

《中考说明》
的说明

中考文言文

考点破解

（2016年第2版
第2次修订）

张兴东\编著

去粗存精，题型全面
标注苏教、人教、北京3版注释不同
集齐北京4年模拟真题，9年中考真题
根据最新中考要求，增补虚词专题



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

新增课外文言文

湖南省教育厅优秀青年科研项目（14B101）资助出版

湖南商学院工商管理学科资助出版

湖南商学院“151”人才工程项目资助出版

湖南商学院湖南省移动电子商务协同创新中心资助出版

组织责任影响员工 创新行为的实证研究

张毅◎著

The Empirical Study on Organizational Responsibility
Impacting on Employee Innovative Behavior



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

中考文言文考点破解/张兴东编著. —2 版.

北京: 中国经济出版社, 2016. 7

ISBN 978 - 7 - 5136 - 4322 - 1

I. ①中… II. ①张… III. ①文言文—初中—升学参考资料 IV. ①G634. 303

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 171550 号

责任编辑 姜 静

责任审读 贺 静

责任印制 马小宾

封面设计 任燕飞工作室

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 北京力信诚印刷有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 21.75

字 数 409 千字

版 次 2016 年 7 月第 2 版

印 次 2016 年 7 月第 1 次

定 价 48.00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010-68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010-68355416 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390) 服务热线: 010-88386794

总序

General Preface

湖南商学院工商管理学科积淀深厚,已有60多年的办学历史。早在1949年新中国成立后不久,学校前身湖南省贸易学校就开办了贸易干部管理专业培训班。1999年企业管理学科成为省级重点建设学科,2013年工商管理学科获得一级学科硕士学位授予权。

工商管理学科现有企业管理、会计学、旅游管理、技术经济及管理 and 传媒产业管理5个专业;现有教授36人,博士32人,国家杰出青年基金项目获得者1人,长江学者创新团队负责人与首席教授1人,“百千万人才工程”第一、第二层次国家级人选1人,教育部“新世纪优秀人才支持计划人选”1人。该学科科研具备了很好的发展平台,现有1个省级重点建设学科——企业管理,3个省级社科研究基地——商贸流通、现代物流和廉政建设,同时与多家企业建立了战略合作关系,为学科的科学研究与人才培养提供了很好的实践基地。该学科近年来承担国家级科研项目15项、省部级科研项目100多项,获得国家级和省部级科研及教学奖励6项;在《管理世界》《会计研究》等学术期刊发表论文数百篇;出版专著和教材24部。该学科立足平台、聚焦方向,已形成以培养应用型高级专门人才为主、商科特色鲜明的稳健发展的体系。

在工商管理学科建设中,一大批青年博士发挥了中坚与骨干作用。这些博士思维敏捷,理论功底雄厚,研究方法科学,勇于科研创新,在各自的研究方向上卓有建树。为更好地促进学校工商管理学科建设的健康发展,也为鼓励这些年轻的博士们在科学研究中不断迈上新台阶,学校以学

科建设经费资助他们将博士论文出版成书。

深观这批博士论著可见，博士们在各自的研究领域对相关问题均具有独到的见解与创新，凸显了关注前沿问题的意识，体现了综合运用相关专业知识的独立进行科研创新的能力。当然，年轻博士们的研究也有不尽如人意之处，但“小荷才露尖尖角，早有蜻蜓立上头”，这批学术专著的出版也为他们今后的学术研究和科研创新拉开了新的一幕，未来湖南商学院的工商管理学科建设将会更加美好。

特此祝贺，是为序。

柳思维

2015年11月6日

（柳思维，湖南商学院荣誉一级教授，经济与贸易发展研究院院长，湖南商学院学术委员会主任。中南大学博士生导师，10余所院校兼职教授。国家哲学社会科学规划应用经济学科组评委。湖南省人民政府参事，湖南省院士专家咨询委员会委员。国务院政府特殊津贴专家。）

