

# 科技型创业者自恋人格 与团队创新绩效的非线性关系研究\*

——基于孵化期公司创业愿景的视角

李 晋<sup>1</sup> 侯红梅<sup>2</sup> 李晏墅<sup>1,2</sup>

(1. 南京师范大学商学院, 江苏 南京 210023;

2. 南通理工学院, 江苏 南通 226002)

**内容提要:**科技型创业者作为一类特殊的异质性人力资本,活跃于各领域的创业活动中。在其倡导所形成的创业公司中,科技型创业者兼具了团队领导者及高创造性个体的特征,有着较高的自恋倾向。创业者人格特质被认为是影响创业活动及创业产出的关键要素,本文基于孵化期公司创业愿景的视角,探讨创业者的自恋人格与团队创新绩效之间的非线性关系;以孵化阶段的创业公司为研究对象,通过 184 名科技型创业者及 1222 名团队成员的配对分析发现:(1)创业者自恋与公司创业愿景之间存在着倒 U 型关系;(2)创业愿景在创业者自恋与团队创新绩效之间的倒 U 型关系中起着中介作用;(3)环境不确定性和任务不确定性均调节了这一倒 U 型关系,不确定性越高,倒 U 型关系越强,进而又会对创业愿景的中介效应起到调节作用。

**关键词:**创业者自恋 创业愿景 不确定性 团队创新绩效

**中图分类号:**C936 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2018)04—0069—15

## 一、前言

随着创新驱动发展战略的深入实施,科技创新成为经济发展的主要动力。双创背景下,科技创业公司作为开展自主创新的重要主体,在抢占科技创新高地、激发区域经济活力等方面发挥着关键作用。对于科技型创业公司而言,较高的创新绩效有助于开发新市场,获取先发优势,其重要程度可能高于公司财务性指标,甚至直接影响着公司的长期发展(Reid等,2015)<sup>[1]</sup>。科技公司的发起者通常是有较高创新活力的科技创业者,其对公司成长起着关键的推动作用。但创新过程包含创新想法的提出和实施两个环节(Bare,2012)<sup>[2]</sup>,创新绩效的实现不仅需要科技创业者的创造性思维,创新想法能否有效实施也决定着创新结果的成败。创业者提出创新想法及创业设想,但由于个人资源的限制,需要团队性的实施过程予以支持,如Bare(2012)<sup>[2]</sup>所指出的,在具体想法进入实施

收稿日期:2017-12-05

\* 基金项目:国家自然科学基金青年项目“电子化人力资源管理实践双层面影响因素及其实施效能:基于匹配的视角”(71502085);江苏省“十三五”工商管理一级重点建设学科项目(SJY201609);江苏省高校人文社会科学校外研究基地“通沪产业协同发展研究基地项目”(2017ZSJD017)。

作者简介:李晋(1983-),男,江苏兴化人,讲师,博士,研究领域是人力资源管理与组织理论,电子邮箱:lijin0212@163.com;侯红梅(1982-),女,江苏南通人,助理研究员,硕士,研究领域是组织理论,电子邮箱:874062242@qq.com;李晏墅(1952-),男,江苏盐城人,教授,博士生导师,研究领域是组织理论,电子邮箱:liyanshu1952@163.com。通讯作者:李晋。

环节的过程中需要必要的社会支持性活动,科技型创业者同样需要外界支持其创新创业的设想。孵化阶段的科技公司,缺乏充分的资源与经验,在创新产品的开发过程中,必然经历反复的试错过程,一方面需要创业者的科技专长,另一方面依赖于初创期团队的产出水平。创业者的科技专长与初创期团队的产出水平能否匹配,则成为科技创业企业快速响应市场技术需求的关键(Moore, 2014)<sup>[3]</sup>。在产品创新的实现方面,创业者如果能打动初创期团队,将创业者的个人创业计划升华为公司创业愿景,将成为其成功强有力的保障。

但正由于高科技创业者的异质性人力资本特征,多数研究专注技术层面,分析其技术专长对创新产出的影响,或是从政府政策、企业管理等角度探讨科技创业者的作用机制(Marion等, 2012)<sup>[4]</sup>。近年来,创业研究中人格特质论兴起,创业者人格被认为是影响创业活动及创业产出的关键要素(Young和Kim, 2015)<sup>[5]</sup>,然而,关于科技型创业者人格开展的研究却略显不足。中国社会的转型中,具有自恋人格的领导越来越多(廖建桥等, 2016)<sup>[6]</sup>。另有研究指出,高创造力个体存在着较程度的自恋水平(Ahmetoglu等, 2016)<sup>[7]</sup>,科技型创业者这一特殊群体同时具备了团队领导者与高创造力个体两类属性,表现出高自恋的人格特征。现有围绕创业者人格特质的研究,聚焦于大五维度及与创业活动相关的具体特质维度两类方向(Leutner等, 2014)<sup>[8]</sup>,但关于两类人格特质相关性的研究指出,二者之间存在着较高的相关性,并且关于特定人格的确定,也多是通过对创业者与非创业者在同一人格维度中所表现的显著差异中进行识别(单标安等, 2017)<sup>[9]</sup>。可见,关于创业者人格特质的研究,应关注于创业者与一般个体相比,所存在的显著性人格,但现有文献关于创业者,尤其是科技型创业者自恋人格的研究几乎未曾涉及。

早期临床心理学研究认为,自恋与马基雅维利主义、精神病态并称为“黑暗三人格”。但随着人格心理学对自恋研究的深入,自恋的含义早已突破了其病态的负向理解。Owens等(2015)<sup>[10]</sup>认为,自恋是一个复杂且矛盾的特质组合,通常表现为极度自我中心、自我吸引、极端极度自信、有天生的优越感、对权力强烈渴望。其对权力的执着以及对赞赏的期望,促使自恋者倾向于勇于承担风险、在逆境中坚守目标、从而富有生产力,并被认为是具有魅力(Maccoby, 2000)<sup>[11]</sup>,但也有学者认为自恋的夸张性和崇拜的需要源于扭曲的自我观点和自我提升(王益文等, 2017)<sup>[12]</sup>,对于自恋所形成的魅力而言,既让人着迷,又让人觉得不尽人情,还夹带着一点做作与操纵(Galvin等, 2010)<sup>[13]</sup>。学者发现,自恋所产生的结果并非只是简单的负向作用,在某些方面自恋会对结果形成积极的促进效果。自我增强理论和自我促进理论都解释了自恋者会高估自我能力及绩效水平,但主观的高能力估计往往容易形成积极错觉(Brown, 2009)<sup>[14]</sup>,自恋者只是主观认为其创造力的提升,基于客观评价指标的真实创造力水平并没有显著提高(Goncalo等, 2010)<sup>[15]</sup>。但在团队层次的研究中, Goncalo等(2010)<sup>[15]</sup>的研究却指出,虽然自恋者并没有真实提高自身创新水平,但却能有效促进其所在团队的创新绩效。领导理论的研究中,自恋领导究竟是好领导还是坏领导,一直是备受争议的话题(Campbell等, 2011)<sup>[16]</sup>。源于自我中心的特质,自恋型领导对组织愿景的规划往往建立在其个人价值观基础上(Rosenthal和Pittinsky, 2006)<sup>[17]</sup>。同样,在科技创业活动中,由于创业者固有的自恋倾向,公司创业愿景中往往蕴含着创业者的个人主观色彩。自恋者有着更强的动机宣传自己的观点,并试图吸引他人更多的注意力。科技型创业者自恋人格所表现出的热情、自信等特征更容易促进他人对其创造能力的较高评价(Anderson和Kilduff, 2009)<sup>[18]</sup>,提升了团队成员对创业者本人及其创业想法的支持力度,从而更有助于创业愿景的形成及创业活动的开展。

基于印象管理理论,适度自恋的创业者在管理其创业团队时能有效促进积极印象的形成,进而促进团队绩效水平的提升(Goncalo等, 2010)<sup>[15]</sup>。但自恋者的另一特征是自大傲慢,无视他人意见,对自恋者的印象评价是否稳定,行为影响机制是否持续,相关研究并未涉及。基于此,本文基于初创公司创业愿景的视角,探讨科技型创业者自恋人格对塑造创业愿景的影响作用,并进一步将创

