



真实型领导对新生代员工创新行为的影响： 内部人身份感知的中介作用

王苗苗 张捷

(南京航空航天大学 经济与管理学院, 南京 211106)

摘要:如何激发新生代员工的创新活力是学者与管理者关注的重点话题。从内部人身份感知视角出发,研究了真实型领导与新生代员工创新行为之间的内在机理,在此基础上检验了角色宽度自我效能感的调节作用。以303名新生代员工为研究对象,结果表明:真实型领导对新生代员工创新行为具有显著的正向影响,内部人身份感知部分中介了真实型领导与新生代员工创新行为之间的积极关系。结果进一步证明当员工角色宽度自我效能感越强时,真实型领导以及内部人身份感知对新生代员工创新行为之间的积极关系更显著。

关键词:真实型领导;新生代员工;创新行为;内部人身份感知;角色宽度自我效能感

中图分类号:F273.1;F272.92 **文献标识码:**A **文章编号:**1002-0241(2019)03-0127-15

0 引言

当今时代瞬息万变,市场竞争日趋激烈,创新是企业取得可持续竞争优势、应对商业变革的关键。而员工创造力作为企业创新的源动力,不仅能够提高组织的生产能力与效率,而且也是组织生存与发展的根本保障(Zhou et al, 2014)。目前,“80后”、“90后”新生代员工已成为职场中的主力军,由于成长于我国改革开放和经济增长时期,总体受教育程度高,他们思想活跃,喜欢标新立异,拥有较强的创造力(李燕萍等, 2012),是互联网时代企业发展的新生力量,但他们自我意识强(侯烜方等, 2014),抗压能力弱,追求工作生活与平衡(Twenge et al, 2010)等独特的个性与工作态度颠覆了传统的管理理念与经验做法,如富士康的“半军事化管理”、华为的“床垫文化”逐渐在新生代员

工管理中“失效”,新生代员工离职事件、团队冲突和工作倦怠等现象频发(王冬冬等, 2017),无法充分发挥出他们的创造能力。因此,如何激发与释放我国新生代员工的创新活力进而提高企业竞争力,成为企业界与学术界关注的热点问题(Amabile et al, 1996; Liu et al, 2016)。领导行为是影响新生代员工心理状态与工作态度的主要来源(Shin et al, 2003; 沈伊默等, 2017; 周琦玮等, 2017),因此针对新生代员工的管理问题,研究者们强烈呼吁未来研究特别要重视领导风格对新生代员工创新行为的影响机制(方慧等, 2017)。

在改革开放、思想自由和互联网普及的成长背景下,受世界各国文化的影响,新生代员工乐于接受新鲜事物,追求平等,藐视权威,期望拥有更多的工作自主权与决策权。相应地,他们排斥推卸

收稿日期:2018-06-27

基金项目:国家社会科学基金项目(17BGL102)

第一作者简介:王苗苗(1993—),女,江苏徐州人,南京航空航天大学经济与管理学院,博士研究生,研究方向:人力资源管理和组织行为学。

通信作者:张捷, jiezhang@nuaa.edu.cn

责任、集权与命令式的领导风格(罗瑾琰等, 2016),而是喜欢以身作则、言行一致、关怀下属、真诚提供帮助以及耐心听取并尊重下属意见的管理者(谢玉华等, 2014)。真实型领导强调自我意识与内在价值,主动为结果承担个人职责,而且他们从不操纵下属(Henderson et al, 1983),鼓励完全开放的沟通方式,通过分享真实情感,共享关键信息能够与员工建立平等诚信的友好关系(Robins et al, 2003; Ilies et al, 2005),符合新生代的工作价值观,能够增强员工的积极情感(Arménio et al, 2014),主动实施创新行为。另外随着社会竞争的加剧和工作要求的多样化,新生代员工面临生存与职业发展的压力越来越大,接二连三的跳楼事件折射出新生代员工的无奈与迷茫,真实型领导通过自己的勇气、耐心和热情能够唤醒新生代员工的自信与希望(Arménio et al, 2012),激发员工的创新活力。所以相比于其他领导风格,真实型领导可能更符合新生代员工的领导偏好。因此从当前实际出发,基于新生代特定群体,研究真实型领导与创新行为以及两者间的作用机制具有一定的价值性与必要性。

Stamper 提出了内部人身份感知概念(Stamper et al, 2002),即员工对自己属于组织内群体身份的感知,反映了员工对组织的归属感,这一构念为探究组织公民行为理论提供了新的视角(尹俊等, 2012)。已有研究发现内部人身份感知能够提高员工的组织承诺、工作绩效以及留在组织的意愿(Chen et al, 2007; Armstrong-Stassen et al, 2011; Knapp et al, 2014; Hui et al, 2015),当员工感知到组织的认可与支持,认为自己属于组织的一部分,并对组织产生“家”的所有感时,他们会积极为组织承担责任并乐于奉献;相反,当员工在组织内缺乏归属感时会引起员工的负面情绪,进而降低其工作投入与敬业度,阻碍创新思想的产生。我国新生代员工普遍为独生子女,他们从小

受到家庭的关注与关爱,又常常以自我为中心,希望在工作中获得组织、领导与同事的尊重与关心,寻求工作上的归属感。当新生代员工对组织产生心理的归属感时,他们的工作热情才能被调动,并不断追求卓越与创新。故本文尝试从内部人身份感知视角解释真实型领导与新生代员工创新行为之间的关系。此外,内部人身份感知反映了个体对组织对待自己的判断,这种感知向员工传达了实施组织公民行为的意愿与态度,但这种意愿与态度能否转化为实际行动还会受到员工能力感知的制约(Parker et al, 2010),因此本文在社会认知理论的基础上,基于员工自我效能的差异探究角色宽度自我效能感对真实型领导及内部人身份感知与新生代员工创新行为关系的权变影响,从而有效识别真实型领导作用的边界条件。

综上所述,本文主要从内部人身份感知视角和社会认知理论,探讨内部人身份感知在真实型领导与新生代员工创新行为之间的中介作用以及角色宽度自我效能感的调节作用,以期打开领导风格作用于新生代员工创新行为的“黑箱”与情境条件,丰富了真实型领导与新生代员工创新行为相关研究成果,为企业新生代员工管理实践提供理论指导。

1 文献回顾与理论假设

1.1 新生代员工的特点研究

相关研究总结了新生代员工的特征,主要表现为自主性强,具有强烈的自我价值实现取向,漠视权威,渴望平等融洽的组织关系氛围,并注重工作与生活的平衡(侯烜方等, 2014; Twenge et al, 2010),但情感脆弱,抵抗能力差(姜薇薇等, 2014)。针对新生代员工的管理难题,现有研究开发了中国情境下新生代员工的工作价值观体系量表,检验了新生代工作价值观对绩效的影响,探讨了新生代员工敬业度、幸福感、离职意愿等相关问题(赵宜萱, 2016; 程昱等, 2017)。新生代员工具

