

魅力型领导对新生代员工创新绩效的影响

张尧, 庞学升, 陈岩

(山东理工大学 管理学院, 山东 淄博 255012)

摘要:新生代员工已成为职场中的主力军,如何激发新生代员工的创新潜能关系到企业的生存与发展。为揭示魅力型领导与新生代员工创新绩效之间的关系,构建了魅力型领导、工作投入、内部人身份感知和员工创新绩效的理论模型。基于226份新生代员工样本数据的分析结果表明:魅力型领导能够有效提升新生代员工创新绩效;工作投入在魅力型领导与新生代员工创新绩效的关系中起中介作用;工作投入与内部人身份感知之间的交互对于新生代员工创新绩效有显著的正向作用。

关键词:新生代员工;创新绩效;魅力型领导;工作投入;内部人身份感知

中图分类号:F272.92 **文献标志码:**A **文章编号:**1002-980X(2019)11-0033-07

1 研究模型

在当今高度不确定和竞争日益激烈的市场环境中,企业只有持续地进行创新才能在市场竞争中保持竞争优势。员工创新是推动企业创新的根基和起点,对企业的生存和永续成长至关重要^[1]。近年来,新生代“80后”“90后”员工已成为职场中的主力军,他们具有较高的知识、技能水平,精力旺盛,创新意识较强,乐于接受具有挑战性的工作^[2],但他们自主意识强、离职和工作倦怠现象较普遍,尚未充分施展自己的创造力^[3]。因此,如何有效激活新生代员工的潜能,提升新生代员工创新绩效不仅是企业管理实践者面临的重要挑战,也得到学者们的关注。

回顾以往的文献可以看出,学者们对新生代员工创新绩效的研究大都关注工作价值观^[4]、自我效能^[5]、真实型领导^[3]、精神型领导^[6],虽然已有研究关注到领导行为风格的重要性,但相关研究还较少,尚未有学者探讨魅力型领导与新生代员工创新绩效的关系。领导行为风格是影响员工创新行为与绩效的重要因素^[7],魅力型领导多兴起于需要提升员工忠诚度和绩效的组织情境,能够对员工产生积极影响^[8]。研究指出,魅力型领导对员工工作态度^[9]、行为^[10]和创造力^[11]等有促进作用。新生代员工自主意识和创新意识较强,渴望尊重,排斥传统的家长式领导与权威式领导^[12],并且他们时常感到迷茫,没

有方向^[13]。魅力型领导产生的组织情境正是新生代员工管理急需解决的问题,并且魅力型领导愿景表达、关心员工、敢于挑战常规等独特的行为方式与新生代员工的工作诉求极为吻合,因此,魅力型领导对于提升新生代员工创新绩效有重要意义。工作投入是一种积极的工作状态,常被认为是工作倦怠的解药^[14]。魅力型领导所展示的“魅力”行为被员工感知时,能够激发员工对领导的信任、认同与追随,进而唤醒员工的工作激情、奉献精神与专注度,提升员工工作投入^[9]。研究表明,工作投入是连接情境与绩效的桥梁^[15],高工作投入的员工追求挑战,百折不挠,更有可能产生创新绩效^[16]。因此,我们引入工作投入作为魅力型领导与新生代员工创新绩效之间的中介变量。内部人身份感知是员工归属感的自我感受,即员工认为自己是组织“内部人”,与组织联系密切^[17],能够对员工的工作态度与行为产生影响^[18]。工作投入是员工取得高绩效的前提,相较于一般员工来说,内部人身份感知水平高的员工重视组织利益,更加关注组织的未来与发展,他们在完成工作任务的同时更愿意从事有利于组织发展的创新活动,进而实现更高水平的创新绩效^[19]。为此,探讨内部人身份感知在工作投入与员工创新绩效之间的调节作用。

综上所述,本文基于目标设置理论和社会交换理论研究魅力型领导与新生代员工创新绩效之间的

收稿日期:2019-10-28

基金项目:国家自然科学基金“绿色人力资源管理:影响因素与作用效果的跨层次追踪研究”(71872102);山东省社会科学规划研究项目“我国服务业企业人力资源管理强度对服务创新的影响与作用机制研究”(16CGLJ23)

