

好心不得好报?

伦理型领导对新产品开发绩效的影响

于晓宇^{1,2}, 王茜¹, 陶奕达¹, 厉杰^{1,2}

(1. 上海大学 管理学院, 上海 200444; 2. 上海大学 创新创业研究中心, 上海 200444)

摘要: 既有关于伦理型领导与绩效关系的研究强调伦理型领导通过塑造员工认知和行为、营造组织氛围、提高企业社会责任等机制影响绩效, 低估了伦理型领导在信息处理过程中对绩效的影响机制。本研究引入信息处理理论, 以战略决策周密为中介变量、环境不确定性为调节变量, 探索伦理型领导和新产品开发绩效之间的关系。结合探索性案例研究与问卷调查, 研究发现: 战略决策周密部分中介伦理型领导对新产品开发绩效的正向作用; 环境不确定性加强了伦理型领导对战略决策周密的作用; 环境不确定性加强了战略决策周密的中介作用。研究表明, 在高不确定性的环境下, 伦理型领导更倾向采取周密的信息处理模式, 进而提高了新产品应对不确定性环境的“反脆弱性”, 也因此提升了新产品开发绩效。

关键词: 伦理型领导; 新产品开发; 战略决策周密; 环境不确定性; 信息处理理论

中图分类号: F270

文献标识码: A

2016年11月, 支付宝为进一步拓展社交领域, 推出新产品“圈子”, 为用户提供互动共享社区。然而在短短几天之内, “校园日记”和“白领日记”两个圈子因涉嫌低俗营销、违背商业伦理而引发争议^[1]。事后, 蚂蚁金服董事长彭蕾承认“圈子”开发失败, 关闭了两个不雅“圈子”, 并深刻反省支付宝的价值观及其建立“圈子”的初衷^[2]。近年来, 创业企业违背商业伦理并导致新产品开发失败的案例不胜枚举, 引发了社会各界对伦理型领导与企业表现之间关系的广泛关注^[3]。

伦理型领导是指公司领导者通过个人行动和人际交往表现出符合规范的、恰当的行为, 并且通过沟通、强制和决策等方式向其追随者倡导这些行为^[4]。伦理型领导是否以及如何影响绩效? 过往研究主要从3类作用机制探讨了伦理型领导如何对绩效产生作用。①大多数研究指出伦理型领导通过塑造员工认知和行为对绩效产生作用。相关研究基于社会交换理论、社会学习理论、社会认同理论、资源保存理论等, 发现了伦理型领导可以通过提高员工建言行为^[5]、员工心理资本^[6]、领导—员工目标一致性^[6]、组织认同^[7]、降低员工压力感知^[8]等中介变量, 进而提升绩效。例如, 基于社会交换理论, Mo和Shi^[5]发现, 伦理型领导对员工的关心、尊重和信任, 提高了领导与员工之间关系的质量。作为回报, 员工与领导保持良好关系, 并为组织建言献策。同时, 建言的员工也能获得上级的正面评估和反馈, 从而有利于提高员工的个人绩效。基于社会学习理论, Bouckennooghe等^[6]发现伦理型领导会主动与员工讨论(非)伦理行为, 保持开放、共享的态度, 这会给员工带来良好的模范作用, 并使得员工与领导的目标保持一致, 进而提高员工的角色内工作绩效(in-role job performance)。②部分研究基于高阶理论、制度理论等, 指出伦理型领导通过塑造组织氛围对绩效产生影响。例如, 基于制度理论, Shin等^[9]发现伦理型领导作为公司制度的推动者, 塑造了程序公平的组织氛围, 因此员工能够保持积极的工作态度, 进而有利于提升企业经济绩效。③少量研究基于利益相关者理论, 发现伦理型领导可以通过强化企业社会责任感, 进而提升企业绩效^[10]。这些研究对于揭示伦理型领导是否以及如何影响绩效具有重要意义, 却低估了伦理型领导在处理信息过程中

收稿日期: 2017-08-02; 修改日期: 2017-11-20。

基金项目: 国家自然科学基金面上项目“创业失败的印象管理策略、幸福感与随后创业决策: 社会网络的视角”(71772117), “创业企业新产品开发项目失败中创业学习的形成机制及对随后机会识别的影响研究”(71472119); 国家自然科学基金青年科学基金项目“社会创业合法性的形成机制及其对社会创业绩效的影响: 语言期望理论的视角”(71702095)。

作者简介: 于晓宇(1982—), 男, 博士, 教授, 博士生导师, 研究方向为创业、创新、战略。

的信息处理模式,以及不同信息处理模式的绩效价值。对于新产品开发等具有高不确定性的创业活动而言,伦理型领导的绩效价值不仅体现在对员工认知和行为的塑造,也体现在以何种方式处理信息并做出能够充分应对不确定性的决策。基于此,本文从信息处理理论的视角探索伦理型领导对绩效的影响机制。

根据信息处理理论,企业可被视为一个信息处理系统,需要不断与外部环境交换信息(企业从外部环境收集、处理信息,并根据信息处理结果做出反应,对外部环境产生作用)^[11]。忽视伦理型领导在信息处理过程中的角色,则很难理解伦理型领导对企业表现的全部价值。早在1987年,Enderle^[12]便提出,伦理型领导塑造了企业的信息处理过程,并在很大程度上决定了企业表现。Eisenbeiss等^[13]也认为,伦理型领导在做出决策前倾向于收集更准确、可信的信息,并从多个方面考察其决策是否恰当。战略决策周密是指企业在决策过程中的信息处理模式,反映了企业在制订决策时的全面性和包容性^[11,14]。本研究引入信息处理理论,探索伦理型领导是否通过战略决策周密提升企业表现。

环境不确定性是指未来不可预测性^[15-16],是企业外部环境的重要特点,同时也是信息处理的重要情境因素。环境不确定性越高,决策者就越难以评估决策可能带来的结果^[17]。因此,外部环境的不确定性在一定程度上决定了企业的信息处理需求^[11]。伦理型领导在制订决策时,不仅需要考虑到决策所带来的经济后果,还需要考虑到决策可能带来的伦理方面后果^[4]。据此,本文猜测,与低不确定性环境相比,伦理型领导在高不确定性环境时,更倾向于广泛收集信息,制订更加全面和周密的计划,应对环境不确定性带来的潜在威胁;在较高的环境不确定性下,伦理型领导通过战略决策周密作用于企业表现的效应可能更强。因此,本文检验环境不确定性对伦理型领导和战略决策周密关系的调节作用以及对战略决策周密中介作用的调节作用。

新产品开发是企业,尤其是创业企业,建立瞬时优势的主要手段,对企业的成长至关重要^[18-19],因此本文特别关注企业在新产品开发方面的表现。由于过往鲜有研究从信息处理理论的视角探索伦理型领导对绩效的影响机制,本文首先通过案例研究探索伦理型领导、战略决策周密、环境不确定性和新产品开发绩效之间的关系。其次,结合案例和相关文献,提出研究假设。最后,在假设检验的基础上,对理论贡献和实践启发进行讨论。

1 概念框架与研究假设

1.1 探索性研究

1.1.1 研究设计 探索性研究采取单案例研究的方法。单案例研究要求选择非寻常的、极端的个案,这将有助于理论的深挖^[20]。基于该原则,本文选取一家位于上海张江高科核心园的专业医药企业“欣凯医药”进行案例研究。选取该企业作为案例研究对象的原因如下:①药物与人类健康、生命紧密相关,存在对人体有害的副作用,用药稍有不慎便会威胁人体健康安全,因此医药企业开发新产品过程中对伦理、道德的把握十分重要;②新产品(案例中指新药物)的开发是制药企业维持生存和发展的关键;③医药行业的技术和需求快速变化,药害事件频发,该行业环境不确定性较高。为了确保研究的严谨度,本文搜集了包括访谈资料、新闻报道、文献资料等多个来源的证据,形成三角验证(triangulation)^[21]。

1.1.2 案例简介 欣凯医药成立于2000年,公司创始人肖飞博士赴美留学后归国创业,是著名的医学专家,同时也是一位心怀梦想的创业者。“爱若华”是欣凯医药研发的国家一类新药,被广泛应用于治疗类风湿性关节炎。

