

# Risk Responding Mechanism in Mass Innovation

Yuan Yuan

School of Rehabilitation Science, Nanjing Normal University of Special Education, Nanjing Jiangsu  
Email: psychyy1989@163.com

Received: Jun. 21<sup>st</sup>, 2019; accepted: Jul. 5<sup>th</sup>, 2019; published: Jul. 16<sup>th</sup>, 2019

---

## Abstract

The mass innovation constituted by various subjects is the driving force of the country's sustained economic development and social progress and an important component of the innovation-driven strategy. The impact of risk on individual and organizational or group innovation has long been emphasized in management practice. However, theoretical discussion of the specific mechanism on how risk affects mass innovation is extremely scarce. Based on a systematic review of related research, this paper summarizes four risk responding mechanisms that affect the innovation process of various subjects. The findings have important implications for the innovation management and risk management of enterprises and organizations as well as the research and practice of risk management of national innovation development and social stability.

## Keywords

Innovation-Driven, Mass Innovation, Risk Responding Mechanism, Risk Management, Innovative Management

---

# 万众创新中的风险响应机制

袁媛

南京特殊教育师范学院康复科学学院, 江苏 南京  
Email: psychyy1989@163.com

收稿日期: 2019年6月21日; 录用日期: 2019年7月5日; 发布日期: 2019年7月16日

---

## 摘要

各类主体创新构成的万众创新是国家经济持续发展与社会进步的原动力, 是创新驱动战略的重要构成。

风险对个体和组织或团体创新的影响长期以来在管理实践中备受重视。但有关风险究竟是如何影响万众创新的具体机制的理论探讨却极其匮乏。本文在系统综述相关研究基础上归纳了风险影响各类主体创新过程的四种风险响应机制。研究发现对企业和组织的创新管理与风险管理以及国家的创新发展与社会稳定的风险管理研究与实践均有重要启示。

## 关键词

创新驱动, 万众创新, 风险响应机制, 风险管理, 创新管理

Copyright © 2019 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

自党的十八大以来, 国家便启动了创新驱动发展战略, 并逐渐收获了可喜成就——科学技术和文化创新等方面均有长足进步。随着创新驱动的深入和创新变革的深化, 国务院为进一步阐发广大民众的智慧和创新能力又推出了鼓励广大民众创造和创新的“万众创新”政策。在科学技术竞争日益白热化的今天, 万众创新已然成为推动国家技术进步、文化繁荣、以及社会与经济发展的关键推动力。正如李克强同志在 2014 年达沃斯论坛开幕式上阐述的“只要大力破除对个体和企业创新的种种束缚, 形成‘人人创新’、‘万众创新’的新局面, 中国发展就能再上新台阶”。

从管理学与人才学视角来看, 万众创新的重心在于创新主体之众, 无论是个人、团体、或者组织都可以成为, 并且是万众创新的主体。换言之, 万众创新注重的是广大社会民众及其所构成的组织或团体的创新智慧与创新能力的激活与发挥。现有研究显示, 个体或民众集体智慧与创新能力或与创造力的阐发受到诸多因素的影响(沈汪兵, 袁媛, 2015)。风险——一个体面临风险情境中采择风险或回避风险的可能性, 作为个体与组织或团体创新能力的重要因素, 其对个体和组织或团体创新的影响长期以来在管理实践中被大量成功的管理者, 尤其是风险管理经理人所重视和运用。但针对风险究竟是如何影响或作用个体与组织或团体创新与创造的风险响应机制, 学界对此的研究却十分匮乏。个体与组织或团体等创新主体从事创新与创造过程中风险响应机制的探讨不仅对企业和个人的创新管理和创新实践, 以及国家的创新驱动战略和“万众创新”更科学地执行有重要作用, 而且对作为广大一线的创新主体的企业和组织的风险管理以及国家的社会稳定的风险管理研究与实践均有重要启示。本文在现有研究的检索、梳理、总结以及理论研究基础上论述了风险影响个体和组织或团体等主体创新过程的四种机制。下文将分别对创新主体创新过程中的四种风险响应机制进行阐述。