前言

Preface

《国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》和《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006—2020年）》明确提出：到2020年，我国力争进入创新型国家的行列。为实现这一技术赶超目标，我国把增强技术能力作为战略基点，把增强自主创新能力作为社会发展的中心工作来布局。2015年3月5日，国家总理李克强在政府工作报告中再一次强调，“大众创业，万众创新”是推动中国经济发展的双引擎之一。至此，“创新”这一战略主题又被推上了一个新的高度。作为国家创新战略实施的核心主体，企业必然应当承担起创新的大任。从某种程度上说，企业的创新将直接关系到国家创新体系建设的大局。而企业的创新在根本上又依赖于企业员工，因为员工才是企业创新的重要执行者和推动力，是企业创新的源泉。从这个角度可以说，企业员工创新的积极性和主动性不仅关系到企业自身创新战略的实现，也关系到创新型国家建设宏伟目标的实现。如何鼓舞员工的创新热情、激发员工的创新行为，已成为企业管理的关键任务之一。因此，本书对组织员工创新行为展开研究具有重要的现实意义。

一 员工创新行为近年来已经成为热点话题，国内外研究者在这一领域展开了大量的探索，如员工创新行为的内涵研究、员工创新行为的测量学研究、影响员工创新行为的前因变量研究和员工创新行为形成机理研究，这些研究取得的丰富研究成果为本书研究的开展提供了较好的基础。从动机和需求的层面上来讲，员工到组织工作实质上是满足自我需求的一种途径。员工视域下的组织责任恰好可以反映员工对组织的需求，基于这样的

考虑,本书从组织供给满足员工需求的视角去探讨组织责任影响员工创新行为的机理。

本书首先运用扎根理论,对员工视域下组织责任的内涵进行研究,建立了包含组织交易型责任、发展型责任和理念型责任三个维度的员工视域下组织责任的理论模型,并按照测量学的要求编制了相关测评量表。其次,以员工视域下的组织责任为自变量,以员工创新行为为因变量,引入创新义务感知、成就目标导向、积极情绪和个人—组织匹配等中间变量,分别探讨员工视域下组织责任的各维度影响员工创新行为的过程机理。研究发现,三个维度影响员工创新行为的过程机理中存在不同的中合效应和调节效应,过程机理表现出较大的差异。最后,在实证研究的基础上,提出员工创新行为管理对策。

本书的结论有的是在以往研究基础上的新发现,有的进一步证实了相关学者的观点,当然也有很多不足和需要深入探索的地方。由于研究能力有限,不足之处,敬请各位读者、专家斧正!

最后,感谢在本书写作过程中给予我悉心指导的游达明教授,感谢对我的工作和研究给以大力支持的黄福华院长及团队所有成员,感谢中国经济出版社焦晓云编辑为本书出版所做的工作。

目 录

Contents

第1章 导论

1.1 研究背景	001
1.1.1 自主创新是我国实现技术赶超的战略选择	001
1.1.2 企业是实现创新型国家战略的主体	001
1.1.3 员工创新是企业创新的根本落脚点和关键因素	002
1.1.4 组织责任与员工创新行为的关系机理研究有待深化	002
1.2 国内外研究现状	003
1.2.1 员工创新行为相关研究	003
1.2.2 组织责任相关研究	012
1.2.3 其他相关研究变量界定	016
1.2.4 研究述评	021
1.3 研究目标与研究意义	022
1.3.1 研究目标	022
1.3.2 研究意义	023
1.4 研究思路与研究方法	024
1.4.1 研究方法	024
1.4.2 技术思路	025
1.5 研究内容与结构框架	027
1.5.1 研究内容	027

1.5.2 结构框架	027
------------------	-----

第2章 组织责任结构维度研究

2.1 研究目的	029
2.2 研究程序	029
2.3 组织责任结构维度的扎根研究	030
2.3.1 扎根理论方法及其过程内涵	030
2.3.2 被试选择与资料收集	031
2.3.3 开放性编码	031
2.3.4 主轴编码	033
2.3.5 选择性编码	035
2.4 组织责任测评量表的编制	037
2.4.1 初试量表编制	037
2.4.2 样本选择和数据收集	038
2.4.3 探索性因素分析	038
2.4.4 验证性因素分析	044
2.4.5 信度与效度分析	046
2.4.6 共同方法偏差检验	047
2.5 分析与讨论	048
2.6 本章小结	049