有较强的创新思维能力,但是实践中其工作投入度与创新行为的不确定性较高,如何激发新生代员工的创新活力,现有文献忽略了新生代员工管理的领导力研究。因此本文将探讨真实型领导与新生代员工创新行为之间关系与其影响路径。

1.2 真实型领导

真实型领导中“真实”概念源于古希腊哲学“忠于自己”(Avolio et al, 2005),指的是拥有的个人经历,想法、情感、需求、偏好或信仰,以及认识自我的过程,意味着个体行为与真实自我一致,表达自己的方式与内在思想感情一致。

真实型领导是西方学者在总结积极心理学、组织行为学和道德伦理学的基础上,连接积极的心理能力和组织情境提出的一种新型领导风格(Walumbwa et al, 2008)。真实型领导者总是乐观的、自信的、满怀希望的,他们拥有强烈的自我意识与高尚的道德情操,能够深刻意识到自我价值与信念,表现出自我调节的积极行为,此外他们从不操纵下属,总是专注于员工的优势与职业发展,主动为员工谋福利,鼓励员工发表意见,积极与员工建立和谐信任的关系(Luthans et al, 2003; Whitehead, 2009; Gardner et al, 2011)。Walumbwa (2008)认为真实型领导行为模式促进了积极的心理资本与伦理环境,并将真实型领导划分为四个维度:(1)自我意识,反映了积极的自我概念,他们相信自我价值,能够清楚地评估自我优势与劣势,通过与下属沟通、接触,审视自我对下属的影响(Kernis, 2003);(2)内化道德视角,反映了领导者自我调节的内在化,领导者通过内在道德标准与价值观指导自身行为,即使面临社会压力或道德困境,也始终坚持行为与内在价值观相一致;(3)平衡加工信息,真实型领导在决策前总是以相对公平、客观的方式处理、分析相关信息与资料,不畏追随者挑战权威,充分给予员工表达自我想法与观点的机会(Gardner et al, 2005);(4)关

系透明,领导者总是向他人展现真实的自我,通过公开分享、表达真情实感与下属建立积极信任的关系。

1.3 真实型领导与创新行为

创新行为是指员工主动寻求新技术、新程序、新产品或服务想法,并将这些新颖有用的想法通过适当的计划与安排付诸实践予以落实的过程(Scott et al, 1994)。真实型领导对员工创新行为的影响具体表现在:首先,真实型领导具有开放的经验与内在经历,追求自由与创新,拥有强烈的自我意识、自我管理和积极的情绪状态。根据情绪传染理论,这种乐观与自信能够激发下属的积极情绪,提高新生代员工的组织认同,促进员工真实的、持续的、创新的工作表现。其次真实型领导了解自己的身份、情感与动机,始终按照自我信念行事,在管理中展示真实自我,言行一致。即使当他们面临组织社会压力和道德困境时,他们也会以内在道德标准指导自己,并勇于克服一切艰难险阻勇往直前,并愿意为追求创新行为带来的损失承担责任,根据社会学习理论,领导者敢于冒险与创新的精神是员工学习的榜样,能够激发员工的创新热情,即使创新失败也不会受到上级的责备,因此会表现出更高的创新行为。然后真实型领导平衡加工信息能力不会否认、扭曲、夸大或忽视个人知识和内在经历,能够客观准确地评估每位员工的想法,不会因下属建言而觉得威胁到自己的权威,反而鼓励下属提出创意性想法,所以下属更愿意尝试新的方法,勇于追求创新。最后,真实型领导能够重塑员工信任、促进员工行为(George et al, 2007)。领导与追随者和下属之间的真实关系是透明的、开放的、信任的(Gardner et al, 2005),这种透明性意味着领导与下属之间保持信任与尊重,有利于提升员工的心理安全感和归属感,鼓励组织成员发表创新性意见。

从家庭成长环境来看,新生代员工由于被父母

包办带来的依赖性、共体性而导致责任意识缺乏,真实型领导始终以内在价值指导自身行为,敢于为自我过失承担责任,这种勇于担当、诚实正直的精神为员工树立了学习的榜样,有利于提升新生代员工的责任义务,主动对自身工作负责,发挥他们的创造力。另外真实型领导通过分享主观体验、尊重下属意见、构建开放的组织环境,能够满足新生代员工的领导认同与追随(魏丽萍等, 2018),从而主动采取一系列创新等角色内行为。因此在真实型领导的影响下,员工更容易获得心理资本,有助于员工表达自我观点,提出非传统且富有创意的想法(杨浩等, 2016)。因此,本文提出以下假设:

假设 H1:真实型领导对新生代员工创新行为有正向影响。

1.4 内部人身份感知的中介作用

Stamper 和 Masterson(2002)基于 McMillan 社区归属感理论,指出内部人身份感知是“员工作为组织成员所获得的个人空间与接受程度的认知”(Arménio et al, 2014),即员工在特定的组织内,认知到他或她作为组织内部成员的程度。内部人身份感知是员工与组织关系的一方面,主要衡量员工在组织中的归属感。研究表明上级领导风格很大程度上决定了下属员工的内部人身份感知(Shin et al, 2003; Schaubroeck et al, 2017)。Tyler 的权威关系模型指出上级领导对待员工的方式会影响员工在工作团体中的社会地位认知(Tyler et al, 1992)。Lapalme 和 Stamper 等人也指出管理者的支持决定了员工感知到自己在组织中占据的内部社会地位(Lapalme et al, 2009)。真实型领导通过表现出高尚的道德价值、公平客观的处事原则和高度的真诚透明,有利于提升下属对领导的认同与信任,同时真实型领导致力于开发下属优势,关注下属的成长与职业发展,表现出他们对员工的尊重与关怀,员工能够体会到自己的身份被

组织接受与认可,能够增强员工的内部人身份感知。况且新生代员工从小被家庭宠爱,当然希望在职场中也能得到领导的重视与肯定,真实型领导这种真诚、公平客观、尊重并信任员工的态度能够向员工传达出他们是组织一份子的信号,有利于提升新生代员工的归属感。因此真实型领导对新生代员工的内部人身份感知具有正向影响。

内部人身份感知向员工传达出“自己是组织的重要组成部分”的信号,反映了员工在组织内部的地位或身份,能够提高员工对组织的积极情感,这种积极情绪能够促进员工的内在动机,激励员工多方位思考与认知,促进员工创新行为的产生。根据角色认同理论与认知失调理论,员工凭借内部人身份感知界定自我身份,认识自我角色期望,为避免认知失调,调整自我心理状态与内在行为。当员工感知到自己属于组织的内部人时,对组织有强烈的归属感,这种地位感知使得员工在情感与行为上与组织紧密相连,更愿意接受组织公民身份,自觉承担组织规定职责之外的工作任务,主动从事组织公民行为与创新行为。以往研究也表明内部人身份感知有利于激发员工创新行为(王永跃等, 2015; 苏屹等, 2018),员工感知到的内部人身份地位越高,越能感受到组织的支持与认可,有利于激发员工的内在动机,不畏困难,敢于创新。根据以上表述,内部人身份感知能够正向影响员工的创新行为(Chen et al, 2007; 王雁飞等, 2014)。

