

组织文化对组织创新的效用如何? ——来自中国情境下的 Meta 分析证据

魏丹霞¹, 俞少君², 赵曙明¹

(1. 南京大学商学院, 江苏南京, 210093; 2. 南京林业大学经济管理学院, 江苏南京, 210037)

摘要: 组织文化与组织创新得到了学术界广泛关注, 但对于两者的关系及相互作用的效应, 尚未得出一致结论。运用 Meta 分析, 对中国情境下组织文化和组织创新关系的 39 篇实证研究(包含 212 个效应值、23 072 个样本容量)进行整合, 引入社会网络关系理论和嵌入理论进行分析。研究发现: 在中国情境下, 灵活型文化、宗族型文化和市场型文化对组织创新有显著的正向影响, 且影响均大于西方情境; 层级型文化对组织创新没有显著影响, 与西方情境下得出的负向影响的研究结论不一致; 组织年龄能够显著调节宗族型文化、灵活型文化和市场型文化与组织创新的关系, 对层级型文化与组织创新的关系没有显著调节作用; 行业类型能够显著调节宗族型文化、灵活型文化、层级型文化和市场型文化与组织创新的关系。研究结论有助于中国情境下的企业根据自身特点建立适宜的企业文化, 以促进企业的创新发展。

关键词: 组织文化; 组织创新; 中国情境; Meta 分析

中图分类号: C93

文献标识码: A

开放科学(资源服务)标识码(OSID)

文章编号: 1672-3104(2020)03-0112-12



一、引言

当今世界形势多变, 企业的外部环境变幻莫测, 如庚子年伊始突如其来的疫情让很多企业陷入困境。在如今充满不确定性的环境中, 组织需要有凝聚力、向心力和创新能力, 才能克服危机, 实现可持续发展。组织创新能够提高组织应对外部变化的灵活性^[1], 是技术创新的重要基础^[2], 也是管理学的重要课题之一^[1]。因此, 无论是实践层面还是学术理论层面都对组织创新的前因变量非常关注。已有学者从组织结构、组织战略、组织文化以及内部各因素的协同作用等方面讨论了组织创新的影响因素^[3-5], 尤其是组织文化在其中的重要性日益凸显。国内外学者对组织文化和组织创新的关系进行了广泛探讨^[4-8], 但是研究结论不一致。Meta 分析关注不同实证研究结果的聚集和比较, 可以对相关的研究结果进行汇总分析^[9], 因此, Büschgens

等^[10]对西方情境下组织文化与组织创新关系的实证研究进行了 Meta 分析, 发现宗族型文化、发展型文化和理性型文化促进组织创新的发展, 层级型文化抑制组织创新的发展。但该研究没有进一步指出组织文化各维度对组织创新施加影响的边界条件。

Büschgens 等^[10]的 Meta 研究主要以欧美企业为研究对象, 欧美国家的经济水平、制度环境及文化特征都不同于中国, 而组织文化作为一种在组织内被广泛接受的价值观, 必然受到组织所在国经济文化的影响, 尤其是民族文化深深影响着组织文化的形成和发展^[11]。加之中国的经济发展处于转型期, 营商环境较之于西方情境也有诸多差异。因此已有学者从中国情境出发探究中国的组织文化, 如 Tsui 等^[12]从企业性质角度把中国企业的组织文化划分为高度综合型文化、市场导向型文化、一般综合型文化和层级型文化; 还有研究者从中国文化特征出发研究组织文化对组织创新的影响过程^[13]。可见, 中国情境下的组织文化有其特殊性, 对组织创新也将产生不同的影响。过去针对中国情境

收稿日期: 2020-01-10; 修回日期: 2020-03-20

基金项目: 国家自然科学基金“基于创新导向的中国企业人力资源管理模式研究”(71832007)

作者简介: 魏丹霞, 辽宁大连人, 南京大学商学院博士研究生, 主要研究方向: 国际企业管理; 俞少君, 安徽定远人, 南京林业大学经济管理学院副教授, 主要研究方向: 营销与生产运作管理; 赵曙明, 江苏海安人, 南京大学人文社会科学资深教授、南京大学商学院名誉院长、博士生导师, 主要研究方向: 人力资源管理与企业跨国经营, 联系邮箱: zhaosm@nju.edu.cn

的部分研究表明, 宗族型文化、灵活型文化、层级型文化和市场型文化均对组织创新有显著正向影响^[14], 也有研究发现, 灵活型文化和市场型文化对组织创新有显著正向影响, 但层级型文化对组织创新有显著负向影响, 宗族型文化对组织创新没有显著正向影响^[7]。可见, 中国情境下的组织文化与组织创新的关系还不明朗, 现有研究也缺乏一定的理论视角对其作用机制进行深入阐释。同时, 与西方情境下研究结果的差异也有待进一步挖掘。

目前已有的关于组织文化与组织创新关系的研究成果虽然得出了不一致的结论, 但这也为 Meta 研究提供了有力支撑。同时, Meta 分析还有助于发掘边界条件, 即调节变量的存在, 这将有助于我们解释目前研究结论产生不一致的原因, 同时也可以弥补基于西方情境的 Meta 研究的不足。因此本文整合以往的关于组织文化与组织创新关系的 39 篇实证研究进行 Meta 分析, 探究基于中国情境下组织文化对组织创新的效用, 利用社会网络关系和嵌入理论, 发掘各个维度的组织文化对组织创新的影响并解释其中的内在机制; 同时, 还将讨论组织年龄和行业类型是否在组织文化与组织创新关系间起到调节作用; 并通过与国外的 Meta 研究进行对比, 对中西方情境下研究结果的异同进行分析。

二、文献综述与研究假设

(一) 相关概念界定

1. 组织文化

组织文化的研究兴起于二十世纪七八十年代^[15], 一般认为组织文化是组织内被广泛接受的、隐性的价值观, 决定了组织内成员如何理解外部环境以及对外部环境变化如何反应, 同时, 该价值观与组织战略、组织结构等要素协同作用, 影响组织有效性的发挥^[16]。该定义反映了组织文化的动态发展性及协同整合作用。企业根据内外部环境变化而不断调整组织文化, 组织文化也通过协同作用引导企业参与外部竞争。陈春花等^[17]在《领先之道》中指出, 根据不同发展阶段的导向, 企业的组织文化历经企业家文化、团队文化、企业文化和竞争性文化 4 个发展阶段, 如图 1 所示。可见, 组织文化与企业目标不断相互适应, 推动企业逐步获得发展能力、创新能力以及持续的竞争力。

