



组织创新氛围、创新自我 效能感与员工创新行为

顾远东◎著



科学出版社



组织创新氛围、创新自我效能感与员工创新行为

陈建勋等著



清华大学出版社

国家科学技术学术著作出版基金资助出版

组织创新氛围、创新自我 效能感与员工创新行为

顾远东 著

国家自然科学基金面上项目（71173102）

国家科学技术学术著作出版基金

教育部人文社科基金青年项目（17YJC630030）

江苏省高校优势学科建设工程资助项目（PAPD）

资助

科学出版社

北京

内 容 简 介

如何激发员工创新行为是当前组织行为和人力资源管理研究领域的热点主题之一。本书以社会认知理论为基础,探索性地从组织创新氛围和创新自我效能感两个视角,诠释了激发员工创新行为的过程机制。在此基础上,以企业员工为样本,实证检验了组织创新氛围、创新自我效能感对员工创新行为的影响过程机制,重点研究了企业研发人员的创新自我效能感的形成及其对创新行为的影响机制。本书对相关理论和研究做了回顾,对一系列理论假设进行了实证检验,在此基础上,提出了一系列人力资源管理策略建议,具有较强的理论与实践价值。

本书适合高校管理类本科生和研究生阅读,也适合对组织创新氛围、创新自我效能感与员工创新行为等研究主题感兴趣的读者阅读。

图书在版编目(CIP)数据

组织创新氛围、创新自我效能感与员工创新行为 / 顾远东著. —北京: 科学出版社, 2017.12

ISBN 978-7-03-056155-8

I. ①组… II. ①顾… III. ①企业创新-创新管理-研究 IV. ①F273.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 317777 号

责任编辑: 魏如萍、陶 璇 / 责任校对: 贾娜娜

责任印制: 霍 兵 / 封面设计: 无极书装

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

北京通州皇家印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2017 年 12 月第 一 版 开本: 720×1000 1/16

2017 年 12 月第一次印刷 印张: 11

字数: 230 000

定价: 86.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

前 言

随着经济转型和社会发展进入新阶段，自主创新，走出“中国制造之痛”——缺乏核心知识产权是我国企业生存与发展的必然要求。在此背景下，“如何激发员工的创新行为”成为当前组织创新管理实践和理论研究的热点问题之一。

为了激发员工的创新行为，我国很多企业在资金、设备、场地等硬件设施上的投入力度不可谓不大，但是管理者们所期望的“全员创新热潮”却迟迟没有到来。他们甚至还得面对“橘生淮南则为橘，生于淮北则为枳”的尴尬局面，即在本土企业“没有什么能力”的研发人员跳槽到跨国公司后，不久就可以研发出新产品或取得技术突破；相反，本土企业从海外引进的“研发骨干”多年来却无所建树。很多学者和管理实践者分析认为，这种现象背后的根本原因并非是企业没有资金、设备、场地等硬件条件，而是缺乏自由、宽松、鼓励冒险与试错的创新氛围，无法为创新人才提供良好的创新“软环境”，研究者们将影响员工创新行为的氛围因素称为组织创新氛围（organizational climates for innovation）。基于此，本书聚焦于我国经济与社会转型情境，探讨如何从组织创新氛围视角激发员工创新行为。

组织创新氛围如何影响员工创新行为呢？社会认知理论为解释人类行为的发生机制提供了一个新的视角，它认为影响人类行为的其他激励因素（包括环境因素）可能根植于个体的一个核心信念——人具有通过自己的行动产生效果的力量，“一个人除非相信自己能通过自己的行动产生所期待的效果，否则，他们很少具备行动的动机，因而效能信念是行动的重要基础”（班杜拉，2001）。针对“消极被动依赖外国技术，缺乏自主创新的信念”这一时弊，路风曾指出，自主创新的障碍并非物质条件，而是缺乏信心和进取精神。作为落后国家，要实现技术赶超，需要信念与勇气（路风，2006a）。以社会认知理论来看，“消极被动依赖外国技术，缺乏自主创新信念”这一时弊，其实就是创新自我效能感（creative self-efficacy）水平低下的表现——个体缺乏对自己能够取得创新成果的信念。为此，本书将基于社会认知理论，在探究创新自我效能感的形成与作用机制的基础上，将创新自我效能感引入组织创新氛围与员工创新行为的关系框架