相比于老一代员工,新生代员工出生于改革开放时期,成长于经济、医疗卫生快速发展时期,根据马斯洛需求理论,新生代员工的生理与安全需要基本得到满足,他们需要情感归属与社会尊重,而高内部人身份感知能够增强新生代员工的归属感,满足他们的社会情感需要。根据社会交换理论,当组织给予员工信任与支持时,新生代员工的心理需求得到满足后会产生回报义务,以更加积

极的工作态度努力工作,从而表现出更高的创新绩效(傅红等, 2013)。因此内部人身份感知这种自我概念认知维度有利于激发新生代员工的内在动机,进而激励他们不断探索新知。所以内部人身份感知对新生代员工的创新行为有正向影响。

综上所述,上级领导对待员工的方式会影响员工在工作团体中的社会地位认知,然后个体地位认知又影响员工的行为、工作和组织态度(Tyler et al, 1992)。真实型领导不仅通过强烈的自我意识向员工传达积极的情感,通过平衡加工、关系透明、和谐的人际关系,增强员工之间的信任,而且给予员工鼓励与支持,使得员工更能融入组织,具有更高的内部身份感知和归属感,这种归属感能够鼓励雇员积极探索,从事创新行为。因此本文认为真实型领导对员工创新行为的影响并非直接的,而是通过员工的内在心理感知如内部人身份感知间接影响他们的主动性创新行为,即内部人身份感知在真实型领导和员工创新行为之间起中介作用。因此,本文提出以下假设:

假设 H2: 内部人身份感知在真实型领导与新生代员工创新行为之间起中介作用。

1.5 角色宽度自我效能的调节作用

角色宽度自我效能感的概念最早由 Parker 基于社会认知理论提出,是指员工执行广泛工作要求的能力感知或自信程度,这种工作任务需要执行一系列积极主动的、人际的、综合的活动,超越了传统规定的技术要求,包括解决长期问题、设计改进程序、设置目标、解决冲突、会面顾客和供应商等(Parker, 1998),这种感知来源于个体的成功体验、社会说服、替代性经验和心理状态(Bandura A, 1986)。角色宽度自我效能感不同于自我效能感的通用概念,其范围更广,一般自我效能感仅仅关注特定的技术任务。Axtell 认为角色宽度自我效能感高的员工更倾向于承担多工作角色,实施主动行为和创新行为(Axtell et al, 2000, 2003)。

前期研究也表明角色宽度自我效能感能够激发员工的创新行为,帮助企业实现竞争目标(Frese et al, 1996; Parker et al, 2006)。

根据社会认知理论,员工活动由个体行为、环境和个体认知或个体特征共同决定。领导风格影响员工行为的决定因素还取决于员工的自我概念,只有共同考虑员工内部动机状态才能更好地理解员工行为(Lord et al, 1999; Ozyilmaz et al, 2018)。因此真实型领导对员工创新行为的影响程度还需考虑员工的自我概念,而角色宽度自我效能感作为自我概念的维度,能够反映员工感知他们能否执行广泛工作任务的自信程度,这种自信感知能够充分调动员工内在动机和认知资源实施组织规定的任务。故本文认为角色宽度自我效能感这种个体特征差异可能会调节真实型领导与员工创新行为之间的关系。高角色宽度自我效能感的员工更注重自我概念与发展,相信自己有能力在职场中打造出属于他们的一片天地,那么他们实施创新行为的自信强度与内在动机越高,当面临创新困境时,他们会不断自省与激励,积极克服工作中遇到的各种挑战,在此情境下真实型领导对员工创新行为的促进作用越强。反之,角色宽度自我效能感低的员工即使感知到真实型领导对他们的信任与支持,也会因为缺乏自信心和承担创新风险的勇气导致创新行为动机不足,那么真实型领导对员工创新行为的促进作用可能较弱。因此,对于高角色宽度自我效能感的员工而言,真实型领导与员工创新行为之间的正向关系可能更强。因此,本文提出以下假设:

假设 H3: 角色宽度自我效能感对真实型领导和内部人身份感知具有正向调节作用,与员工的角色宽度自我效能感水平低相比,当员工的角色宽度自我效能感水平高时,真实型领导与新生代员工创新行为之间的关系越强。

根据计划行为理论,知觉行为控制的内部因素

即个体对自身能力的自信程度会增强或削弱行为态度对创新行为的解释力(Ajzen, 2002; 李柏洲等, 2014),因此本文认为在不同的角色宽度自我效能感水平下内部人身份感知对员工创新行为的影响程度可能存在差异。内部人身份感知只是激发了员工创新的内在动机和追求创新的意愿,但这种意愿转化为实际结果还会受到员工能力(如角色宽度自我效能感)的影响(Schaubroeck et al, 2017)。在相同的内部人身份感知水平下,高角色宽度自我效能感的员工相信自己有能力执行广泛的工作任务帮助企业提升绩效,他们会充分发挥自我才能,主动为组织寻求新技术与新产品的想法,这种乐观自信的态度激励他们迎难而上,鼓励他们分享创新性的想法并付诸实践,转化为创新成果。所以在员工角色宽度自我效能感水平高的情境下,员工相信自己有能力胜任工作要求,才能更好地将内在动机与意愿转化为创新成果,此时内部人身份感知对员工创新行为的促进作用更强。相反,角色宽度自我效能感低的员工并不相信自己拥有相应的能力为组织贡献力量,这种自卑的心理情感会阻碍他们寻求、分享创新性想法,削弱他们实施创新行为的勇气,在此情境下内部人身份感知与创新行为之间的积极关系相对较弱。因此,本文提出以下假设:

假设H4:角色宽度自我效能感对内部人身份

感知和新生代员工创新行为具有正向调节作用,与员工的角色宽度自我效能感水平低相比,当员工的角色宽度自我效能水平高时,内部人身份感知与新生代员工创新行为之间的关系越强。

本文理论假设模型如图1所示。

2 研究方法

2.1 研究样本

考虑到本文的结果变量为新生代员工的创新行为,因此本文在样本选择时集中于互联网科技、教育科研、媒体艺术与设计等对创新要求高的行业,调研对象主要针对80后、90后新生代员工。

