

DOI: 10.16538/j.cnki.fem.2017.04.001

创业团队认知研究现状探析与未来展望

王国红, 周建林, 秦 兰

(大连理工大学 管理与经济学部, 辽宁 大连 116024)

摘 要: 创业团队认知推动了创业团队研究从关注团队行为理性深化为团队认知理性, 揭示出团队行动背后所隐含的驱动机制, 逐渐成为创业学领域的独立议题之一。目前针对创业团队认知的研究处于起步阶段, 研究内容也较为零散。本文通过梳理国内外相关文献, 立足状态观、过程观以及能力观三个视角归纳出创业团队认知的概念内涵; 然后, 分别从认知基础、认知互动、情绪体验层面梳理创业团队认知的前置因素, 并阐述创业团队认知对团队创造力、团队行为、创业过程、创业绩效的影响; 最后, 提出创业团队认知的前因后果作用机制整合框架, 并对未来研究进行展望。

关键词: 创业团队; 创业团队认知; 创业行为; 创业绩效

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2017)04-0003-12

一、引 言

随着市场竞争的加剧、信息的碎片化分布, 导致创业的风险性和不确定性持续增强。以创造性的资源整合为特点的创业活动, 其形式开始逐渐由过去的个体创业向团队创业转变 (Beckman, 2006; West III, 2007)。近年来, 创业团队的研究激增 (Forbes等, 2006; 杨俊等, 2010), 创业团队如何影响创业企业绩效问题成为热点研究话题。现有研究主要集中于挖掘创业团队结构和过程特征作用于创业企业绩效的内在机理 (Eisenhardt和Schoonhoven, 1990; 胡望斌等, 2014), 但以创业团队过程特征为核心的创业团队研究未能揭示出创业过程中各类团队行动背后所隐含的驱动机制或诱发机制 (Bryant, 2014), 而以团队结构特征为核心的创业团队研究, 容易诱发“过于强调创业团队成员的个体特质差异”这一研究倾向, 因此, 亟需一种新的理论视角对创业团队相关问题展开研究。

近年来, 社会认知理论为创业研究提供了新的理论视角, 众多学者开始基于认知视角对创业现象展开研究。但是由于多数创业企业依赖于团队来完成各种复杂的认知任务, 此时, 团队

收稿日期: 2016-06-05

基金项目: 国家自然科学基金项目 (71473027); 中国博士后基金资助项目 (2014M560215)

作者简介: 王国红 (1968—), 男, 大连理工大学管理与经济学部教授, 博士生导师;

周建林 (1987—), 男, 大连理工大学管理与经济学部博士研究生;

秦 兰 (1989—), 女, 大连理工大学管理与经济学部博士研究生。

创业活动中所体现出的认知表征已经难以被个体认知所解释,因此,学者们纷纷表示,认知观念应从个体层面扩展到团队层面(Vallacher和Wegner,1987)。社会认知理论在解释“创业团队如何运行以实现最佳创业效果”这一重要问题中具有巨大的研究潜力和空间(Chowdhury,2005;Dimov,2011)。因此,创业团队研究可以从关注创业过程中团队行为理性深化为团队认知理性,并致力于归纳、识别出具备共性规范的创业团队认知特征或状态,从而解释创业行为背后的诱发机制,这为创业团队研究提出了新的视角(Grégoire等,2011)。目前,已有大量研究关注了群体意义构建和团队认知的议题。但相对于成熟组织中的团队,创业团队存在于动态演化的新组织中,并深深嵌入在行为准则和规范尚不明确的创业情境中,加之组织内工作描述的模糊性以及分散性(Staw,1991),导致现有团队认知的概念不能简单套用到创业团队认知的研究体系中,亟需对创业团队认知的内涵展开专题研究。

