

中国情境下创业型领导的结构与测量

陈奎庆, 马越, 朱晴雯

摘要: 创业热潮的涌起促使人们越来越关注“创业型领导”的概念。在梳理创业型领导理论发展历程的基础上, 运用扎根理论的质化研究方法, 对创业型领导在中国情境下具有的独特内涵进行了深层次探讨, 并开发了中国情境下的创业型领导测量工具。中国情境下创业型领导包含五个维度, 分别是审势相机、因势而动、构建网络、激情感召以及激发创新。基于这一概念结构模型开发了创业型领导量表, 实证结果显示, 该量表各项指标均达到规定要求, 具有较高信度与效度。

关键词: 创业型领导; 中国情境; 量表开发

作者简介: 陈奎庆, 徐州工程学院管理学院研究员, 常州大学商学院硕士研究生导师; 马越, 常州大学商学院硕士研究生; 朱晴雯, 常州大学商学院硕士研究生。

基金项目: 教育部人文社会科学研究一般项目“中国组织情境下创业型领导研究结构、测量及其对新创企业成长的作用机制”(14YJA630003)。

中图分类号: C933.1 **文献标志码:** A **Doi:** 10.3969/j.issn.2095-042X.2019.03.007

环境复杂多变、资源获取困难等因素使企业深陷成长困境^[1]。在这种情况下, 领导者如何提升企业对不确定环境的适应性? 领导者如何发现有效的战略价值? 领导者如何构建新的商业模式? 这些都成为亟需解决的难题。兼具领导者和创业者特征的创业型领导风格为有效应对上述难题提供了行之有效的途径。创业型领导响应了当前企业对领导者创业精神的呼吁, 聚焦于寻找创业机遇、营造创业氛围, 引领企业实现持续变革与创新^[2]。

创业型领导作为战略型创业的核心要素也逐渐进入国内外学者们的视野。国外学者对创业型领导的相关研究主要遵循两条主线: 一是围绕创业型领导的内涵、结构维度划分等问题展开初步研究^[3-4]; 二是围绕创业型领导与创业导向、创新活动、创新能力、创业绩效之间的关系开展相应的实证研究^[5-8]。国外有关创业型领导的研究取得了丰硕的成果, 其有效性在西方组织情境下得到了证实。国内学术界针对创业型领导也开展相关研究, 但起步较晚且发展尚不完善。探讨中国情境下创业型领导效能机制的实证研究大都直接引用西方文化背景下开发的量表, 或在西方量表的基础上稍作修改, 尚未出现中国本土化创业型领导量表^[9]。有研究提出, 作为一种社会影响过程, 领导的内涵及构成要素可能因国家文化的不同而有所差异^[10], 因此, 界定中国情境下的创业型领导的内涵并确定其结构维度, 开发本土化的创业型领导测量量表是十分必要的。

一、文献回顾

(一) 创业型领导理论

起初学者们意识到创业精神的积极作用, 将其纳入成功创业领导者的必备特质^[11]; 也有学

者提出创业型领导是由创业学衍生发展而来,强调创业思维与行为是有效领导的关键^[12];之后有学者认为创业精神应从领导力要素中抽离出来,作为单独的领域直接展开研究^[13]。纵观现状,多数学者倾向于将创业型领导界定为创业精神和领导力融合的产物^[14-15],认为创业型领导不仅包含了领导力的特征,还融合了“创业”“创业管理”等核心特征。

有关创业型领导内涵的研究主要围绕能力观和行为观两个视角展开。持能力观的学者将创业型领导视为一种影响他人进行战略性管理的能力,认为创业型领导更能识别企业优势、发现企业潜在机会,从而提高企业绩效。Ireland等^[16]认为创业型领导具备引导组织进行可行性变革的能力,兼具战略思维等能力。Rowe^[17]聚焦于创业型领导对他人的影响力,指出了创业型领导对他人日常决策的影响。持行为观的学者将创业、创业管理与领导力研究相结合,强调领导者在面对高度不确定性环境时,有能力引导追随者进行持续的战略价值创造^[18]。Gupta等^[3]将创业型领导定义为通过构建愿景来赢得下属的承诺,获得下属的支持,激励下属致力于战略价值的发现与探索的领导行为。Renko等^[19]认为识别和利用创业机会是创业型领导的核心表现,并指出创业型领导能通过指导员工工作来实现组织目标。

国内外学者围绕创业型领导的有效性开展了相关实证研究。在个体层面上,创业型领导能有效提高员工的组织承诺、工作满意度及创业效能感^[20-21],增加员工的创新行为^[22],对员工个体主动性与工作绩效产生积极影响^[23]。在组织层面上,创业型领导能提高企业的动态能力及持续增长能力^[24],促进组织创新需求增长^[7],促进企业开展创新活动^[25],从而提升组织绩效^[8,26]。

已有研究表明,在不同文化情境下,创业型领导的概念内涵与有效性有所不同^[27],因而不能笼统地将西方发展的理论应用于不同文化背景中^[28]。鉴于此,国内相关研究应注重结合中国独特的社会与文化情境。

(二) 创业型领导的结构与测量

随着创业型领导研究内容不断拓展,国内外学者在对其内涵进行界定的基础上,也围绕其结构与测量问题开展相应研究。Gupta等^[3]从领导面临的两大挑战入手,构建出一个具有两维度(愿景设定和角色设定)、五角色(构建挑战、吸收不确定性、指明路径、建立承诺和阐明约束)、19项特质的创业型领导理论模型。Siddiqui^[29]认为创业型领导是领导者和创业者特征相结合的产物,影响创业者成功的因素包括下属、智力、身体、行为、神经、任务及创新等7个关键维度。Hejazi等^[4]基于多理论支撑,更加精准地对创业型领导进行评估,得出了创业型领导的4个维度,分别是个人特质、激励因素、沟通能力与战略管理,并形成了包含35个题项的测量量表。Renko等^[19]认为,创业型领导不应该只出现在高层,而应当出现在企业不同管理层。他们在通过文献回顾和访谈法确认了初始题项后,运用问卷调查法收集了381名员工及学生的数据,经过相关的信效度分析,最终编制出了8个题项的创业型领导测量问卷。