第3章 组织责任影响员工创新行为的理论模型与实证设计

3.1 研究模型的理论基础	051
3.1.1 社会交换理论	051
3.1.2 认知行为主义理论	052
3.1.3 自我调节理论	052
3.1.4 异质经济人假设	053
3.2 组织责任履行影响员工创新行为机理的理论模型	054
3.2.1 组织责任履行能激发员工的异质性创新行为动机	054

3.2.2	组织责任的履行正向影响员工的创新行为	056
3.2.3	认知、情绪的中介作用	057
3.2.4	人—组织匹配的调节作用	057
3.2.5	假设模型描述	058
3.3	组织责任影响员工创新行为的实证设计	059
3.3.1	研究目的	059
3.3.2	研究对象	061
3.3.3	研究工具	062
3.3.4	统计分析方法	064
3.4	本章小结	065
第4章 组织交易型责任影响员工创新行为的有中介的调节效应		
模型检验		
4.1	理论模型与研究假设	067
4.1.1	组织交易型责任与员工创新行为的关系	067
4.1.2	创新义务感知的中介效应	069
4.1.3	供给—需求匹配的调节效用	070
4.2	统计分析与假设检验	072
4.2.1	描述性统计与相关分析	072
4.2.2	信度与效度分析	073
4.2.3	组织交易型责任、创新义务感知对员工创新行为的直接 作用	074
4.2.4	创新义务感知对交易型责任与员工创新行为关系的中介 作用	076
4.2.5	供给—需求匹配对交易型责任与创新义务感知关系的调节 作用	078
4.2.6	有中介的调节效应检验	080
4.3	分析与讨论	081
4.3.1	工作条件与薪酬投入对员工创新行为的影响路径有差异	081

4.3.2 供给—需求匹配的调节作用	082
4.4 本章小结	083
第5章 组织发展型责任影响员工创新行为的混合模型检验	
5.1 理论模型与研究假设	085
5.1.1 组织发展型责任与员工创新行为的关系	085
5.1.2 成就目标导向的中介作用	086
5.1.3 工作要求—个人能力匹配的调节作用	088
5.2 统计分析与假设检验	091
5.2.1 描述性统计与相关分析	091
5.2.2 信度与效度分析	092
5.2.3 成就目标导向对发展型责任与员工创新行为关系的中介 作用	093
5.2.4 要求—能力匹配对发展型责任与员工创新行为关系的调节 作用	097
5.2.5 要求—能力匹配对发展型责任与成就目标导向关系的调节 作用	099
5.2.6 要求—能力匹配对成就目标导向与员工创新行为关系的调节 作用	103
5.3 分析与讨论	104
5.3.1 发展型责任对员工创新行为的直接影响	104
5.3.2 关于成就动机的中介效应	105
5.3.3 关于要求—能力匹配的调节作用	105
5.3.4 管理启示	107
5.4 本章小结	108
第6章 组织支持型责任影响员工创新行为的有调节的中介效应 模型检验	
6.1 理论模型与研究假设	110

6.1.1	组织支持型责任与员工创新行为的关系	110
6.1.2	员工积极情绪的中介作用	111
6.1.3	供给—需求匹配的调节作用	112
6.2	统计分析与假设检验	114
6.2.1	描述性统计与相关分析	114
6.2.2	信度与效度分析	115
6.2.3	积极情绪对支持型责任与员工创新行为关系的中介效应	116
6.2.4	供给—需求匹配对支持型责任与员工创新行为关系的调节作用	120
6.2.5	供给—需求匹配对积极情绪与员工创新行为关系的调节作用	121
6.3	分析与讨论	123
6.4	本章小结	125

第7章 组织理念型责任影响员工创新行为的有中介的调节效应

模型检验

7.1	理论模型与研究假设	127
7.1.1	理念型责任与员工创新行为的关系	127
7.1.2	理念型责任与组织认同的关系	128
7.1.3	组织认同的中介效应	128
7.1.4	价值观匹配的调节效用	130
7.2	统计分析与假设检验	131
7.2.1	描述性统计与相关分析	131
7.2.2	信度与效度分析	131
7.2.3	组织理念型责任、组织认同对员工创新行为的直接作用	133
7.2.4	组织认同对理念型责任与员工创新行为关系的中介作用	135
7.2.5	价值观匹配对组织理念型责任与组织认同关系的调节作用	137
7.2.6	有中介的调节效应分析	138

