

道德型领导力与新产品开发绩效：高管团队知识共享的中介作用

袁硕¹

(山东大学管理学院 企业管理专业, 山东 济南, 250100)

摘要：本文主要研究 CEO 道德型领导力对企业新产品开发绩效的影响，并进一步探讨分析高管团队知识共享在以上关系中所起的中介作用。以中国大陆 97 家企业中 97 位 CEO、235 位高管团队成员为研究对象，研究发现：(1) 道德型领导力对企业新产品开发绩效有显著的正向影响；(2) 道德型领导力对高管团队知识共享有显著的正向影响；(3) 高管团队知识共享对新产品开发绩效具有显著的正向影响；(4) 高管团队知识共享在道德型领导与企业新产品开发绩效的关系中起着中介的作用。

关键词：道德型领导；新产品开发绩效；高管团队知识共享

一、引言

近年来，经济全球化和交易网络化使得市场竞争更加激烈，企业要想稳稳立足于其中，就必须不断进行创新，不断开发新产品以满足客户的差异需求。作为企业的生命线，新产品开发扮演着日益关键的作用，因此也越来越为社会各方所关注，其研究价值与日俱增。研究表明，新产品的持续开发是关乎企业经营绩效好坏的重要性因子，同时也是企业竞争力的关键来源(Ernst, 2002)。故此，各学术领域愈加重视探索分析企业新产品开发绩效的前因及作用机制。然而，前人研究大多从与产品开发的知识及信息获取整合(如 Islam 等, 2009; Lee 等, 2008)、领导特征(如 Kurt 等, 2008; Gruber, 1992)等视角来探讨企业新产品开发绩效的前置因素，却鲜有研究从企业管理者领导力类型的视角出发，探讨领导行为对企业新产品绩效的影响。

仅有的就探讨领导方式与新产品开发绩效关系的文献中，研究者曾对变革型领导等积极的领导方式对产品开发的正向作用做出实证分析(Kurt 等, 2008; Chen, 2014)。而随着企业的德行伦理被越来越多地提上组织的战略征程中，道德型领导(Ethical Leadership)成为学术研究的焦点。Brown 等(2005)提出，德行领导是一种交互行为，在上级与下级的沟通中由上级强化和决策以制定伦理规范，从而有利于激发下级的德

行行为²。作为一种新型的交互式伦理领导风格，道德型领导力对企业伦理氛围的形成具有重要影响，并且对下属的行为和价值观也具有潜移默化的导向作用。同时，新产品作为团队协作、知识碰撞产生的结果，在团队开发产品时，管理者的领导方式好坏极易影响新产品开发的顺利与否(Gruber, 1992)。另外，CEO 作为企业最高层领导，相较于其他管理者，其决策和行为具有极大影响力、战略性和决定性作用。鉴于此，本文拟从领导方式的积极视角出发，分析探索 CEO 的道德型领导行为与新产品开发绩效两者的关系。

与此同时，由于道德型领导力的实证性研究时间不长，学术界关于 CEO 道德型领导力前因和影响机理研究较少，尤其缺乏对新产品开发绩效的研究。Brown 和 Trevino 等人(2005)的研究证实，道德型领导力与管理者的效能、下级对上级的满意度、个体额外努力、建言主动性呈正向关系。之后，有研究者又关于不同层级管理者的道德型领导力和组织公民行为进行了实证探索(Mayer 等, 2009)，高层级领导者更有可能对组织公民行为产生更大的影响；具有高道德型领导力的 CEO 更具有公平感、道德感知以及考虑组织全局的能力，从而增强其领导效能(Walumbwa, Mayer, 2011)。综上研究可表明，虽然以往研究极少将 CEO 道德型领导行为与新产品开发绩效的关系加以研究，但其对团队绩效和员工工作绩效等方面的积极作用越来越凸显

¹ 作者简介：袁硕(1994-)，女，山东淄博人，山东大学管理学院 2016 级企业管理研究生，研究方向为人力资源管理和组织行为。Email: vara_ys@163.com。

² Brown, M. E., Trevino, L. K., Harrison, D. A. . Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing [J]. Organizational

出来。故而本文的首要目的即是从道德型领导的积极观出发，研究 CEO 道德型领导行为对企业新产品开发绩效的积极影响。

最后，仅关注 CEO 道德型领导力对新产品开发绩效的影响是不够的，我们需要进一步分析在上述关系中是否存在其它中介机制。分析新产品的开发过程可知，无知识不创新，没有知识的积淀和加工，新产品不可能被凭空创造出来。知识共享不仅是知识的沟通、分享和成员间的相互学习，最关键的是它有利于新知识的产生，使新知识、新思维迅速发展起来，从而会显著影响新产品的开发绩效。Petersen 等（2003）认为研发密集型新产品时中往往会涉及到不易于转移和编码的隐性知识的发现与吸收等问题，因而知识共享等也会对新产品开发绩效形成影响（Clark 等，1991）。尤其高层级的领导者作为企业领导先锋，高管团队成员自身拥有的知识都是各职能领域或其他信息都是极为重要和领先的，其知识共享水平和程度更为重要。