本文通过发放问卷共回收351份问卷,剔除了48份无效问卷,最后保留有效问卷303份,有效回收率为86.32%。其中男性为130人,占总人数的42.90%;女性为173人,占总人数的57.10%。从年龄分布来看,25岁以下员工为79人占比26.07%、26~30岁员工为157人占比51.82%、31~40岁员工为67人占比22.11%,员工平均年龄为28.05岁。在教育背景方面,高中及以下学历员工为16人占比5.28%、本专科学历员工为206人占比67.99%、硕士学历员工为76人占比23.43%、博士学历员工15人占比3.30%。

2.2 变量测量

本文所涉及的构念均采用国内外成熟量表,以保证测量题项的效度与信度问题。本研究在正式

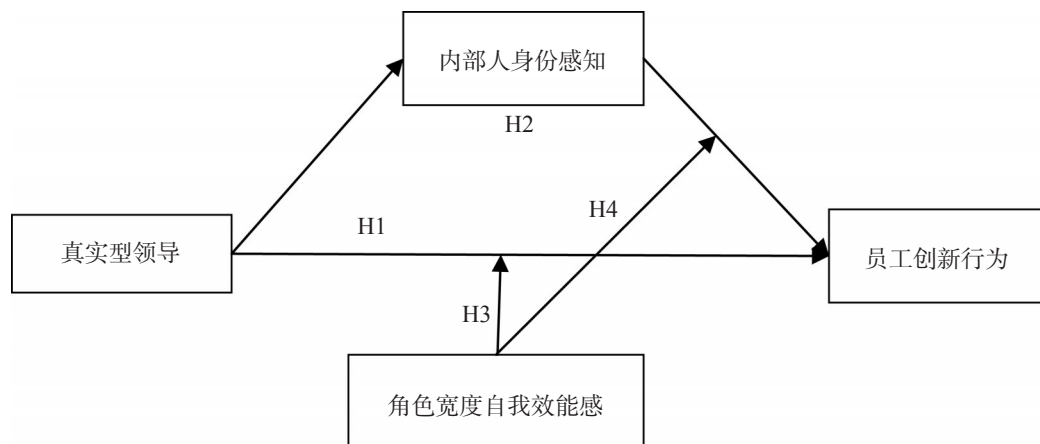


图1 假设模型

发放问卷调研之前,首先通过电子问卷对来自山东、江苏、浙江等地企业的员工进行预调研,根据预试者的反馈意见对问卷题项的表述进行修改与完善。

(1) 真实型领导。该变量的测量采用 Walumbwa (2008) 开发的量表,共 16 个题项,包括自我意识、内化道德、平衡加工和关系透明 4 个维度,包括“我的直属上司鼓励每个人说出他们自己的想法(关系透明)”、“我的直属上司展现出的信念与其行为一致(内化道德)”、“我的直属上司征求反馈意见以改善与他人的互动关系(自我意识)”、“我的直属上司在得出结论前会认真听取各种不同意见(平衡加工)”等。此变量的测量量表采用 Likert5 点进行评价,回答者得分表示他们对领导者品质特性同意或不同意的程度,其中 1 表示非常不同意,5 表示非常同意。国内研究大多使用此量表,并证实了测量指标良好的信度、效度与跨文化的适用性(郭玮等, 2012; 王震等, 2014)。本研究中该量表的内部一致性系数为 0.930。

(2) 内部人身份感知。本文采用 Stamper (2002) 开发的量表,共 6 个题项,如:“我觉得我是公司的一部分”、“公司让我相信我是属于它的”等。此变量的测量量表采用 Likert5 点进行评价,回答者得分表示他们对角色地位感知同意或不同意的程度。其中 1 表示非常不同意,5 表示非常同意。本研究中该量表的内部一致性系数为 0.877。

(3) 创新行为。该变量的测量选用 Janssen (2000) 编制的量表,该量表共 9 个题项,包括创新的 3 个阶段,涉及创新的产生、推广和实施,每一阶段分别包含 3 个题项,如:“我能针对问题提出有创意的解决方法”、“我动员他人支持创新”、“我将新点子转化为有用的实践”等。员工评价自己在工作中实施创新行为的频率,此变量的测量量表采用 Likert5 点进行评价。其中 1 表示从不,5 表示常

常。本研究中该量表的内部一致性系数为 0.917。

(4) 角色宽度自我效能感。本研究借鉴 Parker (1998) 开发的量表,共 10 个测量题项,包括“分析长期难题,找到解决方案的信心”等。此变量的测量量表采用 Likert5 点进行评价,评价等级表示员工感觉自信的程度,其中 1 表示一点也不自信,5 表示非常自信。本研究中该量表的内部一致性系数为 0.916。

本文选取年龄、性别、学历和工作年限作为控制变量。

3 数据分析与结果

3.1 共同方法变异检验

由于真实型领导、内部人身份感知、员工创新行为和角色宽度自我效能感的数据来源于同一测量主体,为避免同源方差,本文运用 harman 单因素检验分析数据的共同方法变异程度,结果显示主成分分析抽取了 7 个因子,解释了总变异量的 65.15%。其中因子一解释了总变异量的 32.63%,小于临界值 40%,因子一未解释大部分的变异量,说明未出现同源方差问题。

3.2 内部结构效度分析

本文运用 AMOS 验证性因子分析比较四因子、三因子、二因子和单因子模型的拟合指标检验变量之间的结构效度。检验结果如表 1 所示,根据结果可知,四因子的各个拟合指标均优于其他模型($\chi^2/df=1.70$, $RMSEA=0.048$, $CFI=0.929$, $TLI=0.923$),表明观测数据与假设的测量模型契合程度比较高,4 个构念的测量工具具有良好的结构效度。

3.3 描述性统计分析

本文所有研究变量的描述性统计分析如表 2 所示。从表 2 可以看出,真实型领导与内部人身份感知($r=0.357$, $p<0.01$)、创新行为($r=0.341$, $p<0.01$)具有显著的正相关关系,内部人身份感知与创新行为也具有显著的正相关关系($r=0.305$, $p<0.01$),本文相关假设得到初步验证。

3.4 假设验证

(1) 中介效应。本文采用温忠麟提出的中介效应检验步骤进行分析(温忠麟等, 2014)。根据表3可知,在加入性别、年龄等控制变量后真实型领导对员工创新行为具有显著的正相关关系($\beta=0.356, p<0.01; F=14.288, p<0.01$;模型4),因此假设H1进一步得到数据支持。在加入内部人身份感知之后,内部人身份感知与员工创新行为之间具有显著的正相关关系($\beta=0.206, p<0.01; F=14.7, p<0.01$;模型5),同时真实型领导与内部人身份感知之间的正相关关系显著($\beta=0.355, p<0.01; F=9.934, p<0.01$;模型2),而且真实型领导与员工创新行为之间的正相关关系依然显著($\beta=0.283, p<0.01$;模型5),最后根据温忠麟中介检验的最后一步,比较 ab 与 c' 的符号,其中 a 指加入控制变量后自变量对中介变量的效应($a=0.355$), b 指在加入控制变量、自变量后中介变量对因变量的效应($b=0.206$), c' 指在加入了控制变量和中介变量后自变量对因变量的直接效应($c'=0.283$),本研究结果表明两者符号同号,说明内部人身份感知在真实型领导与员工创新行为之间起部分中介效应,

