

IT 高科技企业创新氛围对团队创造力的影响

王明杰

(中国政法大学人力资源管理与创新研究中心, 北京 100088)

摘要 收集 IT 高科技企业创新氛围与创造力研究的各类研究文献, 对相应的研究体系和其理论成果作出了组织创新氛围、知识型员工团队创造力、企业内部隐性知识共享及变量间关系研究的述评比较, 构建高效的研究成果的共享机制是 IT 类企业真正实现战略规划的重要目标。

关键词 IT 高科技企业 创新氛围 创造力

中图分类号: F272.9

文献标识码: A

文章编号: 1007-0745(2022)07-0070-04

信息技术高科技产业是我国经济发展的重要推动力。信息技术行业对于知识型员工发挥创造力有着非常高的要求, 国内外都高度重视 IT 高科技企业创新氛围与创造力研究。

1 组织创新氛围研究综述

1.1 组织创新氛围的概念

根据 Conti (1996) 的陈述, 组织创新氛围, 也就是一个组织的成员个体对于整体环境的各种不同维度的感受性体验的综合^[1]。按照笔者对近年国内外学者在这方面研究成果的探讨, 关于组织创新氛围的定义基本上可以分为两方面。其一, 对于组织创新氛围的认识着重于“结构性”, 这些学者倾向于认为, 组织的氛围具备相对客观的特征, 其性质取决于组织的架构、规章制度、运作模式等。其二, 对于组织创新氛围的认识着重于“知觉性”。

就近年来的学界研究成果而言, 由于管理学的发展更倾向于人本主义, 倾向于对旧有的绝对抽象、客观的理论范式进行超越, 知觉性观点属于明显更加广泛被近年来学界接纳的一种定义。其中 Parker (2003) 提出的观点比较具有代表性, 他认为对于企业而言, 组织创新氛围是每个企业员工对自己所处的工作环境的感受性, 组织创新氛围的好坏则取决于员工本人在企业中感受到的来自团队、他人与环境的支持、鼓励的程度^[2]。

我国学者刘云 (2011) 在其研究基础上做了进一步的探索, 提出组织创新氛围不仅取决于员工的主观感受性因素, 它在实践研究中还应该具有良好的可被测量性, 同时对于企业中的组织个体有着实在的影响。

同时, 他的研究中提出, 由于 Parker 提出的第四个关于组织创新氛围的影响维度是关于负性影响因素的, 这些影响因素也可以被分类概括到组织创新氛围的前三个维度中去, 故建立三维模型就足以较好地描述企业的组织创新氛围, 即主管支持、组织支持与同事支持这三个维度。以下列举一些常见的组织创新氛围维度与测量方法:

根据对目前研究现状的总结, 本文的研究中同样采取现阶段在管理学界较为主流的观点, 将后续探究中的组织创新氛围定义为组织的成员个体对于整体环境的各种不同维度的感受性体验的综合。根据本文的研究调研对象, 即 IT 高科技企业, 本文将着重于从 IT 高科技企业员工个人对于组织的整体主观感受, 来进行对组织创新氛围的描述与刻画; 同时, 在后续的量表建立中, 采取主管支持、组织支持与同事支持的三维度分类法来进行划分。

1.2 组织创新氛围的相关变量研究

1.2.1 对组织创新氛围产生影响的因素

如何为人才创新提供有利的体制机制环境是我国科技体制创新面临的重要问题^[3]。目前, 学界已经有了诸多将组织创新氛围作为结果变量的研究成果, 概括起来有这些方面:

首先是组织本身层面的其它属性产生的影。Ekwall 等 (1999) 在针对教育行业的调研结果中提出, 组织的氛围对组织价值观有着密切的联系。Isasken (2003) 的研究提出, 企业文化也是对组织创新氛围好坏的一个重要取决依据。

其次是群体层面上的影响, 包含领导团队、下属

★基金项目: 本文系北京大学政府管理学院萧鸣政教授主持的国家社科基金十九届四中全会重大项目“国家治理体系中的选贤任能制度优势与创新发展研究”(2020-2022)的子课题的阶段性成果。

表1 组织创新氛围的维度与测量介绍

作者年代	量表名称	维度数量	具体内容
Siegel (1978)	SSSI	5	领导风格, 多样化规范, 所有制等
Ekvall (1996)	CCQ	10	挑战性, 支持创意, 信任, 思考等
Amabik (1996)	KEYS	8	组织支持, 主管支持, 团队支持, 资源等
West (1998)	TCL	4	参与安全感, 创新支持, 互动频率等
刘云 (2011)	组织创新氛围	3	组织支持, 主管支持, 同事支持