因此，本文在探讨 CEO 道德型领导力对新产品开发绩效影响的同时，拟进一步分析高管团队知识共享在其中所起的中介作用。本文的研究框架如图 1 所示：

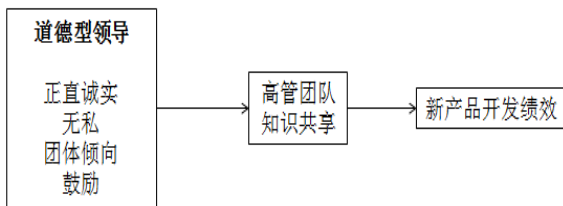


图 1 本文研究框架图

二、理论基础与研究假设

（一）CEO 道德型领导力与企业新产品开发绩效

道德型领导相比其他领导方式更具有公平感、道德感知以及考虑组织全局的能力（Walumbwa, Mayer, 2011）。关于道德与领导关系的研起源于 Burns（1978）对交易型领导和变革型领导的分析，但其准确的概念界定却相对较晚。Brown 等（2005）第一次对道德型领导力进行了明确的界定，将其界定为“不仅其个人行为是恰当且符合规范的，同时在领导过程中以与下属双向交流、奖惩强化和制定决策等形式引导下级工作，从而提升其追随者的道德规范性”。另外，Gini（1997）指出领导者的本质是发挥其社会权力，而道德型领导者作为双重角色身份，既是道德的人又是道德的管理

者（Trevino 等，2000）。

从员工及团队层面上看，具有高道德型领导力的 CEO 更具有公平感、道德感知以及考虑组织全局的能力，从而增强其领导效能（Walumbwa, Mayer, 2011）；另外，有研究者指出，CEO 的高道德型领导力可提高员工的工作满意度、工作投入、工作绩效和组织承诺，促进员工的建言行为，减少团队冲突；从组织层面看，CEO 道德型领导力有助于组织道德文化的建立加强，减少组织偏差现象的出现（Yuhung, 2012）。因此，从概念内涵发展来看，具有道德型领导力的 CEO 更重视在决策、行动、影响他人的过程中怎样道德地运用其社会权力；从其本质来看，CEO 道德型领导力的本质就是以道德规范律己，并通过伦理性领导魅力使其下属高管追随其领导行为。

综合前人研究发现，CEO 道德型领导力对员工工作行为、团队绩效、组织绩效都会产生重要的积极影响。同时，有研究者指出，道德型领导的起源——变革型领导有利于企业的产品创新（Kurt 等，2008；Chen, 2014）。因此，新产品开发绩效作为企业绩效的一种，本研究认为道德型领导也会对新产品开发绩效产生正向溢出效应。

首先，新产品开发绩效不仅取决于外部市场环境和企业所拥有的各项资源，还取决于团队成员间为完成目标而彼此间的交互作用。这种交互作用并非一人之力形成，而是建立在团队的整体协作、良好的工作氛围基础上（Harborne, Johne, 2003），团队成员往往需要不断进行交流与合作才能促进新产品的开发。而 CEO 道德型领导力能够促使组织形成相互信任的道德文化氛围（Shin, 2012），从而可支持上述交互作用。有研究表明，道德型领导有利于不断提高员工的工作满意度、工作投入、个人绩效和组织承诺（Woo 等，2011），更能促进员工的建言行为（Fred, Walumbwa, 2012），减少团队冲突，通过适当的双向沟通减少组织偏差现象的出现（Neves, Story, 2015）。同时，Roger 等（2003）提出恰当的沟通交流、低程度的集中沟通有益于团队创新。另外，CEO 道德型领导力会促进组织信任、增强组织认同感（Choi, 2014），使得高管团队成员之间互相信任、新产品开发团队更有凝聚力，促进新产品的开发。因此，CEO 道德型领导力以上正向效应会促进个人道德和组织伦理同步提升，形成优良的组织伦理文化和和谐的工作环境，从而有利于个体任务和组织的共同达成，为团队成员协作开发新产品提供一种良好的工作氛围。

其次，新产品开发是知识资源碰撞后加工创新的

结果，与新产品开发过程相关的知识和信息需要被获取、整合和创造（朱秀梅，2011），CEO 道德型领导力有利于知识资源的流动与创造。Ali E.等（2008）探讨了团队智慧对新产品开发绩效的影响，共享且程序化的知识、员工运用信息技术的水平以及项目团队的职能型差异对团队知识基础和水平都有影响，进而影响创新水平。而具有道德型领导力的 CEO 在对待下级高管时将非常关注公平性原则，在分配精力资源时会十分注重程序公平和互动公平（周明建，侍水生，2013）。因此，有理由认为，具有道德型领导力的 CEO 在就市场信息、跨职能知识等方面与高管团队成员沟通时，会非常注重信息知识共享的公平性和程序性，成员将更加愿意以追随 CEO 这种伦理行为的方式与其他高管沟通自有知识，从而促进成员之间的信息知识共享，奠定团队更丰富和坚实的知识基础，进而促进新产品开发绩效的提升。

