

学校编码: 10384

分类号 _____ 密级 _____

学号: S200414035

UDC _____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

领导风格与工作绩效的关系研究

——基于银行业内部营销和组织承诺的视角

Research on Relationship between Leadership Style and Job
Performance

——Based on the Perspective of Internal Marketing in the Bank
Industry and Organizational Commitment

王 松

指导教师姓名: 林志扬 教授

专业名称: 企业管理

论文提交日期: 2009年4月

论文答辩日期: 2009年 月

学位授予日期: 2009年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2009年4月

厦门大学博硕士学位论文摘要库

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。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

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

厦门大学博硕士学位论文摘要库

内容摘要

随着经济全球化进程的推进，我国金融市场对外开放程度不断提高，银行业的发展环境已发生了深刻的变化。目前我国的银行业不仅要面对国内同业的竞争，还必须面对国际金融对手的挑战。为获得持久的竞争优势，国内银行业不仅仅应该关注金融创新，还应该在金融领域改革的基础上，提升企业人力资源方面的竞争力，与外部顾客和内部员工建立良好的信任和互动关系，通过营造和谐的工作氛围和工作环境留住优秀人才，进而提高客户忠诚度，实现企业盈利。

本文将内部营销理论、组织行为学与人力资源管理理论进行整合，通过剖析领导风格、内部营销和组织承诺这三个因素对工作绩效的影响以及其相互之间的联系，来探讨银行业内部员工工作满意度和工作绩效之间的传导机制。具体有以下几个方面的内容：领导者的领导风格是否会对公司内部营销的推行、员工的组织承诺以及员工的工作绩效产生显著影响；内部营销的实施是否会对员工的组织承诺和工作绩效产生显著影响；在快速变革的环境下，组织承诺是否会对工作绩效产生显著影响。最后，论文在对银行业内部进行实证研究后得出研究结论并提出有效改进工作绩效的政策建议。

本研究共分为绪论，概念界定与文献综述，理论模型与基本假设，实证研究与结果分析以及基本研究结论与政策建议五个章节。论文主要采用了逻辑推理法，行为测量法，调查研究法，统计分析法和比较分析法。论文研究方法和结论既可为商业银行借助科学的管理手段实施内部人力资源管理提供新的思路和操作模式，同时也可为其他行业对相关理论的实际运用提供一定的借鉴。

关键词：领导风格；工作绩效；银行业

厦门大学博硕士学位论文摘要库

ABSTRACT

With the development of economic globalization, the openness of financial market has increased and the developing environment of bank industry has greatly changed in our country. Our bank industry is facing national industry competition as well as international challenges of financial competitors at the same time. In order to attain retainable competitive edges, domestic bank industry should not only focus on financial innovation, but also increase competitive strengths in terms of human resources, based on our financial area revolution, and build up reliable and interactive relationship with outside customers and internal employees. It should construct harmonious working atmosphere and environment to retain excellent talents, to further increase customer loyalty and achieve profits.

This essay makes an integration of internal marketing theories, organizational behavior and human resource management theories. Through the research on relationship among leadership, internal marketing and organizational commitment and their effects on job performance, we analyze transmitting mechanism from job satisfaction of bank industry's employees to job performance. The main contents include: whether the leadership style of leaders has a notable effect on company's internal marketing implementation, employees' organizational commitment and job performance; Whether the implementation of internal marketing has a notable effect on employees' organizational commitment and job performance; And whether the organizational commitment has a notable effect on job performance under such fast developing circumstance. Lastly, after demonstration research on bank industry, the essay comes up with a research result and brings forward advices aiming at improving job performance.

The essay is divided into 5 chapters: Introduction, Concept definition and literature summarize, Theories hypothesis and variables measurement, Demonstration research and result analysis, and Results and suggestions of research. We mainly adopt logical reasoning method, behavioral measurement method, investigative research method, statistical analysis method and comparative analysis method. The research methods and results can offer not only a new thought and operating format for internal human resource management of commercial banks through scientific management means, but also a kind of reference for relevant theories of other industries.

