

自恋通过再创业风险感知对再创业意向的影响

黎赔肆,李以撒¹

(南华大学 经济管理与法学学院,湖南 衡阳 421001)

[摘要] 文章通过对已有文献进行阅读、梳理与总结,认为再创业意向是一个人创业失败后继续创业的可能性,而自恋作为一种人格维度,具有四个维度,即领导权威、自我崇拜、优越感和人际开拓能力。文章将再创业风险感知纳入研究之中,探究其在自恋四个维度上与再创业意向之间的关系,并提出了相关假设以进行验证,试图系统建立起它们之间的相关联系。

[关键词] 自恋;再创业意向;再创业风险感知

[中图分类号] F279.2 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-0755(2020)05-0054-09

DOI:10.13967/j.cnki.nhxb.2020.0079

创业已成为21世纪经济社会发展的动力源,自主创业是一国或地区经济可持续发展的永恒动力。2015年的政府工作报告,明确提出要全面打造“大众创业,万众创新”的发展引擎。近年来,我国的创业环境在不断改善,政府也在不断增加对创业的支持力度,全民自主创业意愿不断提升,特别是年轻人,他们处于奋斗的年龄,创业激情高涨,创业活动日益活跃,已经成为我国创业的主力军。但是,由于种种原因导致创业失败率居高不下,创业失败后创业者是否再次创业除了受到客观因素的影响外,还与创业者的性格等主观因素有关,而创业者的性格特征中最为突出的便是自恋特征。本文聚焦于创业者性格特征中的自恋特征,探究其对创业者失败后再次创业意向的影响。

一 文献与假设

(一)文献综述

1. 自恋

自恋是一种人格维度,每个人都有不同程度的自恋,我们所指的是具有高度自恋的个体。Daniel R. Ames将自恋分为领导权威、自我崇拜、优越感以及人际开拓能力四个方面^[1]。在以往的研究中,自恋被认为既有消极的一面,又有积极的一面。

《DSM-IV》中将自恋定义为自恋型人格障碍,通常表现为夸大、需要他人赞扬、缺乏同理心等。在近

几十年里,个性理论家证实了自恋不仅是一种病理学,还是一种人格维度,所有个人都可以被放置在这个维度上^[2]。自恋的人主要关心的是对自己有利的行为,这会导致权利观念、无耻的自我欣赏、过度的傲慢和对外界批评的敌意^[3-4]。

然而,在社会科学研究中,自恋被广泛地定义为一种人格,在所有个体中表现出不同程度的自恋^[5],有自恋倾向的人被描述为有魅力、热情和外向的人,同时利用他人来提升自己的自尊心^[5-6]。高度自恋的个体也经常表现出需要保持积极的自我意识,并经常采取自我防御的行为^[7]。

2. 再创业风险感知

风险感知是创业者在创业前对客观存在的风险以及潜在的风险的主观感知,再创业风险感知与创业风险感知并没有太大区别,本文认为再创业风险感知就是在创业失败后,创业者想要再次创业,对其所存在的各种客观风险的认知和判断。再创业风险感知对创业者再次创业起着至关重要的作用,它在很大程度上受到创业者人格特征的影响。自恋者在认知上夸大了自己的观点,并倾向于相信他们在创造力、能力和领导能力等一系列方面都具有卓越的能力^[8]。一些学者认为创业者更可能采取冒险行动(就是那些有很大可能出现令人失望结果的行为),因为他们比大多数人认为风险小。这与创业

[收稿日期] 2020-02-16

[基金项目] 国家社会科学基金项目“创业失败复原过程中创业者社会网络行为研究”资助(编号:14BGL016)

[作者简介] 黎赔肆(1970-),男,湖南汨罗人,南华大学经济管理与法学学院教授,管理学博士。

¹ 南华大学经济管理与法学学院硕士研究生。

者的性格有关,选择创业的人往往认为自己有这个能力,是不安于现状的人,这种人格特质偏向于冒险行为。这使得创业者不能理性看待风险,并影响创业者对风险感知的主观判断,从而影响创业者的创业意向。

3. 再创业意向

创业意向,作为一种行动特征,被证明是计划行为的最佳预测指标,而这种行为非常罕见,难以观察,有可能是不可预见的^[9]。有学者认为再创业意向和创业意向所要表达的主观意愿并没有很大的区别,只是在基础和经验方面有所差异。再创业意向是有过创业经验的人,其再继续创业的主观态度^[10]。另一些研究人员发现,先前的创业经历可能会对个人的创业意向产生影响^[11]。他们以前的创业经验不仅可以培养个人的创业意向,而且还可以积累未来创业活动的经验和技能。然而,还有一些研究表明,先前的创业经验对个人的创业知识产生了轻微的影响,对他们的创业态度并没有重大影响^[12]。无论是创立新企业,还是已经创立了企业,创业者的创业意向在开始创立企业以及后续企业的发展过程中起到了至关重要的作用^[13]。自恋者被组织领导角色所吸引的一个关键原因是他们渴望留下伟大的、令人钦佩的成就遗产^[14]。自恋者被强烈的竞争欲望所驱使^[15-16]。有人认为自恋者通常被视为傲慢、自重和不敏感的人,他们也可以被认为是意志坚强的幻想家和福音派领袖^[15]。为了满足这些需求,自恋的首席执行官们可能会指示他们的组织采取更大胆、更积极的战略行动,这将是创业导向的特点^[17]。所以当自恋者失败时,他们很可能为了证明自己而开始新的创业。