基于以上论证分析，我们提出以下假设：

H1：道德型领导对新产品开发绩效具有显著的正向影响

（二）高管团队知识共享的中介作用

知识共享 (Knowledge Sharing) 是指员工彼此之间相互交流的知识，使知识由个人的经验扩散到组织的层面（樊治平，孙永洪，2006）。Cabrerá 将知识管理界定为一种过程，管理者可以利用这一过程形成知识交换和新知识创造的有效机制。而知识共享作为知识管理的关键，不只是固有知识的交流分享和成员间的相互学习，将个人将知识转化为企业知识，最为重要的是它能促进新知识的产生，使新思维在企业内部迅速发展起来。CEO 作为企业的灵魂人物，其每个决策都有可能影响着企业的兴衰成败，承担着知识共享的任务（于林等，2011），任务质量的好坏会影响知识创新的结果。

根据樊治平和孙永洪（2006）对关于知识共享文献的追踪，本研究追溯了知识共享的前因机制，总结根据不同的群体层面划分三大类影响因素（如表 1）。以往研究表明，知识应用跟团队领导特征有关（Sarin, 2004）。因此，本文认为 CEO 的领导特征会影响高管团队成员间的知识分享，而道德型领导作为一种重视公平和伦理的领导方式，其独特的领导特征会对高管团队成员间的知识分享产生正向影响。根据道德型领导的结构维度进行分析，不但有益于从不同的角度认识其独特的领导特征，还有利于建立道德型领导模型，帮助探讨研究其对高管团队知识共享的影响机理。首先是 Brown 等人提出的二维结构，即道德员工和道德主管

两种特征。其次，Christian 等人（2006）总结了道德型领导的特点，包括六个方面：品行正直、道德信念、团体导向、伦理动机、高水平授权。在跨文化研究方面，据全球领导和组织有效性课题（GLOBE）的数据，可析出伦理领导的四维度：正直诚实、无私、团体倾向、鼓励。所以本文认为可以从以下四个方面探讨道德型领导对高管团队知识共享的积极作用。

表 1 知识共享影响因素

知识共享层次	影响因素	研究文献例举
员工个体	个体动机；人际关系；组织支持；工作成就感；工作挑战性；组织信任度；组织归属感及组织宽容度等	李涛，王兵，2003； 张长涛，2003； Ryu S, 2003
项目团队	团队合作；团队联系的紧密程度；新产品开发等	Liebowitz 等，2003； 张长涛，2003
组织	市场需求变化；跨职能协作；协同商务；企业集群文化等	梁跃进，2004； Ruuska, 2005

（1）道德型领导正直诚实的行为有利于为高管团队知识共享营造企业伦理文化氛围和组织信任。根据 Mayer 和 Schoorman 的研究，个体对他人能力、善意和诚信的信念会影响其风险承担意识的建立，并进而影响其在相互关系中的风险承担行为的发生（例如合作、分享信息等）。出于对“自我价值的保护”和“不信任”等因素的影响，个体不愿主动与别人分享知识；不信任的组织文化障碍也会影响组织知识共享（Grayson, 1998）。所以，具有道德型领导力的 CEO 正直诚实的行为传达出了道德的价值观，有利于企业伦理文化氛围和组织信任的形成，从而促进高管团队成员间的知识共享。

（2）道德型领导无私的特点会促进企业中的组织公民行为（如知识共享）。知识共享应该被看作一项员工自愿完成的角色外行为（Joshi, Sarker 2006），而非负担。上级主管积极的个体特征和伦理行动会影响到下属的积极态度和行为，如组织公民行为、亲社会行为策略等（孙利平等，2009）。CEO 无私的道德型领导行为会促进高管团队成员组织公民行为的发生，使得成员间自愿进行知识共享。

（3）道德型领导的团体倾向有利于高管团队成员间良好人际关系的建立，从而为成员间知识共享奠定关系基础。由于具有道德型领导力的 CEO 在领导过程中

除了追求实现自我伦理外,也为组织构建了和谐的伦理氛围,其团体倾向的特点能促进高管之间建立良好的人际关系,促进彼此之间的沟通与交流。同时,因为知识共享的对象是个体所拥有的显性知识,即那些可以被明确表达出来的知识,当高管间人际关系良好时,这些显性知识相较于那些涉及个人信仰、观点的隐性知识更容易被别人所认知、学习和掌握,在知识交流中的障碍较小(陈其安,刘星,2005)。

(4)道德型领导的激励特征有利于激发高管成员的主动性行为,促进主动性创新行为的出现。出于自我实现的需求,高管在对他人付出共享自身知识的同时,也存在以此获得回报的渴求(Davenport, Prusak, 1998),组织成员需要一定的激励才会愿意进行知识共享。道德型领导的鼓励特征通过激发个体的更高层次的需求(Tracey, Hinkin, 1994),使他们愿意通过知识共享来实现自我价值,获得高层次需求的满足。