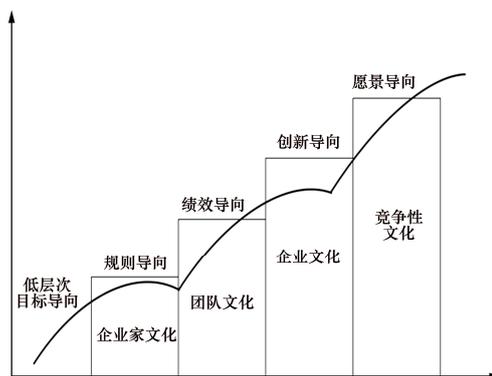


图 1 组织文化发展历程

组织文化内涵复杂, 包含不同维度, 学者们从不同角度切入, 对组织文化维度进行了划分。近半个世纪的研究已产生了一批比较有影响力的成果, 其中 Quinn 等^[18]、Cameron 等^[19]在组织有效性的基础上提出的竞争价值模型(Competing Values Framework)较具影响力。竞争价值模型根据组织关注的焦点(内部、人员导向或外部组织导向)、组织的结构偏向(灵活变革或稳定控制)及对组织结果的期待(手段导向或结果导向), 将组织文化划分为 4 个维度: 宗族型(Group)、灵活型(Adhocracy)、层级型(Hierarchy)和市场型(Market), 如图 2 所示。该模型充分考量内外部环境对组织产生的影响, 将组织视为一个不断适应外部环境变化的连续体^[19]。具体来说, 宗族型文化努力营造家庭般温暖的企业文化, 企业上下拥有共同的发展目标, 对员工的个人发展也非常重视。灵活型文化采取灵活的管理方式, 鼓励创新, 重视企业与外部环境的良性互动。层级型文化重视企业内部绩效, 通过严格的规章制度、工作描述等控制手段完成企业绩效目标。市场型文化主要以绩效为导向, 利用市场机制控制企业内部资源, 同时关注企业外部环境的变化。组织文化各维度如何影响组织创新是对组织有效性的一种探索。同时, 根据本文的文献搜集和编码结果, 多数文献采用了竞争价值模型, 因此本文也将采用竞争价值模型对组织文化与组织创新的关系进行分析和讨论。对于没有采用竞争价值模型的文献, 将依据文献的定义和测量标准与竞争价值模型进行仔细对比并进行编码归类。编码归类后, 本文组织文化各维度所包含的具体内容如下: 宗族型文化也包括合作型文化、网络型文化、支持型文化、团队导向型文化等; 灵活型文化也包括创新型文化和开放型文化等; 层级型文化也包括官僚型文化; 市场型文化也包括自利型文化、绩效导向型文化和结果导向型文化等。

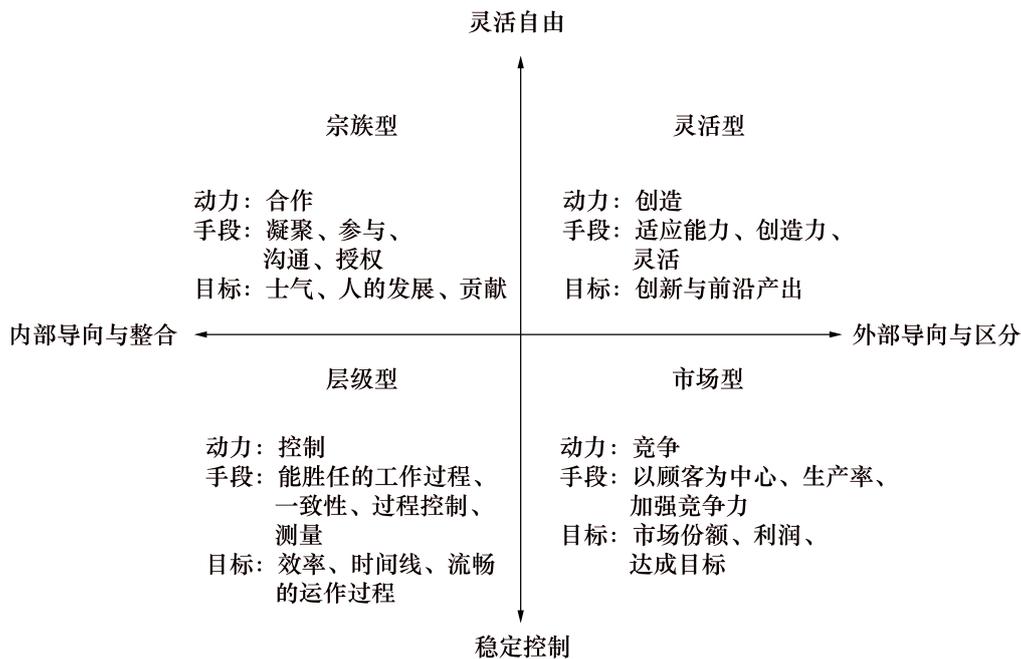


图2 竞争价值模型

2. 组织创新

组织创新是当代企业获得持续竞争力的重要源泉之一。熊彼特(Schumpeter)在1934年提出“创新”与“发明”是两种不同的概念，并强调创新在经济体系中扮演着重要角色^[20]，其后学术界对“创新(innovation)”进行了广泛研究。关于“创新”的定义，Damanpour^[21]在多项研究的基础上提出了一个较全面的概念，他指出，创新对组织而言是指采用一系列新的仪器、系统、政策、项目、过程、产品或者服务的过程。关于“创新”的分类，比较有代表性的如管理创新和技术创新^[22]、渐进性和突破性创新^[23]及起始阶段的创新和实施阶段的创新^[24]等。学者们对组织创新的前因变量进行了广泛研究。Damanpour^[21]通过对组织创新影响因素的元分析，发现组织创新受组织结构、组织决策、管理者因素、资源状况等的影响。值得注意的是，组织年龄也是其重要的前因变量之一，因为组织成立时间的长短影响到组织获取资源的能力、组织协调能力以及组织对环境的适应能力等^[25]。最近有研究开始关注人力资本尤其是管理人才和技术专业人对组织创新的作用机制^[26]。上述组织内外部以及人力资本等因素能否有效发挥作用、促进组织创新很大程度上取决于组织文化的协调作用^[3,26]，因此本文聚焦组织文化这一核心因素如何协调组织内外部资源对组织创新产生影响。对于组织创新的结果，杨百寅等^[27]指出，在经营实践中，不是所有的创新投入在短期内都能直接体现在财务绩效上，也可能体现在创新

能力提升或技术进步等方面。因此结合搜集到的文献，本文的组织创新既包括创新绩效，也包括创新能力。

(二) 理论基础

综观国内已往对组织文化和组织创新关系的研究，大多数研究只是探讨某个或某几个组织文化维度是否促进了组织创新，但缺少理论层面的详细阐释，只有个别研究从理论角度对其中的影响机制做了分析^[4]。国外研究则尝试引入不同理论对组织文化与组织创新关系的内在机制进行解释，如Büschgens等^[10]从控制论(Control Theory)角度细致分析了组织文化各个维度对组织创新影响的强弱。控制论的解释视角来源于组织内部，但创新的发生、过程以及最终的效果都受外部环境的影响和检验，是组织与外部环境共同作用的结果，因此该理论的解释力度依然不足。