## 2. 风险影响万众创新的风险-创新整合观

该取向将风险视为创新中不可割舍的部分, 认为风险是创新的应有之义, 是包含在创新中的子成分或子过程。例如, Jalan 和 Kleiner (1995)认为创新就是某组织内员工阐述新观点或在工作中执行新行动方案的程度, 而风险则是该过程不可分割的一部分。美国著名管理心理学家 Mumford、Scott、Gaddis 和 Strange (2002)更是直接地将创新界定为具有内在风险且不可避免会导致某些失败的试误过程。无独有偶, 哈佛大学商学院教授 Amabile 等人(1986)指出, 创新源于风险采择、毫无抑制的探索和新旧元素的组合(Amabile, Hennessey, & Grossman, 1986)。类似, Hoegl、Parboteeah 和 Muethel (2012)将企业创新直接等同为企业经

理人或管理者认为尝试新事物、倾向于采择风险和在生活中变得有创新性和冒险性的重要性。一般而言，创新至少在以下两方面需要采择风险：一是创新可能是从事先前所不可能的事(准确来说是不敢想象的事情)；另一方面则可能是采用不同寻常的方法进行尝试。实际上，由于创新通常意味着常规的“失灵”和能量平衡的“打破”，因此新观点和行为是有风险的，这也表明风险与个体创新是共生体。

基于上述风险-创新整合观，Kousoulas (2010)对学生样本进行了研究。研究者将风险采择或态度纳入到创新行为之中，并在此基础上编制了小学生创新行为自评量表。他采用该量表对 115 名四年级小学生进行调查，发现该量表中风险相关维度与学生的发散型创新思维测验成绩显著关联。突出体现为学生的风险采择相关创新行为自评得分与基于创造力测验评分细则实施的发散型创新思维测验的客观评分，无论是流畅性得分、灵活性得分还是原创性得分均有显著相关，但与按照同感评估测量方法开展的发散型创新思维测验的主观评分并无显著关联。该文作者基于他所观察到的其他发现，指出发散型创新思维测验三维度的主观评分主要和个体自评创新行为中的工作表现有显著正相关，而相对应三维度的客观评分则同个体自评创新行为中的人格维度有显著正相关。该发现提示作为创新成分的风险采择可能更适合归为创新人格中。

### 3. 风险影响万众创新的人格特质观

风险采择是高创新能力者的重要人格标记物。拥有卓越创新能力的个体往往在人格方面更加独立和开放、不受陈规、不从众，甚至是放荡不羁(bohemian)，拥有广泛兴趣和显著的行为与认知灵活性，且更易采择风险。具有高创新能力的商界领袖和企业家在人格方面也表现得更加自信、独立、精力充沛和更喜欢采择风险(Fillis & Rentschler, 2006)。Glover 和 Sautter (1977)的研究也显示，高创新能力者在日常生活中拥有更多的非常规行为、新行为、非从众行为和风险行为。类似的，Sternberg 和 Lubart (1992)基于长期在创新领域的研究，进一步将高创新能力者的人格特征具体化为他们具有较高的模糊容忍性、克服障碍的意愿、成长意愿以及采择感性风险的意愿。他们不仅有时采择风险而且要乐于采择风险。如此作为虽有可能致使其行为遭遇失败，但这也能帮助他们从失败中获取经验以取得更大的成功。Ee、Seng 和 Kwang (2007)有关新加坡某理工大学的 206 名大学生的实证测量为上述观点提供进一步的支持。研究者发现“将事情做得更好”(do things better)的适应者和“将事情做得独特”(do things differently)的创新者的风险采择存在显著差异。研究中不仅使用问题情境评估了个体的风险采择意愿，而且采用风险采择态度量表评估了他们的风险采择倾向。结果显示，适应者较之创新者与尽责性和风险规避等因素的得分显著更高，而创新者表现得更加外向、取得了显著更高的开放性和风险采择得分。上述研究有以下启示：一方面，风险采择是高创新能力者的重要人格特征，意味着风险采择的特质观颇为合理；另一方面提示在人格层面，风险采择与个体或组织创新之间有密切关系，为“风险采择较适宜整合到创新人格中”或“作为创新人格特质”的观点(Kousoulas, 2010)提供了一定支持。

