

团队灵性资本如何影响青年创业团队创新绩效

——情感承诺的中介作用与市场导向的调节作用

蔺海洋 谢雯港¹

(湖南师范大学 教育科学学院, 湖南 长沙 410081)

【摘要】: 相较其它资本, 灵性资本对创业风险规避和创新绩效提升更具价值。以 H 省青年创业团队为样本, 借助 SPSS26.0、AMOS24.0 软件和 Process3.3 宏程序处理数据, 采用相关、回归和有调节的中介等统计方法, 以情感承诺为中介变量、市场导向为调节变量, 探索团队灵性资本对青年创业团队创新绩效的作用机制。研究发现: (1) H 省青年创业团队灵性资本整体水平良好; (2) 灵性资本及其多维度愿景、工作意义感、组织内关怀等子维度均正向预测创新绩效; (3) 情感承诺在青年创业团队灵性资本与创新绩效的关系中起部分中介作用; (4) 市场导向调节情感承诺对创新绩效的影响, 即在高市场导向下创业团队情感承诺对团队灵性资本与创新绩效的影响作用更强。最后, 提出青年创业团队亟需重视创新之关键资本——团队灵性资本的积累和培养, 注重成员情感承诺以观测成员对团队的忠诚度和奉献精神, 增强市场导向意识, 促进创新绩效跃升。

【关键词】: 青年创业团队 创新绩效 情感承诺 市场导向

【中图分类号】: F272.2 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1001-7348(2021)14-0133-10

1 问题提出

近来创业政策优惠、创新大赛打磨和联盟平台扶持使得青年创业团队更具实现颠覆性技术突破和破坏性产品创新的契机与便利, 但并未从砥流层面改善创业高风险性及次生低成率等共性问题。反之, 青年组团涌入创业的门槛降低, 让整体创新绩效大幅下降。据 2019 年报告显示, 本科毕业 3 年后坚持创业的青年不及半数; 即便在创业生态优越的省份, 其创业成功率也仅有 5%。并且, 近期受制新冠肺炎疫情冲击, 市场环境更加艰难, 创新绩效提升难度激增。据 2020 年调查发现, 58.05%受疫情影响的中小企业应收账款下降至少 20%, 其中 34% 的企业认为难以维持 1 个月^[1]。在创业外部条件艰难且不确定性增多的情况下, 青年创业团队亟需“向内反省”, 探索如何弥补自身短板进而提升创新绩效。团队灵性资本是青年团队创业领域增值“性价比”和业内“漠视度”皆高的创新关键资本, 其恰具有“反求诸己”型特质, 可动态地解决当前青年创业团队内部存在的目标愿景缺失、主体能力受限、组织结构松散、后续动力不强等问题。蕴藏传统创业团队所不具备的敏捷灵活性的青年创业团队更需重视团队灵性资本积累, 持续释放其“被围困的能动性”。因此, 探索团队灵性资本对青年创业团队创新绩效的作用机制是迫切需要解决且极具研究价值的问题。

关于团队资本对创新绩效的作用机制, 我国学者已经作了大量理论和实证研究, 主要体现在创新创业领域团队人力资本、社会资本、心理资本^[2]、智力资本^[3-4]的概念深化、维度细分及其对创新绩效的影响等方面。熊正德^[5]指出, 人力资本具有创造性,

作者简介: 蔺海洋(1988-), 男, 湖南长沙人, 博士, 湖南师范大学教育科学学院讲师、硕士生导师, 研究方向为教育管理; 谢雯港(1997-), 女, 湖南湘潭人, 湖南师范大学教育科学学院硕士研究生, 研究方向为教育管理。

基金项目: 湖南省哲学社会科学基金青年项目(18YBQ093)

能为团队提供新想法和新知识，进而促进团队创新绩效提高；吕洪燕^[6]和李子彪^[7]等对团队人力资本概念内涵进行了细化；众多学者分别探讨了社会资本的结构维度^[8]、关系维度^[9]和不同类型团队的社会资本^[10]等对创新绩效的影响。然而，当前在创业领域很少有学者会用团队灵性资本考察其对创新绩效的影响。青年创业团队灵性资本促使团队成员获得核心价值观、信念、愿景等心理素养方面的自我认知，进而对成员和创业团队产生重要影响。同时，本文认为只关注青年创业团队灵性资本与创新绩效间相关关系很难得出更具充分解释力和操作性价值的研究结论，必须考虑多方面因素在两者之间的作用，厘清创业团队灵性资本运作模式及其对创新绩效的影响。通过文献回顾可知，现有团队资本对绩效的研究基本遵循“资本-行为-绩效”基本假设^[11]。关于灵性资本对成员行为机制解释力不足的问题，李欣玲等^[12]采用了一条“积极认知-积极态度-积极行为”的研究主线。据此，本研究引入情感承诺作为中介变量、市场导向作为调节变量。绝大部分创新绩效研究都立足于创新转型期或初创期企业，几乎没有从青年创业团队角度探索团队灵性资本与创新绩效间关系的研究，仅有少数涉及高校创新创业实践与创新绩效的交叉领域。因此，团队灵性资本如何通过有调节的中介影响青年创业团队创新绩效，是一个非常值得探讨且亟需深度挖掘的问题。

基于此，本研究试图探索如下几个问题：团队灵性资本如何影响青年创业团队创新绩效？情感承诺在团队灵性资本和青年创业团队创新绩效之间是否起中介作用？市场导向在作为中介变量的情感承诺和作为因变量的创新绩效之间能否起调节作用？采用问卷调查法，以 H 省青年创业团队为调查对象，利用 SPSS26.0、AMOS24.0 软件和 PROCESS3.3 宏程序进行数据处理，采用相关分析、回归分析和有调节的中介分析等方法，依照“认知-态度-行为-绩效”研究路径，以情感承诺为中介变量、市场导向为调节变量，精准探索团队灵性资本对青年创业团队创新绩效的作用机制，进而为青年团队在复杂模糊的创业市场中崛起提供有效的实践建议，以确证在青年创业团队多维度愿景、工作意义感、组织内关怀的葆育中提升成员信念感、归属感和忠诚度，加之对市场信号源的及时接收，促进创新绩效的能级跃升。

