

学校编码: 10384  
学号: 17620141151214

分类号\_\_\_\_密级\_\_\_\_  
UDC\_\_\_\_

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

高管团队注意力对企业创新行为的影响  
——管理自由度的调节作用

The Influence of Top Management Team Attention on Firm  
Innovation Behavior: The Moderating Effects of Managerial  
Discretion

林亚楠

指导教师姓名: 刘雪锋教授  
专业名称: 企业管理  
论文提交日期: 2017年4月  
论文答辩时间: 2017年5月  
学位授予日期:

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_  
评 阅 人: \_\_\_\_\_

2017年4月

## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为( )课题(组)的研究成果，获得( )课题(组)经费或实验室的资助，在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。)

声明人(签名): 林亚楠

2017年5月22日

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

- (        ) 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于     年   月   日解密，解密后适用上述授权。
- (        ) 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：林亚楠

2017 年 5 月 22 日

## 摘要

在快速变化和竞争激烈的全球市场环境中,创新已经成为企业赖以生存和发展的基石,学术领域中的研究者和企业实践中的管理者也早已将创新视为企业竞争优势的核心来源。作为企业战略决策及行为的制定者,高管团队对企业创新具有重要影响,特别是高管团队的心理及认知特质是支持其做出创新决策并最终影响企业创新行为的思想指引。管理认知的主导过程模型强调了注意力在个体认知对企业决策及行为影响中的关键作用,引起学者们开始关注管理者注意力与企业创新之间的关系。

本文基于高层梯队理论,引入战略管理中时间和空间的概念,研究高管团队注意力对企业创新行为的影响机制,并着重考虑情境因素在其中发挥的独特作用,采用管理自由度作为调节变量,揭示高管团队注意力在特定边界条件下如何影响企业的创新行为。

本文筛选了 228 家中国大陆沪深两市主板市场上创新水平较高的企业作为研究样本,采用自动文本分析方法获取数据,对样本数据进行了相关性分析和多元回归分析,以检验所提出的假设,得出以下研究结论:(1) 高管团队过去注意力和内部注意力对企业创新行为产生负向影响,高管团队现在注意力、未来注意力和外部注意力对企业创新行为产生正向影响;(2) 企业年龄负向调节高管团队现在注意力与企业创新行为、未来注意力与企业创新行为、内部注意力与企业创新行为和外部注意力与企业创新行为之间的关系;(3) 企业规模负向调节高管团队现在注意力与企业创新行为、内部注意力与企业创新行为和外部注意力与企业创新行为之间的关系;(4) 企业所有制负向调节高管团队现在注意力与企业创新行为、未来注意力与企业创新行为和内部注意力与企业创新行为之间的关系。

**关键词:** 高管团队注意力, 企业创新行为, 管理自由度

## Abstract

In the rapidly changing and highly competitive global market environment, innovation has become the bedrock of the firms' survival and development, and the researchers in academia and managers in firms have also regarded innovation as a critical source of competitive advantages. The top management team, as the maker of firms' strategic decisions and behaviors, has an essential impact on firm innovation. In particular, the psychological and cognitive characteristics of top management team are mental guidelines to make innovation decisions and ultimately affect the firm innovation behavior. The dominant process model of managerial cognition emphasizes the importance of managerial attention for decisions and behaviors of firms and scholars have started to pay attention to the relationship between managerial attention and firm innovation.

Based on the upper echelons theory, this paper introduces the concepts of time and space in strategic management to study the influence mechanism of top management team attention on firm innovation behavior. In addition, we focus on the unique effect of situational factors and choose managerial discretion as a moderator to reveal that how top management team attention exerts an influence on firm innovation behavior under certain boundary conditions.