7.3 分析与讨论	140
7.4 本章小结	141
第8章 基于组织责任履行的员工创新管理对策	
8.1 优化薪酬管理与强化员工创新义务感知相结合	143
8.1.1 满足或超过员工期待的薪酬投入	143
8.1.2 明确员工角色的创新要求	144
8.1.3 完善员工创新的考核机制	145
8.2 完善内部晋升机制与提升员工职业能力并进	146
8.2.1 内部晋升机制的设计要充分考虑员工的“最近发展区”	146
8.2.2 提供员工能力发展平台,提升员工创新能力和自我效能感	146
8.2.3 强调组织要求与个人能力的匹配,激发员工创新动机	147
8.3 重视员工创新支持型资源和环境系统的建设	147
8.3.1 培育员工积极的情绪状态	147
8.3.2 营造组织安全的人际氛围	148
8.3.3 预留员工创新的时间和空间	148
8.3.4 提供员工创新的工作支持	149
8.4 关注组织理念对员工创新行为动机的引领	149
8.4.1 履行组织行政理念责任,创造员工创新的压力环境	149
8.4.2 履行组织社会理念责任,激发员工创新的价值信念	150
8.4.3 注重员工价值观与组织价值观的匹配	150
第9章 研究结论与展望	
9.1 研究的主要结论	151
9.2 可能的创新点	153
9.3 研究不足和未来研究展望	154
参考文献	156
重要术语索引	173

1.1.1 自主创新是我国实现技术赶超的战略选择

1.1.2 企业是实现创新型国家战略的主体

从现实状况来看,我国绝大多数研究机构都在高等院校和各类科研院所,国内绝大多数原创性的科研成果也都在这些机构产生和集聚,因此这些高校和科研院所已成为我国产学研科研体制中技术创新的绝对主力军,而企业则一直处于被动的局面。然而从市场的角度来看,高等院校和科研院所的技术

创新与市场是有一定距离的,其科技成果市场转化的速度和效率一直受人诟病。因此,国家在“十一五”规划中明确提出,企业应当成为国家创新体系建设的主力军,因为企业的市场功能和科技转化能力是科研院所和高等院校所不具有的。国家要实现创新型国家建设的目标,必须强化企业作为国家创新主体的地位,大力培育企业的自主创新能力,这是国家自主创新战略推进的原动力,为此国家在“十二五”规划中,再一次提出,要加快建立以企业为中心和主体的技术创新体系,从市场、政策、资金、服务等层面加大对企业自主创新的扶持力度,激发企业自主创新的活力和动力,使企业真正成为创新型国家战略实施的主体。

1.1.3 员工创新是企业创新的根本落脚点和关键因素

对企业来说,创新也已不再只是技术和研发部门的任务,生产、营销、采购、行政服务和其他许多职能部门都应该肩负创新的使命。可以说,创新活动存在于组织管理的每个环节、每个部门、每个岗位,涉及企业的每个员工。因此,企业要实现成功的创新,除了需要资金、资源的投入,更需要人力资本的投入与开发,员工的积极参与是毋庸置疑的关键因素。因为,不论是组织创新,还是团队创新、个体创新,一个必不可少的元素和基础就是个人创新,员工创新是组织创新的动力之源(Woodman, Sawyer, 1993),企业创新战略的实施、创新项目的推进等都是需要一个个员工个体去执行和实施的。从这个角度来说,企业创新的活力和能力受到个体创新的影响。甚至有学者认为,员工的创新行为是企业创新的基础,员工创新是组织创新的起点(Zhou, George, 2001),直接关系到企业的生存和发展(Amabile, 1988)。

1.1.4 组织责任与员工创新行为的关系机理研究有待深化

心理学研究表明,要激发某种行为,必须要研究该行为的动机,而要了解行为的动机,则要深入到个体的需求。因此,要想了解如何促使员工在工作中选择更多的创新行为,应该从其行为动机及动机背后的个体需求寻找答案。

从社会关系上看,员工来到组织,成为组织的一员,与组织形成了雇佣关系。但从动机和需求的层面上来讲,员工到组织工作实质上是其满足自我需求的一种途径。员工能从组织得到什么,这些又能否满足员工的需求,会