国内也对创业型领导的维度与量表开展了初步研究,蔡光荣等^[30]基于创业倾向理论,以上海地区中小企业的高层领导者为样本,展开开放式问卷调查,最终得到了创业型领导结构的8个维度,包括远景目标、敏锐洞察、适度竞争、自主创新、身体力行、承担风险、精细经营和激励他人。杨静等^[23]基于扎根理论对女性创业型领导的维度进行划分并编制量表。他们以41位创立并参与公司经营管理的成功女性创业者和企业家作为研究对象,收集数据并对数据进行编码与分析,最终构建了6个维度的女性创业型领导的构思模型。6个维度具体为变革心智、培育创新、

掌控风险、整合关系、亲和感召及母性关怀。同时在此基础上开发了具有 29 个题项的女性创业者测量量表, 经检验具有较高的信度和效度。

总体来看, 国外创业型领导的维度、特征以及量表开发等研究相对成熟, 国内研究在维度和测量部分仍处于探索阶段。已有研究大多采用国外的维度和量表, 并不能较好地体现中国情境下的创业型领导与国外创业型领导的不同之处, 即创业型领导的本土化研究不够。虽然国内有学者考虑中西方文化情境差异, 对中国情境下的创业型领导进行了理论建构并开发了相应的量表, 但这些量表存在对象单一(杨静等的研究仅限于女性创业型领导者)或地域限制(蔡光荣等的研究局限于上海地区)等问题, 在适用性上具有一定局限。因此, 笔者基于中国本土情境, 提出兼具中国文化特色和创业型领导核心特征的本土化创业型领导概念内涵和结构维度, 并通过质化研究, 运用经典扎根理论方法开发本土化的创业型领导测量量表^[31]。

二、研究方法

参照 Churchill^[32] 的量表开发程序, 课题组按照以下步骤开发创业型领导量表: 第一, 运用开放式问卷调查与半结构化、结构化访谈相结合的方法, 广泛收集中国情境下创业型领导的特征数据, 并运用开放式编码、选择性编码和理论编码等科学规范的数据处理方法, 构建中国情境下创业型领导的初始量表; 第二, 基于创业型领导的初始量表, 开展多阶段的大规模问卷调查, 进行探索性因子分析、验证性因子分析及信效度检验, 最终确定中国情境下创业型领导测量量表。

(一) 初始测量量表生成

调研时间为 2017 年 10 月至 2018 年 1 月, 调查对象为常州、上海等地的企事业单位。课题组选取 10 名来自不同企业和不同职位的人员进行 40~50 分钟的深入访谈。10 名访谈对象包括 1 名高层管理者、2 名中层管理者、2 名基层管理者及 5 名普通员工。调研内容涉及中国情境下创业型领导应具备的行为特质等。为了更精准地搜集体现创业型领导内涵的行为特质语句, 课题组选取了 3 家企业以及 2 个在职的 MBA 班进行开放式问卷调查, 要求填答者将创业型领导应当具有的行为特质逐条写上。问卷调查坚持实地发放、当场回收的原则。最终共发放问卷 200 份, 收回有效问卷 112 份。

1. 开放式编码

开放式编码被称为一级编码, 是扎根理论编码中进行概念内涵提炼的第一环节。一级编码主要对已收集的文本资料进行初步审阅, 发现不同特征, 区分维度并对其进行明确归类^[33]。为了减少由于主观印象造成的偏差, 增强开放式编码的稳定性, 课题组秉持开放的态度, 对深度访谈和开放式问卷调查所得资料进行逐行、逐句编码, 并逐层抽象化和概念化, 以确保创业型领导的初始概念得到全面的体现^[34]。开放式编码, 尽可能地采用受访者给出的原生代码(即受访者自己的独特语句), 以便更好地呈现受访者对中国情境下创业型领导的认识与感知。例如, 深度访谈者 Z 对创业型领导的描述是“我们有时候讲究放水养鱼, 不能只顾着眼前的小利”。课题组从这一资料中提炼的概念为“具有长远的眼光”。对 10 份深度访谈资料和 112 份开放式调查问卷进行反复编码整理分析后, 课题组共得到了 461 条关于中国情境下创业型领导的初始概念, 这些初始概念的含义单一且与创业型领导实质高度相关。

2. 选择性编码

选择性编码是比开放性编码更有指向性和概念性的编码方式，它使开放式编码中提取的初始概念自然呈现出核心范畴。这一过程需要对初始概念进行不断的比较、核对才能完成。因此，本研究需要对开放式编码中得到的 461 条初始概念进行合并同类项。在合并同类项时，参考姜定宇等^[35]的做法，第一步将初始概念中完全相同或表达一致的语句进行合并同类项，合并后计算这类语句出现的频次。这一过程结束后，创业型领导的描述条目缩减为 203 条；第二步是对那些含义接近、内容相似，仅仅是表达方式不同的语句进行合并。这一过程结束后，创业型领导的核心条目缩减为 44 条。为了确保合并同类项之后所获得条目的准确性、适合性及非重复性，课题组成员反复斟酌最终将条目确定为 39 条。