本文通过对国内外相关文献的梳理发现，已有研究利用社会网络关系(Network Theory)理论和嵌入理论(Embeddedness Theory)探讨组织创新问题^[28-30]。社会学、人类学、历史学、政治学等学科较早对社会网络关系理论和嵌入理论进行了广泛分析^[31]，其后经济学领域也从社会网络关系和嵌入理论角度讨论了社会结构、社会关系如何影响人们的经济生活^[32]。社会网络关系指由各种社会关系所构成的网络联结，包括血缘亲属关系、组织内正式的上下级关系以及非正式的朋友伙伴关系等^[33]。嵌入理论强调，人们的经济活动就嵌入在这些社会关系中，受到这些社会关系的积极或者消极影响^[31-32]。组织的创新活动从本质上来说是

一种经济活动, 它也嵌入在组织的各种社会网络关系中^[28], 受到这些关系的直接影响。同时, 嵌入理论针对各项因素对创新的影响机制提出“意义的建构 (sensemaking)”, “意义的建构”是指组织或企业根据对其所处环境的理解以及以往的经验开展创新等一系列的经济活动^[28]。组织文化在此过程中扮演了重要角色, 对企业的经济活动发挥指导作用。由此可见, 社会网络关系理论和嵌入理论充分考虑了内外部因素对组织创新活动的影响。因此, 本文尝试从社会网络关系理论和嵌入理论详细阐释组织文化各个维度对组织创新的影响机制。

(三) 组织文化各维度对组织创新的影响机制

1. 宗族型文化、灵活型文化、层级型文化、市场型文化对组织创新的影响

综观中国社会情境, 以往研究认为, 中国社会建立在儒家文化“五伦”关系的基础上, 是“关系取向”和“身份取向”型的宗族型文化^[34-35]。因此中国社会非常重视关系的构建, 并根据亲疏远近将关系进行分类, 人们也会根据关系的亲疏远近决定行为模式^[34]。根据社会网络关系理论, 关系的形式是一种社会网络, 基于中国情境下的社会网络关系具有可传递性、互惠性、无形性和实用性的特征^[35]。在中国的市场经济活动中, 资源配置者会以“关系判断”为依据, 参考需求法则、人情法则和公平法则等作出决策^[36]。作为一种经济活动的组织创新, 同样会参与到市场的资源配置中。企业如果在创新过程中需要更丰富的资源和信息, 那么就需要更强有力的关系网络的支撑, 而组织能否建立起关系网络则受组织文化导向作用的影响。灵活型文化和市场型文化均关注企业外部, 注重从企业外部获得资源并促进企业的成长^[10], 在该类型组织文化的导向作用下, 企业将更加注重加强与外部的联系, 积极嵌入各种经济活动中, 建立强大的社会网络关系, 进而在资源配置中占据有利位置以获得更多的优势资源和有利信息, 而资源和信息对组织创新尤为重要, 因此灵活型和市场型文化将促进企业的创新活动。宗族型文化采用灵活的管理方式, 能够适应环境的多样性变化, 与此同时, 注重建立和谐的雇佣关系, 以强化内部网络联系, 并强调组织内员工能力的提升, 因此有助于提高组织的人力资源柔性^[37]。当今中国的外部环境充满了不确定性, 尤其是组织的创新活动更是受到各种不确定因素的影响, 而人力资源柔性可以提高组织的适应性^[37]。所以宗族型文化可以在外部环境发生变化时及时引导企业快速抓住创新的机会并根据形势变化及时调整应对战略, 以提升组织创新能力。基于此, 我们提出如下假设:

H1a: 在中国情境下, 灵活型文化、宗族型文化、市场型文化均对组织创新有显著正向影响。

不同于以上三种文化维度, 层级型文化强调严格的等级控制, 追求企业的稳定和效率^[19], 同时, 受层级型文化影响的企业也不关注企业外部的发展变化, 因此将不利于企业积极嵌入市场经济活动中, 也不利于企业开展创新活动, 基于此, 本文提出如下假设:

H1b: 在中国情境下, 层级型文化对组织创新有显著的负向影响。

2. 灵活型文化、市场型文化对组织创新的影响

灵活型文化注重培养适应性和创造性的氛围, 强调创新的结果, 因此企业会积极利用各种资源不断进行创新^[19]。在创新的计划、实施过程中, 一方面, 企业会遇到各种不适应、资源不协调、利益不一致等情况^[29], 尤其在中国要素市场、技术市场不完备、市场竞争不充分的条件下^[35], 这种不适应、不协调会更严重, 因此灵活型文化的作用就愈加重要, 它将指导企业灵活地调整市场嵌入程度。另一方面, 企业获得的信息、资源越多, 对待创新的开放性程度也会更高, 创新动机也会更强^[29], 进而创新成功的可能性也将更大。相比之下, 市场型文化虽然也关注企业外部, 也强调竞争意识, 但在提高市场份额、提高收益的驱使下, 市场型文化更强调严格的内部控制, 同时, 对外部的关注也是为了保证企业经济效益的实现以及获得最大的市场份额^[19]。因此在该类型组织文化的指导下, 企业的嵌入行为是以保证获取最大利润为前提的, 而创新的结果充满了不确定性, 无法保证利润最大化, 所以企业对待创新的开放性程度以及动机就不如灵活型文化指导下的企业那么强烈, 对组织创新的促进作用也没有那么强, 因此本文提出如下假设:

H2: 在中国情境下, 灵活型文化对组织创新的正向影响强于市场型文化对组织创新的影响。

3. 灵活型文化、宗族型文化对组织创新的影响

宗族型文化关注企业内部, 强调员工授权、参与和忠诚度^[19], 强调通过团队管理和员工成长来应对环境的变化, 属于“关系取向”型的组织文化。这种“关系”强调的是内部关系, 主要是通过各项促进员工发展的政策使员工对组织的嵌入更深, 也进一步提高员工的忠诚度^[38], 但不强调创新, 因此相比较于灵活型文化强调创新以适应外部环境变化, 宗族型文化更关心内部员工的发展, 因此宗族型文化对组织创新的影响也不如灵活型文化。基于此, 我们提出如下假设:

H3: 在中国情境下, 灵活型文化对组织创新的正向影响强于宗族型文化对组织创新的影响。

4. 宗族型文化、市场型文化对组织创新的影响

嵌入理论认为,市场主体在嵌入经济活动的过程中,将构建起互惠互信的社会交换关系^[39]。企业通过嵌入市场活动进行创新,与其他企业和个人建立互惠互信的关系,进而获得创新所需的信息和资源^[28]。在中国的市场经济条件下,这种互惠互信更为重要。因为隐含的互利和相互信任的关系是中国关系网络的基础^[35],企业只有重视建立互惠互利、相互信任的关系才能进一步获得企业创新和发展所需的资源。宗族型文化特别强调互惠互利关系的建立,在该类型组织文化的指导下,企业在市场活动中将获得更多可信任的业务伙伴,也将更容易获得关于创新的信息和资源。但市场型文化强调打压对手以提高自身的效益,虽然在利益的驱动下,这些企业也会进行组织创新,但由于其不重视建立互惠互信的伙伴关系,企业获得关于创新的信息和资源将不如宗族型文化指导下的企业,其创新的效果也不如宗族型文化指导下的企业。因此,本文提出如下假设:

H4: 在中国情境下,宗族型文化对组织创新的正向影响强于市场型文化对组织创新的正向影响。

(四) 潜在的调节变量

Meta 分析有助于探究研究变量之间潜在的情境调节因素以解释个体研究之间产生差异的原因。对于组织文化与组织创新之间的关系,组织年龄是其重要的影响因素之一^[25],Damanpour 等^[21]的 Meta 分析也提出创新阶段、行业类型等组织特征有可能调节两者之间的关系。本文借鉴以往研究,并结合对收集到的 39 篇文献的梳理,尝试以组织年龄和行业类别作为影响组织文化各维度与组织创新关系的潜在调节变量。

1. 组织年龄

组织文化具有动态发展性^[19],它的建立和形成过程比较漫长,因此,组织年龄对组织文化发挥作用的程度会产生影响。本文根据所收集文献的样本情况,将组织年龄分为 10 年以下、10 年以上及其他(包括未详细报告组织年龄比例及无法辨别哪个组织年龄段占比 50% 以上的情况)。组织成员对组织文化的接受程度将随时间的推移而逐渐提高,因此成立时间较长的公司,其组织文化的认可度更高,与组织各方面的融合更深,所发挥的作用也更大。而成立时间较短的公司,由于其组织文化尚未被组织成员充分理解和认可,较难充分发挥作用,因而组织文化对组织创新的影响较小。由此,本文提出如下假设:

H5: 在中国情境下,组织年龄能够调节宗族型、灵活型、层级型和市场型文化与组织创新的关系,即在组织年龄超过 10 年的组织中,宗族型、灵活型、层级型和市场型文化对组织创新的影响强于组织年龄不

足 10 年的组织。

2. 行业类别

不同行业对创新的强调程度和强化手段不同。高新技术行业产品周期短,成败关键就在于及时甚至随时创新,因此常通过研发人员、研发投入等方式促进创新的产出^[40],可见,高新技术行业固有的行业特征决定了其必须追求创新。由此可以推断,组织文化的作用并不明显。而对于非高新技术行业,其对创新的要求没有高新技术行业高,如果组织文化强调创新,则企业创新的动力更强,效果也将更加明显。基于此,本文提出如下假设:

H6: 在中国情境下,行业类别能够调节宗族型、灵活型、层级型、市场型文化与组织创新的关系,即非高新技术行业中的宗族型、灵活型、层级型、市场型文化对组织创新的影响强于高新技术行业。

三、研究方法

(一) 文献搜索与筛选

本文通过以下 4 个途径全面搜索了研究所需文献:①在 Web of Science、SpringerLink、Taylor and Francis、EBSCO、PsycINFO、Google 学术等外文数据库以及国外管理学界重要学术会议如 IEEE、IACMR 等英文学术搜索引擎中检索题名、摘要或关键词中包含“organizational cultures”“innovation”“China/Chinese”或“organizational climate”“innovation and China/Chinese”的文献和会议论文,并进一步链接和下载这些文献,对于只有标题或摘要的文献,则阅读摘要判断其是否合乎本文的筛选标准,如果符合,则通过文献传递的方式获得全文;②在中国知网(CNKI)、万方数据、百度学术等中文数据库和学术搜索引擎中检索题名、摘要或关键词中包含“组织文化”和“创新”、“企业文化”和“创新”的文献、会议论文和硕博士论文,并进一步链接和下载这些文献,对于只有标题或摘要的文献,则阅读摘要判断其是否合乎本文的筛选标准,如果符合,则通过文献传递的方式获得全文;③对长期研究组织文化和创新的学者进行专项检索;④为确保无遗漏,对国内外管理学的核心期刊进行专项检索。通过以上途径,我们共检索到 150 篇文献,其中中文 130 篇,英文 20 篇。

对搜索到的文献按照以下标准进行筛选:①筛选出中国情境下的实证研究,剔除案例、综述等非实证文献;②筛选出研究组织创新的文献,剔除研究个体创新的文献;③所选文献需报告样本量与组织文化和

组织创新的相关系数、 p 值或 t 值, 或者样本量与组织文化与组织创新的 t 值、方差或标准误, 或者路径系数; ④对于同一研究分多阶段发表或重复发表的文献, 本文将归为同一项研究。经过筛选, 共获得 39 篇关于中国情境的组织文化与组织创新关系的实证文献, 文献纳入率为 26%。其中中文文献 32 篇, 英文文献 7 篇; 期刊类公开发表的论文共 22 篇, 硕士、博士学位论文共 17 篇。

(二) 数据编码

本文借鉴以往研究和利普西等^[9]推荐的方式编制了编码手册, 作为其后编码的参照。编码程序也按照利普西等^[9]推荐的步骤进行, 由本文两位作者分别独立制定研究描述项和效应值编码表。研究描述项包括作者、题目、发表时间、期刊名称、发表语言等基本信息以及变量维度、测量方式、研究对象性质、类别、年限、变量关系等研究特征信息; 效应值编码表主要包含样本量、相关系数、 t 值、 p 值、信度系数、路径系数、方差、标准误等统计信息。首次编码完成后进行交叉核对, 一致率为 91.2%, 对不一致的内容通过与原文核对和讨论达成共识。本文共包含 10 996 个独立样本量, 样本总量为 23 072 个。

(三) 统计方法

本文利用 Comprehensive Meta-Analysis(CMA3.0) 软件进行数据统计分析。本文的数据统计分析主要包括效应值转化、出版偏倚分析、同质性检验和调节效应检验。

四、研究结果

(一) 效应值转化

利普西等^[9]指出, 元分析的关键在于定义效应值统计量, “它能以标准化的形式代表一系列研究得到的诸多定量结果, 从而允许在各项研究之间进行有意义的数字比较和分析”, 因此我们需要将收集到的多个独立研究结果合并成某个单一的效应值统计量。本研究以中国情境下的组织文化与组织创新的相关系数作为效应值统计量, 效应值统计量采用费雪(Fisher’s Z)转换得到。经过转换, 本文共获得 212 个效应值。

(二) 出版偏倚分析

出版偏倚是指已发表的研究文献无法系统全面地代表该领域已完成的总体研究^[41]。出版偏倚将对 Meta 分析结果产生严重影响, 可能会因高估某些效应值而致使研究结论发生偏差。因此需对出版偏倚水平进行检测。本研究采用失安全系数检测出版偏倚水平。Rothstein 等^[41]指出, 当失安全系数小于 $5K+10(K$ 表示研究数量) 时, 出版偏倚问题较为严重。本研究中, 在宗族型文化、灵活型文化、层级型文化和市场型文化与组织创新的关系中, 失安全系数分别为 4 469、953、410 和 1 008, 远大于临界值 $135(K=25)$ 、 $150(K=28)$ 、 $95(K=17)$ 和 $85(K=15)$, 因此, 本研究结果的稳定性较好, 不存在出版偏倚问题。