This paper selects 228 innovative firms in main-board markets in Shanghai Stock Exchange and Shenzhen Stock Exchange in China, uses automatic text analysis method to obtain the data and carries out correlation analysis and multiple regression analysis to test the hypotheses. We reach the following conclusions: (1) both the past attention and internal attention of top management team make a negative impact on firm innovation behavior, and all the present attention, future attention and external attention of top management team make a positive impact on firm innovation behavior; (2) the firm age negatively moderates the relationship between present attention of top management team and firm innovation behavior, the relationship between future attention of top management team and firm innovation behavior, the relationship between internal attention of top management team and firm innovation

behavior, as well as the relationship between external attention of top management team and firm innovation behavior; (3) the firm size negatively moderates the relationship between present attention of top management team and firm innovation behavior, the relationship between internal attention of top management team and firm innovation behavior, as well as the relationship between external attention of top management team and firm innovation behavior; (4) the ownership of firm negatively moderates the relationship between present attention of top management team and firm innovation behavior, the relationship between future attention of top management team and firm innovation behavior, as well as the relationship between internal attention of top management team and firm innovation behavior.

**Keywords:** Top Management Team Attention; Firm Innovation Behavior;  
Managerial Discretion

# 目 录

<b>1 绪论</b> .....	<b>1</b>
1.1 研究背景及问题提出 .....	1
1.2 研究目的和意义 .....	4
1.3 相关概念定义 .....	6
1.4 研究方法 .....	7
1.5 研究框架 .....	7
<b>2 相关理论和研究回顾</b> .....	<b>9</b>
2.1 高层梯队理论 .....	9
2.2 企业注意力基础观理论 .....	10
2.2.1 注意力的起源及发展.....	10
2.2.2 企业注意力基础观.....	11
2.3 高管团队注意力与企业创新 .....	12
2.3.1 高管团队注意力的定义及维度.....	12
2.3.2 高管团队注意力的研究现状.....	13
2.3.3 企业创新.....	15
2.3.4 高管团队注意力与企业创新.....	16
2.4 管理自由度 .....	19
2.4.1 管理自由度的发展及定义.....	19
2.4.2 管理自由度的衡量因素.....	20
2.4.3 管理自由度的调节作用.....	22
2.5 现有研究评述 .....	22
<b>3 研究假设及模型</b> .....	<b>24</b>
3.1 研究假设 .....	24
3.1.1 高管团队注意力与企业创新行为.....	24
3.1.2 管理自由度的调节作用.....	29
3.2 研究模型 .....	32
<b>4 实证分析</b> .....	<b>33</b>

4.1 样本选择及数据收集 .....	33
4.2 变量测度 .....	34
4.2.1 被解释变量.....	34
4.2.2 解释变量.....	35
4.2.3 调节变量.....	38
4.2.4 控制变量.....	38
4.3 描述性统计分析 .....	39
4.4 相关性分析 .....	40
4.5 回归分析 .....	42
4.5.1 高管团队注意力对企业创新行为的影响.....	42
4.5.2 管理自由度的调节作用.....	44
5 讨论及结论 .....	53
5.1 研究结果及讨论 .....	53
5.1.1 高管团队注意力对企业创新行为的影响.....	55
5.1.2 管理自由度的调节作用.....	56
5.2 管理建议 .....	57
5.3 研究贡献 .....	58
5.4 研究的不足与展望 .....	59
参考文献 .....	61
致 谢.....	74
在学期间的研究成果及发表的学术论文 .....	75



# Contents

<b>1 Introduction</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Research Background and Issues</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Research Purpose and Significance</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3 Related Concepts Definition</b> .....	<b>6</b>
<b>1.4 Research Method</b> .....	<b>7</b>
<b>1.5 Research Framework</b> .....	<b>7</b>
<b>2 Literatures Review</b> .....	<b>9</b>
<b>2.1 Upper Echelons Theory</b> .....	<b>9</b>
<b>2.2 Attention-based View of the Firm</b> .....	<b>10</b>
2.2.1 The Origin and Development of Attention .....	10
2.2.2 Attention-based View of the Firm.....	11
<b>2.3 Top Management Team Attention and Firm Innovation</b> .....	<b>12</b>
2.3.1 The Definition and Dimensions of Top Management Team Attention .	12
2.3.2 The Research Status of Top Management Team Attention .....	13
2.3.3 Firm Innovation .....	15
2.3.4 Top Management Team Attention and Firm Innovation .....	16
<b>2.4 Managerial Discretion</b> .....	<b>19</b>
2.4.1 The Development and Definition of Managerial Discretion .....	19
2.4.2 The Weighting Factors of Managerial Discretion.....	20
2.5.3 The Moderating Effects of Managerial Discretion .....	22
<b>2.5 The Review of Research Status</b> .....	<b>22</b>
<b>3 Research Hypothesis and Model</b> .....	<b>24</b>
<b>3.1 Research Hypothesis</b> .....	<b>24</b>
3.1.1 Top Management Team Attention and Firm Innovation Behavior .....	24
3.1.2 The Moderating Effects of Managerial Discretion .....	29
<b>3.2 Research Model</b> .....	<b>32</b>
<b>4 Empirical Analysis</b> .....	<b>33</b>