影响员工在组织中的行为。因此,从组织供给满足员工需求的视角去审视员工的组织行为,应该可以更好地理解员工组织行为的实现机理。从理论上讲,组织只要参透了员工的需求,并有针对性地满足员工的特定需求,就应该能调动员工的工作积极性,激发员工积极的组织行为。但接下来的问题就是,员工在组织中会有哪些需求期待?这些需求期待与员工创新行为是否有关系?如果有关系,其中的影响机理又会如何?带着这些问题,本书从员工的视角出发去探讨员工对组织责任的期待及其对员工创新行为的影响。

1.2 国内外研究现状

1.2.1 员工创新行为相关研究

对组织而言,员工是其创新的主体和基础。员工创新的活力和动力是影响组织创新的关键因素之一,从某种程度上说,员工是推动组织创新的重要内部力量。因此,创新研究者和管理实践者们越来越关注和重视员工创新行为。从国内关于员工创新行为的文献(见表1-1)来看,近年来员工创新行为已逐渐成为创新研究的热点。

表1-1 1999—2015年研究员工创新行为的中文文献统计

时间	成果形式	篇数	备注
1999—2015	科研论文	277篇	①绝大多数文献是在2011年之后出现的,其中2013年和2014年最多。 ②发表刊物多为CSSCI刊物。
	博士论文	29篇	
	硕士论文	188篇	
	中国重要会议论文	22篇	
	国际会议论文	13篇	
	中国重要报纸	30篇	

注:文献搜索数据库为CNKI期刊全文数据库、硕博学位论文数据库、重要会议论文等数据库。

1.2.1.1 员工创新行为的内涵与测量学研究

(1) 员工创新行为的内涵研究

员工创新行为内涵的界定是相关研究的基础。以往研究者基于不同的视角对员工创新行为的内涵进行了界定,虽然有差异,但对员工创新行为核心

内涵的描述却存在较大的一致性，详见表 1-2。

表 1-2 国内外学者对员工创新行为的内涵界定

学者	时间	观点
Hurt	1977	从广义上讲，是愿意改变的意愿
West	1987	个体对工作的改变
Amabile T M	1988	个体创新行为提供了组织创新的一个出发点，可看作个体在工作上的一种方法，它产生新奇而适当的想法、过程和解决办法
Farr & Ford	1990	在工作角色内有意识地引入有用想法、过程、产品或流程
Woodman	1993	员工创新行为是创造性心理的外在表现，是产生创造性产品的必要手段，是为了提高绩效水平由个体、团队或组织产生新观点并付诸实践的过程
Scott & Bruce	1994	员工创新行为由个体对问题的认知及观念形成起始，经历创新个体就其创意寻求援助，尝试建立支持者联盟，将创新想法进行实践，建立创新原型（prototype）或模型（model），最后形成商品化产品或服务的多个阶段。这是一种包含想法的产生、推动和实践的复杂过程
Amabile	1996	个人创新行为可以看作个人在工作上的一种方法，它产生新奇而适当的想法、过程和解决办法
Annocou & Rudy	2000	个人创新行为是个人试图引入和应用新的概念、方法、产品或者流程，并且这些新事物能够给个人、团队或组织带来好处
Janssen	2000	员工创新行为是为提升角色绩效、群体或组织绩效，员工在工作角色、群体或者组织内有目的的新思想的创造、引入和实施
kleysen & Strect	2001	个人创新行为是将有益的创新予以产生、导入以及应用于组织中任一层次的所有个人行为
zhou & George	2001	个人创新行为不应单指创新想法本身，还应包含创新构想的产生、内容、推广与发展执行方案等，这样才能确保创新的想法得到有效的执行；个人创新是组织创新的起始点
Robert & Christopher	2001	创新行为包括形成良好的创意、推广创意，并在组织中应用创意的所有个体行为
Amo & Kolvereid	2005	员工在组织内引入新流程、开发新产品、打开新市场或以上几种结合的活动
吴治国、石金涛	2007	员工创新行为是员工借助组织资源，运用个体的知识和能力努力提出有价值的新思想或创造有价值产品的活动和行为
刘云	2010	员工创新行为是员工在组织相关活动中，产生、引进和应用有益的新颖想法或事物的过程，其中包括形成或开发新的创意或技术，改变现有的管理程序以提升工作效率等

资料来源：笔者根据相关文献整理。