(三) 同质性检验

同质性检验以 Q 统计量为基础, 它服从自由度为 $k-1$ 的卡方分布, 其中 k 是效应值的数量, 如果 Q 在统计上显著, 则为异质性分布^[9]。表 1 为同质性检验结果, 本研究 Q 在统计上显著 ($Q=2\ 465.613, p<0.001$), 因此效应值为异质性分布。本研究根据同质性检验结果及借鉴以往研究做法, 效应值结果采用随机效应模型, 这是由于固定效应模型会低估小样本权重或高估大样本权重, 而随机效应模型通过纳入研究之间的变异来估计效应值分布的平均值, 可减少偏差, 同时置信区间更大, 研究结果也更为保守^[42]。表 2 为宗族型文化、灵活型文化、层级型文化和市场型文化与组织创新同质性检验结果, 也均显著, 故也都采用随机效应模型。

(四) 主效应检验结果

中国情境下组织文化各维度, 即宗族型、灵活型、层级型和市场型文化, 与组织创新的相关性如表 3 所示。表 3 表明, 宗族型文化、灵活型文化、市场型文化与组织创新均显著正相关(相关系数分别为 0.308, $p<0.001$; 0.410, $p<0.001$; 0.247, $p<0.001$), 假设 1a 得到验证。层级型文化与组织创新的相关系数为 0.130, 置信区间包含 0, 不显著, 假设 1b 未得到验证。其中, 灵活型文化与组织创新的相关系数 (0.410, $p<0.001$) 大于市场型文化与组织创新的相关系数 (0.247, $p<0.001$), 灵活型文化与组织创新的相关系数 (0.410, $p<0.001$) 也大于宗族型文化与组织创新的相

表 1 总体效应值分布及同质性检验结果

效应值 研究数量	样本量	95%的置信区间			Z 值	Q 值	df	p 值	I ²	标准误	方差	τ^2
		点估计	下限	上限								
85	23 072	0.297	0.231	0.361	8.424	2 465.613***	84	0.000	96.593	0.023	0.001	0.107

注: * $p<0.1$; ** $p<0.05$; *** $p<0.001$, 双尾检验, 下同

表2 组织文化各维度与组织创新相关性的同质性检验结果

组织文化维度	效应值研究数量	样本量	<i>Q</i> 值	<i>df</i>	<i>p</i> 值	<i>I</i> ²	标准误	方差	τ^2
宗族型	25	6487	359.206***	24	0.000	93.319	0.022	0.000	0.056
灵活型	28	8429	1 343.557***	27	0.000	97.990	0.060	0.004	0.168
层级型	17	4125	368.930***	16	0.000	95.663	0.049	0.002	0.100
市场型	15	4031	152.248***	14	0.000	90.804	0.021	0.000	0.040

表3 组织文化各维度与组织创新关系的分析结果

组织文化维度	模型	效应值研究数量	样本量	效应值和 95%的置信区间			<i>Z</i> 值	<i>p</i> 值
				点估计	下限	上限		
宗族型	随机	25	6487	0.308***	0.217	0.394	6.389	0.000
灵活型	随机	28	8429	0.410***	0.274	0.530	5.521	0.000
层级型	随机	17	4125	0.130	-0.024	0.278	1.650	0.099
市场型	随机	15	4031	0.247***	0.142	0.346	4.543	0.000

关系数(0.308, $p < 0.001$), 由此假设 2、假设 3 得到验证。同时, 宗族型文化与组织创新的相关系数(0.308, $p < 0.001$)大于市场型文化与组织创新的相关系数(0.247, $p < 0.001$), 由此假设 4 得到验证。

(五) 调节效应检验结果

中国情境下组织年龄和行业类别对组织文化各维度与组织创新关系的调节效应检验结果如表 4 所示。表 4 表明, 当组织年龄超过 10 年以上, 宗族型、灵活型和层级型组织文化与组织创新关系的相关系数分别为 0.273($p < 0.05$), 0.551($p < 0.001$), 0.285($p < 0.1$), 均大于组织年龄不足 10 年情况下的相关系数 0.218($p < 0.05$), 0.320($p < 0.1$)和 0.266($p < 0.05$), 且异质性均显著(Q 值和 p 值分别为 4.839, $p < 0.1$; 243.694, $p < 0.001$; 16.166, $p < 0.001$); 无论组织年龄超过 10 年或不足 10 年, 灵活型文化与组织创新关系的相关系数都不显著, 异质性显著($Q=123.58$, $p < 0.001$), 由此, 假设 5 得到部分验证。在非高新技术行业中, 宗族型、灵活型、层级型和市场型文化与组织创新关系的相关系数分别为 0.374($p < 0.001$), 0.472($p < 0.001$), 0.212($p < 0.05$)和 0.302($p < 0.001$), 均大于高新技术行业中的相关系数 0.187($p < 0.05$), 0.321($p < 0.05$), 0.006($p > 0.1$), 0.129($p > 0.1$), 且异质性均显著(Q 值和 p 值分别为 74.711, $p < 0.001$; 151.228, $p < 0.001$; 36.708, $p < 0.001$; 50.034, $p < 0.001$), 由此, 假设 6 得到验证。

五、讨论与分析

基于以往对中国情境下组织文化与组织创新关系

的实证研究, 本文运用 Meta 分析对其进行了量化研究, 研究发现: 在中国情境下, 宗族型文化、灵活型文化、市场型文化对组织创新呈显著的正向影响, 层级型文化与组织创新关系呈正向, 但不显著; 同时, 组织年龄显著调节宗族型、灵活型和市场型文化与组织创新的关系, 对层级型文化与组织创新关系没有显著的调节作用; 行业类型能够显著调节宗族型文化、灵活型文化、层级型文化和市场型文化与组织创新的关系。

本文的研究结果与 Büschgens 等^[10]对组织文化与组织创新关系的元分析结果既有相似也有不同的地方。本文发现, 在中国情境下, 宗族型文化、灵活型文化、市场型文化对组织创新的影响力度的排序与 Büschgens 等^[10]的结果是一致的, 即灵活型组织文化对组织创新的影响最大, 其次为宗族型文化和市场型文化。但在中国情境下, 宗族型文化、灵活型文化和市场型文化对组织创新影响的相关系数(分别为 0.308, 0.410, 0.247)均大于 Büschgens 等^[10]的研究结果(分别为 0.24, 0.31, 0.14)。这说明在中国情境下, 宗族型文化、灵活型文化和市场型文化对组织创新的影响力度大于西方情境。Hartnell 等^[43]对组织文化与组织有效性影响的元分析中也发现, 在儒家文化主导的国家中, 组织文化与组织有效性的相关性要大于西方国家。由此可以推断, 组织文化的影响力度与国家文化属性密切相关。对中国情境而言, 中国社会“关系取向”型的文化属性影响组织文化与组织创新的关系。研究发现, 在当代, 虽然中国人的个人化倾向逐渐增强, 但某些传统信仰和价值观(如重视“家”的概念、关系导向等)并没有发生根本性变化^[34]。因此, 相