而且内部人身份感知的中介效应占总效应的比例为20.54%。因此本研究假设H2内部人身份感知的中介作用得到支持。

(2) 调节效应。在检验调节效应时为了消除多重共线性问题,需要将自变量与调节变量进行中心化处理(各变量数值减去其均值),然后相乘构造交互项,逐步将控制变量、自变量、调节变量与交互项引入回归方程,检验交互项乘积系数的显著性。分析结果如表3所示。结果表明真实型领导与角色宽度自我效能感的交互项系数与创新行为具有显著的正相关关系(模型10, $\beta=0.128, p<0.01$),内部人身份感知与角色宽度自我效能感的交互项系数与员工创新行为具有显著的正相关关系(模型8, $\beta=0.116, p<0.01$),假设H3与假设H4角色宽度自我效能感对真实型领导、内部人身份感知与员工创新行为之间的调节作用得到支持。为了更好地检验角色宽度自我效能感的调节作用,本文分别取调节变量的均值的正负一个标准差带入回归方程,画出了如图2、图3所示的调节效应图。由图2可知,当角色宽度自我效能感比较高时,真实型领导与员工创新行为的正相关关系的

表1 验证性因子分析

模型	因子	χ^2	df	χ^2/df	CFI	TLI	RMSEA
四因子模型	AL, PIS, RBSE, Cr	1280.43	754	1.70	0.929	0.923	0.048
三因子模型	PIS+Cr, AL, RBSE	1529.83	758	2.02	0.896	0.887	0.058
二因子模型	PIS+RBSE+Cr, AL	1660.28	756	2.20	0.878	0.868	0.063
单因子模型	AL+PIS+RBSE+Cr	1760.84	702	2.51	0.857	0.833	0.071

注:AL表示真实型领导,PIS表示内部人身份感知,RBSE表示角色宽度自我效能感,Cr表示创新行为,“+”表示两个因子合并为一个因子

表2 描述性统计分析

变量	均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7	8
1.性别	1.57	0.50	1							
2.年龄	28.05	4.04	-0.085	1						
3.教育背景	3.24	0.61	-0.112	-0.006	1					
4.工作年限	3.67	3.63	-0.060	0.572**	0.037	1				
5.真实型领导	3.35	0.75	0.061	-0.029	0.013	0.028	1			
6.内部人身份感知	3.38	0.72	0.068	0.088	0.048	0.086	0.357**	1		
7.角色宽度自我效能感	3.41	0.60	-0.194**	0.156**	0.055	0.167**	0.337**	0.374**	1	
8.创新行为	3.43	0.56	-0.209**	0.154**	0.069	0.135*	0.341**	0.305**	0.716**	1

注: * $p<0.05$; ** $p<0.01$,下同

斜率高于角色宽度自我效能感低时的斜率,说明角色宽度自我效能感越高,真实型领导对员工创新行为的正向关系越强。因此假设 H3 得到了支持。由图 3 可知,当角色宽度自我效能感比较高时,内部人身份感知与员工创新行为的正相关关系的斜率较陡峭;当角色宽度自我效能感较低时,内部人身份感知与员工创新行为的正相关关系的斜率相对平缓,说明角色宽度自我效能感越高,内部人身份感知对员工创新行为的正向关系越强。因此假设 H4 得到了支持。

表3 层次回归分析结果

变量	内部人身份感知		创新行为							
	模型1	模型2	模型3	模型4	模型5	模型6	模型7	模型8	模型9	模型10
性别	0.083	0.061	-0.192**	-0.214**	-0.226**	-0.217**	-0.077	-0.075	-0.085**	-0.090**
年龄	0.066	0.088	0.100	0.122	0.104	0.080	0.044	0.045	0.058	0.066
教育背景	0.056	0.050	0.045	0.039	0.029	0.028	0.021	0.033	0.023	0.035
工作年限	0.051	0.028	0.065	0.041	0.035	0.049	-0.013	-0.018	-0.016	-0.014
AL		0.355**		0.356**	0.283**				0.130**	0.142**
PIS					0.206**	0.307**	0.055	0.058		
RBSE							0.674**	0.665**	0.648**	0.631**
RBSE×PIS								0.116**		
RBSE×AL										0.128**
F	1.407	9.934**	5.383**	14.228**	14.7**	11.325**	53.825**	48.461**	56.491**	51.464**
R ²	0.02	0.14	0.067	0.193	0.230	0.160**	0.522**	0.535**	0.534**	0.550**
ΔR ²		0.13**	0.067**	0.126**	0.36**	0.160**	0.362**	0.013**	0.534**	0.016**

