

董事调整视角下CEO的权力和性格特征 对企业创新绩效的影响机制实证研究

严 琰¹, 王 倩²

(1. 河南大学民生学院 商学院, 河南 开封 475000; 2. 复旦大学 经济学院, 上海 200433)

摘要:在经济全球化发展的背景下,首席执行官(chief executive officer, CEO)特质对企业创新绩效的提高有着重要作用。本文基于国内外相关研究,结合CEO特质、社会网络及企业创新的有关理论提出假设,并利用多元回归分析方法对三者之间的关系进行实证探究。结果表明,CEO的部分特质会对企业的创新绩效和社会网络产生积极的促进作用;同时,社会网络对企业的创新绩效也具有积极的促进作用;且社会网络会在CEO特质与企业创新绩效之间起到部分中介作用。本文揭示了CEO特质、社会网络与企业创新绩效三者之间的作用机制,为企业在网络化发展的背景下提高创新绩效提供了理论参考。

关键词:CEO特质;社会网络;创新绩效

中图分类号:F425; F273.1 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—980X(2021)05—0073—09

一、引言

在世界经济全球化飞速发展的时代背景下,创新已经成为一个国家或地区生存及发展的重要因素,是企业得以持续性发展的重要驱动力,为此,创新受到各界学者的关注。目前,影响创新的因素较多,包括人力、财力和环境等多种因素。对于创新的主体企业而言,高管是推动其创新发展的关键力量,高管团队对推动企业创新、政策变革具有关键作用。尤其对创业初期的企业来说,其最高层领导者往往决定着企业的发展方向,他们不仅是政策的制定者和政策实施的监督者,也是企业活动的推进者和执行者。因此,高层管理人员的性格、思想、作风和理念等均对企业的发展具有重要影响,甚至在竞争过程中会对企业的未来发展方向起到决定性作用(罗沛和葛玉辉, 2018; Zhai et al, 2018; Wu et al, 2020)。

在知识经济飞速发展的时代,企业之间的竞争归根结底是人才之间的竞争,而企业高管,即首席执行官(chief executive officer, CEO),作为企业的第一人才,对企业的发展方向、产品的选择及开发、政策的实施都具有重要的影响(李晓钟和徐怡, 2019; Markovic et al, 2018; Zhang et al, 2019)。在以往的研究中,有学者指出企业家、领导者、创业者的素质、才能及个性等均会对企业的绩效产生较大影响。这些研究大部分以定性研究为主,且多以企业的员工或中高层领导作为研究对象,对企业最高领导人的个性特点对企业发展的影响研究较少。

对于大中型企业而言,其发展时期较长,在历年的探索过程中已经确定了企业的发展方向,企业制度和企业文化相对完善,企业高层管理的性格对企业发展的影响日渐减弱,信息技术更新速度和企业文化氛围等是影响其企业发展的主要因素。而对于新创企业,无论是知识、人力、财力和制度都较为匮乏,企业的社会关系基本都在高层领导的手中,这些资源的调配、企业的决策都和领导者的性格息息相关。不同特质的人对资源的获取和走向、对企业文化的建设和技术更新的要求等有所不同。因此,探究不同特质的企业高管对企业创新发展的作用对于当前企业创新绩效的影响至关重要(Vitiea et al, 2019; Palvi et al, 2019; Castillo et al, 2019)。

二、研究假设及模型构建

创始人作为企业的灵魂,在借助网络信息发展的同时也会根据个人特质建立企业的社交网络,从而形成独特的企业文化,产生创新业绩。因此,本文将创始人的特质划分为自我效能、成就感、风险倾向、前瞻性和外向性5个方面,并以网络异质性、网络规模、网络关系强度作为衡量社会网络的标准,以企业创新绩效作为