为了进一步澄清中国情境下创业型领导的内涵，以形成清晰的创业型领导结构维度，需要将 39 个条目进行归类 and 命名。根据 Farh 等^[36]的做法，将 39 个条目打印在 3 套卡片上，以供 1 名副教授和 2 名研究生进行相似性归纳和命名。3 名研究者的归纳结果具有较高程度的一致性。其中，分类完全相同的条目共有 25 条（占比 64.10%），两人分类不一致的条目共有 8 条（占比 20.51%），三人完全不一致的条目共有 6 条（占比 15.39%）。对于归类不一致的条目，3 名研究者采取协商的处理办法。根据最终的编码结果，课题组得到了创业型领导的 5 个核心范畴，分别是审势相机、因势而动、构建网络、激情感召、激发创新（见表 1）。

表 1 创业型领导 5 个核心范畴

核心范畴	典型特征描述
审势相机	具有大局观；洞察机会和危机；善于分析环境
因势而动	具有角色能动性；灵活决策，充分利用机会；设立阶段性目标
构建网络	善于利用人际交往手段；有效处理好与供应商、客户、政府部门等各种关系
激情感召	有较强的成功欲望；激发下属工作热情
激发创新	突破常规思维界限；鼓励下属工作创新；合理授权

考虑量表的简约性，我们需要对条目进行精简，即选取最具典型性、最能代表本土化创业型领导特质的条目作为初始量表。该过程主要由 1 名副教授、2 名研究生以及 2 名具有丰富实践经验的企业管理者共同讨论完成。最终，课题组共保留了 25 个题项作为本土化的创业型领导初始量表的题项，每个维度各有 5 个题项。

3. 理论编码

理论编码是将选择性编码中得到的核心范畴组织起来并构建理论。不断比较区分选择性编码得到的条目，并将核心范畴与创业型领导的国内外文献相对照，总结得到了中国情境下创业型领导的构思模型（如图 1）。中国情境下

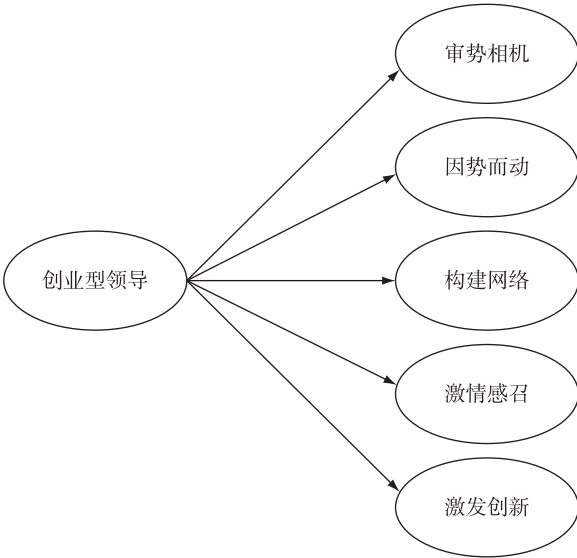


图 1 创业型领导的结构维度

创业型领导的 5 个构成维度分别为“审势相机”“因势而动”“构建网络”“激情感召”“激发创新”。鉴于此，中国情境下的创业型领导是指在多变的外部环境中能准确对形势作出分析，及时发现创业机会，并根据不断变化的形势作出决策，通过内外部网络扩张占据有利结构位置，鼓励员工创新并以自身的人格魅力感染员工，从而实现战略价值创造的领导模式。

（二）样本选取和数据收集

在初始量表的基础上，本研究共开展三次问卷调查工作，采集三组样本数据，以保证最终获得的中国情境下创业型领导测量量表具有较高的信度和效度。为减少称许性偏差，课题组将问卷同时发放给领导者与普通员工。在进行正式的问卷调查前，课题组先进行了预调研，共发放问卷 80 份，回收有效问卷 71 份，有效回收率为 73.75%，经过检验发现得到的指标都较为理想。

样本 1 的数据主要用于分析创业型领导初始量表的探索性因子和信度检验，题项采用 Likert 五点计分法。先后选择了常州、无锡、上海等地的企事业单位进行问卷调研，共发放问卷 200 份，收回有效问卷 116 份，有效问卷回收率为 58%。样本 2 用于分析中国情境下创业型领导的验证性因子，题项同样采用 Likert 五点计分法。先后选择了常州、上海等地的企事业单位进行问卷调研，共发放问卷 250 份，回收有效问卷 181 份，有效问卷回收率为 72.40%。样本 3 用于进行中国情境下创业型领导的效度检验。杨静等^[23]研究指出，女性创业型领导对员工的变革承诺具有显著的正向影响。Arshi 等^[37]研究发现创业型领导与企业的突破性创新有正相关关系。为了验证创业型领导量表的预测效度，课题组选择了员工变革承诺和企业的突破性创新作为预测变量。课题组使用 Herscovitch 等^[38]开发的量表（共 18 个题项，选取了其中 6 个题项，Cronbach's α 值为 0.955）作为员工变革承诺的测量工具，采用孙永凤等^[39]开发的量表（共 4 个题项，Cronbach's α 值为 0.943）作为突破性创新的测量工具。本次调查先后在苏州、常州、无锡等地展开，共发放问卷 230 份，回收有效问卷 142 份，有效问卷回收率为 61.74%。样本 1~3 基本信息见表 2。

表 2 样本基本信息统计 %

统计特征	基本信息	样本 1	样本	样本 3
性别	男	56.03	45.30	47.20
	女	43.97	54.70	52.80
年龄	30 岁以下	82.76	82.32	82.40
	30~40 岁	13.79	8.29	9.80
	40 岁以上	3.45	9.39	7.70
学历	大专及以下	16.38	13.26	10.60
	本科及以上	83.63	86.74	89.40
工作性质	业务销售类	18.10	12.71	14.80
	行政人事类	31.03	38.12	36.60
	生产制造类	3.45	7.18	6.30
	技术研发类	15.52	5.52	11.30
	其他类	31.90	36.46	31.00
职位级别	普通员工	59.48	64.64	64.10
	基层管理者	19.83	19.89	16.20
	中层管理者	12.07	11.60	12.70
	高层管理者	8.62	3.87	7.00

