



**THE EFFECT OF QUANTUM LEADERSHIP ON EMPLOYEE
INNOVATION PERFORMANCE: THE MEDIATION OF
AFFECTIVE ORGANIZATIONAL COMMITMENT
AND THE REGULATION OF
ORGANIZATIONAL
SELF-ESTEEM**

**BY
SHENFAN ZOU**

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
INTERNATIONAL CHINESE COLLEGE**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2022**



量子型领导对员工创新绩效的影响研究：情感性组织承诺的中介
与组织自尊的调节



此论文为申请中国国际学院
工商管理专业研究生学历
之学术毕业论文

兰实大学研究生院
公历 2022 学年

Thesis entitled

**THE EFFECT OF QUANTUM LEADERSHIP ON EMPLOYEE INNOVATION
PERFORMANCE: THE MEDIATION OF AFFECTIVE
ORGANIZATIONAL COMMITMENT
AND THE REGULATION OF
ORGANIZATIONAL
SELF-ESTEEM**

by
SHENFAN ZOU

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Master of Business Administration

Rangsit University
Academic Year 2022

Asst. Prof. Chen Ao, Ph.D.
Examination Committee Chairperson

Jiang Haiyue, Ph.D.
Member

Prof. Tang Yingkai, Ph.D.
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst. Prof. Plt. Off. Vanee Sooksatra, D.Eng.)
Dean of Graduate School
May 8, 2023

致谢

时间飞梭，两年的研究生阶段已经接近尾声，很庆幸在茫茫人海中遇见兰实大学的老师们和同学们，同时很满足在兰实大学得到知识上的收获、能力上的提升。

首先，感谢我的论文导师唐英凯老师，在我撰写论文期间给予了很大的帮助。在我们指导组第一次线上开会中，唐老师生动而深刻的给我们上了一课，这一课对我来说是从一头雾水到慢慢理清思路的一把钥匙。在撰写过程中也离不开唐老师细致的指导，提出了许多宝贵的建议，撰写论文期间得遇亦师亦友的唐老师，将是此生之幸事。

其次，感谢研究生期间的各位任课老师和所有跟我有过交集的老师们，感谢各位老师的谆谆教诲，告诉我知行合一的道理，让我在管理知识和实践领域更上一层楼。难忘师恩，惟愿老师们一切都好，所得皆所求，所求皆所愿。

再次，感谢同班的兄弟姐妹，感谢大家在求学期间给我的帮助与关怀，感谢大家的守望相助，让我的求学道路不再孤单。感恩相遇，时光不老，友谊不散，愿岁月静好，未来更美好。

最后，感谢我最爱的家人。感谢我的父母，你们的鼓励为我构筑了最温暖的港湾。感谢之言，发自肺腑，寥寥数语，难以言表。惟愿恩师、同学、朋友及家人平安喜乐，未来可期。

邹甚凡
研究生

6406881 : Shenfan Zou
 Thesis Title : The Effect of Quantum Leadership on Employee Innovation Performance: The Mediation of Affective Organizational Commitment and the Regulation of Organizational Self-esteem
 Program : Master of Business Administration
 Thesis Advisor : Prof.Tang Yingkai, Ph.D.

Abstract

With the development of the times, enterprises are faced with a turbulent environment, and countless employees suffer from various hardships and challenges, resulting in the lack of emotional organizational commitment of employees. Managers realize that it is an effective way for enterprises to enhance core competitiveness to improve employees' innovation performance and effective organizational commitment. At the same time, the scientific development of quantum theory has given birth to a novel leadership style.

As a positive leadership type, quantum leadership has the characteristics of "empowerment", "innovation", "interaction" and so on. Regarding the outcome variable employee innovation performance proposed in this paper, this paper constructs a theoretical model with regulated intermediary, the main effect, intermediary effect and regulatory effect are proposed.

Further explores the operating mechanism of quantum leadership and employee innovation performance, expands the research on the influence of quantum leadership, and complements the mode of action of quantum leadership. Helps organizations to have a deeper understanding of the causes of employee innovation performance.

(Total 65 pages)

Keywords: Quantum leadership, Employee innovation performance, Affective organizational commitment, Organizational self-esteem

Student's Signature.....Thesis Advisor's Signature.....

6406881 : 邹甚凡
论文题目 : 量子型领导对员工创新绩效的影响研究: 情感性组织承诺的
中介与组织自尊的调节
专 业 : 工商管理硕士
论文导师 : 唐英凯教授

摘要

时代发展下,企业面临着动荡的环境,不计其数的员工遭遇种种煎熬及挑战,员工的情感性组织承诺缺乏随之产生。管理者认识到提升员工创新绩效、提高情感性组织承诺就是企业提升核心竞争力的有效途径。与此同时,量子学说的科学发展催生了一种新颖的领导方式,量子型领导被认为在企业管理中具备独特的优势,日益成为学术界的热点。

作为一种正面积极的领导类型,量子型领导具有“赋能”、“求新”、“交互”等特征。针对本文提出的结果变量员工创新绩效,经过文献梳理与述评后,本文以社会交换理论、社会信息加工理论和资源保存理论为理论基础,将量子型领导、员工创新绩效分别作为理论模型的自变量和因变量,纳入情感性组织承诺充当中介变量、组织自尊充当调节变量,并构建了有调节的中介的理论模型,提出主效应、中介效应和调节效应三方面假设。

本研究从理论和实证层面论证了量子型领导对员工创新绩效的影响,具备一定的学术意义和实践意义。学术价值上,本文整合组织中重要的工作特征和情境因素,进一步探索了量子型领导与员工创新绩效的运作机理,扩大了量子型领导的影响力研究,补充了量子型领导的作用方式。实践意义上,本研究给组织管理者提供一种新型的领导风格选择,帮助组织更深入了解员工创新绩效产生的原因,从而帮助组织采取有效的措施提升员工创新绩效。

(共 65 页)

关键词: 量子型领导、员工创新绩效、情感性组织承诺、组织自尊

学生签字.....指导老师签字.....

目录

	页
致谢	i
英文摘要	ii
中文摘要	iii
目录	iv
表目录	vi
图目录	vii
第 1 章	
绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究意义	2
1.3 研究方法	4
1.4 研究内容与研究框架	5
1.5 研究创新点	7
第 2 章	
文献综述	9
2.1 量子型领导	9
2.2 员工创新绩效	18
2.3 理情感性组织承诺	21
2.4 组织自尊	24
2.5 理论基础	26
第 3 章	
研究假设与研究模型	29
3.1 研究假设提出	29
3.2 研究模型	32

目录 (续)

	页	
第 4 章	研究设计	33
	4.1 研究变量的测量	33
	4.2 问卷设计	34
	4.3 数据收集	35
	4.4 相数据统计分析方法	35
第 5 章	实证分析与结果	36
	5.1 描述性统计分析	36
	5.2 共同方法偏差检验	37
	5.3 信度分析和效度分析	38
	5.4 研究假设检验	39
	5.5 研究假设验证结果	46
第 6 章	结论与展望	48
	6.1 研究结论	48
	6.2 管理启示	49
	6.3 研究不足与展望	51
	参考文献	53
	附录	60
	个人简历	65

表目录

	页
表	
表 2.1 量子思维和牛顿思维的对比	11
表 2.2 牛顿式管理与量子型管理的对比	13
表 5.1 研究样本结构分析	36
表 5.2 变量的描述性统计分析	37
表 5.3 各变量量表 Cronbach's α 系数	39
表 5.4 验证性因子分析	39
表 5.5 各变量的相关矩阵	40
表 5.6 量子型领导、情感性组织承诺与员工绩效的回归分析结果	42
表 5.7 情感性组织承诺对量子型领导与员工创新绩效关系的中介效应检验	43
表 5.8 组织自尊在情感性组织承诺对员工创新绩效中的调节检验表	44
表 5.9 验证性因子分析有调节的中介检验(n=403)	46
表 5.10 验证性因子分析研究假设验证结果	47

图目录

图		页
图 1.1	研究框架	7
图 3.1	研究模型	32
图 5.1	调节效应图	45



第 1 章

绪论

1.1 研究背景

2020 年伊始，新冠疫情不期而至，猛烈席卷全球。突然到来的危机，许多企业受到巨大冲击，更是打破了不同行业不同企业原有的稳定秩序。面对这出乎意料的危机，对于企业组织管理直接负责的领导者需要对内外部环境迅速做出判断，一马当先，快速做出反应。现如今，企业面临的发展环境日新月异，已不再是有迹可循的、可预测的，与之相对，当今环境的显著特点是不确定性、不可预测、复杂多变 (李维安, 2020)。因此，企业的领导者不能局限于原来的固化管控思维，为适应受到巨大冲击的危机环境，迫切需要一种与当今时代相适应，并能带领企业持续性发展的领导风格。

目前，大多数企业采用的管理模式是以牛顿思维为原理的科学管理，时代变迁这种模式愈发暴露出内在缺陷，致使管理效用降低、创新动力不足 (彭剑锋, 2017; 马晓苗, 罗文豪, & 彭剑锋, 2020)。量子领导具有其他领导风格所不具备的特征，例如灵活的决策、授权和关注个人纠缠。量子型领导对未知世界的不可预测性表现出了极强的接纳度，并擅长在危机中迅速找到应对之策，重建秩序 (辛杰, 谢永珍, & 范蕾, 2020)。作为一种刚刚兴起的领导风格，量子型领导的特点是自组织、复杂多变、持续创新 (Senses & Temocin, 2016)，其伟大启迪和领悟有助于激发员工的创新和创造行为 (Zohar, 2000)。美国学者丹娜·左哈尔于 2016 年提出基于量子力学基础上的量子管理，在实践领域，量子思维被成功运用于企业实践中，海尔 CEO 张瑞敏指出我们进入量子时代，需要打造新型的管理模式和领导力，海尔企业的“人人都是 CEO”、“去中心化”，都是强调赋能和激活员工。与领导理论相结合，量子型领导作为一种新颖的领导风格逐

渐被学者们所关注，被认为在乌卡时代具有独特的生命力 (Şenses & Temoçin, 2016)。量子型领导通过时常观察组织企业所面临的冲击危机环境，进行价值引领，提高员工情感性组织承诺，打造和谐共生、激发员工潜能的组织平台从而使员工更好的实现自我，这种领导行为显然符合企业在危机中实现组织变革和可持续发展的期许。

同时，危机环境更加显示出了创新的重要性，企业不断提出各种创新激励政策，越来越重视创新并将创新提升到企业战略层面。基于领导理论，员工在组织中的创新会受到领导者的直接影响 (李铭泽, 叶慧莉, & 张光磊, 2020)，进一步结合研究某种领导风格或领导行为对员工创新绩效成为学者们研究的一个新视角，领导者如何施加影响来激励员工创新，采取什么策略也成为研究热点。故而，本研究拟探讨新时代危机环境下量子领导如何通过诱导组织情感凝聚力影响员工创新绩效。

1.2 研究意义

1.2.1 理论意义

本研究为量子领导力的影响带来了新的研究思路，并开辟了相关的研究领域。具体有以下几点：

1) 探索边界条件对量子领导力和员工创新绩效的影响，纳入组织自尊变量。从之前相关研究可以得出，只是考虑员工心理资源作为调节变量的研究比较多，纳入组织自尊为调节变量的研究却是较为不足。本研究以组织自尊为调节变量，探索量子领导力与员工创新绩效的边界条件。

2) 探索量子领导力对员工情感组织承诺的影响。在现有文献中，很少有关于量子领导对员工的情感组织承诺的研究。本研究构建了量子领导力与员工情感组织承诺的理论模型。开拓性量子领导力对员工情感组织承诺的影响。

3) 丰富了量子领导对员工的情感组织承诺的研究。通过对现有文献的分析，

得出量子领导力是组织领导力中的一个新概念。国内外对量子领导力的研究还很肤浅，明显缺乏实证研究。研究人员对于量子领导力的含义没有达成共识。本研究详细梳理了相关文献，对量子领导力的起源、概念和特征提出了一系列主张和解释。此外，本研究通过调查和相关数据收集，阐述了针对各类员工情感组织承诺的量子领导力激励机制，进一步拓展了量子领导力的实证研究视角，拓宽了量子领导力的研究框架，为未来的量子领导力研究奠定了基础。提供实验和理论支持的领导力研究。

1.2.2 实践意义

员工创新绩效是企业竞争力之根，是企业创新之基，领导者在员工创新过程中发挥着重要作用，给予支持与服务时可以推动员工创新，实施阻碍时会导致员工直接放弃创新。量子领导作为一种新的领导方式，研究其对员工创新绩效的影响，能对组织应对环境和提升市场竞争力产生强有力的实践影响。员工创新绩效可以帮助企业认知量子思维，打造量子型领导人才，从而转变传统的经营管理模式。随着牛顿式管理在组织发展升级与改革中日愈暴露缺陷，组织管理者也积极寻求能激发组织活力的管理思维以及领导行为。观察一些企业发展历程后，本文发现量子领导者所含有的领导魅力能够带领下属突破“企业僵硬”的困境。正如本研究所显示，量子领导者会增加员工情感性组织承诺，激励员工做出创新行为，帮助企业在竞争激烈的市场中脱颖而出，也为企业选择领导方式提供了一种新的选择。

阐明量子领导对员工情感组织承诺的影响及机制，对领导者应采取的行为方式具有一定指导作用，可以启发领导者将量子型领导作为蓝本，根据公司发展情况、企业文化和员工情况调整领导模式，为管理者在企业内建立新型的领导风格提供了启发，可以帮助领导者在管理实践中运用量子管理思维赋能个体，提高组织绩效，以更好激活组织。

为员工的内部激励和工作氛围激励提供了新视角，引导企业领导者关注组织

自尊的重要作用。现今大多数的企业多是采用给予物质奖、升职加薪等外部激励来激励员工，而较少采用成本更低的内部激励和工作氛围激励。组织自尊作为一种积极的心理暗示，可以对员工产生正面促进作用，企业可通过为员工构建令人向往的组织愿景，提供人性化关怀等方式打造企业内良好的组织氛围，真正关心员工的身心健康来提高其组织自尊水平，使他们感受到来自企业的内在激励，进而更好的激活个体。

1.3 研究问题

本研究使用了以下研究方法。

1) 文献研究法。通过参考文献汇集了关于量子领导力、员工创新绩效、情感组织承诺和组织自尊的理论发现。归纳国内外现有的研究理论、研究方向以及研究方法，在剖析相关领域研究结论的情况下，找出研究的空白点;根据已有资料进行逻辑推演，设计研究模型。

2) 问卷调查法。本研究对四个研究相关的变量采用问卷调查的方法测量，测量量子领导力、员工创新绩效、对组织的情感承诺和组织自尊。问卷发放主要利用学校的非学历继续教育、因工作接触到的企事业单位培训提供的便利条件及研究者的人脉资源来搜寻符合条件的调研对象，由于在疫情期间进行调研，主要选用网络（问卷星）发放调查问卷以获得调研数据，严谨挑选后形成最终样本。