(二) 假设研究

1. 自恋对再创业意向的影响

本文根据 Daniel R. Ames 的理论将自恋分为领导权威、自我崇拜、优越感以及人际开拓能力四个方面^[11]。而影响创业动机和意向的人格特征,是自恋和控制感^[18]。自恋的特点是支配、表现、利用以及优越感和权利感^[19]。自恋或控制感等人格特征在影响动机和意向方面起着至关重要的作用^[20]。有自恋和创业倾向的人似乎都有相似的五大特质^[21]。Mathieu and St-Jean 突出了自恋及其与创业意图的积极关系^[18]。创业意向与创业自我效能感和风险倾向有关^[22]。所以自恋对创业意图具有明显的积极作用。

自恋的创业者善于创造和抓住机会,也倾向于参与冒险的行动,与公司的业绩相比,他们更喜欢拥

有自己的权力和威望^[23]。自恋者容易被名人所吸引,进而以竞争的方式支撑他们的优势。事实上,自恋者总在组织中寻找领导职位^[24-25]。自恋者做出决定的依据是他们对成功的过度期望,他们对成功有足够的信心,认为自己能够获得成功^[26]。自恋者倾向于夸大他们的能力^[25],我们可以假设,他们认为拥有创业所需的技能,即使在现实中,他们可能没有。所以,自恋的创业者为了获得自己渴望的领导权利和威望,获得别人的认同和赞赏,会对创业持积极的态度,并且认为自己具有这样的能力。

职业选择理论和人与环境契合理论认为个人应选择最适合他们的价值观、需求和个性的职业和工作环境。自恋者幻想名望和权力,认为自己更聪明更有魅力^[27],并在不断地寻找赞美和优势^[5],对于自恋者来说,拥有一家企业更符合他们的职业选择,创业可以比其他职业选择更吸引具有自恋性格的人^[28]。自恋的创业者不太关心他们现有的资源基础或能力的大小,而更喜欢追求机会,比如新产品市场的进入^[29],因此自恋的创业者在考虑机会成本时更容易忽视现实存在的问题^[8,26]。许多研究将高风险倾向行为与自恋联系在一起,这可能与自恋者不害怕失败而专注于成功和成就有关。Foster 和 Reidy 认为,自恋者更容易冒险,与非自恋者不同,他们认为风险行为带来的好处更大^[30],他们对失败的反应更多的是愤怒和焦虑^[5],把自己的失败归咎于同事或其它因素^[31]。自恋者的优越感和自我崇拜,使得他们在创业失败的时候,并不认为是自己能力有问题,而只是未能抓住机会从而更倾向考虑到从高风险、高回报的创业计划中获得潜在收益,他们更可能选择继续抓住新的机会,从而表现出更高水平的创业意向。因此,自恋的创业者对于自己的判断和偏见,增加了他们在创业失败后更大胆开始重新创业的可能性,而不顾现实的处境。

对此,我们提出如下假设:

H1a: 领导权威对再创业意向具有正向影响

H1b: 自我崇拜对再创业意向具有正向影响

H1c: 优越感对再创业意向具有正向影响

H1d: 人际开拓能力对再创业意向具有正向影响

2. 再创业风险感知的影响作用

Stewart 和 Roth 在他们的分析中报告说,创业者在风险倾向上的得分明显高于管理者。许多研究已经将高风险倾向行为与自恋联系起来^[30]。这可能与自恋者只关注成功和成就而不害怕失败有关。创业者在决策中,往往包括他们对机会的把握和对风

险的评估。Sitkin 和 Pablo 表明创业研究对风险感知的遗漏可能阻碍了他们的解释力^[32]。风险感知对创业活动起着至关重要的作用,若是在创业活动中忽略风险感知,将会降低创业研究的说服力。决策文献所依据的经济假设错误地暗示了当观察相同的决策情景时,个人会感知到相似的风险水平,不同的创业者,在同样的情境性,所感知的风险各不相同。Laffont 认为,对不确定性偏好较大的人更愿意成为创业者,而对不确定性偏好较小的人更愿意成为有工资的员工^[33]。自恋人格偏高的创业者往往更倾向于高估自己的能力,低估存在的风险,从而在创业失败后选择继续创业。