基于以上论证分析,我们提出以下假设:

H2: 道德型领导对高管团队知识共享有显著的正向影响。

高管团队知识共享不仅仅是成员间知识的分享和彼此学习,关键作用在于可以促进新知识的形成,这是使新知识、新思维迅速发展起来的潜移默化的过程,这就是知识共享对于新产品开发绩效有显著影响的原因。由于高管人员自身的知识和信息不可能面面俱到,所以其关于新产品开发的决策具有一定的风险性,这种风险性可通过高管团队成员间的知识共享降低;另外,由于彼此间信息知识共享而使得决策更加正确,会有可能有利于缩短新产品开发周期进而获得更程度的新产品开发绩效。因此,企业需完整有效的知识共享途径,使组织内的知识充分共享(杨立保,1999)。新产品开发过程可以划分成三个步骤:概念规划、设计、生产,知识共享对于新产品开发绩效的影响在于前两个阶段。因此,下文将通过新产品开发的概念规划阶段、设计阶段分析高管团队知识共享对新产品开发绩效的影响。

(1)在对新产品概念规划时,高管团队成员或掌握关键技术知识或拥有稀缺市场信息,此类知识和信息通常以隐形状态存在,无法由市场交易获得,只能由彼此共享而拥有。高管可通过组织之间和成员之间的知识共享取得这些稀缺性知识,并通过团队成员间的脑力激荡激发新颖且有效的研发思路和个体无法达成的创意想法,从而有助于新产品想法的完善。(2)随着设

计阶段的发展,资料会越来越精确与复杂。高管团队成员市场嗅觉敏锐,可获得独特有价值的市场信息,从而通过彼此共享以创造出新产品、新工艺和新概念,从而提升新产品的研发速度和质量。Henderson 和 Clark 认为,现有部分知识的完美组合也可能导致渐进性创新(Henderson, Clark, 1990),所以高管团队成员间的知识组合化行为形成的新知识有利于打开新思路,提高研发成功率。通过以上论证可以看出:

H3: 高管团队知识共享促进新产品开发绩效。

道德型领导作为员工的角色榜样,其做法和行为会被下属所效仿,一个提倡知识共享的 CEO 必然会促进企业的知识创新。在上文论述中,本研究提出道德型领导有利于新产品开发绩效的提高,同时道德型领导对高管团队知识共享有显著的正向作用,而高管团队知识共享促进新产品开发绩效。基于角色模型¹,可以进一步地推论,对企业新产品开发绩效的影响可能是通过高管的知识共享的中介作用而实现的。因此,提出假设 4:

H4: 高管团队知识共享在道德型领导和新产品开发绩效的关系中起着中介的作用。

三、研究设计

(一) 研究样本

本文数据采集自中国大陆企业,并通过两种渠道获得调研数据。首先,通过单独拜访每个企业与其 CEO 进行会谈的方式,获得了 CEO 对本次调研的认同和支持,并邀请高管团队成员完成本次调研。其次,邀请已读或正修 EMBA 学位的 CEO 的同学参与到本次调研中。在这一过程中,每位 CEO 会收到一份信封(信封包括高管团队成员调研问卷和调研介绍信,阐述了本次研究目的和内容保密性),完成问卷调查的被研究对象将会收到报酬信封。

调研分为两种类型,专为 CEO、高层管理团队等两种等级类别分别进行了调研,以获取公司经营信息的不同观点。具体而言,本研究选取了 498 家企业,并回收了 310 套问卷。在排除无效问卷之后,获得来自 149 家企业的 422 位高管团队成员和 149 位 CEO 的有效调研问卷。为了降低前任 CEO 对企业新产品开发绩效的影响,本研究选取的 CEO 均在职期限达 2 年。基于此点考虑,最终样本仅留下 97 家企业,保留 97 位 CEO、235 位高管团队成员问卷。就所有制类型来说,97 家企业包括国有企业、外商投资企业以及

¹House and Schamir (1993) 提出角色模型是拥有魅力影响的管理者向下级传递与组织战略目标和愿景有关的价值观的一种机制。

其他类型的私人公司,其中,32家(33%)是国有企业,65家(67%)都是非国有企业(包括外商投资企业、私营企业等)。就行业类型来说,这些公司遍布中国各地、覆盖各行业,其中,制造业企业占样本的53.6%,其余46.4%样本是非制造业企业。

(二) 变量测量

为确保测量工具的效度及信度,本研究在道德型领导、高管团队知识共享、新产品开发绩效等概念的测量上,均采用已有文献已采用过的量表,再依据本研究的目的加之适当修改作为搜集实证数据的工具。除特别说明外,所有的变量均运用李克特五点评分法评价(1=非常不同意;2=不同意;3=中立;4=同意;5=非常同意)。

