

# 知识型员工非物质激励研究述评与展望

白贵玉<sup>1</sup>(博士), 徐鹏<sup>2</sup>(副教授)

**【摘要】**首先,从主体特质观、工作特征观、创新资源观界定知识型员工的概念;然后,从微观层面(知识型员工的年龄、性别、家庭背景、需求特征、工作经验或个体技能、企业家领导风格、教育程度、价值观等)、中观层面(企业规模、企业文化、企业性质等)和宏观层面(社会经济水平、地域文化)梳理影响知识型员工非物质激励体系设计的因素;最后,从个体层面(知识共享、员工满意度、创新行为、工作绩效)和组织层面(经营绩效、组织创新)分析知识型员工非物质激励的效应。在此基础上,提出现有知识型员工非物质激励相关研究的不足和未来研究的切入点。

**【关键词】**知识型员工; 非物质激励; 激励体系; 激励效应; 创新

**【中图分类号】**F276.6

**【文献标识码】**A

**【文章编号】**1004-0994(2019)11-0123-6

## 一、引言

2018年国务院在《关于推动创新创业高质量发展打造“双创”升级版的意见》中指出,创新是引领发展的第一动力,是建设现代化经济体系的战略支撑。尤其是随着“大众创业、万众创新”的推进,企业创新成为推动新旧动能转换和经济结构升级的重要支撑。在全球化经济格局下,企业面临更加激烈的竞争,我国企业只有通过源源不断的创新才能提升自身的市场地位,并推动国家经济的持续增长。在此背景下,众多企业逐步关注到企业创新主体——知识型员工,试图通过对知识型员工实施有效激励,来提升其创新动力,保证企业创新活动持续正常进行。但是,知识型员工作为企业不可模仿的竞争优势,具有成就动机强、自我实现愿望强、被尊重感强等特质,使得传统的激励方式不能发挥最大的激励效应,因此学术界和实务界开始关注非物质激励对知识型员工的激励效应,将研究聚焦于培训、晋升、被认可、领导支持、工作特征等非物质激励手段方面。

非物质激励(Non-material Motivation)主要通

过物质、金钱以外的隐性手段刺激知识型员工的内在积极性,满足知识型员工内在的被尊重、自我实现等高层次需求<sup>[1]</sup>。非物质激励能够有效地避免传统物质激励效应短期性的缺陷,在满足知识型员工多层次需求、提升知识型员工创新动力的过程中具有十分关键的作用。梳理国内外关于知识型员工非物质激励的相关研究成果可以发现,非物质激励研究还有非常大的空间,非物质激励的内涵、方式、测量、影响因素及效果有待进一步分析。鉴于此,在对国内外大量相关文献梳理的基础上,本文阐述了知识型员工非物质激励的内涵与特征,总结了知识型员工非物质激励的测量方法与评价体系,归纳了知识型员工非物质激励的影响因素及不同视角的作用效果,并基于以上分析的基础对未来的研究视角和方向进行了展望,以期为该领域今后的研究提供参考。

## 二、知识型员工概述

知识型员工(Knowledge Workers)主要是指企业的中高级经理、专业人士、辅助管理人员等利用知识和信息工作的人,即用知识和符号等虚拟资本并

**【基金项目】**国家自然科学基金青年项目(项目编号:71602099);山东省社会科学基金青年项目“基于全面报酬理论的知识型员工激励体系设计与协同效应研究”(项目编号:17DGLJ10);山东省自然科学基金青年项目(项目编号:ZR2018QG003);山东省自然科学基金青年项目(项目编号:ZR2016GQ04)

通过脑力劳动工作的人士。随着研究的深入,知识型员工的范围逐步得到拓展,其定义也有了新的诠释,越来越多的学者基于不同视角对知识型员工进行定义。梳理现有文献,发现对知识型员工的概念界定仍然缺乏统一的认识,诸多要素还存在较大的不确定性。鉴于此,本文从主体特质、工作特征、创新资源三个视角对知识型员工的相关研究进行归纳梳理,并试图提出具有中国特质的知识型员工的概念。