作者简介:张尧(1995—),女,山东淄博人,山东理工大学管理学院硕士研究生,研究方向:服务创新,人力资源管理;庞学升(1964—),男,山东潍坊人,山东理工大学管理学院教授,研究方向:人力资源管理;陈岩(1970—),女,山东淄博人,山东理工大学管理学院副教授,研究方向:创新创业、人力资源管理。

关系,再分析二者关系中存在的中介作用(工作投入)与调节作用(内部人身份感知),以求更细致地了解魅力型领导对新生代员工创新绩效的影响与作用机制,为企业提升新生代员工创新绩效,保持竞争优势提供更多有价值的参考。本研究构建的理论模型如图 1 所示。

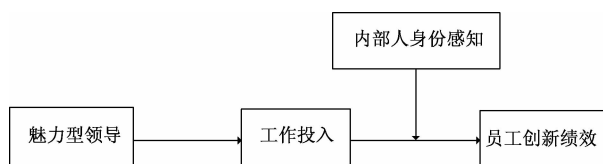


图 1 魅力型领导影响新生代员工创新绩效的理论模型

2 理论分析与研究假设

2.1 魅力型领导与新生代员工创新绩效

“魅力”一词最早由韦伯提出,它描述了少数人所具有的独特的、非凡的人格特质。House^[20]将“魅力”引入管理学领域,提出了“魅力型领导”后,真正引起了组织行为学领域学者们的关注。Conger和Kanungo^[21]认为,魅力型领导存在于领导与下属相互作用的过程中,能感召和影响下属,它的产生归因于下属对领导者行为的感知,并将其解构为愿景及表达、个人冒险、环境敏感、成员需求敏感和非常规行为 5 个维度。首先,愿景及表达是指领导者向下属描述具有吸引力的组织愿景,以此来激励员工;个人冒险是指领导者极具冒险精神,为了组织利益进行有个人风险的活动;环境敏感是指领导者对组织外部环境和内部环境高度敏感,能够预测未来趋势并利用已有资源减少发展制约;成员需求敏感是指领导者能够敏锐地察觉下属的需求变化,尊重、支持、鼓励下属;而非常规行为是指领导者采取异乎寻常的行为以实现组织目标。

员工创新绩效是企业创新的基础,也是企业维持竞争性优势的源泉。Janssen 和 Van Yperen^[22]认为,员工创新绩效是指员工在工作角色、团体或组织内有目的地产生、推销并实施新想法以有益于角色绩效、团体或组织。一般来说,创新绩效的产生包括问题的识别、创新性想法的产生和创新性想法的实施三个阶段^[23]。研究指出,魅力型领导风格对下属的工作态度及绩效有积极的促进作用,能够激励下属实现超预期的绩效^[24]。魅力型领导对新生代员工创新绩效的积极作用的具体表现如下:

(1)魅力型领导的愿景及表达清晰地向下属陈述了富有挑战性的组织目标、对下属的期望及实现的信心。根据目标设置理论,目标带有激励性,能够

引导人们朝既定的方向努力^[25],个体会基于他人或组织的期望来调整自己的行为以达到预期要求^[26]。在领导的愿景激励下,富有创造力的新生代员工会积极主动地实施创新性想法,产生创新绩效。

(2)魅力型领导敢于挑战已有范式,不惧怕承担创新活动带来的风险,这对员工起到了示范作用,向他们传递了勇气与胆量,激励高自我效能感的新生代员工主动参与创新活动^[11]。

(3)魅力型领导对环境中的机会与威胁高度敏感,能够采取积极的措施应对环境变化,这为迷茫的新生代员工指明了努力的方向,有效的激活了新生代员工的创新潜能^[27]。

(4)魅力型领导关注成员需求,能够满足新生代员工渴望他人尊重与重视的需求。根据社会交换理论,领导对员工的关注会促使员工产生一种回报的责任意识^[27]。因此,在魅力型领导风格下,新生代员工会更加热情地参与创新活动。

(5)为追求组织目标,魅力型领导采取非常规的行为,他们自身具备创造力并鼓励员工打破传统,支持员工的创新行为,能够促使新生代员工更多独特的创新构想的产生和实施^[28]。

基于以上论述,我们认为,魅力型领导对新生代员工创新绩效有促进作用,提出假设 1:

魅力型领导正向影响新生代员工创新绩效(H1)。

2.2 工作投入的中介作用

工作投入常常被用来衡量员工工作态度和预测工作成果。Schaufeli 等^[14]认为,工作投入是个体一种积极、充实的心理状态,具体表现在活力、奉献和专注三个维度。首先,活力意味着员工精力充沛,心理韧性高,愿意为工作投入精力并且面对困难仍然坚持不懈;其次,奉献是指员工积极参与工作,对工作抱有热情与自豪感,感知到工作具有重要意义并乐于接受挑战;最后,专注指的是员工充分潜心于工作,从而时间很快流逝,并且员工很难与工作分离。研究发现,个人资源^[29]、工作重塑^[30]、领导-成员喜欢一致性^[31]对员工工作投入有积极作用,领导者信息共享行为^[32]、上级无礼行为^[33]、悖论型领导^[34]等领导行为同样会影响工作投入水平。魅力型领导的愿景及表达使员工对组织目标及远景产生更加清晰的认知,实现了组织与员工目标的统一,进而激发员工的工作热情,为工作倾注更多时间和精力^[35];魅力型领导对员工需求的关注建立起了一种亲密、信任的领导成员交换关系,根据社会交换理论的互惠原则,员工对领导和组织的回报意愿更强烈,奉献意愿更高,进而会以更加认真、积极的态度对待工作,

全身心投入工作,积极应对工作中的困难与挑战^[31];魅力型领导为了实现组织目标而冒险采取非常规行为时,员工会油然而生对领导的认同感,进而在工作中更具奉献精神,承担挑战性工作并持之以恒^[9]。因此,我们认为,魅力型领导能够提高员工工作投入,提出假设 2:

魅力型领导正向影响工作投入(H2)。

Christian 等^[36]指出,高水平的工作投入能够改善员工的行为与绩效。相关研究认为,工作投入能够正向影响员工创新,高投入程度有助于激发员工的创造力^[16]。创新的过程充满着复杂性和风险性,创新的结果具有高度不确定性,因此,新生代员工创新绩效的实现不仅需要其丰富的知识与技能,还需要其高度的工作投入^[37]。活力使员工精力充沛,坚持不懈;奉献和专注使员工潜心于工作,直面挑战^[14]。高强度的工作投入下,新生代员工精力充沛,工作热情高涨,他们愿意为工作倾注更多时间和精力,能够从容面对创新活动可能会带来的困难、风险和不确定性,积极主动的寻找富有创造性的想法和观点解决工作中的难题,推销新想法,并努力寻求在工作中实践新想法,进而产生员工创新绩效^[38]。低工作投入的员工缺乏“活力”“奉献”和“专注”,他们心理韧性不高,缺乏坚持不懈的精神,没有全身心的投入工作,因而难以产生创新性成果,即创新绩效水平较低。由此,我们认为,工作投入可能在魅力型领导与新生代员工创新绩效之间起中介作用,提出假设 3 和假设 4:

工作投入正向影响新生代员工创新绩效(H3);

工作投入在魅力型领导与新生代员工创新绩效之间的关系中起中介作用(H4)。

2.3 内部人身份感知的调节作用

Stamper 和 Masterson 提出的“内部人身份感知”代表了组织与员工关系的一个新的维度,是员工感知的自身在组织内获得个人空间及被接受的程度,即反映了员工对自己归属于特定组织“内部人”的感知程度^[17]。高内部身份人感知的新生代员工感知到自己是组织内部的一份子,组织的命运与其自身休戚与共^[39],并促使其展现积极的工作态度和行为^[18]。工作投入状态下,新生代员工主动投身于工作中,倾向于积极的承担工作职责,当内部人身份感知水平也较高时,他们感知自己是“内部人”,进而更加重视组织利益并且对组织目标产生强烈的认同感^[17],这种认同感促使员工主动投入到组织发展中,积极采取有益于组织发展的创新行为,从而产生创新绩效^[19]。游离的“外部人”具有低程度的内部人身份感知,对组织的认同感也较低,他们对工作的投入倾向于按部就班地完成自己的工作职责,难以

为了组织利益承担风险创造性的解决问题,因而创新绩效水平较低。因此,我们认为,内部人身份感知强化了工作投入与新生代员工创新绩效之间的关系,即内部人身份感知正向调节工作投入与新生代员工创新绩效之间的关系,提出如下假设:

工作投入与内部身份人感知之间的交互正向影响新生代员工创新绩效(H5)。

3 研究设计

3.1 研究样本

本研究以调查问卷为工具收集数据,对北京、江苏以及山东地区员工规模在 100 人以上企业的“80 后”“90 后”新生代员工进行了调研。在正式发放问卷之前进行了预测试,根据测试反馈对题项表述和问卷设计进行了修订以保证问卷的可理解性。正式调研分两阶段进行,第一阶段(2018 年 9 月)的调查内容为魅力型领导、内部人身份感知、工作投入及被调者的基本信息;三个月后进行了第二次调查,调查内容为员工创新绩效。共计发放纸质问卷 350 组,回收 287 组,回收率为 82%,有效问卷 226 组,有效率为 78.7%。其中,女性占 51.8%、男性占 48.2%;“90 后”员工占 58.8%、“80 后”员工占 41.2%;大专及以下占 38.9%、本科占 41.2%、硕士及以上占 19.9%;工作年限方面,3 年以下占 63.7%、3~5 年占 9.3%、5 年及以上占 27.0%。

3.2 变量测量

魅力型领导、内部人身份感知、工作投入和员工创新绩效的测量均采用 Likert 五级量表,按照“非常不符合”“较不符合”“一般”“较符合”“非常符合”,分别计 1、2、3、4、5 分,以合计各构念的分数。问卷变量测量说明如下。

魅力型领导:采用 Conger 等^[8]开发的量表,共 20 个题项,如“我的领导为实现组织目标,采取非常规行为”。该量表的 Cronbach's α 为 0.902,具有良好的信度。

内部人身份感知:采用了 Stamper 和 Master-son^[17]开发的量表,共 6 个题项,如“我感觉我是公司的一部分”。该量表的 Cronbach's α 为 0.915,具有良好的信度。

工作投入:借鉴 Schaufeli 等^[14]开发的量表,共 8 个题项,如“工作时,我感到自己强大而且充满活力”。该量表的 Cronbach's α 为 0.911,具有良好的信度。

员工创新绩效:采用 Scott 和 Bruce^[23]开发的量表,共 6 个题项,如“对于实践创造性想法我有充分的计划和安排”。该量表的 Cronbach's α 为 0.889,具有良好的信度。

控制变量:本研究将员工的性别、年龄、教育程度、工作年限、职位和创新性工作要求设为控制变量。

4 数据分析和结果

4.1 描述性统计、相关及同源方差分析

表 1 总结了各变量的均值、标准差以及相关系

数,魅力型领导正相关于工作投入($r=0.578, p<0.01$)与员工创新绩效($r=0.329, p<0.01$),同时,工作投入与员工创新绩效显著正相关($r=0.356, p<0.01$),支持本文的研究假设。此外,Harman 单因素检验结果显示,第一主成分方差贡献率为 40.395%,低于临界值 50%^[40],即不存在严重的共同方法偏差。

表 1 各变量的均值、标准差及 Pearson 相关系数

变量	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. 性别	1									
2. 教育程度	0.095	1								
3. 职位	0.193**	-0.058	1							
4. 工作年限	-0.128	-0.358**	-0.305**	1						
5. 年龄	-0.095	-0.499**	-0.265**	0.503**	1					
6. 创新性工作要求	0.013	0.068	-0.029	-0.013	0.024	1				
7. 魅力型领导	-0.027	0.156*	0.035	0.002	-0.015	0.418**	1			
8. 工作投入	0.035	0.116	0.016	0.015	0.006	0.580**	0.578**	1		
9. 内部人身份感知	-0.046	0.087	-0.023	0.032	0.045	0.486**	0.508**	0.632**	1	
10. 员工创新绩效	-0.063	0.142*	-0.008	-0.129	-0.089	0.292**	0.329**	0.356**	0.278**	1
平均值	1.52	2.65	3.25	2.40	1.90	4.018	3.939	3.929	3.977	4.197
标准差	0.501	0.969	0.919	1.433	0.845	0.658	0.666	0.623	0.603	0.881

注:**表示 $p<0.01$; * 表示 $p<0.05$ 。

4.2 假设检验分析

4.2.1 主效应和中介效应

本研究运用软件 SPSS 23.0,采用分层回归方式对研究假设进行检验。首先,分以下 4 个步骤对主效应和中介效应(H1、H2、H3 和 H4)进行检验:

(1)自变量对因变量的影响。依次将控制变量和自变量引入回归方程,分析魅力型领导与新生代员工创新绩效的关系。

(2)自变量对中介变量的影响。依次将控制变量和自变量引入回归方程,分析魅力型领导与工作投入的关系。

(3)中介变量对因变量的影响。依次将控制变量和中介变量引入回归方程,分析工作投入与新生代员工创新绩效的关系。

(4)中介效应。首先引入控制变量和自变量,再放入中介变量,分析魅力型领导和工作投入对新生代员工创新绩效的影响。

表 2 展示了层级回归分析的结果。表 2 中,由模型 4 可知,魅力型领导对新生代员工创新绩效的正向影响显著($\beta=0.323, p<0.01$)。由此,H1 得到验证。由模型 2 可知,魅力型领导对工作投入的正向影响显著($\beta=0.374, p<0.01$)。由此,H2 得到验证。由模型 5 可知,工作投入对新生代员工创新绩效的正向影响显著($\beta=0.403, p<0.01$),H3 得到验证。由模型 6 可知,在加入中介变量后,魅力型领导对新生代员工创新绩效的正向作用受到影响

($\beta=0.214, p<0.05$),同时工作投入对新生代员工创新绩效的正向影响仍然显著($\beta=0.291, p<0.01$)。由此,H4 得到验证,即工作投入在魅力型领导与新生代员工创新绩效之间起部分中介作用。本文进一步运用 Bootstrap 法检验工作投入的中介作用,表 3 的结果显示,魅力型领导通过工作投入影响新生代员工创新绩效的间接效应显著($\beta=0.109$),95%置信区间为[0.058, 0.510](不包含 0);而魅力型领导影响新生代员工创新绩效的直接效应显著($\beta=0.214$),95%置信区间为[0.036, 0.199](不包含 0),同样验证了工作投入的部分中介作用。

4.2.2 调节效应

为了验证调节效应,本研究先将员工创新绩效设为因变量,再依次引入控制变量、中介变量、调节变量和中变量与调节变量的交互项。在引入交互项时,对中介变量和调节变量进行了标准化处理以消除多重共线性。表 2 展示了层级回归结果。由模型 8 可知,工作投入与内部人身份感知的交互对新生代员工创新绩效的正向影响显著($\beta=0.110, p<0.05$),这表明内部人身份感知调节工作投入与员工创新绩效之间的关系:当内部人身份感知水平较高时,工作投入对员工创新绩效的促进作用越强;否则,越弱。因此,H5 得到验证。工作投入与内部人身份感知的交互作用影响如图 2 所示。

表 2 假设检验结果

类别		工作投入		员工创新绩效					
		模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6	模型 7	模型 8
控制变量	性别	0.019	0.047	-0.152	-0.128	-0.160	-0.142	-0.153	-0.173
	教育程度	0.079	0.029	0.079	0.036	0.047	0.027	0.044	0.050
	职位	0.047	0.018	-0.012	-0.037	-0.031	-0.043	-0.032	-0.029
	工作年限	0.031	0.018	-0.064	-0.075	-0.076	-0.080	-0.077	-0.089
	年龄	0.028	0.011	-0.012	-0.027	-0.023	-0.030	-0.027	-0.017
	创新性工作要求	0.543**	0.389**	0.383**	0.249**	0.164	0.136	0.150	0.168
自变量	魅力型领导		0.374**		0.323**		0.214*		
中介变量	工作投入					0.403**	0.291**	0.358**	0.407**
调节变量	内部人身份感知							0.088	0.115
交互效应	工作投入×内部人身份感知								0.110*
R ²		0.350	0.477	0.116	0.163	0.168	0.185	0.170	0.186
F		19.667**	28.426**	4.776**	6.060**	6.304**	6.157**	5.572**	5.466**
ΔR ²		0.350	0.127	0.116	0.047	0.052	0.022	0.002	0.016

注：**表示 $p < 0.01$ ；* 表示 $p < 0.05$ 。

表 3 工作投入中介作用的 Bootstrap 检验结果

路径	估计值	标准误	95%置信区间
直接效应：魅力型领导→员工创新绩效	0.214	0.119	[0.036, 0.199]
间接效应：魅力型领导→工作投入→员工创新绩效	0.109	0.042	[0.058, 0.510]