<b>4.1 Sample Selection and Data Collection</b> .....	<b>33</b>
<b>4.2 Variables Measurement</b> .....	<b>34</b>
4.2.1 Dependent Variable .....	34
4.2.2 Independent Variable .....	35
4.2.3 Moderating Variable.....	38
4.2.4 Control Variable .....	38
<b>4.3 Descriptive Statistics Analysis</b> .....	<b>39</b>
<b>4.4 Correlation Analysis</b> .....	<b>40</b>
<b>4.5 Regression analysis</b> .....	<b>42</b>
4.5.1 Top Management Team Attention and Firm Innovation Behavior .....	42
4.5.2 The Moderating Effects of Managerial Discretion .....	44
<b>5 Discussion and Conclusion</b> .....	<b>53</b>
<b>5.1 Research Results and Discussion</b> .....	<b>53</b>
5.1.1 Top Management Team Attention and Firm Innovation Behavior .....	55
5.1.2 The Moderating Effects of Managerial Discretion .....	56
<b>5.2 Management Suggestions</b> .....	<b>57</b>
<b>5.3 Research Contribution</b> .....	<b>58</b>
<b>5.4 Limitation and Future Study</b> .....	<b>59</b>
<b>References</b> .....	<b>61</b>
<b>Acknowledgements</b> .....	<b>74</b>
<b>Scientific Research Achievements</b> .....	<b>75</b>

# 1 绪论

## 1.1 研究背景及问题提出

在日益变化的竞争环境中,创新是企业应对技术或市场挑战的重要方式<sup>[1][2]</sup>,是影响企业生存发展和卓越绩效的一个关键因素<sup>[3]</sup>。持续进行创新的企业能够战胜主要的竞争对手进而获得更好的位置<sup>[4]</sup>。所以,企业的创新行为被认为是能够影响企业竞争优势的战略活动<sup>[5][6]</sup>。

为了在全球市场上赢得竞争优势、提升竞争地位,从而获得长久生存和发展的机会,企业必须持续制定和实施创新行为<sup>[7][8]</sup>。当创新被视为是企业竞争优势的关键来源之一时,它代表了一种战略变革<sup>[9]</sup>,并且成为企业战略的一部分<sup>[10]</sup>。高层梯队理论指出,高管团队为企业的创新变革、组织绩效和战略决策及行为的制定和实施提供动力<sup>[11]</sup>。企业高管团队负责制定企业的关键战略决策及行为<sup>[12][13]</sup>,特别是,高管团队直接参与有关企业创新的战略决策及行为之中<sup>[14][15]</sup>。因此,高管团队和企业创新之间的关系既是实践中企业管理者所关注的热点话题,也成为国内外学者研究的重要领域。

创新事关企业的生存和发展,而高管团队对企业创新决策及行为的制定和实施具有举足轻重的影响。在企业实践中,高层管理者身处复杂多变的经营环境之中,面对“爆炸式”增长的信息和庞杂繁琐的事务,他们必须集中精力,处理最为重要且紧迫的信息和事务。尤其在制定和实施有关企业创新的决策及行为方面,高管团队必须清晰洞察企业的发展轨迹,敏锐而谨慎地在企业内外部环境中获取信息,从而为制定和实施企业创新决策及行为提供思想指引和智力支持。

根据 Hambrick 和 Mason (1984) 提出的高层梯队理论,企业是其高层管理者集合体的反映,“企业的产出——战略和效益被认为是企业中高层权力者价值观和认知基础的反映”<sup>[11]</sup>。企业的高层管理者解释与战略决策制定相关的议题,并且拥有必要的权力以实施源于这些解释的选择。Hambrick (2007) 指出,关注高层管理团队比习惯性只关注个体高层管理者(如 CEO)能够更好地解释企业行为及结果<sup>[16]</sup>。企业领导是一个共享的活动,高管团队整体的认知、能力和互动成为企业战略决策及行为的一部分。高层梯队理论的核心观点是高管团队的客

