

“自我超越”团队价值观一致性与创业绩效*

——一个有调节的中介模型

吕斐斐¹ 杨青^{2,3}

(1. 上海大学悉尼工商学院, 上海 201800;

2. 上海财经大学商学院, 上海 200433;

3. 上海开放大学经济管理学院, 上海 200433)

内容提要:创业团队是影响创业绩效的关键性因素,但是,已有研究大多关注创业团队外部异质性如年龄、教育水平、经验等易观测人口统计特征,而忽略价值观对团队治理效率的作用,也并未解决“什么样的创业团队通过何种路径来取得更好绩效”的问题。本文基于高阶理论、价值观理论、社会交换理论与创业学相关理论研究了创业团队“自我超越”价值观一致性与创业绩效之间的逻辑关系,并检验了知识共享的中介机制以及女性创业者参与在“团队价值观一致性—知识共享”关系中的调节机制。利用对175个创业团队数据实证研究发现:创业团队“自我超越”价值观一致性与创业绩效呈正向相关;创业团队成员较高的“自我超越”价值观一致性会增加成员之间互相交流、分享知识和信息的意愿,从而提升创业绩效;有女性创业者参与的团队,成员“自我超越”价值观一致性对于创新绩效的正向影响会更加显著。研究结论对于进一步理解创业绩效的来源有重要理论意义,并对创业团队组建与管理有一定实践启示。

关键词:创业团队 “自我超越”价值观 知识共享 女性创业者 创业绩效

中图分类号:F272 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2018)08—0089—16

一、引言

创业活动在推动我国经济社会发展、促进就业、推动产业创新等过程中发挥了关键性作用。然而,创业存在高度不确定性和风险,目前我国新创企业面临着高失败率和缺乏成长潜力的困境(胡望斌等,2014)^[1]。虽然主流创业学研究经常将个体作为创业对象,然而,现实生活中很多新创企业是由两个人以上的创业团队所建立的(Gartner等,1994)^[2]。随着市场多元化的发展以及竞争环境不确定性的增加,相比高风险的个人创业模式,团队创业逐步成为创业的主要形式之一。Timmons(1999)^[3]认为,大多数具有市场竞争力并成功立足的新创企业是由创业团队组建的,创业团队是高科技新创企业创新和成长的中坚力量,被认为是影响新创企业成长的关键性因素(Ucbasaran等,2003)^[4]。大量的实证研究也表明,团队创业的绩效要明显高于个人创业(Timmon,

收稿日期:2018-04-25

* 基金项目:国家自然科学基金青年项目“家族期望与新创企业成长研究”(71702195);国家自然科学基金面上项目“家族期望、投资决策与私营企业成长机制研究”(71372037);国家自然科学基金面上项目“家族连带、决策行为选择与私营企业成长机制研究”(71672105)。

作者简介:吕斐斐,女,讲师,管理学博士,研究方向是组织与战略,电子邮箱:lvfeifei87@hotmail.com;杨青,女,讲师,博士研究生,研究方向创业管理,电子邮箱:yudian312@163.com。通讯作者:杨青。

1999)^[3]。虽然创业团队人员的增加可能会为企业带来人力资本上的优势,但是,创业团队的组建过程却异常复杂,会遇到各式各样的问题(Wright等,2007)^[5]。创业团队的构成问题也是团队创业研究的基础性问题(胡祖望等,2014)^[1],是影响创业成功与否的关键性因素。创业团队的概念揭示了从事创业活动的团队如何将资源进行整合并且通过创新方式发明终端产品的长期过程,而如何选择创业团队成员,发挥团队创业的协同效应,提高团队的凝聚力与效用,仍然是很多创业团队所面临的难题(Ensley和Hmieleski,2005)^[6]。

创业团队由不同的个体组成,由于家庭背景、教育和成长环境以及性格特征的不同,团队成员之间存在着不同的价值观,这种价值观的差异性会直接影响他们战略决策选择,从而影响创业绩效。尽管早先大量创业学研究从管理学、社会心理学、组织行为学等不同的理论视角探讨了创业团队异质性特征对于企业绩效的影响(杨俊等,2010^[7];胡望斌等,2014^[11]),但鲜有研究关注创业团队价值观一致性对于新创企业绩效与成长的影响(石磊,2008)^[8]。创业团队异质性的研究源于高管团队异质性研究,而高阶理论强调高管的差异性和作用是此类研究的基础。本文认同Hambrick和Mason(1984)^[9]提出的高阶理论观点,认为高管价值观是影响个体行为决策的重要心理变量。与高管价值观类似,创业者的价值观也将会直接影响其创业决策的选择。但在创业团队建设中,一个重要的研究问题应该是探讨团队的价值观而非个体的价值观,相比于个体变量研究,团队层级的变量更富有现实和理论意义(Schaubroeck等,2007)^[10]。创业团队价值观的一致性有利于减少团队成员之间“战略”层面的冲突,减少内耗,有利于团队成员形成统一的使命感、目标以及对组织共同的承诺从而提升创业团队绩效(石磊,2008)^[8]。不同类型和维度的价值观一致性对创业绩效具有不同的影响(刘军等,2007)^[11],但是,何种一致性的价值观会对创业团队产生更为重要的影响,团队的价值观又如何作用于创业绩效的影响机制尚未清晰。

大量组织行为的研究已经证实,领导者价值观会对下属工作效率以及团队绩效产生影响,如团队学习、知识共享以及知识创新等(Jin等,2017)^[12]。根据Schwartz等(2012)^[13]的价值观理论,个体主要呈现四个维度的价值观类型,包括自我超越、自我提升、保守和开放性。基于价值观理论,本文着重探讨创业团队“自我超越”价值观与创业绩效之间的关系,因为自我超越反映的是一种聚焦于他人的价值观,体现了“利他主义”和“团队精神”的特性,是团队合作的核心价值观,亦是影响团队合作效率的关键因素。实证研究表明,管理者的“利他主义”行为可以传达对他人的关爱与关心,从而提升组织治理效率(Brown和Trevino,2006)^[14]。也有研究表明,这种“利他主义”行为可以培养团队成员之间的信任度(Ferrin等,2007)^[15]。随着团队成员之间信任度的提升,个体往往具有更加强烈的意愿去分享和交换彼此掌握的技能、知识、信息和资源(Mooradian等,2006)^[16]。追溯到20世纪90年代,企业已经开始运用知识管理的方式来改善管理雇员、技术更新以及操作流程来提高业绩(Guptill,2008)^[17]。知识是企业竞争力的重要来源,而知识共享的环节可以实现四种知识类型的重要转换:一是社会化,将原先知识转换成显性知识;二是外延,将原先隐性知识转化成显性知识;三是组合,将显性知识转换成显性知识;四是内化,将隐性知识转换成显性知识(Rantapuska和Ihanainen,2008)^[18]。通过不同类型知识的共享和整合,可以进一步提升企业的知识积累从而转换为生产力,提高企业绩效。因此,本文提出了“团队‘自我超越’价值观一致性—知识共享—创业绩效”的理论模型,探讨了创业团队成员“自我超越”价值观一致性对于创业绩效的影响,并检验了知识共享在两者之间的传导效应。

根据性别理论(Carless,1998)^[19],本文分析了女性创业者的参与在“创业团队价值观一致性—知识共享”模型中的调节机制,建立了一个有调节的中介模型,具体研究模型如图1所示。目前已有创业研究关注女性创业者与男性创业者之间的区别,其中大量文献集中探讨了他们在选择行业、创业动机、个性特质、管理风格上体现出的性别差异,而鲜有研究关注女性在创业团队中的角色。