自恋会影响创业者对冒险行为的理性评估,自恋的创业者对创业风险的评估普遍偏低。Foster, Reidy 和 Goff 的一项研究表明,自恋者与非自恋者的不同之处在于他们更倾向于冒险,他们认为可以从冒险行为中获得更大的好处^[30]。创业者的自恋人格使得他们高估了自己的能力,他们为了追求成功而选择冒险,在创业失败后会再次选择创业。Cooper 和他的同事发现,95%的企业家认为他们的企业很可能会成功,事实上半数以上的新企业都失败了。同样,Palich 发现创业者比管理者更容易感知优势和机会,也更不可能察觉到弱点和威胁^[34],三分之二的高科技创业者声称他们没有承担任何风险。一些研究人员认为人格特征是一个重要的因素,与其他人相比,创业者表现出较强的个性特征,例如强烈的成就感和控制能力、冒险意愿、耐力和智力^[35]。这使得自恋的人对风险的感知并没有那么敏感,因此表现出过度自信(也许还有权力和成功的吸引力),从而影响自恋者对冒险行为的理性评估^[36]。与管理者相比,创业者表现出更高层次的过度自信^[37],表现出明显超过对某一情况的准确看法的信心水平^[38]。他们一心渴求成功,想要获得别人的夸赞和敬畏,反而往往会忽略很多潜在的风险^[39-40]。相较于非自恋的人,自恋的人往往过高地相信自己,认为自己拥有解决风险的能力,可以处理未知的风险,所以不能理性地评估风险,常常低估存在的风险。

对此,我们提出如下假设:

H2a:再创业风险感知在领导权威与再创业意向之间起中介作用

H2b:再创业风险感知在自我崇拜与再创业意向之间起中介作用

H2c:再创业风险感知在优越感与再创业意向之间起中介作用

H2d:再创业风险感知在人际开拓能力与再创业意向之间起中介作用

(三)模型构建

根据上述理论假设,构建我们的理论模型,具体如图1所示。

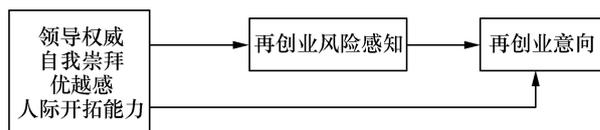


图1 假设模型

二 研究方法

第一,采用文献综述法。本文围绕自恋、再创业风险感知、再创业意向的主题,阅读了大量国内外相关文献,在归纳、总结和梳理相关文献的基础上提出了本文的研究假设。第二,采用问卷调查法。本文采用问卷调查的方式收集数据,调查对象是有过创业失败经历的人。在控制变量方面选取性别、受教育程度以及所处行业等作为控制变量。因调查对象独特使得数据收集具有一定的难度,剔除掉不合格的答卷,最终收集到105份有效问卷数据。第三,采用实证分析法。运用相关软件对收集到的数据进行信度、效度、相关和回归分析,以验证本文的假设。

三 数据分析

(一)数据收集

除了在问卷声明中强调我们的要求是有过创业失败经历的人之外,在问卷发放之前,还特意先发一段文字强调我们所需要的调查对象是有过创业失败经历的人,此外为了防止有些创业者没有注意到问卷有创业失败经历的要求,在问卷中还设置创业失败次数这个问题,将选择失败次数为零次的问卷剔除掉,问卷收集最主要的途径是各企业家群,最后收集到122份问卷,剔除掉17份无效问卷,最终获得105份有效问卷。

(二)信度分析

自恋、再创业风险感知、再创业意向测量的信度分析如表1所示,自恋认知测量包括领导权威、自我崇拜、优越感、人际开拓能力等4个维度,由16个问题构成,信度值(Cronbach's alpha)为0.933,再创业风险感知量表由5个问题构成,5个测量问题的信度值(Cronbach's alpha)为0.865,再创业意向量表通过6个问题来测量调查对象的再创业意向,6个测量问题的信度值(Cronbach's alpha)为0.939,自

恋、再创业风险感知、再创业意向量表测量的数据信度都远远大于接受标准值 0.7,表明通过自恋、再创业风险感知、再创业意向量表获得的数据具有较高的稳定性和一致性。

表 1 相关变量信度分析表

变量	测量项目数量	信度(Cronbach's alpha)
自恋	16	0.933
再创业风险感知	5	0.865
再创业意向	6	0.939

(三)效度分析

1. 自恋效度分析

对自恋进行 KMO 和 Bartlett's 球体检验,以评估样本数据是否能进行因子分析。如表 2 所示,KMO 值为 0.883,大于 0.7。同时 Bartlett's 球体检验的显著水平为 0.000,说明问卷具有良好的效度。如表 3 所示,4 个因素的解释变异量分别为 22.057%、22.010%、21.546%、18.851%,联合解释变异量为 84.464%,大于 50%的最低要求。如表 4 所示,四个维度的测量题项最大负荷系数大于 0.5。综上所述,从探索性因子分析的结果可知,本量表数据具有良好的区分效度。