2 理论基础与研究假设

2.1 团队灵性资本和创新绩效

团队灵性资本是一种与人生目的、使命感、价值观等终极信仰有关，促使成员在团队工作情境中将身体、心智、精神三者结合的资本^[13]。它能够抵御团队成员心中因长期坚持而内心动摇乃至放弃创业的观念，使成员具有终极精神满足和心灵慰藉，进而将团队创新目标实现和创业项目成功看成个人使命，甚至一种追求人生价值和超越自我的途径与方式。领导-成员的个体灵性资本和工作场所灵性皆制约团队灵性资本。个体灵性资本是领导或成员感到生命和工作富有意义而学会关心自己及他人的核心价值观、人生态度或工作原动力^[14-15]。领导者灵性资本体现在其通过强调团队愿景和营造利他之爱的组织文化，以精神激励成员的灵性资本增值。工作场所灵性是一种有关工作场所滋养成员内在精神生活，又能被有意义的工作所滋养的价值观体系^[16-17]，包含工作意义、团体感、与组织价值观一致 3 个要素^[13,18]。基于此，本研究从团队整体角度将创业团队灵性资本界定为多维度愿景、工作意义感和组织内关怀 3 个层面。多维度愿景要求在团队内为成员塑造美好愿景，能在激励其追求自我价值实现的同时促进团队成员间相互理解和信任。工作意义感要求给成员分配合理、具挑战性且有意义的工作，促使其追求卓越、发挥潜能并投身到实现创新目标和创业项目的过程中。组织内关怀要求增强成员间团队凝聚力及其与外界的正向联系，满足其希望受他人重视等灵性需求，使其主动移情理解^[19]，支持他人和集体。

国内外已有数项研究证实，与灵性有关的资本能在企业运作中起到积极作用。顾建平^[15,20-21]证实了灵性资本对激发企业员工主动性、创造力和创新行为的重要作用；柯江林^[22]、邹文箴^[23]、Singh^[24]、Afroz^[25]、Sadhana^[26]等证实了工作场所的灵性（又译为职场灵性或职场精神力）能促进企业成员积极态度和主观幸福感提升，还能增强组织生产能力和整体表现。灵性资本是企业创新发展力量的源泉和创业战略的基础^[17]。高灵性资本的企业家具有持效性创新精神，常能超越当前客观条件，作出战略性、前瞻性、社会性的决策^[27]。高灵性的工作场所能让成员有更高的工作目标和生活追求，使得成员生产效率和整体绩效提高^[24]。成员从创业型领导的魅力人格和智慧行动中获取职场精神力等有益的精神性资源后，会通过留在团队、积极投入工作并产生高创新绩效等方式积极回馈领导及组织^[13]。顾建平^[27]基于独角兽公司创业导向的视角，实证了企业家灵性资本积极影响企业团队创新行为表现；柯江林^[22]研究发现职场精神力在创业型领导对员工创新绩效的影响关系中起中介作用，实证了职场精神力对创

新绩效的影响。总体而言，青年创业呈现出激情和理性相互交融的状态，团队灵性资本对于青年团队创业绩效的重要性更加凸显。因此，本研究把灵性资本概念引入青年创业团队中并实证其与团队创新绩效之间的影响关系。综上所述，提出以下假设：

H₁:团队灵性资本对创新绩效具有正向预测作用。

H_{1a}:多维度愿景对创新绩效具有正向预测作用；

H_{1b}:工作意义感对创新绩效具有正向预测作用；

H_{1c}:组织内关怀对创新绩效具有正向预测作用。

2.2 情感承诺的中介作用

情感承诺是了解员工是否忠于组织并甘愿奉献的关键因素^[28]，有研究证实创业中诸多资本均能影响团队成员的情感承诺。田喜洲^[29]证实员工的人力资本、社会资本和心理资本都与员工绩效、组织承诺显著相关，且这3种资本对员工绩效、组织承诺产生协同作用；余溪水^[30]提出，团队战略性人力资源对包括员工情感承诺在内的组织效能产生正向影响；Parzefall^[31]指出，社会资本直接并间接影响情感承诺；Suh^[32]研究证实社会关系资本作为中介变量对情感承诺具有影响作用；郭彤梅^[33]和柯江林^[34]等证实了心理资本作为自变量或中介变量皆对情感承诺产生影响；Milliman^[18]认为职场灵性能端正员工工作态度，使员工产生情感共鸣，并长期维持员工对组织的忠诚；李欣玲^[12]证实，情感承诺在职场灵性及其各维度与主动性行为之间起部分中介作用。由此认为，团队灵性资本可能对青年创业者情感承诺产生显著影响。情感承诺属于组织承诺的重要内容，组织承诺还包括持续承诺和规范承诺。已有研究表明，员工若有高水平组织承诺，则会表现出更加积极的工作态度和更高的工作热情，有效提升任务绩效^[35-37]。组织承诺被认为是多维结构，但已有研究普遍强调情感方面的重要性^[38-39]。当代青年成长在一个物质资源比较丰富的社会，他们少有物资极度匮乏与短缺的经历，对物质没有过于强烈的占有欲望^[40]。他们在寻求物质需要的同时也注重情感表达和满足，这使得当代青年拥有自身独有的生活方式和工作观念。他们不只是将工作作为一种谋生手段，也乐意将兴趣当成事业，并将事业成功当成情感上的满足和个人价值追求。由此，情感承诺作为成员和团队之间在长期社会交换基础上形成的情感联接，在预测青年创业团队创新绩效结果方面可能具有较高效力。拥有较高灵性资本的青年创业团队通过树立多维度愿景，使成员理解并认同团队目标和使命，增强成员工作意义感，使其创新积极性提高，组织内相互关怀促进团队成员间依赖和信任。因此，情感承诺可能在青年创业团队灵性资本及其子维度与创新绩效之间起中介作用。综上所述，提出以下假设：

H₂:情感承诺在团队灵性资本和创新绩效间起中介作用。

H_{2a}:情感承诺在多维度愿景和创新绩效间起中介作用；

H_{2b}:情感承诺在工作意义感和创新绩效间起中介作用；

H_{2c}:情感承诺在组织内关怀和创新绩效间起中介作用。

2.3 市场导向的调节作用

青年创业团队能否取得创新绩效，关键在于能否将创新产品或创新服务推向市场进而实现经济社会价值。市场导向和技术导向被认为是创业团队战略导向的两个主要维度^[41]。Gatignon等^[42]认为技术导向是指创业团队致力于通过研发创新、技术引进和突破，为顾客提供更优质的产品和服务，其背后假设是顾客偏好于技术含量高的产品和服务，倡导新技术获取和先进技术应用。这表明市场才是检验创业团队创新能力的最终渠道。青年创业强调的不只是技术先进性，还有技术与市场的有效整合。亦