近年来,有学者开始探索创业团队认知这一前瞻性研究课题,并尝试提出“创业团队认知”概念。例如,de Mol等(2015)首先对创业团队认知的概念进行初步探讨,但在概念提出过程中,作者仅仅是依据共享心智模型(Knockaert等,2011)、交互记忆系统(Zheng,2012)、集体认知(West III,2007)等多元化概念,直接提取出其认为的创业团队认知概念界定所需的合理内核,如“团队过程的嵌入性”以及“知识的共享性”等等,并未归纳出当前不同视角下创业团队认知相关研究的差异性和关联性,也并未对创业团队认知的结构维度进行有效划分。此外,尽管de Mol等(2015)提出创业团队认知的研究框架,但该框架仅仅是将创业团队认知的前置因素和后置因素进行分层次的简单列举,并未考虑这些因素之间的逻辑关系。可见,迄今为止,国内外研究还处于起步阶段,有关创业团队认知的结构化定义与描述不够清晰,而且涉及创业团队认知前置因素与效应机制的研究比较碎片化,从而阻碍了该领域理论及实证研究的发展。因此,创业团队认知的研究成果需要进一步挖掘。本文在回顾相关文献的基础上,立足状态观、过程观以及能力观三个视角归纳出创业团队认知的概念内涵,对创业团队认知的前置因素及其影响效应进行系统梳理,从而提出创业团队认知形成机制和作用机理的整合框架,以此解答“创业团队认知的内涵与结构是什么、从何而来、发挥什么作用”这三大问题。根据该框架,本文梳理出创业团队认知现有研究不足,并指明未来研究方向,从而为国内学术界跟踪国际研究前沿提供参考,为拓展深化创业认知理论和创业团队理论的研究提供铺垫,以便更好地指导创业实践。

二、创业团队认知的概念梳理

认知通常被定义为一种个体现象,是“感官输入的转变、简化、解释、储存、回复、使用的过程”,即人体大脑对其认知活动所承载的信息进行理解的过程(Mitchell等,2011)。然而,目前新创企业多依赖于团队来完成各种复杂的认知任务,个体分析水平的认知观念开始扩展到团队水平(Vallacher和Wegner,1987)。但由于研究目的、学科背景的差异化,导致当前团队层面的认知研究在不同的主题下开展,诸如共享心智模型(Knockaert等,2011)、集体认知(West III,2007)、交互记忆系统(Zheng,2012)、共享战略认知(Ensley和Hmieleski,2005)等。团队认知研究的多样性为创业团队认知研究带来一定的挑战,但也为界定创业团队认知内涵提供了一定的借鉴意义。目前,学者们主要从状态、过程、能力等视角对团队认知进行定义。基于状态视角的学者倾向于将团队认知视为一种集体信念或共享理解的涌现状态(emergent state),揭示团队由低层向高层所涌现的集体意义或共识,强调团队整体所体现出的认知结构或认知表征;而过程视角主要将团队认知视为是团队成员之间对信息或知识进行加工处理的过程,更倾向于凸显团队成员间认知过程与互动关系;而能力视角认为团队认知是团队感知并适应外部环境变化,探知和识别相关线索、记忆相关信息、获得相关知识、调整相关行为并解决问题的能力。

(一)状态视角

状态视角下的团队认知被视为是在特定情境或特定任务下团队成员共同拥有的一种认知表征。该视角关注参与者的主体性统一与共识,更多体现出一种“结果性”状态,如“统一任务共识”或“群体图示相似”等。此时,团队认知是一种脱胎于个体认知的、自下而上的合成式认知结构(de Mol等,2015),这种合成式认知结构是团队成员共享的、对团队情境中关键要素的、系统的理解和心理表征,强调了个体心智模型之间的相似性或重叠性,呈现出一种集合模式(任燕,2012)。因此,DeChurch和Mesmer-Magnus(2010)将团队认知定义为团队成员采用一种彼此接受的方式进行知识的有效组织、表达或分配,从而使团队成员达成一种相似的任务理解状态。

此外,还有学者通过其他术语描述状态视角下的团队认知概念。这些术语中,常会出现“集体(collective)”以及“共享(shared)”这两个模糊性的专业术语,如共享战略认知、集体认知等等(de Mol等,2015),导致状态视角下创业团队认知概念研究的多元性。例如,Ensley(2001)将共享视为“拥有共同之处”,并将共享战略认知定义为团队成员所持有的企业战略心智模型重叠、相似或一致的程度,并认为其是团队成员共同拥有特定任务知识结构的结果(Ensley,2005)。“集体(collective)”则被用来描述团队成员间知识的重叠性。例如,West III(2007)提出集体认知概念,认为集体认知是指创业团队内部对个体成员认知整合化的程度,以及这种整合的结构化程度。从本质上看,这些多样化的术语更关注团队成员的任务心智模型之间的相似性(Cooke等,2013)。因此,状态视角下的团队认知更多地被视为一种集合性的心智模型,能够为团队行为提供一个认知框架,使团队能作为一个协调的整体来完成任务。