三、实证分析

（一）探索性因子分析

运用 SPSS22.0 对样本 1 进行 Bartlett 球形检验和 KMO 检验，结果表明，样本 1 的 KMO 值为 0.95，Bartlett 球形检验的 χ^2 为 3 242.61，特征值为 0.000，说明样本 1 适合做 EFA。采用主成分分析法，通过最大方差旋转提取特征根大于 1 的因素。剔除因子载荷低于 0.4 以及在多个因素上的因子载荷大于 0.35 的题项^[40]。将这些题项删除后，再次进行探索性因子分析，如此循环直至得到解释力较高的量表。最终提取了审势相机、因势而动、构建网络、激情感召和激发创新等 5 个因子，共计 17 个题项。方差解释率为 67.183%，与先前设想的维度基本吻合（见表 3）。

（二）信度检验

信度分析最常用的指标是 Cronbach's α ，当 Cronbach's α 大于统计分析一般所规定的 0.7 时，认为该量表具有较高的信度^[41]。运用 SPSS22.0 对样本 1 数据进行信度分析，结果显示创业型领导的审势相机、因势而动、构建网络、激情感召、激发创新等维度的 α 值分别为 0.888、0.916、0.900、0.893、0.943，均大于标准 0.7。删除其中任意一个题项后， α 值都有所降低，整个创业型领导量表的 α 值为 0.940，这说明了创业型领导量表具有较高的信度。

表 3 探索性因子分析结果（ $n = 116$ ）

测量题项	因子 1	因子 2	因子 3	因子 4	因子 5
Q ₁ 他/她善于在行业竞争中洞察潜在机会和经营危机	0.530				
Q ₂ 他/她常常从整体视角来思考问题	0.586				
Q ₃ 他/她能通过多种渠道进行信息收集	0.788				
Q ₂₁ 他/她能为了适应企业需求改变自己的角色定位		0.534			
Q ₂₂ 他/她能按企业内部环境变化改变人力资源配置		0.707			
Q ₂₃ 他/她能充分利用资源进行机会开发		0.711			
Q ₆ 他/她能与供应商、客户建立和保持良好的商业关系			0.581		
Q ₇ 他/她能与政府部门建立良好的公共关系			0.784		
Q ₈ 他/她能与同行业竞争者建立良好的竞争合作关系			0.621		
Q ₁₆ 他/她对成功有着较为强烈的渴望				0.764	
Q ₁₉ 他/她对工作充满热情				0.782	
Q ₂₀ 他/她对公司的未来充满希望				0.703	
Q ₁₁ 他/她会鼓励下属在工作方法上进行创新					0.796
Q ₁₂ 他/她会鼓励下属从多角度思考问题					0.789
Q ₁₃ 他/她会简化工作流程来释放下属的创造力					0.770
Q ₁₄ 他/她不会苛责因尝试创新而失败的下属					0.762
Q ₁₅ 他/她在处理问题时思想开放					0.716

（三）验证性因子分析

运用探索性因子分析法对中国情境下创业型领导量表的结构进行了初步的验证，但检验结果不能完全保证量表的准确性^[42]。由于探索性因子分析与验证性因子分析的数据不能相同，我们使用样本 2 来进行验证性因子分析。运用 Lisrel8.51 对量表进行验证性因子分析可知，量表各题项的因

子载荷均高于标准值 0.5，各类拟合指标也均达到理想标准 ($\chi^2/df=2.109$, $RMSEA=0.078$, $CFI=0.961$, $NFI=0.929$, $NNFI=0.951$, $GFI=0.869$)，创业型领导的整体结构如图 2 所示。

考虑创业型领导的结构维度之间可能存在相互融合的情况，我们在将一阶五因子模型设为基准模型 (M_0) 的基础上，设立了 6 个竞争模型。其中，审势相机和因势而动合并为一个维度，形成一阶四因子模型 (M_1)；构建网络和因势而动合并为一个维度，形成一阶四因子模型 (M_2)；激情感召和激发创新合并为一个维度，形成一阶四因子模型 (M_3)；审势相机、因势而动和构建网络合并为一个维度，形成一阶三因子模型 (M_4)；审势相机、因势而动和构建网络合并为一个维度，激情感召和激发创新合并为一个维度，形成一阶二因子模型 (M_5)；最后将审势相机、因势而动、构建网络、激情感召、激发创新都合并为一个维度，形成一阶单因子模型 (M_6)。通过 Lisrel8.51 进行验证性因子分析，选取 χ^2 、 df 、 $RMSEA$ 等相关指标进行判别。相比其他 6 个竞争模型，基准模型 M_0 的各项指标数都是最优的，因此五维度的模型是最优模型 (见表 4)。