业愿景作为中介变量,探索创业者的自恋型程度与其团队创新绩效之间是否存在非线性的曲线关系。此外,创业研究相关文献建议,创业者的个体特征研究应结合创业活动所处的情境因素进行分析,针对创业者放弃舒适工作机会选择不确定性创业活动这一有趣但难以解释的现象(Navis和Ozbek,2016)<sup>[19]</sup>,并且有研究指出,不确定性增加了员工对自恋领导者的偏好(Nevicka等,2013)<sup>[20]</sup>,在创业活动中,高不确定性的情境因素是否会影响团队成员对创业者自恋的反应,本文将科技创业公司孵化期所面临的不确定性引入,并具体分为环境不确定性与任务不确定性,作为对非线性关系的调节变量处理。具体理论模型如图1所示:

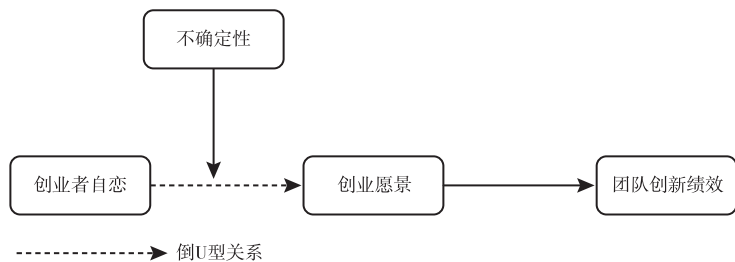


图1 理论模型

资料来源:本文绘制

## 二、理论基础与研究假设

### 1. 创业者自恋与创业愿景的倒U型关系

创业愿景阐述了公司存在的理由及目的,即对“我们是什么?我们创造了什么?我们的未来如何?”等一系列问题的回答,描述了公司的预期目标、商业价值以及宏伟前景,从而促进商业机会向创业活动,以及最终获取绩效的转化过程。处于孵化期的科技创业公司,公司管理及市场活动都处于不稳定的探索阶段,种种现实困难及不确定因素都可能成为公司发展难以逾越的鸿沟(Moore,2014)<sup>[3]</sup>,这一时期尤其需要初创团队成员的承诺支持,共同开发创业计划的战略价值。愿景反映了组织所期望的共享价值观,创业愿景则更多聚焦于对新公司发展方向的信念(Ruvio等,2010)<sup>[21]</sup>。创业愿景的形成源自于创业者对未来进行的直觉想象及系统思考。孵化阶段,几乎所有的创业者都会对公司的发展前景形成自我感知式的心智图式,这一时期的创业愿景通常是在创业者价值观延续基础上所形成的抽象描述。为了保证创业活动的持续,创业者需要向团队成员传递关于创业愿景的有效信息,从而构建共享的心智模式。

孵化期公司创业愿景较易受到创业者的影响,科技创业活动大多涉及全新的技术领域,创业者将自己的创业设想向团队成员传递,关于创业者特质的研究证实了创业者的个人特质会对团队愿景的形成机制产生影响。公司初创期,能否将创业者自己的创业设想升华为初创公司的创业愿景,体现了创业者的领导力水平。研究证实,领导者的个体特征与构建愿景之间存在着显著的相关关系,更有研究指出了领导者自恋对愿景形成所产生的促进效果(Maccoby,2000)<sup>[11]</sup>。自恋涉及到一系列以自我为中心的特征,比如自我赞赏、自我膨胀等,由此引发了自恋者对权力的强烈意识以及对关注与赞赏的永恒需求(Bogart等,2004)<sup>[22]</sup>。虽然有研究提出自恋型领导傲慢、冷漠,甚至敌意的特征会损害领导成员关系,从而会抑制领导有效性的负向关系(Uhl-Bien,2006)<sup>[23]</sup>,但自恋者的自信、吸引力、幽默等特征却能形成正向的积极作用(Back等,2010)<sup>[24]</sup>。研究结论的不一致,使得自恋与领导有效性之间仍缺乏足够的论据支持简单的线性关系。Pierce和Agunins(2013)<sup>[25]</sup>指出,当线性研究的结论不一致时,曲线关系的探索可以解释直线关系中未被解释的部分。

Maccoby(2000)<sup>[11]</sup>认为,存在着一种富有生产力的(productive)自恋者,这类领导者勇于开创

未来,富有远见,能够极大程度地鼓励追随者,成为复杂多变环境中理想的领导者类型。对于创业者而言,大多是极度渴望成功的个体,其自恋程度所表现出的激情、勇气、风险承担及绝对自信等,诱导了团队成员对其形成积极的印象评价(Back等,2010)<sup>[24]</sup>。自恋者往往认为自己拥有异于常人的能力,并且强烈地需要不断肯定自身的优越性,这种“自恋维持剂”除了从自身获取外,更多时候来源于外部的肯定性评价(文东华等,2015)<sup>[26]</sup>。在“自恋维持剂”的推动下,创业者会更具感染力地向团队成员描述其创业愿景,有效渲染该愿景的宏伟蓝图,在吸引注意、获取称赞与荣耀的同时,也提升了团队成员对创业愿景的价值判断与信任感,由此对团队成员的心理归因过程产生积极的引导作用。团队成员认为创业者具有非凡的魅力,愿意支持创业者提出的创业设想,创业者借助于所形成的积极印象,将自己的个人愿景传递给团队成员,并升华为团队的行为标准及价值判断,促进了公司整体创业愿景的形成。此外,由自恋生成的魅力,其积极影响效果不会一直持续不变,创业者的宏伟蓝图可以有效激励团队成员,但随着创业者自恋程度的提高,其自我中心的特征便会逐渐向自我本位的自利性倾斜,为了维持自己的利益,会表现出对他人绝对支配权力的优越感,甚至不惜以牺牲团队其他成员的利益为代价(Rosenthal和Pittinsky,2006)<sup>[17]</sup>。在这种情况下,创业者所描述的未来愿景即使宏伟,也会被团队成员感知为创业者纯粹的个人化目的,逐渐失去了愿景本该有的社会化特征。社会化特征的丢失,导致创业愿景由于缺乏必要的团队支持,失去存在的载体。因此,本文提出如下假设:

H<sub>1</sub>:创业者自恋人格与初创团队创业愿景构建之间存在倒U型关系。

## 2. 创业愿景的中介作用

创新绩效决定了创业活动的独特能力与竞争优势,直接影响着创业成败(Enwick,2014)<sup>[27]</sup>。研究发现,成功的创业公司都能培育有效的创业愿景。尚玉钊等(2010)<sup>[28]</sup>总结了愿景的高层制定性、方向性、激励性,以及长期性,从这四个特征理解,创业愿景是由创业者设计,经由团队成员社会互动所构建,阐述了创业方向和前景,能在较长时间内形成稳定的激励效果。愿景传递着创业公司的预期目标,指引团队成员的行动方向,尤其在孵化期,创业愿景甚至处于整个创业活动的核心地位(Ruvio等,2010)<sup>[21]</sup>。团队成员在创业愿景的指引及激励下,会更加积极地投入创业活动,能有效自主协调创业初期可能涌现的矛盾与冲突,并且在将公司目标内化为自身目标的过程中,团队成员的自我效能感也得以增强,从而推动团队创新绩效的提升。