收稿日期:2019—12—19

作者简介:严琰,硕士,河南大学民生学院商学院讲师,研究方向:经济金融、企业管理;王倩,博士,复旦大学经济学院副教授,研究方向:金融学、企业管理。

独立变量,提出如图 1 所示的研究理论模型,以探究创始人特质、社会网络及创新绩效之间的关系。

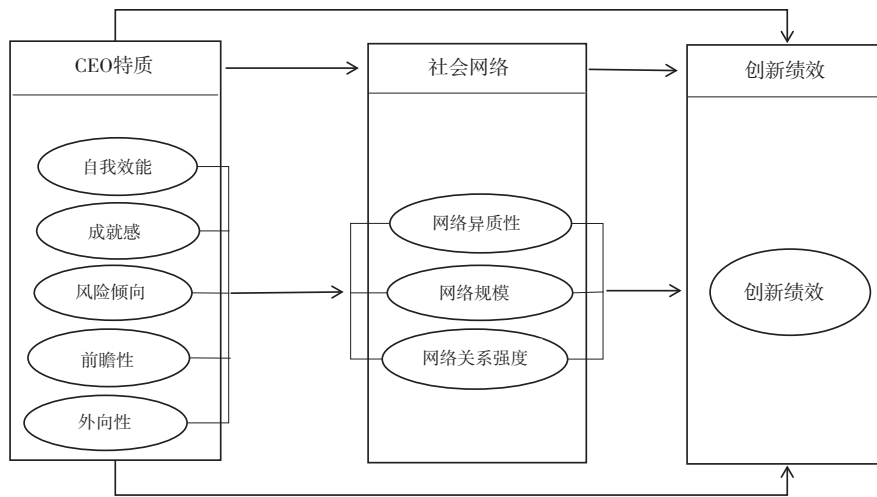


图 1 研究理论模型

(一) 研究假设

1. CEO 特质对创新绩效的影响

自我效能是指对自身完成任务或达成目标的信心程度。自我效能程度越高,个体就越自信,越有克服困难、完成目标的信心。自我效能对个人行为的影响主要体现在以下几个方面:第一,影响个体目标的设定。自我效能程度高的人会更加合理地设定自己的目标并对如何完成既定目标有着合理的规划和认知。第二,影响个体的努力程度。自我效能程度高的人会付出更多的努力,对自己终将会得到的回报满怀信心。第三,影响个体的时间规划。自我效能高的人能合理规划时间,会为目标的实现付出时间和精力(刘婷和张海雪,2019)。因此,自我效能程度高的人会更加坦然地面对遇到的困难和挫折,并积极寻求解决方案。同时,研究发现,自我效能程度高的领导者更善于制定新的目标,带领员工实现产品和服务等方面的创新,挖掘信息化大背景下新的创新成果,实现企业创新绩效的提高。基于上述分析,提出第一个假设:

自我效能程度与企业创新绩效正相关(H1a)。

成就感是指个人在克服困难的过程中努力追求成功的力量。在对创业者的研究中发现,成就感高的人更渴求成功,期望通过自己的努力获得成功以满足个人成就感。因而,创业者拥有比一般人具有更强的成就感;当企业的CEO具有高成就感时,会选择克服难以实现自身价值。因此,提出以下假设:

成就感与企业创新绩效正相关(H1b)。

风险倾向是指不同特性的人在面对风险时的态度。研究认为,企业高层一般为风险寻求者,他们愿意承担风险以获得企业的长久发展。然而,“Bowman悖论”认为,在避免高风险的同时,管理者可以通过发挥高超的战略能力使企业获得高回报(Athianos et al,2018)。因此,风险研究引起了研究者的关注,尽管研究结果各不相同,但绝大多数还是认为企业是可以通过承担高风险来获得高收益的。因此,提出以下假设:

风险倾向与企业创新绩效正相关(H1c)。

前瞻性是指领导者通过自身经验对未来发展趋势的一种预见,是指个体有意识地采取行动来改变外界环境,为企业带来绩效的个人特质。研究发现,具有前瞻性的人更善于发现并抓住机会,能果断出击以改变现状。大量研究表明,具有前瞻性的CEO具有主动性、集中性、独立性等多种特性,这种个人特质与领导能力、团队合作、创新思维等都有一定的关联,是企业获得创新绩效的关键因素(刘敏洋等,2019;Hsieh et al,2019;Valenti et al,2020)。因此,提出以下假设:

前瞻性与企业创新绩效正相关(H1d)。

外向性是一个人重要的特质,关于外向性的描述主要有热情、活泼、积极、团结等,这充分反映了一个人的交往能力和学习能力。外向性的CEO思想开阔,能以良好的心态去接收新的知识和观点,从而为企业开辟新的发展方向。同时,外向性人格特质的CEO具有较强的团队合作能力,更适合进行团队协作活动(王飞和刘丹,2019;Oh et al,2019),因而,外向性领导者更能利用自身特质提升创新绩效。对此提出以下假设:

外向性与企业创新绩效正相关(H1e)。

2. CEO特质对社会网络的影响

社会网络主要由网络规模、网络异质性和网络关系强度3个维度组成。网络规模是指在企业的发展过程中帮助企业的各种参与者的数量。参与者数量的增加意味着企业社会网络规模的扩大,社会资源越丰富,越有利于企业的发展。网络异质性是指企业在发展过程中社会关系的种类。目前,根据社会的发展,与企业相关的关系种类基本可划分为科研机构、政府、供应商、中间商、代理商、行业协会和竞争者几大部分,企业社会关系包含种类越多则异质性越强。网络关系强度是指企业与社会关系主体之间的联系强弱,反映了参与者对企业发展的满意程度。参与者对企业越满意,则关系强度越强。自我效能、成就感、风险倾向、前瞻性、外向性等CEO特质有利于促进企业管理者积极主动地发展社会关系,这体现在CEO的良好沟通能力和团结协作能力,能更积极主动地学习社会技能,并愿意花费更多的精力和时间去完成挑战,实现企业的发展(周军,2018;单标安等,2018;刘美芬,2019)。因此,本文提出以下假设:

自我效能与社会网络正相关(H2a);

成就感与社会网络正相关(H2b);

风险倾向与社会网络正相关(H2c);

前瞻性与社会网络正相关(H2d);

外向性与社会网络正相关(H2e)。

3. 社会网络对企业创新绩效的影响

网络规模体现着一个企业的资源储量。在其不断扩大的过程中,企业能够了解、吸收及获取其他相关企业的各类资源,实现创新发展的机会就越大;网络异质性包含了企业员工在地区、行业、服务、产品等各方面的差异,异质性越高的企业在发展过程中接触到的网络关系就越多,更有利于寻求多种类的网络资源和合作伙伴,从而加大企业创新的可能;网络关系强度意味着CEO资源共享的强度和合作的深度,这是实现企业创新发展的第一要务,长久稳固的网络关系可以促使企业在可持续发展的过程中掌握创新资源并提高创新产出(白旭云,2019;Shen et al,2020)。基于上述分析,本文提出以下假设:

网络规模与企业创新绩效正相关(H3a);

网络异质性与企业创新绩效正相关(H3b);

网络关系强度与企业创新绩效正相关(H3c)。

4. 社会网络在CEO特质和创新绩效之间的作用关系

在企业进行创新发展的过程中,需要通过社会网络获取企业发展需要的资源,而具有不同特质的企业CEO能对网络规模、网络异质性及网络关系强度产生重要的影响(Kijkasiwat et al, 2020),因而,CEO特质会通过社会网络对企业创新绩效产生影响。基于此,本文提出以下假设:

H4:社会网络在CEO特质和创新绩效之间起中介作用。

三、数据来源及研究设计

采用网络问卷的形式获取本文的研究数据。在我国公布的《高技术产业名录》中随机选取300家企业发放问卷,利用Likert量表法对问卷中问题进行回答,其中,1代表完全不同意,2代表很不同意,3代表不同意,4代表一般,5代表同意,6代表很同意,7代表完全同意。

(一)被解释变量

本文的被解释变量设定为企业的创新绩效。目前,尚没有公认的企业创新绩效评价标准。因此,采用主客观结合的方法对问卷进行设计,见表1。

表1 企业创新绩效评价问卷设计

被解释变量	子变量	问卷设计
创新绩效(D)	D1	企业创新产品的数量与同行相比较多
	D2	企业创新产品的收入与同行相比比较高
	D3	企业申请的专利数量与同行相比较多
	D4	企业新产品的开发率与同行相比比较高
	D5	企业新产品的投入产出率与同行相比比较高
	D6	企业新产品的开发速度与同行相比快