2002年,在“爱若华”销售业绩处于直线上升的阶段时,肖博士做出了一个出乎意料的决定:对“爱若华”开展药物安全性观察^①工作。此消息一出,员工、医生、药品分销商等都纷纷抱怨。尽管在公司内、外都遭到了极大挑战,但为了广大患者的根本利益及医学的发展,肖博士毅然坚持这个决定。

^①药物的安全性观察是一个类似IV期临床试验的药物上市后继续观察研究,是新药上市后由申请人自主进行的应用研究阶段。其目的是考察在广泛使用条件下药物的疗效和不良反应;评价在普通或者特殊人群中使用的利益与风险关系;改进给药剂量等。它是新药临床试验的重要组成部分,是上市前新药I、II、III期试验的补充和延续。药品生产企业或研发单位进行药物的安全性观察和IV期临床试验并非强制执行的要求。

自从开始“安全性观察”,公司总部每月都会收回来自全国各地的安全性观察表格,由临床协调员收集输入电脑系统。公司总部医学部、客服部每月核对原始信息,进行统计分析,并出具月度报告,分发给各个地区和医院,为医生的处方提供数据信息。随着时间的推移,总部收到的表格由每月二三十张增长至每月几百张。公司员工开始体会安全性观察报告的意义,医生也习惯了填写安全性观察表格。

在开展安全性观察工作一年后,一则新闻让欣凯医药陷入了水深火热之中。据中央电视台报道,一种治疗类风湿性关节炎的新药“Arava”在日本已导致 5 人死于间质性肺炎,而该药与我国欣凯制药有限公司生产的“爱若华”属于同类药物。一时间各种“‘爱若华’致死”的媒体报道铺天盖地,消费者、医院、药房纷纷打电话询问事情真伪、要求退药。肖博士针对此次事件立即成立应急小组,一方面,调查事实真相,向医院、医药销售公司、媒体、消费者解释;另一方面,整理“爱若华”安全性观察表格及相关资料,向药监局等国家有关部门汇报。在经过惊心动魄的 15 天后,欣凯医药和“爱若华”终于转危为安。这一切归功于欣凯医药当初凭着企业家的道德良知而主动开展的药物不良反应安全性观察所积累的资料,这些翔实的数据为他们最终赢得公正和认可奠定了坚实的基础。

1.1.3 案例分析 本文采用内容分析法对文本资料进行分析。首先,根据既有理论,确定基本内容单元,包括伦理型领导、战略决策周密、环境不确定性和新产品开发绩效,描述举例如表 1 所示;其次,根据所搜集到的资料,寻找描述内容单元的语句;再次,确定各个内容单元之间的关系;最后,结合理论提出本文的研究假设。

表 1 基本内容单元的描述举例
Tab. 1 Examples of basic content units

内容单元	描述举例
伦理型领导	1. 有能力创造价值并能回馈社会,是我的毕生追求 2. 公司的核心价值观包括对社会责任的信守承诺和行动,对人的充分信任和尊重,公司与团队、个人的目标为一体,等等 3. “爱若华”当时作为治疗风湿病的新药,医生会在联合用药方案中加入该药,当药物发生不良反应时,医生往往会归罪于新药。我一直在思考这样的用药方案是否安全合理? 药物联合使用是否能起到药效叠加的作用? 抑或药效相互抵消? 药物的不良反应呢? 是否也会因此而叠加? 4. 在“爱若华”的销售顺风顺水时,我不断思考成功的定义。商业利润与企业家的社会责任究竟哪个更值得追求? 从为病患负责的良知出发,我们需要开展对“爱若华”的安全性观察 5. 在员工对“爱若华”进行安全性观察抱怨、不理解时,肖博士耐心讲解安全性观察的目的和重要性 6. 将安全性表格收集与销售人员的工作绩效挂钩
战略决策周密	1. 肖博士与他的导师 Williams 及美国的科研机构经常有研究合作,为欣凯提供了很多有用的、前沿的信息 2. 员工、医生纷纷抱怨对“爱若华”进行安全性观察,为了方便医生填写、减少员工录入工作量,肖博士与医学部、风湿病学会多次讨论关于安全性观察的方案和表格设计,最终达成共识 3. 公司总部每月都会收回来自全国各地的安全性观察表格,由临床协调员收集输入电脑系统。公司总部医学部、客服部每月核对原始信息,进行统计分析,并出具月度报告,分发给各个地区和医院,为医生处方提供数据信息,同时欣凯也利用该报告对药物进行改进 4. 欣凯建立了一套药害危机处理系统 5. “Arava”事件发生后,欣凯启动了药害危机处理预案:一方面,欣凯医学部、医药信息部紧锣密鼓地展开信息搜索与核查,多方面核实国内外信息,还原了事实真相;另一方面,欣凯对数据库中安全性表格进行再分析,针对药监主管部门、医院医生、患者迅速做出信息反馈
环境不确定性	1. 医药行业的技术水平一直在大幅度发展、进步,技术更新周期越来越短 2. 医生、患者总是希望有更有效的药品治疗风湿病 3. 据卫生部药品不良反应监测中心报告,2003 年来我国每年约有 19.2 万人死于药物不良反应 4. 新药开发具有多阶段性,任何一个环节的失败都将导致前功尽弃 5. 在“爱若华”进入类风湿市场两三年后,这一市场的药品突然增多,类风湿药品市场整体格局有些混乱 6. 政府从药价的基本点出发,在各地实施药品招标采购,但制度的不完善造成了部分层面的惨烈竞争。可以说,中国医药市场的潜力巨大,但医药市场环境极其险恶
新产品开发绩效	1. 15 个日日夜夜的煎熬,现在终于真相大白了。我们的“爱若华”,又可以重回市场为患者服务了 2. 退药大潮停止下来,客服电话安静下来,“爱若华”的销售很快恢复。经过这件事后,风湿科医生并没有对“爱若华”退避三舍,反而与我们建立起了与其他医药公司不同的伙伴关系 3. 药品安全监管司:你们的汇报很全面、很客观。刚才讨论的时候,在场的每位专家都对你们的工作表示认可,他们自己全都填过你们的安全性表格。在你们不在场的情况下,医生专家们对你们一致认可,这是件很不容易的事 4. 事实是在我国并没有发生日本“Arava”类似的严重不良反应,欣凯医药的做法也已经得到国家药监局的高度认可,将一如既往进行药物安全性研究 5. 央视新闻主播在宣读了国家药监局的公告结论后,播放了对欣凯医药的电话采访 6. 截止到 2008 年,爱若华的单产品销售额达到 1.1 亿人民币,在同领域的市场占有率达 80%

1.2 理论假设

1.2.1 战略决策周密的中介作用 伦理型领导对战略决策周密有两方面的积极影响。一方面,伦理型领导自身倾向于周密的信息处理模式。伦理型领导尊重他人的权利、具有利他动机^[4],因此在决策时会站在其他利益相关者的角度思考问题^[22]。例如,伦理型领导具有较高的道德责任感,在满足顾客的产品或服务需求时会将顾客的安全也考虑在内^[10]。这种决策逻辑要求伦理型领导充分审视外部环境、从多个来源收集多方面的信息,并对这些信息保持较高的敏感程度^[12]。“兼听则明,偏信则暗”,伦理型领导换位思考并广纳众言,有利于其更好地解读环境、处理信息,从而产生多种解决方案^[23]。此外,伦理型领导在明确的伦理准则下追求企业目标的实现^[13]。因此在制订决策时,伦理型领导要兼顾伦理相关问题和非伦理相关问题、权衡企业的短期目标和长期目标^[24],并据此设定多个决策标准,制订多个实施方案或预备方案,以保证目标的实现。如探索性案例所示,伦理型领导风格的公司领导者在进行商业决策时,十分重视决策可能导致的后果,因此不断在商业伦理和企业绩效间进行权衡。在伦理准则的驱动下,公司领导不断与各方利益相关者(如国内外的医生和科研机构、患者)进行沟通,广泛收集信息,并提前制订多个方案(如危机处理预案)。另一方面,伦理型领导通过制订道德标准以奖惩组织成员的行为和表现^[3],这使得伦理型领导具有多层级传递的影响^[25]。该机制对整个企业的信息处理模式具有塑造作用,使得企业内的其他成员在进行决策时,同样也会广纳众言、将道德等因素纳入考量^[26]、权衡企业短期和长期目标以及企业利益和相关者利益。综上,伦理型领导下的企业会倾向于全面和周密地制订决策。

