种主观知觉的观点。

2.1.2 组织创新氛围的概念

随着学者们对组织氛围研究的深入，他们将组织氛围的研究延伸到创新、伦理、服务、安全等领域。到了二十世纪九十年代，组织创新氛围受到了国内外学者的重点关注，成为了学者们研究的热点。由于研究的方法、角度各异，研究所涉及的领域不同，国内外学者对组织创新氛围的定义也莫衷一是。笔者在认真阅读文献的基础上，将组织创新氛围的定义整理归纳出来。如表 2-1 所示：

表 2-1：组织创新氛围的概念

作者及年份	定义
West (1990) ^[11]	团队创新氛围是成员们对影响他们自身创新能力产生与发挥的环境认知。
Campion (1993) 等 ^[12]	组织创新氛围是一种环境因素，包括领导的支持、教育培训、沟通与合作等，这些因素会影响团队的创新性。
Amabile (1996) ^[13]	组织创新气氛是其成员对工作情景中有关创新支持因素的主观感知及描述，创新氛围是存在于具有创造性和革新性的组织中的，能够诱导组织成员产生创新行为。
Ekavil (1996) ^[14]	组织创新氛围是能够描述企业的态度、行为及感受的集合，是在不属于组织的理解及认知情况下存在的一种不同于企业文化的组织特性。
Tesluk (1997) ^[15]	组织创新氛围是一种个体对政策、工作流程和实践的认知，并将创新目标转化为新产品开发和服务产品、服务流程的创新。
Isaksen (1999) 等 ^[16]	组织创新氛围存在组织内部，深受组织成员的一致认可，并显著、持久地影响其创新行为的特性。
Bharadwaj (2000) ^[17]	组织创新是借助有效的工具，以恰当的手段为组织成员提供充足的资源并鼓励成员积极创新。
黄致凯 (2004) ^[18]	组织成员对其所在环境的创新程度之知觉，这种知觉结果会影响员工的行为动机、态度立场以及员工的创新激情。这些知觉因素包括政策、方案、流程、产品与服务等。

资料来源：笔者对相关文献进行整理

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库