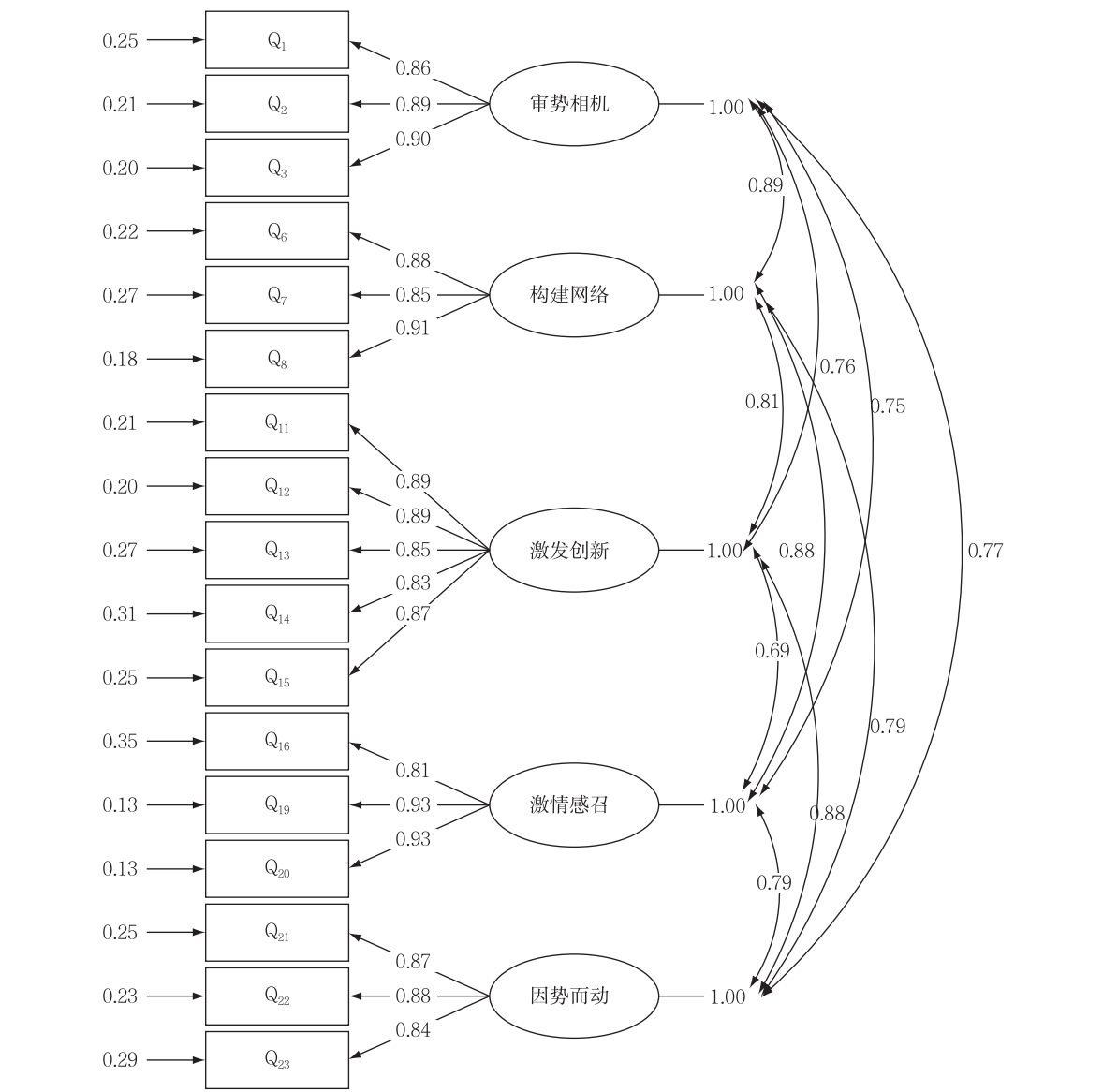


图 2 验证性因子分析结果 ($n=181$)

表 4 竞争模型拟合情况比较 (n = 181)

模型	df	χ^2	χ^2/df	RMSEA	NFI	NNFI	CFI	IFI	GFI
M ₀	109	229.84	2.109	0.078	0.929	0.951	0.961	0.961	0.869
M ₁	113	471.12	4.169	0.133	0.883	0.897	0.914	0.915	0.765
M ₂	113	417.38	3.694	0.122	0.891	0.906	0.922	0.913	0.786
M ₃	113	644.47	5.703	0.162	0.841	0.844	0.870	0.871	0.704
M ₄	116	514.43	4.435	0.138	0.869	0.884	0.901	0.901	0.748
M ₅	118	914.18	7.747	0.194	0.781	0.781	0.810	0.811	0.626
M ₆	119	1 039.98	8.739	0.207	0.762	0.760	0.790	0.791	0.595

为了验证审势相机、因势而动等 5 个维度是否从属于一个更高阶的因子，课题组开展了二阶因子分析。先将各对应题项设置为一阶因子，后将各一阶因子共同设为二阶因子。运用 Mplus7.0 进行二阶因子分析，结果显示， $\chi^2/df = 2.396$ ， $RMSEA = 0.088$ ， $CFI = 0.949$ ， $TLI = 0.939$ ， $SRMR = 0.046$ ，整个模型的各项指标均高于标准值。由此可知，审势相机、因势而动、构建网络、激情感召、激发创新等维度均从属于创业型领导的概念。

（四）效度检验

量表的效度主要包括内容效度、结构效度（收敛效度和区分效度）以及预测效度。课题组采用样本 3 的数据来检验量表的效度。

课题组邀请两位具有多年工作经验的企业管理者对创业型领导量表的题项进行评价。两位企业管理者主要依据自身的理论知识和工作经验来判断题项的语句表达是否清晰、含义是否单一等，并判断语句能否体现创业型领导的本质。课题组编制的量表具有较高的内容效度。

运用 Lisrel8.51 统计工具对样本 3 进行处理，结果发现，创业型领导量表各题项的因子载荷均大于标准值 0.5，达到了显著性水平，且 5 个维度的 AVE 值分别为 0.735、0.763、0.751、0.787、0.740，大于标准值 0.45^[43]，说明量表具有较好的收敛效度。

计算创业型领导 5 维度的相关系数，将相关系数与各维度的 AVE 平方根值进行比较。创业型领导各维度的 AVE 平方根值大于各维度相关系数（见表 5），这说明量表具有较好的区分效度。

表 5 创业型领导各维度相关系数及 AVE 平方根值 (n = 142)