### 4. 风险影响万众创新的行为动机观

该取向将风险采择视为创新的内在动机，是激发、维持和促进创新的重要驱动力。该取向理论背景或源泉是心理学教科书广泛介绍的 Atkinson 的成就动机理论。该理论本质上是一种期望价值理论，主张动机水平依赖于个体对行动目的的评价以及达到目的可能性的评估。除了现实生活中经常提及的“追求挑战或刺激”之类的词语可以彰显情境性的风险采择在创新中的内在驱动力特性外，相对多的实证研究也支持风险采择是创新重要内在动机的观点。Dewett (2007)对来自美国多家私立科研研发部门的 165 份匹配了员工和指导者内部动机、风险采择、创新表现以及其他测量指标的调查数据的分析结果显示，员工的风险采择意愿与指导者主观评价和客观测量的创新表现得分均显著正相关，且同内在动机和自我效能

等指标也有显著正相关。层级回归分析结果进一步显示,内在动机能够正向中介着自我效能、自主性和组织指导者或管理层的创新鼓励程度对创新表现的促进性影响;更重要的是,个体的风险采择意愿则进一步将内在动机转化为员工创新的动力,在内在动机与员工创新表现之间扮演中介作用。该结果不仅为其之前所观察到的员工风险采择意愿中介着企业管理层的创新鼓励程度对员工的创新表现的促进效应(Dewett, 2006)提供了进一步支持,而且为风险采择影响创新的动力观点提供了实践证据。

风险采择的确对创新有着重要的影响。Wong 和 Ladkin (2008)设计了包含风险采择因素和创新因素两个维度的问卷,并采用该问卷对香港 983 名酒店员工调查,并观察到问卷中的风险采择维度与内在工作动机有密切相关,支持创新相关风险采择与其内在动机之间的密切联系。Kousoulas (2010)也得到了类似结果,发现风险采择与发散型创新思维测验的客观得分显著正相关,但与发散型创新思维测验的主观评分并无明显关联。这些结果验证了风险采择是创新努力的前因变量(Dewett, 2004)的观点,并提示风险采择虽未被纳入到内在动机的概念之中,但由于内在动机对个体创新表现的影响主要通过风险采择的中介路径实现,因此,风险采择已成为内在动机发挥动力作用最直接的“驱动器”且是内涵上胜似创新“内在动机”的内在的直接动力。

## 5. 风险影响万众创新的创造性投资观

该研究取向则是以 Sternberg 的创造性投资理论(Creative Investment Theory)为基石,主张创新行为犹如经济投资一样是富含采择风险的心理过程(Sternberg, O'Hara, & Lubart, 1997)。当个体面临不确定行动结果时,个体就可能感知到风险。无一例外的是,乐意采择风险是创新行为的一个重要贡献因子,因为它为个体提供了容忍那些偏离常道想法的动机。乐意采择风险提供了引导产品经理人努力产生观点的角度或方向。倾向于采择风险的产品经理人通常更愿意以非传统方式经营产品而不固执于常规风险规避方式。Andrews 和 Smith (1996)对 193 名企业产品经理人的市场推广创新性与风险采择等因素之间的关联进行探讨。数据结果显示,产品经理人的市场推广创新性与风险采择有着 0.33 的显著正相关。类似,Chen (2007)通过对 112 支台湾高科技企业的管理团队进行调查发现企业领导人的风险采择倾向、前瞻性和创新性(innovative)能促进其团队中成员的创新。具体而言,企业家的领导与企业团队的创新有着显著的正相关,且领导者及其所在团队的创新又对发明专利的产生有正向作用。换言之,当企业领导人具有更高的风险采择倾向和创新性时,他们本人能够促使所在团队在发明专利创新生产过程中表现得更为富创新性。