内,分析组织创新氛围、创新自我效能感对员工创新行为的影响过程机制。

全书可以分为三部分:第一部分为第一章绪论。该章在介绍研究背景的基础上,围绕“如何激发员工创新行为”的问题,提出本书的两个视角,一是组织创新氛围,二是创新自我效能感。在此基础上,提出了本书的基本问题及一系列子问题,并阐述了技术路线、研究方法等。

第二部分为以一般员工为对象的研究,包括第二、三、四、五章。

第二章为创新自我效能感对员工创新行为作用机制的理论诠释。该章在社会认知理论的基础上,结合企业调研的结果,以班杜拉的理论分析框架对创新自我效能感的作用机制进行了深入分析,并提出了一系列命题,为后续的实证研究做了理论铺垫。

第三章为创新自我效能感对员工创新行为作用机制的实证分析。该章将第二章提出的命题3和命题4进行操作化,将成就动机与工作卷入引入创新自我效能感与员工创新行为的关系框架内,并采用问卷调查的方法,实证检验创新自我效能感对员工创新行为的影响机制。

第四章为组织创新氛围与员工创新行为的关系:创新自我效能感的中介作用。该章在理论回顾的基础上,采用问卷调查的方法,实证检验了组织创新氛围与员工创新行为的关系,创新自我效能感与员工创新行为的关系,以及创新自我效能感在组织创新氛围与员工创新行为之间的中介作用等。

第五章为组织创新氛围对员工创新行为的影响过程机制。该章分析了组织创新氛围与成就动机/工作卷入的关系,结合第三章和第四章的研究结果,提出了组织创新氛围、创新自我效能感影响员工创新行为的过程机制,并进行了实证检验。

第三部分为以企业研发人员为对象的研究,包括第六、七章。

第六章为组织创新氛围、成败经历感知与研发人员创新自我效能感的关系。该章在社会认知理论的基础上,实证检验了组织创新氛围的不同要素与研发人员创新自我效能感的关系、成败经历感知与研发人员创新自我效能感的关系,以及成败经历感知在组织创新氛围与研发人员创新自我效能感之间的中介作用。

第七章为研发人员成败经历感知、创新自我效能感与创新行为:主管支持的调节效应。该章理论分析并实证检验了主管支持对“成败经历感知→创新自我效能感→创新行为”影响路径的调节效应。

由于作者水平有限、时间仓促,书中难免有不足之处,恳请各位读者批评指正。希望本书能够激发研究者从事组织创新管理研究的兴趣,起到抛砖引玉的作用。

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景	1
第二节 研究内容	7
第三节 技术路线与研究方法	9
第二章 创新自我效能感对员工创新行为作用机制的理论诠释	13
第一节 人类行为动因的理论诠释	13
第二节 员工创新行为研究	29
第三节 创新自我效能感研究	36
第四节 创新自我效能感对员工创新行为作用机制的理论诠释	41
第三章 创新自我效能感对员工创新行为作用机制的实证分析	46
第一节 研究假设	46
第二节 研究设计	56
第三节 研究工具的修订与信效度分析	60
第四节 假设检验	69
第五节 研究小结	74
第四章 组织创新氛围与员工创新行为的关系：创新自我效能感的中介作用	79
第一节 研究假设	79
第二节 研究设计	95
第三节 组织创新氛围问卷的修订与信效度分析	95
第四节 假设检验	102
第五节 研究小结	104
第五章 组织创新氛围对员工创新行为的影响过程机制	109
第一节 研究假设	109
第二节 研究设计	111
第三节 研究工具的修订与信效度分析	111
第四节 假设检验	111