持主体特质观的学者认为,与普通员工相比,知识型员工具有一系列特质:教育经历丰富、学历较高、创新性强、自主意识较强、需求主要集中在被尊重和自我实现等高层次。例如:Davenport<sup>[2]</sup>指出,具有较高的学历和技能、丰富的经验,工作的首要目标涉及知识的创造、传播与应用的人即为知识型员工;Warren et al.<sup>[3]</sup>认为知识型员工在工作中自主意识强,具有一定的挑剔性,追求价值实现,组织忠诚度低。持工作特征观的学者认为,知识型员工从事的工作具有一定的独特性、创新性和前瞻性,因此该类工作风险较高,工作过程难以监督,且知识性工作绩效难以衡量。比如Mládková et al.<sup>[4]</sup>将知识型员工定义为在特殊领域或者组织特殊部门承担某种特定创新工作的人。持创新资源观的学者认为,知识型员工主要通过掌握的知识等无形资产的创造与应用完成企业创新任务,这些无形资产包括专业知识、信息资产等。比如赫瑞比<sup>[5]</sup>将知识型员工界定为主要用脑创造财富,以利用自己的专业知识对产品进行设计、添加新创意等方式提高产品内在附加价值的人。Carleton<sup>[6]</sup>则提出,知识型员工是促进组织发展的关键性因素,通过知识的借鉴、调整和生产来实现组织的可持续变革。

综上所述,学术界基于不同视角的界定归纳了知识型员工概念所包含的要素,即知识型员工从事的工作具有一定的特殊性、工作的手段和运用的资源虚拟且不可量化、知识型员工本身的特征决定了其对工作环境的独特要求等,如表所示。

知识型员工概念界定视角梳理表

视角	要点	代表文献	贡献
主体特质观	教育经历丰富、自我意识强、需求层次高	Davenport <sup>[2]</sup> ; Warren et al. <sup>[3]</sup>	强调教育背景
工作特征观	工作新颖和富有挑战性	Mládková et al. <sup>[4]</sup>	强调工作性质
创新资源观	富有知识等无形资产	赫瑞比 <sup>[5]</sup> ;Carleton <sup>[6]</sup>	强调工作贡献

基于以上分析,本文认为应该基于个体特征、工作内容、工作方式、主体资源等视角综合定义知识型员工,即知识型员工是创造性强、自主性高、个体特征明显的一类群体,该群体主要通过掌握的知识资本进行脑力劳动来完成组织的创新任务<sup>[4]</sup>。与非知识型员工相比,教育背景、知识结构、工作性质等因素的区别决定了知识型员工具有以下几个方面的特征:①教育背景丰富,接受过系统、专业、高学历的教育且普遍掌握高度专业化的技能和知识;②对知识的吸收、消化以及转化能力均高于普通员工,具备更强的逻辑思维能力、判断能力、决策能力与创新能力,因此更容易接受先进的技术及理念;③需求层次复杂多样,除了基本的物质需求,知识型员工还注重被尊重以及自身价值的实现等非物质需求;④从事的工作内容、完成工作的方式以及对工作环境的自主程度要求比较高;⑤较高的专业忠诚度决定了知识型员工具备流动性高的特点;⑥维权意识较强,更在意劳动契约与心理契约的履行情况。

### 三、非物质激励概述

1. 非物质激励的概念及特征。非物质激励主要是指利用金钱以外的激励手段,激发人的内在潜力,开发人的能力,充分发挥人的积极性和创造性,其逐渐成为知识经济时代下提升知识型员工工作动力,继而提高企业创新绩效的主要手段。随着非物质激励的重要性逐渐得到认可,非物质激励的相关学术研究也逐渐得以展开,以往研究中学者侧重于从过程视角来界定非物质激励,认为非物质激励主要是指激发人的动机,使人有一股内在的动力,朝向所期望的目标前进的心理活动过程。目前,国内对非物质激励比较全面的定义偏向于内容视角,认为非物质激励主要作用于人的心理,通过物质、福利以外的隐形途径,如满足员工的成就感、认可员工的工作成绩、基于员工能力赋予其重要的工作、为员工提供培训机会、给予员工职业发展上的晋升指导等,来满足员工的精神需求,其典型特征是通过强化、引导或改变员工行为,内在、持久地影响员工的内在需求或动机来推动企业持续成长。