维度	审势相机	因势而动	构建网络	激情感召	激发创新
审势相机	(0.857)				
因势而动	0.697 ¹⁾	(0.873)			
构建网络	0.800 ¹⁾	0.678 ¹⁾	(0.867)		
激情感召	0.659 ¹⁾	0.695 ²⁾	0.663 ¹⁾	(0.887)	
激发创新	0.743 ¹⁾	0.789 ²⁾	0.742 ¹⁾	0.584 ¹⁾	(0.860)

注：¹⁾表示通过 1%水平下的显著性检验，对角线括号中为创业型领导各维度的 AVE 平方根值。

课题组基于样本 3 的数据，将员工的性别、年龄、学历、职级等作为控制变量，探究创业型

领导对员工变革承诺和企业突破性创新的影响。Harman 单因素检验结果表明，单因子模型的各项拟合指数均不理想 ($\chi^2/df=5.294$, $RMSEA=0.175$, $GFI=0.526$, $AGFI=0.447$, $PNFI=0.834$)，这说明本研究并不存在严重的同源偏差问题。分析各变量相关系数发现，创业型领导与变革承诺 ($r=0.657$, $p<0.01$)、突破性创新 ($r=0.719$, $p<0.01$) 都呈现出显著的正相关关系，这为预测效度提供了初步支持。在 SPSS22.0 软件中运用层级回归法，分别将员工变革承诺和突破性创新对创业型领导进行回归。回归结果表明，创业型领导对员工变革承诺有显著的正向影响，创业型领导与突破性创新有显著的正向相关关系，具体结果见表 6。这个结论与杨静等^[23]、Arshi 等^[37]的研究结论一致，表明了量表具有较好的预测效度。

表 6 创业型领导的预测效度检验 ($n=142$)

变量	员工变革承诺		突破性创新	
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4
性别	0.045	0.042	-0.046	-0.049
年龄	-0.101	-0.022	-0.072	0.015
学历	0.105	0.078	0.069	0.039
职级	0.144	0.012	0.128	-0.018
创业型领导		0.650 ¹⁾		0.720 ¹⁾
R^2	0.032	0.440	0.021	0.521
ΔR^2		0.408 ¹⁾		0.500 ¹⁾
F 值	1.136	21.382 ¹⁾	0.735	29.631 ¹⁾

注：¹⁾表示通过 1%水平下的显著性检验。

四、结论与启示

在梳理与评述国内外创业型领导研究成果的基础上，运用扎根理论技术，对中国本土化情境下创业型领导的结构维度进行了探索，构建了创业型领导的本土化概念模型，明确了中国情境下创业型领导包含的 5 个维度分别为审势相机、因势而动、构建网络、激情感召和激发创新；编制了中国情境下创业型领导的测量量表，并运用探索性因子分析（EFA）、验证性因子分析（CFA）及信效度检验等方法检验量表，最终得到包含 17 个题项的本土化创业型领导行为量表。

（一）中国情境下的创业型领导结构测度

1. 审势相机

审势相机指领导者具有大局观，能及时洞察经营机会和危机，从多渠道收集信息，善于分析形势环境，对未来有正确预测。Gupta 等^[3]提出的“构建挑战”、Hejazi 等^[4]提出的“战略因素”及杨静等^[23]提及的“变革心智”均强调了洞察环境变化、准确分析形势以预测机遇与威胁这一创业型特征。中国情境下的“审势相机”不仅包含上述内容，还包括领导者在思考问题时要具有大局观、整体观，注重“势”的影响。“不谋全局者不能谋一域”。中国传统哲学崇尚整体论观点，提倡综合、多方面、全局性地思考问题^[41]。由此，审势相机是中国创业型领导内涵中不可缺少的部分。

2. 因势而动

因势而动指领导者具有角色能动性,可根据情况变化制定目标、灵活决策,善于发现机会并充分利用机会。现有测量量表都没有提及“因势而动”这一维度,该维度是中国本土情境下创业型领导的一个独特特征,体现了创业型领导对“势”的把握和利用,着重描述了领导者善于审时度势,懂得变通与取舍,时刻保持当机立断的行为倾向^[44]。这一维度正如古语中提到“君子谋时而动,顺势而为”,它与“能按企业内部环境变化改变人力资源配置”等题项一脉相承。因此,“因势而动”能作为中国情境下创业型领导的关键维度,且具有鲜明的本土化特色。

3. 构建网络

构建网络指领导者善于利用人际交往手段和客户、供应商、政府部门、合作者保持良好关系。该维度与先前多数学者提出的“整合关系”“路径清晰”等维度具有较高的重叠性,凸显了创业型领导构建互利共赢的商业生态网络的必要性^[23]。创业型领导基于自身人际沟通能力,积极与外部行动者对接,构建优良的商业网络关系来拓宽外部资源渠道,进而整合有效信息与资源,进行大量共享活动行为并实现创业活动平稳开展。鉴于此,在评估创业型领导时,构建网络势必成为一个不容忽视的核心要素。

4. 激情感召

激情感召指领导者自身拥有的成功渴望、工作热情、宏大愿景,并对下属工作产生激励作用。这一维度与 Gupta 等^[3]研究中的“建立承诺”、Hejazi 等^[4]研究中的“激励因素”内涵基本一致,都说明创业型领导能通过构建愿景促使下属对其产生信任,激发员工潜力。中国情境下的“激情感召”还包含了领导要通过与员工的沟通互动来向员工传达自己的想法,激发员工的工作热情。领导与员工间的有效沟通互动不仅能减少或化解矛盾冲突,还能引导下属形成诸如敢于承担挑战性工作、积极追求高标准业绩等价值导向^[45]。