表2 组织创新氛围作为前因变量与结果变量的汇总简介

变量类别	主要内容及观点
前因变量	组织文化塑造组织气氛 (Ashforth, 1985), 个体认知方式影响其心理创新气氛 (Bandura, 1986), 组织结构因素 (组织的类型、管理政策、角色定位、人员职能、决策的集权化、沟通等) (Aliastmalchian, 1986)。
中介变量	战略人力资源管理通过组织创新气氛来影响员工的创新行为 (宋典, 袁勇志, 张伟伟, 2011); 组织创新气氛在领导成员交换、团队成员交换与员工创新行为关系中起到中介作用 (孙锐, 石金涛, 张体勤, 2009); 组织文化通过组织气氛对个体的态度和行为, 以及组织的绩效产生影响 (Marcoulides 和 Heck, 1992; Moran 和 Volkwein, 1992; Schein, 1992; Kopelman, Brief 和 Guzzo, 1990)。
结果变量	组织创新气氛与个体满意度、个人工作业绩、组织绩效相关 (Schnake, 1983; Marie L.Griffin, 2001; Lawler, Hall 和 Oldham, 1974; Lawler, Hall 和 Oldham, 1976; James 和 Jones, 1976; Hunter, 等, 2005); 组织创新气氛是决定组织有效性的要素 (Peters 和 Waterman, 1982) 组织气氛直接影响一线员工的态度和行为、认知和情感 (Fleishman, 1953; Carr, 等, 2003)。
调节变量	组织创新气氛对组织承诺与个体组织匹配度之间关系的调节作用 (Sean Valentine, Lynn Godkin 与 Margaret Lucero, 2002)。

员工团队等。Aaron (2003) 的研究成果认为, 领导的风格对于组织创新氛围来说是一个重要的因素, 领导的风格可以根据领导看重的组织目标被划分成变革型、人际关系型与任务型, 其中, 最有利于企业组织创新氛围的是变革型领导。

最后是组织的任务层面的影响。按照 Amabile (1996) 的研究观点认为, 对于企业组织而言, 来自工作环境中各层级同事等多方面提供的工作任务支持, 工作资源的充足程度、适度的相关团队创造力都是强化组织创新氛围的重要因素。

1.2.2 受组织创新氛围作用影响的因素

组织创新氛围是一个牵涉十分广泛的概念, 根据对文献调研结果的归纳, 大致可以将影响结果要素分类为个体相关因素与团队相关因素这两个维度。

首先, 对于个体相关因素而言, 组织创新氛围在创造力方面的影响也是显而易见的。Amabile (2001) 在后续的研究中, 就企业组织创新氛围对员工的工作状态影响因素给出了相应的建模方案, 模型从整体上对于激发员工的创新能力的有利要素与不利要素做出了相当全面而精要的归纳。

Scott (1994) 针对员工个人的主观感受性与其创造性思维的关联进行了研究, 提出两者之间存在正向效应的可能性。我国学者王端旭 (2011) 在组织创新氛围和创造力的关联性研究中, 提出员工在工作中的心理动机是一个重要的中介效应因素, 可以在组织创新氛围对创造力的作用关系中扮演重要的功能, 由此提出了相对应的实践层面的结论, 建议企业需要在团队成员的心理建设方面投入更多的重视。

其次, 对于团队相关因素而言, 目前学者的研究成果主要集中于组织创新氛围对团队创新绩效的影响上, 一些学者对其进行了实证研究, 并且就其影响方式也即中介变量给出了多角度的猜想与验证。Graham 等 (1996) 针对组织的团队创造力进行了分析, 提出工作时限压力会对团队的创造力造成相关影响, 在适度的情况下能造成正面影响, 但是在过度的情况下反而会造成不利影响。

根据以上的调研结果, 可以得出结论, 组织创新氛围的影响范围非常广, 同时它在员工的工作状态, 特别是创新能力上有着显著的影响力。

表3 团队创造力的研究模型总结

作者年代	研究模型类型	具体主要内容
Sawyer (1993)	组织创造力交互模型	个体创造力、团队创造力、组织创造力
Taggar (2002)	组织创造力多层模型	个体差异影响个体行为, 而个体行为影响个体创造力, 个体创造力最终影响团队创造力。
Amabile (2005)	创造性工作环境感知评价模型	环境对员工和团队创造力的影响程度, 环境感知评价八项条目。
West (2002)	团队创造力整合模型	团队的过程(如参与、沟通、反省等)实现外部市场或者是创造性的产出。