观特征和心理及认知特质会对企业的战略决策及行为产生重要影响,进而决定企业绩效<sup>[11]</sup>。

高层梯队理论的提出和不断发展,为学者们研究高管团队与企业决策及行为之间的关系提供了理论基础和研究框架。由于高管团队的心理及认知特质难以清楚、准确地观察、描述和测量,研究者通常使用高管团队的人口统计学特征等客观指标作为其心理及认知特质的代理变量<sup>[11][17][18]</sup>。然而,这种方法引来争议,有学者强调个体的客观属性并不能代表其心理及认知特质,这种变量测量方式忽略了复杂但重要的心理及认知问题,得出的研究结果是不准确且缺乏说服力的<sup>[19][20]</sup>。Hambrick (2007) 在随后对高层梯队理论进行回顾和更新时指出,高管团队的人口统计学特征是其客观属性,用来测量高管团队心理及认知特质是不全面和不精确的<sup>[16]</sup>,并不能真正解释高管团队对企业战略决策及行为产生影响的真实心理学和社会学过程<sup>[21]</sup>。

除了已经被学术界广泛研究和讨论的人口统计学特征等客观属性外,影响企业创新的高管团队的心理及认知因素是什么?这些因素又是如何产生影响作用的?Ocasio (1997) 提出的企业注意力基础观为我们探讨这一问题提供了全新的理论视角和研究框架。

企业注意力基础观的中心论点是,企业的行为是企业如何引导和配置其决策制定者注意力的结果。该论点基于 3 条相互关联的原则:第一,注意力焦点原则,企业决策制定者的所作所为取决于他们集中注意力于哪些议题和答案;第二,情境化注意力原则,企业决策制定者所关注的议题和答案以及他们的所作所为取决于他们身处的特定环境或情境;第三,注意力结构化配置原则,企业决策制定者所身处的特定环境或情境以及他们如何关注该环境或情境,取决于企业的规则、资源和社会关系如何管理议题、答案、特定活动中的决策制定者、沟通和程序的配置和调控<sup>[22]</sup>。企业的战略决策及行为是其高层决策制定者——高管团队注意力的产物<sup>[23]</sup>。因为高管团队成员处理信息的能力有限,他们只能聚焦注意力于某些特定的方面,所以企业的决策及行为受高管团队注意力所聚焦的信息和议题的影响<sup>[24]</sup>。

关于高管团队注意力与企业决策、行为及结果关系的研究始于 20 世纪末,经过近 20 年的发展,国内外学者已经开展了一些前范式的研究,并取得了一定

的成果。其中，几位学者对高管团队注意力与企业创新之间的关系进行了研究。Yadav 等学者（2007）从注意力视角出发研究高层管理者和企业创新产出的关系，认为高层管理者的注意力对企业如何发现、开发和应用新技术具有正向、直接和长期的影响<sup>[25]</sup>。Kaplan（2008）以通信技术产业的光纤技术革命为研究背景，探讨了高层管理者对光学技术的注意力改变如何影响企业后续技术方向的变革<sup>[21]</sup>。Eggers 和 Kaplan（2008）通过观察通信企业进入光学技术产品市场的时间，研究高层管理者对新兴技术、现有通信技术和行业整体的注意力对企业采用新的技术进行创新的影响<sup>[26]</sup>。Chen 等学者（2015）验证了高管团队对创新的注意力影响企业的创新活动，公司治理模式会对这种影响产生调节作用<sup>[27]</sup>。吴建祖、曾宪聚和赵迎（2016）研究了高管团队注意力与企业创新战略之间的关系，分析了两职合一和组织冗余对该关系的调节作用<sup>[28]</sup>。