Key words: Leadership Style; Job Performance; Banking

厦门大学博硕士学位论文摘要库

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 选题背景	1
1.2 研究目的和意义	2
1.3 研究内容和方法	3
1.4 研究框架	5
第 2 章 概念界定与文献综述	7
2.1 有关领导风格的研究	7
2.1.1 领导理论的基本分类	7
2.1.1.1 领导特制理论	7
2.1.1.2 行为理论	7
2.1.1.3 权变理论	8
2.1.2 领导风格的主要形式	8
2.1.3 本节研究小结	11
2.2 有关内部营销的研究	11
2.2.1 内部营销的理论演进	11
2.2.2 商业银行的内部营销	15
2.2.3 本节研究小结	17
2.3 有关组织承诺的研究	18
2.3.1 组织承诺的定义与内涵	18
2.3.2 组织承诺的结构维度	20
2.3.3 本节研究小结	22
2.4 有关工作绩效的研究	23
2.4.1 工作绩效的定义	23
2.4.2 工作绩效的结构维度	23
2.4.3 本节研究小结	25
第 3 章 理论假设与变量测量	26
3.1 本研究的概念模型	26
3.2 理论基础与研究假设	26
3.2.1 领导风格与内部营销、组织承诺和工作绩效	26
3.2.2 内部营销与组织承诺和工作绩效	29
3.2.3 组织承诺与工作绩效	31
3.2.4 关于中介变量的探讨	32
3.3 各研究变量的测量方法	34
3.3.1 关于领导风格的测量	34
3.3.2 关于内部营销的测量	35
3.3.3 关于组织承诺的测量	35

3.3.4 关于工作绩效的测量.....	35
第 4 章 实证研究与结果分析	37
4.1 样本来源与人口学统计特征	37
4.2 问卷的信度和效度分析	38
4.2.1 领导风格测量问卷的信度和效度分析.....	38
4.2.2 内部营销测量问卷的信度和效度分析.....	39
4.2.3 组织承诺问卷的信度和效度分析.....	41
4.2.4 工作绩效问卷的信度和效度分析.....	42
4.3 各变量间关系的探讨	42
4.3.1 领导风格对工作绩效的影响.....	43
4.3.2 领导风格对内部营销的影响.....	44
4.3.3 领导风格对组织承诺的影响.....	45
4.3.4 内部营销对工作绩效的影响.....	47
4.3.5 内部营销对组织承诺的影响.....	48
4.3.6 组织承诺对工作绩效的影响.....	49
4.4 有关中介变量及其假设的探讨	51
4.4.1 领导风格经由组织承诺显著影响工作绩效.....	53
4.4.2 领导风格经由内部营销显著影响工作绩效.....	53
4.4.3 领导风格经由内部营销影响组织承诺, 进而影响工作绩效.....	54
4.5 人口统计变量与各变量间的关系	54
第 5 章 研究结论与建议	57
5.1 研究结论	57
5.1.1 领导风格与内部营销、组织承诺和工作绩效.....	57
5.1.2 内部营销、组织承诺和工作绩效.....	58
5.1.3 组织承诺和工作绩效.....	58
5.1.4 关于内部营销和组织承诺的中介作用.....	58
5.2 政策建议	59
5.2.1 从领导风格来看.....	59
5.2.2 从内部营销来看.....	59
5.2.3 从组织承诺来看.....	60
5.3 研究局限与展望	62
附录.....	63
参考文献.....	66
致 谢.....	69