5. 激发创新

激发创新指领导者突破常规思维界限,鼓励员工尝试多种工作方法,以多角度思考问题,合理授权以激发创造力。该维度与“阐明约束”“培育创新”等维度相对应^[3,23],与西方学者对创业型领导的剖析在内容上高度一致。实际上,创业型领导的影响动机在于鼓励下属思考并提出新构想,促使下属尝试新兴的工作方式,通过营造组织创新氛围来应对纷繁复杂的外部环境,提升组织竞争力,最终实现组织的可持续发展^[9]。

(二) 理论贡献与启示

首先,基于中国本土文化,利用扎根理论进行了创业型领导结构维度的质化研究,深化了对本土化创业型领导的内涵认识;提炼出了审势相机、因势而动、构建网络、激情感召和激发创新等5个核心范畴,为之后创业型领导量表的开发打下了坚实的基础。其次,发现了中国情境下创业型领导的结构维度与西方创业型领导结构维度存在差别。本土化创业型领导的5个维度不仅比西方学者提出的某些维度具有更广泛的外延,而且包含了西方学者所没有涉及的维度。这些维度与中国传统文化内涵高度一致,体现了鲜明的本土化色彩。最后,开发出了中国情境下创业型领导测量量表,这正是对王弘钰等^[9]所提出建议的有力呼应,也为后续的本土化创业型领导实证研究提供了有力的测量工具。

研究结论对组织管理实践也具有重要的启示意义。首先,组织应当充分重视“领导者识别、

抓住和利用创业机会的协调和平衡能力”。在招聘选拔过程中, 组织不仅要考察领导者的基本技能和素质, 还可以制定有针对性的甄选流程, 识别具有这种能力的领导者。其次, 组织可以通过团队建设、情景模拟等手段培养领导者洞察机会和战略思考的能力, 使其在不确定性的环境中有效应对各种困境。最后, 组织可以将创业型领导行为纳入管理者考核的内容之中。通过实现设定、执行、检查及实施修正的循环过程, 不断加强对领导者创业精神的开发, 激励其实施更多创业活动来提升企业竞争力。

(三) 研究不足与未来展望

第一, 研究所采用的质化研究方法为扎根理论分析, 这使得编码结果可能受编码者的主观意识所影响, 从而降低编码的准确性。未来研究可考虑运用质性分析软件进行更为严谨的编码分析。第二, 研究的样本数据属于横截面数据, 且由同一被试者进行填答, 容易存在同源方法偏差。今后的研究可采用纵向研究设计, 以降低同源方法偏差。第三, 分别选取了员工层面的变量和企业层面的变量作为预测变量, 没有考虑可能存在的跨层影响, 未来的研究应尽可能运用跨层次分析法探讨创业型领导的多水平影响机制。

参考文献:

- [1] 陈奎庆, 李刚. 创业型领导研究回顾与展望 [J]. 常州大学学报 (社会科学版), 2016, 17 (4): 26-31.
- [2] 杨静, 王重鸣. 基于多水平视角的女性创业型领导对员工个体主动性的影响过程机制: LMX 的中介作用 [J]. 经济与管理评论, 2016, 32 (1): 63-71.
- [3] GUPTA V, MACMILLAN I C, SURIE G. Entrepreneurial leadership: developing and measuring a cross-cultural construct [J]. Journal of business venturing, 2004, 19 (2): 241-260.
- [4] HEJAZI S A M, MALEKI M M, NAEIJI M J. Designing a scale for measuring entrepreneurial leadership in SMEs [J]. International conference on economics marketing and management, 2012, 28: 71-77.
- [5] CHEN M H. Entrepreneurial leadership and new ventures: creativity in entrepreneurial teams [J]. Creativity & innovation management, 2007, 16 (3): 239-249.
- [6] OTHUMARY M O. Impact of entrepreneurial leadership style on business performance of SMEs in Tanzania [J]. Journal of entrepreneurship & organization management, 2015, 4 (2): 1-9.
- [7] MOKHBER M, WANISMAIL W K W, VAKILBASHI A, et al. Towards understanding the influence of entrepreneurial leadership on organization demand for innovation [J]. Advanced science letters, 2015, 21 (5): 1481-1484.
- [8] HUANG S L, DING D H, CHEN Z. Entrepreneurial leadership and performance in Chinese new ventures: a moderated mediation model of exploratory innovation, exploitative innovation and environmental dynamism [J]. Creativity & innovation management, 2014, 23 (4): 453-471.
- [9] 王弘钰, 刘伯龙. 创业型领导研究述评与展望 [J]. 外国经济与管理, 2018, 40 (4): 84-95.
- [10] HOFSTEDE G, BOND M H. Hofstede's culture dimensions [J]. Journal of cross-cultural psychology, 1984, 15 (4): 417-433.
- [11] LIPPITT G L. Entrepreneurial leadership: a performing art [J]. The journal of creative behavior, 1987, 21 (3): 264-270.
- [12] KURATKO D F. Entrepreneurial leadership in the 21st century: guest editor's perspective [J]. Journal of leadership & organizational studies, 2007, 13 (4): 1-11.
- [13] SHANE S, VENKATARAMAN S. The promise of entrepreneurship as a field of research [J]. Academy of management review, 2000, 25 (1): 217-226.
- [14] HARRISON R, LEITCH C, MCADAM M. Breaking glass: toward a gendered analysis of entrepreneurial leadership [J]. Journal of small business management, 2015, 53 (3): 693-713.