表 2 自恋 KMO 检验表

Kaiser-Meyer-Olkin 检验		0.883
Bartlett's 球体检验	近似卡方值	1641.302
	df	120
	Sig.	0.000

表 3 解释的总方差

成分	提取平方和载入			旋转平方和载入		
	合计	方差的%	累积%	合计	方差的%	累积%
1	8.074	50.460	50.460	3.529	22.057	22.057
2	2.459	15.369	65.829	3.522	22.010	44.067
3	1.826	11.411	77.240	3.447	21.546	65.613
4	1.156	7.224	84.464	3.016	18.851	84.464

2. 再创业风险感知效度分析

如表 5 所示,KMO 值为 0.826,大于 0.7,同时 Bartlett's 球体检验的显著水平为 0.000,说明问卷具有良好的效度。

3. 再创业意向效度分析

如表 6 所示,KMO 值为 0.826,大于 0.7,同时

Bartlett's 球体检验的显著水平为 0.000,说明问卷具有良好的效度。

表 4 探索性因子分析结果

变量	题项	因子 1	因子 2	因子 3	因子 4
领导权威	LP	0.292	0.851	0.181	0.264
	LP	0.188	0.854	0.170	0.254
	LP	0.184	0.886	0.122	0.251
	LP	0.124	0.838	0.155	0.252
自我崇拜	SW	0.877	0.235	0.088	0.189
	SW	0.898	0.193	0.143	0.165
	SW	0.830	0.131	0.161	0.268
	SW	0.850	0.172	0.146	0.288
优越感	SC	0.357	0.304	0.166	0.680
	SC	0.184	0.205	0.174	0.858
	SC	0.256	0.306	0.088	0.832
	SC	0.282	0.348	0.177	0.755
人际开拓能力	HD	0.138	0.148	0.881	0.034
	HD	0.074	0.140	0.918	0.138
	HD	0.135	0.056	0.890	0.169
	HD	0.151	0.222	0.874	0.167

表 5 再创业风险感知 KMO 检验表

Kaiser-Meyer-Olkin 检验		0.826
Bartlett's 球体检验	近似卡方值	234.005
	df	10
	Sig.	0.000

表 6 再创业意向 KMO 检验表

Kaiser-Meyer-Olkin 检验		0.826
Bartlett's 球体检验	近似卡方值	717.742
	df	15
	Sig.	0.000

(四)相关分析

变量的相关矩阵如表 7 主要变量相关分析所示,领导权威、优越感、自我崇拜、人际开拓能力均与再创业意向呈显著的正相关关系,再创业风险感知与再创业意向呈显著负相关,初步验证了本文所提出的假设,进而可以进行下一步的多元回归分析。考虑到有几个相关系数较接近 0.7,为了研究结果的严谨性,避免出现多重共线性的影响,在做回归的时候对所有变量做了方差膨胀因子分析,结果显示 VIF 值基本在 1 到 3 之间,远远小于 10,说明不存在多重共线性的问题,模型构建良好。

表7 主要变量相关分析

变量	1	2	3	4	5	6
再创业意向	1					
领导权威	0.461**	1				
优越感	0.528**	0.632**	1			
人际开拓能力	0.431**	0.370**	0.377**	1		
自我崇拜	0.384**	0.477**	0.585**	0.331**	1	
再创业风险感知	-0.635**	-0.619**	-0.658**	-0.584**	-0.555**	1

注:***表示在0.01水平(双侧)上显著相关,**表示在0.05的水平(双侧)上显著相关,*表示在0.1的水平(双侧)上显著相关

(五)回归分析

为了验证再创业风险感知在领导权威、自我崇拜、优越感、人际开拓能力与再创业意向之间的中介作用,根据温忠麟和张雷等提出的中介效应检验程序,文章需要依次检验以下三个回归方程,其中 X 、 Y 、 M 分别代表自变量、因变量和中介变量,构建回归方程(1)(2)(3)。

$$Y = cX + e_1 \quad (1)$$

$$M = aX + e_2 \quad (2)$$

$$Y = c'X + bM + e_3 \quad (3)$$

第一步检验,当系数 c 不显著时,必须停止整个

中介效应检验程序;第二步检验系数 a 的显著性,即检验自变量与中介变量之间关系;第三步检验系数 c' 和 b 的显著性,即中介效应检验。

1. 自恋各维度对再创业意向的假设检验

第一步,对自变量和因变量做回归,检验系数 c 的显著性。由表8可知,自变量领导权威、自我崇拜、优越感、人际开拓能力与因变量再创业意向之间的系数分别是0.277、0.138、0.275、0.250,具有显著正相关,可以继续进行接下来的检验,同时验证假设H1a、H1b、H1c、H1d成立。