战略决策周密对新产品开发绩效也有两个方面的积极影响。一方面,战略决策周密有利于现有产品优化、新产品开发。新产品开发项目需要通过多重来源的信息创造价值^[27]。战略决策周密的企业通过多渠道收集信息可以得到多方面的反馈(例如来自顾客、上下游企业等利益相关者的信息反馈),从而对现有产品不断进行改进,更好地满足顾客等利益相关者的需求。同时,在分析和处理信息的过程中,企业更能识别自身和竞争者的资源和能力、优势和劣势,提升识别和开发新机会的可能^[28]。另一方面,战略决策周密是保障新产品合法性的重要手段,尤其是在企业遭遇危机时,可以提升新产品的“反脆弱性”。战略决策周密的企业可以为利益相关者(如消费者、投资者、银行等)提供更多新产品有关的重要信息,这有助于获取利益相关者对新产品的认可,从而帮助企业获得更多有价值的资源^[14]。尤其是在企业遭遇危机时,如探索性案例所示,企业之前获取的信息和数据可以在保障新产品合法性方面提供充足的证据。企业提前制订危机处理预案也可以帮助企业迅速对危机做出回应,降低或避免企业在危机中遭受损失。企业翔实的数据甚至还帮助企业转危为胜,使得企业和新产品获得更高的合法性,这提升了企业的新产品开发绩效。

综上,本文提出以下假设。

H1 战略决策周密在伦理型领导和新产品开发绩效的关系间起中介作用。

1.2.2 环境不确定性的调节作用 在环境不确定性较高时,伦理型领导对战略决策周密应该具有更强的积极作用。信息处理理论认为,环境不确定性可以从3个方面进行界定:①决策所需的外部环境信息是缺乏的;②决策错误所导致的后果是未知的;③环境因素如何影响决策的成功或失败是不确定的^[17]。较高的环境不确定性一方面表明企业所需信息与已有信息存在较大差距^[29],企业的信息处理需求较高;另一方面表明企业决策后果的不可预测性。伦理型领导具有较高的伦理准则,在决策时需要考虑各个方面以确定更加稳妥、安全的方案^[12]。这种多方面的信息缺失与企业决策后果的不可预测性相互叠加,导致伦理型领导对决策结果的考量变得更加谨慎,从而产生更强烈的信息获取需求。为了弥补信息不足、识别并应对潜在危机,伦理型领导倾向于采取更加周密的信息处理模式。这不仅有助于企业构建出更清晰的环境,还可以帮助企业识别潜在危机、建立起更加完善的危机应对方案^[30-31]。

在探索性案例中,案例企业处于高度不确定的环境中,决策后果难以预测。伦理型领导一方面需要思考如何实现企业的经济效益(例如实现药品的销售),另一方面还需要考虑企业决策是否会对利益相关者产生不利或不确定的影响(例如售出药品对用药者的副作用)。这些需求使得企业更加注重收集多来源(包括医学专家、科研机构、风湿病学会等)和多方面的信息(包括技术信息、药物不良反应信息等),并

促使企业在全国范围内开展安全性观察、收集数据。此外,企业提前制订危机预案,尽可能避免药害等潜在危机所带来的严重后果。据此,本研究提出以下假设。

H2 环境不确定性正向调节伦理型领导对战略决策周密的作用。即环境不确定性越高,伦理型领导越倾向于采取周密的信息处理模式。

本研究认为,在不确定环境下,伦理型领导通过周密的信息处理模式(即战略决策周密)对新产品开发提供更大的绩效价值。伦理型领导重视决策的伦理责任,并对受决策影响的利益相关者保持敏感^[12]。这不仅有助于企业在不确定环境中识别未知的危机或矛盾,还可以提高企业在新产品开发过程中对不确定性的响应程度,有利于新产品开发顺利进行。在本文的探索性研究中,也发现周密的信息处理模式有效降低了企业因药害危机造成药品退市的损失,还帮助企业转危为机。决策周密在不确定的环境中充分发挥出更大的绩效价值,提高了企业的新产品开发绩效(在依靠安全性观察的数据度过危机后,企业的新产品销售得以恢复,其销售额和市场占有率也得以提高)。反之,在不确定性较低的环境下,企业外部环境和决策结果的不可预测性较低,战略决策周密的价值很难得到充分发挥。据此,本文认为在不确定环境下,周密的信息处理模式可以为伦理型领导对新产品开发绩效的作用提供更强的解释。因此,本研究提出以下假设。

H3 环境不确定性正向调节战略决策周密在伦理型领导与新产品开发绩效间的中介作用。即环境不确定性越高,则战略决策周密的中介作用越强。反之,则越弱。

根据以上案例分析和理论假设,提出研究理论模型如图1所示。

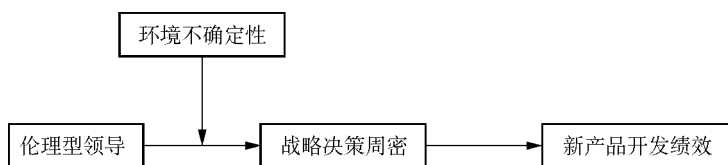


图1 理论模型
Fig. 1 Theoretical model

2 实证研究

2.1 样本和数据

2.1.1 数据收集 本文的案例研究结果与既有理论非常自洽,本文据此提出了理论模型。在此基础上,采取抽样的问卷调查对研究假设进行更精细的检验以获得更加稳健的结果。

本研究采用了过往研究中已经在国内外情境下多次使用过的成熟量表。为了降低由于语言和文化差异等产生的理解偏差,本研究采用回译的方式确保问卷中条目翻译的准确性^[32]。在正式调研之前,本文还对15位高科技企业中负责新产品开发项目的高管进行了预测试,请他们对本问卷题项的表达、内容等提出建议。最后,根据他们的反馈对问卷进行修饰和调整,形成最终问卷。上述步骤保证了问卷具有较好的表面效度和内容效度。

本研究选择高科技企业作为调查对象,原因有如下两点:①相较于其他企业,高科技企业面临更高的环境不确定性^[33-34];②高科技企业有更强的开发新产品的动机^[14,35]。本研究根据北京、上海、杭州、深圳这4个高科技企业较为集中的城市的园区企业名录,随机抽取500家高科技企业进行问卷调查。随后,对受访企业中负责新产品开发项目的高管进行问卷调研。在被试填写问卷前,向其保证本问卷调查不会涉及个人或企业隐私,以消除其顾虑。最终,回收有效问卷302份,有效回收率为60.4%。为了测度无响应偏差(nonresponse bias)的影响,本文对回答问卷的企业和未回答问卷的企业的相关特征进行t检验^[36]。本文选取了企业年龄($t = -1.537, p > 0.05$)和企业规模($t = -0.444, p > 0.05$)进行t检验,结果均不显著。该结果说明本研究的无响应偏差并不严重。

2.1.2 样本概况 样本的基本情况如表2所示。在受访者中,男性居多,占69.9%;40岁以下的占比较高,达到88.4%;教育程度大多为本科和硕士,比例分别为60.6%和26.8%;在受访企业中,私营企业较多,占比46.0%;行业类型为高新技术行业,主要集中在电子信息(43.4%)、新能源和新材料(24.5%)领域。

表 2 样本统计特征
Tab. 2 Characteristic statistics of the sample

特征	类型	数量	比例/%	特征	类型	数量	比例/%
个人年龄	29 岁及以下	103	34.1	企业年龄	1~2 年	36	11.9
	30~40 岁	164	54.3		3~8 年	140	46.4
	41~50 岁	31	10.3		9~12 年	93	30.8
	51 岁及以上	4	1.3		13 年及以上	33	10.9
教育水平	本科以下	30	9.9	产权类型	私营企业	139	46.0
	本科	183	60.6		合资企业	69	22.8
	硕士	81	26.8		国有/集体所有制企业	57	18.9
	博士	8	2.7		外资企业	37	12.3
性别	男	211	69.9	行业类型	电子信息	131	43.4
	女	91	30.1		新能源和新材料	74	24.5
企业规模	200 人及以下	138	45.8		新医药和生物科技	30	9.9
	201~500 人	69	22.8		集成光学	6	2.0
	501~1 000 人	43	14.2		其他行业	61	20.2
	1 001 人以上	52	17.2				