表 4 调节效应检验结果(随机效应模型)

潜在的调节变量	组织文化维度	同质性检验				分类	效应值 研究数量	样本 容量	效应值和 95%的置信区间		
		df(Q)	I ²	Q 值	p 值				点估计	下限	上限
组织 年龄	宗族型	5	93.016	71.587***	0.000	10 年以下	6	2048	0.218**	0.022	0.400
		5	93.811	80.788***	0.000	10 年以上	6	1150	0.273**	0.043	0.474
		12	94.059	94.059	0.000	其他	13	3289	0.362***	0.231	0.480
		2		4.839*	0.089						
	灵活型	5	85.276	33.959***	0.000	10 年以下	6	2067	0.320*	0.191	0.439
		7	98.635	512.686***	0.000	10 年以上	8	2350	0.551***	0.255	0.752
		13	97.650	553.219***	0.000	其他	14	4012	0.361***	0.168	0.527
		2		243.694***	0.000						
	层级型	3	94.939	59.280***	0.000	10 年以下	4	1673	-0.163	-0.432	0.133
		6	93.435	91.387***	0.000	10 年以上	7	1105	0.068	-0.164	0.292
		5	94.683	94.042***	0.000	其他	6	1347	0.378***	0.158	0.563
		2		123.58***	0.000						
	市场型	4	86.356	29.318***	0.000	10 年以下	5	1892	0.266**	0.114	0.405
		1	55.484	2.246***	0.000	10 年以上	2	312	0.285*	0.123	0.433
		7	93.303	104.518***	0.000	其他	8	1827	0.226**	0.047	0.390
		2		16.166***	0.000						
行业 类别	宗族型	8	86.892	61.030***	0.000	高新 技术行业	9	1974	0.187**	0.064	0.305
		15	93.286	223.405***	0.000	非高新 技术行业	16	4513	0.374***	0.268	0.472
		1		74.711***	0.000						
	灵活型	11	91.186	124.805***	0.000	高新 技术行业	12	3045	0.321**	0.205	0.429
		15	98.595	1067.524***	0.000	非高新 技术行业	16	5384	0.472***	0.272	0.634
		1		151.228***	0.000						
	层级型	6	92.373	78.671***	0.000	高新 技术行业	7	1022	0.006	-0.217	0.228
		9	96.450	253.551***	0.000	非高新 技术行业	10	3103	0.212**	0.013	0.396
		1		36.708***	0.000						
	市场型	4	82.736	23.169***	0.000	高新 技术行业	5	861	0.129	-0.037	0.288
		9	88.614	79.045***	0.000	非高新 技术行业	10	3170	0.302***	0.196	0.402
		1		50.034***	0.000						

较于西方社会,当代中国社会中,重视关系网络维持、秉承建立互信互惠关系的企业将在资源配置中获得更大优势,所以该类型组织文化将对组织有效性或组织

创新产生更大的影响。因此,本文认为,相比较于西方情境,在中国情境下,组织文化中的宗族型文化、灵活型文化和市场型文化对组织创新的影响更为

显著。

Büschgens 等^[10]发现, 层级文化对组织创新有显著负向影响, 但在本文的研究中并没有发现这种显著的负向影响, 同时在调节作用中, 本文发现层级型文化在非高新技术行业中与组织创新有显著的正向关系。这可能是由于在中国情境下, 市场存在发展不平衡的情况, 各项有关经济活动的政策法规也存在地区性的不平衡, 在这种环境下, 某些地区受层级型文化主导的企业, 尤其是非高新技术行业中的企业, 依然可以在短时间内聚集大量资源, 在严格的经济目标的指导下开展创新活动并获得一定成效。因此本文认为, 在中国情境下, 层级型文化对组织创新的影响未必是负面的, 但该结论还需进一步论证。

本文潜在的调节变量分析结果表明, 组织年龄和行业特征对宗族型、灵活型和市场型文化与组织创新的关系都有显著的调节作用。对于层级型文化与组织创新的关系, 在组织年龄的调节效应中, 异质性检验显著, 但两者的相关性没有显著的正向或负向关系, 这说明较之于西方情境, 在中国情境下, 层级型文化对组织创新的影响比较复杂, 可能受不同中介变量、调节变量的潜在影响, 因此还有待进一步研究。同时, 在行业类型的调节效应检验中, 市场型文化与组织创新的正向关系在高新技术行业中不显著, 这可能是由于高新技术行业以追求快速创新为根本目的, 但市场型文化更强调通过严谨的计划创造高额的经济效益, 因此也可能会失掉创新的绝佳时机, 进而影响高新技术企业的创新效果, 因此市场型文化对高新技术企业创新的正向影响并不显著, 可能也存在阻碍创新的情况。

六、研究贡献、局限与展望

(一) 研究贡献

1. 理论贡献

本文的理论贡献主要有:

(1) 本文根植于中国情境, 丰富了中国情境下组织文化与组织创新关系的研究, 为中国情境下组织文化对组织创新效用的研究提供了更为精确的参考。以往关于组织文化与组织创新关系的 Meta 分析主要基于西方情境, 缺少对中国情境下两者关系的整合研究, 本文对中国情境下两者关系的探究揭示了西方情境与中国情境下研究结果的异同, 拓宽了组织文化对组织创新影响机制的跨文化研究。

(2) 本研究引入社会网络关系理论和嵌入理论, 结

合中国社会特征, 综合考虑组织内外部环境, 将组织文化对组织创新的影响机制进行了更深入的分析, 从理论角度深化了对组织文化和组织创新关系的理解。以往研究缺少组织文化对组织创新影响机制的理论层面的深入阐释, 本文结合理论视角和中国“关系”社会的特征, 对中国情境下组织文化各维度对组织创新的作用机理进行了详细分析, 进一步明晰了组织文化如何通过经济环境、社会文化等重要外部情境因素对组织创新施加影响。

(3) 本文探析了组织年龄和行业类别对组织文化与组织创新关系的潜在调节作用, 有助于发现组织文化对组织创新发挥效用的边界条件。

2. 管理启示

从实践角度来说, 组织文化具有不可替代性和不可模仿性, 因此创建合乎企业创新发展的组织文化将为企业的长足发展带来巨大价值。本文发现, 在中国情境下, 灵活型文化对组织创新的正向影响最为显著, 其次为宗族型文化和市场型文化。该研究成果将对企业的创新实践有一定的启示意义, 企业可以通过创造重视外部环境变化的灵活型文化、建立重视内部团结、员工发展、具有人力资源柔性的宗族型文化促进企业的创新。在市场型文化的基础上, 企业需增强互惠互利的意识, 进一步加强企业外部关系的维护从而促进组织创新。与此同时, 企业也应注重发挥灵活型文化、宗族型文化和市场型文化的协同作用。同时, 本研究的调节效应结果显示, 组织年龄和不同的行业类型影响组织文化对组织创新的效用, 因此企业应结合自身所处的发展阶段和行业类型, 动态性地调整企业文化以适应企业的发展战略。