相比过去较为轻松的创业环境,如今的企业要求更加有才华的员工,而其中很大一部分有才华的女性为企业成功建立做出积极的贡献(Omar 和 Davidson,2001)^[20]。关于高管团队异质性的研究表明,虽然大部分的高管团队只有清一色男性,但是,有女性参与的高管团队可以为企业带来特殊的竞争力。当有女性加入高管团队时,高管团队将变得更加多样化,无论是在社会分类的层面还是信息分享方面都会更加多元化(Van Knippenberg 等,2004)^[21]。而这种信息多元化的优势可以有效地体现在组织战略决策的各个方面,比如在对女性消费者、雇员心理和贸易伙伴的了解上,女性具有一定的优势,她们可以为团队提供更加全面的知识和观点,从而提高团队决策质量。鉴于女性高管的重要角色,本文进一步探讨女性创业者参与在价值观一致性与创业绩效之间的调节效应。学者们认为,研究高管团队对组织绩效的作用机制时,有必要打开团队互动过程的“黑匣子”(刘军等,2007)^[11],而本研究的理论模型对于进一步理解创业团队到组织绩效的中介路径有着重要的理论意义。

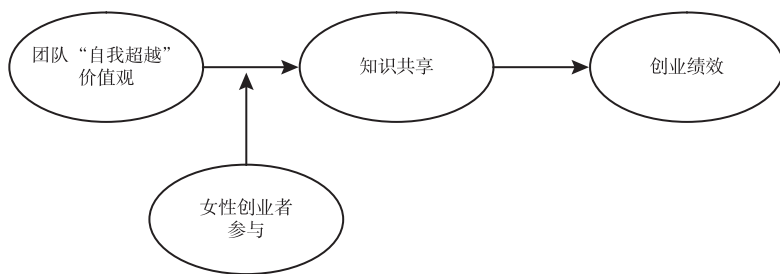


图1 研究模型

资料来源:本文绘制

二、理论与假设

1. 创业团队“自我超越”价值观一致性与创业绩效

价值观被定义为是个人或群体对于什么是“值得”的看法,囊括内显和外显的范畴。(Kluckhohn,1951)^[22],影响着人们判断事物的方式、手段及行为选择结果。从高阶理论来看,企业高管的价值观通过影响他们对环境信息的判断而导致他们在行为和战略决策上的差异性(Hambrick 和 Mason,1984)^[9]。已有大量实证研究的结果证明,企业高管不同类型的价值观对企业绩效有着截然不同的影响(Ling 等,2007)^[23]。而相比其他各种强调个体主义的价值观,本文关心创业团队成员“自我超越”价值观一致性的影响,因为其强调社会公正、人人平等、重视维护和提高他人乃至全人类的福祉的价值导向,具有极强利他主义导向的特征(Sosik 等,2009)^[24],是团队合作的关键要素。Rushton 等(1989)^[25]认为,利他主义导向的人通常会表现出亲社会的行为,比如帮助他人、合作以及参与社会服务等。“自我超越”价值观作为聚焦他人和利他主义的价值观导向,在关系导向社会如中国等尤为重要(Baytiyeh 和 Pfaffman,2010)^[26],也是影响团队关系和效率的重要因素。Kankanhalli(2005)^[27]发现,员工利他主义可以促进知识分享,因为具有这类价值观导向的人更喜欢帮助他人。Wasko 和 Faraj(2000)^[28]在电子行业的实证研究表明,员工可能因为希望为社会的整体福利做出贡献(即为社会谋福祉)而更加愿意分享个人的知识和经验。因此,基于利他主义的假设,当创业团队成员具有“自我超越”价值观时,会比较容易产生同理心,更加愿意帮助团队中的其他成员,提升团队的凝聚力和合作精神,促进创业绩效。本文认为,对于创业团队而言,“自我超越”价值观应是一个重要的研究变量,因为它可以促使创业团队加强合作,增加知识分享行为,减少创业团队的运营和管理成本而提高创业团队治理效率。

团队价值观一致性反映了全体成员对团队使命、战略设计、业务发展等方面有着共同的认知和承诺(石磊,2008)^[8]。大量研究已表明,团队价值观一致性可以帮助建立成员之间的信任和好感,有利于培育共同的团队文化,降低团队成员之间的关系冲突,提高团队的合作绩效(刘军等,2007)^[11]。而“自我超越”价值观所蕴含的“利他主义”和“为社会谋福祉”的价值体系使得他们更加关注团队的集体利益而非个人利益。因此,当创业团队成员“自我超越”价值观一致性越高时,该团队会呈现出更高的团队合作精神,成员之间也会以更开放的心态来接受成员的不同意见(Ling等,2007)^[23],形成团队更和谐的互动氛围(尹奎等,2015)^[29],缓解成员之间因为认知的差异带来的内部冲突,更有效地利用集体的智慧开发出新的产品,提高创业绩效(Chatman等,1998)^[30]。因此,本文提出如下假设:

H₁:创业团队“自我超越”价值观一致性对创业绩效有正向影响。

2. 知识共享的传导效应

创业团队之所以能在“自我超越”价值观一致性的情况下提高治理效率和创业绩效,其间有一个重要的传导机制便是知识共享。知识共享是组织内成员之间将个人的经验、技能、信息相互交流分享的互动过程(Kim和Lee,2006)^[31],是企业和团队获得活力和创新动力的重要源泉,也是创业绩效提升的重要过程。大量国内外实证研究表明,价值观是影响个体是否参与组织内成员知识共享过程的关键导向性因素(Hwang和Kim,2007)^[32]。创业团队成员会基于其个体不同的利益需求进行知识共享,如职业需求、个人成就、财富收益等。相比于个体主义导向的价值观强调个人利益、声誉和尊重,具有“自我超越”价值观,强调利他主义与集体主义价值导向的员工,将个人知识视为组织的知识,将知识共享看作是学习型组织的构建,更加愿意去分享个人经验、知识和技能(尹奎等,2015)^[29]。

“自我超越”价值观的一致性可以帮助构建坦诚相待、互通有无的工作环境和谐的人际关系,在这种良好合作氛围的激励下,团队成员将乐于分享个人知识(陆琳和陈晓荣,2011)^[33]。另外,具有相同价值观的创业团队成员之间会形成一种强有力的信任关系,而这种信任为彼此之间信息交换提供了稳健和安全的基础。根据社会交换理论,信任是进行社会交换的基础,成员之间的信任带来了互惠的预期,可以实现双方长期可持续的社会交换关系(Blau,1964)^[34]。换言之,“自我超越”价值观一致性带来的知识共享很有可能是可以持续的,并且可以形成稳健的知识共享氛围。因此,创业团队成员之间“自我超越”价值观的一致性水平越高,基于信任基础的互惠预期更强烈,他们彼此知识经验分享、交换、整合的行为就越多(Tsai和Cheng,2010)^[35],知识共享的成效也会相应更加显著(Szulanski等,2004)^[36]。

另外,知识是创新的关键要素,团队内部知识资源的利用和整合是提高团队创新能力和绩效的重要来源。如比尔·盖茨曾经提到,企业的繁荣和发展中存在自我毁灭的因素,要防止这些消极影响的唯一对策就是坚持不断地知识积累和创新。从演化经济学来看,每一种企业的竞争优势和壁垒都是不断累积知识和经验的结果,因此,创业团队可以通过现阶段知识和技术的共享实现组织知识的积累,并以此为基础不断发展和改进,进而提高企业竞争力(Dosi等,2008)^[37]。通过知识共享,团队成员能了解嵌入在其他成员中的知识,根据自有知识特点梳理知识间的内在联系,清晰获取新知识的重要程度,从而有效地利用这些知识,提升对知识的整合能力,提高创新绩效(柯江林等,2007)^[38]。

创业团队成员往往具有不同的教育背景与职业经验,有着不一样的知识结构,这就为知识共享提供了丰富的知识库和前提。成员之间通过分享彼此的经验、技能、信息,将有利于对成员的异质性知识进行整合、运用,帮助他们清晰问题的脉络和线索(Klimoski和Mohammed,1994)^[39],拓展创新思维(路琳和梁学玲,2009)^[40],提高新创企业的环境应变能力和创新能力(Kearns和Lederer,