表8 自恋各维度对再创业意向回归分析

变量	因变量:再创业意向				
	模型1 Beta(标准差)	模型2 Beta(标准差)	模型3 Beta(标准差)	模型4 Beta(标准差)	模型5 Beta(标准差)
常数项	2.458*** (0.321)	1.856*** (0.333)	2.122*** (0.372)	1.777*** (0.382)	1.962 (0.384)
高中及以下	-0.015 (0.230)	-0.179 (0.217)	-0.108 (0.234)	-0.083 (0.222)	-0.135 (0.231)
大专	-0.272 (0.272)	-0.429 (0.255)	-0.383 (0.276)	-0.281 (0.261)	-0.406 (0.273)
本科	0.065 (0.247)	-0.050 (0.231)	-0.036 (0.251)	0.088 (0.237)	-0.042 (0.246)
高科技	-0.016 (0.274)	-0.006 (0.254)	0.067 (0.276)	-0.065 (0.264)	0.030 (0.269)
传统行业	-0.114 (0.300)	-0.089 (0.278)	-0.043 (0.300)	-0.144 (0.288)	-0.045 (0.295)
商贸服务	-0.455 (0.274)	-0.410 (0.254)	-0.364 (0.276)	-0.400 (0.263)	-0.382 (0.270)
个人因素	0.276 (0.235)	0.272 (0.218)	0.253 (0.233)	0.252 (0.226)	0.272 (0.230)
家庭(亲友)	0.262 (0.254)	0.231 (0.236)	0.268 (0.252)	0.261 (0.244)	0.237 (0.249)
环境因素	0.567** (0.250)	0.605** (0.232)	0.558** (0.247)	0.541** (0.240)	0.528 (0.245)
男	1.421*** (0.165)	1.193*** (0.162)	1.297*** (0.178)	1.184*** (0.176)	1.258 (0.177)
领导权威		0.277*** (0.068)			
自我崇拜			0.138* (0.080)		
优越感				0.275** (0.091)	
人际开拓能力					0.205** (0.091)
R ²	0.566	0.631	0.579	0.604	0.588
ΔR ²		0.065***	0.014*	0.039**	0.022**
Adj. R ²	0.520	0.587	0.530	0.558	0.540
F检验	12.250***	14.465***	11.645***	12.920***	12.081***

注:***表示在0.01水平(双侧)上显著相关,**表示在0.05的水平(双侧)上显著相关,*表示在0.1的水平(双侧)上显著相关

2. 再创业风险感知的中介效应检验

表 9 为自恋各维度对再创业风险感知的回归分析,是我们的第二步验证,即自变量对中介变量的检验,由模型 2、模型 3、模型 4 和模型 5 可知,自变量

领导权威、自我崇拜、优越感、人际开拓能力与中介变量再创业风险感知之间的系数 a 分别是-0.425、-0.373、-0.533、-0.446,呈显著负相关。

表 9 自恋各维度对再创业风险感知的回归分析

变量	中介变量:再创业风险感知				
	模型 1 Beta(标准差)	模型 2 Beta(标准差)	模型 3 Beta(标准差)	模型 4 Beta(标准差)	模型 5 Beta(标准差)
常数项	3.501*** (0.334)	4.425*** (0.308)	4.407*** (0.350)	4.819*** (0.347)	4.578*** (0.361)
高中及以下	-0.403* (0.239)	-0.152 (0.201)	-0.154 (0.220)	-0.272 (0.201)	-0.141 (0.218)
大专	-0.242 (0.283)	0.001 (0.236)	0.058 (0.260)	-0.223 (0.236)	0.050 (0.256)
本科	-0.171 (0.257)	0.004 (0.214)	0.101 (0.236)	-0.216 (0.215)	0.062 (0.232)
高科技	0.145 (0.286)	0.129 (0.236)	-0.081 (0.259)	0.239 (0.239)	0.045 (0.253)
传统行业	0.277 (0.312)	0.239 (0.258)	0.087 (0.282)	0.336 (0.261)	0.127 (0.278)
商贸服务	0.323 (0.285)	0.254 (0.235)	0.079 (0.260)	0.217 (0.239)	0.165 (0.254)
个人因素	-0.412* (0.245)	-0.406** (0.202)	-0.350 (0.219)	-0.365 (0.205)	-0.402* (0.217)
家庭(亲友)	-0.357 (0.265)	-0.310 (0.218)	-0.373 (0.237)	-0.355 (0.221)	-0.303 (0.234)
环境因素	-0.577** (0.265)	-0.635*** (0.215)	-0.551** (0.233)	-0.526** (0.218)	-0.492** (0.231)
男	-0.852*** (0.171)	-0.502*** (0.151)	-0.519*** (0.167)	-0.394*** (0.160)	-0.498*** (0.166)
领导权威		-0.425*** (0.063)			
自我崇拜			-0.373*** (0.075)		
优越感				-0.533** (0.083)	
人际开拓能力					-0.446*** (0.086)
R ²	0.287	0.520	0.436	0.506	0.448
ΔR ²		0.233***	0.150***	0.220***	0.161***
Adj. R ²	0.211	0.463	0.370	0.448	0.383
F 检验	3.778***	9.157***	6.542***	8.677***	6.858***