考虑到创业活动的复杂性及因果不确定性,创业者能否有效向其团队成员传递愿景性信息,在一定程度上关系着创业活动能否成功。创业活动中,团队成员由于缺乏参考性的客观评价工具,容易对创业活动形成主观性的归因模糊,创业者适度的自恋人格特征,有助于对团队成员模糊化认知形成正向的引导,促使成员对其形成积极的印象,有助于创业者将自己的愿景传递给团队成员。在积极印象的影响下,团队成员认为领导具有魅力,从而更愿意支持领导的愿景,并会更多地投入创业活动中,提高创业者创业计划的实施效率,实现创业想法向创新绩效的转变(Howell和Samir,2005)<sup>[29]</sup>。但随着创业者自恋程度提高,相应的积极作用也随之消失,转而替代的是消极作用的增强。在负向情感的影响下,团队成员对创业者及其创业计划认可度便会相对不足,离开团队成员支持性的实施活动,创业者很难依靠一己之力完成创业活动的所有环节,从而导致团队创新绩效下降的不利局面。可见,随着自恋程度的提高,创业者先是表现出热情、自信等积极特征,并在团队成员中倾向于形成积极印象,但如果自恋程度过高,以至于出现了过度自利的不利因素,自恋程度的继续提高只能使创业者与团队成员渐行渐远,甚至会陷入无助的尴尬局面。现有研究,除了Goncalo等(2010)<sup>[15]</sup>通过实验法证实了团队中自恋个体人数与团队创新之间存在着倒U型关系外,相关研究并没有直接涉及领导者自恋对绩效(Grijalva等,2015)<sup>[30]</sup>,尤其是对团队绩效水平的曲线影响关系,更缺乏从愿景视角对自恋的非线性作用进行

的研究。鉴于创业者自恋与创业愿景之间可能出现的倒U型关系,结合愿景提升绩效的研究基础,本文进一步认为,创业愿景会对创业者自恋与团队创新绩效之间的倒U型关系起到中介作用。因此,本文提出如下假设:

H<sub>2</sub>: 创业愿景中介了创业者自恋人格与团队创新绩效之间的倒U型关系。

### 3. 不确定性的调节作用

Navis 和 Ozbek (2016)<sup>[19]</sup>发现,创业者总是很奇怪地被一些看似极不容易成功的领域所吸引,也就是说创业活动必然面临着较强的不确定性。随着不确定性增强,潜在的风险也会随之提高,任何一个微小的错误决定都可能导致严重后果。创业者自恋所表现出的过度自信增强了其自身对不确定压力的承受能力,但团队成员一般较难达到与创业者等同的承受水平。从主观感知的角度,不确定性可以理解为个体缺乏必要的能力对外界事物变化的方向进行判断,不能合理地对环境变化所形成的潜在影响及可能结果做出解释,并且很难有效地对多变环境进行决策。根据领导替代理论,当情境因素为被领导者,即团队成员提供有利线索时,领导作用将被替代;反之,当情境因素较为不利时,领导作用得以强化 (Chuang 等, 2016)<sup>[31]</sup>。创业活动面临着较高的不确定性,从而在某种程度上强化了创业者的领导作用,团队领导可以帮助成员维持组织身份意识,激励成员坚持创业方向。不确定性所导致的资源及情感压力驱动下,团队成员也会更需要领导的方向指引,甚至会对自恋型的领导产生更强的偏好 (Nevicka 等, 2013)<sup>[20]</sup>。孵化阶段的创业公司,创业者一般同时承担领导者的角色,当初创团队所面临的不确定较高时,团队成员对创业者较强的依赖,增强了创业者自恋对创业愿景构建影响效果的敏感性,即原有的倒U型关系得以增强。也就是说,当不确定性较高时,创业者自恋对创业愿景有效构建可能出现的正向和负向影响都被强化。因此,本文提出如下假设:

H<sub>3</sub>: 不确定性调节了创业者自恋人格与团队创业愿景之间的倒U型关系。即在环境不确定性较高时,创业者自恋人格与团队创业愿景之间的倒U型关系较强。

科技创业会同时面临外部环境变化难以预测及内部活动安排无法程序化两大难题,基于此,本文从环境不确定性及任务不确定性两个角度分析不确定性的调节作用。环境不确定性反映了环境变化不能被预期或准确预测的程度 (Verdu, 2012)<sup>[32]</sup>,尤其对于创业活动而言,成功与否的偶然性使得结果难以预测。当团队成员感知到较高的环境不确定性时,往往会认为从外部能获取的有用资源受到约束,从而更需要创业者以领导的身份进一步明确创业方向的合理性,增加了对创业者的依赖程度。创业者由自恋倾向所表现出的魅力及自信等积极形象在一定程度上成为团队成员获取心理安全性的来源,甚至可以将危机转变为机遇。在不确定的环境中,创业者自恋的积极作用得以放大,有效缓冲了团队成员的风险感知 (Fredberg, 2007)<sup>[33]</sup>,创业者对创业愿景做出的魄力性描述,将环境的不确定性巧妙转变为抓住机遇获得成功的宏伟规划,增强了创业愿景的渲染性和可信性。然而,随着自恋消极作用的增强,功利心所导致的过度自利使得团队成员不得不更加质疑创业者的原始动机,在迷茫中又失去了可信的方向指引,从而加剧了环境不确定性的负面作用。相反,当环境不确定性较低时,团队成员可以有效获取外部的资源与信息,对创业活动及创业方向进行独立自主的认知判断,创业者的愿景传递对其影响效果相对减弱。因此,本文提出如下假设:

H<sub>3a</sub>: 环境不确定性调节了创业者自恋人格与团队创业愿景之间的倒U型关系。即当环境不确定性较高时,倒U型关系中正向促进和负向抑制作用都会增强,形成更为明显的倒U型关系。

但创业作为一种非常规性的工作活动,在推进创业计划的过程中,各种突破常规惯例的复杂问题不断涌现,尤其在公司孵化阶段,试错式的产品开发随时会对工作计划进行调整,无疑增加了初创团队中成员任务安排的不确定性。Faraj 和 Yan (2009)<sup>[34]</sup>认为,团队合作是完成不确定任

务的最好方式,并指出团队合作需要有效的信息处理机制予以支持。较高的任务不确定性增加了对信息交流与信息处理的要求,自恋者希望得到别人的关注与赞赏,从而会自觉或不自觉地表 达自己的想法,一方面,能让团队成员及时获取任务调整的动机及下一步安排的相关信息;另一方面,创业者的主动交流在一定程度上推动了团队成员之间的观点表达(Dugosh 和 Paulus, 2005)<sup>[35]</sup>,从而为解决复杂性问题提供了信息来源,也为创业愿景的构建提供了社会化基础,并且自恋者的关注与执着可以促使团队将有限的注意力资源集中于有效信息的搜寻中(Ocasio, 2011)<sup>[36]</sup>。但是,随着自恋程度的进一步提高,创业者自大、傲慢、冷漠,甚至敌意的特征逐渐显现(Uhl-Bien, 2006)<sup>[23]</sup>,从而抑制了团队成员交流机制的形成,进一步恶化了任务不确定性的消极影响。而在任务不确定性较低时,团队成员可以按既定工作安排推进创业计划,不需要太多的信息交流,甚至有时会将外界的信息作为干扰信息,在一定程度上减弱了创业者的影响作用。因此,本文提出如下假设:

$H_{3b}$ :任务不确定性调节了创业者自恋人格与团队创业愿景之间的倒 U 型关系。即当环境不确定性较高时,倒 U 型关系中正向促进和负向抑制作用都会增强,形成更为明显的倒 U 型关系。

创业愿景被认为中介了创业者自恋与团队创新绩效之间的倒 U 型关系,鉴于不确定性的调节作用,创业愿景的中介效应同样可能会被不确定性所调节。不确定性调节了创业者自恋与团队创业愿景之间的倒 U 型关系,高不确定性引发了更为明显的倒 U 型关系,随着这一倒 U 型关系的增强,创业者自恋对创业愿景的影响效果被强化,创业愿景起到了更为显著的效应传递机制,相应的中介效应随之增强。即在高不确定情境中,创业者自恋与团队创业愿景之间更为明显的倒 U 型关系,提升了创业愿景的中介效应;而在低不确定情境中,创业者自恋与团队创业愿景之间减弱的倒 U 型关系,削减了创业愿景的中介效应。因此,本文提出如下假设:

$H_4$ :不确定性调节了创业愿景的中介作用。

$H_{4a}$ :环境不确定性调节了创业愿景的中介作用,即随着环境不确定性的提高,创业愿景的中介得以增强。

$H_{4b}$ :任务不确定性调节了创业愿景的中介作用,即随着任务不确定性的提高,创业愿景的中介得以增强。

### 三、样本来源与变量测量

#### 1. 样本来源

本研究涉及的创业型企业来源为江苏南京江北地区的两家紫金科技人才创业特别社区中的创业苗圃或孵化器,调研工作借助于当地政府开展的科技人才调研工作同时进行。紫金科技人才创业特别社区,以科技创业活动为中心,是以集聚科技人才、转化科技成果、孵化创新项目、培育创新企业、发展高新技术产业为目的的社区组织。其中,创业苗圃或孵化器中的企业大多是以人才孵化为主的初创型公司,即公司的设立与运营,主要以创业者个人的创新想法或在某一领域取得的科技成果为主,该阶段企业或创业团队规模较小,人数一般为 3~10 人,并且创业者本人一般享有绝对的自主权与决策权。

共向 276 家企业的创业团队领导及团队成员开展调研,本次调研共发放 276 份领导问卷和 1572 份团队成员问卷。问卷设计两个时间点发放,结合当地政府的科技调研工作同时进行,由政府从事科技工作的相关人员陪同,进入企业实地调研。问卷调研结合访谈进行,首先与创业者进行电话联系,取得创业者的同意,随后前往创业者所在公司地点,由访谈进行导入,进一步获得创业公司负责人,即创业者的同意后,进行问卷的发放及回收工作。相同企业两次调研时间间隔为一个

月,第一次发放自恋测评问卷,由创业者进行自评,同时向该创业公司的员工发放团队成员问卷,由其描述所在公司面临的环境不确定性和任务不确定性,并对公司的创业愿景进行评价。第二次发放领导问卷,由创业者对团队的创新绩效进行评价。均采用现场发放,现场回收。回收领导问卷 223 份,团队成员问卷回收 1377 份,获得 193 份有效的团队配对数据,除去无领导配对的团队成员问卷,以及成员人数少于 3 人的团队后,获得 1292 份成员问卷。一个月后,向这 193 位创业者发放第二次问卷,第二次问卷内容相对较少,不包含政府调研问卷,并且由于前次问卷填写的合作经历,第二次问卷回收率相对较高,剔除无效问卷,最终得到有效的创业者-团队成员配对数据 184 份,包括 184 份领导问卷和 1222 份团队成员问卷。

## 2. 变量测量

**自恋型领导:**关于自恋型领导的测量采用 Resick 等(2009)<sup>[37]</sup>的八个形容词。Resick 等(2009)<sup>[48]</sup>从针对于领导力研究的 ACL 量表中进行筛选,在 ACL 量表中 300 个描述领导的形容词中选择符合自恋型领导的八个形容词,包括骄傲自大的、独断专行的、自命不凡的、自以为是的、不受约束的、自我中心的、喜爱炫耀的、喜怒无常的。该量表由创业者进行自评,采用 7 点量表形式,1 代表完全不准确,7 代表完全准确, $\alpha = 0.933$ 。

**环境不确定性:**从团队成员对创业环境不确定性感知的角度,分析团队的环境不确定性,采用 Waldman(2001)<sup>[38]</sup>的四个条目,如“原市场正经历着动荡,新型市场不断涌现”,由团队成员对团队的环境不确定性进行评价,采用 7 点量表形式,1 代表完全不准确,7 代表完全准确。经聚合到团队层次, $\alpha_{\text{个体}} = 0.827$ , $\alpha_{\text{团队}} = 0.898$ 。

**任务不确定性:**采用 Faraj 和 Yan(2009)<sup>[34]</sup>的四个条目,如“任务要求在执行过程中经常发生变动”,由团队成员对团队的任务不确定性进行评价,采用 7 点量表形式,1 代表完全不准确,7 代表完全准确。经聚合到团队层次, $\alpha_{\text{个体}} = 0.897$ , $\alpha_{\text{团队}} = 0.924$ 。

**创业愿景:**采用 Kivimaki 和 Elovainio(1999)<sup>[39]</sup>的四个条目,如“公司的目标值得我们为之努力”,由团队成员对初创公司的创业愿景进行评价,采用 7 点量表形式,1 代表完全不准确,7 代表完全准确。经聚合到团队层次, $\alpha_{\text{个体}} = 0.908$ , $\alpha_{\text{团队}} = 0.937$ 。

**团队创新绩效:**采用 Lovelace(2001)<sup>[40]</sup>的四个条目,如“从技术水平上看,团队的产出产品具有较好的技术水准”,由创业者对团队产出的实际情况进行评价,采用 7 点量表形式,1 代表完全不准确,7 代表完全准确, $\alpha = 0.858$ 。

选择团队人数、创业者性别(0 = 女,1 = 男)、年龄、教育程度(1 = 专科,2 = 本科,3 = 硕士,4 = 博士,样本中没有专科以下的学历层次)为控制变量。

## 四、实证分析与结果

### 1. 测量模型

采用 Amos18.0 对本研究涉及的变量进行测量模型检验,与测量层次相对应,分别从团队、个体层次对相应变量进行验证性因子分析。团队层次,构建创业者自恋与团队创新绩效的二因子模型。因子载荷均在 0.660 以上,创业者自恋( $AVE = 0.649$ , $CR = 0.936$ ),团队创新绩效( $AVE = 0.635$ , $CR = 0.873$ ),均高于  $AVE$  为 0.5、 $CR$  为 0.6 的接受水平,说明二因子模型有较好的聚敛效度( $\chi^2 = 114.741$ , $df = 53$ ),并且明显优于单因子模型,结果如表 1 所示。创业者自恋与团队创新绩效间相关系数 95% 的置信区间没有涵盖 1.00,以平均变异萃取量比较法检验的两两因子间的  $AVE$  平均值,均高于相应相关系数的平方,并且比较严格模型(因子间相关系数设为 1)和自由估计模型(因子间相关系数自由估计)之间卡方的差别,结果显示,所有的自由估计模型都明显优于严格模型,说明创业者自恋与团队创新绩效有较好的判别效度。

表 1 验证性因子分析

模型	因子结构	$\chi^2$	<i>df</i>	<i>CFI</i>	<i>TLI</i>	<i>RMSEA</i>
团队层次(创业者自恋、团队创新绩效)						
零模型	二因子独立	1579.663	66			
二因子模型	二因子相关	114.741	53	0.959	0.949	0.080
单因子模型	合并为一个因子	507.502	54	0.700	0.634	0.214
个体层次(环境不确定性、任务不确定性、创业愿景)						
零模型	三因子独立	11296.948	66			
三因子模型	三因子相关	160.260	51	0.990	0.987	0.042
二因子模型	创业愿景与环境不确定合并	1862.395	53	0.839	0.799	0.167
二因子模型	创业愿景与任务不确定合并	2204.889	53	0.808	0.761	0.182
二因子模型	环境不确定与任务不确定合并	3090.127	53	0.730	0.663	0.217
单因子模型	合并为一个因子	3903.740	54	0.657	0.581	0.242

资料来源:本文整理

个体层次,构建创业愿景、环境不确定性与任务不确定性的三因子模型。因子载荷均在 0.707 以上,创业愿景( $AVE = 0.705, CR = 0.905$ ),环境不确定性( $AVE = 0.547, CR = 0.828$ ),任务不确定性( $AVE = 0.665, CR = 0.887$ ),三因子模型有较好的聚敛效度( $\chi^2 = 160.260, df = 51$ )。比较三个二因子模型,比较结果如表 1 所示,三因子的拟合度都明显好于其他模型。同样,以三种检验法分析个体层次因子间的判别效度,创业愿景、环境不确定性与任务不确定性可以较好地被区分。