有学者认为市场导向致使企业过度重视眼前利益，一味迎合客户需求，导致企业研发短视，反而限制其创新能力提升^[43]。之所以产生截然相反的结论，是因为前期研究未区分反应型市场导向和积极型市场导向^[44]。青年创业团队要取得创新绩效，必须在充分了解自有资源与外部环境适配性的基础上，既增强对新产品和服务市场的注意力，也增强自身适应未来环境变化和寻找新市场机会的能力。简而言之，青年创业团队是否具有市场导向意识，会影响团队成员创业积极性乃至团队创新绩效。姚山季^[45]基于知网、EBSCO 等国内外主要中英文数据库中关于市场导向与创新绩效间关系的 37 篇文献，总结得出二者之间存在中等程度的正相关关系。诸多学者研究发现市场导向作为调节变量，调节自变量与创新绩效的关系^[46]。因此，本研究选择市场导向作为调节变量。综上所述，提出以下假设：

H₃:市场导向在情感承诺与创新绩效间起调节作用。

综合上述理论推导，本文构建一个有调节的中介模型(见图 1)。

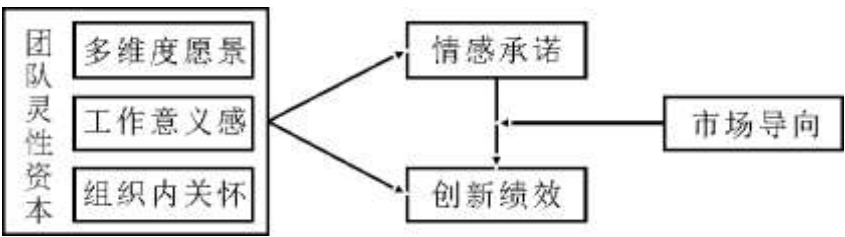


图 1 青年创业团队灵性资本对创新绩效影响的假设模型

3 研究设计

3.1 研究对象

青年创业团队是指若干年龄 18~35 岁的在校大学生或毕业大学生以实现创新目标或创业项目落地为纽带，自愿承担责任和共同开展创业活动而形成的群体^[47]。本研究旨在考察团队灵性资本，而非一般意义上的团队成员所具备的资本，所以，研究对象主要为参加创青春全国大学生创业大赛、中国创新创业大赛、中国青年创新创业大赛、中国“互联网+”大学生创新创业大赛相关赛事 H 省赛区的青年创业团队。通过纸质问卷和电子问卷的形式于 2020 年 3~6 月在该省 14 个市州进行数据采集，以团队为单位展开调研，要求被试团队 80%以上的成员完成问卷。问卷收回后剔除空白以及反应倾向过于明显的问卷，最后得到有效问卷 1092 份。研究对象的人口统计特征见表 1，反映被调查者具有良好的代表性，符合量化研究对样本的要求。

3.2 测量工具

本研究数据通过问卷调查获取，为保证调查问卷信效度，所用量表改编自国内外权威成熟量表。问卷采用 Likert-5 点量表，其中，1 表示“很不符合”，5 表示“非常符合”。各量表得分越高，代表该变量水平越高。

表 1 样本基本情况 (N=1092)

统计变量	分类	人数	百分比/(%)	统计变量	分类	人数	百分比/(%)
性别	男	565	51.7	所在团队成立年限	1~2 年	142	13
	女	527	48.3		3~4 年	668	61.2

年龄	18~23 岁	475	43.5		5~6 年	248	22.7
	24~29 岁	369	33.8		7 年以上	34	3.1
	30~35 岁	248	22.7	所在团队人数	2~3 人	187	17.1
学历	专科	258	23.6		4~6 人	584	53.5
	本科	632	57.9		7~9 人	201	18.4
	硕士研究生	192	17.6		10 人以上	120	11
	博士研究生	10	0.9				
所在团队类型	同伴合伙创业型	852	78				
	师生共创型	88	8.1				
	其它	152	13.9				

(1) 团队灵性资本量表。

该量表综合了 Milliman 等^[18]开发的职场灵性量表和 Fry^[14]采用的灵性资本量表, 包括多维度愿景、工作意义感和组织内关怀 3 个维度。多维度愿景是指在青年创业团队内部塑造的一种共同愿景(希望和信仰), 其融合了多方利益主体诉求, 包括团队愿景、成员愿景、导师愿景^[48]、社会愿景等。工作意义感是指青年创业团队成员感知到工作的深层次意义与使命, 包括工作本身的意义、团队成员感受到的工作意义和成员完成工作后的价值回报等。组织内关怀是指青年创业团队内部凝聚的基于利他之爱的组织文化, 成员间有深度联系自觉, 包括团队给予员工的关怀、成员给予他人的关怀、其他成员给予自身的关怀和个体自我关怀等^[49]。其中, 典型题目有“我认为创业团队要强调项目社会价值”、“我的工作任务让我的能力得到了充分发挥”、“我认为与密切合作的同事之间需要信任感”等。

(2) 创新绩效量表。

该量表借鉴 lovelace 等^[50]开发的量表测验项目, 并融合唐德森提炼的创新绩效维度, 包括创新的知识成果产出、科技成果产出和经济成果产出 3 个维度。知识成果产出主要表现为获得的专利授权, 科技成果产出主要表现为科研获奖或科技论文等, 经济成果产出主要表现为新产品和新服务销售获利等。其中, 典型题目有“我所在的团队创新知识成果产出很多”、“我所在的团队创新科技成果产出很多”、“我所在的团队创新经济成果产出很多”等。

(3) 情感承诺量表。

该量表主要采用 Allen 等^[51]开发的组织承诺量表中情感承诺部分题目作为情感承诺测量工具的基础。由于情感承诺和传统上的单维度组织承诺概念重叠, 而测量情感承诺需借鉴教育心理学理论知识, 因此, 本研究融合 Mowday^[52]等开发的题项, 对原情感承诺量表进行适当改进, 使其更加贴近青年团队创业问题。改编之后的情感承诺量表典型题目, 如“我乐意在我们团队中继续发展”、“我愿意付出比一般期望更大的努力来帮助团队获得成功”、“我会和朋友说到这是一个值得为之奋斗的很不错的团队”等。

(4) 市场导向量表。

该量表借鉴 Narver 等^[43]的市场导向量表,主要从技术与市场匹配度、反应型市场导向能力、积极型市场导向能力 3 个维度出发,测量青年创业团队市场导向,包括“我认为经常测试顾客的满意度水平是重要的”、“我认为不断发现顾客尚未意识到的需求是重要的”等 6 个题项。