注: N = 302

2.2 变量和测量

本研究问卷设计采用李克特 7 点量表,从 1 到 7 分别表示“非常不同意”到“非常同意”。

2.2.1 伦理型领导 本研究采用 Brown 等^[4]开发的伦理型领导量表,用 10 个题项测量伦理型领导。本文要求受访企业负责新产品开发项目的高管对其自身的领导风格进行评估。

2.2.2 战略决策周密 本研究采用 Atuahene-Gima 和 Li^[11]研究时所采用的量表,用 5 个题项测量战略决策周密。本文要求受访企业负责新产品开发项目的高管对企业在决策时的信息处理模式进行评估。

2.2.3 环境不确定性 本研究采用 Atuahene-Gima 与 Li^[11]对环境不确定性的度量,用 6 个条目测量环境不确定性。本文要求受访企业负责新产品开发项目的高管对企业所处环境的不确定性进行评估。

2.2.4 新产品开发绩效 本研究采用 Zhang 和 Li^[37]在中国情景下对高新技术企业研究时使用的量表,用 5 个条目测量新产品开发绩效。本文要求受访企业负责新产品开发项目的高管评估企业近三年的新产品开发绩效。

2.2.5 控制变量 借鉴过往研究^[11,37],本研究选取个人年龄、教育水平、性别、企业规模、企业年龄、产权类型、行业类型作为控制变量。其中,企业规模通过对企业人数取自然对数获得;企业年龄通过调研年限减去企业注册时间获得;产权类型以国家/集体所有制为参照组设置虚拟变量;行业类型以电子信息行业为参照组设置虚拟变量。

2.3 信度和效度

变量的信度和效度分析结果见表 3。各个变量的 Cronbach's α 系数均大于 0.700。此外,各个变量的组合信度(composite reliability)值都高于 0.700。这表明本研究所使用的量表信度较高,具有较高的内部一致性。

表 3 变量的信度和效度
Tab. 3 Reliability and validity of the variables

变量和题项	CA	CR	AVE	因子载荷值	t 值
伦理型领导 ^②	0.944	0.944	0.631		
经常倾听员工的建议				0.750	15.043
惩罚违反道德标准的员工				0.641	12.201
在日常生活中按道德方式做事				0.785	16.079
能做出公正的决策				0.821	20.023
值得信任				0.862	18.560

②本研究已购买伦理型领导(ethical leadership)量表的使用权。

续 表					
变量和题项	CA	CR	AVE	因子载荷值	t 值
和员工讨论商业伦理	0.884	0.888	0.615	0.734	14.596
以身作则,帮助员工了解如何在道德困境下做出决策				0.844	17.925
不仅根据结果,也根据目标达成的方式来定义成功				0.840	17.790
在做决策时,会思考“什么才是正确的事情”				0.816	17.017
把员工利益放在心上				0.826 ^a	
战略决策周密	0.861	0.829	0.465	0.727	13.721
为了成功,制订几套备选方案				0.813	15.908
在确定选择哪一个方案之前我们会考虑多个评价标准				0.706	13.209
彻底地搞清楚一些外部环境的趋势到底是机会还是威胁				0.842	16.654
从多个角度监控项目的执行过程				0.823 ^a	
广泛搜集可以作为备选的项目方案	0.876	0.879	0.593	0.508	9.209
环境不确定性				0.473	8.450
客户需求和偏好变化非常快				0.508	9.192
客户总想要更新的产品或更好的服务				0.659	12.832
从来没有购买过我们产品的客户,突然对我们产品有了需求				0.911	19.496
技术变化创造了大量的商机	0.876	0.879	0.593	0.911	19.496
技术突破使得很多新的创意变成真正的产品				0.885 ^a	
技术一直在大幅度发展、进步				0.770	12.190
新产品开发绩效				0.853	13.776
使用新产品拓展市场				0.737	16.580
开发高质量的新产品	0.810 ^a			0.668	14.553
率先引进新产品				0.810 ^a	
持续推出新产品					
迅速发布新产品					

注: ^a 表示固定因子载荷值

表 4 报告了变量的验证性因子分析模型(四因子模型)的拟合程度, χ^2/df 、DELTA²、CFI、TLI、RMSEA 等拟合指数均达到可接受水平,拟合程度较好。如表 3 所示,除了环境不确定性以外,其他变量的平均抽取变异性(AVE)值均大于阈值 0.500。各构念与其测量题项之间路径系数的 t 值最小为 8.450,均大于 2,十分显著。这说明各个变量的聚合效度较高。此外,本研究构建了单因子模型、二因子模型、三因子模型如表 4 所示。与这 3 类模型相比,四因子模型的拟合指数比较好,AIC 指标(值越小越好)明显较优。同时,表 5 中相关系数矩阵对角线上 AVE 值的平方根大于其所在行和列的相关系数值,说明各变量具备良好的区分效度。

表 4 验证性因子分析结果
Tab. 4 Results of confirmatory factor analysis

模型	χ^2	χ^2/df	AIC	DELTA ²	CFI	TLI	RMSEA
四因子模型							
伦理型领导、战略决策周密、环境不确定性、 新产品开发绩效	655.796 ***	2.261	777.796	0.931	0.931	0.922	0.065
三因子模型							
伦理型领导+战略决策周密、环境不确定性、 新产品开发绩效	1 427.583 ***	4.823	1 537.583	0.787	0.786	0.765	0.113
伦理型领导+环境不确定性、战略决策周密、 新产品开发绩效	1 535.034 ***	5.186	1 645.034	0.766	0.765	0.742	0.118
伦理型领导、战略决策周密+环境不确定性、 新产品开发绩效	1 719.522 ***	5.809	1 829.522	0.732	0.730	0.704	0.126
二因子模型							
伦理型领导+战略决策周密+环境不确定性、 新产品开发绩效	2 110.776 ***	7.083	2 216.776	0.658	0.656	0.625	0.142
单因子模型							
伦理型领导+战略决策周密+环境不确定性+ 新产品开发绩效	2 422.394 ***	8.102	2 526.394	0.599	0.598	0.563	0.154

注: +代表两个因子合成一个因子; *** 表示 $p < 0.001$, ** 表示 $p < 0.01$, * 表示 $p < 0.05$; $N = 302$

表 5 描述性统计与相关系数矩阵
Tab. 5 Matrix of descriptive statistics and correlations

变量	1	2	3	4	5	6	7	8
1. 教育水平	1							
2. 个人年龄	0.181 **	1						
3. 性别	0.091	0.165 **	1					
4. 合资企业	-0.004	-0.113	-0.090	1				
5. 私营企业	-0.233 ***	-0.014	-0.045	-0.503 ***	1			
6. 外资企业	0.121 *	0.038	0.003	-0.203 ***	-0.345 ***	1		
7. 新能源和新材料	-0.052	0.082	-0.079	0.057	-0.001	-0.119 *	1	
8. 新医药和生物科技	0.040	0.060	-0.047	-0.075	0.071	-0.023	-0.189 ***	1
9. 集成光学	0.024	-0.005	-0.010	-0.021	0.059	-0.053	-0.081	-0.047
10. 其他行业	0.031	0.060	0.133 *	-0.195 ***	-0.018	0.164 **	-0.287 ***	-0.167 **
11. 企业规模 ^a	0.063	0.193 ***	0.086	0.027	-0.244 ***	0.202 ***	0.056	-0.114 *
12. 企业年龄	0.015	-0.060	0.010	-0.101	0.085	-0.033	-0.030	0.003
13. 伦理型领导	0.058	0.051	-0.075	0.031	0.004	-0.081	-0.057	-0.056
14. 战略决策周密	-0.026	0.047	-0.071	0.085	-0.072	0.012	0.024	-0.059
15. 环境不确定性	0.016	0.006	-0.092	0.103	-0.037	0.009	0.094	-0.043
16. 新产品开发绩效	0.099	0.166 **	-0.038	0.055	-0.064	0.008	0.017	-0.055
均值	2.222	32.891	0.699	0.228	0.460	0.123	0.245	0.009
标准差	0.652	6.686	0.460	0.421	0.499	0.328	0.431	0.300
变量	9	10	11	12	13	14	15	16
9. 集成光学	1							
10. 其他行业	-0.072	1						
11. 企业规模 ^a	-0.026	0.041	1					
12. 企业年龄	-0.152 **	-0.027	-0.021	1				
13. 伦理型领导	-0.046	-0.088	0.068	-0.144 *	0.795			
14. 战略决策周密	-0.030	-0.093	0.148 *	-0.161 **	0.481 ***	0.784		
15. 环境不确定性	0.089	-0.223 ***	0.016	0.091	0.010	-0.023	0.682	
16. 新产品开发绩效	-0.045	-0.018	0.244 ***	-0.051	0.653 ***	0.472 ***	0.031	0.770
均值	0.020	0.202	5.659	7.497	5.342	5.355	3.620	5.526
标准差	0.140	0.402	1.472	3.758	1.004	1.054	1.145	0.930