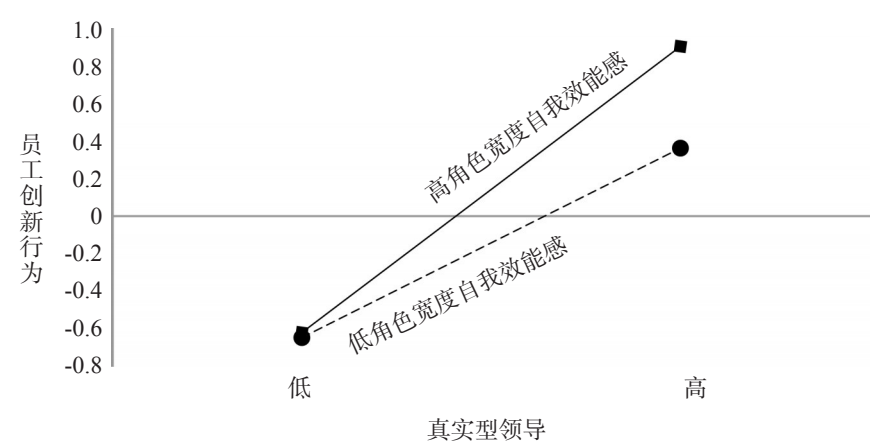


图2 角色宽度自我效能感对真实型领导与创新行为之间的调节效应

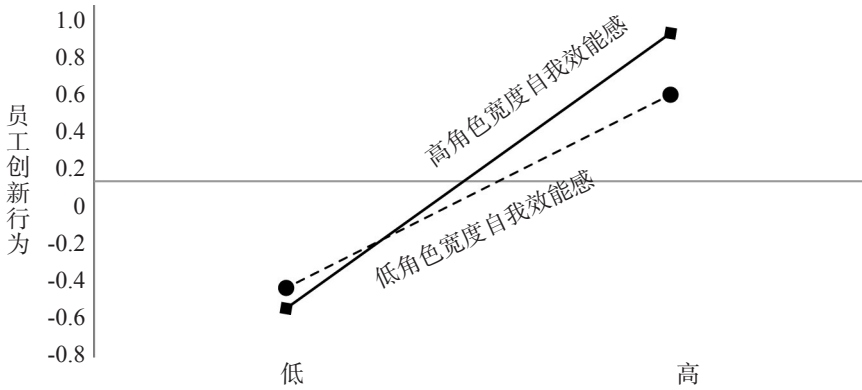


图3 角色宽度自我效能感对内部人身份感知与创新行为之间的调节效应

4 结论与讨论

本文从内部人身份感知和社会认知视角探讨了真实型领导对新生代员工创新行为的影响,通过上述数据的分析,本文所有假设都得到了验证,并得到如下结论。

(1) 同以往研究,本文也验证了真实型领导与员工创新行为具有显著的正向影响。新生代员工的权力主张要求现代管理者展现真实性的一面,希望领导是真实的、可信任的,具有关系透明、平衡加工的真实型领导符合新生代员工领导风格的需求,能够激发他们的积极情感与工作热情,从而促进更多创新想法的实现;(2) 研究结果表明内部人身份感知在真实型领导与新生代员工创新行为之间起部分中介作用。真实型领导真诚对待每位下属,倾听并支持他们的想法,能够提高员工内部人地位的感知,增强他们的归属感,从而表现出更多的组织公民行为(如创新行为);(3) 角色宽度自我效能感正向调节了真实型领导与创新行为之间的关系。在高水平角色宽度自我效能感情境下,真实型领导与员工创新行为之间的正向关系更强。(4) 角色宽度自我效能感正向调节了内部人身份感知与员工创新行为之间的关系,当员工的角色宽度自我效能感高时,内部人身份感知对员工创新行为之间的正向影响更强。

4.1 理论意义

本研究拓展了真实型领导理论框架,同时又为新生代员工的管理问题提供了理论指导。随着新生代员工逐渐加入职场大军,新生代员工离职率高、组织忠诚度低等现象成为企业管理难题,如何建立良好的员工组织关系,激活新生代员工的创新活力,学者们从新生代员工的个性特点特别是新生代员工的工作价值观探讨相关问题,缺乏新生代员工的领导力研究。而且真实型领导作为互联时代新兴的领导风格,能够满足新生代员工心理需求,因此本文探讨真实型领导如何激发其创

新行为的影响机制,为未来探讨新生代员工的管理问题以及真实型领导与创新行为的研究提供了理论依据。

其次,以往关于真实型领导与创新行为的研究都是基于心理资本、内在动机和情绪传染等理论视角展开的,忽略了员工组织地位对创新性的影响机制研究,本文针对特定群体,从新生代员工的特点与心理需求提出了真实型领导影响新生代员工创新行为的中介变量:内部人身份感知,并验证了内部人身份感知在真实型领导与新生代员工创新行为之间的中介作用。内部人身份感知是组织地位和员工归属感的反映,新生代员工希望得到组织的认同与肯定,而真实型领导支持、鼓励并认可下属员工,员工得到组织认可并与领导建立良好的领导成员关系,能够增强员工对组织的信任与归属,促进员工积极的工作态度,释放出自己的创造力。该理论又为真实型领导激发员工创新行为提供了一种新的解释路径。

最后,本研究发现了角色宽度自我效能感在真实型领导、内部人身份感知与员工创新行为之间的调节效应。以往研究支持了情境因素(领导风格)对个体行为的影响受情境因素(领导成员关系)或个体特征(权力距离)的影响,忽略了个体特征(角色宽度自我效能感)在个体认知(内部人身份感知)对个体行为影响的调节效应,本文引入角色宽度自我效能感的调节机制,拓宽了真实型领导对员工创新行为影响的边界条件,对相关研究具有重要的理论指导意义。

4.2 实践意义

创新是企业发展与保持竞争优势的基础。新生代员工个性独特且富有创造力,如何激发企业新生代员工的创新活力为企业创造福利,是企业面临的重要现实问题,因此探讨新生代员工的创新行为具有非常重要的现实意义。

首先,研究结果表明真实型领导能够唤醒新生

代员工的地位认知与动机,实施创新行为,有助于企业管理者对激发新生代员工自主创新的领导力实践的思考。以往领导者总是以高高在上的权力与优越感命令与控制下属,领导者在员工心里具有权力、身份地位的距离感。随着互联时代外部环境的易变性、复杂性以及新生代群体对权威主义态度的转变,新生代员工不再受制于权威,他们希望领导者能够展示自己的真情实感与价值判断,能够深入业务一线,共同参与运营决策,了解员工的想法,将公司管理事项置于开放透明的环境之中(陈春花等, 2016)。因此在新生代员工的管理实践过程中,需要领导者具备真实型领导风格中的自我意识、内化道德、平衡加工与关系透明等特征,增强新生代员工对领导行为的认同与信任,追随领导使命,积极主动为组织贡献自己的力量。

其次,本文从新生代员工内部人身份感知视角揭示了真实型领导如何激发员工的创新行为。新生代员工乐于表现自己,渴望得到组织的认可与重视,希望成为组织中的一员,同时新生代员工的抗压能力弱,当他们未受到组织重视或受到组织惩罚时,他们会心情低落,缺乏工作激情而消极怠工甚至离职。因此企业应该营造和谐、透明的工作氛围,了解员工的内在需求,引导员工对组织文化的认同,使他们融入组织大家庭,提高员工内部人身份感知,激发员工对组织的义务、情感感知(吴坤津等, 2016),表现出更多的创新行为。

最后,研究结果表明新生代员工的创新行为还会受到个体特征,如角色宽度自我效能感的影响。根据图2与图3调节效应图可知,无论在什么情境下,真实型领导风格越强、内部人身份感知越高,员工的创新行为越高,因此领导者需要真诚对待员工,提高团队成员的信任感,并以强烈的自我

意识、自信开朗的积极态度感染员工,虚心接受下属的批判性意见,激发下属的创新动机与行为;同时还需重视员工的技能培训与职业发展规划赢得员工的组织认同和领导信任,只有如此才能提高员工对组织的归属感,激发员工的积极情绪和责任感,从而有利于员工创造力的发挥。另外,一般地,角色宽度自我效能感高的员工比角色宽度自我效能感低的员工产生更多的创新行为,因此针对高创新需求岗位,企业在人员招聘阶段需要选用自信心高、思维敏捷、抗压能力高的员工,同时在管理实践中需要通过培训、鼓励等成功体验和社会说服提高员工的角色宽度自我效能感知,提高创新绩效。