道德型领导:采用Brown、Treviño和Harrison(2005)开发的量表,共十道题项。该量表在本研究中的信度系数(Cronbach's Alpha)为0.949(大于管理学研究中常用的0.70),这证实该量表信度良好¹。

高管团队知识共享:采用Faraj和Sproull(2000)开发的量表,共4道题项。该量表在本研究中的信度系数为0.713,这证实该量表信度良好²。

新产品开发绩效:采用Luca和Atuahene-Gima(2007)5题项量表来测量新产品开发绩效。该量表在本研究中的信度系数为0.902,这表明该量表信度良好。

控制变量:本文将年龄、性别、学历、所有制、行业作为控制变量处理。首先,以往研究表明,员工的背景变量(年龄、性别和学历)会影响员工的知识共享和新产品开发绩效(Islam等,2009;Lee等,2008;Kurt等,2008;Gruber,1992)。因此,本研究也将个体的背景变量(年龄、性别和学历)作为控制变量处理。再者,企业所有制类型也是一个重要的控制变量,不同的所有制类型将导致不同的企业绩效。中国的国有企业官僚主义和层级制是其痼疾,且受到政府政治目标和社会目标的限制企业自主创新性相对缺乏(刘良灿等,2016)³。因此,我们按所有制类型将企业分为国有企业和非国有企业,并进行编码。最后,环境变量会影响企业的绩效,本研究将行业类型看反映不同环境的因素,将其作为控制变量。因此,我们按行业类型将企业分为服务型企业和制造型企业,并进行编码。

四、数据分析和结果

(一) 相关分析

表2总结了变量的平均值、方差以及相关系数。从表2中我们可以看到,道德型领导与高管团队知识共享($r=0.42, p<0.01$)以及新产品开发绩效($r=0.29, p<0.01$)正向相关。同时,高管团队知识共享和新产品开发绩效之间呈现出显著的正相关关系($r=0.37, p<0.01$)。这些结果与本文研究假设的方向一致,为假设的成立提供了初步的数据证实。

(二) 假设检验分析

根据Baron和Kenny(1986)的研究,本文使用SPSS.20对于主效应和中介效应(假设1、2、3和4)检验,分以下四个阶段进行分析。

主效应。(1)自变量对结果变量的影响。在引入控制变量(年龄、性别、学历、所有制和行业)的基础上,我们将自变量(道德型领导)放入回归方程,探析道德型对新产品开发绩效的作用。

中介效应。(2)自变量对中介变量的影响。在引入控制变量的基础上,我们将自变量(道德型领导)放入回归方程,分析道德型领导对企业新产品开发绩效的影响;(3)中介变量对因变量的影响。在引入控制变量的基础上,我们将中介变量(高管团队知识共享)放入回归方程,分析高管团队知识共享对企业新产品开发绩效的影响;(4)中介效应。在引入控制变量和自变量的基础上,我们将中介变量引入回归方程,分析高管团队知识共享对道德型领导和新产品开发绩效两者间的中介作用。层级回归分析结果列在表3中。从表3的结果可知,道德型领导对新产品开发绩效($M_4, \beta=0.43, p<0.01$)和高管团队知识共享($M_2, \beta=0.56, p<0.01$)都有显著的正向影响,支持了假设1和2。同时,高管团队知识共享对新产品开发绩效有显著的正向影响($M_5, \beta=0.36, p<0.01$),支持了假设3。在加入中介变量后,道德型领导对新产品开发绩效变为不显著,而高管团队知识共享对新产品开发绩效依旧具有显著的正向影响($M_6, \beta=0.22, p<0.05$)。因此,假设4也得到了数据的证实,即高管团队知识共享在道德型领导和新产品开发绩效两者的关系中起着中介的作用。

¹Brown, 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.

²Faraj, S., & Sproull, L. (2000). Coordinating expertise in software development teams, *Management Science*, 46(12), 1554-1568.

³刘良灿, 李文, 张同建. 面向新产品开发的集成创新中知识转化动力机制实证研究—基于国有企业的数据检验. *科技管理研究*, 2016(1):22-29

表2 各主要变量的均值、标准差和相关关系

变量	1	2	3	4	5	6	7	8
1. 年龄	1							
2. 性别 ^a	0.24**	1						
3. 学历 ^b	-0.01	-0.02	1					
4. 所有制 ^c	0.22*	-0.02	0.35**	1				
5. 行业 ^d	-0.12	-0.01	0.07	-0.05	1			
6. 道德型领导	0.12	0.04	0.14	0.28**	-0.29**	1		
7. 高管团队知识共享	0.07	-0.01	0.07	0.02	-0.04	0.42**	1	
8. 新产品开发绩效	-0.10	-0.10	0.08	-0.11	0.11	0.29**	0.37**	1
平均值	41.98	0.88	2.24	0.39	0.50	4.00	3.60	3.61
标准差	6.32	0.32	0.71	0.49	0.52	0.66	0.57	0.67