CONTENTS

CHAPTER 1 INTRODUCTION	1
1.1 RESEARCH BACKGROUND	1
1.2 RESEARCH SIGNIFICANCE	2
1.3 MAIN CONTENTS AND RESEARCH METHODS	3
1.4 RESEARCH FRAMEWORK.....	5
CHAPTER 2 CONCEPT DEFINITION AND LITERATURE REVIEW	7
2.1 RESEARCH ON LEADERSHIP STYLE	7
2.1.1 Basic Classification Of Leadership Theories.....	7
2.1.2 Main Formats Of Leadership Style.....	8
2.1.3 Research Summarize Of The Section	11
2.2 RESEARCH ON INTERNAL MARKETING	11
2.2.1 Theories Evolution Of Internal Marketing.....	11
2.2.2 Internal Marketing Of Commercial Banks	15
2.2.3 Research Summarize Of The Section	17
2.3 RESEARCH ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT.....	18
2.3.1 Definition And Meaning Of Organizational Commitment	18
2.3.2 Structural Dimensions Of Organizational Commitment.....	20
2.3.3 Research Summarize Of The Section	22
2.4 RESEARCH ON JOB PERFORMANCE	23
2.4.1 Definition Of Job Performance.....	23
2.4.2 Structural Dimensions Of Job Performance	23
2.4.3 Research Summarize Of The Section	25
CHAPTER 3 THEORIES HYPOTHESIS AND VARIABLES MEASUREMENT	26
3.1 CONCEPTUAL MODEL OF RESEARCH.....	26
3.2 THEORIES BASIS AND RESEARCH HYPOTHESIS.....	26
3.2.1 Leadership Style And Internal Marketing, Organizational Commitment And Job Performance.....	26
3.2.2 Internal Marketing, Organizational Commitment And Job Performance	29
3.2.3 Organizational Commitment And Job Performance	31
3.2.4 Discussion About Medi-Variables.....	32
3.3 METHODS OF MEASUREMENT ON DIFFERENT RESEARCH VARIABLES.....	34
3.3.1 Measurement On Leadership Style	34
3.3.2 Measurement On Internal Marketing.....	35
3.3.3 Measurement On Organizational Commitment	35
3.3.4 Measurement On Job Performance.....	35
CHAPTER 4 DEMONSTRATION RESEARCH AND RESULT ANALYSIS	37
4.1 ORIGIN OF STYLEBOOKS AND STATISTICAL CHARACTERS OF DEMOLOGY ...	37
4.2 RELIABILITY AND VALIDITY ANALYSIS OF QUESTIONNAIRES	38

4.2.1 Reliability And Validity Analysis Of Questionnaires Of Leadership Style	38
4.2.2 Reliability And Validity Analysis Of Questionnaires Of Internal Marketing	39
4.2.3 Reliability And Validity Analysis Of Questionnaires Of Organizational Commitment	41
4.2.4 Reliability And Validity Analysis Of Questionnaires Of Job Performance	42
4.3 RESEARCH ON RELATIONSHIP OF VARIABLES	42
4.3.1 Effects Of Leadership On Job Performance	43
4.3.2 Effects Of Leadership On Internal Marketing	44
4.3.3 Effects Of Leadership On Organizational Commitment	45
4.3.4 Effects Of Internal Marketing On Job Performance	47
4.3.5 Effects Of Internal Marketing On Organizational Commitment	48
4.3.6 Effects Of Organizational Commitment On Job Performance	49
4.4 RESEARCH ON MEDI-VARIABLES AND THEIR HYPOTHESIS	51
4.4.1 Leadership Notably Influences Job Performance Through Organizational Commitment	53
4.4.2 Leadership Notably Influences Job Performance Through Internal Marketing	53
4.4.3 Leadership Notably Influences Organizational Commitment Through Internal Marketing, And Then Influences Job Performance	54
4.5 RELATIONSHIP OF STATISTICAL VARIABLES OF DEMOLOGY AND OTHER VARIABLES	54
CHAPTER 5 RESULTS AND SUGGESTIONS OF RESEARCH	57
5.1 RESULTS OF RESEARCH	57
5.1.1 Leadership And Internal Marketing, Organizational Commitment And Job Performance	57
5.1.2 Internal Marketing, Organizational Commitment And Job Performance	58
5.1.3 Organizational Commitment And Job Performance	58
5.1.4 Medi-Effects Of Internal Marketing And Organizational Commitment	58
5.2 POLICIES AND SUGGESTIONS	59
5.2.1 Through Leadership	59
5.2.2 Through Internal Marketing	59
5.2.3 Through Organizational Commitment	60
5.3 LIMITATIONS AND PROSPECTS OF RESEARCH	62
APPENDIX	63
REREFENCE	66
ACKNOWLEDGEMENT	69

第1章 绪论

1.1 选题背景

近年来,在经济全球化和竞争自由化的大背景下,世界各国尤其是发展中国家普遍经受着由企业结构重组、人员精简和快速变革等所带来的巨大冲击,各国企业与员工之间的关系相应地也发生了多次重大而深刻地变化。具体到中国而言,改革开放为我国提供了经济体制转轨的契机,同时也使我国企业内部员工的心理在整个转轨过程中产生了不稳定性、不安全感甚至是失落感,这些情绪严重地影响了他们对待企业的态度,从而也使员工与企业的关系发生了重大转变。因此,如何处理和应对企业员工在思想观念和行为模式上的这些变化也就成了转型期现代企业管理过程中最主要的实践困难和学术热点。