注: *** 表示 $p < 0.001$, ** 表示 $p < 0.01$, * 表示 $p < 0.05$; $N = 302$; ^a表示取自然对数; 下同

2.4 共同方法偏差

本研究采用主观报告法对变量进行测量,因此可能会产生共同方法偏差的问题。本研究借鉴 Podsakoff 等^[38]提供的方法,对共同方法偏差进行控制。在程序上,本文使用了多个题项测量不同构念,将预测变量与效标变量放在问卷的不同位置。在统计上,本文通过 Harman 单因子检验对共同方法偏差进行检验。根据表 4 中的数据显示,单因子模型的拟合情况很差($\chi^2/df = 8.102$, $DELTA^2 = 0.599$, $CFI = 0.598$, $TLI = 0.563$, $RMSEA = 0.154$),表明本研究测量中可能存在的共同方法偏差问题并不严重。但由于 Harman 单因子检验较不灵敏,本文还采用了潜在不可测方法因素效应控制法(controling for the effects of an unmeasured latent methods factor)对共同方法偏差进行检验^[38]。不包含方法因素的模型(即四因子模型)的拟合程度要优于包含方法因素的模型($\chi^2/df = 2.530$, $DELTA^2 = 0.923$, $CFI = 0.923$, $TLI = 0.906$, $RMSEA = 0.071$),该结果也表明本研究不存在严重的共同方法偏差问题^[39]。

3 分析和结果

3.1 描述性统计与相关性分析

表 5 列出了本研究各变量的均值、标准差和相关系数。由表 5 可知,伦理型领导与战略决策周密、新产品开发绩效均呈显著正相关($r = 0.481$, $p < 0.001$; $r = 0.653$, $p < 0.001$)。战略决策周密与新产品开

发绩效呈显著正相关($r = 0.472, p < 0.001$), 与本文预期相同。

3.2 检验战略决策周密的中介作用

本研究首先采用层级线性回归的方式进行假设检验, 检验结果如表6所示。各变量之间的相关系数均小于临界值0.700, 而且回归模型的方差膨胀因子(variance inflation factor)均小于 $10^{[40]}$ 。因此, 多重共线性不会严重影响研究结果。

表6 层级线性回归分析结果

Tab.6 Analysis results of hierarchical linear regression

变量	新产品开发绩效				
	模型1	模型2	模型3	模型4	模型5
教育水平	0.120(0.084)	0.053(0.064)	0.071(0.062)	0.070(0.063)	0.075(0.063)
个人年龄	0.019 [*] (0.008)	0.013 [*] (0.006)	0.013 [*] (0.006)	0.013 [*] (0.006)	0.012(0.006)
性别	-0.168(0.117)	-0.035(0.089)	-0.023(0.087)	-0.020(0.087)	-0.016(0.087)
合资企业	0.113(0.169)	0.193(0.128)	0.174(0.125)	0.169(0.126)	0.171(0.126)
私营企业	0.065(0.150)	0.076(0.113)	0.082(0.111)	0.081(0.111)	0.083(0.111)
外资企业	-0.101(0.194)	0.142(0.147)	0.118(0.144)	0.112(0.145)	0.106(0.145)
新能源和新材料	-0.098(0.134)	0.136(0.102)	0.129(0.100)	0.127(0.100)	0.136(0.101)
新医药和生物科技	-0.190(0.186)	0.066(0.142)	0.079(0.138)	0.084(0.139)	0.083(0.139)
集成光学	-0.405(0.384)	0.078(0.291)	0.099(0.284)	0.085(0.286)	0.094(0.287)
其他行业	-0.092(0.145)	0.140(0.111)	0.164(0.108)	0.174(0.110)	0.170(0.111)
企业规模 ^a	0.145 ^{***} (0.038)	0.111 ^{***} (0.029)	0.099 ^{***} (0.028)	0.099 ^{***} (0.028)	0.099 ^{***} (0.028)
企业年龄	-0.012(0.014)	0.016(0.011)	0.019(0.011)	0.019(0.011)	0.019(0.011)
伦理型领导		0.606 ^{***} (0.041)	0.526 ^{***} (0.045)	0.525 ^{***} (0.045)	0.530 ^{***} (0.046)
战略决策周密			0.166 ^{***} (0.042)	0.168 ^{***} (0.043)	0.164 ^{***} (0.043)
环境不确定性				0.018(0.035)	0.017(0.035)
伦理型领导×环境不确定性					0.021(0.032)
R ²	0.099	0.488	0.514	0.515	0.515
Adj. R ²	0.061	0.465	0.490	0.489	0.488
F	2.634 ^{**}	21.119 ^{***}	21.691 ^{***}	20.211 ^{***}	18.940 ^{***}

变量	战略决策周密			
	模型6	模型7	模型8	模型9
教育水平	-0.051(0.097)	-0.104(0.087)	-0.103(0.087)	-0.080(0.087)
个人年龄	0.008(0.010)	0.004(0.009)	0.004(0.009)	0.001(0.009)
性别	-0.178(0.135)	-0.073(0.121)	-0.079(0.121)	-0.060(0.120)
合资企业	0.052(0.194)	0.116(0.174)	0.127(0.174)	0.132(0.173)
私营企业	-0.044(0.172)	-0.035(0.154)	-0.032(0.154)	-0.019(0.153)
外资企业	-0.046(0.223)	0.148(0.200)	0.160(0.201)	0.125(0.199)
新能源和新材料	-0.145(0.154)	0.040(0.139)	0.043(0.139)	0.085(0.139)
新医药和生物科技	-0.285(0.214)	-0.082(0.192)	-0.092(0.193)	-0.096(0.191)
集成光学	-0.512(0.440)	-0.129(0.395)	-0.095(0.397)	-0.055(0.394)
其他行业	-0.325(0.167)	-0.140(0.150)	-0.165(0.153)	-0.184(0.152)
企业规模 ^a	0.099 [*] (0.043)	0.072(0.039)	0.072(0.039)	0.072(0.039)
企业年龄	-0.047 ^{**} (0.016)	-0.024(0.015)	-0.023(0.015)	-0.023(0.015)
伦理型领导		0.482 ^{***} (0.056)	0.482 ^{***} (0.056)	0.494 ^{***} (0.055)
战略决策周密				
环境不确定性			-0.043(0.049)	-0.049(0.048)
伦理型领导×环境不确定性				0.102 [*] (0.043)
R ²	0.076	0.267	0.269	0.283
Adj. R ²	0.037	0.234	0.233	0.246
F	1.976 [*]	8.076 ^{***}	7.549 ^{***}	7.530 ^{***}

注: 回归系数为非标准化系数; 括号内为标准误; 调节项用伦理型领导和环境不确定性中心化以后的乘积值替代

模型2说明伦理型领导对新产品开发绩效具有显著的正向作用($\beta = 0.606, p < 0.001$)。模型7说明

伦理型领导对战略决策周密具有显著的正向作用 ($\beta = 0.482, p < 0.001$)。模型 3 说明战略决策周密对新产品开发绩效具有显著的正向作用 ($\beta = 0.166, p < 0.001$)。综合模型 2 和模型 3 来看, 在加入中介变量战略决策周密后, 伦理型领导对新产品开发绩效的正向作用由 0.606 ($p < 0.001$) 减弱至 0.526 ($p < 0.001$)。该结果表明战略决策周密在伦理型领导与新产品开发绩效间起部分中介作用。因此, H1 得到支持。