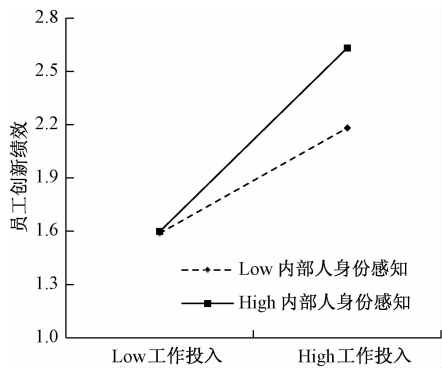


图 2 工作投入与内部人身份感知的交互作用

5 研究结果讨论

5.1 研究结论

本研究以新生代员工为样本,构建了魅力型领导与新生代员工创新绩效的关系模型,探析了魅力型领导对新生代员工创新绩效的影响机制以及内部人身份感知在其中的调节作用,运用 SPSS 23.0 进行实证检验和分析,对本文涉及的研究假设作出以下结论。

(1)H1 得到验证。证实了魅力型领导对新生代员工创新绩效的正向影响,即魅力型领导能提高新生代员工创新绩效水平。本研究探讨魅力型领导与新生代员工创新绩效的关系,实证揭示了魅力型领导与新生代员工创新绩效的内在联系,发现魅力型领导能够显著提升新生代员工创新绩效,丰富了魅力型领导结果变量和新生代员工创新绩效前因变

量的研究。

(2)H2、H3 和 H4 均得到验证。证实了魅力型领导正向影响工作投入,工作投入正向影响新生代员工创新绩效,这意味着工作投入在魅力型领导与新生代员工创新绩效的关系中起中介作用,即魅力型领导通过影响员工工作投入,来提升其创新绩效水平。本研究构建了“魅力型领导—工作投入—员工创新绩效”的演进路径,该结论对于探究工作投入的影响因素有一定的贡献,同时,也为进一步揭秘魅力型领导和新生代员工创新绩效之间的“黑箱”提供了依据。

(3)H5 通过了实证检验,证实了内部人身份感知的正向调节作用,工作投入与内部人身份感知之间的交互能提升新生代员工创新绩效。工作投入正相关于员工创新绩效,随着内部人身份感知的提升,工作投入与员工创新绩效之间的正相关会被加强,即此时员工创新绩效的水平更高。该结论有助于深化工作投入对员工创新绩效作用边界的认识。

5.2 管理启示

研究表明,魅力型领导对提升新生代员工创新绩效有积极的促进作用,工作投入在魅力型领导与新生代员工创新绩效之间起中介作用,工作投入与内部人身份感知的交互有助于增强新生代员工创新绩效,本研究结论对新生代员工创新绩效管理实践有一定的指导意义。

(1)魅力型领导为新生代员工绩效提升提供了一条新的实现路径,企业必须关注魅力型领导对激发新生代员工创新潜能的重要性,重视对领导者“魅

力”的塑造和培养。首先,企业应注重培养领导者对环境的敏感度,使领导者能够识别环境中的机会与威胁进而准确预测未来趋势并向员工传达企业美好远景;其次,鼓励领导者与下属建立亲密的关系,可以组织定期的谈话活动,加强与员工之间的沟通,及时了解不同员工的困难与需求,实行差异化支持,进而使员工愿意为了组织目标发挥自己的潜能。最后,培养领导者的冒险精神,使其在工作中展现非常规行为进而在潜移默化中对员工产生影响。另外,在领导者的招聘,晋升等环节中,除了关注候选人的专业技能、管理能力外,也要重视领导魅力方面的考察,任用魅力型领导。

(2)内部人身份感知能够强化工作投入对新生代员工创新绩效的正向作用,当员工内部人身份感知水平较高时,员工更愿意为了组织发展进行创新活动,进而产生创新绩效。因此,企业应该注重提升员工的内部人身份感知,提升员工对组织目标的认同感,促使员工在完成工作任务的同时,积极为组织发展出谋划策。要想强化员工的内部人身份感知,首先,企业应重视和认可员工,提高员工决策参与度,鼓励员工发表自己的见解,使其真正感知到自己是“内部人”;其次,注重对员工的指导与培养,赋予员工更多挑战性的任务,使员工感知到自己在工作中的价值;最后,营造包容、平等和亲和的组织氛围,公平、平等地对待每一位员工,使员工尽快融入组织。