第五节 研究小结	114
第六章 组织创新氛围、成败经历感知与研发人员创新自我效能感的关系	115
第一节 研究假设	116
第二节 研究设计	120
第三节 研究工具的修订与信效度分析	121
第四节 假设检验	123
第五节 研究小结	127
第七章 研发人员成败经历感知、创新自我效能感与创新行为：主管支持的 调节效应	133
第一节 研究假设	134
第二节 研究设计	139
第三节 研究工具的修订与信效度分析	140
第四节 假设检验	142
第五节 研究小结	147
参考文献	151

第一章 绪 论

第一节 研究背景

一、现实背景

（一）自主创新与竞争优势：一个持续的话题

全球经济发展实践表明，国家的竞争力越来越体现在以自主创新为核心的科技竞争力上。总部位于瑞士日内瓦的世界经济论坛（World Economic Forum，WEF）2016年9月28日发布的《2016—2017年全球竞争力报告》显示，中国在全球竞争力排名榜上连续三年保持在第28位，领跑金砖国家，保持最具竞争力的新型市场地位。但是，中国的核心竞争优势在于非常庞大的国内和出口市场，创新指标（innovation factor）一直是中国的弱项，远远落后于发达国家。世界经济论坛在近几年的报告中也曾多次提到，虽然中国的国家竞争力在持续快速上升，但新技术对经济的贡献率低是其仍然需要解决的问题。

改革开放以来，我国仅仅用了20多年的时间，通过大规模地引进技术及外国直接投资（foreign direct investment，FDI）等方式，促进传统产业的技术改造和结构调整，有力地促进了经济发展，基本完成了从农业国向工业国的转变，“中国制造”走遍全球。这是我国走向现代化的关键一步，但仅有这一步是不够的。传统制造业的繁荣固然为我国经济的发展做出了巨大贡献，但无可讳言的是，传统制造业高投入、高消耗、高排放、低附加值等致命缺点正越来越凸现。随着国民经济的不断发展，有些经济学家所鼓吹的劳动力“比较优势”随着劳动力成本的提高，也在逐步丧失，我国越来越难以从单纯的劳动力比较优势中获得应有的利益，我国如果永远用“世界工厂”的角色去参与世界竞争，是行不通的。

技术创新能力不强仍然是我国企业发展的最大软肋。习近平总书记在党的十八届五中全会第二次全体会议上的讲话指出：“我国创新能力不强，科技发展水平总体不高，科技对经济社会发展的支撑能力不足，科技对经济增长的贡献率远

低于发达国家水平，这是我国这个经济大个头的‘阿喀琉斯之踵’。”^①当前，暴露出一个越来越严重的问题：核心技术和自主知识产权的缺乏不仅会使我国经济安全和国家安全受到威胁，还会使我国在国际产业分工中继续处于不利地位。

“八亿条裤子换一架波音飞机”的严峻现实充分说明传统制造业利润空间的狭窄程度。与之相应的高投入、高消耗、高污染、低产出、低效率的增长方式，更使我国资源、环境与经济增长的矛盾凸现，压力增大。实践证明，在一定条件下一些科学技术可以引进，但在涉及经济安全和国防安全领域时，真正的核心技术、关键技术是根本买不来的。近年来，针对我国连续发生的以色列预警机事件、捷克维拉（VERA-E）无源监视系统事件、美国SMIC公司投资建设芯片生产厂受阻事件、欧盟对华军售解禁问题等，都反映出这一点。更为重要的是：技术能力是组织内生的，永远不可能通过引进而获得。中国汽车工业的主要企业走了20多年的合资道路之后，仍然无力自主开发车型，这个沉重的代价有力地证明，技术能力永远不可能从市场上买到，也不可能从组织之间轻易转移（路风，2006a）。

在此情境下，中国别无选择。时代急切呼唤自主创新！经济转型与发展进入新的阶段，从企业到政府，从基层到中央，都不约而同地以高集中度、高频率、高强度呼唤、强调自主创新的紧迫性、必要性、重要性。从“中国制造”向“中国创造”转变，以自主创新为发展主线，势在必行，不可稍缓。对于每个期待赢得未来的中国企业而言，选择自主创新亦是必然。国内外成功企业的发展经验表明：企业持续竞争能力的动力，来自企业所拥有的自主创新能力。一个企业要具有竞争优势，必须把自主创新当作一个与企业发展同步的发展过程，以保证其可持续性发展。缺乏持续创新能力就失去了持续发展的根基，就会失去了创优方向，最终为市场所淘汰。