- [15] 文晓立, 陈春花. 过程导向的创业型领导研究述评与展望 [J]. 领导科学, 2018 (29): 25-28.
- [16] IRELAND R D, HITT M A. Achieving and maintaining strategic competitiveness in the 21st century: the role of strategic leadership [J]. Academy of management perspective, 1999, 13 (1): 43-57.
- [17] ROWE W G. Creating wealth in organizations: the role of strategic leadership [J]. The academy of management perspective, 2001, 15 (1): 81-94.
- [18] 黄超. 创业型领导情境因素的内涵与作用机理 [J]. 领导科学, 2018 (14): 51-53.
- [19] RENKO M, EL TARABISHY A, CARSRUD A L, et al. Understanding and measuring entrepreneurial leadership style [J]. Journal of small business management, 2015, 53 (1): 54-74.
- [20] 李恒, 李玉章, 陈昊, 等. 创业型领导对员工组织承诺和工作满意度的影响——考虑情绪智力的中介作用 [J]. 技术经济, 2014, 33 (1): 66-74.
- [21] LASPITA S, BREUGST N, HEBLICH S, et al. Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions [J]. Journal of business venturing, 2012, 27 (4): 414-435.
- [22] 陈文沛. 创业型领导影响员工创新行为多重中介效应的比较 [J]. 技术经济, 2015, 34 (10): 29-33.
- [23] 杨静, 王重鸣. 女性创业型领导: 多维度结构与多水平影响效应 [J]. 管理世界, 2013 (9): 102-118.
- [24] KORYAK O, MOLE K F, LOCKETT A, et al. Entrepreneurial leadership, capabilities and firm growth [J]. International small business journal, 2015, 33 (1): 89-105.
- [25] DEVARAJAN T P, RAMACHANDRAN K. Entrepreneurial leadership and thriving innovation activity [J]. Journal of business venturing, 2015, 9 (12): 1190-1200.
- [26] 张翔, 丁栋虹. 创业型领导对新创企业绩效影响的中介机制研究——组织学习能力与战略柔性的多重中介效应分析 [J]. 江汉学术, 2016, 35 (5): 14-22.
- [27] 王重鸣, 阳浙江. 创业型领导理论研究及发展趋势 [J]. 心理科学, 2006, 29 (4): 774-777.
- [28] 陈艳虹, 张莉, 陈龙. 中国文化背景下谦逊型领导的结构和测量 [J]. 管理科学, 2017, 30 (3): 14-22.
- [29] SIDDIQI, SAIF. An empirical study of traits determining entrepreneurial leadership: an educational perspective [J]. Skyline business journal, 2007, 4 (1): 37-44.
- [30] 蔡光荣, 唐宁玉. 创业领导关键维度的探索性研究 [J]. 华东交通大学学报, 2006, 23 (6): 39-43.
- [31] 刘追, 陈艳. 国外创业型领导测量研究回顾及展望 [J]. 科技进步与对策, 2015, 32 (10): 155-160.
- [32] CHURCHILL G A. A paradigm for developing better measures of marketing constructs [J]. Journal of marketing research, 1979, 16 (1): 64-73.
- [33] 陈晓萍, 徐淑英, 樊景立. 组织与管理研究的实证方法 [M]. 2版. 北京: 北京大学出版社, 2012.
- [34] GLASER B G. Theoretical sensitivity: advances in the methodology of grounded theory [M]. Mill Valley: Sociology Press, 1978.
- [35] 姜定宇, 郑伯坝, 任金刚, 等. 组织忠诚: 本土化的建构与测量 [J]. 本土心理学研究, 2003, 19 (6): 273-337.
- [36] FARH J L, ZHONG C B, ORGAN D W. Organizational citizenship behavior in the people's republic of China [J]. Organization science, 2004, 15 (2): 241-253.
- [37] ARSHI T A, VISWANATH S. Entrepreneurial leadership and innovation: an empirical study on organizational leadership characteristics and entrepreneurial innovation intensity [J]. American journal of social issues & humanities, 2013, 3 (5): 234-243.
- [38] HERSCOVITCH L, MEYER J P. Commitment to organizational change: extension of a three-component model [J]. Journal of applied psychology, 2002, 87 (3): 474-487.
- [39] 孙永风, 李垣, 廖貅武. 基于不同战略导向的创新选择与控制方式研究 [J]. 管理工程学报, 2007, 21 (4): 24-30.
- [40] BRYMAN A, CRAMER D. Quantitative data analysis with SPSS release 10 for windows: a guide for social scientists [J]. Canadian journal of sociology, 1999, 21 (3): 397-400.
- [41] NUNNALLY J. Psychometric methods [M]. New York: McGraw-Hill, 1978.
- [42] 张浩. 管理科学研究模型与方法 [M]. 北京: 清华大学出版社, 2016: 59-71.

- [43] HAIR J F, BLACK W C, BABIN B J, et al. Multivariate data analysis: a global perspective [M]. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2009.
- [44] 林海芬, 苏敬勤. 中国企业管理情境的形成根源、构成及内化机理 [J]. 管理学报, 2017, 14 (2): 159-167.
- [45] 刘追, 王玉, 陈艳. 中小企业创业领导力的结构维度及测量 [J]. 领导科学, 2016 (8): 57-61.

The Structure and Measurement of Entrepreneurial Leadership in Chinese Context

Chen Kuiqing, Ma Yue, Zhu Qingwen

Abstract: The frequent occurrence of entrepreneurial activities has aroused the growing interest in the concept of “entrepreneurial leadership”. On the basis of combing the development process of entrepreneurial leadership theory and by the use of qualitative research method in grounded theory, it explores the distinctive connotation of entrepreneurial leadership in Chinese context and develops the measurement scale of entrepreneurial leadership. Entrepreneurial leadership in Chinese context includes five dimensions, namely, situational consideration, flexible decision-making, business network construction, inspirational motivation and innovative stimulation in which flexible decision-making reflects the localized characteristics of entrepreneurial leadership in Chinese context. Based on the conceptual structure mode, the entrepreneurial leadership scale is developed. The empirical study demonstrates that all indexes in the scale meet the required standard and show high-level reliability and validity.

Keywords: entrepreneurial leadership; Chinese context; scale development

(收稿日期: 2019-01-06; 责任编辑: 沈秀)