为了进一步检验中介作用, 本研究使用 Preacher 和 Hayes^[41] 推荐的 bootstrap 方法验证假设, 使用他们提供的 SPSS 宏, 将 bootstrap 数量设置为 5 000, 置信区间设置为 95%, 检验结果见表 7。偏差校正与增进 95% 的 bootstrap 置信区间为 [0.040, 0.139], 置信区间不包括 0, 表明战略决策周密的中介效应显著, H1 得到进一步验证。

表 7 战略决策周密的中介作用

Tab. 7 Mediation effect of strategic decision comprehensiveness

变量	系数	95% 置信区间		偏差校正 95% 置信区间		偏差校正与增进 95% 置信区间	
		下限	上限	下限	上限	下限	上限
战略决策周密	0.080	0.032	0.128	0.039	0.139	0.040	0.139

3.3 检验环境不确定性的调节作用

首先检验了环境不确定性对伦理型领导与战略决策周密关系的调节作用。由表 6 的模型 9 可知, 环境不确定性对伦理型领导与战略决策周密关系的调节作用显著 ($\beta = 0.102, p < 0.05$)。此外, 本研究根据 Aiken 和 West^[42] 推荐的方法进行简单斜率检验 (simple slope test), 并绘制出调节效应图。本研究以调节变量(环境不确定性)的均值加减一个标准差分别作为高环境不确定性和低环境不确定性两类情况, 并对这两类情况下伦理型领导与战略决策周密的关系进行描绘, 如图 2 所示。当环境不确定性较高时, 伦理型领导和战略决策周密的回归斜率为 0.610 ($p < 0.001$); 当环境不确定性较低时, 回归斜率为 0.376 ($p < 0.001$)。综上, H2 得到数据支持。

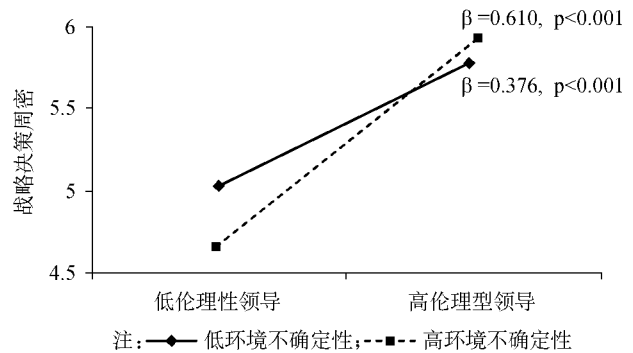


图 2 环境不确定性的调节作用

Fig. 2 Moderating effects of environmental uncertainty

其次, 为了检验被调节的中介的整体效应, 本研究借鉴 Edwards 和 Lambert^[43] 推荐的方法, 采取 bootstrap 的方法验证 H3。本研究分别检验了高于和低于调节变量均值一个标准差(即高环境不确定性和低环境不确定性)两类情况下的中介作用, 并对比了两类情况下中介作用的差异性, 如表 8 所示。在高环境不确定性下, 间接效应的 95% 置信区间为 [0.044, 0.172], 不包括 0, 说明该情况下战略决策周密的中介作用显著。在低环境不确定性下, 间接效应的 95% 置信区间为 [0.027, 0.119], 不包括 0, 说明该情况下战略决策周密的中介作用也显著。如果这两类情况中介作用差异性的置信区间不包括 0, 则被调节的中介作用存在。在本研究中, 这两类情况中介作用差异性的 95% 置信区间为 [0.005, 0.103], 不包括 0, 说明被调节的中介作用存在, H3 得到验证。

表 8 第一阶段被调节的中介作用 bootstrap 检验结果

Tab. 8 Results of bootstrap test of first stage moderated mediation effects

调节变量	效应量系数	95% 置信区间	
		下限	上限
高环境不确定性	0.100	0.044	0.172
低环境不确定性	0.062	0.027	0.119
差异性	0.038	0.005	0.103

4 结论与启示

4.1 研究结论

本研究从信息处理理论视角探索了伦理型领导对新产品开发绩效的作用。研究发现, 战略决策周密部分中介伦理型领导对新产品开发绩效的正向作用; 环境不确定性加强了伦理型领导对战略决策周密的

作用;环境不确定性加强了战略决策周密在伦理型领导与新产品开发绩效间的中介作用。研究表明,在高不确定性的环境下,伦理型领导更倾向采取周密的信息处理模式,进而提高了新产品应对不确定性环境的“反脆弱性”,也因此提升了新产品开发绩效。

4.2 理论贡献

首先,本研究基于信息处理理论^[11],从信息处理模式的角度,为解释伦理型领导对绩效的作用提出了新的机制。过往研究在解释伦理型领导与绩效之间的关系时,认为伦理型领导可以通过模范带头的作用^[4]、对员工的建言提供反馈^[5]、消减员工压力源^[8]等方式提升员工绩效,或者通过设立道德(伦理)制度^[9]、提升企业社会责任感^[10]等方式提高企业绩效。而本研究发现,伦理型领导可以通过其周密的信息处理模式来提升新产品开发绩效。这一发现弥补了从决策或信息处理视角对伦理型领导开展研究的缺失。

其次,本研究发现在不确定环境下,伦理型领导更倾向于采取周密式的信息处理模式。企业在新产品开发中不断识别和开发新机会的过程可以被视为公司创业的过程,而伦理型领导可以被视为创业者。本研究对不确定环境下创业者的信息处理模式提出了一个新的解释。过往研究认为,在环境不确定的情况下,创业者更倾向于采取“启发式”的信息处理模式,并且这种简化的信息处理模式对识别和开发创业机会、克服创业困难十分关键^[44]。然而,本研究对此提出挑战,认为在高环境不确定条件下,伦理型领导风格的创业者往往更加持重、更倾向于采取周密式的信息处理模式,以避免决策可能带来的负面、甚至是致命的影响。

最后,本研究发现在不确定环境下,战略决策周密在伦理型领导和新产品开发绩效间关系的中介作用被加强,其绩效价值得以提升。这对过往研究认为“环境不确定性弱化了企业通过战略决策周密获取的绩效价值,反而带来较高成本”的这一观点^[45]提出了挑战。从案例研究中可以看出,周密的信息处理模式确实给企业甚至是员工、医院等都带来较高的成本,但同时也赋予新产品一定的“反脆弱性”。案例企业遭遇药品安全危机后,其新产品非但没有被迫退市,反而转“危”为“机”。随后,其新产品绩效得到了极大的提升。本文认为,既有研究忽视了周密式信息处理模式的长期收益。研究表明,在高环境不确定性下,周密式的信息处理模式可以被视为一种向上的实物期权,其成本是可以锁定的,但一旦发生危机或者环境的巨大变化,这种期权将给新产品和企业带来极大的收益。

4.3 实践启示

尽管理论和经验证据都表明伦理型领导对企业绩效有较好的影响,但业界对此结论一直存在争议。无论是支付宝的“圈子事件”、宅代洗的“剪电线事件”、还是饿了么的“黑作坊事件”,都表明一些企业家仍然秉承“结果可为手段辩护”“成王败寇”的市俗智慧,为尽快推出新产品、塑造竞争力而不择手段。他们认为重视“商业伦理”并不一定能为企业赢得较好的回报,因此对“商业伦理”视而不见。然而,本文的研究对“好心不得好报”的世俗智慧提出挑战。对企业来说,本研究具有如下启示。①伦理型领导的“好心”确实能够为企业赢得“好报”,并且“好报”通过其在信息处理过程中更加全面、周密的信息处理方式实现。据此,本文建议企业任用伦理型的领导或者是对企业领导进行伦理方面的相关培训,并能够接纳其全面、周密的决策方式,使得伦理型领导的绩效价值得以实现。②研究表明,伦理型领导的“好心”通过周密的信息处理模式至少从3个方面影响新产品开发绩效:开发更多新的产品;迭代更新既有产品;提高新产品的“反脆弱性”。并且,在外部环境不确定性较高的情况下,伦理型领导的“好心”将更多地通过战略决策周密赢得“好报”。据此,本文建议,在高不确定性的环境下,企业家要胆大心细,详尽、全面地收集信息并做出决策,赋予新产品“反脆弱性”,以期在不确定环境中收获期权价值。