3) 统计分析法。使用工具分析调查数据，方法包含描述性统计分析、验证性因子分析等。为了检验组织情感承诺的中介作用和组织自尊的调节作用，本研究主要采用层次回归方法。

1.4 研究内容与研究框架

1.4.1 研究内容

本研究在查阅文献并整合现有研究成果后，选用情感性组织承诺、组织自尊分别作为本研究的中介变量与调节变量。提出以下论文思路：探究量子型领导能否影响以及如何影响员工的创新绩效，根据领导风格会影响员工行为的思路，探索个体员工感知的量子领导风格对情感组织承诺的影响；探索情绪组织参与在量子领导和员工创新绩效之间的中介作用；探索组织自尊与量子领导力和绩效监管中的员工创新之间的关系。希望为丰富量子型领导领域的研究作出一点学术贡献，同时能为动态环境下企业组织管理提供新颖领导方式的选择，并为提升员工创新绩效实践提供一些可行建议。本文具体内容主要包含如下六个部分。

第一部分为绪论部分。本部分主要立足现实背景，分析了量子型领导的必要性和适用性，这一新兴的领导风格在当前背景下可能对企业及员工产生积极的影响。从理论意义和实践意义两个方面明晰了本研究的意义，阐释说明了研究的方法、内容和创新点。

第二部分为文献综述与理论基础部分。本部分首先对社会交换理论、社会信息处理理论和资源守恒理论的三大理论基础进行分析和阐释，并对量子领导力、员工创新绩效、情感组织承诺和组织自尊等概念进行梳理。维度和测量量表以及四个变量的研究现状，进一步剖析了变量间关系的现有研究进展，最后阐明研究的切入点。

第三部分为研究假设和模型构建部分。这一部分基于文献回顾和理论基础，提出变量间的关系假设，并根据假设推导构建理论模型。

第四部分为研究设计部分。这部分整理阐述各个变量所采用的信度水平较高的量表以及划分维度，接着加入控制变量设计出调查问卷，最后简要说明问卷的收集和所采用的数据分析方法。

第五部分为实证分析与结果。这一部分主要针对回收的有效问卷并进行处理，进而结合本研究的目的进行数据论证。

第六部分为结论与展望。本部分结合第五部分的分析结果来进一步阐明研究结论，继而确切提出管理建议，并指出本研究得到的启示以及不足和展望。

1.4.2 研究框架

本研究重点关注量子领导力对员工创新绩效的影响。本研究首先介绍了所采用的理论，并整理了量子领导力、员工创新绩效、组织情感承诺和组织自尊的相关文献，推断变量之间的理论关系并提出每个变量之间的具体研究假设。接着根据本研究的目的和变量对象，查找借用世界上对于研究变量的高效度量表来设计本研究的调查问卷，在网络平台上发放调查问卷并收集数据，使用软件统计、处理和分析样本数据进而检验假设；最后阐述结果，结合分析结果指出行之有效的实践管理建议。具体研究框架结构如图 1.1 所示。



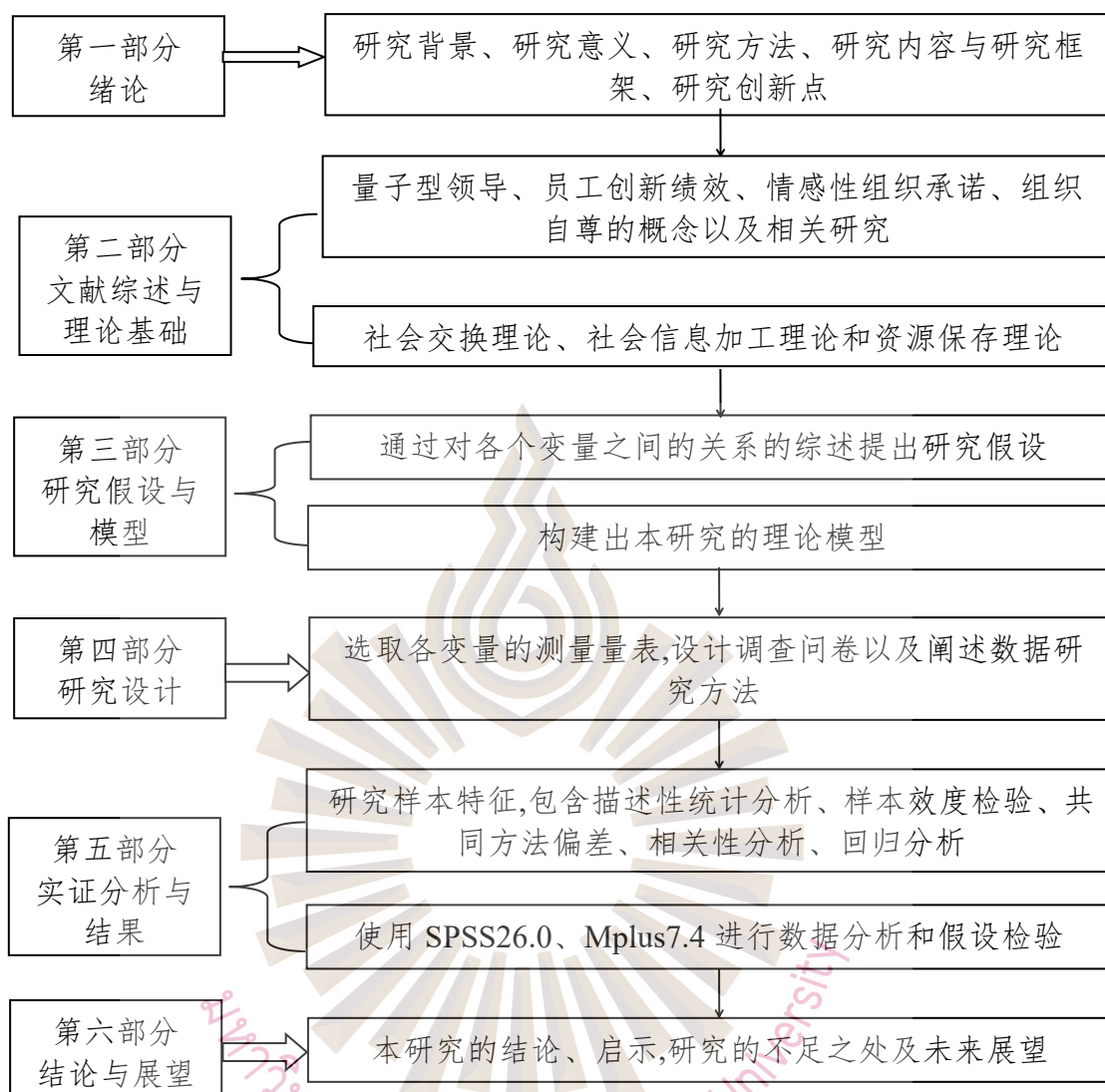


图 1.1 研究框架

图片来源：笔者根据研究内容自行整理

1.5 研究创新点

本研究主要以情感组织承诺为中介变量，组织自尊为审查变量，解释量子领导力对员工创新绩效的影响，望能为量子管理等相关领域做出一定的贡献。研究大致上包含三点创新点。

第一，结合实际环境背景，引入新型领导风格量子型领导，通过组织情感承诺对员工创新绩效的量子领导作用的实证研究。从现有的研究文献可以看出，量子领导力对员工创新绩效的研究有所欠缺，有待进一步探索。本研究介绍情感组织承诺，在文献回顾的基础上，进行实证研究，从组织承诺、员工情绪等方面打开量子领导与组织承诺关系的“黑匣子”，同时丰富了对内在影响的研究量子领导对情感组织承诺的影响机制。员工情感可以解释量子领导力对员工创新绩效的影响。

第二，引入组织情境变量，验证不同组织自尊下情感性组织承诺对影响员工创新绩效的程度，组织自尊是影响员工后续工作行为的因素，本研究纳入组织自尊充当调节变量，符合员工对组织环境更为敏感的现状，也能加深对员工创新的认识。

第三，从社会交换理论、社会信息处理理论和资源守恒理论的角度，深入分析了量子领导力与员工创新绩效之间的关系。一方面，员工感知领导和员工、个体和企业的交换关系会对量子型领导的行为进行信息加工，进而作为自身行为的依据；另一方面，员工会在工作中重视自组织自尊这一组织经历，做出利组织行为。因此，本研究以这三个理论为基础，建立相关变量之间的理论关系，扩展量子领导力对员工创新绩效影响的理论。

第 2 章

文献综述与理论基础

2.1 量子型领导

2.1.1 量子型领导的理论起源

1) 理论源起:牛顿物理学与量子物理学

学者们认为领导学是一个多维的和跨学科的开放研究领域，以科学为核心的领导力将被重新定义，那些认为学科总是相互关联、相互交融，并且能够看到物理学影响经济的领导者和组织，将在生存的过程中取得成功 (Senses & Temocin, 2016)。量子型领导作为一种新兴的领导风格，对其进行研究之前首先要追本溯源，明确其存在的理论基础—牛顿物理学和量子物理学。

在过去的一个多世纪里，人类社会基于牛顿物理学的影响下不断向前发展。在此种状态下，企业像在既定规则中不断运转的机器，其发展需要遵守秩序和规则，目的在于规避经营风险与提高企业效率 (Zohar, 2016)。牛顿依托数学公式，提出了事物运行的三大定律，全新的世界图景应运而生。19 世纪末，经典物理学被认为发展到了无懈可击的状态，很多人都以为我们对自然界认识的基本规律是确凿无疑的，牛顿三大铁律可以解释一切问题 (钟小石 & 饶国宾, 2005)。可以说，在此后的一个多世纪中，诸多学科都以牛顿物理学为样本。进入 21 世纪信息时代，技术变革和物联网深刻改变了社会结构，缩短了相互间的空间距离，弱化甚至消解了组织之间的各种壁垒，不再囿于单一地域，实现了全球互联 (曹典顺 & 周伟, 2009)。随着信息时代的来临，当今企业尤其是知识型企业将面临日新月异的外部环境，牛顿物理学的传统理论很可能会制约企业的管理体制及

发展变革，其局限性日渐暴露。

量子物理学的研究对象主要是微观粒子。其中，亚原子粒子以未知和难以预测的方式在时间和空间上相互作用，它们的行为违反了牛顿的第一连续运动定律以及第二运动定律，即每一个动作都伴随着相同和相反的反应，这并不是说这些亚原子粒子的运动是完全随机的，而是说它们不是由任何明显的特定原因引起的(谢尔顿 & 刘芊, 2008)。量子物理学认为自然是混乱的、无法控制和不可预测的，爱因斯坦、霍金等通过对“相对论”、“波粒二象性”、“能量场”、“宇宙全息论”等方面的研究把人们对宇宙思考规则的基础颠倒过来，挑战了曾经被牛顿物理学认为永远不可能改变的前提，使得人们更加广泛地了解了现实和我们在其中的位置 (Wheatley, 1992)。

牛顿物理学往往忽视组织中“相互影响和制约的无形力量”，而量子物理学弥补了牛顿物理学在自然科学范畴的不足之处。随着量子物理学的出现，全世界首先意识到世间万物不是一成不变的。世间万物都不是独立存在的，而是存在千丝万缕的联系，事物的存在方式也取决于这种关联性 (曹典顺 & 周伟, 2009)。众多的科学实验证明，量子物理的时空观具有其独特的优越性 (巩建华, 2007)。量子物理学和牛顿物理学对物质世界的不同认识，导致了差异化的科学思维与哲学思维，从而产生了不同的管理理论和实践范式。

2) 思维模式:量子思维与牛顿思维

不同的时代特征，催生了不同的思维模式。牛顿思维认为宇宙是一台在既定规则中运作的机械设备，事物的基本元素是拥有固定属性的实物粒子，提倡用线性、还原性、分析性的思维模式进行研究。但是在信息时代，复杂多变、不确定、不可预测的外部环境，更诉诸于寻求一种灵活的、与时代精神相呼应的思维模式。因此，在牛顿思维强调规则、定律和控制的情况下，量子思维所强调的混序、灵活和自组织，两种思维模式之间的冲突在所难免 (彭剑锋, 2018)。旧的思维模式已经无法解说快速发展的新事物，因此我们寄希望于寻求一种新的思维方式，

量子思维应运而生。

近年来，量子思维越发受到关注，与牛顿思维形成鲜明对比的是，量子思维突破了牛顿物理学的传统观念，认为构成事物的能量与环境不可分割，宇宙是一个深层联通的生命体，倡导用非线性、辩证性的思维模式来进行研究（彭剑锋，马晓苗， & 甘罗娜，2019）。量子思维带来了一系列新思想，如强调关联而非独立，强调整体而非部分，强调统筹兼顾而非顾此失彼，强调统一而非碎片等；在分析应对具有复杂多变、不确定性的问题时，量子思维具有其先天优势，与此同时，量子思维向人们允诺了一个理解自身参照范围的革命，是最有能力代替旧思维的一个全新模式（Zohar, 2016）。中国工程院院士钱旭红院士指出量子思维是回归本源、走向前沿的思维，并预测颠覆了自然科学界的量子论在未来的一百年可能会颠覆社会科学、人文学（付长珍 & 刘梁剑，2020）。

简单地从名称上可以得知，量子型领导是量子物理学和领导学两种学科交叉形成的领导风格。鉴于目前量子型领导的研究较不系统，先了解其理论基础（量子思维以及量子管理）是非常有必要的。

综合目前相关研究和文献研究，关于牛顿思维和量子思维的对比可以概括为表 2.1。

表 2.1 量子思维和牛顿思维的对比

维度	量子思维	牛顿思维
世界观	整体论:万物相互联系而不能分割,彼此之间存在相互作用和相互叠加间,不可再分割。	原子论:世界是由“原子”构成的,每个原子都占据着自己的时间与空间,不可再分割。
决定性	非决定论:不确定性、模糊性、不可预测性、不可控性。	决定论:确定性、规律性、可预测性、可控性。

表 2.1 量子思维和牛顿思维的对比 (续)

关联度	涌现性:涌现性和自组织是关键。整体性质在一定环境下涌现,个体与整体均与环境有关。	还原论:还原和分析是关键。整体是各部分的总和,部分完全决定整体。个体独立存在,与环境无关。
包容性	兼容并包:量子实体既像波又像粒子。既在此处也在彼处。存在无限种可能的路径,每一个量子实体都可能与彼此组团,可以通过主动的沟通与对话来实现影响和改变。	非此即彼:物质要么是波,要么是粒子。只有一个真理,只有一种最佳方式,非此即彼的逻辑和线性关系。个体与集体之间存在不可避免的紧张关系。
潜在性	潜在性:关注尚未发掘、超乎理解、仍未明确的事物,激发创造性思维,进行“无限博弈”。	现实性:关注此时此刻的客观事实,关注那些可见、可触碰、可测量的事物,进行“有限博弈”。
参与度	主客互动的世界:世界是参与型的,主体在世界里面,主客体的互动推动世界发展。	主客体分离的世界:世间万物分为主体和客体两类。以局外人的角度研究世界,对其进行利用、操纵与控制。