2003)^[41]。这种团队成员之间的知识共享不仅能够提升成员个人的知识储备量,还能使得知识在共享的过程中不断地被系统化、社会化。成员借助于知识共享的通道,将个人的知识传递给团队的其他成员,实现知识从个人层面向组织层面的转化,增加企业知识储备(Tsoukas 和 Vladimirov, 2001)^[42],提高企业的持续创新能力。

综上所述,本文认为,创业团队成员“自我超越”价值观一致性会形成集体的利他主义导向的文化氛围,创建长期而稳健的组织内社会交换环境,从而促进形成个体之间有效经验、知识和技能的共享机制。而知识共享所带来的资源整合效应、创新能力的培育会进一步提升团队的创业绩效。因此,本文提出如下假设:

H₂:知识共享在创业团队“自我超越”价值观一致性与创业绩效之间存在中介效应。

3. 女性创业者的调节效应

女性在中国传统文化中被定义为贤妻或慈母的角色,而其在专业领域的作用往往被忽略,只有少量的研究关注了女性高管或女性创业者对于高管团队效率、企业绩效以及国民经济的影响,而这些学者普遍肯定了女性创业者对新兴市场经济的重要贡献(Sullivan 等,1997)^[43]。根据性别理论(Carless,1998)^[19],性别差异是基于生物学的差异决定的,但会随着社会化过程进行演化和强化,形成不同的性别刻板印象从而影响角色期望(Yukl,2002)^[44]。男女行为的差异源于社会化过程,在这个过程中个体会通过学习来确定符合其性别期望的合理行为。与此相似,社会角色理论(Eagly 和 Karau,2002)^[45]认为,管理者的行为会受到性别角色的影响,在同一情境下女性和男性高管可能会呈现出不同的行为模式(Costa 等,2001)^[46]。女性通常被认为具有一些共性如具有同情心、友善及乐于助人等,而男性则被认为具有武断、统治、野心和自信等特征(Eagly 和 Karau, 2002)^[45]。在工作中,相比较男性而言,女性更倾向于考虑他人的处境和内心世界(Gillgan, 1993)^[47],给予他人帮助(Morrison,2009)^[48],更善于营造沟通、合作和信任的管理文化(Srinidhi 等,2011)^[49]。因而,本文认为,女性创业者在创业团队中可以承担一个“粘合剂”的角色,把创业团队内部成员团结起来,形成开放、合作的知识共享氛围。

在新创企业成立之初,创业团队往往会经历磨合期,由于个体价值观的不一致会导致团队成员在信息沟通与战略决策过程中的冲突,而女性创业者善于倾听团队内不同的声音和了解不同创业成员的内心世界,可以帮助有效避免沟通障碍、促进良好团队氛围从而提升知识共享的效率。从另一方面而言,由全部男性所组成的创业团队会呈现出强烈“刚性”特征,一旦有沟通障碍出现则更加容易发生冲突,使得创业团队氛围僵化而限制了知识信息共享的渠道。因此,本文提出如下假设:

H₃:性别对知识共享在创业团队“自我超越”价值观一致性与创业绩效关系中的中介效应具有调节作用。即对于有女性参与的创业团队,“自我超越”价值观一致性会引发更高水平的知识共享,从而对创业绩效产生正向的影响。

三、研究设计

1. 研究样本与数据收集

本研究采用发放问卷的形式收集数据。问卷收集的时间为2016年3月—2017年1月,历时11个月,主要对上海、江苏、广东、浙江、山东、北京、湖北七个省市的成立6年之内的创业团队发放问卷,问卷主要采用邮寄纸质问卷、电子邮件发放问卷、制作腾讯网络版问卷,笔者亲自实地现场发放等形式。调研共向305个创业团队发放个人问卷958份,305个创业团队收回191个创业团队的582份个人问卷,剔除无效问卷45份,共收集到537份个人数据,175个创业团队数据,有效回收率为56.1%。样本中团队规模在5人以下的小型团队占比80.6%,样本企业中没有创业团队规模超

过 10 人的企业,这可能与团队规模过大难以协调有关(Bart 和 Nathalie,2004)^[50]。团队所在行业涉及制造、计算机软件、零售批发、金融、教育培训等。具体样本数据分布如表 1 所示。

表 1 样本性质的分布统计表

统计内容	类别	频次	百分比(%)	统计内容	类别	频次	百分比(%)
企业成立的年限	1~3年	105	60	团队规模	5人以下	141	80.6
	4~6年	70	40		6~10人	34	19.4
企业规模	50人以下	148	84.6	行业分布	计算机	35	20
	51~100人	25	14.3		食品加工	13	7.4
	101~200人	2	1		化工	6	3.4
企业所在地区	上海市	87	49.7		建筑	21	12
	江苏省	38	21.7		制造	23	13.1
	广东省	20	11.4		交通运输	15	8.6
	浙江省	15	8.6		零售批发	23	13.1
	北京市	7	4		金融	18	10.4
	湖北省	5	2.9		教育	9	5.1
	山东省	3	1.7		其他	12	6.9
团队性别特征	女性参与	74	42.3				
	无女性参与	101	57.7				

资料来源:本文整理

2. 变量与测量

(1)“自我超越”价值观一致性的测量。Schwartz(1994)^[51]认为,价值观不是跨文化的群体潜意识标准,而是个体意识层面对事物评价的标准,因而直接测量方法更能够客观反映个体价值观差异性。本文采用了 Stern 等(1998)^[52]基于 SVS(Schwartz 价值量表)的开发的简化版,主要包括社会公正(纠正不公、扶弱助贫)、平等(人人机会平等)、世界和平(免除战争和冲突)三方面的内容。验证性因素分析结果良好; $\chi^2/df = 3.05$, $RMSEA = 0.086$, $IFI = 0.921$, $CFI = 0.819$, $TLI = 0.853$ 。采用主成分分析法,得到 $KMO = 0.751 > 0.7$;信度系数为 0.843,证明该量表具有较好的信度。

关于“自我超越”价值观在团队层面的一致性测量,本文在单独测量每个成员个体的价值观基础上,采用 James 等(1984)^[53]设计的统计指标 R_{wg} (Within-group Interrater Reliability)来表示团队成员的不同评分者对相同指标体系评价的一致性程度,以此来衡量创业团队成员“自我超越”价值观的一致性水平。计算公式如下:

$$R_{wg(J)} = \frac{J[1 - \overline{\sigma_{xj}^2}/\sigma_{EU}^2]}{J[1 - \overline{\sigma_{xj}^2}/\sigma_{EU}^2] + [\overline{\sigma_{xj}^2}/\sigma_{EU}^2]} \quad (1)$$

$$\sigma_{EU}^2 = \frac{A^2 - 1}{12} \quad (2)$$

在式(1)、式(2)中, J 表示测量变量的问项数量, $\overline{\sigma_{xj}^2}$ 表示变量所有问项的方差平均数, σ_{EU}^2 表示随机分布的方差, A 表示评分量表的点数,比如量表的评分是 7 点评分, A 就是 7。 R_{wg} 的数值介于 0~1 之间,当 R_{wg} 越接近于 1,则表明创业团队成员的价值观一致性水平越高。这种价值观一致性的计算方法已经被很多实证研究应用,具有一定可靠性和普遍性(如刘军等,2007)^[11]。

(2)知识共享的测量。本文借鉴 Lin 和 Lee(2004)^[54]提出的四项测量量表,具体测项包括“在日常工作中,我会主动分享与工作相关知识给创业团队的其他成员”以及“我会分享有用的工作经验和方法给创业团队的其他成员”等。该量表验证性因素分析结果: $\chi^2/df=2.14$, $RMSEA=0.062$, $IFI=0.953$, $CFI=0.874$, $TLI=0.94$,结果表明,知识共享量表的结构效度良好。采用主成分分析, $KMO=0.742>0.7$;信度系数为0.807,具有较好的信度。

(3)女性创业者参与的测量。本文采用了虚拟变量来测量女性创业者的参与,本文将有女性成员参与的创业团队定义为“1”,无女性成员参与的创业团队即纯男性创业团队则定义为“0”。