2 知识型员工团队创造力研究概述

2.1 知识型员工团队创造力的概念

知识型员工概念(Knowledge Workers), 是德鲁克(1956)最早提出的, 主要特点是具有相应的专业特长和较高的个人素质, 工作创新性, 独立性自主性, 重视成就感和精神激励。

知识型员工的主要特点在于: 具有相应的专业特长和较高的个人素质创新性, 从事的是创造性工作, 需要依靠自身的知识禀赋和灵感独立性、自主性, 倾向于拥有自主工作的环境, 强调工作中的自我引导; 高度重视成就激励和精神激励需求的多样性; 劳动主要是脑力劳动, 劳动成果大多是团队努力的结晶, 难以进行分割。

第一种是将创造力认为是个人所具备的人格特征。Miles(1997)的研究认为, 创造力可以被归结为一系列个人品质特征的综合。第二种是将创造力看作一种实践中处理问题的过程, 把创造力当做是感知因素与思维因素在交替中达到的一种对问题找到新颖的处理办法的方式。第三种是从创造力导致的结果来对其进行定义。例如Stewart(1994)认为, 创造力的关键在于能够实现具备创新性质的产品, 能够达到一系列前人尚未构想出的目的, 并且发挥实际价值。第四种是倾向于用环境与团队的视角去定义创造力。

至今以来, 团队创造力的具体定义也没有普遍的定论。总体来说, 可以将团队创造力的研究模型总结如下:

考虑到本文的研究对象的实际范畴是针对国内IT高科技企业, 其理论对象也偏重于结果导向性的实用领域, 因此, 在本文中, 对于团队创造力的定义采取这样的概述: 团队创造力是一个工作团队所产出的同企业经营活动有关的, 具备新颖特质, 能够解决新问题的研究成果。

2.2 团队创造力的相关变量研究

2.2.1 对团队创造力产生影响的因素

目前, 学界对于团队创造力的影响因素主要可以

按照来源分成两个维度进行讨论, 即个体因素与组织因素。

在个体层面上, Woodman(1993)提出, 对于团队的创新能力而言, 个体的智力特征是其中发挥最主要作用的要素。

Amabile(2005)在后续的研究中表明, 在团队创造力的诸多影响因素中, 组织中成员的心理状态与情绪是一个重要的变量。在领导者的工作方式造成的影响中, Henry(2001)对团队创造力基于领导者的工作方式、领导者的风格等因素做出了实证研究, 得出结论, 当领导在规章制度方面采取开放式管理态度, 而在团队的工作目标方面采取明确化态度。

2.2.2 受团队创造力影响的因素

在团队创造力作为前因变量的相关研究方面, 目前检索到的一些研究主要是国内外针对团队创造力对企业最终绩效的论述, 或者是将企业针对某种特质的员工的吸引力作为结果变量时的研究成果, 以及其它在创造力模型建构中的若干宽泛表述^[4]。

Woodman(1994)提出, 团队的创造力能够成为构成企业的核心竞争力的主要因素, 进而实现企业的全方位发展。我国学者王成亮(2008)提出, 团队创造力与企业的品牌建设具有关联, 一个能够以创新作为其品牌代表与象征元素的企业势必能够在长远尺度上吸引更多具有创新性人格特征的人才加盟, 进而在人才战略上形成良性循环发展的模式。

企业中的创新活动更多是涉及工作与团队的, 而不仅仅是个人的事, 因此团队创造力是当前的研究热点, 而对于团队创造力的相关因素考察也需要从多维度进行。

3 企业内部隐性知识共享研究概述

企业越来越重视对内部知识的整合管理。而知识共享则是高新技术企业发展的一个重要维度, 建立专业高效的知识共享体系, 在工作实践中更具有深刻的意义^[5]。

3.1 企业内部隐性知识共享的定义

一般而言,在企业管理的角度上,员工是知识的承载者,企业团队工作与 innovation 所必需具备的知识,都是在被员工掌握的情况下,才能够发挥作用。隐性知识共享方面,Rolando(2003)提出,隐性知识共享意味着企业内部员工之间会不惜较高的时间、机会成本,对各自已经获取的隐性知识展开传递,它往往体现出企业员工相互之间的一种较好认同感。