资料来源:本研究自行整理

管理和变革都是建立在思维基础之上,牛顿思维和量子思维分别形成了牛顿式管理和量子式管理两种管理范式(徐敏亚 & 陈丽萍, 2021)。值得注意的是,原子管理是量子管理发展的基础,并不存在替代关系,二者在不同的商业模式、管理情境中有各自的适用性。量子管理在组织管理中组织结构、目标导向、决策等维度上展现出不同的特征,如表 2.2 所示。

表 2.2 牛顿式管理与量子型管理的对比

维度	牛顿式管理	量子型管理
管理假设	规律性、确定性、可控性	模糊性、不确定性、不可控
管控方式	通过层级关系进行控制	依靠非层级的网络关系
管理逻辑	自上而下；领导层发动	自下而上；去中层，自组织
价值取向	以人为本	天人合一，以生态为本
组织结构	科层制、金字塔式结构	自组织、倒金字塔式的接地气
领导风格	注重管控	授权赋能
权力结构	权力集中	分散化
整体观	整体等于部分之和	整体大于部分之和，相互纠缠
关注点	重视效益和产出	关系管理和价值驱动

资料来源：本研究自行整理

目前，量子思维和量子管理的研究与企业实践紧密结合，最为突显的是学者们以海尔为案例分析了量子管理的企业特征。不仅如此，量子管理也在一些领域上得到结合性研究，如在护理行业形成量子护理医疗保健领导 (Watson, Porter-O'Grady, & Horton-Deutsch, 2018)、将量子管理哲学运用在人力资源六大板块 (李俊鹏, 李秋灵, & 李奕蒙, 2020; 代向阳, 彭剑锋, & 尹奎, 2021)、与领导理论相结合探究量子型领导在组织中的运用和发展 (成刚, 2017; 辛杰等, 2020)。

2.1.2 量子型领导的概念内涵

目前学术界并没有形成统一的量子型领导定义。定义最初是从量子物理学的原理出发，认识量子型领导及其行为。量子领导力最早是由美国学者沃伦·布兰克于 1997 年提出，他还认为，量子领导力是领导者与下属之间相互依存的关系，并提供了领导力的九大自然法则，包含需培养信息处理能力、注意力、主动性等方面能力 (沃伦·布兰克, 2001; 于强, 2002; 黄刚 & 郭飞, 2020)。同时，我国学者基于量子力学的系统性也建议领导者和追随者的互动是领导力的关键，但

这种作用是动态的、不确定性的 (张佰华 & 于正, 1998)。

之后, 学者们基于组织层面探究了量子型领导的内涵。新科学下, 每个组织可以被视为单一量子, 组织中的每个成员也被视为相独立的量子, 彼此相互作用, 产生关系, 共同构成了量子场。量子型领导在不可预测的背景下支持组织成功和个人成长, 激发每个“量子”的能量。(Fairholm, 2004) 表明领导技术为个人、组织和社会带来实际意义, 量子科学中的领导者展现出足够的信息反馈、高质量的信息关系、正确价值观与愿景、鼓励独立等领导方式为组织实现提供实用路径。(Shelton, Yang, & Liu, 2005) 指出量子型领导在培养观察、思维、认知等七项技能的过程中能让成员成为积极变革推动者, 促使组织成为可持续的量子组织, 足以面对复杂的竞争环境。量子型领导不仅培养自身的意识和潜力, 努力创造条件吸引员工到企业发展, 包括平衡组织内部的人际关系、主张员工参与和共享 (Curtin, 2011)。组织视角下的量子领导者能够积极促进自身与员工个体发展、组织人际关系等方面达到平衡状态。

还有从领导特征的角度解释量子领导。量子管理创始人 Dana Zohar 强调了量子领导的道德标准的重要性, 并建议“自我意识”、“自发性”、“欲望”和“价值观”, 量子领导者在实施变革时遵循的十二项原则, 包括“领导力”、“包容性”、“同理心”、“拥抱多样性”和“领域独立性”, 同时也讲述了领导灵商的重要性, 领导需要关注到员工的心灵成长和灵性开发 (丹娜·左哈尔, 2016), 该研究得到了学术界以及商界企业家的认可。大部分的国内学者对量子型领导的理解从概括其特征出发 (彭剑锋, 马晓苗, & 甘罗娜, 2019; 黄刚 & 郭飞, 2020)。我国学者彭剑锋认为牛顿思维不一定适合后工业时代、知识文明时代, 量子管理需要包含构建动态有序聚变组织、激活个体价值与群体力量、创新激活、自我驱动、打造员工与组织命运共同体、营造信任文化、增强个体互动、形成利他价值观、提升领导服务意识、开发员工灵商等十方面的内涵 (彭剑锋, 2017)。辛杰认为基于量子思维进行自下而上管理, 表现出授权、利他、开放性等优势 (辛杰等, 2020)。

从领导特征角度出发,可以看出,量子领导风格与其他类型的领导风格既相关又不同,因而本研究进行了一些相关性高的领导类型的概念辨析为更好理解量子型领导。首先,服务型领导,称为仆人型领导,是遵守利他主义、员工第一原则的领导,关注员工情感变化与职业成长。量子型领导被认为具备服务型领导的特质,为客户带来价值是真正的驱动力,不断为组织内部的成员、组织外部的客户提供服务。二者在领导权力授予、关注合作以及兼容并包等方面存在相似,但量子型领导还包含一些其他特征,如探索求新、重建秩序。另外,正在兴起的平台型领导,强调在知识与扁平化组织结构中领导重视自身与员工的事业发展,将组织打造成资源整合、价值实现、不断优化适应动态环境的平台。量子型领导与平台型领导在包容下属、培养下属心灵成长与激发潜能、愿景引领等方面存在共通之处。平台型领导致力于打造自身与员工资源共享、互相学习、事业共同发展的平台(辛杰等,2020),而量子型领导在平台价值实现层面上范围更加广泛,将一些利益相关者也纳入其中,如供应商、外部企业。量子型领导也更强调员工的探索与创新精神,支持新生事物。通过对比发现,量子型领导更加偏向将管理内部企业与把控外部环境结合,更为符合现代时代背景。

从量子型领导内涵研究可以看出,学者们依据不同角度定义量子型领导,并且不同角度间的内涵是相互补充的,共同丰富了量子型领导的内涵,但内涵层面的研究仍较为分散、未形成统一的定义。本文认为量子型领导是领导采用自下而上的领导方式进行精神引领和赋能,关注人与人、人与环境之间的关系,采取一系列行为达成组织与员工间的共享、共创、共赢,进而整合升华为命运共同体。

2.1.3 量子型领导维度及测量

量子型领导研究起步较晚,维度划分和测量量表的研究相对较少。

学者 Fris 分析量子范式后将量子型领导划分为不确定性管理、价值引领、形成自组织这三个维度(Fris, 2006)。不确定管理中领导能看清事件变化本质和趋势,支持创新,并且容忍创新带来的破坏性,以人为中心改革;领导强调价值的

重要性并主张多元性价值观；领导构建自组织促进信息流通，鼓励信任，成员在价值观和愿景引领下成长自我。我国学者辛杰等人将定性研究和定量研究结合，开发了 VUCA 背景下适合中国文化背景量子型领导量表。虽然此量表还未经过广泛应用，但编制过程非常严肃和严谨，对量子型领导的特质概念化并提炼、归纳，量表的信度和效度均较高，该量表的 α 系数为 0.988，本研究选用此量表进行调查研究。量表主要包含 34 个题项，包含 7 个维度，其中，自觉觉他即量子型领导具有觉醒意识，勇于自我批判，有清晰的组织目标，在团队内进行愿景引领，激发每位员工的潜力，致力于自身和团队成长，带领企业持续发展；连接交互指领导注重培养人与人之间的人际关系，共同沟通。量子领导者特别强调与他人的互动和联系，以便人们可以相互交流、沟通和协作，对外则使得员工一起面向市场和顾客，集体为顾客创造价值；探索求新是量子领导探索多种可能性，鼓励创造性应对复杂环境，敢于应对各种挑战；和合共赢是指量子型领导致力于与员工共创、共享、共赢，更注重合作和共享，且能齐心协力与外界进行合作，共同分享成功，共同创造价值；利他包容指的是领导具备利他思维和服务意识，有极强的包容性，关注员工、客户甚至竞争对手的利益，不计较得失，客观公正的处理问题；赋能无为指量子型领导能够因势利导，不盲目干涉。“无为”是指有所为有所不为，不妄为。量子型领导致力于为员工赋能，让每一个员工成为创客，主动抓资源、找机会、做决策，加速成长；重建秩序是指量子型领导在面对危机或变幻莫测的外部环境时，能够保持清醒和沉稳，处事得当，有推倒重来和涅槃重生的魄力及信心，能够迅速找到办法化解危机，重建新的更为优越的秩序（辛杰等，2020）。

2.1.4 量子型领导的影响结果

结合研究方向，本文在梳理文献时主要是重点关注量子型领导的影响结果，发现其影响效应的研究主要是建立在不确定情境的背景上。

作为一种正向的领导风格，量子型领导的作用主要体现在员工心理和行为层面。实证研究中，主要有对员工工作幸福感、情感性组织承诺心理结果层面和工

作投入等行为层面的研究。辛杰等 (2020) 发现, 与其他领导类型相比, 量子型领导具有独特优势, 领导时刻准备面临未知世界的可能性, 将员工视为组织中活跃的动能, 着重于员工的感受和价值, 帮助员工提高心灵觉悟并不断获得成长。这种领导方式能够提升组织与员工的匹配度, 员工在实施组织目标和个人目标时体验到更多的幸福感。辛杰研究员等人通过疫情后的工作和生产恢复数据, 证实了量子领导力与职场健康的关系。

除了引起积极情绪, 量子型领导能抑制消极情绪的影响。自我损耗是个体消耗自身资源的过程, 辛杰等 (2020) 认为量子型领导在不稳定环境中向员工树立迎难而上的态度并提供有效资源, 员工被赋予安全感和肯定, 从而降低自我损耗。处于低损耗的状态下, 员工有足够的精力和体力投入到工作中。同时, 量子型领导在工作场所重视两两个体之间的连接性并打造积极的团队氛围, 每个员工会在组织中发挥价值并乐于与其他成员分享。即使员工在组织中失误, 领导也是宽容对待员工, 这样降低了员工情感性不安全感。

另外, 国外学者对教师这一对象展开研究, 认为校长的量子型领导行为与教师专业能力、创造性思维及创新动机存在着积极和中等水平的显著关系 (Uçar & Köseoğlu, 2018), 但研究只是简单进行了相关性分析, 并没有进行实证论证。

总的来说, 量子领导作为一种新的领导风格, 与其他领导风格既相关又截然不同, 虽并行不悖, 但又实现了超越。量子型领导的重建秩序、赋能无为、和合共赢这三个符合当今时代特征的重要特质, 恰恰是其他领导方式所不具备的。量子型领导更提倡为员工赋能, 还拥有很强的自我觉醒意识, 敢于进行自我批判; 对未知世界拥有极强的探索性; 致力于将员工变为创客; 拥有推倒重来的魄力等特征。

2.2 员工创新绩效

2.2.1 创新绩效内涵

创新是推动人类文明发展的动力。1912年，熊彼特首先提出创新一词及其理论。创新的相关研究涉及面比较广泛，从创新主体来看，主要有个体创新、团体创新与组织创新；从创新对象来看，主要包含产品创新、技术创新等。同时，与创新相关性高的术语有创造力、创新行为、创新意愿等。本研究主要探索讨论组织企业中个体层面的创新绩效。

当前，创新绩效的概念是从过程论、结果论和综合论三种视角进行主要阐述。过程论主张创新绩效是一种行为。Janssen 是过程论的代表，主张创新是个体为完成组织目标而依据自己的能力进行新颖想法构想并实施的行为。结果导向下的创新绩效则偏向员工新想法的最终成果以及对企业造成的影响，集中在成果的有用性和新颖性。随着研究的深化，学者们提倡将两种视角综合起来分析更能全面表达出员工创新绩效的内涵，认为其包含创新想法产生、创新想法的实践以及创新想法的成果。诸多学者认可综合论下的员工创新绩效 (黄亮 & 彭璧玉, 2015)。

总的来说，从综合视角出发，将员工创新绩效视为员工为实现组织目标自发地产生创新想法，利用已有的资源将想法转化成成果并应用于工作中，是创新意愿、创新行动和创新结果的综合体。

2.2.2 员工创新绩效维度及测量

与概念发展相对应，员工创新绩效的结构维度和测量也是从早期的单一行为层面到后期的综合层面。

最先，创新行为与创新绩效二者在测量时界限不清晰，测量绩效用测量行动替代 (Scott & Bruce, 1994)。学者 Janssen 在创新绩效测量领域做出巨大贡献并取得相当的成果，于 2000 年提出创新思维产生、促进和实现 3 维度，后期重新划维度并编制了 9 题项的量表 (Janssen & Yperen, 2004)。

我国学者韩翼将创新绩效作为工作绩效维度之一，结合 Janssen 等人的量表、角色理论提出员工创新绩效主要分为创新意愿、创新行为和创新结果，设计出含有 8 个题项的评价量表 (韩翼，廖建桥， & 龙立荣，2007)，该量表在国内创新绩效实证中也得到了广泛的论证 (王弘钰 & 万鹏宇，2020; 侯曼，张珮云， & 王倩楠，2021)。同时，姚艳虹和衡元元借鉴韩翼创新绩效量表，以知识性员工为研究主体编制了新的创新绩效度量量表。两位学者认为因创新意愿影响员工创新成果的转变而不纳入创新绩效中，将其假设为创新行为和创新效果这 2 个维度，创新行为包含新想法、新技术等要素，创新效果包含成果、应用、成效等，其量表共含有 17 个题项 (姚艳虹 & 衡元元，2013)。

2.2.3 员工创新绩效相关研究

组织中员工创新绩效的影响因素较多。从已有的文献分析中可以看出，影响因素主要是从个体的内在因素和组织的外在因素两个层面进行探讨，同时也针对不同的对象群体、文化背景进行了细化研究。

1) 个体层面。常见的人格研究有主动性人格和创造性人格，主动性人格善于处理人际关系、建立与同事间彼此间信任 (周愉凡，张建卫， & 张晨宇，2020)，拥有积极的情绪状态跳出自己的舒适圈做出主动创新行为。(王文婷，营利荣， & 郭秋云，2019) 认为前摄型人格员工善于利用资源，这种稳定而主动性人格特质会在工作场所中发现问题进而展开工作设计，间接提高投入并提高创新绩效。员工的情绪和心理状态也通过内部身份感知、心理资本和创新自我效能等多项研究得到论证。(郭彤梅，郭秋云， & 孟利兵，2019) 基于社会学习理论和社会交换理论，发现具有积极心理资本的知识工作者可以在工作中重塑自我，建立自身信心并不断追求自我成就。