注: ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$; ^a 性别: (0)女; (1)男; ^b 学历: (1)高中以下; (2)本科; (3)研究生;

^c 所有制: (0)非国有; (1)国有; ^d 行业: (0)服务业; (1)制造业

表 3 假设检验结果

	高管团队知识共享 (T ₂)			新产品开发绩效 (T ₃)		
	模型1	模型2	模型3	模型4	模型5	模型6
控制变量						
年龄	0.12	0.03	0.08	0.00	0.03	-0.01
性别	-0.09	-0.04	-0.15	-0.13	-0.13	-0.12
学历	0.03	-0.00	0.07	0.05	0.07	0.05
所有制	-0.15	-0.17	-0.19	-0.31**	-0.20	-0.03
行业	0.14	0.10	0.03	0.13	0.04	0.11
自变量						
道德型领导 (T ₁)		0.56**		0.43**		0.30
中介变量						
高管团队知识共享 (T ₂)					0.36**	0.22*
R ²	0.02	0.27	0.05	0.22	0.20	0.25
F值	0.30	5.19**	0.92	5.24**	3.35**	3.92*
R ² 值变化	0.02	0.26	0.05	0.15	0.13	0.04
F值变化	0.30	29.14**	0.92	15.77**	13.33**	3.92*

注: n = 235; ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$

五、结语

(一) 研究结论及其理论意义

本文主要研究分析道德型领导对新产品开发绩效的影响,并进一步探讨分析高管团队知识共享在以上关系中所起的中介作用,构建了三者之间影响关系的模型,并以中国大陆 97 家企业中 97 位 CEO、235 位高管团队成员为研究对象对模型进行了实证研究。实证研究表明:(1)道德型领导对新产品开发绩效有显著的正向影响;(2)道德型领导对高管团队知识共享有显著的正向影响;(3)高管团队知识共享对新产

品开发绩效具有显著的正向影响;(4)高管团队知识共享在道德型领导与新产品开发绩效的关系中起着中介的作用。

本文的研究结论具有重要的理论意义。首先,前人研究虽有从领导特征(如 Kurt 等, 2008; Gruber, 1992)等视角来探讨企业新产品开发绩效的前置因素,但大多出于变革型领导的领导方式对产品开发的正向作用做出实证分析(Kurt 等, 2008; Chen, 2014)。本文首次探讨了将道德型领导与新产品开发绩效联系在一起,研究结果显示,道德型领导对新产品开发绩效有显著的正向影响。同时,本文的这一研究发现

也丰富了道德型领导影响机制的研究,拓宽了对其后果的认识。

其次,研究发现道德型领导对新产品开发绩效的影响不是直接的,而是通过高管团队知识共享的中介作用实现的。本文的这一研究结果不仅丰富了人们对于新概念道德型领导的认识,同时,高管团队知识共享在道德型领导与新产品开发绩效的关系中起着中介的作用也进一步证实了角色模型的重要内涵。

最后,本文的研究样本来源于中国企业的员工。目前,关于知识共享、新产品开发绩效的前人研究大多在西方,基于中国组织情境的分析还相对缺乏。本文的研究结论将有助于拓展对我国企业中道德型领导的认识,因而能为开展富有本土特色的组织行为理论积累更丰富的证据。

(二) 实践意义

新产品开发是企业的生命线,对于保持市场地位与取得持续竞争优势至关重要。如何不断进行产品创新,是企业必须关注和考量的问题。本文的研究结果表明,道德型领导行为会营造一种有利于开发新产品的文化氛围。因此,提升企业新产品开发绩效的一个

有效的方式即是提倡道德型领导方式。为此,我们建议组织从制度、文化等多方面入手来建立道德型领导的鼓励机制,例如在招聘高管人才时通过多方面测评努力寻找那些有道德型领导特征的人、提拔时多关注于有团体倾向等伦理特征的中层干部等。

(三) 研究的局限与未来研究方向

相对于其他研究,本文重要优势在于研究设计的严谨性和调研过程的准确性。但是,由于各种主客观原因的限制,本研究过程中也存在着一些局限之处,在未来研究中可以补足完善:(1)首先,本文在研究道德型领导对于企业新产品开发绩效的影响时并未控制其他形式的领导行为,特别是与其大有渊源的变革型领导和包容型领导。后续的研究可以同时探讨道德型领导行为、变革型领导行为和包容型行为对于新产品开发绩效的影响,以更好地明确这三类领导行为的独特贡献;(2)其次,尽管本文证实了高管团队知识共享在道德型领导与新产品开发绩效之间所起的中介作用,但需要注意的是,道德型领导对新产品开发绩效影响可能有多个作用的路径。