(4)创业绩效的测量。本文采用了 Lovelace 等(2001)^[55]提出的团队创新绩效的量表来衡量创业团队绩效,具体测项包括“创业团队产品有较高的创新水平”“创业团队可以较快解决技术难题”“创业团队适应能力较强”等。验证性因素分析结果表明各个拟合指标良好: $\chi^2/df=3.27$, $RMSEA=0.068$, $IFI=0.942$, $CFI=0.989$, $TLI=0.982$ 。采用主成分分析法结果显示: $KMO=0.752>0.7$;信度系数为0.823。以上团队层面的数据均采用团队成员评分的均值来衡量。

此外,本研究的样本数据来自于个体层面,但研究的变量都是团队层面,因此,在将个体层面数据聚合到团队层面时需要做组内一致性检验。本文主要采用 Rwg 、 $ICC(1)$ 和 $ICC(2)$ 三个指标来判断组内评价的一致性,结果如表 2 所示。

表 2 各研究变量 Rwg 的平均值和中位数、 $ICC(1)$ 、 $ICC(2)$

变量	自我超越价值观一致性	知识共享	创业绩效
Rwg 平均数	0.826	0.826	0.887
Rwg 中位数	0.9	0.854	0.892
$ICC(1)$	0.231	0.287	0.296
$ICC(2)$	0.782	0.792	0.774

资料来源:本文整理

从表 2 中数据可以看到,所有变量 Rwg 的平均数和中位数均大于 0.7,各变量的 $ICC(1)$ 的值在 0.231~0.296 之间, $ICC(2)$ 的值在 0.774~0.792 之间,因此,可以判定样本数据的组内一致性很高,可以认为样本数据支持从个体层面聚合到团队层面。

借鉴以往研究(de Mol 等,2015)^[56],本文控制了企业规模、企业年龄、行业、团队规模、创业者团队成员之前的创业经历对于知识共享与创业团队绩效的影响。不同的行业确定性具有差异性(Bygrave, 1988)^[57],而这种行业不确定性会直接影响创业绩效的结果,因此,本文在回归模型中控制了行业虚拟变量。另外,本文以企业员工人数作为企业规模的衡量指标,以企业成立的年限来衡量企业年龄。

四、数据分析结果

1. 数据分析方法

本文采用 SPSS22.0 和 MPLUS 7 进行数据分析。根据 Ercceg-Hurn 和 Mirosevich(2008)^[58]的建议,考虑到样本可能不满足总体正态分布、齐方差的要求,为了降低 I 类错误和 II 类错误的可能性,本文采取了 Bootstrap 方法来检验各项回归系数的显著性。因为 Bootstrap 方法无需假设样本服从某种分布,而是通过对原样本进行有放回的随机抽样来重新构造样本分布。因此,本研究共构造 1000 个样本,其中每个样本容量均包含 175 个创业团队,来获得参数估计的稳健标准误及置信区间,若置信区间不含零则表示回归系数具有统计显著性。

表 3 列出了各变量的平均数、标准差和相关系数。结果表明,创业团队成员“自我超越”价值观一致性与创业绩效正相关($r=0.62$, $p<0.001$),并且与知识共享显著正相关($r=0.62$, $p<$

0.001)。女性创业者参与和创业绩效正相关($r = 0.37, p < 0.001$),并且与知识共享显著正相关($r = 0.36, p < 0.001$)。

表3 各变量的平均数、标准差和相关系数

变量名称	M	SD	1	2	3	4	5	6	7	8
企业规模	1.22	0.51								
企业年龄	2.87	1.51	0.117							
行业	0.11	0.32	-0.082	0.006						
团队规模	4.32	2.04	0.01	0.097	-0.012					
创业经历	0.67	0.47	-0.373***	0.023	0.135	0.001				
价值观一致性	0.85	0.14	-0.049	-0.042	-0.023	-0.051	0.127			
女性创业者参与	-0.03	1.00	0.112	0.002	-0.162**	0.161**	-0.121	-0.001		
知识共享	3.95	0.28	0.067	-0.027	-0.082	-0.028	-0.06	0.620***	0.366***	
创业绩效	3.99	0.25	0.094	0.019	-0.041	0.048	-0.084	0.621***	0.360***	0.889***

注: $N = 175$; * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

资料来源:本文整理

2. 有调节的中介效应检验

根据 Hayes(2013)^[59] 检验有调节的中介模型方法,本文对三个回归方程参数进行估计:方程1 估计调节变量(女性创业者参与)对自变量(创业团队“自我超越”价值观一致性)与因变量(创业绩效)关系的调节作用;方程2 估计调节变量(女性创业者参与)对自变量(创业团队“自我超越”价值观一致性)与中介变量(知识共享)关系的调节作用;方程3 估计调节变量(女性创业者参与)对中介变量(知识共享)与因变量(创业绩效)之间关系的调节效应以及自变量(创业团队“自我超越”价值观一致性)对因变量(创业绩效)残余效应的调节效应。在回归前,本文对所有预测变量进行了标准化处理,并对所参与回归的变量进行方差膨胀因子检验,结果均不高于1.36,因此不存在多重共线性问题。

如果模型估计满足以下两个条件,则说明有调节的中介效应存在:一是方程1中,自变量(创业团队“自我超越”价值观一致性)的总效应显著,该效应的大小不取决于女性创业者参与。二是方程2和方程3中,创业团队“自我超越”价值观一致性对于知识共享的效应显著,知识共享与女性创业者参与对创业绩效的交互效应显著和/或创业团队“自我超越”价值观一致性与女性创业者参与对知识共享的交互效应显著,知识共享对于创业绩效的效应显著(Muller等,2005)^[60]。本研究中有调节的中介模型检验结果如表4所示。

由表4结果可知,模型1整体显著,其中,创业团队“自我超越”价值观一致性对创业绩效影响显著($\beta = 0.20, p < 0.001$),女性创业者参与对创业绩效有显著正向影响($\beta = 0.08, p < 0.001$)。而创业团队“自我超越”价值观一致性与女性创业者参与的交互项对于创业绩效的预测作用不显著。模型2中,创业团队“自我超越”价值观一致性显著影响知识共享($\beta = 0.23, p < 0.001$),女性创业者参与对知识共享有显著正向影响($\beta = 0.09, p < 0.001$),调节交互项即创业团队“自我超越”价值观一致性与女性创业者参与的乘积项对于知识共享的影响显著($\beta = 0.06, p < 0.05$)。为了进一步理解女性创业者参与对于创业团队“自我超越”价值观一致性与创业绩效关系的调节作用,根据回归方程分别取价值观一致性和女性创业者参与平均数正负一个标准差的值绘制调节效应分析图,如图2所示。检验结果发现,当创业团队中有女性参与者时,“自我超越”价值观的一致性更加能发挥其作用促进团队内部的交流和知识共享。最后,在模型3中,创业团队“自我超越”价值观一致性对创业绩效有显著正向影响($\beta = 0.05, p < 0.05$)。由此可见,在加入中介变量后,自变量对于

因变量的影响显著性有明显下降;女性创业者参与对于创业绩效的影响不显著,调节交互项的影响也不显著;中介效应即知识共享对于创业绩效有显著正向影响($\beta = 0.68, p < 0.001$)。在加入中介变量后,相比模型 1,模型 3 的解释方差有较大提高,进一步证实中介变量的解释力。