2) 组织层面。组织层面的影响因素主要有外部个体、组织特征。

3) 领导方面也有比较多的研究，有领导单方面对员工创新施加的影响。领导风格上，随着企业管理以及时代变迁，研究者们围绕不同领导性质展开了细致化

研究，相应地提出一些较为新型的领导风格，如双元型领导、创业型领导等。利用英国高科技中小企业数据发现双元型领导会通过一些柔性管理进而预测员工探索性和开发性创新行为 (Oluwafemi, Mitchelmore, & Nikolopoulos, 2020)。柯江林和丁群 (2020) 认为与其他类型领导风格不一致，创业型领导立足于外部环境的不适应性号召员工努力创造业绩。鉴于自身组织发展阶段，创业型领导会构建愿景并让员工参与到组织战略规划中，员工会处于一个高工作投入、高创新热情的状态，拥有较高的职场精神力。在社会交换视角下，获得这种精神性资源后的员工会产生更多创新行为回馈给领导。其他学者从员工心理层面论证了二者关系 (郭衍宏, 高英, & 李思志, 2019)。领导特征是某一领导风格的一个具体展现，学者们也针对领导特征展开了研究，如愤怒表达、负面反馈等。领导愤怒表达在工作场所很常见 (Shao & Guo, 2021)，比较了东方文化和西方文化组织情境下领导愤怒表达在表达方式以及影响结果上的差异，也指出领导愤怒表达会让下属员工产生消极情绪、消极认知并且损耗自身资源，进而降低员工创新的内在动机。另外，学者也探究了领导与员工的匹配程度对员工创新绩效的作用，如目标导向、价值观、主动性人格等方面的匹配度。学者马跃如等人将目标分为学习和绩效二维度形成了四种目标导向匹配方式，一致性高能产生更好的员工创新绩效，其中，目标导向一致时领导与员工学习目标比绩效目标更能激发创新，当目标导向不同时，将领导绩效目标导向与员工学习目标导向相结合，可以带来创新绩效 (马跃如, 梁璟鑫, & 郭小闻, 2022)。

4) 从企业成本以及发展的角度出发，组织耗费大量的资源形成自身宝贵的人力资源，同时也会寻求恰当管理方式和管理措施发挥员工最大潜能，促使创新 (Chen & Huang, 2009; Lin, Zhong, & Su, 2020)。学者提出组织通过采用基于优势的人力资源实践能够形成运用优势的心理氛围，当发挥优势时员工会产生自我价值感和胜任感，导致更高的创新绩效 (Chang, Sun, & Wu, 2021)。此外，也有学者研究工作系统的影响，我国学者苗仁涛和曹毅从员工胜任力视角出发，创造性地将人力资本、社会资本和心理资本整合到一个框架中，探索高绩效工作系统对员工创新行为的积极影响，研究发现社会资本在二者间起到的作用最

为显著，而人力资本作用较弱，但其更具有稳定性，不容易被组织情境因素影响(苗仁涛 & 曹毅, 2020)。其他学者论证高绩效工作系统通过满足需求、创造性过程参与对员工创新绩效的作用 (Martinaityte, Sacramento, & Aryee, 2016)。

综上，个体层面依据创造力成分理论，个体特质、情绪状态、行为动机等都会对员工创新产生影响。组织层面的影响因素主要是外部个体和组织特征。领导方面的研究较为丰富，不仅有领导单方面对员工创新施加的影响，如领导风格、某一领导特征等，还有领导与员工匹配程度对创新的影响。企业通过组织形成稳定的人力资源并运用优势的心理氛围对创新绩效和员工创新产生积极作用。

2.3 情感性组织承诺

2.3.1 情感性组织承诺的概念内涵

情感性组织承诺主要探讨员工是如何对组织产生高度认同和情感依赖。情感性组织承诺并不是单独存在的，而是与组织承诺有着密切的关系。美国社会学家 Becker (1960) 首先指出随着员工对组织的不断付出，通常会形成一种愿意为组织付出全部精力的心理，这一心理现象就是组织承诺。基于情感视角，认为组织承诺是员工在充分认同组织愿景和价值文化的基础上，进而形成的一种情感依赖 (Buchanan, 1974)。受 Buchanan 的影响，学者越发关注组织承诺中的情感承诺因素。Mowday 和 Porter (1979) 认为员工的留职倾向升高不仅是因为经济因素，很大程度上取决于情感因素，情感承诺体现了个人对组织的认同和信赖。

组织承诺由持续承诺、规范承诺和情感承诺构成正式，正式提出了情感承诺。其中，持续承诺是指员工在充分衡量离职成本后，做出是否继续留在组织的打算，有一定的交易色彩；规范承诺是员工基于对组织的责任感知和对行业规范的敬畏而产生的承诺；情感承诺是员工充分认同组织愿景和及价值文化，形成了一定程度的情感依赖，并希望留在组织中的一种自发的心理状态 (Allen & Meyer, 1990)。张旭等认为，组织承诺的三个维度以差异化的方式反映了员工的不同状态，情感承诺是员工“想要”层面的反映，规范承诺关注的是员工预期的“应该”行为，

持续承诺关注的是员工的具体“需要”（张旭，樊耘， & 颜静，2015）。

尽管已经提出了组织承诺的各个组成因素，但本研究注重的是情感性组织承诺因素，此因素是被研究最为广泛的，也是最能预测员工行为的因素。刘小平等认为员工更关注工作稳定性和未来职业生涯，容易产生更强的情感性组织承诺（刘小平 & 王重鸣，2002）。再者，中华民族向来有“仁爱”、“友善”、“以和为贵”的传统美德，重点是人与人之间的关系与合作，在中国语境下对情感组织承诺的研究更为重要。因此，本文基于中国情境着重探究情感性组织承诺。

事实上，国内学者对于情感性组织承诺也做了很多研究。凌文铨认为情感性组织承诺应具备三个要点：认同和信赖组织；尽己所能，为组织贡献力量；在任何情况下都会坚定信念留在组织（凌文铨，张治灿， & 方俐洛，2001）。曾垂凯认为情感性组织承诺是个体对组织的一种价值认同和信赖，隐含了员工是否继续留职的决定（曾垂凯，2012）。

基于以上理论，本研究认为情感组织承诺是指个体对组织的情感依赖。当个体对组织愿景和价值文化产生认同后，会更加坚定信念，参与到组织的各项活动中，轻易不会产生离职倾向。

2.3.2 情感性组织承诺的测量

由于情感承诺是作为组织承诺的分支之一，相应也开发出了对应的单维测量题项，其测量量表在不断更新迭代中日趋完善。由于世界各国学者对情感承诺的注重点不同，所以各地所编制的量表也大同小异不尽相同，以下列举四个最有代表性的情感性组织承诺测量量表。

1) OCQ 组织承诺量表

Mowday 和 Porter (1979) 从组织承诺的情感角度出发，编制了 OCQ 组织承诺量表。包含 15 个题项，该量表具有良好的信度和价值，被后世研究者广泛使用。由于该量表被证明在内容上更倾向于情感承诺，因此后期也被用来测量员工

的情感性组织承诺。

2) 三维度组织承诺量表

Allen 和 Meyer (1990) 编制的组织承诺量表, 共有 24 个题项。此量表内容更为具体且题项数目多, 能够直接衡量情感承诺与其他承诺所带来的不同结果。通过实证检验, 该量表简单易行, 具有良好的信度和价值, 是目前组织承诺研究领域应用最广泛的量表。

3) 中国职工组织承诺问卷

凌文轮 (2001) 通过实证研究, 编制了中国职工组织调查问卷, 包含五个维度。问卷题项最终精简至 25 个, 并通过 PCA 法总结了五维度模型。此量表基于中国情境编制, 受到了广泛的认可, 对于国内的相关研究具有重要的价值和意义。

4) ACS 情感性组织承诺量表

学者为了研究个人情感性组织承诺长期的发展情况, 针对工作年限超过 6 年的员工做了一组专门调研, 编制了情感性组织承诺量表 (Affective Organizational Commitment Scale, 简称 ACS)。他们对来自韩国不同组织的 1004 名个体调研发现, 情感性组织承诺随着时间的推移呈现整体性增加的状态。ACS 情感性组织承诺量表作为测量情感承诺单一维度的量表, 拥有良好的信效度。

综上, 以上四个量表中, 国外量表主要是 OCQ 组织承诺量表和三维度组织承诺量表, 中国职工组织承诺问卷是针对中国特有的文化情境进行测量的量表, 而 ACS 情感性组织承诺量表是考虑到员工工作年限等时间因素而编制的量表。本研究采用的是最后一个专门针对情感承诺的 ACS 情感承诺量表。

2.3.3 情感性组织承诺的相关研究

1) 情感性组织承诺的前因变量

从个体层面来看, 正向作用于情感性组织承诺的因素主要有: 薪资水平和升职机会 (Igbaria & Greenhaus, 1992)、自尊 (Ladebo, Olaoye, & Adamu, 2008)、

信息处理控制感知 (Chen, Ma, & Jin, 2013)、工作满意度、个人-工作匹配等; 负向作用于情感性组织承诺的因素主要有: 政治知觉 (张军成 & 凌文轮, 2013)、 国企员工身份多元化等。此外, 魅力型领导 (吴维库, 刘军, & 黄前进, 2008)、 服务型领导、交换型领导 (Emery & Barker, 2007) 等领导风格对其也有正向影响。

从群体和组织层面来看, 角色冲突 (Khan-Mohammad, 2011)、绩效评价、 培训机会与职业发展 (Chai-Amonphaisal & Ussahawanitchakit, 2008)、组织支持 等都会对员工的情感性组织承诺造成影响。

2) 情感性组织承诺的结果变量

情感性组织承诺主要反映了员工对组织的情感依赖程度, 其结果变量的研究 主要在主观态度、工作行为及个人绩效等方面。情感性组织承诺对于员工的工作 绩效等能够产生正向预测作用; 对于员工的沉默行为等产生负向预测作用。

另外, 情感性组织承诺有着一定的中介或者调节作用。职场友谊对亲组织不 道德行为中起的中介作用; 在工作满意度与和谐劳动关系的研究中起调节作用, 调 节员工创新行为与领导之间的关系。

2.4 组织自尊

2.4.1 组织自尊的概念内涵

Pierce, Gardner and Cummings (1989) 率先引入了组织自尊的概念, 即个人 相信他们的需求可以通过组织内的职责和角色得到满足的程度。组织自尊是个体 在组织内的自我概念, 通常被认为是员工在能力、价值等方面的自我感知和评价。

当前, 许多学者都开始关注组织自尊。认为组织自尊归根结底是组织内个体 的一种价值评估。员工在一定的组织情境中, 可以体会到来自外部环境或其他成 员的尊重进而产生荣誉感和价值感。

综上, 组织自尊是特定情境下个体在组织持续运行中形成的一种自我感知。

本研究认同 Pierce 和 Gardner 等人的观点,认为组织自尊指“个体相信自我需求可以通过组织中的任务及角色获得满足的程度”。

2.4.2 组织自尊的测量

组织自尊的量表最早由 Pierce 等 (1989) 开发,目前来看此量表已获得了广泛应用和多方验证。该量表包含了 10 个题项,主要测量员工在组织中的综合认知评估与实际情况的契合程度。学者基于该量表进行修订,编制了专门针对产业工人的组织自尊量表。因此,本研究最终选择借用 Pierce 开发的组织自尊量表进行测量。

2.4.3 组织自尊的相关研究

1) 组织自尊的前因变量

在个体因素方面, Thierry (2001) 探究了员工薪酬和组织自尊的关系,发现两者呈正相关; Lee (2003) 认为,年龄等工作年限长的员工倾向于表现出更高水平的组织自尊;通过研究发现,个体过往的成功经验可以对提高组织自尊水平产生显著影响;研究发现员工的心理资本对其组织自尊具有积极影响 (杨振芳,陈庆文,朱瑜 & 曾柏森,2016);学者发现资质过高感知和组织自尊之间负相关。

在组织因素方面,黄亮将员工在工作场所的幸福感视为组织自尊的重要来源 (黄亮 & 彭璧玉,2015)。人际因素方面, Lee (2003) 研究表明组织自尊与员工认为自己是否获得同事及领导的认可和支持正相关。通过研究发现领导者会影响员工的组织自尊 (陆欣欣 & 涂乙冬,2014)。杨振芳等发现精神型领导通过描绘宏伟蓝图等方法,提高员工的组织自尊 (杨振芳等,2016)。王艳子和张婷 (2020) 认为包容型领导对员工的认可和尊重往往使员工认为自己受到重视,且在组织中具有一定地位,可以提高员工的组织自尊。

2) 组织自尊的结果变量

结果变量研究主要体现在两个方面。态度方面，研究表明组织自尊对个体的组织承诺水平产生积极影响 (Ghosh, Reio, & Haynes, 2012)；学者认为员工的工作满意度与组织自尊两者之间显著正相关。行为方面，组织自尊水平低的员工，工作过程中更容易产生职业倦怠。

3) 组织自尊的中介及调节作用

很多研究表明，组织自尊在各个变量之间或多或少起到了一定中介作用或调节作用。实证研究表明，全面型领导对员工主动行为具有正向影响，组织自尊起纯中介作用。

2.5 理论基础

2.5.1 社会交换理论

Cropanzano 和 Mitchell (2005) 认为社会中所有交互活动归根结底都可以看作是一种资源交换，个体间的各种社会行为都由某种可以带来回报的交换活动支配。学者研究发现所有交换关系的基础都可以用经济或社会原则来进行描述，且互惠性是社会交换在不断演变中产生的普遍共识，有效解决了交换过程中双方因异步性所带来的问题。

当个体感知到与企业之间已产生一种稳定、长期的交换关系，且从社会、经济两个层面都能够满足相互的需求时，个体愿意做出更多努力以回报组织。一定程度上，领导者的管理行为往往对员工的社会交换动机产生决定性作用。根据社会交换理论，当领导者对员工表现出良好的行为风格时，员工会产生更加积极向上的心态，进而更好地完成组织目标。例如，服务型领导诸如授权、帮助、支持等的领导行为，赋予员工权力以及给予员工帮助支持等行为，容易促使员工更加积极的投入工作，产生更大的能量和更高的工作参与度 (Chughtai, 2018)。

2.5.2 社会信息加工理论

在“需求—满意度模型”基础之上提出社会信息加工理论 (Social Information Processing Theory, SIP)，认为作为环境适应体，人们会依据社会环境、现状等情况进而调整自己的态度和行为等 (Pfeffer & Salancik, 1978)。同时，个体也是环境解释体，人们会有选择性地接收环境中信息，随后进行信息解码、记忆、归因、判断等一系列处理过程，并在解释的过程中将社会信息赋予意义。环境不仅提供各类信息，也影响着个体对信息的依赖程度——越不确定性和复杂性的环境，人们越依赖环境提供的信息 (宋瑜, 2020)。