## 2. 描述性分析

表 2 给出了本文涉及变量的均值、标准差及各变量之间的相关系数。环境不确定性、任务不确定性,及创业愿景由员工感知评价后聚合到团队层次。从表 2 中可见,创业环境存在着较高的不确定性,从而在某种程度上会诱发较高的创业风险。在创业者研究对象中,学历层次普遍较高,拥有博士学位的比例为 41.3%。创业者的教育程度与团队创新绩效之间存在着一定的正向关系( $r = 0.129, p < 0.1$ ),由于本文主要涉及科技型创业,创业者较高的教育程度在一定程度上可以提高创业活动中的科技含量,保障了团队创新绩效提高所需的知识基础。创业者自恋与创业愿景( $r = -0.038, ns$ )、团队创新绩效( $r = 0.013, ns$ )的关系均不显著,这也说明了自恋的影响作用可能并非是简单的线性关系。创业愿景与团队创新绩效之间存在着较高的相关性( $r = 0.422, p < 0.01$ ),初步说明了孵化期的创业公司创业愿景能有效促进创新绩效的研究假设。

表 2 描述性统计与相关关系表

变量	mean	sd	1	2	3	4	5	6	7	8
1. 团队规模	6.641	1.721								
2. 创业者性别	0.641	0.481	0.015							
3. 创业者年龄	29.810	5.490	-0.048	0.011						
4. 创业者教育	3.125	0.881	-0.017	-0.010	0.037					
5. 创业者自恋	4.096	0.900	-0.038	0.036	-0.135 <sup>+</sup>	-0.141 <sup>+</sup>				
6. 环境不确定性	4.852	0.851	0.060	-0.034	-0.007	0.047	0.054			



续表 2

变量	mean	sd	1	2	3	4	5	6	7	8
7. 任务不确定性	4.567	1.198	0.140 <sup>+</sup>	0.003	-0.072	0.033	-0.053	0.072		
8. 创业愿景	4.696	0.765	0.073	-0.139 <sup>+</sup>	-0.062	-0.061	-0.038	0.064	0.040	
9. 团队创新绩效	4.537	0.743	0.099	-0.062	-0.034	0.129 <sup>+</sup>	0.013	0.078	0.042	0.422 <sup>**</sup>

注: + $p < 0.1$ , \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$

资料来源: 本文整理

### 3. 假设检验

本文采用层级回归, 使用 SPSS18.0 对假设  $H_1 \sim$  假设  $H_3$  进行检验, 结果如表 3 所示。从 Model2 中可见, 创业者自恋对初创公司的创业愿景并不存在显著关系 ( $\beta = -0.076, ns$ ), 但创业者自恋二次项对创业愿景有着显著的负向关系 ( $\beta = -0.254, p < 0.01$ ), 说明创业者自恋对公司创业愿景的形成存在倒 U 型的影响作用。由图 2 可见, 当创业者自恋程度为 4 时, 即适度自恋时, 初创公司创业愿景的有效构建水平达到最高, 假设 1 得以验证。通过 Model7 和 Model8 的比较, 对假设  $H_2$  的中介效应进行检验, Model7 中创业者自恋二次项对团队创新绩效负向关系显著 ( $\beta = -0.194, p < 0.05$ ), 同样出现了倒 U 型的影响关系, 具体效应关系如图 3 所示。在 Model7 基础上, Model8 加入创业愿景, 控制创业愿景的影响效果后, 创业者自恋二次项对团队创新绩效影响系数不显著 ( $\beta = -0.091, ns$ ), 并且创业愿景对团队创新绩效作用显著 ( $\beta = 0.407, p < 0.05$ ), 说明二次项的作用效果被创业愿景所中介, 假设  $H_2$  得到验证。

表 3 层级回归结果

变量	创业愿景					团队创新绩效	
	Model1	Model2	Model3	Model4	Model5	Model7	Model8
1. 团队规模	0.072	0.079	0.094	0.095	0.103	0.109	0.077
2. 创业者性别	-0.140 <sup>+</sup>	-0.162 <sup>*</sup>	-0.167 <sup>*</sup>	-0.148 <sup>*</sup>	-0.152 <sup>*</sup>	-0.081	-0.016
3. 创业者年龄	-0.055	-0.046	0.053	-0.042	-0.049	-0.017	0.002
4. 创业者教育程度	-0.060	-0.061	-0.067	0.039	-0.048	0.139 <sup>+</sup>	0.164 <sup>*</sup>
5. 创业者自恋		-0.076	-0.076	-0.102	-0.099	0.012	0.043
6. 创业者自恋二次项		0.254 <sup>**</sup>	-0.276 <sup>**</sup>	-0.301 <sup>**</sup>	-0.318 <sup>**</sup>	-0.194 <sup>*</sup>	-0.091
7. 环境不确定性			0.135		0.146		
5 × 7			-0.141 <sup>+</sup>		-0.111		
6 × 7			-0.208 <sup>*</sup>		-0.196 <sup>*</sup>		
8. 任务不确定性				0.063	0.059		
5 × 8				-0.133	-0.121		
6 × 8				-0.200 <sup>+</sup>	-0.183 <sup>+</sup>		
创业愿景							0.407 <sup>**</sup>
R <sup>2</sup>	0.032	0.097 <sup>**</sup>	0.127 <sup>**</sup>	0.121 <sup>**</sup>	0.146 <sup>**</sup>	0.08 <sup>*</sup>	0.219 <sup>**</sup>

注: + $p < 0.1$ , \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$

资料来源: 本文整理

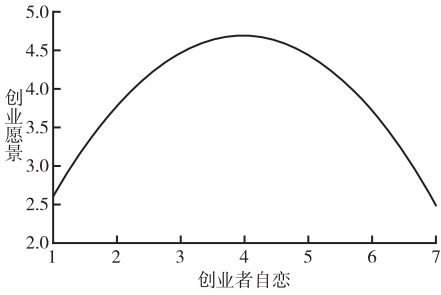


图 2 创业者自恋与创业愿景间的倒 U 型关系

资料来源:本文绘制

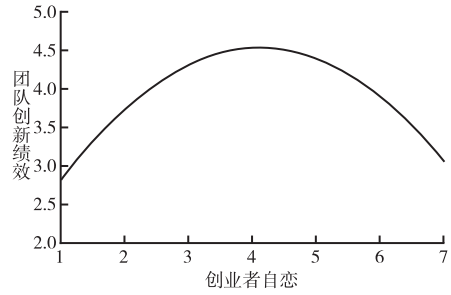


图 3 创业者自恋与团队创新绩效间的倒 U 型关系

资料来源:本文绘制

关于假设  $H_3$ , Model3 和 Model4 分别检验了环境不确定性及任务不确定性对创业者自恋与初创公司创业愿景间倒 U 型关系的调节作用。从 Model3 中可见,环境不确定性与创业者自恋的交互项( $\beta = -0.141, p < 0.1$ ),与创业者自恋二次项的交互项对团队创新绩效影响关系显著( $\beta = -0.208, p < 0.05$ );在 Model4 中任务不确定性与创业者自恋的交互项( $\beta = -0.133, ns$ )不显著,与创业自恋二次项的交互项对团队创新绩效有一定的负向影响( $\beta = -0.200, p < 0.1$ )。Model5 对环境不确定性及任务不确定性的调节作用进行同时检验,关于对二次项的调节作用,得到了类似的统计结果。结合 Model3 ~ Model5,假设  $H_{3a}$ 关于环境不确定性的调节作用被验证,假设  $H_{3b}$ 关于任务不确定性的调节作用得到部分支持,即随着不确定性程度的提高,创业者自恋与公司创业愿景间倒 U 型关系程度有所增强。图 4 和图 5 分别给出了环境不确定性和任务不确定性的调节效应,在高不确定情境中,创业者自恋与创业愿景之间出现更明显的倒 U 型关系。在创业者适度自恋的情况下,图 4 和图 5 都呈现出,相对于低不确定性的情境,公司创业愿景在高不确定情境中表现出更加有效的水平。这也说明了,当不确定较高时,团队成员为了缓冲有限理性及资源约束的限制,需要公司形成明确的创业愿景为其指明方向,对构建有效创业愿景的需求增强,创业者适度自恋所获取的积极印象评价能更加有效促进创业愿景的形成。但随着自恋程度的提高,自恋所表现的消极影响与高不确定性的不利因素相互作用,会对团队成员形成双重压力,从而阻碍了创业愿景的形成,甚至促使创业愿景水平快速下降。