4.4 局限与展望

本研究存在一些局限和不足,为未来研究提供了方向。

本研究采用主观报告法测量变量,研究结果可能会受到共同方法偏差的影响。虽然本研究的检验结果表明,共同方法偏差的影响并不严重,但是仍然有学者质疑自我报告法的严谨性。未来研究可以采用主观数据和客观数据相结合的方式对变量进行测量,以降低共同方法偏差可能带来的影响。

本研究采用横截面数据开展研究,未能探讨新产品开发绩效对伦理型领导的逆向因果问题。虽然本研究基于探索性案例研究和过往文献建立了“伦理型领导—新产品开发绩效”的因果关系模型,但这两者之间可能存在互为因果的关系。例如, Schweitzer 等^[46]研究发现,目标的设定可能会导致个体采取非伦理的行为。类似地,新产品开发绩效较低的企业可能会设定较高的经济绩效目标,从而导致企业领导采取非伦理型领导风格、采用非伦理手段开展恶性竞争,以摆脱新产品开发绩效较低的困境。本文认为,未来研究可以考虑采用面板数据,检验新产品开发绩效对伦理型领导的逆向作用。

本研究未考虑领导的任期^[47]、企业的研发投入^[48]和冗余资源^[49]等其他一些重要的控制变量。借鉴过往研究^[11,37],本研究将一些重要的控制变量纳入考量,如企业规模、企业年龄、行业类型等,但过往研究也未将领导的任期、企业的研发投入和冗余资源等控制变量纳入考量。为能够和这些研究的结果形成对比,本文在研究设计时也没有考虑这些变量。事实上,领导的任期、企业的研发投入和冗余资源可能会影响企业信息处理模式和新产品开发绩效。因此,本文建议未来的研究考虑这些控制变量,使研究更加严谨、规范。

伦理型领导的内涵和量表可能不完全适用于中国情境。虽然 Brown 等^[4]所采用的量表已经在中国情境下被多次使用,但中西方文化差异导致了伦理的内涵也不尽相同。例如,中国儒家文化强调的“三纲五常”“五伦”等思想贯穿于中华文明的伦理发展,强调伦理与社会关系秩序的对应;而西方伦理观强调的是自由、权利等原则^[50]。因此,中国情境下的伦理型领导研究需要充分考虑中西方文化差异^[51]。从目前的研究进展来看,有的研究开发了中国情境下伦理型领导的量表^[52],但仅是对西方情境下量表的深化,并未与中国传统文化进行有效结合;有的研究虽然结合中国传统文化开发量表,但其样本大部分来自中国台湾,其适用性还有待进一步考证^[53]。未来研究可继续结合中国伦理文化,丰富和开发中国情境下伦理型领导的内涵和量表,并在此基础上进行相关研究。

本研究采取的案例研究拓宽了对新产品开发绩效这一概念的理解——除了新产品开发的速度和质量,新产品的寿命和“反脆弱性”^[54]也应当是重要考量。遗憾的是,本文在量化研究中采用了成熟的量表操作新产品开发绩效,并不能充分体现新产品的寿命和“反脆弱性”。未来可以在设计新产品开发绩效的量表时增加新产品寿命和“反脆弱性”相关的条目,或者单独检验伦理型领导是否以及如何影响新产品的寿命和“反脆弱性”。

参 考 文 献

- [1] 朱一梵. 支付宝涉黄后续“圈子”换帅筹备启动新计划[EB/OL]. (2016-12-29) [2017-07-23]. <http://finance.qq.com/a/20161229/018580.htm>.
- [2] 李程程. 彭蕾就支付宝“校园日记”事件道歉: 伤害了大家的感情,圈子仍是好产品[EB/OL]. (2016-11-29) [2017-07-23]. <http://www.tmtpost.com/2537871.html>.
- [3] 张笑峰, 席酉民. 伦理型领导: 起源、维度、作用与启示[J]. 管理学报, 2014, 11(1): 142-148.
- [4] Brown M E, Treviño L K, Harrison D A. Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing [J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 2005, 97(2): 117-134.
- [5] Mo Shenjiang, Shi Junqi. The voice link: A moderated mediation model of how ethical leadership affects individual task performance [J/OL]. *Journal of Business Ethics*, 2016. Doi: <http://doi.org/10.1007/s10551-016-3332-2>.
- [6] Bouckennooghe D, Zafar A, Raja U. How ethical leadership shapes employees' job performance: The mediating roles of goal congruence and psychological capital [J]. *Journal of Business Ethics* 2015, 129(2): 251-264.
- [7] Walumbwa F O, Mayer D M, Wang Peng, et al. Linking ethical leadership to employee performance: The roles of leader-member exchange, self-efficacy, and organizational identification [J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 2011, 115(2): 204-213.
- [8] 赵瑜, 莫申江, 施俊琦. 高压力工作情境下伦理型领导提升员工工作绩效和满意感的过程机制研究[J]. 管理世界, 2015(8): 120-131.

- [9] Shin Y, Sun Y S, Jin N C, et al. Top management ethical leadership and firm performance: Mediating role of ethical and procedural justice climate [J]. *Journal of Business Ethics* 2015, 129(1): 43-57.
- [10] Zhu Y, Sun L Y, Leung A S M. Corporate social responsibility, firm reputation, and firm performance: The role of ethical leadership [J]. *Asia Pacific Journal of Management* 2014, 31(4): 925-947.
- [11] Atuahene-Gima K, Li Haiyang. Strategic decision comprehensiveness and new product development outcomes in new technology ventures [J]. *Academy of Management Journal* 2004, 47(4): 583-597.
- [12] Enderle G. Some perspectives of managerial ethical leadership [J]. *Journal of Business Ethics* 1987, 6(8): 657-663.
- [13] Eisenbeiss S A, Knippenberg D V, Fahrbach C M. Doing well by doing good? Analyzing the relationship between CEO ethical leadership and firm Performance [J]. *Journal of Business Ethics* 2015, 128(3): 635-651.
- [14] 于晓宇, 蔡莉. 失败学习行为、战略决策与创业企业创新绩效 [J]. *管理科学学报* 2013, 16(12): 37-56.
- [15] Milliken F J. Three types of perceived uncertainty about the environment: State, effect, and response uncertainty [J]. *Academy of Management Review* 1987, 12(1): 133-143.
- [16] Mckelvie A, Haynie J M, Gustavsson V. Unpacking the uncertainty construct: Implications for entrepreneurial action [J]. *Journal of Business Venturing* 2011, 26(3): 273-292.
- [17] Duncan R B. Multiple decision-making structures in adapting to environmental uncertainty: The impact on organizational effectiveness [J]. *Human Relations* 1973, 26(3): 273-291.
- [18] Song M, Montoya-Weiss M M. The effect of perceived technological uncertainty on Japanese new product development [J]. *Academy of Management Journal* 2001, 44(1): 61-80.
- [19] Brown S L, Eisenhardt K M. Product development: Past research, present findings, and future directions [J]. *Academy of Management Review* 1995, 20(2): 343-378.
- [20] Eisenhardt K M, Graebner M E. Theory building from cases: Opportunities and challenges [J]. *Academy of Management Journal* 2007, 50(1): 25-32.
- [21] Yin R K. Case study research: Design and methods [M]. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications 2009.
- [22] Brown M E, Treviño L K. Ethical leadership: A review and future directions [J]. *Leadership Quarterly* 2006, 17(6): 595-616.
- [23] Ely R J, Thomas D A. Cultural diversity at work: The effects of diversity perspectives on work group processes and outcomes [J]. *Administrative Science Quarterly* 2001, 46(2): 229-273.
- [24] Eisenbeiss S A. Re-thinking ethical leadership: An interdisciplinary integrative approach [J]. *Leadership Quarterly* 2012, 23(5): 791-808.
- [25] Mayer D M, Kuenzi M, Greenbaum R, et al. How low does ethical leadership flow? Test of a trickle-down model [J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 2009, 108(1): 1-13.
- [26] 洪雁, 王端旭. 管理者真能“以德服人”吗? ——社会学习和社交交换视角下伦理型领导作用机制研究 [J]. *科学学与科学技术管理* 2011, 32(7): 175-179.
- [27] Bierly III P E, Stark E M, Kessler E H. The moderating effects of virtuality on the antecedents and outcome of NPD team trust [J]. *Journal of Product Innovation Management* 2009, 26(5): 551-565.
- [28] Dutton J E, Duncan R B. The creation of momentum for change through the process of strategic issue diagnosis [J]. *Strategic Management Journal* 1987, 8(3): 279-295.
- [29] Egelhoff W G. Information-processing theory and the multinational enterprise [J]. *Journal of International Business Studies* 1991, 22(3): 341-368.
- [30] Bourgeois III L J, Eisenhardt K M. Strategic decision processes in high velocity environments: Four cases in the microcomputer industry [J]. *Management Science* 1988, 34(7): 816-835.
- [31] 张文慧, 张志学, 刘雪峰. 决策者的认知特征对决策过程及企业战略选择的影响 [J]. *心理学报* 2005, 37(3): 373-381.
- [32] Brislin R W. Translation and content analysis of oral and written material [M] // Triandis H C, Berry J W. *Handbook of cross-cultural psychology*. Boston: Allyn & Bacon 1980: 349-444.
- [33] Li Haiyang, Atuahene-Gima K. Product innovation strategy and the performance of new technology ventures in China [J]. *Academy of Management Journal* 2001, 44(6): 1123-1134.