依据社会信息加工理论，员工在工作场所的态度和行为是建立在工作环境的信息处理基础之上的。组织中常见的信息来源有领导、同事等，获取的方式有直接途径 (通过与组织其他成员直接沟通) 和间接途径 (通过组织氛围、组织文化感知)。在工作场所中，社会环境影响员工态度、行为的常见方式有：环境具备描述工作特征的信息，如当同事在抱怨工作时，员工要么会不认同同事想法，要么会把同事想法转化成自己想法；如同事提出工作缺乏工作自主性时，既表明工作自主性是所从事工作的重要特征，还表明同事比较重视这种特征。

2.5.3 资源保存理论

资源是个体进行衡量后认为有价值的事物，常见的资源包含物质资源、条件资源、个体资源和能量资源。学者在 1989 提出人们面对资源会做出一系列活动，如评估、建设等，这样避免出现资源流失或者潜在损失。该理论最初是用来解释个体在压力情境下的行为，当出现资源损失状态、潜在性丧失以及高投入低资源回报这三种情况时个体会自主地产生心理压力，压力会让员工做出中止资源消耗或投入资源弥补损失两种不同的反应 (廖化化, 黄蕾, & 胡斌, 2022)。相比较而言，资源拥有者能产生更多的积极情绪，做出主动性行为。

资源保存理论主要有四个原则。当个体正在经历资源流失还是个体意识到资源流失的潜在性，个体会想尽办法避免这种流失情况发生。资源投资原则指的是

个体会不断地加大资源的投入来保存已有的资源或者获取未来可能性资源。而拥有的丰富程度也会影响到资源拓展情况，资源丰富者新一轮的资源积累速度快（增值螺旋），资源匮乏者容易遭受资源损失并且导致其他资源流失加剧（丧失螺旋）。获取矛盾原则指的是资源越损失，资源的收益就会增值，高于客观的价值。绝望原则指的是资源到了非常枯竭的状态时，个体会不理性地做出防御甚至是攻击行为。



第 3 章

研究假设与研究模型

3.1 研究假设提出

3.1.1 量子型领导对员工创新绩效的直接作用

创新绩效是员工主动培养自身发散思维，将自身的创意点转化为新颖的、对企业有用的成果。依据社会信息加工理论，员工在工作中的创新不仅受到自身因素的影响，也会依据自己所在的社会情境信息作出决断。工作中，领导行为是员工获取工作信息的重要来源，员工是否愿意为了组织目标提升创新绩效会受到领导的影响。量子型领导将组织中的自我和成员视为活跃的“量子”，激发个体的潜能并不断追求价值创造。本文提出量子型领导主要通过直接领导方式和间接领导方式两条途径影响员工创新绩效。

直接领导方式上，量子型领导通过做出授权行为，授权能让员工的思维处于全开放的状态进而触发新想法，在创新进程的各个阶段中给予保障性资源。这种支持性行为可以直接有效调动员工创新积极性并且增加对其的投入（侯曼，张珮云， & 王倩楠，2021）。间接领导方式上，主要体现在潜移默化的价值观、自身行为的模范作用等信号隐性地引导员工创新走向。一方面，量子型领导认为动态的环境下企业和员工都在面临着未知世界，因而墨守成规会阻碍企业发展，领导者往往会支持一切符合企业价值观与愿景的新生事物。领导会默许、支持员工的创新想法，不会提出创新目标干扰员工创新思路，会鼓励员工探究（辛杰等，2020）。而这种含蓄的方式会更容易让员工感受到来自领导的创新期许，激发员工创新斗志，这也符合东方文化的高语境文化。同时量子型领导尊重每位员工的价值，被认可的员工会打消“创新无用”的疑虑，会在后期更加努力表现进而促进

创新良性循环。另一方面，量子型领导注重“内修”，始终在复杂的情境中保持清醒的自我（辛杰等，2020）。有领导作为榜样，正在创新进程的员工会将领导行为进行解读，评判自己的创新行为是否与组织相匹配。领导的反思行为也会促使员工在创新各个阶段中不断思考，随时调整和优化，这样使得最终创新成果具有实用性，带来绩效上的增量。由此，本研究提出以下假设：

假设 1：量子型领导对员工创新绩效具有显著的正向影响。

3.1.2 情感性组织承诺的中介作用

已有研究表明，当员工的情感性组织承诺较高时，往往能激发员工的角色外行为，使员工表现出更加积极向上的工作态度，促使员工更好完成任务。较高的情感性组织承诺意味着员工对组织文化及愿景的支持度较高，愿意为提升组织绩效而加倍努力（曾垂凯，2012）。

量子领导者提倡在不确定和不可预测的管理假设下进行决策，重视多种视角和多种可能性的决策选择，强调参与和员工团结（辛杰等，2020）。自律意识、内省勤奋、敢于批评，注重专业技能、自我表现和员工发展，积极引导组织成员提高精神意识，培养士气，从而帮助员工实现个人目标增长；量子型领导能够接纳新生事物，强调积极探索，给予员工充分的自主权，鼓励员工创新，避免过度干预，并赋予员工自我管理和成就的能力（Fairholm, 2004），致力于将员工变成创客；量子型领导重视员工的工作感受，致力于形成良好的团队合作氛围，能够在困境和危机中保持清醒乐观，带领团队寻求办法，化解危机（Zohar, 2000）；量子型领导引导员工从不同的角度看问题，采取多种策略解决问题，赋予员工参与决策的权利，进而促使员工认同组织的目标和愿景（成刚，2018）。领导者与追随者之间通过双向交流产生相互信赖，通过持续沟通及价值共享建立信任，员工通过自我感知意识到领导者带来的利好，进而会更加努力工作进行回馈，轻易不会产生离职倾向，对领导者的认同和信任会增加员工的情感承诺。面对突发事件和危机，懂得善于思考和利用不确定性的量子领导者可以提高员工对组织的情感

投入, 审视员工的感受, 关注员工的内在感受和价值表达, 提高效率。因此, 本研究提出如下假设:

假设 2: 情感性组织承诺在量子型领导与员工创新绩效之间发挥中介作用。

3.1.3 组织自尊的调节作用

组织自尊本质上是员工作为个体的外围自我概念化过程, 具有高度的情境化特征 (陆欣欣 & 涂乙冬, 2014)。Whelpley (2017) 研究表明员工会尽量让个人的工作行为与其组织自尊水平保持一致, 组织自尊水平高的员工更容易表现出积极行为。高组织自尊水平的员工拥有更加积极的心理状态, 能够不断强化自己的工作信念, 不断为组织发展贡献力量。可塑性理论认为, 当组织自尊水平较高时, 个体对积极的外部环境与角色特征更加敏感, 往往会产生正面的情绪体验; 相反, 低组织自尊的个体容易形成负面的情绪体验。高组织自尊的员工对企业文化和价值理念认可度高, 目的性更明确, 愿意为组织努力工作, 往往会形成更多的正面情绪体验 (李兴娜 & 凌文铨, 2011)。

受量子型领导影响的员工如果其组织自尊较高, 相信自我的胜任力和工作价值, 其员工情感性组织承诺就会显著提升。基于此, 本研究推测组织自尊可能影响量子领导对组织情感承诺的影响。由此, 本研究提出如下假设:

假设 3: 组织自尊在量子领导与员工情感组织承诺之间具有正向中介作用, 即与低组织自尊的员工相比, 在高组织自尊的员工中, 量子领导具有对增强员工情感组织承诺的积极影响。

3.2 研究模型

本研究通过阐述文献和剖析理论基础，选取情感性组织承诺为中介变量、组织自尊为调节变量，构建了量子型领导和员工创新绩效之间被调节的中介作用模型，研究模型如图 3.1 所示。

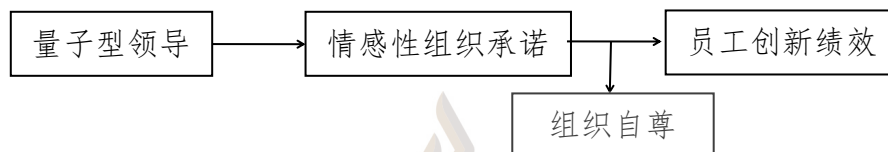


图 3.1 研究模型

资料来源：本研究自行整理



第 4 章

研究设计

4.1 研究变量的测量

1) 量子型领导的测量

本文采用的是国内学者辛杰等 (2020) 开发编制的量子型领导量表, 量表具有良好的信度水平 (Cronbach's α 系数为 0.988)。该量表既贴合中国文化背景, 又体现了 VUCA 的时代特征, 分 7 个维度, 共计 34 个题项。其中, 自觉觉他包含 6 个条目, 例如“我的领导致力于心灵的成长提升自己的觉悟”; 连接交互包含 6 个条目, 例如“我的领导视自己与员工为伙伴或合作者的关系”; 探索求新包含 5 个条目, 例如“我的领导能接纳和勇于面对复杂的问题与环境”; 和合共赢包含 5 个条目, 例如“我的领导将团队的功劳归于集体而非个人”; 利他包容包含 5 个条目, 例如“我的领导能不带私心地处理问题做到客观公正”; 赋能无为包含 4 个条目, 例如“我的领导让员工为自己定目标和管理自己, 而不是一味依照上级指令工作”; 重构秩序包含 3 个条目。采用李克特 5 级评分, “1”对应“非常不赞同”, “5”对应“非常赞同”, 分值越高意味着员工感知量子型领导表征越高。

2) 员工创新绩效的测量

员工创新绩效主要采用的是韩翼等 (2007) 编制的 8 题项测量量表, 具有良好的信度水平 (Cronbach's α 系数为 0.896), 创新意愿是有 3 个题项, 例如“主动支持具有创新性的思想”; 创新行为包含 3 个题项, 创新结果包含 2 个题项, 例如“我曾把创新性的想法转化成实际应用”。采用李克特 5 级评分, “1”对应“非常不符合”, “5”对应“非常符合”, 分值越高意味着员工创新绩效越

高。

3) 情感性组织承诺的测量

学者们基于不同的概念内涵和维度划分，开发了不同维度的组织承诺量表。其中，Gao-urhahn, Bieman and Jaros (2016) 为了研究员工情感性组织承诺在较长时期内的变化情况，编制了专门的情感性组织承诺量表，其良好的信度和效度亦得到了实证证明。本研究选用该量表来测量员工的情感性组织承诺水平，共有 5 个题项，该量表的 Cronbach's α 系数为 0.949。

4) 组织自尊的测量

选用 Pierce 等 (1989) 开发的组织自尊量表，目前看来此量表已得到了多方验证和广泛运用。已有研究表明该量表同样适用于国内企业的组织环境 (Chen 等, 2005)。本研究选取了该量表的 7 个题项，如“我在组织中工作效率很高”、“我在组织中很重要”等。该量表的 Cronbach's α 系数为 0.939。

4.2 问卷设计

本文的调查问卷主要是从三部分内容展开。

第一部分为导语。内容主要为告知被试者调查目的，强调匿名性，缓解被试者对数据应用上的担忧。

第二部分为问卷填写者的个人基本信息，包括性别、年龄、最高学历、工作年限、与上级共事时长、职位等级、所在企业性质。这 7 个题项主要是用来充当控制变量，为更好检验模型。

第三部分为量子领导力、员工创新绩效、情感承诺和组织自尊的题项。

4.3 数据收集

本研究问卷收集主要以问卷星平台发放电子调查问卷为主，采取匿名形式收取问卷提高问卷质量。问卷收集范围涵盖民企、国企、事业单位等企业类型，包括制造业、信息技术等行业类型。研究总计发放 458 份问卷，删除答题时间过短、缺失值、前后答题逻辑相悖的问卷，最终有效问卷为 403 份，有效回收率约为 88%。

4.4 数据统计分析方法

为深入了解研究问题以及验证模型，本文借助统计分析软件进行数据分析，主要有以下几个步骤。

第一，描述性统计分析。主要分析受访者的基本个人信息，了解数据的总体趋势以及分布情况，同时通过控制这些人口变量有助于清晰展现主效应的作用。

第二，共同方法偏差检验。使用 Harman 单因子法检验四个变量的共变程度。

第三，信效度检验。利用 Cronbach 的 α 系数检验变量量表的可行性，运用 Mplus7.4 进行验证性因子分析。

第四，相关性分析。利用皮尔逊检验分析研究变量之间的相关性。

第五，回归分析。利用 PROCESS 检验主效应、情感性组织承诺的中介效应，同时分析组织自尊的调节效应，最终验证本文的研究假设。

第 5 章

实证分析与结果

5.1 描述性统计分析

5.1.1 样本的描述性统计分析

本次回收的 403 份有效问卷的样本的人口学特征分布见表 5.1。

表 5.1 研究样本结构分析

属性	类别	人数	百分比
性别	男	230	57.1
	女	173	42.9
年龄	25 岁及以下	85	21.1
	26~30 岁	168	41.7
	31~35 岁	98	24.3
	36~40 岁	33	8.2
	40 岁以上	19	4.7
学历	大专及以下	62	15.4
	本科	257	63.8
	硕士	75	18.6
	博士	9	2.2
工作时长	1 年以下	55	13.7
	1~3 年	162	40.2
	3~5 年	119	29.5
	5 年以上	67	16.6
与上级工作时长	1 年以下	95	23.6
	1~3 年	186	46.2
	3~5 年	79	19.6
	5 年以上	43	10.7
职位等级	一般员工	141	35
	基层管理人员	157	39
	中层管理人员	86	21.3
	高层管理人员	19	4.7

表 5.1 研究样本结构分析(续)

企业性质	国有企业	79	19.6
	政府及事业单位	121	30
	外资企业	73	18.1
	中外合资企业	23	5.7
	民营企业	107	26.6

从表中可以看出, 被试者以男性为主, 占比为 57.1%; 集中在 25 岁至 35 岁区间, 26~30 岁间的年龄段占比最高 41.7%; 集中在本科学历层次上, 占比为 63.8%; 大多就职于单位 1~3 年, 占比为 40.2%; 并与领导共事 1~3 年, 时长足够让员工了解领导, 在量子型领导量表选择中做出正确客观的选择; 以一般员工和基层管理者为主, 占比为 74%, 较为符合员工对领导风格、员工创新绩效评分的调查目的。其次, 被试者工作单位性质则分布较为分散。总体上, 各属性结构分布满足研究的要求。

5.1.2 研究变量的描述性统计分析

本研究从最大值、最小值、平均数与标准差等指标对四个变量进行分析。样本平均数代表的是样本集中程度, 标准偏差代表的是样本内部离散程度。从表 5.2 可以看出, 调查对象在工作中能够感知上级量子型领导风格, 拥有一定的情感性组织承诺, 处于良好的组织自尊中, 有倾向创新并表现出较高的创新绩效。

表 5.2 变量的描述性统计分析

变量	N	最小值	最大值	均值	标准偏差
量子型领导	403	1.6	4.83	3.780	0.498
情感性组织承诺	403	2.28	5	3.731	0.574
员工创新绩效	403	1.72	5	3.779	0.509
组织自尊	403	2.33	5	3.796	0.511