增强自主创新能力，建设创新型国家，尽管是包括政府、企业 and 市场等在内的一个系统工程，但“功以才成，业由才广”，其关键还在于人力资源，尤其是创新型人力资源。著名管理学家和创造学研究者 Amabile 等（1996）特别强调个人创造性是所有创新活动的根基。对于国家来说，“培养造就富有创新精神的人才队伍，是建设创新型国家的战略举措”，需要“让13亿大脑迸发智慧之光”；对于企业来说，要创建创新型企业，需要员工在工作过程中充分发挥他们的聪明才智，探寻改善公司、部门、工作流程或服务的机会，创造性地解决问题，以推动企业技术创新、工艺创新、产品创新乃至管理创新的进程。

所以，从企业管理层面来看，“如何激发员工特别是知识型员工的创新行为（creative action）”这一问题是当前人力资源管理研究者与实践者共同面对的重要课题。

^① 参见光明网理论频道，网址为 http://theory.gmw.cn/2016-01/03/content_18338771.htm [2017-12-18]。

（二）打造自主创新的软环境：组织氛围对员工行为的影响

环境对人的行为具有重要影响。我国科学界长期存在“橘生淮南则为橘，生于淮北则为枳”的现象，即一些原不太知名的科研人员到了发达国家，几年后就研发出了重大的科研成果；相反，一些有名的科学家、学者回国多年后却无所建树。为什么会出现这样的现象呢？调查表明这种现象背后的根本原因并非是国内企业没有资金、设备、场地等硬件设施，而是缺乏自由、宽松、鼓励冒险与试错的创新氛围，以及鼓励创新的制度建设滞后，无法为创新人才提供良好的创新“软环境”。这一现象表明，自主创新“软环境”的打造与改善，是推动创新型国家建设、提升企业自主创新能力的支撑，它是优化和集成创新资源、凝聚创新型人才、开展自主创新活动的关键。

过去，我国倾30年之力，使企业的硬件环境得到了较好改善，一流的办公条件、新进的技术设备等，都为员工的创造力发挥提供了基础物质条件，但是自主创新是创造性活动，作为最高形式的精神活动，它有着自身的特殊规律，需要对人的自主工作权利的切实保护，需要心灵的自由奔放，需要团队的相互支持与协助，需要长远的学习成长空间，等等。正如美国管理学家赫尔费尔特所说：“今天的工人喜欢鼎力合作、生产效率高而不拘形式的工作场所，而不喜欢那种充满矛盾和冲突、墨守成规旧律、以不尊重人格的劳动规则为特征的工作场所。”（王贞和齐桂森，1995）对于企业而言，组织内部“软环境”作为一种“亚环境”，对本企业的员工的行为具有更直接的影响。

组织管理研究者们将组织内部软环境称为“组织氛围”或“组织气候”（organizational climates^①），它是组织成员直接或间接知觉到的工作环境中的一组可以测量的组织特质，包括结构、责任、奖励、风险、温暖、支持、标准、冲突及认同等，这些特质会影响组织成员的动机和行为（Litwin and Stringer, 1968）。氛围是一种多重社会心理因素交互作用下的结果或状态，它对创造与创新主体的作用就如同“矿石—炼铁炉”的关系一样，作为一种持续性围绕在主体周围的状态，无论是支持的或是阻碍的，它与创造、创新主体的创造力及创新活动之间都存在着关联性（傅世侠和罗玲玲，2005）。为了强调与创新活动的联系，研究者们特别界定了组织创新氛围的概念，它是组织成员对其所处的工作环境的知觉描述，是组织成员感知到的工作环境中支持创造力和创新行为的程度（Amabile et al., 1996; Amabile, 1988）。组织创新氛围对员工的创造力或创新行为具有重要影响（曹科岩和窦志铭，2015；连欣等，2013；顾远东和彭纪生，2010；王艳平和徐济超，2008；薛玉品，2007；陈晓，2006；黄致凯，2004；