5.3 研究局限与展望

本文以新生代员工研究对象,通过实证研究构建了魅力型领导、工作投入、内部人身份感知和员工创新绩效之间的影响机制,但研究仍存在局限性。首先,研究数据的获取均来源于员工自评,虽检验证明不存在严重的共同方法偏差,但未来可以采用多源评价方式收集数据;第二,研究证实了工作投入在魅力型领导与新生代员工创新绩效之间的中介作用,但魅力型领导可能通过其他路径对新生代员工创新绩效产生影响,未来可以从其他视角来研究中介机制。

参考文献

- [1] HOLZMANN V, GOLAN J. Leadership to creativity and management of innovation? The case of the “innovation club” in a production company[J]. American Journal of Industrial & Business Management, 2016, 6(1): 60-71.
- [2] 申传刚,杨璟,李海燕.个体创造力对创业意向的影响:以新生代员工为例[J].科技进步与对策,2018,35(18): 145-151.
- [3] 王苗苗,张捷.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[J].科学学与科学技术管理,2019,40(3): 127-141.
- [4] 丁越兰,徐显航,覃鹏.新生代员工工作价值观、企业性质对创新绩效的影响[J].商业研究,2016(9): 159-166.
- [5] 张伶,连智华.基于组织公正调节中介模型的新生代员工自我效能和创新绩效研究[J].管理学报,2017,14(8): 1162-1171.
- [6] 万鹏宇,邹国庆,汲海峰.精神型领导对知识型员工创新绩效的影响——知识分享和领导认同的作用[J].技术经济,2019,38(5): 29-37, 66.
- [7] 方慧,何斌,张倩.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,2017,31(12): 60-66.
- [8] CONGER J A, KANUNGO R N, MENON S T. Charismatic leadership and follower effects[J]. Journal of Organizational Behavior, 2000, 21(7): 747-767.
- [9] 姚春序,刘艳林.魅力型领导与下属工作投入:双维认同构念的中介机制[J].心理科学,2013,36(4): 942-948.
- [10] 李万明,鲁春洋,程豹.魅力型领导与员工建言行为的关系:领导-成员交换的中介作用[J].领导科学,2016(8): 30-33.
- [11] 张鹏程,刘文兴,廖建桥.魅力型领导对员工创造力的影响机制:仅有心理安全足够吗?[J].管理世界,2011(10): 94-107.
- [12] 罗瑾琰,赵莉,韩杨,等.双元领导研究进展述评[J].管理学报,2016,13(12): 1882-1889.
- [13] 张君,孙健敏,尹奎.90后新生代员工的特征:基于社会表征的探索[J].企业经济,2019(8): 111-117.
- [14] SCHAUFELI W B, BAKKER A B, SALANOVA M. The measurement of work engagement with a short questionnaire[J]. Educational & Psychological Measurement, 2006, 66(4): 701-716.
- [15] RICH B L, LEPINE J A, CRAWFORD E R. Job engagement: antecedents and effects on job performance[J]. Academy of Management Journal, 2010, 53(3): 617-635.
- [16] 黄俊,贾煜,秦颖,等.员工感知的企业员工责任会激发员工创新行为吗——工作满足和工作投入的中介作用[J].科技进步与对策,2016,33(22): 116-121.
- [17] STAMPER C L, MASTERTON S S. Insider or outsider? How employee perceptions of insider status affect their work behavior[J]. Journal of Organizational Behavior, 2002, 23(8): 875-894.
- [18] 刘宗华,李燕萍,郑馨怡.工作嵌入对员工创新行为的影响:内部人身份感知和主管支持的作用[J].中国人力资源开发,2018,35(7): 146-156.
- [19] 刘蕴.道德型领导能提升员工创新行为吗?——内部人身份感知和垂直集体主义的作用[J].中国人力资源开发,2017(11): 32-42.
- [20] HOUSE R J. A 1976 theory of charismatic leadership [M]. Hunt J G, Larson L L. Leadership: the cutting edge. Carbondale: Southern Illinois University Press, 1977: 189-207.
- [21] CONGER J A, KANUNGO R N. Charismatic leadership in organization[J]. Academy of Management Review, 1988, 13(24): 266-285.