5.2 共同方法偏差检验

在问卷调查中, 共同方法偏差代表的是预测变量和效标之间的共变程度, 是研究中普遍存在并极力需要控制的问题。这种系统性误差往往导致变量间的关系

偏离真正的关系，对研究结果的可靠性产生负面影响。在研究过程中常采用程序控制等手段进行直接控制；统计控制方法主要包含因素分析法等。Harman 单因子法应用于无法识别共同方法偏差来源的情况中，常用验证性因子分析 (CFA) 和验证性因子分析 (EFA) 检验。

本研究在问卷导语部分强调匿名性，并在发放中再次告知被试者调查的保密性，从而有效地减少被试者对问卷的疑虑。同时，在这项研究中，模型中包含了 63 个测量类别，包括量子领导力、员工创新绩效、情感组织承诺和组织自尊，运用 Mplus7.4 进行单因子检验，结果证明拟合效果不佳 ($\chi^2/df=3.81>3$ ， $CFI=0.481<0.9$ ， $TLI=0.463<0.9$ ， $RMSEA=0.086>0.08$ ， $SRMR=0.087>0.08$)，不存在单个因子解释大部分变异情况。其次，本文对样本数据进行了 EFA 单因子检验，将 63 个测量项目进行未旋转因子分析，一共 16 个大于 1 的因子，其中第一个因子方差解释率为 23.574%，低于临界值 40%。所以可以得出样本不存在严重的共同方法偏差。

5.3 信度分析和效度检验

5.3.1 样本信度分析

信度代表着调查问卷的可行性。通常来说，研究采用 Cronbach's α 系数评估量表的信度， α 系数越大，信度越高，可靠性越高。 α 系数介于 0.7~0.9 之间，表示量表信度佳可以直接用于研究； α 系数大于 0.9 时，表示量表信度非常好，研究结果一致性强。

本研究共涉及四个变量，通过 Cronbach's α 系数来分析各量表的信度。通过表 5.3 可知，四个量表均具有良好的信度

表 5.3 各变量量表 Cronbach's α 系数

变量名称	Cronbach's α 系数
量子型领导	0.988
情感性组织承诺	0.949
员工创新绩效	0.896
组织自尊	0.939

5.3.2 效度检验

为验证本文所建模型的判别效度，使用 Mplus7.4 对量子领导力、组织自尊、承诺情感组织纽带和员工创新绩效进行了验证性因素分析 (CFA)。表 5.4 四因子模型所有参数均标准，明显优于其他类型因子构建，可见本研究的 4 因子模型具有分析价值和区分效度。

表 5.4 验证性因子分析 (n=403)

变量	χ^2	Df	χ^2/Df	RMSEA A	CFI	TLI	SRMR
四因子模型	293.56	71	4.13	0.087	0.976	0.969	0.014
三因子模型 ¹	774.99	74	10.47	0.151	0.924	0.907	0.063
三因子模型 ²	1083.73	74	14.65	0.181	0.891	0.866	0.232
三因子模型 ³	1394.00	74	18.84	0.207	0.857	0.825	0.272
两因子模型 ⁴	1457.41	76	19.18	0.209	0.851	0.821	0.105
单因子模型 ⁵	1960.19	77	25.45	0.242	0.796	0.759	0.111

5.4 研究假设检验

5.4.1 各变量相关关系分析

相关关系分析是指测量两个或多个变量之间的紧密程度。当相关系数 $r=1$ 或 $r=-1$ 时，表示关系完全线性，绝对值越大，变量之间的相关性越强。本研究对变

表 5.5 各变量的相关性矩阵 (续)

10 员 工创 新绩 效	0.0 24	0.00 9	.198 **	-0.0 42	0.03 8	.184 **	-0.0 1	.557 **	.575 **	1	
11 组 织自 尊	-0.0 63	-0.0 24	0.08 9	-0.0 35	-0.0 3	0.03 9	-0.0 3	.546 **	.512 **	.415 **	1

注：n=403，**表示 $p < 0.01$ ，*表示 $p < 0.05$

5.4.2 量子型领导对员工创新绩效的影响作用检验

分析量控制变量和结果变量，得到表 5.6 的模型一 (M1)，分析人口变量对情感性组织承诺的影响。接着，再加入自变量，得到表 5.6 的模型二 (M2)，控制人口统计变量后量子领导对员工组织情感承诺的影响分析。从表 5.6 可以看出，量子领导对情感组织承诺有显著的正向影响 ($\beta = 0.568$, $p < 0.001$)，R 平方为 0.344，表明工作自主性可解释变异为 34.4%。

同样，研究量子领导对员工创新绩效的效应时，先放入控制变量，得到表 5.6 的模型三 (M3)，分析控制变量对员工创新绩效的影响程度。接着，加入自变量量子型领导，得到表 5.6 的模型四 (M4)，验证在控制人口变量后量子型领导对员工创新绩效的影响结果。量子型领导显著地正向影响员工创新绩效 ($\beta = 0.538$, $p < 0.001$)，R 方为 0.345，表明组织自尊可解释变异为 34.5%。

最后，分析情感性组织承诺对员工创新绩效的影响时，先放入控制变量，员工创新绩效为结果变量，得到表 5.6 的模型五 (M5)，分析人口变量对员工创新绩效的影响。再加入情感性组织承诺，得到表 5.6 的模型六 (M6)，加入人口统计控制变量后情感组织承诺对员工创新绩效的影响分析 组织承诺对员工创新绩效具有显著正向影响 ($\beta = 0.55$, $p < 0.001$)，R 方为 0.358，意味着员工创新绩效可解释变异为 35.8%。

表 5.6 量子型领导、情感性组织承诺与员工创新绩效的回归分析结果

变量类型	变量名称	情感性组织承诺			员工绩效创新		
		M1	M2	M3	M4	M5	M6
控制变量	1 性别	0.023	0.047	0.023	0.046	0.023	0.01
	2 年龄	0.022	-0.016	0.037	0	0.037	0.024
	3 学历	0.093	0.027	0.147* **	0.084	0.147* *	0.096*
	4 工作时长	-0.054	-0.029	-0.016	0.007	-0.016	-0.061
	5 上级工作时长	-0.057	0.011	-0.092	-0.028	-0.092	0.115* *
	6 职位等级	0.107	0.078	0.174* **	0.147* **	0.174* *	0.05
	7 企业性质	-0.015	-0.029	0.042	0.028	0.042	
自变量	8 量子型领导		0.568* **		0.538* **		
中介变量	9 情感性组织承诺						0.55**
	R ²	0.033	0.344	0.066	0.345	0.066	0.358
	△R ²	0.033	0.312	0.066	0.279	0.066	0.292
	F	1.788	24.167 ***	3.72**	24.252 ***	3.72**	25.681 ***

注：n=403，*表示 $p<0.05$ ，**表示 $p<0.01$ ，***表示 $p<0.001$

综合三个回归分析结果，证明了量子型领导对员工创新绩效有显著的正向影响，验证了研究假设 1。

5.4.3 情感性组织承诺的中介效应检验

本研究借助 SPSS26.0 及 PROCESS3.3 插件进行 Bootstrap 5000 次有放回的抽样来检验中介效应。本文检验时将量子型领导为自变量，情感性组织承诺为中介变量，员工创新绩效为因变量，最终得到表 5.7 结果。

表 5.7 情感性组织承诺对量子型领导与员工创新绩效关系的中介效应检验

	Total Effect	SE	t	p	LLCI	ULCI
量子型领导-员工创新绩效	0.551	0.044	12.529	0	0.464	0.637
	Direct Effect	SE	t	p	LLCI	ULCI
量子型领导-员工创新绩效	0.341	0.498	6, 833	0	0.243	0.439
量子型领导-工作自主性-员工创新绩效	Indirect Effect	SE			Boot LLCI	Boot ULCI
	0.21	0.036			0.143	0.284

根据回归分析分析结果，证明了组织情感承诺在量子领导与员工绩效之间有着一定中介作用，验证了研究假设 2。

5.4.4 组织自尊的调节效应检验

1) 组织自尊对情感性组织承诺与员工创新绩效的调节效应检验

本文采取层次回归方法验证组织自尊在情感性组织承诺与员工创新绩效之间的调节作用，在检验之前对中介变量情感性组织承诺和调节变量组织自尊进行标准化，并计算情感性组织承诺和组织自尊的交互项，这样可避免出现共线性问题。层次回归分析时，本文先将控制变量放入第一层，得到表 5.8 中的模型一 (M1)，表示控制变量对员工创新绩效的影响；接着将情感性组织承诺放在第二层，得到模型二 (M2)，分析加入控制变量后情感性组织承诺对员工创新绩效的影响；再放入组织自尊变量，得到模型三 (M3)，结果表明情感性组织承诺 ($\beta=0.464$, $p<0.001$)、组织自尊 ($\beta=0.167$, $p<0.001$) 对员工创新绩效的效应显著；最后，将情感性组织承诺和组织自尊的交互项放入第四层，得到模型四 (M4)，进行验证组织自尊调节作用，结果表明情感性组织承诺与组织自尊的交互项对员工创新绩效有显著的预测作用 ($\beta=0.097$, $p<0.05$)，结合上文中情感性组织承诺正向预测员工创新绩效的结论，推断组织自尊于情感组织承诺与员工绩效之间具有显著的正向调节作用，验证了研究假设 3。

表 5.8 组织自尊在情感性组织承诺对员工创新绩效影响中的调节检验表

变量类型	变量名称	员工绩效创新			
		M1	M2	M3	M4
控制变量	1 性别	0.023	0.01	0.023	0.014
	2 年龄	0.037	0.024	0.028	0.02
	3 学历	0.147***	0.096*	0.09*	0.094*
	4 工作时长	-0.016	0.013	0.01	0.005
	5 与上级工作 时长	-0.092	-0.061	-0.061	-0.06
	6 职位等级	0.174**	0.115*	0.121**	0.124**
	7 企业性质	0.042	0.05	0.051	0.049
主效应	8 情感性组织 承诺		0.55***	0.464***	0.459***
	9 组织自尊			0.167**	0.18***
交互项	情感性组织承 诺×组织自尊				0.097*
	R ²	0.066	0.358	0.379	0.371
	△R ²	0.066	0.292	0.02	0.009
	F	3.72**	25.681***	24.858***	23.179***

注：n=403，*表述 p<0.05，**表示 p<0.01，***表示 p<0.001

此外，为进一步验证调节效应的作用机制，更加清楚的说明组织自尊的正向调节关系，绘制了调节效应图（图 5.1）。从图中可知，情感性组织承诺对员工创新绩效的影响都是伴随着组织自尊的增加而增加。同时，两条组织自尊的直线存在明显斜率差异，高组织自尊的直线斜率较大。这证明，情感性组织承诺增加时，高组织自尊下的员工更产生更多的创新绩效。而组织自尊处于较低水平下，员工创新绩效则保持低水平。

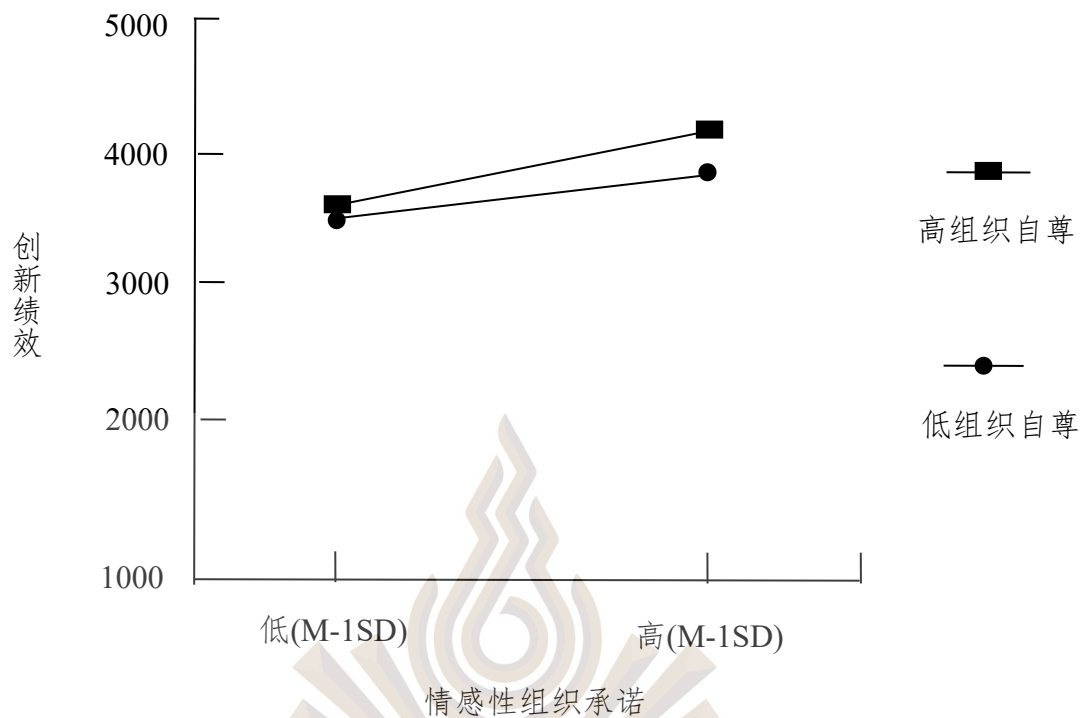


图 5.1 调节效应图

2) 有调节的中介模型检验

本研究利用 SPSS 软件的 PROCESS 插件对调节后的中介效应进行检验，以性别、年龄等 7 个变量为控制变量，定义量子领导力为自变量，组织承诺、情感承诺为中介变量，员工创新。绩效是因变量，组织自尊是调节变量。本文采用 Bootstrap 方法，结果如表 5.9 所示。当组织自尊较低时，情感组织承诺的中介作用为 0.135，说明存在显著的中介作用；当组织自尊高时 关于组织自尊，情绪组织承诺的中介效应为 0.253，说明中介效应显著，效果极好。高组织自尊的中介效应值更大；在高点和低点的中点，适度的谐波效应也很显著。此外，研究模型中协调检验的适当值为 0.116。

表 5.9 有调节的中介检验 (n=403)

	Moderator	Effect	Mediator			Index of Moderated Mediation			
			Boot SE	Boot LLC I	Boot ULC I	Index	Boot SE	Boot LLC I	Boot ULC I
情感性组织承诺	低组组织创新氛围	0.135	0.043	0.056	0.225				
	中组组织创新氛围	0.194	0.036	0.129	0.271	0.116	0.051	0.015	0.217
	高组组织创新氛围	0.253	0.046	0.166	0.349				

5.5 研究假设验证结果

本研究整理了四个变量的相关文献，立足于社会交换理论、社会信息加工理论和资源保存理论提出本文的研究假设并构建理论模型。制作发放并收集了电子问卷，借助各类分析方法有效地验证本文的四个研究假设，结论如下。