尽管已经有学者关注到高管团队注意力对企业创新的影响，并进行了一定的研究，但是仍然有一些重要的议题值得我们继续探索和讨论。

第一，虽然高层梯队理论已经明确指出高管团队的心理及认知因素对企业决策及行为具有重要影响<sup>[11]</sup>。然而，使用人口统计学特征等客观属性作为高管团队心理及认知特质的代理变量，并不能真正揭示这种影响作用<sup>[21]</sup>。我们需要采用更为全面、精准和客观的方式测量高管团队的心理及认知特质，从而直接研究高管团队的心理及认知因素对企业决策及行为的影响机制。

第二，关于企业注意力基础观的现有研究大多从注意力焦点原则出发，直接分析高管团队的注意力焦点模式对企业决策及行为的影响<sup>[28]</sup>，却很少探讨情境化注意力原则在其中的重要性。所以，我们希望在本文的研究中同时探讨高管团队的注意力焦点和情境化注意力对企业决策及行为的重要作用。

第三，观察和研究表明，尽管高管团队付出时间和精力关注和处理重要的信息和事务，甚至将它们转化为决策，但并不意味着企业最终会采取相应的行动。也就是说，即使高管团队聚焦促进创新的相关议题和答案，甚至制定了创新决策，但企业并没有切实采取创新行为，出现了“言而不行”的情况。因此，本文的研究试图将企业创新进一步明确为企业制定和实施创新行为，从而为企业提供解决“言而不行”这类问题的有效建议。

第四, 尽管高管团队的心理及认知因素会对企业创新产生重要影响, 但这种影响也是有边界条件的。已有研究多是探讨高管团队注意力对企业创新的直接影响效应, 也有部分研究分析高管团队注意力对高管团队的客观特征和企业创新的中介作用, 但很少有研究关注限定高管团队注意力与企业创新关系的边界条件。因此, 我们在研究高管团队注意力与企业创新行为之间关系的基础上, 需要进一步限定边界条件, 引入有价值和有影响力的调节变量以深入展开研究。

## 1.2 研究目的和意义

现有理论和研究已经表明高管团队心理及认知特质会对企业创新产生重要影响, 但是学者们在实证分析时大多使用人口统计学特征作为高管团队心理及认知特质的代理变量, 从而掩盖了高管团队真实的心理及认知过程。Kaplan (2008) 指出, 人口统计学特征是个体认知来源的重要指标, 它们可以被视为代表高管团队从过往经验中获取的知识积累, 但它们不能体现高管团队如何注意和解释信息进而做出特定选择和行为的心理及认知过程<sup>[21]</sup>。事实上, 人口统计学特征等客观属性被认为是心理及认知特质的弱指标, 应当考虑采用更为直接的方式测量高管团队心理及认知特质<sup>[19][20]</sup>。

本文以高层梯队理论为基础, 在研究高管团队心理及认知特质对企业创新的影响时, 引入企业注意力基础观视角, 聚焦高管团队注意力与企业创新行为之间的关系, 并分析管理自由度对上述关系的调节作用, 主要有以下 4 个目的:

第一, 本文借鉴战略管理研究中的时间和空间的观点, 将高管团队注意力划分为时间和空间两大分类, 深入探索并揭示高管团队对时间和空间界限的关注如何影响企业的创新行为。

第二, 为弥补现有研究对情境化注意力原则的关注的不足, 本文着重关注高管团队所处的特定情境如何影响其注意力与企业创新之间的关系, 并强调采取企业创新行为作为被解释变量, 以确保企业高管团队的注意力及认知最终可以落实转化为实际的企业行为, 从而为企业“言而不行”的问题提供解决方法。

第三, 高管团队注意力与企业创新之间的关系也受到其他因素的影响。已有研究表明, 企业组织层面的因素会限制高管团队对企业战略决策及行为的影响<sup>[29]</sup>。Hambrick 和 Finkelstein (1987) 提出管理自由度可以解释高管团队对企业行

为及结果的影响,即管理自由度较高的高管团队对企业行为及结果的影响会显著增强<sup>[30]</sup>。因此,本文基于企业注意力基础观视角,实证研究高管团队注意力对企业创新行为的影响,并综合考虑以组织层面因素为表征的管理自由度对上述关系的调节作用。