① 台湾省学者一般将“organizational climates”译为“组织气候”。

Choi, 2004; Gilson and Shalley, 2004; Shalley and Oldham, 1997; Amabile et al., 1996; Ford, 1996; West and Anderson, 1996; Scott and Bruce, 1994; Shalley, 1991; West, 1990; Amabile, 1988)。

综上所述,企业管理实践和理论研究都表明,构建良好的组织创新氛围,优化自主创新的软环境对员工创新行为的激发及其创造力的发挥具有重要的意义。为此,如何打造和发挥组织创新氛围的作用是人力资源管理实践者和理论研究者迫切需要解决的问题。从哪些方面入手打造?又如何让良好的组织创新氛围发挥激发员工创新行为的作用?从理论研究的角度来讲,这些问题可以转换为组织创新氛围的内涵及维度是什么?组织创新氛围的作用机制又是什么?这些问题是本书的关注点之一。

(三) 自主创新的信念: 创新行为的关键动因

长期以来,重复的技术引进一直是困扰我国技术进步和企业技术能力提升的难题。现实中,很多企业出于自身短期利益的考虑,加之缺乏技术引进方面的经验,没有足够能力进行引进的可行性研究,导致经常出现以下形式的重复引进:一是同种技术的多次引进,也称为纵向重复引进。这主要发生在市场需求量急剧扩大或产品利润高的行业,如钢铁、汽车、电子电器等。技术引进企业要么难以实现新技术产品的国产化,导致技术应用中途夭折,要么跟不上原有技术的新发展,很快又被新技术浪潮所淘汰,只好选择再度引进。二是同一水平层次的技术被国内不同地方的不同企业重复引进,也称为横向重复引进。例如,我国的彩电行业、电冰箱行业、影碟机行业等的技术引进,各地方一哄而上,生产能力严重过剩,导致大量资源浪费,陷入“重复引进—扩大生产—低价竞争”的怪圈。

盲目的技术引进使我国众多产业对外的技术依赖日益加重,产业风险严重。在技术引进过程中,我国放松了对技术输出方(主要是跨国公司)的管制,更为其提供税收上的极大优惠,使它们利用其技术、资本、规模等方面的相对优势,迅速占领我国市场,严重挤压国内企业的市场空间,并且在某些行业形成垄断,使我国产业发展的独立性受到威胁。技术输出方在技术输出后,还采取各种手段对关键技术或核心技术严加封锁,避免技术扩散,削弱东道国的自主技术开发和创新能力(如取消东道国原有的企业研发机构),形成东道国对其技术依赖的格局。某些部门和行业,为引进国外技术,一味地依赖和迁就外商,在很大程度上已被外资控制,很多国有大型企业甚至也被外资控股,这种做法非常不利于我国民族工业的发展。加入世界贸易组织(World Trade Organization, WTO)后,处于技术垄断地位的跨国公司还借助知识产权保护的口号,着重在技术标准等战略性环节上对我国的技术发展进行干扰和控制,导致我国在建立自己的技术标准、采用自主技术标准来培育国内产业等方面遇到的阻力空前地增大,严重地威胁我

国民族产业的发展和国家经济安全（路风和封凯栋，2004）。

由于长期陷入“技术引进—落后—再引进”这一怪圈，目前我们迫切需要解决的严重问题是，无论是企业还是员工个人，都普遍缺乏自主创新的信念，不愿创新，不敢创新，消极被动地依赖外国技术。针对这一时弊，路风指出：自主创新需要勇气！特别是对于发展中国家而言，长期的落后状态容易使人信心不足，产生恐惧，产生依赖外国技术的习惯。自主创新的障碍并非物质条件，而是缺乏信心和进取精神。世界上不存在“不自主”的创新，“自主创新”这一概念在中国也是针对“落后国家就不可能创新，只能接受先进国家技术”的消极心态而提出的（路风，2006b）。我国“两弹一星”在当时内忧外困的艰难情境下取得成功，有力地说明了自主创新的信念是创新成功的重要驱动因素。