(二)解释变量

本文涉及的解释变量是CEO的个人特质,主要从自我效能、成就感、风险倾向、前瞻性和外向性5个方面对CEO特质对企业创新绩效产生的影响进行分析,设置问题见表2。

表2 CEO特质对企业创新绩效影响关系的问卷设计

被解释变量	子变量	问卷设计
自我效能(B1)	B11	相信自己有能力应对企业中遇到的各种问题
	B12	相信只要自己付出努力就能获得想要的结果
	B13	相信自己的努力终将会获得成功
	B14	在遇到问题时,会沉着冷静地面对
	B15	自己能找到大多数问题的解决方法
成就感(B2)	B21	希望得到他人的重视和信任
	B22	对完成任务有急切的使命感和紧迫感
	B23	喜欢通过新的途径和方法学习新的技能以追求目标的实现
	B24	会坚持付出以提升人生价值
	B25	期待工作和生活的完美进行
风险倾向(B3)	B31	喜欢冒险活动
	B32	始终认为收益和风险是成正比的
	B33	善于在富有挑战的环境中果断做出决策
	B34	喜欢新奇的事物并善于创新
	B35	能坦然接受生活和工作中的挑战
前瞻性(B4)	B41	对事情的发展有独到的敏锐性
	B42	善于发现细节中存在的问题并主动解决
	B43	能在风险中发掘新的机遇
	B44	能将问题转化成企业发展的动力
外向性(B5)	B51	善于结交朋友,热情开朗
	B52	每天都充满精神,积极面对每一天
	B53	做事积极主动
	B54	能做出果断的决定
	B55	善于团队合作,乐于与人共同协作

(三)中间变量

本文的中间变量为社会网络,主要包括网络规模、网络异质性和网络关系强度三方面。为研究社会网络在CEO特质与企业创新绩效之间的中介关系,设定题项见表3。

表3 社会网络在CEO特质与企业创新绩效之间中介关系的问卷设计

被解释变量	子变量	问卷设计
网络规模(C1)	C11	企业可以为客户提供充足的产品和服务
	C12	企业能同时和多个供应商进行联系
	C13	企业和多个科研院所和机构都有密切的联系
	C14	企业可以和多个中介机构进行联系
	C15	企业可以和同行进行密切的交流
网络异质性(C2)	C21	企业在合作伙伴的选择上跨度较大
	C22	企业业务范围较广
	C23	企业合作伙伴的类型和分布区域较多
	C24	企业和供应商、科研机构、中介、客户、政府等都有联系
网络关系强度(C3)	C31	企业可以和各种合作伙伴之间都可以相互信任
	C32	企业能够与合作伙伴之间进行信息互换
	C33	企业与合作伙伴之间的关系是二者进行长期发展的导向
	C34	企业与合作伙伴之间的关系很密切

(四)控制变量

将影响企业创新绩效和社会网络的因素归为控制变量,在进行实证分析时取其自然对数进行分析,这些控制变量主要包括CEO性别、年龄、学历、工作年限、行业属性、政策环境等。

(五)信度检验

采用信度检验对数据来源的可靠性进行分析。采用Cronbachs's α系数法进行信度检验,当Cronbach's α的值大于0.7时,数据来源可靠;0.35~0.7之间为勉强可接受,0.35以下为不可接受的数据来源。信度检验结果见表4,由表4可见,所有题型的信度检验结果都大于0.7,符合本文的研究要求。

表4 信度检验结果

变量	题量	Cronbach's α	Cronbach's α 参考标准
CEO 特质	25	0.974	大于0.7
B1	5	0.915	
B2	5	0.947	
B3	5	0.926	
B4	5	0.917	
B5	5	0.935	
社会网络	13	0.944	
C1	5	0.917	
C2	4	0.953	
C3	5	0.927	
企业创新绩效	6	0.931	
问卷信度	45	0.966	

四、统计结果分析

(一) 样本分析

本次共发出300张问卷,经过一个月的调查共回收得到有效问卷248份,在对问卷的样本数据进行分析之前,首先对样本的特征及属性进行分析。在本次问卷中,男性有197位,占比79.4%;女性51位,占比20.6%。年龄在25岁以下的有9位,占比3.6%;26~35岁之间的有32位,占比12.9%;36~45岁之间的有87位,占比35.1%;46~55岁之间有57位,占比23.0%;56岁以上有63位,占比25.4%。从企业CEO学历来看,硕士及以上、本科、大专、高中、高中以下学历的占比分别为20.1%、48.9%、12.4%、11.2%、7.4%,这其中包括了CEO的初始学历及其在进入工作岗位后继续进修过的学历。由调查结果可得,CEO的工作年限在3年以下、3~5年、6~10年、11~15年、16~20年的分别有4人、32人、95人、82人、35人,分别占比1.6%、12.9%、38.3%、33.1%和14.1%。从企业产业分布情况来看,高新技术和传统制造业分别有75个和173个,分别占比30.2%和69.8%,传统制造业仍然占有较大的比重。