注:***表示在 0.01 水平(双侧)上显著相关,**表示在 0.05 的水平(双侧)上显著相关,*表示在 0.1 的水平(双侧)上显著相关

由表 10 模型 2、模型 3、模型 4 和模型 5 可知,再创业风险感知在领导权威、自我崇拜、优越感、人际开拓能力中介效应检验方程中系数 b 分别为-0.350、-0.469、-0.418、-0.445,均在 0.01 的水平下显著,而领导权威、自我崇拜、优越感、人际开拓能力的中介检验方程的系数 c' 的值为 0.128、-0.073、0.052、0.006,在 0.1 的水平下不显著,所以再创业风险感知在领导权威、自我崇拜、优越感、人际开拓能力与再创业意向之间具有完全中介作用。假设 H2a、H2b、H2c、H2d 得到验证。

四 研究结论和展望

(一) 研究结论

根据上述研究得出本文的研究结论,一是在自恋四维度与再创业意向的关系上,领导权威对再创业意向有显著正向影响,自我崇拜对再创业意向有显著正向影响,优越感对再创业意向有显著正向影响,人际开拓能力对再创业意向有显著正向影响。二是关于再创业风险感知的中介作用方面,再创业风险感知在领导权威与再创业意向之间起完全中介作用,再创业风险感知在自我崇拜与再创业意向之间起完全中介作用,再创业风险感知在优越感与再创业意向之间起完全中介作用,再创业风险感知在人际开拓能力与再创业意向之间起完全中介作用。

表 10 再创业风险感知的中介效应检验

变量	因变量:再创业意向				
	模型 1 Beta(标准差)	模型 2 Beta(标准差)	模型 3 Beta(标准差)	模型 4 Beta(标准差)	模型 5 Beta(标准差)
常数项	2.458 *** (0.321)	3.404 *** (0.567)	4.190 *** (0.553)	3.794 *** (0.624)	4.001 *** (0.579)
高中及以下	-0.015 (0.230)	-0.232 (0.207)	-0.180 (0.211)	-0.197 (0.208)	-0.198 (0.212)
大专	-0.272 (0.272)	-0.429 * (0.242)	-0.355 (0.249)	-0.375 (0.244)	-0.383 (0.249)
本科	0.065 (0.247)	-0.048 (0.219)	0.011 (0.227)	-0.002 (0.222)	-0.015 (0.225)
高科技	-0.016 (0.274)	0.039 (0.242)	0.029 (0.249)	0.035 (0.247)	0.050 (0.246)
传统行业	-0.114 (0.300)	-0.005 (0.266)	-0.002 (0.271)	-0.003 (0.270)	0.012 (0.270)
商贸服务	-0.455 (0.274)	-0.321 (0.243)	-0.327 (0.249)	-0.309 (0.246)	-0.308 (0.247)
个人因素	0.276 (0.235)	0.130 (0.212)	0.089 (0.213)	0.099 (0.214)	0.093 (0.214)
家庭(亲友)	0.262 (0.254)	0.123 (0.227)	0.093 (0.230)	0.112 (0.230)	0.102 (0.230)
环境因素	0.567 ** (0.250)	0.383 (0.231)	0.299 (0.230)	0.321 (0.230)	0.309 (0.229)
男	1.421 *** (0.165)	1.017 *** (0.164)	1.054 *** (0.169)	1.019 *** (0.169)	1.036 *** (0.169)
再创业风险感知		-0.350 *** (0.106)	-0.469 *** (0.100)	-0.418 *** (0.106)	-0.445 *** (0.101)
领导权威		0.128 (0.079)			
自我崇拜			-0.073 (0.081)		
优越感				0.052 (0.102)	
人际开拓能力					0.006 (0.094)
R ²	0.566	0.670	0.661	0.661	0.660
ΔR ²		0.104 ***	0.095 ***	0.096 ***	0.095 ***
Adj. R ²	0.520	0.627	0.617	0.617	0.616
F 检验	12.250 ***	15.558 ***	14.965 ***	14.978 ***	14.915 ***