(二) 研究局限与展望

由于收集渠道限制以及目前关于中国情境下组织文化与组织创新关系的实证文献有限, 本文纳入研究的样本容量有限, 可能对研究结果有一定的影响。同时, 由于本文收集到的文献绝大多数没有报告组织性质分类、所在地区等详细信息, 因此本文只检验了组织年龄和行业类型的调节作用, 而没有对中国情境下的其他可能影响因素的调节作用做进一步的分析。未来可在更大样本容量的基础上, 通过更严谨的技术手段探究组织文化与组织创新的关系。

本研究发现层级型文化对组织创新的影响与西方情境下的研究结果有差异, 没有发现显著的负向或者正向影响。因此, 未来可以进一步挖掘层级型文化在中国情境下对组织创新的影响。同时, 未来在更丰富的实证研究的基础上, 可进一步讨论组织文化与组织创新关系之间是否存在其他调节变量, 如企业性质、

所在地区等是否会影响组织文化与组织创新的关系。

目前, 中国互联网情境下组织文化的基本假设和作用机制也亟待厘清^[15], 从而进一步讨论在互联网时代企业如何利用组织文化开拓创新, 以实现高质量发展。

注释:

① 本文对组织文化与企业文化不做区分。

参考文献:

- [1] 王成刚, 石春生. 组织文化对组织创新的作用机理研究[J]. 科研管理, 2018, 39(7): 78-84.
WANG Chenggang, SHI Chunsheng. A research on the effect mechanism of organizational culture on organizational innovation[J]. Science Research Management, 2018, 39(7): 78-84.
- [2] SALEH S D, WANG C K. The management of innovation: Strategy, structure, and organizational climate[J]. IEEE Transactions on Engineering Management, 1993, 40(1): 14-21.
- [3] 张海涛, 龙立荣. 组织创新气氛影响因素研究综述[J]. 科技管理研究, 2014(7): 115-122.
ZHANG Haitao, LONG Lirong. Literature review on the influential factors of organizational innovation climate[J]. Science and Technology Management Research, 2014, 34(7): 115-122.
- [4] 杨治, 何丹, 张鹏程. 绩效导向文化对创新的影响[J]. 科研管理, 2017, 38(9): 86-96.
YANG Zhi, HE Dan, ZHANG Pengcheng. Impact of performance orientation culture on innovation[J]. Science Research Management, 2017, 38(9): 86-96.
- [5] 邵云飞, 庞博, 方佳明. IT能力视角下企业内部多要素协同与创新绩效研究[J]. 管理评论, 2018, 30(6): 70-80.
SHAO Yunfei, PANG Bo, FANG Jiaming. Research on inner-enterprise synergy and innovation performance from the perspective of IT capability[J]. Management Review, 2018, 30(6): 70-80.
- [6] XIE Xuemei, WU Yonghui, ZENG Saixing. A theory of multi-dimensional organizational innovation cultures and innovation performance in transitional economies-the role of team cohesion[J]. Chinese Management Studies, 2016, 10(3): 458-479.
- [7] 王飞绒, 方艳军. 基于组织学习的组织文化与技术创新绩效关系的实证研究[J]. 研究与发展管理, 2013, 25(1): 36-43.
WANG Feirong, FANG Yanjun. An empirical study on the relationship between organizational culture and technological innovation performance based on organizational learning[J]. R&D Management, 2013, 25(1): 36-43.
- [8] 叶霏. 高管调节焦点和组织文化均衡度对二元创新的影响: 环境动态性的调节作用[D]. 广州: 广州大学, 2018.
YE Fei. The effects of regulatory focus of executives and organizational cultural balance on innovation: A moderating effect of environmental dynamics[D]. Guangzhou: Guangzhou University, 2018.
- [9] 马克·W.利普西, 戴维·B.威尔逊. 实用数据再分析法[M]. 刘军, 吴春莺, 译. 重庆: 重庆大学出版社, 2008.
LIPSEY M W, WILSON D B. Practical meta-analysis[M]. Translated by LIU Jun, WU Chunying. Chongqing: Chongqing Press, 2008.
- [10] BÜSCHGENS T, BAUSCH A, BALKIN D B. Organizational culture and innovation: A meta-analytic review[J]. Journal of Product Innovation Management, 2013, 30(4): 763-781.
- [11] 赵曙明, 裴宇晶. 企业文化研究脉络梳理与趋势展望[J]. 外国经济与管理, 2011, 33(10): 1-8.
ZHAO Shuming, PEI Yujing. A review and prospect of studies on corporate cultures[J]. Foreign Economics & Management, 2011, 33(10): 1-8.
- [12] TSUI A S, WANG H, XIN K R. Organizational culture in China: An analysis of culture dimensions and culture types[J]. Management and Organization Review, 2006, 2(3): 345-376.
- [13] 周雪敏. 集体主义文化、集权结构对组织二元性创新的影响研究[D]. 武汉: 华中科技大学, 2013.
ZHOU Xuemin. The impact of collectivism and centralization on ambidextrous innovation[D]. Wuhan: Huazhong University of Science and Technology, 2013.
- [14] 高传贵, 辛杰. 企业文化对企业自主创新绩效的影响——组织学习能力的中介作用[J]. 东岳论丛, 2018, 39(4): 68-75.
GAO Chuangui, XIN Jie. The impact of corporate cultures on performances of independent innovation in enterprises: A mediating effect of organizational learning ability[J]. Dongyue Tribune, 2018, 39(4): 68-75.
- [15] 陈春花, 尹俊. 组织文化研究的演化路径、知识图谱及研究展望[J]. 外国经济与管理, 2019, 41(11): 70-85.
CHEN Chunhua, YIN Jun. The evolution path, mapping knowledge and outlook of organizational culture research[J]. Foreign Economics & Management, 2019, 41(11): 70-85.
- [16] HARTNELL C A, OU A Y, KINICKI A J, et al. A meta-analytic test of organizational culture's association with elements of an organization's system and its relative predictive validity on organizational outcomes[J]. Journal of Applied Psychology, 2019, 104(6): 832-850.
- [17] 陈春花, 赵曙明, 赵海然. 领先之道[M]. 北京: 机械工业出版社, 2014.
CHEN Chunhua, ZHAO Shuming, ZHAO Hairan. The way to take the lead[M]. Beijing: China Machine Press, 2014.