表 4 创业团队“自我超越”价值观一致性对创业绩效有调节的中介效应检验

变量名称		模型 1(创业绩效)			模型 2(知识共享)			模型 3(创业绩效)		
		B	SE	95% CI	B	SE	95% CI	B	SE	95% CI
控制变量	企业规模	0.03	0.03	[-0.03,0.09]	0.02	0.03	[-0.03,0.08]	0.01	0.02	[-0.02,0.05]
	企业年龄	0.01	0.01	[-0.01,0.03]	0.00	0.01	[-0.02,0.02]	0.01	0.01	[0.00,0.02]
	行业	0.04	0.04	[-0.03,0.11]	0.00	0.03	[-0.06,0.06]	0.04	0.02	[-0.01,0.08]
	创业团队规模	0.01	0.01	[-0.01,0.02]	-0.01	0.01	[-0.02,0.01]	0.01	0.01	[0.00,0.02]
	创业经历	-0.06*	0.03	[-0.13,-0.01]	-0.06	0.03	[-0.14,0.00]	-0.03	0.02	[-0.06,0.02]
自变量	价值观一致性	0.20***	0.02	[0.17,0.23]	0.23***	0.02	[0.18,0.27]	0.05**	0.02	[0.01,0.08]
调节变量	女性创业者参与	0.08***	0.01	[0.06,0.10]	0.09***	0.02	[0.06,0.12]	0.02	0.01	[-0.01,0.04]
	价值观 × 女性创业者	0.03	0.02	[0.00,0.06]	0.06*	0.03	[0.01,0.11]	-0.01	0.02	[-0.04,0.02]
中介变量	知识共享							0.68***	0.07	[0.55,0.81]
	R ²	0.55***			0.56***			0.81***		

注:各预测变量的 95% 置信区间采用 Bootstrap 方法;N = 175; * p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

资料来源:本文整理

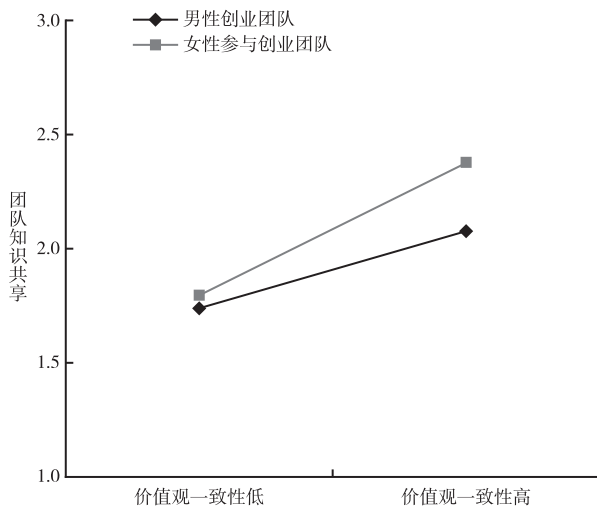


图 2 女性创业者参与对价值观一致性与知识共享的调节作用

资料来源:本文绘制

综合而言,创业团队“自我超越”价值观一致性通过知识共享这一中介过程对创业绩效的影响受到女性创业者参与的调节。对于有女性参与的创业团队而言,“自我超越”价值观一致性通过知识共享来提升创业绩效的间接效应相对较强;对于没有女性参与的创业团队而言,团队成员“自我超越”价值观一致性通过知识共享对创业绩效间接效应的影响则相对较弱。

3. 分样本检验

为了更清楚地分析女性创业者参与的调节作用,本文将样本分为两个子样本群,其中创业团队中有女性创业者有74个观测值,没有女性创业者参与的创业团队有101个观测值。分样本进行检验的结果如表5所示。表5中的模型2表明有女性创业者参与的团队,团队成员“自我超越”价值观一致性与知识共享显著正相关($\beta = 0.287, p < 0.001$),说明当有女性创业者存在时,价值观一致性越能发挥促进团队知识共享的作用,结果进一步支持了假设H₃。模型4的结果表明,无女性创业者参与的团队,团队成员之间价值观的一致性也与知识共享显著正相关($\beta = 0.171, p < 0.001$)。根据分样本检验的结果可以得知,创业团队成员“自我超越”价值观一致性对于知识共享有显著正向影响,无论是否有女性创业者参与,其影响仍旧显著。然而,有女性创业者参与的团队,价值观一致性与知识共享的相关系数明显高于纯男性创业者的团队,从而进一步证实女性创业者参与的调节作用。

表5 女性创业者参与分样本检验结果

变量名称		有女性创业者参与团队				无女性创业者参与团队			
		模型1		模型2		模型3		模型4	
		B	SE	B	SE	B	SE	B	SE
控制变量	企业规模	-0.021	0.023	-0.009	0.016	0.007	0.016	0.010	0.013
	企业年龄	-0.028	0.065	0.006	0.044	0.094	0.057	0.059	0.045
	行业	0.044	0.162	0.056	0.109	-0.025	0.062	-0.007	0.049
	创业团队规模	0.000	0.016	0.007	0.011	-0.029	0.012	-0.026	0.010*
	创业经历	0.038	0.081	-0.043	0.055	-0.024	0.054	-0.059	0.042**
自变量	价值观一致性			0.287***	0.031	0.287		0.171	0.022***
	R ²	0.021		0.564		0.092		0.447	
	观测值	74		74		101		101	

注: $N = 175$; * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

资料来源:本文整理

4. 其他稳健性检验

为了进一步检验实证结果的稳健性,本文做了其他一些分样本检验。考虑到创业初期企业生存年龄对于创业绩效的影响,本文基于企业年龄中位数进行分组检验。本文将样本按新创企业年龄的均值分为高龄组和低龄组,以检验不同企业年龄组样本下,团队价值观一致性对于创业绩效的影响,检验结果表明,新创企业不论处于高龄组还是低龄组,价值观一致性对于知识共享和创业绩效的都显著正向影响,结果较为稳健(如表6所示)。

另外,由于在本文的研究样本中,来自上海地区的样本占比49%,为此,本文又对这部分样本重新进行了主效应、调节以及中介效应的回归检验,论文的主要研究结果并未呈现明显差异。由于在本文的研究样本中,非制造类企业占到了86.9%,为此,本文又以非制造类企业为研究对象,并重复前文中的回归分析,实证结果与之前假设一致,证明本文的研究结果比较稳健。

表 6 企业年龄分样本检验结果

变量名称		低年龄企业组				高年龄企业组			
		模型 1(知识共享)		模型 2(创业绩效)		模型 3(知识共享)		模型 4(创业绩效)	
		B	SE	B	SE	B	SE	B	SE
控制变量	企业规模	-0.030	0.053	0.012	0.040	0.078	0.052	0.063	0.051
	行业	-0.052	0.072	-0.007	0.054	-0.021	0.085	0.038	0.083
	创业团队规模	0.026	0.014	0.028*	0.011	-0.012	0.010	0.000	0.010
	创业经历	-0.080	0.056	-0.104*	0.042	-0.037	0.060	-0.032	0.059
控制变量	价值观一致性	0.235***	0.032	0.205***	0.031	0.196***	0.207	0.190***	0.027
	R ²	0.447		0.510		0.414		0.387	
	观测值	84		84		91		91	

注: N = 175; * p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

资料来源: 本文整理

五、结论与启示

1. 结论与讨论

面对竞争日趋激烈的市场环境,越来越多的创业者选择了团队创业形式来获得企业生存与发展的资源和能力,以提高创业的成功率。然而,很多创业团队在创业失败后进行了解散或者在中途就选择放弃,如何组建创业团队并发挥成员之间的协同效应是很多创业团队面临的困境。本文基于高阶理论、价值观理论以及创业团队相关文献,检验了创业团队“自我超越”价值观一致性对于创业绩效的影响,以及知识共享的中介效应。实证研究结果表明,创业团队成员“自我超越”价值观一致性越高,团队创业绩效越好,其中一个重要的传导效应是知识共享的过程。创业团队“自我超越”价值观一致性越高,个体本身更加具有帮助他人的意愿,降低由于个人价值观不一致而产生的冲突,也会帮助形成团队良好、稳健和可持续性的知识共享的环境,而这些隐性和显性知识、经验的积累是新创企业实现产品创新、核心竞争力的重要来源。通过知识的共享和积累,可以进一步降低团队合作的运营成本,达到有效资源整合而促进创业绩效。本文的研究结果也证实了女性创业者参与的调节效应,有女性创业者参与的创业企业,可以更好地化解内部矛盾,因为女性的同理心可以帮助协调团队各个成员之间的冲突,构建良好的知识共享氛围。