(二) 相关性分析

对变量进行Pearson相关性检验分析,以判断假设的合理性。各变量之间的相关系数矩阵见表5。

表5 变量之间的Pearson相关性检验

变量	均值	标准差	B1	B2	B3	B4	B5	C1	C2	C3	D
B1	0	1	1								
B2	0	1	0	1							
B3	0	1	0	0	1						
B4	0	1	0	0	0	1					
B5	0	1	0	0	0	0	1				
C1	0	1	0.125	0.212*	0.351**	0.308**	0.147	1			
C2	0	1	0.147*	0.209**	0.235**	0.272**	0.122	0	1		
C3	0	1	-0.042	0.152*	0.102	0.158	0.098	0	0	1	
D	0	1	0.152*	0.046	0.433**	0.441**	0.047	0.482**	0.359**	0.148*	1

注:**表示在0.01水平上显著相关;*表示在0.5水平上显著相关。

从表5中可以看出,自恋、风险倾向和前瞻性与社会网络及创新绩效都存在相关性,社会网络的3个维度与企业创新绩效之间存在显著的相关关系,CEO的5个特质与社会网络之间也存在相关关系。因此,初步表明上述研究假设与客观事实相符合。相关性分析只能定性地表明变量之间存在某种程度的关系,但是不能定量地对其产生的原因和影响大小进行判断。因此,接下来采用多元回归分析法对其进行判断。

(三) 多元回归分析

1. CEO 特质与创新绩效之间的关系

为了研究CEO特质与企业创新绩效之间的关系,以CEO的5个特质为自变量,创新绩效为因变量建立回归模型,其结果见表6。

表 6 CEO 特质与创新绩效之间的回归结果分析(模型一)

模型		非标准化系数		标准系数	t	Sig.	VIF
		常数项	标准误差	β			
控制变量	性别	-0.235	0.247	-0.062	-0.904	0.352	1.028
	年龄	0.032	0.085	0.042	0.321	0.732	1.854
	学历	-0.065	0.064	-0.074	-0.924	0.358	1.432
	工作年限	0.132	0.081	0.128	1.528	0.118	1.825
	高新技术	0.014	0.052	0.247	2.689	0.004	2.125
	传统制造业	0.021	0.144	0.162	1.462	0.072	1.475
解释变量	自我效能	0.152**	0.072	0.152	2.217	0.082	1.125
	成就感	0.129*	0.058	0.144	2.021	0.027	1.082
	风险倾向	0.147**	0.062	0.187	2.827	0.006	1.114
	前瞻性	0.352***	0.064	0.314	4.632	0.000	1.211
	外向性	0.017	0.066	-0.022	0.214	0.834	1.074
R^2		0.512					
调整 R^2		0.417					
F		7.325					
DW		1.964					

注:创新绩效为被解释变量;*表示 0.05 水平下显著;**表示 0.01 水平下显著;***表示 0.001 水平下显著。

从表 6 可以看出,模型一的 R^2 为 0.512,表明上述变量对创新绩效的解释能力有 51.2%, F 值大于 0,模型达到显著水平, VIF 和 DW 的值证明上述变量不存在多重共线性和序列相关性等问题。此外,自我效能、成就感、风险倾向、前瞻性的回归系数均大于 0,证明达到显著性水平,表明上述因素对企业创新绩效都会产生促进作用;而外向性的回归系数小于 0,表明外向性不会对企业创新绩效产生促进作用。因此,H1a、H1b、H1c 和 H1d 都得到证明,而 H1e 不成立。