而作为目前国民经济的主要支柱,服务业在这场制度转型和全球化冲击并存的风波中无疑始终居于核心位置,因此在服务业中所存在的关于企业改革、员工思想观念和行为模式转变等问题所带来的影响也最为深远。以银行业为例,作为整个金融体系的核心组成部分,在创新中求发展已成为银行业发展壮大的必由之路。2006年12月11日,是我国加入世贸组织后过渡期结束的日子,在那之后,我国的金融市场就已经开始逐步实现全面对外开放,中国将按照国际规则对外资银行实行全面的国民待遇,封闭的金融环境将不再存在。因此,现在我国的银行业不仅要面对国内同业的竞争,还必须面对国际强手的挑战。外资银行正凭借其管理优势同我国商业银行在人才、客户市场、国际高收益低风险业务、货币市场、外汇市场和电子商务市场等领域展开全面竞争。面对这些挑战,国内银行业如何在激烈的市场竞争中求生存、求发展,这个问题一直是各大银行关注和研究的重点。对这个问题的回答也许会有很多的答案,但在我们看来,人的因素都是问题的关键之所在。因为,一个银行无论决策多科学,体制多完善,但实际业务的操作权始终掌握在员工手中。他们作为银行的窗口直接面对客户,他们的态度直接影响着客户的情绪,他们的形象直接代表着银行的形象,而他们的能力更是直接影响着银行的绩效。不难想象,外资银行抢滩中国后,随着其在国内金融市场上业务的不断扩张,对本地金融人才的需求量也将大幅上升,因此外资银行必然会

利用其在工资、福利、培训、工作环境和激励机制等方面的优势，试图从国内商业银行招募大量的优秀金融人才为其服务，因此国内商业银行必将在可预见的未来面临严重的人才流失危机。

综上所述，处于制度转型和全球化竞争这一风口浪尖上的国内银行业，要想顺利度过难关，赢得持久的竞争优势，就必须在不断进行金融创新的基础上，与外部顾客和内部员工建立良好的信任和互动关系，通过营造和谐的内外环境留住优秀人才，进而留住优质客户。所以，在这样一个大背景下，研究银行业的内部人力资源管理问题就显得具有非常重要的现实意义和理论价值。

1.2 研究目的和意义

正如上文所述，面对激烈的市场竞争，由于内部员工对银行业服务质量产生的影响最重，造成的冲击最大，因此员工理所当然的应成为影响银行业获利的最重要资产。由此可以判断，如果国内的商业银行希望不断提升其业绩，就必需在不断提高员工业务能力的同时，使其获得工作满足感和成就感。换句话说，只有感知到工作满意的员工才能提供优质的服务，进而提升顾客对银行的信赖和忠诚，并最终促进公司业绩的增长。所以，基于这一认识，从大的方向上来看本文的研究目的是：希望在银行业内部，探讨员工工作满意度和工作绩效之间的传导机制。但是考虑到目前国内外研究此类问题的理论和实证文献数量众多，所以为了保证论文有一定的创新性，我们没有直接选择工作满意度作为我们的主要研究对象或者说研究变量，而是通过剖析领导风格、内部营销和组织承诺这三个因素对于工作绩效的影响，以及其相互之间的联系来达到我们的研究目的。因此，领导风格、内部营销和组织承诺和才是本文真正的主要研究对象，并且内部营销和组织承诺在一定程度上被视为领导风格影响工作绩效的中介变量。至于它们之间的具体关系我们将在下文介绍本文的研究内容时一一阐述。

就研究意义而言，本研究的理论意义主要表现在：虽然 20 世纪 70 年代末、80 年代初西方学者首先提出了内部营销的思想，并且经过多年的发展，极大的丰富了其内容。但绝大多数现有的研究成果都局限于挖掘内部营销理论的深层涵义，开拓内部营销理论在关系营销中的应用前景。而迄今为止，还没有一项基于内部营销理论而展开的针对内部人力资源管理问题的专门性研究。所以本研究有望实现内部营销理论与组织行为学和人力资源管理理论的有效嫁接，从而完成一

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