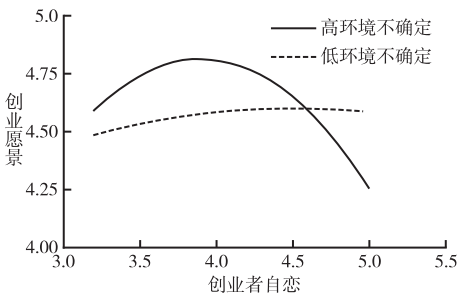


图 4 环境不确定性的调节作用

资料来源:本文绘制

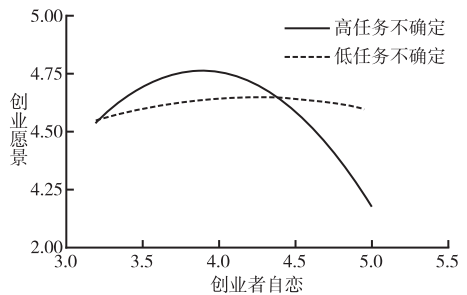


图 5 任务不确定性的调节作用

资料来源:本文绘制

假设  $H_4$  认为创业愿景的中介效果受到环境不确定性和任务不确定性的调节作用影响,根据 Maruping 等(2015)<sup>[41]</sup>的建议,同时结合创业者自恋的一次项和二次项对一般性间接效应进行计算,使用 Mplus 7.0,结果如表 4 和表 5 所示。表 4 中基于全样本数据,间接效应显著( $b = -0.163, p < 0.05$ ),更充分地验证了创业愿景的中介作用。表 4 和表 5 显示,创业者自恋通过创业愿景影响团队创新绩效的间接效应,在高环境不确定( $b = -0.149, p < 0.05$ )和高任务不确定情境( $b = -0.191, p < 0.05$ )中都显著,且在两种低不确定情境中都不显著。随着不确定程度的变化,间接效应所出现的差异均显著,初步说明,环境不确定性和任务不确定性可能对这一间接效应起到了调节作用。

表 4 环境不确定性对一般间接效应的调节作用

环境不确定性(Z1)	创业者自恋(X)→创业愿景(M)→团队创新绩效(Y)		
	间接效应	直接效应	总效应
全样本	-0.163 **	0.092	-0.071
高环境不确定性(+1SD)	-0.149 **	0.074	-0.075
低环境不确定性(-1SD)	0.001	-0.121	-0.120
差异	-0.150 **	0.195	0.045

注:间接效应基于 $(b_X + b_{XX} + b_{XZ}Z_1 + b_{XXZ}Z_1)b_M$ 计算,直接效应基于 $(b'_X + b'_{XX} + b'_{XZ}Z_1 + b'_{XXZ}Z_1)$ 计算,所有系数均采用 bootstrap(1000)进行估计;  $+p < 0.1$ ,  $*p < 0.05$ ,  $**p < 0.01$

资料来源:本文整理

表 5 任务不确定性对一般间接效应的调节作用

任务不确定性(Z2)	创业者自恋(X)→创业愿景(M)→团队创新绩效(Y)		
	间接效应	直接效应	总效应
高任务不确定性(+1SD)	-0.191 **	0.145	-0.046
低任务不确定性(-1SD)	0.001	-0.123	-0.122
差异	-0.192 **	0.268	0.076

注:间接效应基于 $(b_X + b_{XX} + b_{XZ}Z_1 + b_{XXZ}Z_1)b_M$ 计算,直接效应基于 $(b'_X + b'_{XX} + b'_{XZ}Z_1 + b'_{XXZ}Z_1)$ 计算,所有系数均采用 bootstrap(1000)进行估计;  $+p < 0.1$ ,  $*p < 0.05$ ,  $**p < 0.01$

资料来源:本文整理

虽然表 4 和表 5 对创业者自恋到团队创新绩效的间接作用进行了一般意义上的检验,但如图 2 和图 3 所示,由于变量之间的倒 U 型关系,间接效应的取值在自变量的一定区间中为正,而在另一区间中可能为负,表 4 和表 5 中无法体现由倒 U 型关系所形成的间接效应系数的变化情况。对于非线性关系的间接效应检验,不能通过单一的数值进行表示,应选取不同区间,在自变量的特定取值情况下,进行瞬时间接效应估计,结果如表 6 和表 7 所示。由表 6 可知,在高环境不确定情境中,创业者自恋程度较低时,瞬时间接效应为正且显著( $\theta = 0.166, p < 0.01$ ),创业者自恋程度较高时,瞬时间接效应为负且显著( $\theta = -0.240, p < 0.01$ ),这与创业者自恋与创业愿景、团队创新绩效之间的倒 U 型关系的研究假设相吻合。并且在高( $\Delta\theta = -0.226, p < 0.05$ )和低( $\Delta\theta = 0.115, p < 0.05$ )取值下,创业者自恋的瞬时间接效应在不同环境不确定程度下存在显著差异,验证了假设 H<sub>4a</sub>关于环境不确定性对创业愿景中介作用的调节效应。表 7 显示,创业者自恋取值为低时,瞬时间接效应在高任务不确定性中为正且显著( $\theta = 0.168, p < 0.01$ ),并且与低任务不确定性中的差异显著( $\Delta\theta = 0.106, p < 0.05$ );创业者自恋取值高时,差异依然显著( $\Delta\theta = -0.277, p < 0.05$ );在中取值时,也表现了一定程度的差异水平( $\Delta\theta = -0.085, p < 0.1$ ),假设 H<sub>4b</sub>也得以验证。

表 6 环境不确定性对瞬时间接效应的调节作用

环境不确定性(Z1)	创业者自恋(X)		
	低(-1SD)	中(MEAN)	高(+1SD)
高环境不确定性(+1SD)	0.166 **	-0.037	-0.240 **
低环境不确定性(-1SD)	0.050	0.018	-0.014
差异	0.115 *	-0.055	-0.226 *

注:瞬时间接效应基于 $(b_X + 2b_{XX}X + b_{XZ}Z_1 + 2b_{XXZ}XZ_1)b_M$ 计算,所有系数均采用 bootstrap(1000)进行估计;  $*p < 0.1$ ,  $*p < 0.05$ ,  $**p < 0.01$

资料来源:本文整理

表 7 任务不确定性对瞬时间接效应的调节作用

任务不确定性(Z2)	创业者自恋(X)		
	低(-1SD)	中(MEAN)	高(+1SD)
高任务不确定性(+1SD)	0.168**	-0.063*	-0.293**
低任务不确定性(-1SD)	0.062	0.023	-0.016
差异	0.106*	-0.085*	-0.277**

注:瞬时间接效应基于 $(b_X + 2b_{XX}X + b_{XZ}Z_1 + 2b_{XXZ}XZ_1)b_M$ 计算,所有系数均采用 bootstrap (1000)进行估计; \* $p < 0.1$ , \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$

资料来源:本文整理

## 五、结论与启示

### 1. 研究结论

当研究还在争辩自恋领导是一个好领导还是坏领导时,Pierce 和 Aguinis(2013)<sup>[25]</sup>指出,当线性研究的结论不一致时,曲线关系的探索可以更好地对现象进行解释。但是,现有研究并未直接通过实证的方式检验领导者的自恋与绩效之间的曲线关系(Grijalva 等,2015)<sup>[29]</sup>。关于创业者的研究,更是很少涉及对处于孵化期的创业公司,其创始人对初创团队影响。本文选择由科技型创业者推动的初创公司为研究对象,其特殊性主要体现在这类创业者既是科技创新的主要来源或推动者,又是公司整体运作的重要领袖。本文将领导力研究与创业研究进行结合,基于印象管理理论,从团队成员对创业者的印象评价中,探讨了创业者自恋如何影响孵化期公司创业愿景的形成,从而影响团队创新绩效的过程。并将不确定性作为调节变量,验证了环境不确定性和任务不确定性的调节作用。