基于以上研究成果,针对本文的研究案例对象,本文就“企业内部隐性知识共享”这一概念给出定义:企业内部隐性知识共享是发生在企业员工之间的一种交互式行为,这种行为意味着一方试图把自己在工作经验、临场判断、体察能力等维度方面获得的难以被结构化的知识传授给对方。

3.2 企业内部隐性知识共享的影响因素研究

3.2.1 对企业内部隐性知识共享产生影响的因素

在关于企业间隐性知识分享的相关领域,目前国内外学者已经有了一定规模的关注,根据文献调研的结果,总体来说,其变量可以被归结为宏观因素与微观因素这两大类。

在宏观因素上,Faraj(2005)提出,对于企业中员工相互之间的隐性知识共享程度,主要影响因子包括企业的文化,以及公司具备的技术基础。Carson(2005)在研究中对不同国家的共计260名企业管理人员进行了大规模调研,最终得出的观点是,一个国家的集体主义文化氛围,能够较为深刻地对企业的知识分享倾向产生影响,同时,当隐性知识的分享行为与员工自己的既得利益基本不存在关联时,所有文化背景的员工在分享隐性知识方面的倾向几乎是一致的,而当隐性知识的共享会对自己所处的公司组织带来有利的结果时,则出身于集体主义文化氛围更加浓厚的国家的员工会有更强的知识共享意识。

3.2.2 受隐性知识共享影响的因素

近年来学者的研究成果表明,隐性知识共享也同样能够对很多领域产生影响。Hendri(1997)对美国多家汽车企业进行了大范围调研显示,下属员工之间的隐性知识共享意愿可以对汽车企业的竞争力与经营绩效起到非常明显的正向作用,而高层管理者之间的隐性知识共享意愿虽然也能够对企业的竞争力与绩效起到正向作用,但是影响程度没有基层员工的知识共享来得强烈。日本学者Takamoto(1998)在研究中提出,隐性知识共享对于企业的互相信任、团队协作等整体氛围能够起到明显的促进作用。

根据上述文献调研结果显示,总体而言,管理学

界对于隐性知识分享意愿的相关因素的变量实证研究,更加着重于从宏观角度展开。

4 变量间关系研究综述与研究述评

根据上述文献的研究发现,团队的创新行为是组织创新的基础,它直接关系到企业的生存和发展(Amabile,1988)组织内的创新氛围主要体现在团队中每一位员工创造力发挥及创新行为上。关于组织创新氛围与团队创新关系的研究,主要有主效应模型、相互作用模型与中介效应三种模型。最主要的是主效应模型的分析模式,如王雁飞等(2005)认为组织创新氛围会直接影响团队的创新心理和创新行为。通过对企业组织创新氛围(X),团队创造力(Y)及企业内部隐性知识共享(M)三者之间的关系研究,我们不难看出知识共享是IT类企业进行知识配置的重要手段,通过知识共享可以实现知识的重新整合,隐性知识的快速分享可以极大地提高技术人员的整体创造力,这一点对于知识密集型的IT高科技企业尤为重要。

综上所述,在IT类高科技企业里组织支持、主管支持、同事支持是组织创新氛围(X)的决定性影响因素。在上述三个主要因素的影响下又进而显著地影响团队创造力(Y),而在此过程中企业内部的隐性知识共享(M)又起着至关重要的中介作用,隐性知识共享氛围建设的重要目的之一就是通过团队成员之间的隐性知识共享相互借力成长提高,事半功倍地提高团队创造力。信息时代IT高科技企业的竞争就是人才的竞争,人才的竞争就是知识积累吸收分享机制的竞争,构建高效的研究成果的隐性知识快速共享机制是IT类企业人力资源管理部门真正实现战略人力资源规划的重要目标。

参考文献:

- [1] Siemsen,E.,Roth,A V.et al,The Influence of Psychological Safety and Confidence in Knowledge on Employee Knowledge Sharing[J].Manufacturing & Service Operations Management,2009,11(03):429-447.
- [2] 卢会志,徐晓云.内隐领导理论影响研究[M].上海:复旦大学出版社,2013:45-47.
- [3] 王明杰.以人才创新为主导推动科技体制创新[J].人民论坛,2016(06):22-23.
- [4] 林志颂,理查德·L·德特.领导学[M].北京:中国人民大学出版社,2007:41-43.
- [5] 张相林,吴新辉.人力资源战略与规划[M].北京:科学出版社,2017:88-90.