- [34] Yu Xiaoyu , Chen Yi , Nguyen B , et al. Ties with government , strategic capability , and organizational ambidexterity: Evidence from China's information communication technology industry [J]. *Information Technology and Management* 2014 ,15(2) : 81-98.
- [35] Sarin S , Mahajan V. The effect of reward structures on the performance of cross-functional product development teams [J]. *Journal of Marketing* 2001 ,65(2) : 35-53.
- [36] Armstrong J S , Overton T S. Estimating nonresponse bias in mail surveys [J]. *Journal of Marketing Research* , 1977 ,14(3) : 396-402.
- [37] Zhang Yan , Li Haiyang. Innovation search of new ventures in a technology cluster: The role of ties with service intermediaries [J]. *Strategic Management Journal* 2010 ,31(1) : 88-109
- [38] Podsakoff P M , MacKenzie S B , Lee J Y , et al. Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies [J]. *Journal of Applied Psychology* 2003 ,88(5) : 879-903.
- [39] 周浩 , 龙立荣. 共同方法偏差的统计检验与控制方法 [J]. *心理科学进展* 2004 ,12(6) : 942-950.
- [40] Neter J , Wasserman W , Kutner M H. *Applied linear statistical models: Regression , analysis of variance , and experimental designs* [M]. Chicago: R. D. Irwin ,1990.
- [41] Preacher K J , Hayes A F. Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models [J]. *Behavior Research Methods* 2008 ,40(3) : 879-891.
- [42] Aiken L S , West S G. *Multiple regression: Testing and interpreting interactions* [M]. London: Sage Publications ,1991.
- [43] Edwards J R , Lambert L S. Methods for integrating moderation and mediation: A general analytical framework using moderated path analysis [J]. *Psychological Methods* 2007 ,12(1) : 1-22.
- [44] Busenitz L W , Barney J B. Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making [J]. *Journal of Business Venturing* ,1997 ,12(1) : 9-30.
- [45] Forbes D P. Reconsidering the strategic implications of decision comprehensiveness [J]. *Academy of Management Review* 2007 ,32(2) : 361-376.
- [46] Schweitzer M E , Ordóñez L , Douma B. Goal setting as a motivator of unethical behavior [J]. *Academy of Management Journal* 2004 ,47(3) : 422-432.
- [47] Zhou K Z , Li C B. How knowledge affects radical innovation: Knowledge base , market knowledge acquisition , and internal knowledge sharing [J]. *Strategic Management Journal* 2012 ,33(9) : 1090-1102.
- [48] Pérez-Luño A , Wiklund J , Cabrera R V. The dual nature of innovative activity: How entrepreneurial orientation influences innovation generation and adoption [J]. *Journal of Business Venturing* 2011 ,26(5) : 555-571.
- [49] Voss G B , Sirdeshmukh D , Voss Z G. The effects of slack resources and environmental threat on product exploration and exploitation [J]. *Academy of Management Journal* 2008 ,51(1) : 147-164.
- [50] Hwang K K. Introducing human rights education in the Confucian society of Taiwan: Its implications for ethical leadership in education [J]. *International Journal of Leadership in Education* 2001 ,4(4) : 321-332.
- [51] 孙健敏 , 陆欣欣. 伦理型领导的概念界定与测量 [J]. *心理科学进展* 2017 ,25(1) : 121-132.
- [52] 高伟明 , 曹庆仁 , 许正权. 中国文化情境下的伦理型领导量表研究与开发 [J]. *技术经济与管理研究* 2016 (4) : 14-18.
- [53] Wang A-C , Chiang J T-J , Chou W-J , et al. One definition , different manifestations: Investigating ethical leadership in the Chinese context [J]. *Asia Pacific Journal of Management* 2017 ,34(3) : 505-535.
- [54] Taleb N N. *Antifragile: Things that gain from disorder* [M]. New York: Random House 2012.

Doesn't Doing Good Pay-off? Effect of Ethical Leadership on New Product Development Performance

YU Xiao-yu^{1,2}, WANG Xi¹, TAO Yi-da¹, LI Jie^{1,2}

(1. School of Management, Shanghai University, Shanghai 200444, China;

2. Center for Innovation and Entrepreneurship, Shanghai University, Shanghai 200444, China)

Abstract: Prior studies emphasized that ethical leadership influence performance through several mechanisms, such as shaping employees' cognition and behavior, shaping organizational climate, and enhancing corporate social responsibility. However, they underestimated the effect of ethical leadership on performance in terms of information-processing process. To address this research gap, it employed the information processing theory in this study. It introduced the strategic decision comprehensiveness (SDC) as the mediator and environmental uncertainty as the moderator to explore the relationship between ethical leadership and new product development (NPD) performance. Combining the explorative case study with the survey, it found that: SDC partially mediates the positive effect of ethical leadership on NPD performance; environmental uncertainty strengthens the relationship between ethical leadership and SDC; environmental uncertainty strengthens the mediating effect of SDC between ethical leadership and NPD performance. It suggested that in a more uncertain environment, ethical leaders are more susceptible to process information in a comprehensive style, which in turn enhances the anti-fragility of new products and NPD performance.

Keywords: ethical leadership; new product development; strategic decision comprehensiveness; environmental uncertainty; information processing theory

(上接第 54 页)

Longitudinal Comparative Study on the Impact of VC/PE on Enterprises' Innovation and Value Realization

CHANG Bei-quan, LI Wu-wei

(Glorious Sun School of Business and Management, Donghua University, Shanghai 200051, China)

Abstract: Driven by the cases of Focus Media, Walking Petroleum and Microport Medical, based on the replication and expansion logical analysis, it adopted progressive deductive comparative analysis to study the impact content and process of venture capital/private equity on enterprises' innovation and value realization in different stages. The results are as following. Start-ups build industry entry barriers with unexplored markets or ignored resources to attract VC/PE support. VCs mostly employ resource bricolage strategy, establishing upward and downward strategic collaboration opportunities, fostering technological and design innovation. PEs mostly employ resource reconfiguration strategy to obtain patent authorization, surpass qualification limits or change capital markets nature, displaying their interest on acquisitions, purchases and developing new business alliances. On the basis, combined VC/PEs' value-generation motivations, it presented the conception of VC/PE resource support, and suggested that VC policy formulation should emphasize on design and technological innovation with resource bricolage as the core, and PE policy formulation should properly supervise market innovation with resource reconfiguration as the core.

Keywords: VC/PE; innovation; value realization; entrepreneurial bricolage; resource reconfiguration