2. CEO 特质与社会网络之间的关系

以 CEO 特质为解释变量,社会网络为被解释变量,构建 3 个模型进行回归分析,其结果见表 7。

模型二中网络异质性为被解释变量,CEO 特质对网络异质性的回归系数均大于 0,表明上述 3 个因素对网络异质性都会产生正向作用;模型三中网络规模为被解释变量,CEO 特质在对网络规模进行回归分析时系数均大于 0,表明上述 CEO 特质对网络规模能起到正向作用;模型四中网络关系强度为被解释变量,自我效能对网络关系强度的回归系数为负值,而其他 CEO 特质的回归系数为正值,这表明自我效能对网络关系强度会产生负作用,而其他 CEO 特质对网络关系强度会有正向作用。因此,H2a、H2b、H2c、H2d 成立,而 H2e 不成立。

3. 社会网络与企业创新绩效之间的关系

以社会网络的 3 个维度为解释变量,企业创新绩效为被解释变量进行回归分析,探究社会网络与企业创新绩效之间的关系,回归结果见表 8。

从表 8 可以看出, R^2 为 0.429,表明上述变量对创新绩效的解释能力有 42.9%, $F > 0$,模型达到显著水平, VIF 和 DW 的值证明上述变量不存在多重共线性和序列相关性等问题。此外,上述 3 个解释变量的回归系数均大于 0,证明达到显著性水平,表明上述因素对企业创新绩效都会产生促进作用。因此,H3a、H3b 和 H3c 都得到证明。

表 7 CEO 特质与社会网络之间的回归结果分析

变量		模型二	模型三	模型四
		网络异质性	网络规模	网络关系强度
控制变量	性别	-0.032	0.052	-0.004
	年龄	0.085	-0.142	0.158
	学历	-0.022	-0.097	0.019
	工作年限	0.087	0.028	-0.017
	高新技术	-0.132*	0.052	-0.009
	传统制造业	-0.091	0.047	0.028
解释变量	自我效能	0.144	0.252*	-0.021
	成就感	0.247***	0.217*	0.189*
	风险倾向	0.185*	0.082	0.052
	前瞻性	0.274***	0.247**	0.065
	外向性	0.052	0.141	0.104
R^2		0.317	0.214	0.122
调整 R^2		0.264	0.423	0.008
F		4.315	2.522	2.712
DW		1.247	1.439	2.024

注:*表示 0.05 水平下显著;**表示 0.01 水平下显著;***表示 0.001 水平下显著。

表8 社会网络与企业创新业绩之间的线性回归分析(模型五)

模型	非标准化系数		标准系数	t	Sig.	VIF
	B	标准误差	β			
控制变量				-0.947	0.282	1.025
性别	-0.187	0.224	-0.057	-0.012	0.794	1.724
年龄	-0.000	0.065	-0.001	-0.325	0.698	1.159
学历	-0.014	0.032	-0.015	1.028	0.246	2.052
工作年限	0.069	0.047	0.072	1.147	0.001	1.758
高新技术	0.047	0.122	0.274	-0.125	0.825	1.644
传统制造业	0.114	0.124	0.072	0.019	0.274	1.536
解释变量						
网络异质性	0.285***	0.058	0.247	5.437	0.000	1.118
网络规模	0.297***	0.074	0.285	4.289	0.000	1.058
网络关系强度	0.142*	0.072	0.142	2.532	0.008	1.025
R^2				0.429		
调整 R^2				0.397		
F				11.258		
DW				1.368		

注:*表示0.05水平下显著;**表示0.01水平下显著;***表示0.001水平下显著。

4. 社会网络的中介作用

判断社会网络在CEO特质与企业创新绩效之间的关系主要包括3个步骤。第一步主要是以自变量为解释变量,中介为被解释变量,回归系数大于0;第二步是以自变量为解释变量,因变量为被解释变量,回归系数大于0;第三步是自变量与中介为解释变量,因变量为被解释变量,中介变量的回归系数大于0,且当自变量的回归系数减小,但仍大于0时,中介变量起到部分中介作用;当自变量的回归系数减小且回归系数小于0时,中介变量会起到完全的中介作用。

结合上述模型一至模型五的分析,进行以CEO的5个特质和社会网络3个维度为解释变量,以创新绩效为被解释变量的线性回归分析,建立模型六、模型七、模型八,结果见表9。

结合模型二“CEO特质与网络异质性之间的关系”和模型一“CEO特质与企业创新绩效之间的关系”进行分析。第一步,CEO特质对网络异质性的回归系数大于0,为显著水平;第二步,CEO特质对企业创新绩效的回归结果大于0,为显著水平;第三步,从模型六中可以看出,成就感、风险倾向和前瞻性的回归系数都有一定程度的减小,但仍处于显著水平。因此,在成就感、风险倾向和前瞻性与企业创新绩效之间,网络异质性起到了部分中介作用。同理,结合模型三和模型一可以看出,网络规模在自我效能、成就感、前瞻性与创新绩效之间起到部分中介作用;结合模型四和模型一,可以知道,在成就感和企业创新绩效之间,网络关系强度起到的是部分中介作用。