首先，利用相关性分析和回归分析，得出量子型领导、情感性组织承诺与员工创新绩效两两相关，且量子型领导对情感组织承诺、量子领导对员工创新绩效、组织情感承诺对员工创新绩效都存在正向影响，验证了研究假设 1。

其次，利用 Bootstra 法得出情感性组织承诺中介效应的 95%，验证情感组织承诺在量子领导与员工创新绩效之间的关系中起中介作用，进而研究假设 2 成立。

最后，利用层次回归分析法得出情感性组织承诺和组织自尊的交互性对员工创新绩效影响显著 ($\beta=0.097$, $p<0.05$)，同时利用 Bootstrap 法检验得出组织自尊的高低效应的置信区间不含 0，证明有调节的中介作用显著，表明组织自尊在

情感性组织承诺与员工创新绩效间起到调节作用，验证了研究假设 3。

综上，本文的 3 个研究假设都得到了验证，具体验证结果见表 5.10。

表 5.10 研究假设验证结果

假设序号	假设内容	验证结果
假设 1	量子型领导对员工创新绩效具有显著的正向影响	成立
假设 2	情感性组织承诺在量子型领导与员工创新绩效之间发挥中介作用	成立
假设 3	组织自尊对量子型领导与员工情感性组织承诺的关系具有正向调节效应和有调节的中介效应	成立



第 6 章

结论与展望

6.1 研究结论

量子型领导被视为一种新型领导风格，表现出持续自我革新、应变多样性等特征，在稳定情境和不确定情境下都能显示出生命力和合理性 (Şenses & Temoçin, 2016)。

本研究以三个理论作为理论基础，关注量子型领导与员工创新绩效之间的关系，构建了理论模型。在文献分析后，本研究选取了组织情感承诺作为中介变量，组织自尊作为调节变量。具体研究如下。

1) 量子型领导对员工创新绩效有显著的正向影响作用

员工创新绩效是企业竞争力的关键，本研究探讨证明了量子领导可以显著提高员工创新绩效。一方面，量子领导对员工绩效产生直接影响。量子领导在高动态情境下保持清醒的意识，快速识别外界风险帮助企业困境中成长，能为员工树立榜样并带来安全感。量子型领导注重对员工的精神引导和心灵成长，增加员工为组织贡献的内在动机，同时积极创造价值共享平台，帮助员工在职业生涯中实现自身的价值增量，为员工在工作过程中创新提供动机支持和能力支撑。另一方面，量子领导可以通过提高组织情感承诺影响员工创新绩效。

2) 情感性组织承诺在量子型领导与员工创新绩效之间起部分中介作用

本文从实证层面论证了量子领导可通过提高组织情感承诺这一中介变量进而提升员工创新绩效。量子型领导主张赋能无为和利他包容，结合环境与工作为员工树立清晰目标，后续工作则授予员工决策权并尽量减少干预，员工在工作流

程和安排上具有一定的掌控权。调动起积极主动性，为员工提供一种自我实现的平台，进而增加员工的责任感和归属感，提升员工的组织认同及情感性组织承诺，从而更好地为达到组织目标共同努力。

本研究论证了中介作用丰富了量子领导影响员工创新绩效的路径，阐明了量子领导可以通过改变工作特征来影响下属行为。

3) 组织自尊的调节作用

组织自尊显着调节了量子领导与员工组织情感承诺之间的正向影响关系。高组织自尊往往会激发员工积极的心理暗示，对组织环境的变化保持积极的乐观态度，对组织文化的认同程度较高，容易产生积极的情绪体验。通过验证组织自尊的调节作用，进一步揭示了量子领导对员工绩效的影响路径。

总的来说，量子型领导直接影响员工创新绩效支撑员工创新提高创新动机和能力，情感性组织承诺的中介作用丰富了两者影响路径进而影响下属行为，通过组织自尊的调节进一步验证这一影响路径。

6.2 管理启示

当代环境对企业来说既是机遇也是挑战。领导作为企业的掌舵人，对员工工作行为的影响越发明显。研究表明企业中量子型领导通过工作自主性影响员工创新绩效，而组织创新氛围程度的高低则会一定程度上调节创新绩效。本研究不仅有助于丰富相关的学术研究，同时对企业领导实践管理提供了借鉴，有以下三个方面。

1) 转变管理思维，注重培养量子型领导

建立在稳定性情境下的领导方式已经不适用于动态环境，企业要在激烈环境中获得生存与发展的机会，则需要转变固有的管理思维，如由控制转为授权、由追求赢利转为价值共创。同时，企业可以加强对量子型领导的人才队伍建设，筛

选出具有量子型领导特征的管理层进行培训，并建立企业内部量子型领导培训讲师团队，可将量子型品质在公司员工层面进行宣传以便更好地配合领导工作。

在日常管理中，领导需要时刻把握环境动态，充分发挥出量子型领导的效能。领导者需要时刻自省、保持清晰的自我，依据知觉能力在复杂环境迅速做出正确决策。对于员工，领导者要怀有包容态度，鼓励员工在组织场所做出探索性行为并进行差错文化管理，从而激发员工创新的内在动机，引导员工积极实现较高的创新绩效。与此同时，领导者也需培养自身和下属的心灵成长，关注员工的精神状态以及潜能发展，为员工自我实现打造平台。

2) 提升情感性组织承诺，打造命运共同体

当代的情感组织参与有着全新的情境特质。企业要有量子思维、量子文化，强化员工对组织的情感依恋，形成员工与企业的共鸣，打造共同体，引领共生价值。时代在呼吁思维变革，企业需转变传统的思维模式，培育量子思维和量子企业文化。危机亦是转机，此时正是企业审视自身使命、价值观及愿景的好时机，为应对不可预测的外部环境，企业可以培育量子思维和量子企业文化，在拥有愿景和目标一致的前提下，形成员工与企业的使命共振，用内心深处的“干劲”调动员工的自发性，达成一种内驱力。此时，反应迅速、应对得当、重建秩序的量子企业文化反而更容易引起员工的共鸣，能够让员工更加信赖和认同，从而提升员工的情感性组织承诺，“心往一处想，劲往一处使”，在共同愿景的引领下，进而将利益共同体升华为命运共同体。

3) 提高其组织自尊水平，营造包容、共享的组织创新氛围

企业应关注员工的内在需求，采取一定手段提高其组织自尊水平，促进员工创新绩效，营造创新氛围。本研究发现高组织自尊水平的员工中量子型领导对员工创新绩效的正向关系更强。因此，企业有必要采取合理措施提高员工的组织自尊。一方面，企业应强化“以人为本”，建立良好的企业文化，从员工的实际需要出发，着力创建一种被关怀、被尊重的组织创新氛围，为员工提供参与决策的机

会，并适当授权，提高员工的自我价值感，充分发挥其自身才能，形成对组织的信任感和归属感，表现出积极的工作行为和态度，更加积极地投入工作。另一方面，经研究证明，组织关怀可以提升员工的组织自尊水平，企业可建立员工关怀机制，提供完善的薪酬体系，给予正向激励和特殊的人性化关怀。此外，企业可以营造包容、和谐、共享的组织环境，充分尊重员工意见，认可员工对组织的贡献，帮助其进行未来职业生涯规划，进而使员工增强对组织的信任感和认可度。

6.3 研究不足与展望

本研究基于信息交换理论、社会信息处理理论和资源保护理论，通过实证验证了量子型领导对员工创新绩效的作用路径和情感性组织承诺的中介作用和组织自尊的调节作用。鉴于目前自身研究能力有限，研究仍存在一些不足之处，未来可以进行深入探讨，具体有以下三个方面。

样本数据。首先，问卷收集上主要集中在采用了线上调查的方式，受限行等客观条件限制无法实地进行现场调查并发放问卷，主要通过问卷星收集数据，面向群体较为单一，且样本数量有限。虽然经过了严格的程序已剔除了不合格问卷，且通过了同源误差检验，但与实际情况相比仍可能存在一些偏差。同时，本文采用横截面数据不能完全展示领导对员工行为的动态影响力，后期研究可以采用跨时间段数据收集，这可以更直观、更有力地展示量子领导力对员工行为的动态影响，加深对量子领导力理论的理解。其次，问卷数据主要是让员工自主评价相关变量的情况，可能受领导的权威影响下在评价领导的时候会往好的一面评价，美化自身创新方面的行为，后期可以加大投入进行配对问卷调查，增加样本可靠性。最后，未来可以有针对性地调查对象，如劳动密集型企业与科技型企业等，划分对象有助于更好地明确量子型领导的作用范围。

测量工具。在量表选择方面，本研究所涉及的量表大部分采用了国外学者开发的量表，尽管这些量表已得到广泛认可，也显示了良好的信效度。由于中西方文化的差异，未来研究需要在中国情境下不断深入，结合国内企业实际开发基于

中国特色的普适性量表，从而完善量表体系建设，最终投入到实证研究。

选取变量。本研究将情感组织承诺作为中介变量，将组织自尊作为调节变量，丰富了量子型领导的影响研究，未来开展研究能从新的中介变量入手，如探索其他组织特征充当中介变量并与情感性组织承诺进行对比研究，同时也可以纳入员工反思、组织自我导航等员工行为变量。其次，本文调节变量选取的是员工对组织自尊的感知程度，未来可以从组织自尊的客观属性出发，将组织自尊作为跨层变量研究，或者探究一些其他变量充当调节变量，如员工性格、创新自我效能感等。与此同时，目前研究集中研究量子型领导对个体层面的影响，未来也可以挖掘其对组织层面、团队层面的影响。最后，作为一种新兴的领导风格，量子领导的相关研究可由未来可以考虑将其他领导类型一并纳入研究中，更好挖掘出量子型领导独特作用。



参考文献

- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
- Buchanan, B. (1974). Building Organizational Commitment; The Socialization of Managers in Work Organizations. *Administrative Science Quarterly*, 19(4), 533-546.
- Curtin, L. (2011). Quantum leadership: Succeeding in interesting times. *Nurse Leader*, 9(1), 35-38.
- Chen, C. J., & Huang, J. W. (2009). Strategic human resource practices and innovation performance—The mediating role of knowledge management capacity. *Journal of Business Research*, 62(1), 104-114.
- Chang, P. C., Sun, K., & Wu, T. (2021). A study on the mechanisms of strengths-based psychological climate on employee innovation performance: A moderated mediation model. *Chinese Management Studies*, 2022(2), 16.
- Chen, X., Ma, J., Jin, J. (2013). Information privacy, gender differences, and intrinsic motivation in the workplace. *International Journal of Information Management*, 33(6), 917-926.
- Chai-Amonphaisal, K., & Ussahawanitchakit, P. (2008). Roles of human resource practices and organizational justice in affective commitment and job performance of accountants in Thai firms. *International academy of business and economics*, 8(2), 356-398.
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of management*, 31(6), 874-900.
- Chughtai, A. (2018). Examining the effects of servant leadership on life satisfaction. *Applied Research in Quality of life*, 13(4), 873-889.
- Emery, C. R., & Barker, K. J. (2007). The effect of transactional and transformational leadership styles on the organizational commitment and job satisfaction of customer contact personnel. *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict*, 11(1), 77.

参考文献 (续)

- Fairholm, M. R. (2004). A new sciences outline for leadership development. *Leadership & Organization Development Journal*, 25(3), 369-383.
- Fris, J. (2006). An additional way of thinking about organizational life and leadership: The quantum perspective. *Canadian Journal of Educational Administration and Policy*, 48, 1-29.
- Ghosh, R., Reio, T. G., & Haynes, R. (2012). KMentoring and OrganizationalCitizenship Behavior: Estiinating the Mediating Effects of Organization-Based Self-Esteem and Affective Commitment. *Human resourceDevelopment Quarterly*, 23(1), 41-63.
- Igbaria, M., & Greenhaus, J. H. (1992). The career advancement prospects of managers and professionals: are MIS employees unique. *Decision Scielnces*, 23(2), 478-499.
- Janssen, O., & Yperen, N. W. V. (2004). Employees' goal orientations, the quality of leader-member exchange, and the outcomes of job performance and job satisfaction. *Academy of Management Journal*, 47(3), 368-384.
- Khan-Mohmand. M. I. (2011). Affective Commitment: An Outcome of Organizational Climate (An Empirical Evidence). *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*.
- Lin, W., Zhong, W. J., & Su, C. H. (2020). Are pressuring employees to improve organizational innovation still working. *An empirical analysis of manufacturing companies in China. SAGE Open*, 10(4), 1-13.
- Ladebo, O. J., Olaoye, O. J., & Adamu, C. O. (2008). Extension Personnel's Self-Esteem and Workplace Relationships: Implications for Job Satisfaction and Affective Organizational Commitment Foci. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 14(3), 249-263.
- Lee, J. (2003). An analysis of the antecedents of organization based self-esteem in two Korean banks, *The International Journal of Human Resource Management*, 14(6), 1046-1066.

参考文献 (续)

- Martinaityte, I., Sacramento, C., & Aryee, S. (2016). Delighting the customer: Creativity-oriented high-performance work systems, frontline employee creative performance, and customer satisfaction. *Journal of Management*, 45(2), 728-75.
- Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14(2), 224-247.
- Oluwafemi, T. B., Mitchelmore, S., & Nikolopoulos, K. I. (2020). Leading innovation: Empirical evidence for ambidextrous leadership from UK high-tech SMEs. *Journal of Business Research*, 119, 195-208.
- Pierce, J. L., Gardner, D. G., & Cummings, L. L. (1989). Organization-Based Self-Esteem: Construct Definition, Measurement, and Validation. *Academy of Management Journal*, 32(3), 622-648.
- Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (1978). A social information processing approach to job attitudes and task design. *Administrative Science Quarterly*, 23(2), 224-253.
- Shelton, C., Yang, J., & Liu, Q. (2005). Managing in an age of complexity: Quantum skills for the new millennium. *International Journal of Human Resources Development and Management*, 5(2), 127-141.
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *The Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.
- Senses, B., & Temocin, P. (2016). An Interdisciplinary Study: Quantum leadership and hybrid leadership. *Springer Proceedings in Complexity*, 28(4), 547-559.
- Shao, B., & Guo, Y. (2021). More than just an angry face: A critical review and theoretical expansion of research on leader anger expression. *Human Relations*, 74(10), 1661-1687.
- Thierry, H. (2001). The reflection theory on compensation. *Work Motivation in the Context of A Globalizing Economy*, 149-166.
- Uçar, R., & Köseoğlu, F. (2017). Relationship between quantum leadership behavior of school principals and levels of creativity of teachers. *International Symposium on Chaos, Complexity and Leadership: Springer Cham*, 293-306.