- [18] QUINN R E, ROHRBAUGH J. A spatial model of effectiveness criteria: Towards a competing values approach to organizational analysis[J]. *Management Science*, 1983, 29(3): 363-377.
- [19] CAMERON K S, QUINN R E. Diagnosing and changing organizational culture—Based on the competing values framework[M]. Boston: Addison-Wesley Publishing Company, Inc, 1999.
- [20] 谢洪明, 刘常勇, 陈春辉. 市场导向与组织绩效的关系: 组织学习与创新的影响——珠三角地区企业的实证研究[J]. *管理世界*, 2006(2): 80-94, 143.
XIE Hongming, LIU Changyong, CHEN Chunhui. The relationship between being market-oriented and organizational performance: The effect of organizational learning and innovation—A case study of the enterprises in the Pearl River Delta region[J]. *Management World*, 2006(2): 80-94, 143.
- [21] DAMANPOUR F. Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators[J]. *Academy of Management Journal*, 1991, 34(3): 555-590.
- [22] DAMANPOUR F. The adoption of technological, administrative, and ancillary innovations: Impact of organizational factors[J]. *Journal of Management*, 1987, 13(4): 675-688.
- [23] ETTLIE J E, BRIDGES W P, O'KEEFE R D. Organization strategy and structural differences for radical versus incremental innovation[J]. *Management Science*, 1984(30): 682-695.
- [24] MARINO K. E. Structural correlates of affirmative action compliance[J]. *Journal of Management*, 1982(8): 75-93.
- [25] SORENSEN J B, STUART T E. Aging, obsolescence and organizational innovation[J]. *Administrative Science Quarterly*, 2000, 45(1): 81-112.
- [26] WANG T, ZATZICK C D. Human capital acquisition and organizational innovation: A temporal perspective[J]. *Academy of Management Journal*, 2019, 62(1): 99-116.
- [27] 杨百寅, 高昂. 企业创新管理方式选择与创新绩效研究[J]. *科研管理*, 2013, 34(3): 41-49.
YANG Baiyin, GAO Ang. Identifying effective approaches to innovation management and innovative performance[J]. *Science Research Management*, 2013, 34(3): 41-49.
- [28] SIMSEK Z, LUBATKIN M H, FLOYD S W. Inter-firm networks and entrepreneurial behavior: A structural embeddedness perspective[J]. *Journal of Management*, 2003, 29(3): 427-442.
- [29] GREENWOOD R, SUDDABY R. Institutional entrepreneurship in mature fields: The big five accounting firms[J]. *Academy of Management Journal*, 2006, 49(1): 27-48.
- [30] 袁晓婷, 陈春花. 社会网络嵌入性视角的创新型企业文化作用机制研究[J]. *科学学与科学技术管理*, 2009, 30(8): 157-162.
YUAN Xiaoting, CHEN Chunhua. Innovative corporate culture mechanism: Social network embeddedness perspective[J]. *Science of Science and Management of S.&T.*, 2009, 30(8): 157-162.
- [31] GRANOVETTER M. Economic action and social structure: The problem of embeddedness[J]. *American Journal of Sociology*, 1985, 91(3): 481-510.
- [32] UZZI B. Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness[J]. *Administrative Science Quarterly*, 1997, 42(1): 35-67.
- [33] ADLER P S, KWON S W. Social capital: Prospects for a new concept[J]. *Academy of Management Review*, 2002, 27(1): 17-40.
- [34] FARH J L, TSUI A S, XIN K, et al. The influence of relational demography and Guanxi: The Chinese case[J]. *Organization Science*, 1998, 9(4): 471-488.
- [35] 张枢盛, 陈继祥. 中国情境下的关系研究——基于文化的视角[J]. *浙江工商大学学报*, 2013(2): 76-82.
ZHANG Shusheng, CHEN Jixiang. A research on guanxi in the Chinese context from the respective of culture[J]. *Journal of Zhejiang Gongshang University*, 2013(2): 76-82.
- [36] 宝贡敏, 赵卓嘉. 中国文化背景下的“关系”与组织管理. *重庆大学学报(社会科学版)*[J]. 2008, 14(2): 46-52.
BAO Gongmin, ZHAO Zhuojia. Guanxi in Chinese culture and organization management[J]. *Journal of Chongqing University (Social Science Edition)*, 2008, 14(2): 46-52.
- [37] 李召敏, 赵曙明. 关系导向型战略领导、人力资源柔性组织绩效——基于转型经济下民营企业的实证研究[J]. *外国经济与管理*, 2016, 38(4): 73-89.
LI Zhaomin, ZHAO Shuming. Relationship-oriented Strategic leadership, human resource flexibility and organizational performance: An empirical study based on private enterprises in the transition economy[J]. *Foreign Economics & Management*, 2016, 38(4): 73-89.
- [38] NG T W H, FELDMAN D C. The impact of job embeddedness on innovation-related behaviors[J]. *Human Resource Management*, 2010, 49(6): 1067-1087.
- [39] UZZI B, GILLESPIE J J. Knowledge spillover in corporate financing networks: Embeddedness and the firm's debt performance[J]. *Strategic Management Journal*, 2002, 23(7): 595-618.
- [40] 冯文娜. 高新技术企业研发投入与创新产出的关系研究——基于山东省高新技术企业的实证[J]. *经济问题*, 2010(9): 74-78.
FENG Wenna. A correlation analysis on high-tech enterprise R&D input and innovation output: The experience proof come from high-tech enterprises in Shandong Province[J]. *On Economic Problems*, 2010(9): 74-78.
- [41] ROTHSTEIN H R, SUTTON A J, BORENSTEIN M.

- Publication bias in meta-analysis[M]. Chichester, UK: John Wiley and Sons, Ltd, 2005.
- [42] KISAMORE J L, BRANNICK M T. An illustration of the consequences of meta-analysis model choice[J]. *Organizational Research Methods*, 2008, 11(1): 35–53.
- [43] HARTNELL C A, AMY Y O, KINICKI A. Organizational culture and organizational effectiveness: A meta-analytic investigation of the competing values framework's theoretical suppositions[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2011, 96(4): 677–694.

How do organizational cultures affect organizational innovation? Meta analysis of empirical evidence in China

WEI Danxia¹, YU Shaojun², ZHAO Shuming¹

(1. School of Business, Nanjing University, Nanjing 210093, China;

2. School of Economics and Management, Nanjing Forestry University, Nanjing 210037, China)

Abstract: Organizational cultures and organizational innovation have attracted wide attention in the academia. However, there has not yet been consensus about the relationship between the two and their interaction. This paper, by using Meta analysis, integrates 39 empirical studies about the relationship between organizational cultures and organizational innovation in China, including 212 effect sizes and a sample size of 23 072 from a perspective of network and embedded theory, and brings in social network relation theory and embeds theory in the analysis. The research finds that in the context of China, cultures of adhocracy, patriarchal clan and the market impose significant positive effect on organizational innovation and the effect is stronger than that in western countries, and that hierarchal cultures do not exert significant positive effect on organizational cultures, which is different from the result of the Meta analysis under western conditions. The research also finds that organizational age can significantly regulate the relationship between cultures of adhocracy, clan and market and organizational innovation, but exert no such regulating effect on the relation between hierarchal cultures and organizational cultures, and that industry type can remarkably moderate the relation of cultures of adhocracy, clan, hierarchy and market with organizational innovation. The research findings can help enterprises in Chinese condition develop organizational cultures that suit their own characteristics in order to realize their sustainable development.

Key Words: organizational cultures; organizational innovation; China; Meta analysis

[编辑: 谭晓萍]