表9 社会网络的中介作用回归分析

变量	模型六	模型七	模型八
	创新绩效	创新绩效	创新绩效
自我效能	0.125	0.109	0.152*
成就感	0.114	0.085	0.089
风险倾向	0.132*	0.169**	0.174
前瞻性	0.252***	0.272***	0.182**
外向性	-0.028	-0.028	0.297***
网络异质性	0.242***		
网络规模		0.149*	
网络关系强度			0.112
R^2	0.452	0.482	0.432
调整 R^2	0.397	0.398	0.394
F	7.258	7.452	7.521
DW	1.764	1.884	1.885

注:*表示0.05水平下显著;**表示0.01水平下显著;***表示0.001水平下显著。

五、结果讨论

本文在前人总结的基础上,提出了本文的概念模型,并针对CEO特质、企业创新绩效和社会网络三者之间的关系提出了多个假设,利用回归分析对假设进行了验证,实证结果表明,仅有部分假设通过了验证,并得到以下结论。

(1)CEO特质对企业的创新绩效有显著的影响。在上述实证分析中,CEO特质中的自我效能、成就感、风险倾向和前瞻性对企业的创新绩效都会产生正向作用,因而,企业应该重视CEO个人特质的培训,竭力通过培训、学习等方式完善创始人特性。

(2)不同CEO特质对社会网络会产生显著影响。在上述实证分析中,CEO特质对社会网络的3个维度都会产生重要的影响。因此,企业CEO应根据企业面临的实际情况,制定合理的培训计划,努力提升个人素

养,帮助企业建立优质的社会网络。

(3) 社会网络的不同维度会对企业的创新绩效产生作用。在上述实证分析中,社会网络的3个维度都会对企业的创新绩效产生积极的促进作用。因此,强化企业与各级政府、中介服务机构、供销企业、科研院所等机构的沟通联络,有利于企业有效扩大网络规模,构建优质社会网络,从而推动企业创新业绩的发展。

(4) 社会网络在CEO特质与企业创新绩效之间起到了部分中介作用。通过研究社会网络的中介功能,能够厘清CEO特质对企业创新绩效发挥功效的机理,并能对CEO如何对企业创新绩效产生作用进行合理的实证分析和理论说明。为了充分利用社会网络的中介作用,CEO应主动学习,积极拓展社会网络,加强个人素质的提升,实现推动企业创新发展的目的。