企业家通常被认为是富有创新精神和风险采择倾向的群体。Macko 和 Tyszka (2009)探讨了企业家和准企业家在风险采择方面的差异。他们认为企业家的风险采择依赖于具体的风险情境,不同性质的风险情境可能存在差异。按照常理,风险情境依据风险决策者对结果的控制程度可以区分为纯运气类风险情境和技能相关的风险情境。前者就像投掷硬币一样,其结果似乎没有任何可控性,完全依赖于运气;而后者则不仅依赖于运气,其结果受决策者知识和技能的影响。颇多研究证据确实表明,当个体的行动结果主要依赖于技能而非偶然性或运气时,个体可能更倾向采择风险。但考虑到企业家的风险采择行为与其风险知觉可能也有关系(Macko & Tyszka, 2009),犹如直观感受到的,当个体将某行为或行动主观知觉为具有风险时,即使行动本身无明显的风险或是被主观风险知觉放大,个体如果采择该行为,那么他在该行为上的风险采择倾向实际上很大程度上反映的是主观风险知觉的影响。主观风险知觉则与个体的自我效能和自信心有着非常密切的关系。换言之,个体的风险采择倾向会受到个体自我效能和自信心的影响,高自信心或自我效能者倾向于采择风险,而低自信心或自我效能者则倾向于回避风险。Macko 和 Tyszka (2009)认为具有高自我效能或自信心的被试在面对相应领域内不完全依赖于运气或偶然性的风险情境时更乐意采择风险。他们的研究结果证实了自我效能对其相应领域风险采择行为的调节效应,发现无论是企业家、有创业意向的学生还是没有创业意向的学生,他们在完全依赖于偶然性风险情境的风险

采择倾向上并没有明显差异；与其假设不同的是，他们发现上述三类样本对不完全依赖于偶然性的风险情境的风险采择倾向也无显著差异，不过在两类情境的风险采择倾向上存有性别差异，男性较之女性更乐意采择风险且不受情境风险性质影响。Macko 和 Tyszka (2009)在实验室外的真实情境下对男性企业家和非企业家的进一步研究显示男性企业家较之男性非企业家在真实的商业风险情境下更倾向于采择风险。El-Murad 和 West (2003)对广告设计人员创新性与风险采择关系的研究也得到了类似结论。他们发现，从事广告设计行业越久，个体创新水平相对越低；具有相对更高创新水平的新进广告设计人员中高风险采择者显著多于其他群体。重要的是，研究发现广告设计者的风险采择得分与最近获得创意奖励的数目有密切关系，高风险采择者获得的创意奖励明显多于低风险采择者，而且高风险采择者当年获得广告创意奖励数目也显著多于低风险采择者。与 Macko 和 Tyszka (2009)的发现一致，El-Murad 和 West (2003)观察到了广告设计者风险倾向的性别差异，男性风险采择倾向强于女性。由上不难知晓，特质性的风险采择倾向对创新有着重要的影响，且总体上以正面影响为主，但有时候会受到诸如社会文化、组织领导者或者组织文化以及个体性别等因素的调节。

## 6. 结论

综上，风险对个体和组织或团体等各主体创新过程的影响有上述四种响应或作用机制，分别是风险影响创新的风险-创新整合观、人格特质观、行为动机观以及创造性投资观。万众创新的四种风险响应机制分别强调的是风险的不同侧面。其中，风险-创新整合观侧重于创新过程，倾向将风险视为创新过程的子成分或要素；风险影响创新的人格特质观则重视创新主体的自身特征对创新过程的影响；风险影响创新的行为动机观则强调创新的内在驱动力或风险情境的创新驱动效应；风险影响创新的创造性投资观重视创新中的策略变通、要素交流与整合及其“低买高卖”的类投资(investment-like)特征。

## 基金项目

江苏省高校哲学社会科学基金项目(2017SJB0649)、江苏省高校自然科学基金项目(17KJB190002)、江苏省自然科学基金项目(BK20181029)以及南京特殊教育师范学院高层次引进人才科研启动经费项目资助。