2. 理论贡献

本文的主要的理论贡献主要有以下几点:

第一,尽管较多的学者已经对创业团队的结构问题展开了大量的研究,但是都主要集中在成员的外部异质性特征(性别、年龄、教育背景),忽视了成员内部心理结构特征对创业绩效的影响机制。高阶理论的研究已经证实了高管价值观对于其战略决策和行为的重要影响,然而,在创业学的领域仍旧鲜有研究关注创业者价值观导向对于其行为或者创业绩效的影响,尤其更少研究关注创业团队价值观的一致性的影响。本文从价值观的视角出发,探究了创业团队“自我超越”价值观一致性对创业绩效的影响,强调了利他主义与集体主义特征的价值导向对于提升团队协同效应的重要性。

第二,本文探讨了知识共享在创业团队“自我超越”价值观一致性与创业绩效之间的中介

效应,进一步剖析了价值观一致与团队结果变量之间的影响机制,帮助打开创业团队运作的“黑箱”。虽然早期研究表明个体价值观可能会导致同事之间的知识共享行为,然而,并没有探讨团队价值观的一致性的作用。本文认为,需要同时考虑价值观的类型与创业团队成员之间价值观的一致性来探究团队内知识共享的前因,只单独探讨个体的价值观体系驱动或者笼统探讨团队价值观的一致性并不能有效解析团队层级的结果变量,因而本文进一步丰富了创业团队行为的研究。

第三,虽然有少数的研究已经探讨了女性在高管团队中的重要性(Van Doorn等,2015)^[61],但是,关于女性高管通过什么路径影响团队的治理效率并不清晰。本文根据性别理论和高阶理论,提出了一个有调节的中介效应模型,强调女性在创业团队中“粘合剂”的重要角色,尤其是创业初期会面临大量的困境和沟通不一致的障碍,女性创业者同时兼具创业职业性与女性柔性的特点,可以更好地协调团队问题和帮助建立良好的团队知识共享氛围。本研究拓展了女性高管的研究内容,发现女性创业者在创业团队中有着重要影响,这对进一步展开女性创业以及创业团队构成的研究有重要理论意义。

3. 管理启示

本文研究结论也为新创企业主在创业团队组建方面提供了以下几个启示。首先,创业者在选择自己的合作伙伴时,不仅要考虑资源优势的互补,更要考虑团队成员个人的价值观。正所谓“道不同,不相为谋”,团队成员之间的共同价值观是团队建设与合作的基础,有利于形成一致的团队目标、任务和使命。价值观一致能有效避免人际关系的冲突,构建积极的团队沟通文化,有效发挥成员的人力资本优势。其次,创业者应该尤为关注利他主义和集体主义导向的价值观体系,如本文研究的“自我超越”价值观,因为这类价值观导向可以激发个人在组织内的公民行为,形成友爱互助的创业氛围。尤其是在当前中国经济快速发展,社会转型不断加速的时期,国人的价值观也在快速地变迁,对个人成功和利益的追求,对传统价值观的淡化已经成为一股强大的社会思潮。寻找并建立具有相类似的利他主义价值观导向的合作者,可以有效避免创业团队内部冲突,减少内耗并提升治理效率。再次,创业团队内部要积极营造良好的知识共享氛围。知识共享是提高团队创新能力、提高创业绩效的重要影响因素。团队成员之间要共建良好的知识共享氛围,创造一个相互信任、包容、开放的组织文化环境,积极引导成员将自己的知识和经验与他人分享,促进相互学习,实现“1+1>2”的团队创业优势,提高组织的创新绩效。最后,在创业团队中适当增加女性成员的比例,完善性别结构,充分发挥女性的“母性”特征以及“粘合剂”的作用,完善成员间沟通机制,增强团队内部信任程度,促进团队成员之间的合作,提高团队创业的效率。

4. 研究不足与未来发展方向

本文研究的局限首先主要表现在数据的限制和不足。本文的样本主要来自于江苏省、上海市、广东省的创业团队,并没有考虑到中西部样本的差异性,因而在一定程度上会影响研究结果的普适性。我国中西部经济发展状况差异较大,建立创业团队的理念在西部还比较薄弱,因而在收集西部创业团队问卷存在一定的困难。本文建议之后的研究可以扩大样本量并且在不同的地区进行样本收集,尤其是需要比较东西部差异性,进一步检验本研究的结论。另外,本文的样本主要集中在制造业等领域,忽视了女性创业者在服务性行业的重要角色,如女性创业者在旅游和医疗行业的作用(Zapalska和Brozik,2014)^[62]。在服务性行业,女性创业者在创业团队中的“柔性”粘合剂的作用可能会更加凸显。因此,建议未来的研究可以增加女性创业者在其他行业的样本量,来进一步明确女性创业者在不同行业所起的作用以及差异性。其次,知识共享是一个动态的过程,由于资源的限制,本研究只采用了横截面数据进行研究,并没有

办法追踪到创业团队价值观对于知识共享的影响如何随时间变化而变化,以及知识共享的动态演变如何影响组织绩效等,未来研究可以采取长期动态跟踪调研方法去检测团队成员互动的变化,进一步揭示创业团队初建到成功创业的长期过程与路径,有助于总结和归纳成功创业团队的共性要素和一定程度上可模仿操作的规律。再次,个人的价值观体系是非常复杂的,不同的价值观导向会导致个体不一样的感知判断与行为方式,本文只探讨了创业团队中“自我超越”价值观一致性对于创业绩效的作用,并没有检验其他类型的价值观的影响。虽然本文认为“自我超越”价值观作为反映个体“利他主义”和“团队合作”倾向的价值观是影响团队合作与效率的关键性价值观指标,其他类型的价值观如“集体主义”“个体主义”“传统性”“家族主义”等对于个体在团队协作中的影响需要进一步探索。另外,本文只探讨了创业团队价值观一致性在团队异质性(女性创业者参与)情境下的作用,并没有考虑其他外部情境因素如制度驱动和市场化程度的影响(贺小刚等,2013)^[63],之后的研究可以研究其他不同类型的情境下创业团队价值观的作用。再者,本文主要探讨了知识共享在团队成员价值观一致性与创业绩效之间的中介效应,而价值观驱动到创业绩效之间可能存在其他的影响路径,如团队和谐、团队决策和治理效率等。未来的研究可以进一步完善创业团队价值观一致性与创业绩效之间的中介机制。另一方面,本文只检验了创业团队价值观一致性与创业绩效的关系,其他与创新相关的结果变量有待进一步探索。例如在组织行为学领域早已经探讨了高管价值观与员工创造力、创意思维、公民行为、组织承诺等一些心理和行为变量的关系。未来的研究可以进一步将组织行为学和心理学结果变量纳入创业学的研究模型中,如去探讨创业团队价值观一致性与创业团队的创造力与组织承诺的关系,进一步丰富创业学中心理范畴的研究。本文研究基于团队层面,之后研究亦可检验团队层面的价值观体系如何影响高管的个体行为。最后,本文虽然探讨了女性创业者在创业团队中的重要角色,但其如何影响创业团队的治理效率和绩效是一个非常复杂的问题。国外研究文献已经表明,女性创业者具有男性创业者的“刚性”特质,而具备这种“刚性”特质的女性创业者对于创业团队的贡献是否具有其他路径,仍缺乏深入的关注。因此,在未来的研究中,可能要区分女性创业者之间的异质性,才能进一步丰富创业团队异质性绩效机制的理论基础。