研究证实了创业者自恋与团队创新绩效之间的倒 U 型关系,以及创业愿景对这一倒 U 型关系的中介作用。作为独立创始人的创业者同时兼具领导者及高创造性个体的特征,有着较高自恋倾向。由于积极错觉的存在,自恋者可能并没有真实评价自身的绩效水平。本文验证了创业者自恋与团队创新绩效之间的倒 U 型关系,并结合印象管理理论,从创业者自恋与创业愿景的倒 U 型关系视角出发,说明了创业者适度的自恋,有助于创业愿景的传递,但低度自恋所表现的信心不足、缺乏魅力以及过度自恋所表现的傲慢自大,都会对团队创新绩效形成负向影响。自恋的影响效果并非一成不变,对大多数创业者而言,往往有着较高的自恋倾向,需时刻提醒自己规避过度自恋可能导致的不利局面。

### 2. 研究启示

(1)创业者的创业设想需要通过初创团队成员的实施得以实现。对于创业者而言,其创业设想能否成功,很大程度上取决于其初创团队能否将具有创新性的设想转化为可呈现的产品或服务形态,这就需要创业者能有效将其个人创业计划或设想传递给团队成员,形成有效的公司创业愿景。关于创新的研究中,更多探讨了个体创意如何获得支持,创意的提出者与实施者往往是同一个体。但较为复杂的创新很难由同一人完成,通常由发起者提出构想,而由团队成员合作实施完成。本文关于创业者对团队实施绩效的作用分析,可以进一步推广到创新发起者对团队成员影响的相关研究中。

此外,本文的这一结论同时扩展了印象管理理论的应用范围。现有研究大多从员工如何获取领导的较好印象、应聘者如何赢得招聘者的良好评价等角度进行研究,但创业活动的特殊性,需要创业活动的领导(即创业者)能获得团队成员的支持,从这一角度,本文对印象管理理

论进行了延伸,试图对在特定情境中,领导是否需要获取员工良好印象的相关问题进行了部分解释。

(2)创业者需针对不确定性采取主动应对策略。创业活动往往处于较高的不确定情境中,虽然创业者自身对不确定性有着较高的承载能力,甚至乐于接受不确定性的挑战,但团队成员一般并不具备与创业者等同的高承载能力。环境不确定性较高时,团队成员依赖于创业者的方向指引,这就需要创业者不断强化市场意识,以及对外界环境中机会及威胁的识别能力。不同于外界环境的客观性,任务不确定性在某种程度上会受到创业者战略分解与工作分配的影响。由于新产品实现过程所需的科技含量较高,在对任务进行设计及分解时,可能并不能准确描述任务特征,此时更需要有效的愿景予以支撑,倘若创业者能较为清晰地对团队成员设计任务分工,则应让团队成员拥有更多的自主性。

(3)根据创业所处阶段进行情境管理。本文选取的创业公司,为创业苗圃或孵化器中的初创型公司。在孵化阶段,公司的创新绩效可能较市场绩效、财务绩效更为重要,但公司的运作需要稳定的现金流作为支撑,尤其对于初创公司,资金的短缺往往导致创新投入与其他绩效指标的矛盾。创业是否能成功,最终需要通过市场检验,如何平衡各类绩效指标,创业需要根据具体情境进行宏观规划。此外,本文虽然证实了公司创业愿景在孵化期的重要作用,但创业公司一旦跨越鸿沟,进入加速期、成长期,创业愿景还能起到何种作用,是否还会出现新的关键因素,都需要结合创业所处的不同阶段继续探索。

## 参考文献

- [1] Reid, S. E., D. Roberts, and K. Moore. Technology Vision for Radical Innovation and Its Impact on Early Success[J]. *Journal of Product Innovation Management*, 2015, 32, (4): 593 - 609.
- [2] Bare, M. Putting Creativity to Work: The Implementation of Creative Ideas in Organizations[J]. *Academy of Management Journal*, 2012, 55, (5): 1102 - 1119.
- [3] Moore, G. A. *Crossing the Chasm: Marketing and Selling Disruptive Products to Mainstream Customers* [M]. New York, NY: HarperBusiness, 2014.
- [4] Marion, T. J., J. H. Friar, and T. A. Cullinane. Multi-Disciplinary New Product Development Course for Technological Entrepreneurs[J]. *Journal of the Academy of Business Education*, 2012, 13, (2): 71 - 89.
- [5] Young, D. R., and C. Kim. Can Social Enterprises Remain Sustainable and Mission-focused? Applying Resiliency Theory[J]. *Social Enterprise Journal*, 2015, 11, (3): 233 - 259.
- [6] 廖建桥, 邵康华, 田婷. 自恋型领导的形成、作用及管理对策[J]. *北京: 管理评论*, 2016, (6): 131 - 139.
- [7] Ahmetoglu, G., et al. Dark Side of Personality, Intelligence, Creativity, and Managerial level[J]. *Journal of Managerial Psychology*, 2016, 31, (2): 391 - 404.
- [8] Leutner, F., et al. The Relationship between the Entrepreneurial Personality and the Big Five Personality Traits[J]. *Personality & Individual Differences*, 2014, 63, (6): 58 - 63.
- [9] 单标安, 费宇鹏, 于海晶, 陈彪. 创业者人格特质的内涵及其对创业产生的影响研究进展探析[J]. *上海: 外国经济与管理*, 2017, (4): 15 - 24.
- [10] Owens, B. P., A. S. Walker, and D. A. Waldman. Leader Narcissism and Follower Outcomes: The Counterbalancing Effect of Leader Humility[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2015, 100, (4): 1203 - 1213.
- [11] Maccoby, M. Narcissistic Leaders: The Incredible Pros, the Inevitable Cons[J]. *Harvard Business Review*, 2000, 78, (1): 68 - 77.
- [12] 王益文等. 自恋人格调节信任博弈的结果评价[J]. *北京: 心理学报*, 2017, (8): 1080 - 1088.
- [13] Galvin, B. M., D. A. Waldman, and P. Balthazard. Visionary Communication Qualities as Mediators of the Relationship between Narcissism and Attributions of Leader Charisma[J]. *Personnel Psychology*, 2010, 63, (3): 509 - 537.
- [14] Brown, J. D. Positive Illusions and Positive Collusions: How Social Life Abets Self-Enhancing Beliefs[J]. *Behavioral and Brain Sciences*, 2009, 32, (6): 514 - 515.
- [15] Goncalo, J. A., F. J. Flynn, and S. H. Kim. Are Two Narcissists Better Than One? The Link Between Narcissism, Perceived