与物质激励方式不同,非物质激励方式具有无形性、持久性、节约企业激励成本等特征和优势。首先,非物质激励具有无形性,如领导关怀、尊重、晋升等都是不可见的,主要通过满足员工情感、个体发展等非物质方面的需求发挥激励效应;其次,非物质激励具有持久性,一般来讲,物质激励方式的激励效应

发挥作用较快,但是持续时间短,而非物质激励方式则是通过增加员工对组织的认同以及归属感等路径从根本上提高知识型员工的工作满意度,能持久地影响员工的工作态度与工作积极性。

**2. 非物质激励维度的划分。**随着非物质激励在管理实践中的重要性与日俱增,学术界的理论探索也逐渐增多。不同学者基于研究需要对其维度进行了差异性划分。Sorauren<sup>[7]</sup>认为,强化员工参与是实施非物质激励的有效途径,并以员工对工作兴趣度与吸引力的评价作为衡量非物质激励水平的指标;Singleton<sup>[8]</sup>认为,非物质激励主要体现为对员工个体技能或者努力的认可,所以个体认可程度的测量可以反映企业非物质激励强度;Li et al.<sup>[9]</sup>在对非物质激励与技术创新绩效的关系进行研究时,用“获得社会认可、赞美和荣誉”“接受创新的挑战、获得个人的机会”“个人在业务或工作上有所进展”三个题项对非物质激励水平进行综合考察。

随着研究的深入,关于非物质激励体系的划分也越来越丰富和精细。比如Condly et al.<sup>[10]</sup>将非物质激励分为有形非物质激励和无形非物质激励两个方面,其中有形非物质激励主要包括礼品发放、假期旅行等,无形非物质激励包括认可、积极的绩效评价和公开表扬等;程隆云等<sup>[1]</sup>比较系统地对非物质激励指标进行了筛选和分类,以组织环境激励、精神激励、职业能力发展激励三个主层次包括13个次级指标对非物质激励水平进行测量;Schneckenberg<sup>[11]</sup>则认为,非物质激励包括参与决策、国际网络的选择权利、企业内员工个体形象、高水平知识的获取以及建立新社会关系时的合作等多个方面。白贵玉<sup>[12]</sup>通过全面报酬模型将非物质激励划分为福利、晋升及环境方面。

#### 四、知识型员工非物质激励体系影响因素

具有高度创造性的知识型员工是企业内最重要的创新主体和知识载体,能够为企业带来知识资本的增值,鉴于非物质激励对知识型员工创造性和工作绩效的积极意义,知识型员工非物质激励已成为影响企业生存和持续成长的重要管理机制。但是,从管理实践看,不同企业的知识型员工非物质激励方式与水平存在较大差异,基于已有文献和管理实践,本文从微观层面、中观层面和宏观层面三个层次梳理影响知识型员工非物质激励体系设计的因素。

**1. 微观层面影响因素。**微观层面主要是基于知识型员工和企业家个体特征挖掘影响知识型员工非

物质激励体系设计的因素。首先,从需求侧来讲,知识型员工的年龄、性别、家庭背景、需求独特性、工作经验和个体技能掌握情况等都会对企业非物质激励契约的制定产生影响<sup>[2]</sup>。知识型员工的年龄、性别等个体特征决定了其潜在的需求,不同年龄阶段面临的需求不同,制定的发展目标也会有所差异;而性别也决定了知识型员工对于职位晋升和工作稳定等不同的追求。此外,知识型员工个体成长与组织成长目标之间的关系也在一定程度上决定了知识型员工独特的需求,包括组织的认可与信任以及个体发展需要的机会等。其次,从供给侧来讲,企业家是企业发展过程中组织结构建设和管理制度设计的关键因素,其领导风格、教育程度、以往的经验 and 价值观等都会影响对知识型员工非物质激励契约选择的倾向性和积极性。