表 2 主要变量说明

变量类型	变量名称		变量说明
自变量	1.1	多维度愿景	很不符合=1;不太符合=2;一般=3;比较符合=4;非常符合=5
	1.2	工作意义感	
	1.3	组织内关怀	
	1	团队灵性资本	
因变量	2	创新绩效	
中介变量	3	情感承诺	
调节变量	4	市场导向	
控制变量	5.1	性别	男性=1;女性=0
	5.2	年龄	18~23 岁=1;24~29 岁=2;30~35 岁=3
	5.3	学历	专科=1;本科=2;硕士研究生=3;博士研究生=4
	5.4	所在团队类型	同伴合伙创业型=1;师生共创型=2;其它(脱离国企事业单位型和依托社会组织型等)=3
	5.5	所在团队成立年限	1~2 年=1;3~4 年=2;5~6 年=3;7~8 年=4;9~10 年=5
	5.6	所在团队人数	人数不定=1;2~3 人=2;4~6 人=3;7~9 人=4;10 人以上=5

4 实证分析

4.1 信效度分析

本研究主要采用 Cronbach' sAlpha 系数,对自变量团队灵性资本的多维度愿景、工作意义感、组织内关怀等子维度、中介变量情感承诺、调节变量市场导向、因变量创新绩效等进行信度检验。同时,基于正交方差最大化旋转法和主成分法的 KMO 值、Bartlett 球形值,对以上变量进行效度检验。由表 3 可知,各变量的 Cronbach' sAlpha 系数值均在 0.8 以上,表明团队灵性资本量表、情感承诺量表、市场导向量表和创新绩效量表均具有较好信度。因此,数据结果比较稳定可靠,能够验证研究假设。同时,各变量的 KMO 值也在 0.7 以上,且 Bartlett 球形检验值显著性小于 0.01,累计解释方差值均大于 50%,说明各量表具有较好结构效度,测量结果在一定程度上反映了 H 省青年创业团队的团队灵性资本、情感承诺、市场导向和创新绩效真实水平。

4.2 共同方法偏差检验

各变量数据均由被试以自评的方式一次性获得,因而可能存在共同方法偏差问题,从而降低研究效度。因此,为了解是否

存在、多大程度上存在共同方法偏差问题，采用常用的 Harman 单因素检验方法进行检验。通过未旋转的主成分因素分析发现，主成分分析共提取 3 个因子，所提取的 3 个因子累积解释量为 57.296%，表明所有变量无法由单一因子解释。并且第一因子解释的变异量为 24.914%，未超过 40% 的临界值。此外，根据 Sánchez 等观点，如果单因子模型拟合度极差，则意味着共同方法偏差不会对假设检验带来严重威胁。对所有题目进行单因子验证性因子分析，结果发现模型拟合指数为 $\chi^2=1547.844$ 、 $df=209$ 、 $\chi^2/df=7.406$ 、GFI=0.79、AFI=0.74、IFI=0.57、RMSEA=0.112，模型拟合很差，说明本研究收集到的数据不存在严重的共同方法偏差问题。

表 3 各变量信效度分析结果

研究变量		Cronbach' s Alpha 系数	KMO 值	Bartlett 球型检验值	累计解释方差 (%)
团队灵性资本	多维度愿景	0.826	0.933	6898.722 (P<0.01)	54.988
	工作意义感	0.817			
	组织内关怀	0.808			
情感承诺		0.882	0.857	2821.141 (P<0.01)	68.103
市场导向		0.859	0.807	2041.927 (P<0.001)	70.524
创新绩效		0.814	0.718	1131.457 (P<0.001)	73.222

4.3 描述性统计与相关性分析

表 4 列出了各研究变量的均值、标准差和相关系数矩阵，H 省青年创业团队灵性资本 3 个子维度的均值按大小顺序排列分别为组织内关怀(3.39)、工作意义感(3.30)和多维度愿景(3.28)，都处在中等偏上水平(五点计分，以 3 为中值进行比较)。这表明 H 省青年创业团队有了一定程度的团队灵性资本积累，并且意识到组织内关怀之于青年团队创业的重要性与必要性。同时，其它 3 个变量的均值也都处于中等偏上水平，这与本研究的理论基础一致。只有青年创业团队的情感承诺较高并且市场导向较强，才可能取得较高创新绩效。此外，独立样本 T 检验以及方差分析结果显示，青年创业团队灵性资本各维度指标均值在性别、年龄、学历、所在团队类型、所在团队成立年限、所在团队人数等统计变量上均无显著差异。在相关性分析统计方面，首先，团队灵性资本各维度与创新绩效显著相关(P 值均<0.01)，相关系数按大小顺序排列分别为多维度愿景(0.55)、组织内关怀(0.52)和工作意义感(0.51)，这表明团队灵性资本及其各维度与创新绩效之间均呈中等程度正相关关系。因此，初步支持了假设 H₁ 及其子假设。其次，虽然团队灵性资本及其各维度、情感承诺与创新绩效均呈显著正相关关系，但是，情感承诺与创新绩效之间有着更为紧密的相关关系，相关系数值为 0.59，并且团队灵性资本及其各维度与情感承诺的相关关系数值均比创新绩效高。这表明研究团队灵性资本及其各维度影响创新绩效时，情感承诺很有可能在其中起中介作用。因此，初步支持了假设 H₂ 及其子假设，为中介效应检验奠定了基础。另外，市场导向与创新绩效的相关系数值为 0.39，呈显著相关关系(P 值<0.01)。市场导向在研究中作为调节变量调节情感承诺与创新绩效间关系，所以，在下述结果分析中仍然可以对其加以考察。

表 4 各变量描述统计与相关性结果分析

变量	1.1	1.2	1.3	2	3	4
----	-----	-----	-----	---	---	---

团队灵性资本	1.1	多维度愿景	1.00					
	1.2	工作意义感	0.69**	1.00				
	1.3	组织内关怀	0.67**	0.77**	1.00			
2		情感承诺	0.66**	0.68**	0.77**	1.00		
3		市场导向	0.54**	0.60**	0.68**	0.70**	1.00	
4		创新绩效	0.55**	0.51**	0.52**	0.59**	0.39**	1.00
		Mean	3.28	3.30	3.39	3.27	3.33	3.37
		SD	0.61	0.60	0.58	0.57	0.58	0.74