建设创新型国家、实现技术赶超，需要勇气，虽然只凭勇气可能会成为蛮干，但没有勇气，就肯定不敢进行自主创新的实践，没有勇气实践，落后者永远是落后者，有了勇气实践，落后者才有可能成为赶超者。日、韩等国能够实现超越，其中重要的原因在于他们那种敢于实践、勇于实践的精神，这种精神甚至成为其民族精神的重要组成部分，激发了其国民的民族自尊心、自豪感。一位从我国一汽集团退休后到奇瑞工作的老工程师曾说过，“奇瑞能够做起来就是因为它敢于实践，而实践是汽车技术进步的关键因素。都说创新需要能力，但是能力是从哪来的，不是天上掉下来的，而是从产品和工艺开发的实践中生成的。技术不同于科学，只有采取产品形式才有生命力。但采取产品形式就会有风险，不仅有技术风险而且还有市场风险，不敢冒风险就不敢实践，但不实践就产生不了能力，而越没有能力就会越害怕，最后永远摆脱不了依赖”（路风，2006a）。

为此，本书的主要关注点就是自主创新的信念，包括“如何提升自主创新的信念”“自主创新信念与员工创新行为的关系”“自主创新信念如何影响员工创新行为”等一系列问题。与组织创新氛围相联系的问题又包括“组织创新氛围影响创新信念吗”“组织创新氛围是否通过影响员工的创新信念，进而影响员工的创新行为”“两者对员工创新行为的作用机制是什么”等，这些重要问题需要通过理论和实证研究进行诠释、检验和解决。

二、理论背景

在大力提升自主创新能力的背景下，激发员工的创新行为，是企业提升技术能力，赢得竞争优势的必然要求。那如何激发员工的创新行为呢？在解释这个问题之前，首先得了解人类行为的动因是什么。

关于人类行为的动因，长期以来存在环境决定论与个体内在因素决定论的争论。例如，行为主义学派的“刺激—反应（S-R）”联结论认为行为是受环境塑

造和控制的；精神分析学派的心理动力论则认为行为是受人的内部驱动力和倾向驱动的；特质论虽然也强调内部因素对行为的支配作用，但特质论论及的内部决定因素与精神分析论的内部驱动力截然不同。这些理论为我们理解人类行为提供了很好的视角，但是，单独依据外部环境因素或个人内在心理因素或过程来解释人类行为，都稍显单薄。

社会认知理论采取了一种关于人类思想和行为改变的综合观点，对人类行为的动因的解释，更令人信服。社会认知理论提出的“三元交互决定论”以一种能动的观点为基础，赋予人以主体性地位。在承认环境对人的行为的影响的情况下，班杜拉（Albert Bandura, 1925~）^①强调，人不是环境的消极反应者，而是环境的积极塑造者。人的能动性是外部环境、内部主体性因素及过去与现在的行为这三者之间的动态交互作用的产物。在这种观点的基础上，社会认知理论进一步强调人的自我调节、自我反思的能力，在各种自我反思中，人的效能信念（efficacy beliefs）是人的能动性的基础。效能信念影响人的认知、情感和行为，并产生自我激励。

社会认知理论抛开人类行为动因的内部因素驱动论（先天的）与环境决定论（习得的）的持久论争，吸收了人本主义的自我机能论对自我的作用和认知主义者对人的认知过程的强调，对人类行为的解释更为全面。它对人的能动性的强调，特别是对包含自我效能感（self-efficacy）在内的自我系统在自身行为调节中的核心作用的强调，与我国当前大力强调自主创新这一背景相当吻合。因此，以社会认知理论解释员工创新行为的激发过程，就更为全面、更为从容了。