第四,企业注意力基础观是2009年才被兰州大学吴建祖教授引入国内的,目前国内对于这方面的研究还比较少,相关研究也多是探讨注意力对高管团队人口统计学特征和企业行为及结果的中介作用。此外,在高管团队注意力与企业行为及结果关系的边界条件限定上,国内学者多选择企业冗余资源作为调节变量。本文基于中国情境,使用中国大陆沪深两市主板市场上创新程度较高行业的企业作为研究样本,探讨高管团队注意力对企业创新行为的影响机制,并选取管理自由度作为调节变量,聚焦注意力情境因素在其中发挥的独特作用。

本文为揭示企业高管团队影响企业创新行为的真正心理学和社会学过程,引入企业注意力基础观视角,使用中国大陆沪深两市主板市场上创新程度较高行业的企业作为研究样本,探讨高管团队注意力对企业创新行为的影响机制,并分析管理自由度对其关系的调节作用。理论方面,本文进一步丰富了高管团队注意力对企业行为及结果影响的相关研究,并将注意力焦点原则和情境化注意力原则并重,深入分析情境因素在高管团队注意力对企业创新行为影响过程中的独特作用;同时,我们选取管理自由度作为调节变量,为高管团队注意力与企业创新行为之间关系限定边界条件。

实践方面,高管团队处理信息的能力有限,必须集中精力于少数关键领域,选取并处理最为重要且紧迫的信息和事务,本文的研究为高管团队注意力的合理聚焦提供良好的启示和建议;企业为推动创新从而在市场上获得竞争优势、赢得生存和发展的良机,必须更好地理解创新所需要的条件和环境,关注高管团队的配置,特别是高管团队的注意力,合理和有效地发挥高管团队在企业创新中的积极作用,对企业准确、高效地开展创新活动具有重要意义;此外,在实际运营中可能存在“言而不行”的问题,本文聚焦情境因素在企业创新行为制定和实施中的独特作用,为解决这一问题提供有效的方法。

## 1.3 相关概念定义

在本文的研究中，我们主要探讨高管团队注意力与企业创新行为之间的关系，并进一步分析管理自由度对这种关系的影响作用。我们对研究所涉及的变量做出具体的定义和解释。

### 1. 高管团队注意力

根据 Ocasio (1997) 提出的企业注意力基础观，本文将高管团队注意力定义为：高管团队付出时间和努力以关注、编码、解释和聚焦用于理解企业环境及特定情境和制定战略决策及行为的有关议题和答案的过程<sup>[22]</sup>。本文将高管团队注意力划分为时间和空间两大类、共 5 个维度，即过去注意力、现在注意力、未来注意力和内部注意力、外部注意力。过去注意力指的是高管团队对过去发生事物的关注<sup>[31][32]</sup>，现在注意力指的是高管团队对现在存在事物的关注<sup>[33]</sup>，未来注意力指的是高管团队对未曾发生事物的关注<sup>[34][35]</sup>；内部注意力指的是高管团队对企业内部事物的关注，外部注意力指的是高管团队对企业外部事物的关注<sup>[25]</sup>。

### 2. 企业创新行为

Crossan 和 Apaydin (2010) 在对创新领域的研究进行整合和分析后，提出了一个多面向的企业创新研究框架，他们认为创新是：在经济学和社会学领域中一个价值增值的新事物的产生、采纳、吸收和应用；是产品、服务和市场的更新和扩大；生产的新方法的发展；新的管理系统的建立。它既是一个过程，又是一个结果<sup>[36]</sup>。在创新研究领域，学者们构建了 3 个维度强调创新定义的不同方面：（1）创新结果<sup>[37][38]</sup>；（2）创新过程<sup>[39]</sup>；（3）（组织的）创新特质<sup>[40][41]</sup>。本文聚焦企业创新的过程维度，选择企业创新行为作为被解释变量。

### 3. 管理自由度

根据 Hambrick 和 Finkelstein (1987) 的研究，管理自由度是指高管团队的行为权限，即高管团队在做出战略选择时所具有的选择范围，它揭示了为何高管团队在某些方面比其他人更为重要<sup>[16][30]</sup>。当高管团队拥有更高的管理自由度时，他们对企业的决策、行为及结果的影响也更强<sup>[42][43]</sup>。结合本文的研究情境，我们选择组织层面的管理自由度维度进行具体研究，主要包括：（1）企业年龄；（2）企业规模；（3）企业所有制（是否为国有企业）。



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库