参考文献

- [1] Alie Akgun, M D, Anthony Di Benedetto. New product development team intelligence: antecedents and consequences [J]. Information & Management, 2008(45): 221-226.
- [2] Burns, M. 1978. Leadership. New York, NY: Harper & Row
- [3] Brown, M. E. , Trevino, 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.
- [4] Brown, M. E., and L. K. Treviño. Ethical leadership: A review and future directions. Leadership Quarterly 2006.17:595-616. CLARK K B , FUJIMOTO T. Product development performance [M]. Harvard Business School Press: Boston, 1991
- [5] Cabrera A. Knowledge-sharing dilemmas [J]. Organization Studies, 2002, 23: 687-710.
- [6] Constant D, Kiesler S, Sproull L. What mine is ours, or is it? A study of attitudes about information sharing [J]. Information Systems Research, 1994,5(4):400-421
- [7] Davenport T H, Prusak L. Working knowledge: How organizations manage what they know [M]. Boston: Harvard Business School Press, 1998
- [8] Faraj, S, & Sproull, L. (2000). Coordinating expertise in software development teams, Management Science, 46(12), 1554-1568.
- [9] Fred O. Walumbwa, Elizabeth W. Morrison, Amanda L. Christensen. Ethical leadership and group in-role performance: The mediating roles of group conscientiousness and group voice. Leadership Quarterly, 2012, 23(5):953-964.
- [10] FO Walumbwa, DM Mayer, P Wang, H Wang et al. , K Workman. Linking ethical leadership to employee performance: The roles of leader-member exchange, self-efficacy, and organizational identification. Organizational Behavior and

- Human Decision Processes, 2011, 115(2):204-213
- [11] Grayson O. If only we knew what we know: Identification and transfer of internal best practices[J]. California Management Review, 1998,40(3):154-174
- [12] Gini A. Moral Leadership: an overview .Journal of Business Ethics, 1997, 16(3): 323- 330
- [13] Kurt Matzler, Erich Schwarz, Natasa Deutinger, Rainer Harms. The Relationship between Transformational Leadership, Product Innovation and Performance in SMEs. Journal of Small Business & Entrepreneurship, 2008, 21(2):139-151
- [14] Khuntia R, Suar D. A scale to assess ethical leadership of Indian private and public sector managers. Journal of Business Ethics, 2004, 49(1): 13- 26.
- [15] H. Ernst, Success factors of new product development: a review of the empirical literature [J]. International Journal of Management Reviews, 2002, 4(1): 1-40.
- [16] H Gruber. Persistence of Leadership in Product Innovation, Journal of Industrial Economics, 1992, 40(4):359-75
- [17] House, R. J. and B. Shamir: 1993. Toward the Integration of Transformational, Charismatic, and Visionary Theories. , in M. M . Chemers and R. Ayman (eds.) ,Leadership Theory and Research: Perspectives and Qualities (Academic Press, San Diego, CA) , pp. 81-108.
- [18] Henderson R M, Clark K B. Architectural Innovation: the Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms [J]. Administrative Science Quarterly, 1990, 35 (10) : 9 — 30.
- [19] Islam MZ, Doshi JA, Mahtab H, et al. Team learning, top management support and new product development success [J]. International Journal of Managing Projects in Business, 2009, 2(2) : 238-260.
- [20] Lee, L. The effects of team reflexivity and innovativeness on new product development performance [J]. Industrial Management + Data Systems, 2008, 108(4) : 548-569.
- [21] Liebowitz J, Megbolugbe I. A set of Frameworks to Aid the Project Manager in Conceptualizing and Implementing Knowledge Management Initiatives [J]. International Journal of Project Management, 2003, 21(3): 189~198
- [22] Meyer John P, et al. Affective, continuance, and normative commitment to the organization: a meta- analysis of antecedents, correlates and consequences [J].Journal of Vocational Behavior, 2002, 61 (8) : 20-52.
- [23] Mayer D M, Kuenzi M, Greenbaum R, et al. How low does ethical leadership flow? Test of a trick le- down model. Organizational Behavior and Human Decision Process, 2009, 108: 1- 13
- [24] PETERSEN K J, HANDFIELD R B, RAGATZG L. A model of supplier integration into new product development [J]. Journal of Product Innovation Management, 2003, 13 (4) : 284 - 299.
- [25] Pedro Neves, Joana Story Ethical Leadership and Reputation: Combined Indirect Effects on Organizational Deviance. J Bus Ethics (2015) 127:165–176
- [26] P Harborne, A Johne. Creating a project climate for successful product innovation. 《European Journal of Innovation Management》, 2003, volume 6(6):118-132
- [27] Resick, C. J., Hanges, P. J. , Dickson, M. W. , et al Across - cultural examination of the endorsement o f ethical leadership[J] . Journal o f Business Ethics, 2006, 63(4): 345- 359.
- [28] Ruuska I, Vartiainen M. Characteristics of Knowledge Sharing Communities in Project Organizations[J]. International Journal of Project Management, 2005, 23(5): 374~379
- [29] Ryu S, Ho S H, Han I. Knowledge Sharing Behavior of Physicians in Hospitals[J]. Expert Systems with Applications, 2003, 25(1): 113~122
- [30] ROGER TH A J LEENDERS, J M L V E, JAN KRAT ZER. Virtuality , communication, and new product team creativity: a social network perspective[J] .Journal of Engineering and Technology Management, 2003(20) : 69-92.
- [31] Szulanski G. Exploring internal stickiness: Impediments to the transfer of best practice within the firm[J]. Strategic Management Journal, 1996,17:27-44
- [32] Silke Astrid Eisenbeiss, Daan van Knippenberg Clemens, Maximilian Fahrbach Doing. Well by Doing Good?