围绕班杜拉所提出的自我效能感这一概念，研究者进行了广泛的研究。经过多年的研究积累，班杜拉指出，高自我效能感是创新效率（creative productivity）和开发新知识的必要条件。Ford（1996）也在其构建的个体创新活动模型中，将自我效能作为创新活动的关键动因成分，Tierney 和 Farmer（2002）更是在前人的研究基础上，明确提出了“创新自我效能感”这一概念，并实证验证了创新自我效能感对员工创新绩效的积极作用。以社会认知理论来看，我们所面临的“消极被动依赖外国技术，缺乏自主创新信念”这一时弊，其实正是创新自我效能感低下的表现。为此，本书尝试从社会认知理论视角，诠释员工创新行为的激发过程，厘清创新自我效能感对员工创新行为的作

^① 班杜拉在学生时代，接受的是行为主义心理学的训练，就学术思想而言，对班杜拉影响最大的是爱荷华大学从事学习问题研究的一批行为主义心理学家，如勒温（Kurt Lewin, 1890~1947）、斯彭斯（Kenneth Wartinbee Spence, 1907~1967）、西尔斯（Robert R. Sears, 1908~1989）。由于对已有的行为主义学习理论，特别是对传统的行为主义学习理论的不满，加之当时心理学的认知革命和人本主义的兴起，班杜拉开始从事观察学习行为的研究，建立了社会学习理论，并以此为基础，创建了阐释人类心理机能的社会认知理论。后期对个体自我调节能力的发现，使他转向对“自我效能感”的研究与理论诠释。

用过程机制。

另外,以往研究虽然证明了组织创新氛围对员工的创造力或创新行为具有重要影响,但该研究领域还刚起步,对组织创新氛围对员工创新行为的作用机制还远未厘清,并存在很大争议。社会认知理论虽然强调人的能动性,但它并不否定环境对人类行为的影响,只是它更强调在“刺激—反应”之间个体认知活动的中介作用。基于该理论观点,我们大胆推论:组织创新氛围可能通过创新自我效能感的中介作用,间接影响员工的创新行为。当然,目前少有学者从这个视角来分析组织创新氛围与员工创新行为的关系,本书所提出的“组织创新氛围→创新自我效能感→员工创新行为”的理论模型为后续实证研究提供了理论基础,当然也需要后续实证研究对本理论模型进行操作化和检验。

综上所述,本书尝试以社会认知理论为基础,探讨组织创新氛围、创新自我效能感与员工创新行为的关系,以回答前文所提出的一系列现实问题,这对企业激发员工创新行为的人力资源管理策略的设计与实施,提高人才的创新效率,进而提升企业的竞争优势具有非常重要的理论与实践意义,还可以丰富与完善我国的人才素质理论、创新管理理论和人力资源管理理论等。

第二节 研究内容

人类的行为动因是社会科学研究永恒的主题。在我国创建创新型国家,大力提升企业自主创新能力的大背景下,探讨员工(特别是研发人员)创新行为的动因机制具有重要的理论与实践意义。本书有两个研究视角:一是组织创新氛围,它作为情境变量,与员工创新行为具有密切的关系,这已得到了很多研究的证明,但是研究者们还远未厘清组织创新氛围是通过怎样的过程机制影响员工创新行为这一关键问题;二是创新自我效能感,它是自我效能感概念在员工创新活动领域的应用,即员工对自己在创新活动中的创新行为表现及取得创新性成果的信念,它是员工创新行为的动因基础。但作为一个较新的概念,目前创新自我效能感的相关研究主要集中在教育领域,很少涉及企业创新管理和组织行为研究领域,对创新自我效能感的形成与作用机制的研究还较少。本书所提出的理论框架“组织创新氛围→创新自我效能感→员工创新行为”还需要理论和实证研究的检验。为此,我们从以上两个视角出发,开展了两项系统的研究。

第一项研究首先对创新自我效能感对员工创新行为的作用机制进行了理论诠释,此部分为本书第二章。在理论分析的基础上,以企业员工为样本,开展了创新自我效能感对员工创新行为作用机制的实证分析、创新自我效能感在组织创新

氛围与员工创新行为关系间的中介作用研究、组织创新氛围对员工创新行为的影响过程机制研究,分别为本书的第三章、第四章、第五章。

第二项研究则以研发人员为样本,实证检验了研发人员创新自我效能感的形成与作用机制,包括组织创新氛围、成败经历感知与研发人员创新自我效能感的关系研究,研发人员成败经历、创新自我效能感与创新行为的关系:主管支持的调节作用研究,分别为本书的第六章和第七章。