**2. 中观层面影响因素。**中观层面主要是基于组织特征分析知识型员工非物质激励体系设计的倾向性和规律性。Belak、Milfelner<sup>[13]</sup>认为,企业文化作为一种看不见的力量,会对知识型员工进入企业以后的行为及组织价值观产生影响,继而影响非物质激励体系的设计。李志等<sup>[14]</sup>认为,与小企业相比,大企业的技能人才队伍建设存在明显优势,大企业规模较大,且资金实力雄厚,有更多的资金和实力打造非物质激励体系,因此非物质激励体系更为健全。李志、张华<sup>[15]</sup>认为,民营企业与国有企业在企业性质、管理体制方面的差异,会导致其内部员工需求的差异,对于员工非物质方面的需求关注力度不同,民营企业尤其是高科技民营企业员工对自我实现与尊重更为关注,因此民营企业非物质激励体系更为健全。

**3. 宏观层面影响因素。**宏观层面影响因素主要是指企业所处地区的政策、法规以及风俗习惯等。社会经济因素对企业人力资源战略制定中非物质激励措施选择的影响主要体现在以下方面:首先,企业所在地的经济状况直接决定了该地区公民的医疗、卫生、失业及保险等保障的情况,发展中及欠发达地区由于经济落后,为公民提供的各项保障体系不够健全,医疗保险等各项缴纳基准较低,知识型员工作为高级知识型人才会将希望寄托于工作,通过个人努力及自己的工作绩效获得的奖励来满足自己各项保障需求,这决定了企业要根据当地的经济、社保状况有的放矢地将保障等手段引入非物质激励体系。其次,企业所处的制度环境(如社会大环境的文化、价值观)对知识型员工人格塑造、价值观的形成会产生



根深蒂固的影响,不同地域的人们追求的价值观也会有所不同,因此当地的文化观念、风俗习惯等也决定了员工需求的独特性,也是非物质激励体系建立过程中需要考虑的因素。

综上,归纳知识型员工非物质激励体系构建过程中的影响因素,如图1所示。

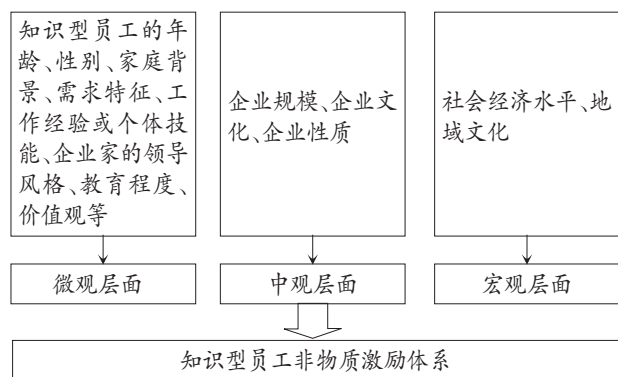


图1 知识型员工非物质激励体系影响因素

### 五、知识型员工非物质激励效应分析

根据已有研究,知识型员工非物质激励的效应主要分为个体效应和组织效应两方面。

**1. 个体层面效应。**对于知识型员工非物质激励的个体效应,目前的研究主要集中在知识共享、员工敬业度、创新行为、工作绩效等方面。

(1)知识共享。Lin<sup>[16]</sup>以我国台湾的高科技企业为例,通过构建模糊神经网络模型,分析发现内在刺激因素会促进隐形知识在工作小组之间的共享与传递,基于社会交换的信任、互惠等非经济激励手段有助于提升员工知识自我效能以及员工帮助他人的愉悦感,达到激发员工知识共享行为的目的。Mehrabi et al.<sup>[17]</sup>研究发现,组织文化会对行政组织中的知识共享行为产生影响,即组织内的价值观、信仰等会对个体行为产生影响,从而影响个体知识传播和共享的意愿。

(2)员工敬业度。对于非物质激励的员工敬业度提升效应,学者们主要从社会交换的视角进行了研究。非物质激励因素中的工作挑战程度能够有效地向员工传递企业的信任和尊重,有利于提升员工的个体责任感和工作敬业度水平。Crawford et al.<sup>[18]</sup>在对员工敬业度的影响因素进行研究时,发现员工对工作的需求和工作中需要的资源满足程度会显著影响员工的敬业度水平和员工个体产出。