- Analyzing the Relationship Between CEO Ethical Leadership and Firm Performance. *J Bus Ethics* (2015) 128:635–651
- [33] So-YunChoi. The Effects of Ethical Leadership on Social Worker's Trust in Organization and Organizational Commitment. *Advanced Science and Technology Letters*, Vol.57 (Business 2014), pp.23-26
- [34] Shu — Chen Yang, Cheng — Kiang Farn. Social Capital, Behavioral Control, and Tacit Knowledge Sharing— A Multi — informant Design [J]. *International Journal of Information Management*, 2009, 29 (3) : 210–218.
- [35] Tracey , J. B. , and Hinkin, T. R. : 1994, -Transformation leaders in the hospitality industry. , *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 35(2) , 18- 24.
- [36] Trevino L K, Hartman L P. Brown M. Moral person and model manager: how executives develop a reputation for ethical leadership. *California Management Review*. 2000, 42(4): 128- 142
- [37] Vitell S J, Davis D L. The relationship between ethics and job satisfaction: an empirical investigation. *Journal of Business Ethics*, 1990, 9: 489- 494
- [38] White D W. Lean E. The impact of perceived leader integrity on subordinates in a work team environment . *Journal of Business Ethics*, 2008, 81:765- 778
- [39] Woo Gon Kima , Robert A. Brymer. The effects of ethical leadership on manager job satisfaction, commitment, behavioral outcomes, and firm performance. *International Journal of Hospitality Management* 30 (2011) 1020– 1026
- [40] Williams S, Pitre R, Zainuba M. Justice and organizational citizenship behavior intentions: fair rewards versus fair treatment. *The Journal of Social Psychology*, 2002, 142: 33- 44
- [41] Y Chen, G Tang, J Jin, Q Xie, J Li. CEOs Transformational Leadership and Product Innovation Performance: : The Roles of Corporate Entrepreneurship and Technology Orientation, *Journal of Product Innovation Management*, 2014, 31(Supplement S1):2-17
- [42] Yuhung Shin. CEO Ethical Leadership, Ethical Climate, Climate Strength, and Collective Organizational Citizenship Behavior. *Journal of Business Ethics*, 2012, 108(3):299-312
- [43] 陈其安,刘星.基于过度自信和外部监督的团队合作均衡研究[J].*管理科学学报*,2005,8(6):60-68.
- [44] 樊治平, 孙永洪. 知识共享研究综述, *管理学报*, 2006, 3(3):371-378
- [45] 李涛, 谢伟, 徐彦武. 基于信息技术的组织内知识 共享动机的研究[J]. *情报学报*, 2004, 23(3): 275~281
- [46] 李涛, 王兵. 我国知识工作者组织内知识共享问题的研究[J]. *南开管理评论*, 2003, 6(5): 16~19
- [47] 梁跃进, 梁裸, 俞雁. 基于团队的知识共享和知识形成机理研究[J]. *运筹与管理*, 2004, 13(5): 151~154
- [48] 刘良灿, 李文, 张同建. 面向新产品开发的集成创新中知识转化动力机制实证研究——基于国有企业的数据检验. *科技管理研究*, 2016(1):22-29
- [49] 苏方国, 赵曙明. 组织承诺、组织公民行为与离职倾向关系研究[J]. *科学学与科学技术管理*, 2005 (8) : 111-116.
- [50] 孙利平, 凌文铨, 方俐洛. 国外关于伦理领导的研究 [J]. *理论探讨*, 2009 (3): 152- 153.
- [51] 吴隆增, 简兆权. 《组织学习、知识创造与新产品开发绩效的关系研究. *科技进步与对策》*, 2008, 25(1):110-113
- [52] 于林 赵士军, 李真. 企业高管团队隐性知识共享行为的激励机制研究——基于多任务委托代理模型的分析
- [53] 郁义鸿. *知识管理与组织创新*[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2001.
- [54] 杨立保. 预研项目负责人管理行为研究[J]. *科研管理*, 1999, 20(3) : 75 — 81.
- [55] 张长涛, 刘希宋. 企业产品开发人员知识共享机理研究[J]. *管理科学*, 2003, 16(2): 6~10
- [56] 朱秀梅, 姜洋, 杜政委, 卢青伟. 知识管理过程对新产品开发绩效的影响研究,*管理工程学报*, 2011, 25(4):113-122
- [57] 周明建, 侍水生. 领导—成员交换差异与团队关系冲突:道德型领导力的调节作用, *南开管理评论*, 2013, 16(2):26-35.