4.4 假设检验

(1) 运用结构方程模型检验团队灵性资本各维度、情感承诺与创新绩效的关系。结果显示，结构方程模型拟合较好 ($\chi^2=976.095$ 、 $df=199$ 、 $\chi^2/df=4.905$ 、 $GFI=0.94$ 、 $AFI=0.90$ 、 $IFI=0.92$ 、 $RMSEA=0.067$)。然后，采用 Hayes 编制的 SPSS 宏程序中的 Model4 (Model4 为简单的中介模型)，以性别、年龄、学历、团队类型、团队成立年限和团队人数为控制变量，对情感承诺在团队灵性资本与创新绩效之间的中介效应进行检验。结果见表 5，创业团队灵性资本及其各维度影响创新绩效的直接效应和情感承诺的中介效应的 bootstrap95% 置信区间上、下限均不包含 0，其中，团队灵性资本的直接效应 (0.54) 和中介效应 (0.24) 分别占总效应 (0.78) 的 69.29%、30.71%。这说明情感承诺在团队灵性资本各维度与创新绩效之间存在中介效应。青年群体作为社会过渡性群体，相比金钱和物质回报，他们可能更在乎正向情感的获得。因此，这一结果也与客观事实相符。

表 5 情感承诺的中介效应

变量	效应	效应值	Boot 标准误	BootCI 下限	BootCI 上限	效应占比 (%)
1 团队灵性资本	情感承诺的中介效应	0.24	0.05	0.14	0.35	30.71
	直接效应	0.54	0.07	0.40	0.68	69.29
	总效应	0.78	0.04	0.70	0.87	
1.1 多维度愿景	情感承诺的中介效应	0.30	0.04	0.23	0.37	63.12
	直接效应	0.17	0.06	0.07	0.28	36.86
	总效应	0.47	0.05	0.38	0.56	
1.2 工作意义感	情感承诺的中介效应	0.21	0.04	0.14	0.28	29.56
	直接效应	0.49	0.06	0.38	0.61	70.44
	总效应	0.70	0.04	0.62	0.78	
1.3 组织内关怀	情感承诺的中介效应	0.25	0.04	0.16	0.33	37.97

	直接效应	0.40	0.06	0.29	0.51	62.03
	总效应	0.65	0.04	0.58	0.72	

模型所有标准化路径系数均达到显著水平,如图2关系路径图显示,多维度愿景、工作意义感和组织内关怀→情感承诺的路径系数分别为0.64、0.58、0.72($p<0.01$),直接效应显著,其对情感承诺的方差解释比率分别为41%、31%、52%,说明多维度愿景、工作意义感和组织内关怀对情感承诺皆有正向预测作用;情感承诺→创新绩效的路径系数为0.44($p<0.01$),直接效应显著,其对创新绩效的方差解释比率为19%,说明情感承诺对创新绩效有显著影响;多维度愿景、工作意义感和组织内关怀→创新绩效的路径系数分别为0.38、0.31、0.31($p<0.01$),直接效应显著,其对创新绩效的方差解释比率分别为14%、9%、10%,因此,假设H_{1a}、H_{1b}和H_{1c}得到验证。进一步组合分析发现,情感承诺在团队灵性资本各维度与创新绩效之间起部分中介作用。中介作用值分别为 $0.64 \times 0.44 = 0.28$, $0.58 \times 0.44 = 0.26$, $0.72 \times 0.44 = 0.32$ 。这表明团队灵性资本的增值不但直接影响创新绩效提升,而且激发成员对团队的情感承诺,使得团队灵性资本通过情感承诺与其它潜在中介渠道共同发挥作用,进而促进创新绩效提升。

(2) 检验有调节的中介效应。采用Hayes编制的SPSS宏程序中Model14(Model14假设中介效应的后半段受到调节,与本文理论假设模型一致),在控制性别、年龄、学历、团队类型、团队成立年限和团队人数后,以情感承诺为中介变量、市场导向为调节变量,构建有调节的中介模型。将市场导向放入模型后,情感承诺与市场导向的乘积项对创新绩效的预测作用显著($\beta = 0.13$, $t = 3.44$, $p < 0.001$),说明市场导向在情感承诺对创新绩效的预测中起调节作用。

(3) 通过简单斜率检验市场导向调节作用。由图3可知,对于高市场导向的青年创业团队,情感承诺对创新绩效具有显著正向预测作用($\text{simplslope} = 0.52$, $t = 7.78$, $p < 0.001$),而对于低市场导向的青年创业团队,情感承诺虽然也会对创新绩效产生正向预测作用($\text{simplslope} = 0.34$, $t = 6.85$, $p < 0.001$),但作用较小。这表明相对于低市场导向的青年创业团队,这一调节效应对于高市场导向的青年创业团队的影响作用更显著。因此,在市场导向较高的情况下,青年创业团队情感承诺对团队灵性资本与创新绩效间关系的影响作用更强。

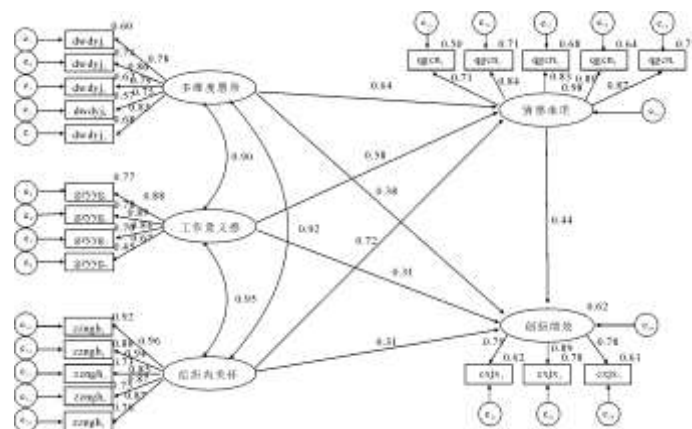


图2 情感承诺在团队灵性资本各维度与创新绩效之间的中介作用模型

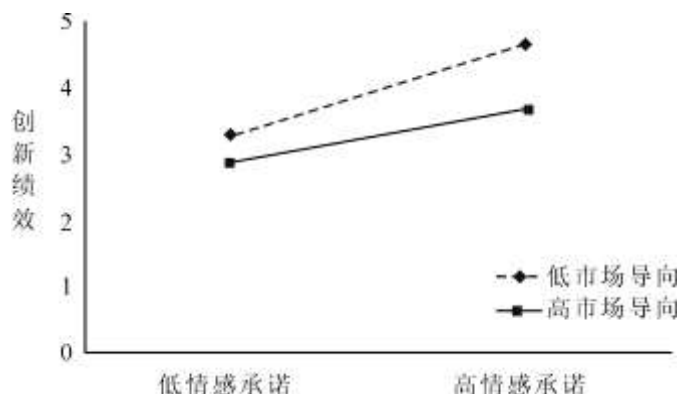


图 3 市场导向对情感承诺与创新绩效间关系的调节作用

5 研究结论与讨论

5.1 团队灵性资本显著正向预测创新绩效

检验结果表明，青年创业团队灵性资本能显著预测创新绩效，且 H 省青年创业团队灵性资本及其各维度和创新绩效水平较高，指标均值都处于中等偏上水平（五点计分，以 3 为中值比较）。但综合访谈发现，青年创业团队在日常管理、团队建设中仍缺乏对团队灵性资本的整体认知和各维度重要性的深刻领悟。