(3)个体创新行为。根据动机理论,个体的内在工作动机会对个体产生一定的内在创新驱动,促进

或者激发员工个体的创新行为。非物质激励侧重于激发员工的内在动力,满足员工多层次的需求,通过为员工提供自主的工作方式和工作环境、根据员工的能力和特征制定相应的任务目标、提供充足的资源与领导支持,来促进员工创新想法的 implementation 和创新活动的执行。Mazzei et al.<sup>[19]</sup>认为组织为员工提供一定的保障,能够有效降低员工个体创新要承担的风险,有利于员工创造力的发挥,因此基于非物质层面的员工激励,如优化工作设计、让员工体验更多的工作意义和价值等,对个体创新的积极效应非常显著。

(4)个体工作绩效。员工绩效是指员工在工作过程中以某种方式所实现的与组织目标密切相关的活动结果或行为表现。薪酬管理是动态竞争环境中人力资源管理者为吸引和留住合适的员工而采取的一种策略,非物质层面的激励措施能够有效地规范员工的组织行为,促使其遵守雇佣立法和规章制度,达到提升个体绩效的目的。此外,组织内制定合理的绩效评价体系,也能够及时认可员工的个体表现,对员工进行肯定和赞扬,从而有效地提升员工个体的工作投入水平,对个体绩效产生积极效应。

### 2. 组织层面效应。

(1)经营绩效。对于激励与绩效之间的关系,国内外有许多学者进行了相关研究,现有学者的研究多集中在企业高管的薪酬激励、股权激励等物质激励方式对于企业绩效的影响上。对于员工层面激励的研究目前也取得了一定的进展,学者们逐渐关注到非物质激励,如参与管理、职位晋升等一些关键的非物质激励因素对于员工工作绩效和行为的一系列影响。Lzroiu<sup>[20]</sup>利用数据分析的方法,实证研究结果显示现金分红对组织整体绩效没有影响,组织应着眼于人力资源的变化,注重工作的内在本质和内容,为员工提供更多自主性、更具挑战性的工作任务和职责。

(2)组织创新。对于知识型员工非物质激励与创新绩效之间的关系,学者们从不同视角进行了研究。Markova、Ford<sup>[21]</sup>探讨了不同激励方式对员工绩效的影响,认为非物质激励对员工的工作绩效和创新能力具有显著的正向影响。也有学者从声誉激励角度出发,对影响员工的激励因素进行分析,结果表明声誉激励能够有效地提高员工的创新积极性,显著地提升组织的创新效率。