注:***表示在 0.01 水平(双侧)上显著相关,**表示在 0.05 的水平(双侧)上显著相关,*表示在 0.1 的水平(双侧)上显著相关

(二)研究展望

首先,因为数据是在同一时间收集的,所以后面的研究可以从纵向进行。另外,本文数据采用问卷的形式收取,可能使创业者在填问卷的时候带有主观情绪,所以在样本的选择和数据的收集上存在较大的困难,因此以后在这方面的研究可以考虑找到一种更加合适和合理的方法进行数据的收集。

其次,以后的研究可以尝试扩大研究范围,去探索和发现更多其他的可能,并引入更多的影响因素,进行更加深入的研究,形成一套更加完整和系统的体系。

最后,由于测量的所有数据都来自于失败的创业者,虽然本文做了共同方法偏差检验,其结果小于临界值 40% (也有文献说是 50%),不存在严重的共同方法偏差。但在后续的研究中,共同方法偏差可能是一个潜在的问题,对此,开发出一个好的模型,或设计一套权威化标准化的流程,这将是今后研

究的一个有益的方向。

[参考文献]

- [1] DANIEL R AMES, PAUL ROSE, CAMERON P ANDERSON. The NPI-16 as a short measure of narcissism [J]. Journal of Research in Personality, 2006,40(4): 440-450.
- [2] RASKIN R, TERRY H. A principal components analysis of the narcissistic personality inventory and further evidence of its construct validity [J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1988,54(5): 890-902.
- [3] LUBIT R. The long-term organizational impact of destructively narcissistic managers [J]. Academy of Management Executive, 2002,16(1): 127-138.
- [4] RESICK C J, WHITMAN D S, WEINGARDEN S M, 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.

- [5] CAROLYN C MORF, FREDERICK RHODEWALT. Unraveling the paradoxes of narcissism: A dynamic self-regulatory processing model [J]. *Psychological Inquiry*, 2001, 12(4):177-196.
- [6] CAMPBELL W K, FOSTER C A, FINKEL E J. Does self-love lead to love for others? A story of narcissistic game playing[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2002, 83(2):340-354.
- [7] CALIGOR E, LEVY K N, YEOMANS F E, et al. Narcissistic Personality Disorder: Diagnostic and Clinical Challenges[J]. *American Journal of Psychiatry*, 2015, 172(5):415-422.
- [8] JUDGE T A, LEPINE J A, RICH B L. Loving yourself abundantly: Relationship of the narcissistic personality to self and other perceptions of workplace deviance, leadership, and task and contextual performance[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2006, 91(4):762-776.
- [9] ANDREAS AL-LAHAM, VANGELIS SOUITARIS. Network embeddedness and new-venture internationalization: Analyzing international linkages in the German biotech industry [J]. *Journal of Business Venturing*, 2008, 23(5):567-586.
- [10] KRUEGER J R N F, REILLY M D, CARSRUD A L. Competing models of entrepreneurial intentions[J]. *Journal of Business Venturing*, 2000, 15(5-6):411-432.
- [11] KRUEGER N F. The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability [J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1993, 18(1):5-22.
- [12] PER DAVIDSSON. Culture, structure and regional levels of entrepreneurship [J]. *Entrepreneurship & Regional Development*, 2006, 7(1):41-62.
- [13] CHRISTOPHER L SHOOK, RICHARD L PRIEM, JEFFREY E MCGEE. Venture creation and the enterprising individual: A review and synthesis[J]. *Journal of Management*, 2003, 29(3):379-399.
- [14] MACCOBY M. *Narcissistic leaders: Who succeeds and who fails*[M]. Boston: Harvard Business School Press, 2007.
- [15] LISTER ERIC D. The productive narcissist: The promise and peril of visionary leadership[J]. *Psychiatric Services*, 2004, 55(9):1070-1070.
- [16] ROSENTHAL S A, PITTINSKY T L. Narcissistic leadership[J]. *The Leadership Quarterly*, 2006, 17(6):617-633.
- [17] G T LUMPKIN, GREGORY G DESS. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance[J]. *Academy of Management Review*, 1996, 21(1):135-172.
- [18] MATHIEU C, ÉTIENNE ST-JEAN. Entrepreneurial personality: The role of narcissism[J]. *Personality and Individual Differences*, 2013, 55(5):527-531.
- [19] KIBEOM LEE, MICHAEL C ASHTON. The Dark Triad, the Big Five, and the HEXACO model[J]. *Personality and Individual Differences*, 2014(67):2-5.
- [20] BIRD B. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention [J]. *Academy of Management Review*, 1988, 13(3):442-453.
- [21] HODSON DERMOT. Reforming EU economic governance: A view from (and on) the principal-agent approach [J]. *Comparative European Politics*, 2009, 7(4):455-475.
- [22] ZHAO H, SEIBERT S E, HILLS G E. The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions[J]. *The Journal of Applied Psychology*, 2005, 90(6):1265-1272.
- [23] KETS DE VRIES, MANFRED F R, MILLER D. Narcissism and leadership: An object relations perspective [J]. *Human Relations*, 1985, 38(6):583-601.
- [24] CAMPBELL W K, CAMPBELL S M. On the self-regulatory dynamics created by the peculiar benefits and costs of narcissism: A contextual reinforcement model and examination of leadership[J]. *Self Identity*, 2009, 8(2-3):214-232.
- [25] CAMPBELL W K, HOFFMAN B J, CAMPBELL S M, et al. Narcissism in organizational contexts[J]. *Human Resource Management Review*, 2011, 21(4):268-284.
- [26] W KEITH CAMPBELL, ADAM S GOODIE, JOSHUA D FOSTER. Narcissism, Confidence, and Risk Attitude [J]. *Journal of Behavioral Decision Making*, 2004, 17(4):297-311.
- [27] MARSHA T GABRIEL, JOSEPH W CRITELLI, JULIANA S EE. Narcissistic illusions in self-evaluations of intelligence and attractiveness[J]. *Journal of Personality*, 1994, 62(1):143-155.
- [28] 刘依冉,张玉利,郝喜玲. 创业情境下自恋研究述评和模型建构 [J]. *管理学季刊*, 2019, 4(2):89-103;136.
- [29] MATHEW L A HAYWARD, DEAN A SHEPHERD, DALE GRIFFIN. A hubris theory of entrepreneurship [J]. *Management Science*, 2006, 52(2):160-172.
- [30] FOSTER J D, REIDY D E, MISRA T A, et al. Narcissism and stock market investing: Correlates and consequences of cocksure investing[J]. *Personality and Individual Differences*, 2011, 50(6):816-821.
- [31] W KEITH CAMPBELL, GLENN D REEDER, CONSTANTINE SEDIKIDES, et al. Narcissism and Comparative Self-Enhancement Strategies [J]. *Journal of Research in Personality*, 2000, 34(3):329-347.
- [32] SIM B SITKIN, AMY L PABLO. Reconceptualizing the