(1) 多维度愿景可以显著预测创新绩效。

多维度愿景在问卷量表调查中均值得分低于其它两个维度，但其与创新绩效相关度最高。兼顾领导者、成员、政府和社会公众等多方利益憧憬的多维度愿景，从“拓宽成员关注集体和社群利益”、“促进成员交流对话和知识共享”、“引发成员全情工作的心流状态”、“帮助团队获得认同以减少阻力”4 个方面促进创业绩效提升。中国工程院陈薇院士及其团队在新冠抗体研究中接连取得重大突破，其不竭动力正是源于超越个体的精神力量 and 为人类生存而奋斗的使命担当^[53]。众多青年创业团队成立时即吸纳了不同利益相关者的参与，具有塑造多维度愿景的天然优势，具体形式包括同伴合伙创业、师生共同创业、脱离国企创业和社团公益创业等。因此，青年创业团队应该通过凝聚指向特定事业、源于社会他人需要且超越个体的力量来塑造共同愿景（希望和信仰），使成员感知到团队使命与个人理想的一致性，以葆青年创业团队旺盛生命力。

(2) 工作意义感可以显著预测创新绩效。

青年创业团队成员若能感知到工作深层价值和成员有意义工作与团队整体密不可分，便会产生强烈内驱动力以增加时间和精力投入，持续为团队创造创新效益。本次调查中 74% 的团队无先前创业经验，并且“穷忙”现象在青年创业过程中比较普遍。初创团队因“新进入者缺陷”，在市场中与成熟团队竞争时更容易落败，访谈中发现某些团队成员看似频繁主动地参加各种创业联会和比赛等，却是用忙碌的形式填补缺乏工作意义感的空虚，最终收益甚微。长沙理工吕松涛教授及团队成员秉持减少生物废料污染环境并提升传统路材性能的工作意义感，研发出一种道路新材料——龙虾壳生物沥青且申请国家专利^[54]。因此，青年创业团队应该增强工作意义感，从实现创新绩效的价值中找到创业意义，促成团队、社会、经济和生态效益全面提高。

(3) 组织内关怀可以显著预测创新绩效。

基于利他之爱的组织内关怀能促使成员间给予更多情感支持，有利于形成开明、包容、互信的文化氛围，增强团队凝聚力，

进而促进团队创新绩效提升。《Science》杂志提出,“人类合作行为如何演进”是全球最具挑战性的科学难题之一。本次调查中 86.1%被试所在团队尚未工商注册登记或登记不满 3 年,96.9%成立不满 6 年。相较单创,青年合作创业有利于在组织内深度关怀下发挥成员间异质性优势来提高成功率。部分高创新绩效团队会定期为成员提供职业规划和提升机会,另有团队会据成员岗位特点实行弹性工作制等。因此,青年创业团队应该注重成员内在情感需求并提高员工综合素质,在团队初成期,拥有共同目标的青年创业者要利用好异质性特征,锤炼共御风险、共享收益的意志。

5.2 情感承诺在团队灵性资本与创新绩效的关系中起中介作用

研究结果表明,情感承诺在青年创业团队灵性资本与创新绩效的关系中起部分中介作用。青年创业团队灵性资本体现在成员情感承诺中,该资本的增值能提升成员团队情感依恋和认同。情感承诺使得成员期望留在团队并萌生回报团队的义务感,主动促进团队创新目标实现和创业项目达成。调查发现,部分青年创业团队为了节约创业初期成本,往往不会严格执行规章制度,更不会密切监测各类团队资本动向。在团队灵性资本难以及时观测并据此作出决策、调整行动的情况下,若能意识到情感承诺的重要性,就能以此判断团队灵性资本累计值。因此,青年创业团队需考察成员是否忠诚和信赖团队、全情投入创业并享受其中,确保团队灵性资本正向影响创新绩效。

5.3 市场导向调节情感承诺对创新绩效的作用

研究发现,与低市场导向团队相比,情感承诺影响创新绩效的作用对高市场导向团队更显著。具有情感承诺的成员虽愿意主动延长留岗时间并增加工作投入,但不能直接促成技术和产品创新。即便形成新技术和产品,在没有对市场提前进行评估或投入市场检验的情况下也不能产生实际价值。新冠疫情爆发早期,腾讯会议 APP 研发团队敏锐关注市场动向,抓住“停课不停学”和“在家办公”的市场机遇,针对顾客反馈不断进行软件功能迭代更新,大幅抢占全国乃至海外市场,品牌价值迅速提升。因此,在 VUCA(易变性、不确定性、复杂性、模糊性)市场环境下,青年创业团队应该通过保持市场变动警觉和针对有效信息进行调整升级等市场导向外显方式,稳健地将随团队灵性资本而提高的成员情感承诺转化成团队持续实现创新绩效的动力。

6 边际贡献、建议与拓展

6.1 理论贡献

(1) 研究发现团队灵性资本作为青年创业的重要资本,能够对创新绩效提升起到关键作用。现有关于灵性资本理论的研究大多从领导者个体或工作场所等角度入手,关于青年创业的研究主要聚焦于青年创业意识与能力培养、青年创业教育体系构建、青年创业模式与国外模式借鉴、青年创业过程中的意向与诉求等,且多为质性或思辨研究。而本研究具象化地提出团队灵性资本这一概念,通过收集和分析数据揭示团队灵性资本及其各维度对青年创业团队创新绩效的直接预测作用,丰富了灵性资本理论并拓宽了青年创业领域研究范围。