综上,梳理知识型员工非物质激励产生的效应,如图2所示。

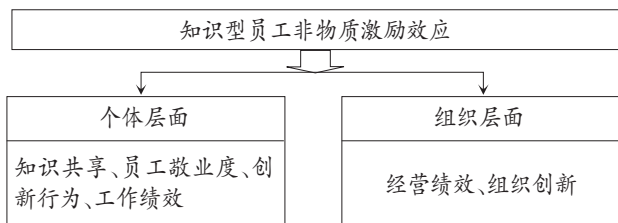


图2 知识型员工非物质激励的效应

## 六、结论与展望

1. 结论。通过前文分析，整理知识型员工非物质激励研究现状，如图3所示。

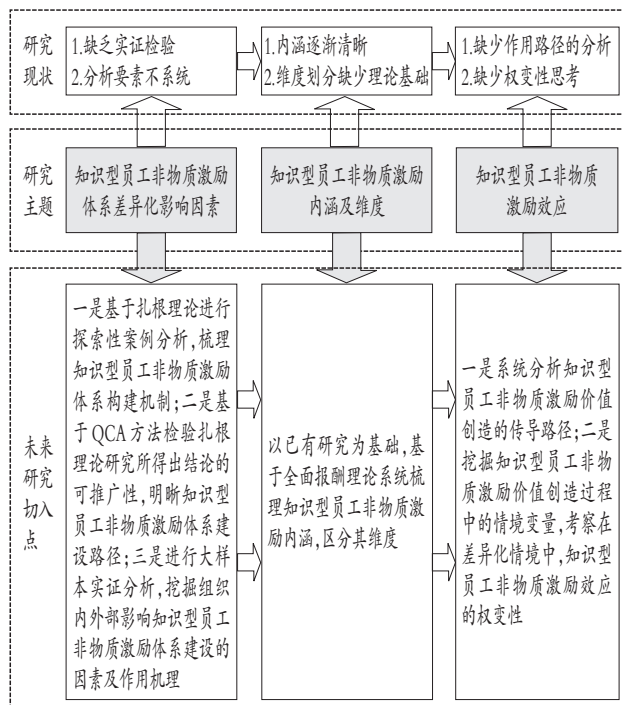


图3 知识型员工非物质激励研究现状及未来研究切入点

具体包括如下结论：第一，知识型员工非物质激励体系的内涵逐步丰富与清晰，但维度划分存在较大不确定性；第二，知识型员工非物质激励体系设计过程中会受到知识型员工与企业家个体特征等微观因素，企业文化、规模以及性质等中观因素，以及社会经济、地域、文化等宏观因素的影响；第三，学术界针对知识型员工效应从个体层面和组织层面进行了相对丰富的探讨。

从整体来看，目前关于知识型员工非物质激励的理论研究仍存在一些不足，主要体现在：第一，知识型员工非物质激励的维度划分缺少系统性的理论依据；第二，关于知识型员工非物质激励体系影响因素的分析多集中在质性分析层面，缺少实证性的检验；第三，知识型员工非物质激励效应的研究中对价值创造的传导路径和权变性分析重视不足。

2. 展望。基于此，未来的研究可以从如下几方面展开：

(1)基于全面报酬理论的非物质激励维度划分。全面薪酬管理体系是以员工为导向的整体性的系统薪酬设计，认为员工应当获得薪酬、福利、发展与环境四个方面的价值，是一种将个人发展战略与企业发展战略有效结合的方式。非物质激励是为实现组织特定目标，运用物质激励以外的手段，以持久地影响人们的内在需求或动机，继而强化、引导甚至改变人们的行为，能够在节省激励经济成本的特定条件下实现约束被激励者行为的目的。基于全面报酬理论和非物质激励的定义，笔者认为知识型员工非物质激励是通过一系列金钱和福利以外的非物质因素作用于知识型员工，使其工作富有成就感、工作成绩得到认可、工作本身体现出重要性、在职业上能得到发展等，来满足员工精神需要的手段和策略，主要包括情感激励、晋升激励和环境激励三个维度。在具体测量上，情感激励主要是指企业通过关怀、尊重等方式满足员工精神层次的需求，进而激发其工作积极性的手段；晋升激励是指企业内部通过设置一定的职务晋升机制来刺激员工的工作积极性，同时对新职务赋予相应的权、责、利，以实现组织目标的过程；环境激励不仅是指为员工提供较好的工作条件和办公设施，还包括满足知识型员工对工作特征、组织氛围、公司制度和企业文化等软环境的需求。

(2)多方法运用下知识型员工非物质激励体系差异化影响因素探索。管理实践中，不同企业的知识型员工非物质激励水平和契约构成均存在较大差异，但以往学术研究较少对此现象的形成原因进行实证分析。笔者认为缺少实证研究的主要原因是基础研究不够系统、全面，为此建议从如下三个方面着手强化该领域的研究：一是以个别企业作为典型案例，基于扎根理论进行探索性案例分析，尝试归纳知识型员工非物质激励体系构建机制，系统地分析影响知识型员工非物质激励体系的因素；二是增大样本量，通过定性比较分析(QCA)的方法检验扎根理论研究成果的可推广性，明晰知识型员工非物质激励体系建设路径；三是以前两部分研究为基础，进行大样本实证分析，挖掘组织内外部影响知识型员工非物质激励体系建设的因素及作用机理。