4.3 研究局限与展望

本文尝试从内部人身份感知视角探讨了真实型领导对新生代员工创新行为的影响机制,丰富与拓展了真实型领导理论与新生代员工管理问题,同时由于一些主客观原因的限制,本研究还存在一些局限与不足。首先,本文研究数据均来自于同一被试,虽然运用 Harman 单因子进行检验表明同源问题能够得到有效控制,但研究结果还会存在同源方法差异问题,未来研究可采用多质多法加以控制,减少同源问题对研究结果的影响。其次,本文仅从内部人身份感知视角探讨了真实型领导对员工创新行为的影响,未来可通过 Stamper (2002) 提出的归属感视角(内部人身份感知、组织认同、心理所有权)研究新生代员工归属感对其创新行为的影响。最后本文从个体认知方面,探讨了角色宽度自我效能感在真实型领导、内部人身份感知与员工创新行为之间的正向调节作用,未来研究可探讨真实型领导与内部人身份感知之间的边界条件,深入分析新生代员工归属感的影响因素,为企业管理提供理论依据与实践对策。

参考文献

- 陈春花,曹洲涛,刘祯,等. 2016. 组织行为学:互联时代的视角[M]. 北京:机械工业出版社.
- 程坚,林英晖. 2017. 组织支持一致性与新生代员工离职意愿:员工幸福感的中介作用[J]. 心理学报,49(12):1570-1580.
- 方慧,何斌,张倩. 2017. 领导对创造力及创新绩效的影响机制研究综述[J]. 华东经济管理,31(12):60-66.
- 郭玮,李燕萍,杜旌,等. 2012. 多层次导向的真实型领导对员工与团队创新的影响机制研究[J]. 南开管理评论,15(3):51-60.
- 侯炬方,李燕萍,涂乙冬. 2014. 新生代工作价值观结构、测量及对绩效影响[J]. 心理学报,46(6):823-840.
- 傅红,段万春. 2013. 我国新生代员工的特点及动因:从新生代各种热门事件引发的思考[J]. 社会科学家,(1):88-91.
- 姜薇薇,于桂兰,孙乃纪. 2014. 新生代员工管理对策研究[J]. 兰州学刊,(1):130-136.
- 李柏洲,徐广玉,苏屹. 2014. 中小企业合作创新行为形成机理研究:基于计划行为理论的解释架构[J]. 科学学研究,32(5):777-786.
- 李燕萍,侯炬方. 2012. 新生代员工工作价值观结构及其对工作行为的影响机理[J]. 经济管理,34(5):77-86.
- 罗瑾琨,赵莉,韩杨,等. 2016. 二元领导研究进展述评[J]. 管理学报,13(12):1882-1889.
- 沈伊默,周婉茹,魏丽华,等. 2017. 仁慈领导与员工创新行为:内部人身份感知的中介作用和领导—部属交换关系差异化的调节作用[J]. 心理学报,49(8):1100-1112.
- 苏屹,周文璐,崔明明,等. 2018. 共享授权型领导对员工创新行为的影响:内部人身份感知的中介作用[J]. 管理工程学报,32(2):17-26.
- 王冬冬,钱智超. 2017. 领导成员交换差异与新生代员工敬业度的关系研究[J]. 科学学与科学技术管理,38(4):172-180.
- 王雁飞,蔡如茵,林星驰. 2014. 内部人身份认知与创新行为的关系:一个有调节的中介效应模型研究[J]. 外国经济与管理,36(10):40-53.
- 王永跃,王慧娟,王晓辰. 2015. 内部人身份感知对员工创新行为的影响:创新自我效能感和遵从权威的作用[J]. 心理科学,38(4):954-959.
- 王震,宋萌,孙健敏. 2014. 真实型领导:概念、测量、形成与作用[J]. 心理科学进展,22(3):458-473.
- 魏丽萍,陈德棉,谢胜强. 2018. 从真实型领导到真实型追随:一个跨层次二元中介模型[J]. 科学学与科学技术管理,39(9):149-164.
- 温忠麟,叶宝娟. 2014. 中介效应分析、方法和模型发展[J]. 心理科学进展,22(5):731-745.
- 吴坤津,刘善仕,王红丽,等. 2016. “真有之情”与“应有之情”:内部人身份感知对员工创新行为的双重影响机制[J]. 商业经济与管理,(7):64-72.
- 谢玉华,陈佳. 2014. 新生代员工参与需求对领导风格偏好的影响[J]. 管理学报,11(9):1326-1332.
- 杨浩,杨百寅,韩翼,等. 2016. 建设性责任知觉对真实型领导与员工创新绩效关系的中介作用研究[J]. 管理学报,13(4):533-541.
- 尹俊,王辉,黄鸣鹏. 2012. 授权赋能领导行为对员工内部人身份感知的影响:基于组织的自尊的调节作用[J]. 心理学报,44(10):1371-1382.
- 赵宜萱. 2016. 工作特征与新生代员工幸福感关系[D]. 南京:南京大学.
- 周琦玮,李倩,钱晓烨. 2017. 谦卑领导行为对团队创新影响的实证研究[J]. 科学学与科学技术管理,38(9):159-172.
- Ajzen I. 2002. Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior[J]. Journal of Applied Social Psychology,32(4):665-683.
- Amabile T M, Conti R, Coon H, et al. 1996. Assessing the work environment for creativity[J]. Academy of Management Journal,39(5):1154-1184.
- Arménio R, Filipa S, Carla M, et al. 2012. Authentic leadership promoting employees' psychological capital and creativity[J]. Journal of Business Research,65(3):429-437.
- Arménio R, Filipa S, Carla M, et al. 2014. Hope and positive affect mediating the authentic leadership and creativity