- [22] JANSSEN O, VAN YPEREN N W. Employees' goal orientations, the quality of leader-member exchange, and the outcomes of job performance and job satisfaction [J]. The Academy of Management Journal, 2004, 47 (3): 368-384.
- [23] SCOTT S G, BRUCE R A. Determinants of innovation behavior: a path model of individual innovation in the workplace[J]. Academy of Management Journal, 1994, 37(3): 580-607.
- [24] BASS B M. Leadership and performance beyond expectations [M]. New York: Free Press, 1985.
- [25] NEUBERT M J, DYCK B. Developing sustainable management theory: goal-setting theory based in virtue[J]. Management Decision, 2016, 54(2): 304-320.
- [26] EDEN D, GELLER D, GEWIRTZ A, et al. Implanting pygmalion leadership style through workshop training: seven field experiments [J]. Leadership Quarterly, 2000, 11(2): 171-210.
- [27] 王华强, 袁莉. 魅力型领导、创造自我效能感与员工创造力[J]. 华东经济管理, 2016, 30(12): 143-147.
- [28] MATTHEW C T. Leader creativity as a predictor of leading change in organizations[J]. Journal of Applied Social Psychology, 2010, 39(1): 1-41.
- [29] WINGERDEN J V, DERKS D, BAKKER A B. The impact of personal resources and job crafting interventions on work engagement and performance[J]. Human Resource Management, 2017, 56(1): 51-67.
- [30] HARJU L K, HAKANEN J J, SCHAUFELI W B. Can job crafting reduce job boredom and increase work engagement? A three-year cross-lagged panel study [J]. Journal of Vocational Behavior, 2016, 95: 11-20.
- [31] 孔茗, 袁悦, 钱小军. 领导-成员喜欢一致性对员工工作投入的影响及其机制[J]. 南开管理评论, 2017, 20(6): 104-115.
- [32] 陈倩倩, 樊耘, 吕霄, 等. 领导者信息共享行为对员工绩效的影响机制研究——工作投入的中介作用及情感信任的调节作用[J]. 预测, 2018, 37(3): 15-21.
- [33] 刘嫦娥, 黄杰, 谢玮, 等. 上级无礼行为对员工工作投入的影响机制研究[J]. 管理学报, 2019, 16(9): 1344-1352.
- [34] 杨柳. 悖论型领导对员工工作投入的影响:有调节的中介模型[J]. 心理科学, 2019, 42(3): 646-652.
- [35] 罗瑾琰, 门成昊, 钟竞. 动态环境下领导行为对团队创造力的影响研究[J]. 科学学与科学技术管理, 2014, 35(5): 172-180.
- [36] CHRISTIAN M S, GARZA A S, SLAUGHTER J E. Work engagement: a quantitative review and test of its relations with task and contextual performance[J]. Personnel Psychology, 2011, 64(1): 89-136.
- [37] 苏伟琳, 林新奇. 上级发展性反馈对员工创新行为影响研究——核心自我评价与工作投入的作用[J]. 科技进步与对策, 2018, 35(4): 101-107.
- [38] 刘轩. 科技人才政策与创新绩效关系的实证研究——一个被中介的调节模型[J]. 技术经济, 2018, 37(11): 65-71.
- [39] 赵斌, 韩盼盼, 赵凤娜. 价值观匹配与员工创新行为——内部人身份感知和批判性思维的作用[J]. 软科学, 2017, 31(3): 83-86, 91.
- [40] HAIR J F, TATHAM R L, ANDERSON R E, et al. Multivariate data analysis, 5/E[M]. Upper Saddle River: Prentice Hall, 1998: 648-650.

The Impact of Charismatic Leadership on New Generation Employees' Innovation Performance

Zhang Yao, Pang Xuesheng, Chen Yan

(Business School, Shandong University of Technology, Zibo 255012, Shandong, China)

Abstract: The new generation employees has become the main force in the workplace. How to stimulate the innovation potential of the new generation employees is related to the survival and development of the company. In order to reveal the relationship between charismatic leadership and new generation employees' innovation performance, this paper constructs a theoretical model of charismatic leadership, work engagement, perceived insider status and employees' innovation performance. Based on the analysis of 226 samples data from new generation employees, the results show that, charismatic leadership can effectively promote new generation employees' innovation performance, work engagement plays a mediating role in the relationship between charismatic leadership and new generation employees' innovation performance, the interaction between work engagement and perceived insider status has a significant positive impact on new generation employees' innovation performance.

Keywords: new generation employees; innovation performance; charismatic leadership; work engagement; perceived insider status