(3)知识型员工非物质激励体系价值创造的传导路径与权变性研究。虽然学者已从个体和组织两个层面对知识型员工非物质激励的效应进行了有益

的探讨,但仍存在两方面不足,一是缺少对价值创造过程中传导路径的分析,二是缺少基于情境变量考察知识型员工非物质激励效应的权变性思考。所以,未来可以通过挖掘中介变量和调节变量,进一步丰富知识型员工非物质激励效应的研究。

#### 主要参考文献:

- [1] 程隆云,周小君,何鹏. 非物质激励效果的问卷调查与分析[J]. 会计研究,2010(4):57~64.
- [2] Davenport T. H.. Thinking for a living: How to get better performances and results from knowledge workers[M]. Boston:Harvard Business Press, 2013:35~38.
- [3] Warren P., Kings N., Thurlow I., et al.. Improving knowledge worker productivity—the active integrated approach[J]. BT Technology Journal,2009(2):165~176.
- [4] Mládková L., Zouharová J., Nov J.. Motivation and knowledge workers [J]. Procedia—Social and Behavioral Sciences,2015(207):768~776.
- [5] (加)弗朗西斯·赫瑞比著. 郑晓明等译. 管理知识员工:挖掘企业智力资本[M]. 北京:机械工业出版社,2000:8~20.
- [6] Carleton K.. How to motivate and retain knowledge workers in organizations: A review of the literature[J]. International Journal of Management, 2011(2):459~468.
- [7] Sorauren I. F.. Non-monetary incentives [J]. Business Ethics Quarterly,2000(4):925~944.
- [8] Singleton S.. Co-operation or capture?The paradox of co-management and community participation in natural resource management and environmental policy-making[J]. Environmental Politics, 2000(2):1~21.
- [9] Li Y., Zhao Y., Liu Y.. The relationship between HRM, technology innovation and performance in China[J]. International Journal of Manpower,2006(7):679~697.
- [10] Condly S. J., Clark R. E., Stolovitch H. D.. The effects of incentives on workplace performance: A meta-analytic review of research studies [J]. Performance Improvement Quarterly, 2003

(3):46~63.

- [11] Schneckenberg D.. Strategic incentive systems for open innovation [J]. Journal of Applied Business Research,2014(1):65~72.
- [12] 白贵玉. 知识型员工激励、创新合法性与创新绩效关系研究[D]. 济南:山东大学,2016.
- [13] Belak J., Milfelner B.. Enterprise culture as one of the enterprise's key success factors (integral management approach): Does the internal and external cultural orientation matter [J]. Acta Polytechnica Hungarica,2012(3):27~44.
- [14] 李志,邱萍,蒋雨珈. 企业技能人才队伍“瓶颈”制约及解决对策——基于重庆市363家企业的调查[J]. 科技进步与对策,2015(3):149~153.
- [15] 李志,张华. 民营企业员工需要特征与激励对策研究[J]. 软科学,2005(2):54~56.
- [16] Lin W. B.. The exploration factors of affecting knowledge sharing —— the case of Taiwan's high-tech industry [J]. Expert Systems with Applications,2008(3):661~676.
- [17] Mehrabi J., Modiri M., Sharifi M., et al.. The impact of organizational culture on knowledge sharing in the executive organizations in the Guilan Province [J]. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business,2013(8):148~155.
- [18] Crawford E. R., LePine J., Rich B. L.. Linking job demands and resources to employee engagement and burnout[J]. Journal of Applied Psychology,2010(5):834~848.
- [19] Mazzei M. J., Flynn C. B., Haynie J. J.. Moving beyond initial success: Promoting innovation in small businesses through high-performance work practices [J]. Business Horizons,2016(1):51~60.
- [20] Lzroiou G.. Employee motivation and job performance [J]. Linguistic and Philosophical Investigations,2015(14):97~102.
- [21] Markova G., Ford C.. Is money the panacea? Rewards for knowledge workers [J]. International Journal of Productivity and Performance Management,2011(8):813~823.

作者单位:1. 济南大学商学院, 济南 250002; 2. 山东财经大学工商管理学院, 济南 250014