## 参考文献

- 沈汪兵, 袁媛(2015). 创造性思维的社会文化基础. *心理科学进展*, 23(7), 1169-1180.
- Amabile, T. M., Hennessey, B. A., & Grossman, B. S. (1986). Social Influences on Creativity: The Effects of Contracted-For Reward. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 14. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.50.1.14>
- Andrews, J., & Smith, D. C. (1996). In Search of the Marketing Imagination: Factors Affecting the Creativity of Marketing Programs for Mature Products. *Journal of Marketing Research*, 32, 174-187. <https://doi.org/10.1177/002224379603300205>
- Chen, M. H. (2007). Entrepreneurial Leadership and New Ventures: Creativity in Entrepreneurial Teams. *Creativity and Innovation Management*, 16, 239-249. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2007.00439.x>
- Dewett, T. (2004). Employee Creativity and the Role of Risk. *European Journal of Innovation Management*, 7, 257-266. <https://doi.org/10.1108/14601060410565010>
- Dewett, T. (2006). Exploring the Role of Risk in Employee Creativity. *The Journal of Creative Behavior*, 40, 27-45. <https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.2006.tb01265.x>
- Dewett, T. (2007). Linking Intrinsic Motivation, Risk Taking, and Employee Creativity in an R&D Environment. *R&D Management*, 37, 197-208. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9310.2007.00469.x>
- Ee, J., Seng, T. O., & Kwang, N. A. (2007). Styles of Creativity: Adaptors and Innovators in a Singapore Context. *Asia Pacific Education Review*, 8, 364-373. <https://doi.org/10.1007/BF03026466>
- El-Murad, J., & West, D. C. (2003). Risk and Creativity in Advertising. *Journal of Marketing Management*, 19, 657-673. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2003.9728230>

- Fillis, I., & Rentschler, R. (2006). Creative Marketing: An Extended Metaphor for Marketing in a New Age. *Journal of Marketing Management*, 22, 891-897. <https://doi.org/10.1057/9780230502338>
- Glover, J. A., & Sautter, F. (1977). Relation of Four Components of Creativity to Risk-Taking Preferences. *Psychological Reports*, 41, 227-230. <https://doi.org/10.2466/pr0.1977.41.1.227>
- Hoegl, M., Parboteeah, K. P., & Muethel, A. P. M. (2012). Cross-National Differences in Managers' Creativity Promoting Values. *Management International Review*, 52, 565-595. <https://doi.org/10.1007/s11575-011-0114-z>
- Jalan, A., & Kleiner, B. H. (1995). New Developments in Developing Creativity. *Journal of Managerial Psychology*, 10, 20-23. <https://doi.org/10.1108/02683949510100750>
- Kousoulas, F. (2010). The Interplay of Creative Behavior, Divergent Thinking, and Knowledge Base in Students' Creative Expression during Learning Activity. *Creativity Research Journal*, 22, 387-396. <https://doi.org/10.1080/10400419.2010.523404>
- Macko, A., & Tyszka, T. (2009). Entrepreneurship and Risk Taking. *Applied Psychology*, 58, 469-487. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2009.00402.x>
- Mumford, M. D., Scott, G. M., Gaddis, B., & Strange, J. M. (2002). Leading Creative People: Orchestrating Expertise and Relationships. *The Leadership Quarterly*, 13, 705-750. [https://doi.org/10.1016/S1048-9843\(02\)00158-3](https://doi.org/10.1016/S1048-9843(02)00158-3)
- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1992). Buy Low and Sell High: An Investment Approach to Creativity. *Current Directions in Psychological Science*, 1, 1-5. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.1992.tb00002.x>
- Sternberg, R. J., O'Hara, L. A., & Lubart, T. I. (1997). Creativity as Investment. *California Management Review*, 40, 8-21. <https://doi.org/10.2307/41165919>
- Wong, S. C. K., & Ladkin, A. (2008). Exploring the Relationship between Employee Creativity and Job-Related Motivators in the Hong Kong Hotel Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 426-437. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.01.001>

#### 知网检索的两种方式:

1. 打开知网首页: <http://cnki.net/>, 点击页面中“外文资源总库 CNKI SCHOLAR”, 跳转至: <http://scholar.cnki.net/new>, 搜索框内直接输入文章标题, 即可查询;  
或点击“高级检索”, 下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2160-7273, 即可查询。
2. 通过知网首页 <http://cnki.net/>顶部“旧版入口”进入知网旧版: <http://www.cnki.net/old/>, 左侧选择“国际文献总库”进入, 搜索框直接输入文章标题, 即可查询。

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: [ap@hanspub.org](mailto:ap@hanspub.org)