- Creativity, and Creative Performance[J]. *Personality and Social Psychology Bulletin*,2010,36,(11):1484-1495.
- [16] Campbell, W. K., et al. Narcissism in Organizational Contexts Review [J]. *Human Resource Management Review*,2011,21,(4):268-284.
- [17] Rosenthal, S. A., and T. L. Pittinsky. Narcissistic Leadership[J]. *Leadership Quarterly*,2006,17,(6):617-633.
- [18] Anderson, C. A., and G. J. Kilduff. Why do Dominant Personalities Attain Influence in Face-to-Face Groups? The Competence-Signaling Effects of Trait Dominance[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*,2009,96,(2):491-503.
- [19] Navis, C., and O. V. Ozbek. The Right People in the Wrong Places: The Paradox of Entrepreneurial Entry and Successful Opportunity Realization[J]. *Academy of Management Review*,2016,41,(1):109-129.
- [20] Nevicka, B., et al. Uncertainty Enhances the Preference for Narcissistic Leaders[J]. *European Journal of Social Psychology*,2013,43,(5):370-380.
- [21] Ruvio, A., Z. Rosenblatt, and R. Hertz-lazarowitz. Entrepreneurial Leadership Vision in Nonprofit vs. for-profit Organizations[J]. *Leadership Quarterly*,2010,21,(1):144-158.
- [22] Bogart, L. M., B. G. Benotsch, and J. L. Pavlovic. Feeling Superior but Threatened: The Relation of Narcissism to Social Comparison[J]. *Basic and Applied Social Psychology*,2004,26,(1):35-44.
- [23] Uhl-Bien, M. Relational Leadership Theory: Exploring the Social Processes of Leadership and Organizing[J]. *The Leadership Quarterly*,2006,17,(6):654-676.
- [24] Back, M. D., S. C. Schmukle, and B. Egloff. Why are Narcissists so Charming at First Sight? Decoding the Narcissism-popularity Link at Zero Acquaintance[J]. *Journal of Personality & Social Psychology*,2010,98,(1):132-145.
- [25] Pierce, J. R., and H. Aguinis. The Too-Much-of-a-Good-Thing Effect in Management[J]. *Journal of Management*,2013,39,(2):313-338.
- [26] 文东华,童卫华,彭希. CEO 自恋、所有权性质和组织后果——来自中国上市公司的证据[J]. *北京:经济管理*,2015,(8):65-75.
- [27] Envick, B. R. Achieving Entrepreneurial Success through Passion, Vision & Courage: A Cognitive Model for Developing Entrepreneurial Intelligence[J]. *Academy of Entrepreneurship Journal*,2014,20,(1):55-74.
- [28] 尚玉钊,席西民,赵童. 愿景、战略与和谐主题的关系研究[J]. *天津:管理科学学报*,2010,(11):4-11.
- [29] Howell, J. M. and B. Shamir. The Role of Followers in the Charismatic Leadership Process: Relationships and Their Consequences[J]. *Academy of Management Review*, 2005, 30,(1):96-112.
- [30] Grijalva, E., et al. Narcissism and Leadership: A Meta-analytic Review of Linear and Nonlinear Relationships[J]. *Personnel Psychology*,2015,68,(1):1-47.
- [31] Chuang, C. H., S. E. Jackson and Y. Jiang. Can Knowledge-intensive Teamwork Be Managed? Examining the Roles of HRM Systems, Leadership, and Tacit Knowledge[J]. *Journal of Management*, 2016, 42,(2):524-554.
- [32] Verdu, A. J., I. Tamayo, and A. Ruiz-moreno. The Moderation Effect of Environmental Uncertainty on the Relationship between Real Options and Technological Innovation in High-tech Firms[J]. *Technovation*,2012,32,(9-10):579-590.
- [33] Fredberg, T. Real Options for Innovation Management[J]. *International Journal of Technology Management*,2007,39,(6):72-85.
- [34] Fara, J. S., and A. Yan. Boundary Work in Knowledge Teams[J]. *Journal of Applied Psychology*,2009,94,(3):604-617.
- [35] Dugosh, K. L., and P. B. Paulus. Cognitive and Social Comparison Processes in Brainstorming[J]. *Journal of Experimental Social Psychology*,2005,41,(3):313-320.
- [36] Ocasio, W. Attention to Attention[J]. *Organization Science*,2011,22,(5):1286-1296.
- [37] Resick, C. J., et al. The Bright-side and the Dark-Side of CEO Personality: Examining Core Self-evaluations, Narcissism, Transformational Leadership, and Strategic Influence[J]. *Journal of Applied Psychology*,2009,94,(6):1365-1381.
- [38] Waldman, D. A., et al. Does Leadership Matter? CEO Leadership Attributes and Profitability under Conditions of Perceived Environmental Uncertainty[J]. *Academy of Management Journal*,2001,44,(1):134-143.
- [39] Kivimaki, M., and M. Elovainio. A Short Version of the Team Climate Inventory: Development and Psychometric Properties[J]. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*,1999,72,(2):241-246.
- [40] Lovelace, K., D. L. Shapiro, and L. R. Weingart. Maximizing Cross-functional New Product Teams' Innovativeness and Constraint Adherence: A Conflict Communications Perspective[J]. *Academy of Management Journal*,2001,44,(4):779-793.
- [41] Maruping, L. M., et al. Folding under Pressure or Rising to the Occasion? Perceived Time Pressure and the Moderating Role of Team Temporal Leadership[J]. *Academy of Management Journal*,2014,58,(5):1313-1333.

# Research on the Nonlinear Relationship between Technological Entrepreneur' Narcissism and Team Innovation Performance: From the Perspective of Entrepreneurial Vision

LI Jin<sup>1</sup>, HOU Hong-mei<sup>2</sup>, LI Yan-shu<sup>1,2</sup>

(1. School of Business, Nanjing Normal University, Nanjing, Jiangsu, 210023, China;

2. Nantong Polytechnic College, Nantong, Jiangsu, 226002, China)

**Abstract:** The personalities of entrepreneurs are considered to be a key factor influencing entrepreneurial activities and outputs. As a special group, technological entrepreneurs have both leadership and creativity, which is of great significance to study their narcissistic personality. On entrepreneurs' perspective, the success of entrepreneurship largely depends on the production level of their start-up team. Narcissism involves a series of self-centered characteristics, such as self-appreciation, self-expansion and so on. Although studies have suggested that narcissistic leaders' arrogance, indifference and even hostile will damage the relationship between leaders and team members, which will inhibit the effectiveness of leadership, but the narcissists' self-confidence, attraction and humor features can act positively. The inconsistency suggests that there is still insufficient evidence to support a simple linear relationship between narcissism and leadership effectiveness. This article will explore if there is an inverted-U relationship between entrepreneur narcissism and team innovation performance.

Considering the complexity and uncertainty of entrepreneurial activities, whether the entrepreneurs can effectively transfer to the team members of the vision information and persuaded the team members to trust each other and sacrifice for each other is related to the success of entrepreneurial activity in a certain extent. Organizational strategy and performance are the most discussed consequences of vision in general and entrepreneurial vision in particular. For the incubating enterprise, the entrepreneurial vision shared by team members will help to improve the company's innovation performance. The implementation of entrepreneurs' innovative ideas needs to be supported by a team. From the perspective of entrepreneurial vision, this paper studies how the entrepreneurs' narcissism affects the shared entrepreneurial vision, and then takes the entrepreneurial vision as an mediating variable and analyzes its relationship.

The process from the proposing of entrepreneurial ideas to actualizing it consists with the two stages of those of innovation activities. During this process, social support activities are necessary. The implementation of entrepreneurs' innovative ideas needs to be supported by a team. Based on Impression Management theory, narcissistic entrepreneurs can promote positive impression during the management of their team, thus to enhance the level of performance. But another characteristic of narcissists is arrogance, which means the ignorance of other people's opinions. Whether the influence of narcissistic impressions is stable or not has not been studied yet. As a consequence, this article will explore if there is a nonlinear relationship between entrepreneur narcissism and team innovation performance. For entrepreneurial activities, the biggest feature is the uncertainty which is taken as moderating variables in the curve linear. This article divides the uncertainty into two aspects: environmental uncertainty and task uncertainty.

This article combines the study of leadership and entrepreneurship, and chooses the technological entrepreneurs who are independent founders and their employees as objects. The sources of the entrepreneurial enterprises target at the entrepreneurial nursery gardens or business incubators in two Zijin Sci-tech Entrepreneurship Special Communities. Focusing on the relationship between the degree of entrepreneur narcissism and the level of innovation performance in start-up team, his article studied the final example of 184 technological entrepreneurs and 1222 team members. The research findings show that there is an inverted U-shaped nonlinear relationship between entrepreneur narcissism and entrepreneurial vision, and entrepreneurial vision constitutes the primary mechanism through which entrepreneur narcissism influences on team innovation performance. Meanwhile, uncertainty including environmental uncertainty and task uncertainty, has a moderating effects on the relationship. In particular, inverted-U relationship relationship will be stronger under conditions of high uncertainty.

**Key Words:** entrepreneur narcissism; entrepreneurial vision; uncertainty; team innovation performance

**JEL Classification:** L16, M13, O31

**DOI:**10.19616/j.cnki.bmj.2018.04.005

(责任编辑: 霄 雪)