- determinants of risk behavior[J]. *Academy of Management Review*, 1992,17(1):9-38.
- [33] LAFFONT JEAN-JACQUES, MONFORT ALAIN. Disequilibrium econometrics in dynamic models[J]. *Journal of Econometrics*, 1979,11(2-3):353-361.
- [34] LESLIE E PALICH, D RAY BAGBY. Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: Challenging conventional wisdom[J]. *Journal of Business Venturing*, 1995,10(6):425-438.
- [35] PHILIP R SHAVER, NORMAN ADRIENNE J. Attachment Theory and Counseling Psychology: A commentary [J]. *The Counseling Psychologist*, 1995, 23 (3): 491-500.
- [36] 刘良灿, 宁鑫. CEO 过度自信影响企业创业导向吗? ——基于中国创业板上市公司的实证研究[J]. *山东财经大学学报*, 2018,30(6):41-54.
- [37] PHILIPP KOELLINGER, MARIA MINNITI, CHRISTIAN SCHADE. “I think I can, I think I can”: Overconfidence and entrepreneurial behavior [J]. *Journal of Economic Psychology*, 2007,28(4):502-527.
- [38] CHAD E LAKEY, PAUL ROSE, W KEITH CAMPBELL, et al. Probing the link between narcissism and gambling: The mediating role of judgment and decision-making biases[J]. *Journal of Behavioral Decision Making*, 2008,21(2):113-137.
- [39] 肖梦云. 创业者先前经验、社会网络对风险决策的影响研究: 风险感知的中介作用[D]. 杭州: 浙江理工大学, 2018:1-94.
- [40] 丁桂凤, 候亮. 大学生自恋与创业意向的关系[J]. *中国心理卫生杂志*, 2017,31(2):156-161.

The Influence of Narcissism on Re-entrepreneurial Intentions Through Re-entrepreneurial Risk Perception

LI Pei-si, LI Yi-sa

(University of South China, Hengyang 421001, China)

Abstract: Based on reading, combing and summarizing the existed literature, the paper think that the re-entrepreneurial intentions is the possibility of a person to start a business after failure, and the narcissism as a kind of personality dimensions, has four dimensions, namely the leading authority, self-worship, superiority and interpersonal ability. In this paper, the re-entrepreneurial risk perceptionis were included in the research to explore the relationship between the four dimensions of narcissism and the re-entrepreneurial intentions. And relevant hypotheses are proposed and verified to establish a systematic correlation between them.

Key words: narcissism; re-entrepreneurial intentions; re-entrepreneurial risk perception

(本文编辑:魏玮)