(2) 研究证实情感承诺能够在团队灵性资本与青年创业团队创新绩效之间起中介作用。以往研究将情感承诺作为组织承诺的一个维度,与持续承诺、规范承诺协同成一个变量进行关系探讨。有学者探讨了情感承诺的中介作用,却少有研究将情感承诺与团队灵性资本、创新绩效置于同一框架中开展系统分析。本研究将情感承诺作为一个单独变量,证实团队灵性资本中多维度愿景、工作意义感和组织内关怀影响情感承诺进而有效预测团队创新绩效,这对拓展学者们认识情感承诺在青年创业团队中的作用有着重要意义。

(3) 检验了市场导向在情感承诺与青年创业团队创新绩效之间的调节作用。以往青年创业有关研究主要从创业青年的创业现状、创业环境、创业教育和政策支持等方面进行探讨,但鲜有研究重视市场导向对青年团队创业实践的影响。本研究证实高市场导向的青年创业团队其团队灵性资本和情感承诺对创新绩效的影响更显著,同时也解释了不同青年创业团队在类似情景下创

新绩效存在差异的原因。

6.2 实践建议

(1) 青年创业团队必须重视关键创新资本——团队灵性资本的积累，以提高创新绩效。青年创业团队创新绩效提升受到多种资本的制约，随着市场竞争环境不确定性增强，从团队内部可控领域进行主动变革变得尤为关键。相对于成熟的团队，青年创业团队自身存在资源路径依赖程度高、风险承受能力弱、项目融资困难等明显劣势。在面对复杂多变的创业环境时遭遇创业失败的风险系数更大，因此，更加需要在创新创业、团队管理中协同考虑和构建团队灵性资本的“多维度愿景”、“工作意义感”和“组织内关怀”三位一体整体概念。首先，在营造团队共同愿景时融入行业使命、社会或他人福祉、成员个性化精神需求，为团队创新指明奋斗方向，打造多维度团队精神内核；其次，制定、落实并专人追踪奖励和创新反馈机制，鼓励成员提出更具创新性的观点和建议，引导成员保持工作热情，进而增强工作成就感和意义感；最后，培养团队间合作信任感，通过员工深度交流、自由结合、试错分担等多种形式鼓励成员信赖并反哺团队，进而实现整个团队互信关怀。

(2) 青年创业团队必须注重成员忠于团队和乐意奉献的情感承诺。青年创业团队要了解内部愿景和使命是否成为成员创业深层动力、成员是否产生工作意义感、成员是否在团队中感受到并给予他人情感关怀等团队灵性资本情况，可以通过观察成员情感承诺获得。同时，在青年创业团队管理中也可以通过帮助成员树立多维度愿景、增强工作意义感和组织内关怀，让成员在情感上与团队共情并产生价值认同，使成员行为模式逐渐与团队目标靠拢，进而使得对团队的投入成为成员的自觉行为。

(3) 青年创业团队必须具备敏锐的市场导向意识。首先，青年创业团队在创新项目开发过程中必须加强与市场的紧密联系，准确把握前沿性的顾客需求信息，努力识别和抓住市场机遇，借以推进新产品新服务改进，从而最大程度满足市场需求。其次，还需制定相应调节机制，帮助其根据市场变动作出不同程度的优化选择和战略能力配置调整，实现创新产品和服务最优绩效。

本研究基于理论提出假设模型，并尽可能保证调查数据可靠，但依然存在以下局限：一是虽然各控制变量的选项均有一定数量且有足够样本量，但因使用滚雪球抽样调查方法，样本代表性有待提高，未来研究可通过取得社会公信力和寻求社会组织帮助继续深入更多创业团队进行调研；二是只探究了单中介和单调节变量对主效应的作用，且只调节中介作用的后半段，未来研究可进一步分析其它变量对创业绩效的中介调节作用等。

参考文献：

- [1]朱武祥, 张平, 李鹏飞, 等. 疫情冲击下中小微企业困境与政策效率提升——基于两次全国问卷调查的分析[J]. 管理世界, 2020, 36(4): 13-26.
- [2]徐礼平, 李林英. 高校重大科研项目团队心理资本对创新绩效的影响[J]. 高校教育管理, 2019, 13(1): 55-64.
- [3]曹裕, 熊寿遥, 胡韩莉. 企业生命周期下智力资本与创新绩效关系研究[J]. 科研管理, 2016, 37(10): 69-78.
- [4]马跃如, 夏冰, 白勇. 雇佣关系模式、智力资本对创新绩效的影响研究：基于民营企业调查样本的实证分析[J]. 管理工程学报, 2018, 32(2): 84-94.
- [5]熊正德, 姚柱, 张艳艳. 人力资本、社会资本和心理资本对新生代知识型员工创新绩效影响研究——基于工作满意度的中介和工作特征的调节[J]. 湖南大学学报(社会科学版), 2018, 32(6): 79-87.
- [6]吕洪燕, 于翠华, 孙喜峰, 等. 人力资本结构高级化对科技创新绩效的影响[J]. 科技进步与对策, 2020, 37(3): 133-141.

-
- [7]李子彪,孙可远,刘爽.人力资本特征如何影响企业创新绩效——基于创新合作的调节[J].科技管理研究,2020,40(6):22-31.
- [8]姜文杰,张玉荣.关系资本对集群制造企业技术创新绩效、人力资本和结构资本的影响[J].中国科技论坛,2011,27(11):61-67.
- [9]杨晓艳,顿妍妍.关系资本、供应链整合与创新绩效关系[J].企业经济,2017,36(7):87-92.
- [10]李杰义.虚拟团队社会资本与知识整合对创新绩效的影响——中国文化情境下的实证研究[J].社会科学家,2018,33(1):91-97.
- [11]张志鹏,和萍.国外管理学研究新热点职场灵性研究前沿探析[J].外国经济与管理,2012,34(11):61-71.
- [12]李欣玲,张宁俊,黄刚.职场精神力量对员工主动性行为的影响机制研究[J].四川大学学报(哲学社会科学版),2018,64(3):180-189.
- [13]柯江林,孙健敏,王娟.职场精神力量表的开发及信效度检验[J].中国临床心理学杂志,2014,22(5):826-830.
- [14]FRY L W. Toward a theory of spiritual leadership[J]. The Leadership Quarterly, 2003, 14(6):693-727.
- [15]顾建平.高新技术企业的高管灵性资本对员工创造力的影响研究 [J]. 科学学与科学技术管理, 2016, 37(4):172-180.
- [16]DUCHON P P A D. Measuring workplace spirituality in an Asian context[J]. Human Resource Development International, 2009, 12(4):459-468..
- [17]顾建平,金胜男,孙宁华.企业家灵性资本研究动态[J].经济学动态,2017,58(9):124-135.
- [18]MILLIMAN J, CZAPLEWSKI A J, FERGUSON J. Workplace spirituality and employee work attitudes[J]. Journal of Organizational Change Management, 2003, 16(4):426-447.
- [19]张良,关素芳.为理解而学:人工智能时代的知识学习[J].湖南师范大学教育科学学报,2021,20(1):55-60.
- [20]顾建平,李艳,孙宁华.企业家灵性资本如何影响员工主动性行为[J].外国经济与管理,2019,41(5):74-87.
- [21]顾建平.领导灵性资本与外在奖酬对员工创新行为的影响——创新角色认同的有中介的调节作用[J].企业经济,2018,39(3).
- [22]柯江林,丁群.创业型领导对初创企业员工态度与创新绩效的影响——职场精神力的中介效应与领导-成员交换的调节作用[J].经济与管理研究,2020,41(1):91-103.
- [23]邹文簏,刘佳,卜慧美.职场精神力对主观幸福感的影响:情绪劳动为中介变量[J].中国临床心理学杂志,2015,23(3):544-547.