- relationship[J]. *Journal of Business Research*,67(2):200-210.
- Armstrong-Stassen M, Schlosser F. 2011. Perceived organizational membership and the retention of older workers[J]. *Journal of Organizational Behavior*,32(2):319-344.
- Avolio B J, Gardner W L. 2005. Authentic leadership development: Getting to the root of positive forms of leadership[J]. *Leadership Quarterly*,16(3):315-338.
- Axtell C M, Holman D J, Unsworth K L, et al. 2000. Shopfloor innovation: Facilitating the suggestion and implementation of ideas[J]. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*,73(3):265-285.
- Axtell C M, Parker S K. 2003. Promoting role breadth self-efficacy through involvement, work redesign and training[J]. *Human Relations*,56(1):112-131.
- Bandura A. 1986. *Social Foundations of Thought and Action*[M]. Upper Saddle River: Prentice-Hall.
- Chen Z X, Aryee S. 2007. Delegation and employee work outcomes an examination of the cultural context of mediating processes in China[J]. *Academy of Management Journal*,50(1):226-238.
- Frese M, Kring W, Soose A, et al. 1996. Personal initiative at work: Differences between East and West Germany[J]. *Academy of Management Journal*,39(1):37-63.
- Gardner W L, Avolio B J, Luthans F, et al. 2005. Can you see the real me? A self-based model of authentic leader and follower development[J]. *Leadership Quarterly*,16(3):343-372.
- Gardner W L, Cogliser C C, Davis K M, et al. 2011. Authentic leadership: A review of the literature and research agenda[J]. *Leadership Quarterly*,22(6):1120-1145.
- George B, Sims P, Mclean A N, et al. 2007. Discovering your authentic leadership[J]. *Harvard Business Review*,85(2):129-138.
- Henderson J E, Hoy W K. 1983. Leader authenticity: The development and test of an operational measure[J]. *Educational and Psychological Research*,3(2):63-75.
- Hui C, Lee C, Wang H. 2015. Organizational inducements and employee citizenship behavior: The mediating role of perceived insider status and the moderating role of collectivism[J]. *Human Resource Management*,54(3):439-456.
- Ilies R, Morgeson F P, Nahrgang J D. 2005. Authentic leadership and eudaemonic well-being: Understanding leader-follower outcomes[J]. *Leadership Quarterly*,16(3):373-394.
- Janssen O. 2000. Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour[J]. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*,73(3):287-302.
- Kernis M H. 2003. Toward a conceptualization of optimal self-esteem[J]. *Psychological Inquiry*,14(1):1-26.
- Knapp J R, Smith B R, Sprinkle T A. 2014. Clarifying the relational ties of organizational belonging: Understanding the roles of perceived insider status, psychological ownership, and organizational identification[J]. *Journal of Leadership and Organizational Studies*,21(3):273-285.
- Lapalme M È, Stamper C L, Simard G, et al. 2009. Bringing the outside in: Can 'external' workers experience insider status?[J]. *Journal of Organizational Behavior*,30(7):919-940.
- Liu D, Jiang K F, Shalley C E, et al. 2016. Motivational mechanisms of employee creativity: A meta-analytic examination and theoretical extension of the creativity literature[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*,137(C):236-263.
- Lord R G, Brown R J, Freiberg S J. 1999. Understanding the dynamics of leadership: The role of follower self-concepts in

- the leader/follower relationship[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*,78(3):167-203.
- Luthans F, Avolio B J, Cameron K S, et al. 2003. *Authentic Leadership: A Positive Developmental Approach*, Positive Organizational Scholarship[M]. San Francisco: Barrett-koehler.
- Ozyilmaz A, Erdogan B, Karaeminogullari A. 2018. Trust in organization as a moderator of the relationship between self-efficacy and workplace outcomes: A social cognitive theory-based examination[J]. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*,91(1):181-204.
- Parker S K. 1998. Enhancing role breadth self-efficacy: The roles of job enrichment and other organizational interventions[J]. *Journal of Applied Psychology*,83(6):835-852.
- Parker S K, Bindl U K, Strauss K. 2010. Making things happen: A model of proactive motivation[J]. *Journal of Management*,36(4):827-856.
- Parker S K, Williams H M, Turner N. 2006. Modeling the antecedents of proactive behavior at work[J]. *Journal of Applied Psychology*,91(3):636-652.
- Robins G, Boldero J. 2003. Relational discrepancy theory: The implications of self-discrepancy theory for dyadic relationships and for the emergence of social structure[J]. *Personality and Social Psychology Review*,7(1):56-74.
- Schaubroeck J M, Shen Y, Chong S. 2017. A dual-stage moderated mediation model linking authoritarian leadership to follower outcomes[J]. *Journal of Applied Psychology*,102(2):203-214.
- Scott S G, Bruce R A. 1994. Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace[J]. *Academy of Management Journal*,37(3):580-607.
- Shin S J, Zhou J. 2003. Transformational leadership, conservation, and creativity: Evidence from Korea[J]. *Academy of Management Journal*,46(6):703-714.
- Stamper C L, Masterson S S. 2002. Insider or outsider how employee perceptions of insider status affect their work behavior[J]. *Journal of Organizational Behavior*,23(8):875-894.
- Twenge J M, Campbell S M, Hoffman B J, et al. 2010. Generational differences in work values: Leisure and extrinsic values increasing, social and intrinsic values decreasing[J]. *Journal of Management*,36(5):1117-1142.
- Tyler T R, Lind E A. 1992. A relational model of authority in groups[J]. *Advances in Experimental Social Psychology*, (25): 115-192.
- Walumbwa F O, Avolio B J, Gardner W L, et al. 2008. Authentic leadership: Development and validation of a theory-based measure[J]. *Journal of Management*,34(1):89-126.
- Whitehead G. 2009. Adolescent leadership development: Building a case for an authenticity framework[J]. *Educational Management Administration and Leadership*,37(6):847-872.
- Zhou J, Hoever I J. 2014. Research on workplace creativity: A review and redirection[J]. *Annual Reviews of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, (1):333-359.

The Impact of Authentic Leadership on New Generation Employee Creativity: The Mediating Role of Perceived Insider Status

WANG Miaomiao, ZHANG Jie

(College of Economics and Management, Nanjing university of Aeronautics and Astronautics, Nanjing 211106, China)

Abstract: It's a hot topic that how to motivate the new generation to conduct creative ideas among of scholars and managers. We explored the complex internal mechanism between authentic leadership and new generation employees creativity based on the perspective of perceived insider status, meanwhile tested moderating effects of role breadth self-efficacy. Data from 303 new generation staffs supported our hypothesized model. Specifically, we observed that authentic leadership had significantly positive influence on new generation staff's creative behaviors. Furthermore, perceived insider status mediated the positive relationship between authentic leadership and employee creative behaviors. We further demonstrated direct effects of authentic leadership as well as perceived insider status on employee creativity were significantly stronger when employees possess high role breadth self-efficacy.

Key words: authentic leadership; new generation staffs; creativity behavior; perceived insider status; role breadth self-efficacy

期 刊 订 阅

《科学学与科学技术管理》期刊(国际标准刊号:ISSN 1002—0241;国内统一刊号:CN 12—1117/G3;邮发代号:6-42)是国内外公开发行的学术性单月刊物。

《科学学与科学技术管理》期刊每期每册 26 元,全年 12 期合计 312 元。全国邮局均可订阅,如在当地邮局无法订阅,可将订阅费通过银行直接汇给我刊,同时也请您将订单相关信息发送本刊编辑部邮箱,作为发行凭证。

账户:天津市科学学研究所(在备注栏一定注明:编辑部)

账号:0302 0105 0901 7655 306

银行:中国工商银行天津分行成都道支行

重 要 声 明

近期,有部分非法网站假冒本刊网站诱导作者投稿,从中非法获利。为此,我刊郑重声明:本刊投稿唯一方式为官方网站科学学与科学技术管理采编平台(www.ssstm.org),本刊从未委托任何机构及个人进行约稿、征稿和组稿。敬请广大作者、读者提高警惕,谨防上当受骗。如有不明事宜请直接与本刊编辑部联系(电话:022-24324829,邮箱:kxx19805@vip.126.com)。

《科学学与科学技术管理》编辑部