一、创新自我效能感对员工创新行为作用机制的理论诠释

作为一种领域相关的自我效能感,创新自我效能感是自我效能感在创新活动领域的拓展,它是个体对他在工作上能否有创造性表现的信念。这种信念是怎样影响员工的创新行为的呢?现在还没有学者全面、深入地回答过这个问题。为此,本书第二章回顾了人类行为动因理论、员工创新行为研究、创新自我效能感研究,并在此基础上,对创新自我效能感的作用机制进行了理论诠释,通过大胆推论,为后续的实证研究做好了理论铺垫。

二、创新自我效能感对员工创新行为作用机制的实证分析

创新自我效能感如何影响员工创新行为? Tierney 和 Farmer (2002) 的开创性研究虽然验证了创新自我效能感与员工创新行为之间的重要关系,但是他们并没有深入探究创新自我效能感对员工创新行为的内在影响机制。本书第三章将第二章理论分析中所提出的命题 3 和命题 4 进行操作化,引入成就动机 (achievement motivation) 与工作卷入 (job involvement) 两个中介变量,构建并实证检验“创新自我效能感→成就动机/工作卷入→员工创新行为”的影响机制模型。

三、组织创新氛围与员工创新行为的关系:创新自我效能感的中介作用

借鉴相关实证研究成果,在理论分析的基础上,提出假设:创新自我效能感在组织创新氛围与员工创新行为间起中介作用,这是本书的理论创新点之一。本书第四章首先检验了组织创新氛围的不同维度与员工创新行为的关系,在此基础上,实证检验创新自我效能感在组织创新氛围与员工创新行为间的中介作用。

四、组织创新氛围、创新自我效能感影响员工创新行为的过程模型

在第三章和第四章的基础上,本书第五章构建了“组织创新氛围→创新自我效能感→成就动机/工作卷入→员工创新行为”的过程机制模型,并进行了实

证检验和模型修正,进一步厘清组织创新氛围、创新自我效能感与员工创新行为的关系。

五、组织创新氛围、成败经历感知与研发人员创新自我效能感的关系

我国拥有丰富的科技人力资源,科技投入也在大幅增长,但是,研发人员创新效率低仍是我们亟待解决的问题。从社会认知理论视角来看,激发研发人员创新行为,提升研发人员创新绩效的重要途径就是提升其创新自我效能感。为此,本书第六章以企业研发人员为样本,基于社会认知理论的视角,选取了组织创新氛围、研发人员的成败经历感知两个前因变量,理论分析并实证检验了研发人员创新自我效能感的形成机制。

六、研发人员成败经历感知、创新自我效能感与创新行为的关系

创新自我效能感在激发研发人员创新行为的过程中究竟起怎样的作用呢?一方面,本书基于社会认知理论,将创新自我效能感引入成败经历感知与个体创新行为的关系分析框架内,构建“成败经历感知→创新自我效能感→创新行为”影响路径模型。另一方面,目前有关个体因素和情境因素对员工创新行为/创造力的影响研究虽有了较多发现,但是有关个体因素与情境因素的交互作用对个体创新行为的影响,则需要更多的研究(Zhou and Shalley, 2008)。为此,响应其他学者号召,在分析过程中引入了我国情境下的重要组织情境变量——主管支持(Chen et al., 2002),深入分析并实证检验了主管支持对“成败经历感知→创新自我效能感→创新行为”路径的潜在调节作用。

第三节 技术路线与研究方法

一、技术路线

结合以上的基本研究内容和研究目标,本书将沿着“概念基础—理论分析—实证研究—实践应用”的研究范式,综合管理心理学、组织行为学、技术创新管理、人力资源管理 etc 等学科的最新研究成果,运用定性分析与定量分析相结合、静态研究与动态研究相结合、理论分析与实践研究相结合,以及比较分析等多种方法,在研究的过程中,遵循主线不变,综合研究和重点研究相结合的原则,有选择地对重点领域进行深入研究。