本文为企业在社会发展过程中如何培养和提高企业创新绩效提供了理论参考,具有重要的实践意义。

参考文献

- [1] 白旭云, 2019. 研发补贴还是税收激励: 政府干预对企业创新绩效和创新质量的影响[J]. 科研管理, 40(6): 9-18.
- [2] 李晓钟, 徐怡, 2019. 政府补贴对企业创新绩效作用效应与门槛效应研究: 基于电子信息产业沪深两市上市公司数据[J]. 中国软科学(5): 31-39.
- [3] 刘美芬, 2019. 高管政治联系对民营企业创新绩效的影响: 董事会治理行为的非线性中介效应[J]. 科研管理, 40(5): 233-243.
- [4] 刘敏洋, 黄艳群, 张大卫, 2019. 基于绩效激励机制的数控机床人机交互系统创新设计[J]. 中国机械工程, 30(21): 2554-2559.
- [5] 刘婷, 张海雪, 2019. 创新开放度对企业创新绩效的影响: 一项Meta分析[J]. 科技进步与对策, 36(8): 93-100.
- [6] 罗沛, 葛玉辉, 2018. 权力分布视角下的高管团队异质性与企业创新绩效[J]. 中国人力资源开发, 35(2): 41-49.
- [7] 单标安, 鲁喜凤, 郭海, 等, 2018. 创始人的人格特质对科技型新企业成长的影响研究[J]. 管理学报, 15(5): 687-694.
- [8] 王飞, 刘丹, 2019. 客户合作对新产品开发绩效的影响研究: 跨部门合作的调节效应[J]. 华东经济管理, 33(2): 169-175.
- [9] 周军, 2018. 社会网络视角下独立董事与企业创新绩效[J]. 财经论丛(浙江财经学院学报)(4): 75-82.
- [10] ATHANOS S, KYDROS D, 2018. Corporate governance and social networks: The relationship between the board of directors and earnings management[J]. Corporate Ownership & Control 15(3): 80-91.
- [11] CASTILLO T, ALARCON L F, PELLICER E, 2018. Influence of organizational characteristics on construction project performance using corporate social networks[J]. Journal of Management in Engineering, 34(4): 1-9.
- [12] HSIEH C, PANDEY V, WANG H, 2019. Executive compensation of immigrant-founder firms in the USA[J]. International Journal of Managerial Finance, 15(4): 546-563.
- [13] KIJKASIWAT P, PHUENSANE P, 2020. Innovation and firm performance: The moderating and mediating roles of firm size and small and medium enterprise finance[J]. Journal of Risk and Financial Management, 13(5): 97-102.
- [14] MARKOVIC S, BAGHERZADEH M, 2018. How does breadth of external stakeholder co-creation influence innovation performance? Analyzing the mediating roles of knowledge sharing and product innovation[J]. Journal of Business Research, 88(7): 173-186.
- [15] OH H, BAE J, KIM S J, et al, 2019. Product recall as a way of responsible management of a firm: The roles of corporate social responsibility and board members' sense of ownership [J]. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 26(4): 902-915.
- [16] PALVI K, RIITTA K, MCCARTHY D J, et al, 2018. The darker side of social networks in transforming economies: Corrupt exchange in chinese guanxi and russian blat/svyazi[J]. Management & Organization Review, 14(2): 395-419.
- [17] SHEN J, SHA Z Q, WU Y J, 2020. Enterprise adaptive marketing capabilities and sustainable innovation performance: An opportunity-resource integration perspective[J]. Sustainability, 12(2): 131-136.
- [18] VALENTI A, HORNER S V, 2020. Leveraging board talent for innovation strategy[J]. Journal of Business Strategy, 41(1): 11-18.
- [19] VITIEA K, LIM S, 2019. Voluntary environmental collaborations and corporate social responsibility in Siem Reap city, Cambodia[J]. Sustainability Accounting Management & Policy Journal, 10(3): 451-475.
- [20] WU W W, ZHOU L, ZHANG Q, 2020. Effects of corporate environmental responsibility strength and concern on innovation performance: The moderating role of firm visibility[J]. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 27(3): 147-152.
- [21] ZHAI Y M, SUN W Q, TSAI S B, et al, 2018. An empirical study on entrepreneurial orientation, absorptive capacity, and SMEs' innovation performance: A sustainable perspective[J]. Sustainability, 10(2): 314-319.
- [22] ZHANG G Y, TANG C, 2019. Correction to: How R&D partner diversity influences innovation performance: An empirical study in the nano-biopharmaceutical field[J]. Scientometrics, 120(3): 125-131.

An Empirical Study on the Influence Mechanism of CEO Power and Personality Characteristics on Corporate Innovation Performance from the Perspective of Director Adjustment

Yan Yan¹, Wang Qian²

(1. School of Business, Minsheng College of Henan University, Kaifeng 475000, Henan, China; 2. School of Economics, Fudan University, Shanghai 200433, China)

Abstract: In the context of the development of economic globalization, CEO characteristics play an important role in the improvement of corporate innovation performance. Based on relevant domestic and foreign research, this paper proposes hypotheses based on the relevant theories of CEO characteristics, social networks and corporate innovation, and uses multiple regression analysis methods to empirically explore the relationship between the three. The results show as follows. Some of the CEO's characteristics will positively promote the company's innovation performance and social network. At the same time, the social network also has a positive role in promoting the company's innovation performance. And the social network will play an important role in the relationship between the CEO's characteristics and the company's innovation performance. Part of the intermediary role played between. This study reveals the mechanism of CEO characteristics, social network and enterprise innovation performance, and provides a theoretical reference for enterprises to improve innovation performance in the context of network development.

Keywords: CEO traits; social networks; innovation performance