参考文献 (续)

- Van, Dierendonck. D., & Patterson, K. (2010). *Servant leadership: Developments in theory and research*. New York: Palgrave Macmillian.
- Van, Dyne. L., Vandew, Alle. D., & Kostova, K. (2000). Collectivism, propensity to trust and self-esteem as predictors of organizational citizenship in a non-work setting. *Journal of Organizational Behavior*, 1(21), 3-23.
- Wheatley, D. (2017). Autonomy in paid work and employee subjective well-being. *Work and Occupations*, 44(3), 296-328.
- Wheatley, M. (1992). *Leadership and the New Science*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Watson, J., Porter-O'Grady, T., & Horton-Deutsch, S. (2018). Quantum caring leadership: Integrating quantum leadership with caring science. *Nursing Science Quarterly*, 31(3), 253-258.
- Zohar, D., & Marshall, I. (2000). *Spiritual intelligence: the ultimate intelligence*. London: Bloomsbury Publishing PLC.
- 曹典顺, & 周伟. (2009). 量子物理学视阈中意识与物质的本质统一性. *学术交流*, (12), 12-16.
- 成刚. (2017). 量子领导力与服务型领导. *企业管理*, (7), 41-42.
- 代向阳, 彭剑锋, & 尹奎. (2021). 量子管理理论研究对人力资源管理的启示. *现代管理科学*, (6), 62-69.
- 丹娜·左哈尔. (2016). *量子领导者: 商业思维和实践的革命*. 杨壮, 施诺译. 北京: 机械工业出版社.
- 付长珍, & 刘梁剑. (2020). 文明新曙光下的科技人文与大学之道——钱旭红院士访谈. *华东师范大学学报(哲学社会科学版)*, 52(4), 1-10+184.
- 郭彤梅, 郭秋云, & 孟利兵. (2019). 知识型员工心理资本和创新绩效的关系研究. *经济问题*, (10), 71-78.
- 郭衍宏, 高英, & 李思志. (2019). 创业型领导对追随者创造力的影响——工作情境与非工作情境双路径研究. *科技进步与对策*, 36(19), 145-152.

参考文献 (续)

- 巩建华. (2007). “量子观念”与领导干部, *人才开发*, (10), 8-9.
- 黄刚, & 郭飞. (2020). 量子领导力: 理论基础、思维逻辑、内涵与特征. *中国人事科学*, (6), 64-71.
- 黄亮, & 彭璧玉. (2015). 工作幸福感对员工创新绩效的影响机制——一个多层次被调节的中介模型. *南开管理评论*, 18(2), 15-29.
- 韩翼, 廖建桥, & 龙立荣. (2007). 雇员工作绩效结构模型构建与实证研究. *管理科学学报*, 10(5), 62-77.
- 侯曼, 张珮云, & 王倩楠. (2021). 领导授权赋能对员工创新绩效的影响——隐性知识共享与情绪智力的作用. *软科学*, 35(12), 113-118.
- 柯江林, & 丁群. (2020). 创业型领导对初创企业员工态度与创新绩效的影响——职场精神力的中介效应与领导-成员交换的调节作用. *经济与管理研究*, 41(1), 91-103.
- 李维安. (2020). 面对重大突发公共卫生事件的治理机制建设与危机管理——“应对新冠肺炎疫情”专家笔谈. *经济管理*, 42(03), 第 5+8-20 页.
- 李铭泽, 叶慧莉, & 张光磊. (2020). 自恋型领导对团队创造力形成过程的多视角研究. *心理科学进展*, 28(9), 1437-1453.
- 李俊鹏, 李秋灵, & 李奕蒙. (2020). 基于量子思维的新时代组织人力资源管理转型与创新. *领导科学*, 781(20), 92-94.
- 李兴娜, & 凌文铨. (2011). 组织自尊问题研究. *中国人力资源开发*, (8), 34-37.
- 刘小平, & 王重鸣. (2002). 中西方文化背景下的组织承诺及其形成. *外国经济与管理*, (01), 17-21.
- 凌文铨, 张治灿, & 方俐洛. (2001). 中国职工组织承诺研究. *中国社会科学*, (2), 90-102.
- 廖化化, 黄蕾, & 胡斌. (2022). 资源保存理论在组织行为学中的应用: 演变与挑战. *心理科学进展*, 30(2), 1-15.

参考文献 (续)

- 陆欣欣, & 涂乙冬. (2014). 基于组织的自尊的情境化与适用性. *心理科学进展*, 22(1), 130-138.
- 马晓苗, 罗文豪, & 彭剑锋. (2020). 基于量子思维的平台型组织建设: 核心理念与实践策略——以海尔为案例. *企业经济*, 39(9), 44-52.
- 马正立. (2017). 量子领导思维的基本原则与塑造策略. *领导科学*, (9), 34-36.
- 马跃如, 梁璟鑫, & 郭小闻. (2022). 领导—员工目标导向匹配对员工越轨创新行为与创新绩效的影响. *科技进步与对策*, 1-9.
- 苗仁涛, & 曹毅. (2020). 资本整合视角下高绩效工作系统对员工创新行为的影响——一项跨层次研究. *经济科学*, (5), 72-85.
- 彭剑锋. (2018). 换一个大脑: 用量子思维重构管理新体系——不确定的混沌时代, 真正需要的是思维的革命. *首席人才官商业与管理评论*, 1, 18-27.
- 彭剑锋, 马晓苗, & 甘罗娜. (2019). 量子领导力构建: 机理与路径. *中国人力资源开发*, 36(12), 144-156.
- 彭剑锋. (2017). 量子思维, 为管理体系换个大脑. *人力资源*, (10), 20-23.
- 宋瑜. (2020). *道阻且长, 行则将至: 上下级间的人际信任演化机制研究*. 北京: 中央财经大学.
- 沃伦·布兰克. (2001). 领导能力的9项自然法则. *企业管理*, (3), 76-78.
- 王弘钰, & 万鹏宇. (2020). 效能视角下共享型领导、越轨创新对创新绩效的影响. *现代财经(天津财经大学学报)*, 40(1), 84-97.
- 王文婷, 菅利荣, & 郭秋云. (2019). 前摄型人格、工作形塑与员工创新绩效——基于冗余资源的调节作用. *技术经济*, 38(12), 16-23.
- 王仙雅, 林盛, & 陈立芸. (2014). 组织氛围、隐性知识共享行为与员工创新绩效关系的实证研究. *软科学*, 28(5), 43-47.
- 吴维库, 刘军, & 黄前进. (2008). 下属情商作为调节变量的中国企业高层魅力型领导行为研究. *系统工程理论与实践*, (07), 68-77.

参考文献 (续)

- 王艳子, & 张婷. (2020). 包容型领导对员工即兴行为的跨层次影响. *管理学报*, 17(06), 843-851.
- 辛杰, 谢永珍, & 范蕾. (2020). 中国文化背景下的量子型领导: 源起、概念、维度与测量. *商业经济与管理*, 04, 39-51.
- 谢尔顿, & 刘芊. (2008). *量子飞跃: 改变你工作和生活的7种量子技巧*. 北京: 中国财政经济出版社.
- 徐敏亚, & 陈丽萍. (2021). 牛顿式管理与量子管理. *企业管理*, (1), 122-123.
- 于强. (2002). 量子领导学评述——品读《领导能力的9项法则》. *北京联合大学学报*, (02), 95-96.
- 姚艳虹, & 衡元元. (2013). 知识员工创新绩效的结构及测度研究. *管理学报*, 10(1), 97-102.
- 杨振芳, 陈庆文, 朱瑜, & 曾柏森. (2016). 精神型领导是员工主动性行为的驱动因素吗?——一个多重中介效应模型的检验. *管理评论*, 28(11), 191-202.
- 张军成, & 凌文轮. (2013). 组织政治知觉对研发人员工作态度的影响——基于资源保存理论的实证分析. *科学学与科学技术管理*, 34(2), 134-143.
- 钟小石, & 饶国宾. (2005). 量子思维方式的产生、特征及其对当代社会的启示. *南昌航空大学学报(社会科学版)*, 7(2), 43-45.
- 张佰华, & 于正. (1998). “量子型”领导能力与领导行为. *科学管理研究*, (6), 60-63.
- 周愉凡, 张建卫, & 张晨宇. (2020). 主动性人格对研发人员创新行为的作用机理——特质激活与资源保存理论整合性视角. *软科学*, 34(7), 33-37.
- 张旭, 樊耘, & 颜静. (2015). 基于心理联系视角的互联网时代背景下组织承诺发展探索. *管理学报*, 12(09), 1294-1303.
- 曾垂凯. (2012). 情感承诺 LMX 与员工离职意向关系的影响. *管理评论*, 24(11), 106-113.



附录

调查问卷

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

《量子型领导对员工创新绩效的影响研究》调查问卷

尊敬的先生/女士：

您好！非常感谢您百忙之中抽出时间填写问卷。

这是一份毕业论文调查问卷，将仅用于学术研究中探究量子型领导对员工创新绩效的影响。您的支持与协助对本研究非常重要。调查问卷将采取匿名形式，填写过程中的所有信息将严格保密，请您放心作答。

一、基本信息

1、您的性别：

A.男 B.女

2、您的年龄：

A.25岁及以下 B.26~30岁 C.31~35岁 D.36~40岁 E.40岁及以上

3、您的最高学历：

A.大专及以下 B.本科 C.硕士 D.博士

4、您的工作年限：

A.1年以下 B.1~3年 C.3~5年 D.5年及以上

5、与上级工作时长：

A.1年以下 B.1~3年 C.3~5年 D.5年及以上

6、您的职位层级：

A.一般员工 B.基层管理人员 C.中层管理人员 D.高层管理人员

7、您所在的企业性质：

A.国有企业 B.事业单位 C.外资企业 D.中外合资企业 E.民营企业

二、以下是关于量子型领导的描述，请根据您在工作过程中的实际情况选择最符合的选项。

序号 问题描述 1 非常不赞同 2 不赞同 3 不确定 4 赞同 5 非常赞同

1 我的领导有明确的组织目标和清晰的组织愿景 1 2 3 4 5

2 我的领导有强烈的组织使命感 1 2 3 4 5

3 我的领导赋予团队以梦想和意义 1 2 3 4 5

- 4 我的领导致力于心灵的成长提升自己的觉悟 1 2 3 4 5
- 5 我的领导勇于质疑和自我批判 1 2 3 4 5
- 6 我的领导开发和提升每个人的潜能 1 2 3 4 5
- 7 我的领导积极主动地与每个员工沟通和交互 1 2 3 4 5
- 8 我的领导鼓励组织中的个体与群体之间相互对话来解决问题 1 2 3 4 5
- 9 我的领导使得人与人之间互相联系和合作,你中有我我中有你 1 2 3 4 5
- 10 我的领导使得员工一起面向市场和顾客集体为顾客创造价值 1 2 3 4 5
- 11 我的领导视自己与员工为伙伴或合作者的关系 1 2 3 4 5
- 12 我的领导持续地关注和帮助员工成长 1 2 3 4 5
- 13 我的领导能接纳和应对不确定性的环境,探索各种可能性 1 2 3 4 5
- 14 我的领导能接纳和勇于面对复杂的问题与环境 1 2 3 4 5
- 15 我的领导处理事情能灵活变通而并不墨守成规 1 2 3 4 5
- 16 我的领导鼓励和支持新生事物与新生力量的不断涌现 1 2 3 4 5
- 17 我的领导面对新环境和新问题能快速响应、敏捷应对 1 2 3 4 5
- 18 我的领导更注重合作而不是一味的竞争 1 2 3 4 5
- 19 我的领导将团队的功劳归于集体而非个人 1 2 3 4 5
- 20 我的领导打造彼此共享价值的平台与机制 1 2 3 4 5
- 21 我的领导能很好地与外界进行合作 1 2 3 4 5
- 22 我的领导实现员工与企业共创共赢 1 2 3 4 5
- 23 我的领导能做到既往不咎一切往前看 1 2 3 4 5
- 24 我的领导舍得为他人分名分利 1 2 3 4 5
- 25 我的领导对错误有宽容度鼓励员工试错 1 2 3 4 5
- 26 我的领导秉持利他思想,总是在想着帮助别人 1 2 3 4 5
- 27 我的领导能不带私心地处理问题做到客观公正 1 2 3 4 5
- 28 我的领导为员工提供实现目标的资源和条件而极少干预具体运作 1 2 3 4 5
- 29 我的领导在管理中遵守但不过于强调规则、流程和秩序 1 2 3 4 5
- 30 我的领导让员工为自己定目标和管理自己,而不是一味依照上级指令工作

1 2 3 4 5

31 我的领导将员工变成创客,从等、靠、要变成自己找机会抓资源、下决策 1 2 3 4 5

32 我的领导能够驾驭无秩序的环境和事情 1 2 3 4 5

33 我的领导在组织陷入危机时能化解危机并采取合理的措施 1 2 3 4 5

34 我的领导即便是在闲培中和乐观积极抽找早人理的理解边办法 1 2 3 4 5

三、以下是关于员工创新绩效的描述,请根据您在工作过程中的实际情况选择最符合的选项。

序号 问题描述 1 非常不赞同 2 不赞同 3 不确定 4 赞同 5 非常赞同

1 为了改善现有状况提供新想法 1 2 3 4 5

2 主动支持具有创新性的思想 1 2 3 4 5

3 通过学习寻找新的工作方法、技能或工具 1 2 3 4 5

4 用系统的方法介绍创新性的思想 1 2 3 4 5

5 把创新性想法转化成实际应用 1 2 3 4 5

6 通过学习提出一些独创性的解决问题的方案 1 2 3 4 5

7 因为创新性主意而获得上级表扬 1 2 3 4 5

8 使企业的重要组织成员关注创新性思想 1 2 3 4 5

9 实际应用创新想法来提高创新绩效 1 2 3 4 5

四、以下是关于组织自尊的描述,请根据您在工作过程中的实际情况选择最符合的选项。

序号 问题描述 1 非常不赞同 2 不赞同 3 不确定 4 赞同 5 非常赞同

1 公司信赖我 1 2 3 4 5

2 在公司我是有分量的 1 2 3 4 5

3 在公司我是有用的 1 2 3 4 5

4 在公司我是有价值的 1 2 3 4 5

5 我在组织中工作效率很高 1 2 3 4 5

6 在公司我是受重视的 1 2 3 4 5

7 我对公司的发展有影响 1 2 3 4 5

8 我所在的公司是很好的组织 1 2 3 4 5

9 我很高兴加入了这个组织(或公司) 1 2 3 4 5

10 我建议正在找工作的朋友加入我的公司 1 2 3 4 5

11 我为成为组织中的一员而感到自豪 1 2 3 4 5

12 如果其他方面不变的话,我希望继续在这个公司工作 1 2 3 4 5

再次感谢您的大力协助,祝您万事如意!



个人简历

姓名	邹甚凡
出生日期	1999年08月08日
出生地	中国
教育背景	本科：武汉工程大学邮电与信息工程学院
	专业：会计学，2021 学年
	硕士：泰国兰实大学
	专业：工商管理，2022 学年
联系地址	Muang Ek Condo,Lak Hok,Pathum Thani Province
联系邮箱	1347209448@QQ.COM