-
- [24]SINGH S.The impact of workplace spirituality on employees' productivity and their wellbeing[J].Global Journal of Enterprise Information System,2019,11(1):54-63.
- [25]AFROZ N B A N.Workplace spirituality and employee work outcomes:a review[J].Indian Journal of Positive Psychology,2019,10(4):288-293.
- [26]SARDANA A.Workplace spirituality and managerial effectiveness[J].Global Journal of Enterprise Information System,2018,10(1):67-74.
- [27]顾建平.企业家灵性资本如何影响团队创新绩效——基于独角兽公司创业导向的视角[J].南京社会科学,2020,31(1):83-47.
- [28]张玮,刘延平.组织文化对组织承诺的影响研究——职业成长的中介作用检验[J].管理评论,2015,27(8):117-126.
- [29]田喜洲,左晓燕.人力资本、社会资本及心理资本对酒店员工的协同作用[J].旅游学刊,2013,28(11):118-124.
- [30]余溪水,张琢.战略性人力资源管理与组织效能发挥的联动策略研究[J].理论探讨,2016,33(2):76-80.
- [31]PARZEFALL M,KUPPELWIESER V G.Understanding the antecedents,the outcomes and the mediating role of social capital:an employee perspective[J].Human Relations,2012,65(4):447-472.
- [32]SUH Y J.The role of relational social capital and communication in the relationship between CSR and employee attitudes[J].Journal of Leadership & Organizational Studies,2016,23(4):410-423.
- [33]郭彤梅,郭秋云,孟利兵,等.知识型员工心理资本和创新绩效的关系研究[J].经济问题,2019,41(10):71-78.
- [34]柯江林,孙健敏.心理资本对工作满意度、组织承诺与离职倾向的影响[J].经济与管理研究,2014,35(1):121-128.
- [35]MEYER J P,ALLEN N J.A three-component conceptualization of organizational commitment[J].Human Resource Management Review,1991,1(1):61-89.
- [36]朱秀梅,王天东.创业者幽默如何激发团队创业激情——团队心理安全和团队情感承诺的多重中介作用[J].经济管理,2019,41(6):75-90.
- [37]王兴元,刘泓辰,刘赞.大学生创客团队支持感知与创新行为研究[J].高等工程教育研究,2019,37(5):173-179.
- [38]MEYER J P,ALLEN N J.A three-component conceptualization of organizational commitment[J].Human Resource Management Review,1991,1(1):61-89.
- [39]PORTER L W,STEERS R M,MOWDAY R T,et al.Organizational commitment,job satisfaction,and turnover among psychiatric technicians[J].Journal of Applied Psychology,1974,59(5):603-609.
- [40]刘秀秀.资源、关系与情感——分享经济对青年群体的三维重塑[J].中国青年研究,2018,30(3):5-10.

-
- [41]GRINSTEIN A.The relationships between market orientation and alternative strategic orientations:a meta-analysis [J].European Journal of Marketing, 2008, 42 (1/2) :115-134.
- [42]H G, M X J. Strategic orientation of the firm and new product performance[J]. Journal of Marketing Research, 1997, 34(1):77-90.
- [43]P B, J H, L P.To serve or create?strategic orientations toward customers and innovation[J].California Management Review, 1999, 1(4):123-132.
- [44]NARVER J C, SLATER S F, MACLACHLAN D L. Responsive and proactive market orientation and new - product success[J]. Journal of Product Innovation Management, 2004, 21 (5) :334-347.
- [45]姚山季, 付彩. 市场导向和创新绩效的关系——一项元分析的检验[J]. 南京工业大学学报(社会科学版), 2020, 19(2): 100-110.
- [46]李雪灵, 姚一玮, 王利军. 新企业创业导向与创新绩效关系研究: 积极型市场导向的中介作用[J]. 中国工业经济, 2010, 28(6):116-125.
- [47]陈孟威, 陈兴明. 非正式跨学科融合: 大学生创新创业团队范式探析[J]. 江苏高教, 2019, 35(3):80-85.
- [48]陈恩伦, 马健云. 新时代导学命运共同体的价值指向与路径探寻——基于亚文化的视角[J]. 湖南师范大学教育科学学报, 2020, 19(5):1-8.
- [49]谢妮. 课程知识的开放性与个体的自我关怀——兼与叶波博士商榷[J]. 湖南师范大学教育科学学报, 2019, 18(2): 112-117.
- [50]LOVELACE K, SHAPIRO D L, WEINGART L R. Maximizing cross-functional new product teams' innovativeness and constraint adherence:a conflict communications perspective[J]. Academy of Management Journal, 2001, 44(4):779-793.
- [51]P M J, J A N, A S C. Commitment to organizations and occupations:extension and test of a three-component conceptualization[J]. Journal of Applied Psychology, 1993, 78(4):538-551.
- [52]RICHARD T MOWDAY L W P. Employee organization linkages:the psychology of commitment absenteeism and turnover[M]. Academic Press, 2013.
- [53]我国科学家在新型冠状病毒抗体研究中取得重大突破[EB/OL]. [2020/7/17]. <http://m.news.cctv.com/2020/06/24/ARTIPTrKfTZjPdpTvAwadt1d200624.shtml>.
- [54]小龙虾里“吃”出的专利博士团队用龙虾壳粉改性沥青[EB/OL]. [2020/7/17]. <https://www.csust.edu.cn/info/1009/14545.htm>.