参考文献

- [1]胡望斌,张玉利,杨俊.同质性还是异质性:创业导向对技术创业团队与新企业绩效关系的调节作用研究[J].北京:管理世界,2014,(6):92-110.
- [2]Gartner, W. B., K. G. Shaver, E. Gatewood, and J. A. Katz. Finding the Entrepreneur in Entrepreneurship[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 1994, 18, (3): 5-10.
- [3]Timmons, J. A., and S. Spinelli. New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century[M]. Irwin: McGraw-Hill, 1999.
- [4]Ucbasaran, D., A. Lockett, M. Wright, and P. Westhead. Entrepreneurial Founder Teams: Factors Associated with Member Entry and Exit[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2003, 28, (5): 107-128.
- [5]Wright, M., K. M. Hmieleski, and D. S. Siegel. The Role of Human Capital in Technological Entrepreneurship[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2007, 31, (6): 791-806.
- [6]Ensley, M. D., and K. M. Hmieleski. A Comparative Study of New Venture Top Management Team Composition, Dynamics and Performance between University-based and Independent Startups[J]. Research Policy, 2005, 34, (7): 1091-1105.
- [7]杨俊,田莉,张玉利,王伟毅.创新还是模仿:创业团队经验异质性与冲突特征的角色[J].北京:管理世界,2010,(3):84-96.
- [8]石磊.论创业团队构成多元化的选择模式与标准[J].上海:外国经济与管理,2008,(4):52-59.
- [9]Hambrick, D. C., and P. A. Mason. Upper Echelons: The Organization as A Reflection of Its Top Managers[J]. Academy of Management Review, 1984, 9, (2): 193-206.
- [10]Schaubroeck, J., S. S. K. Lam, and S. E. Cha. Embracing Transformational Leadership: Team Values and the Impact of Leader

Behavior on Team Performance[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2007, 92, (4): 1020 – 1030.

[11] 刘军,李永娟,富萍萍. 高层管理团队价值观共享、冲突与绩效:一项实证检验[J]. *武汉:管理学报*, 2007, (9): 644 – 653.

[12] Jin, L., K. Madison, N. D. Kraiczy, F. W. Kellermanns, T. R. Crook, and J. Xi. Entrepreneurial Team Composition Characteristics and New Venture Performance: A Meta-Analysis[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2017, 41, (5): 743 – 771.

[13] Schwartz, S. H., J. Cieciuch, M. Vecchione, E. Davidov, R. Fischer, and C. Beierlein. Refining the Theory of Basic Individual Values[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2012, 103, (4): 663 – 688.

[14] Brown, M. E., and L. K. Travino. Ethical Leadership: A Review and Future Directions[J]. *The Leadership Quarterly*, 2006, 17, (6): 595 – 616.

[15] Ferrin, D. L., P. H. Kim, C. D. Cooper, and K. T. Dirks. Silence Speaks Volumes: The Effectiveness of Reticence in Comparison to Apology and Denial for Repairing Integrity- and Competence-based Trust Violations[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2007, 92, (4): 893 – 908.

[16] Mooradian, T., B. Renzl, and K. Matzler. Who Trusts? Personality, Trust and Knowledge Sharing[J]. *Management Learning*, 2006, 37, (4): 523 – 540.

[17] Guptill, J. Healthcare Knowledge Management: The Art of the Possible[J]. *Health Care Finance*, 2008, 31, (3): 10 – 14.

[18] Rantapuska, T. and O. Ihanainen. Knowledge Use in ICT Investment Decision Making of SMEs[J]. *Journal of Enterprise Information Management*, 2008, 21, (6): 585 – 596.

[19] Carless, S. A. Gender Differences in Transformational Leadership: An Examination of Superior, Leader, and Subordinate Perspectives[J]. *Sex Roles*, 1998, 39, (11/12): 887 – 902.

[20] Omar, A., and M. J. Davidson. Women in Management: A Comparative Cross-cultural Overview[J]. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 2001, 8, (3/4): 35 – 67.

[21] van Knippenberg, D., K. W. De Dreu, Carsten, and A. C. Homan. Work Group Diversity and Group Performance: An Integrative Model and Research Agenda[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2004, 89, (6): 1008 – 1022.

[22] Kluckhohn, C. Values and Value-orientations in the Theory of Action: An Exploration in Definition and Classification[A]. In Parsons T, Shils E A (Eds.), *Toward a General Theory of Action*[C]. Cambridge: Harvard University Press, 1951.

[23] Ling, Y., H. Zhao, and R. A. Baron. Influence of Founder-CEOs' Personal Values on Firm Performance: Moderating Effects of Firm Age and Size[J]. *Journal of Management*, 2007, 33, (5): 673 – 696.

[24] Sosik, J. J., D. Jung, and S. L. Dinger. Values in Authentic Action: Examining the Roots and Rewards of Altruistic Leadership[J]. *Group and Organization Management*, 2009, 34, (4): 395 – 431.

[25] Rushton, J., D. Fulker, M. Neale, D. Nias, and H. Eysenck. Aging and the Relation of Aggression, Altruism and Assertiveness Scales to the Eysenck Personality Questionnaire[J]. *Personality and Individual Differences*, 1989, 10, (2): 261 – 263.

[26] Baytiyeh, H., and J. Pfaffman. Volunteers in Wikipedia, Why the Community Matters[J]. *Educational Technology & Science*, 2010, 13, (2): 128 – 140.

[27] Kankanhalli, A., B. C. Y. Tan, and K. Wei. Contributing Knowledge to Electronic Knowledge Repositories: an Empirical Investigation[J]. *MIS Quarterly*, 2005, 29, (1): 113 – 143.

[28] Wasko, M. M., and S. Faraj. It is What One Does: Why People Participate and Help Others in Electronic Communities of Practice[J]. *Journal of Strategic Information Systems*, 2000, (9): 155 – 173.

[29] 尹奎,孙健敏,刘永仁,宋皓杰. 职场友谊对知识共享意愿的影响——一个调节中介模型[J]. *天津:科学学与科学技术管理*, 2015, (8): 160 – 169.

[30] Chatman, J. A., J. T. Polzer, and S. G. Barsade. Being Different Yet Feeling Similar: The Influence of Demographic Composition and Organizational Culture on Work Processes and Outcomes[J]. *Academy of Management Journal*, 1998, 41, (5): 42 – 54.

[31] Kim, S., and H. Lee. The Impact of Organizational Context and Information Technology on Employee Knowledge Sharing Capabilities[J]. *Public Administration Review*, 2006, 66, (3): 370 – 385.

[32] Hwang, Y. J., and D. J. Kim. Understanding Affective Commitment, Collectivist Culture, and Social Influence in Relation to Knowledge Sharing in Technology Mediated Learning[J]. *Ieee Transactions on Professional Communication*, 2007, 50, (3): 232 – 248.

[33] 路琳,陈晓荣. 人际和谐取向对知识共享行为的影响研究[J]. *北京:管理评论*, 2011, (1): 68 – 74.

[34] Blau, P. M. *Exchange and Power in Social Life*[M]. New York: Wiley, 1964.

[35] Tsai, M. T., and N. C. Cheng. Programmer Perceptions of Knowledge-sharing Behavior under Social Cognitive Theory[J]. *Expert Systems with Applications*, 2010, 37, (12): 8479 – 8485.

[36] Szulanski, G., R. Cappetta, and R. J. Jensen. When and How Trustworthiness Matters: Knowledge Transfer and the Moderating

Effect of Causal Ambiguity[J]. *Organization Science*, 2004, 15, (5): 600 – 613.

[37] Dosi, G., M. Faillo, and L. Marengo. Organizational Capabilities, Patterns of Knowledge Accumulation and Governance Structures in Business Firms: An Introduction[J]. *Organization Studies*, 2008, 29, (8 – 9): 1165 – 1185.

[38] 柯江林, 孙健敏, 石金涛, 顾琴轩. 企业 R&D 团队之社会资本与团队效能关系的实证研究——以知识分享与知识整合为中介变量[J]. *北京: 管理世界*, 2007, (3): 89 – 101.

[39] Klimoski, R., and S. Mohammed. Team Mental Model: Construct or Metaphor? [J]. *Journal of Management*, 1994, 20, (20): 403 – 432.

[40] 路琳, 梁学玲. 知识共享在人际互动与创新之间的中介作用研究[J]. *天津: 南开管理评论*, 2009, (1): 118 – 123.

[41] Kearns, S. G., and A. L. Lederer. A Resource-based View of Strategic IT Alignment: How Knowledge Sharing Create Competitive Advantage[J]. *Decision Science*, 2003, 34, (1): 1 – 29.

[42] Tsoukas, H., and E. F. L. Vladimirou. What is Organizational Knowledge? [J]. *Journal of Management Studies*, 2001, (38): 973 – 993.

[43] Sullivan, P., C. Halbrendt, Q. Wang, and E. Scannell. Exploring Female Entrepreneurship in Rural Vermont and Its Implications for Rural America[J]. *Economic Development Review*, 1997, 15, (3): 37 – 42.

[44] Yukl, G. *Leadership in Organizations* (5th Ed.) [M]. Upper River, NJ: Prentice Hall, 2002.

[45] Eagly, A., and S. Karau. Role Congruity Theory of Prejudice Toward Female Leaders[J]. *Psychological Review*, 2002, 109, (3): 573 – 598.

[46] Costa, P. T., J. R. Terracciano, and R. R. Mc Crae. Gender Differences in Personality Traits Across Cultures: Robust and Surprising Findings[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2001, 81, (2): 322 – 331.

[47] Gilligan, C. *In a Different Voice* [M]. Cambridge: Harvard University Press, 1993.

[48] Morrison, R. L. Are Women Tending and Befriending in the Workplace? Gender Differences in the Relationship between Workplace Friendships and Organizational Outcomes[J]. *Sex Roles*, 2009, 60, (1/2): 1 – 13.

[49] Srinidhi, B., F. A. Gul., and J. Tsui. Female Directors and Earnings Quality [J] *Contemporary Accounting Research*, 2011, 28, (5): 1610 – 1644.

[50] Bart, C., and M. Nathalie. A Process Study of Entrepreneurial Team Formation: The Case of A Research-based spin-off[J]. *Journal of Business Venturing*, 2004, 19, (1): 55 – 79.

[51] Schwartz S H. Are There Universal Aspects in the Structure and Contents of Human Values? [J] *Journal of Social Issues*, 1994, 50, (4): 19 – 45.

[52] Stern, P. C., T. Dietz, and G. A. Guagnano. A Brief Inventory of Values [J]. *Educational and Psychological Measurement*, 1998, 58, (6): 984 – 1001.

[53] James, L. R., E. R. G. Demaree, and G. Wolf. Estimating Within-group Interrater Reliability with and without Response Bias [J]. *Journal of Applied Psychology*, 1984, 69, (1): 85 – 98.

[54] Lin, H. F., and G. G. Lee. Perceptions of Senior Managers toward Knowledge-sharing Behaviour [J]. *Management Decision*, 2004, 42, (1): 108 – 125.

[55] Lovelace, K., D. L. Sha Piro, and L. Weingart. Maximizing Cross Functional New Product Team's Innovativeness and Constraint Adherence: A Conflict Communications Perspective [J]. *Academy of Management Journal*, 2001, 44, (4): 779 – 793.

[56] de Mol, E., S. N. Khapova, and T. Elfring. Entrepreneurial Team Cognition: A Review [J]. *International Journal of Management Reviews*, 2015, 17, (2): 232 – 255.

[57] Bygrave, W. D. The Structure of the Investment Networks of Venture Capital Firms [J]. *Journal of Business Venturing*, 1988, 3, (2): 137 – 157.

[58] Ercegum, D. M., and V. M. Mirosevich. Modern Robust Statistical Methods [J]. *American Psychologist*, 2008, 63, (7): 591 – 601.

[59] Hayes, A. F. *An Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression Based Approach* [M]. New York: Guilford Press, 2013.

[60] Muller, D., C. M. Judd, and V. Y. Yzerbyt. When Moderation is Mediated and Mediation is Moderated [J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2005, 89, (6): 852 – 863.

[61] van Doorn, S., M. Reimer, and M. L. M. Heyden. CEO Career Horizon and EO: How TMT Female Representation Mitigates Horizon Problems [J]. *Academy of Management Proceedings*, 2015, 2015, (1): 13034.

[62] Zapalska, A. M., and D. Brozik. Female Entrepreneurial Businesses in Tourism and Hospitality Industry in Poland [J]. *Problems and Perspectives in Management*, 2014, 12, (2): 7 – 13.

[63] 贺小刚, 吕斐斐, 张远飞. 业绩驱动、市场化进程与民营企业活动配置 [J]. *北京: 经济管理*, 2013, (8): 92 – 103.

“Self-transcendence” Values Consistency and Entrepreneurial Performance: A Moderated Mediation Model

LV Fei-fei¹, YANG Qing^{2,3}

(1. SILC Business School, Shanghai University, Shanghai, 200433, China;

2. College of Business, Shanghai University of Finance and Economics, Shanghai, 200433, China;

3. College of Economics and Business administration, Shanghai Open University, Shanghai, 200433, China)

Abstract: There has been growing interest in studying entrepreneurial team since scholars noticed that entrepreneur is typically plural, not singular. Both entrepreneurship theory and business practices have shown that entrepreneurship is not an individual activity but a complex dynamic system with the participation of many people. High failure rate of single entrepreneur in setting up new businesses leads to a phenomena that the number of entrepreneurial team is increasing rapidly. In fact, the vast majority of ventures are founded and led by teams rather than by individuals. Previous research shows that the way in which entrepreneurial team members work together plays an important role in determining venture outcomes. However, why some entrepreneurial teams are capable of developing teamwork leading to successful entrepreneurial outcomes and other teams are not remains unclear. How to select appropriate business partners to build up an entrepreneurial team has become one of the biggest challenges for most entrepreneurs.

Most entrepreneurship scholars investigated entrepreneurial team diversity based on demographic characteristics including gender, age, education, and previous entrepreneurial experience. Unfortunately, individual value as a critical factor that affecting individual's perception, motivation, and behaviors has been ignored in current literature on entrepreneurial team. To fulfill this gap, this paper aims to examine entrepreneurial team member's value consistency as a new antecedent of entrepreneurial performance. Based on upper echelon theory, values, and gender theory, this paper fulfills an identified need to study how entrepreneurial team member's "Self-transcendence" Values Consistency influence knowledge sharing and entrepreneurial performance, as well as female entrepreneur participation moderates the relationship between value consistency and knowledge sharing.

This paper designed a questionnaire and collected 175 team-level data from various provinces in mainland China such as Shanghai, Jiangsu, Guangzhou, Beijing, Shandong, and Hubei province. Our findings show that (1) entrepreneurial team member's self-transcendence value consistency has a positive effect on entrepreneurial performance. Entrepreneurial team member's self-transcendence values consistency helps to establish a harmonious and interactive atmosphere for team working which in turn improves entrepreneurial performance. (2) Knowledge sharing plays a mediating role in the relationship between value consistency and entrepreneurial performance. Entrepreneurial team member's value consistency forms an open, trust, and reciprocal platform for both tacit and explicit knowledge sharing and improves team's competitive advantages. (3) Female entrepreneur participation has significant moderating effect on the relationship between value consistency and knowledge sharing. For those entrepreneurial team with female members, female entrepreneurs helps to reduce other male entrepreneurs' conflicts, enhance communication effectiveness, and establish a secure atmosphere for knowledge sharing.

Our paper made several theoretical and practical implications. First, our paper examined self-transcendence value at team-level in entrepreneurship and emphasized the important role of value consistency in entrepreneurial team building, which adds the literature on entrepreneurship by highlighting value congruence as an important antecedent of team performance. Second, this paper explored the mediating mechanism in the relationship between value consistency and outcome variables and suggested the important mediating role of knowledge sharing, which helps to get deeper understanding of "black box" entrepreneurial team dynamism. Additionally, our results shows the significant moderating role effect of female entrepreneur participation, which adds to the research on female entrepreneurs and heterogeneity of entrepreneurial team.

Key Words: entrepreneurial team; "self-transcendence" value; knowledge sharing; female entrepreneur participation; entrepreneurial performance

JEL Classification: D23, M13

DOI: 10.19616/j.cnki.bmj.2018.08.006

(责任编辑:文川)