(二)过程视角

为了强调团队认知的本质是互动过程,而非简单的知识集合,有学者开始从认知过程视角对创业团队认知展开研究(Larson,2010)。首先,Cooke等(2013)以互动论为核心,提出团队互动认知理论,并认为团队认知系统由团队内部个体认知要素之间彼此协作关联的过程构成。从这一角度看,该理论下的团队认知研究本质上是对分布式认知的描述和解析。所谓分布式认知,其强调认知现象不仅仅包括发生在个体“颅内”的认知活动,还涉及人与人、人与技术工具之间通过交互实现某一活动的过程。因此,Hutchins(1995)认为认知的本质是分布式的,对认知的理解不应局限于单纯地视为“颅内”活动,而应强调认知是个体与个体之间,个体与环境之间的整合系统(聂晶和孙继伟,2009)。Mitchell等(2011)也认为,认知是社会主体间分布存在的,彼此关联的个体互为对方信息库和知识库的主要来源。因此,分布性认知强调了认知元素的分布性以及认知过程的互动性,突出了认知的社会化层面,即个体认知涉及与他人的认知交互。同样,团队认知也不是独立存在的,是分布性的社会化过程的体现(Dew等,2015)。此外,有学者认为,分布式认知的实施关键在于团队内部的信息加工处理过程。因此,有学者从信息加工视角出发,认为团队认知是团队成员通过一些语言的或者动作的方式将自身获得的信息转化为输出结果的一个互动过程(Marks等,2001)。Siegel和Federman(1973)则以显性化行为描述团队认知过程中的信息加工过程,并用信息获取、交换意见、制定备选方案以及领导控制加以刻画。但综合而言,无论是信息加工视角、分布式加工视角,还是团队互动认知视角,三者均强调团队认知是团队在社会互动过程中所构建的认知,体现出人们彼此互动及其与环境互动的过程,突出了认知的社会化层面。

(三)能力视角

从能力视角分析团队认知同样引起学者关注。有学者从信息处理功能来解读团队认知。Hunter(1986)强调认知是认知主体对相关信息或知识进行理解、加工并利用的一种能力。基于该观点,Cohen和Levinthal(1990)将团队认知能力视为是团队成员基于对信息或知识的吸收处

理过程所实现的一种判断和监测能力。此外,有学者从外部环境入手,将团队认知理解为团队成员对外部环境的感知与适应能力。Eggers和Kaplan(2009)将团队认知视为企业动态能力的一种,更多表现为企业对环境的适应能力。同样,葛玉辉和陈倩(2011)也认为,团队认知是团队成员基于对外部环境的变化感知以及团队资源禀赋的存量感知,进而进行合理决策的能力。可见,团队认知能力是团队对环境、信息与知识的感知并通过其感知来监督、解决问题的能力。

(四)内涵界定

综上所述,团队认知的概念被赋予了各种各样的标签。但这些概念各有利弊,如状态观将团队认知视为团队成员之间心智模式或知识结构相似性的一种结果或状态,却忽视成员之间的动态互动过程;过程观明确了认知互动过程的重要性,却忽视了这些认知互动过程背后所隐含的、可导致认知相似性的收敛机制;能力观更多强调团队在认知过程中的行为或能力表现,忽略了对嵌入在这些行为或能力中的认知性要素的分析。与此同时,三种视角之间存在一定的共通性:都涉及团队内部知识或信息的编码、储存以及提取等认知性任务;均强调认知情境的嵌入性。因此,在对创业团队认知进行内涵界定时,不能仅仅从单一视角层面进行分析,而应综合三种视角,体现出多维度、综合性特点:首先,从状态观出发,要强调在开展创业任务时团队成员间心智模型的相似性和共同理解力;其次,要凸显团队互动过程在形成创业团队认知中的重要作用,强调团队互动的本质在于团队内部知识组织、分配、加工过程;第三,从能力视角来看,创业团队通过多主体间的心智交互现象,能够及时感知团队内外部环境变化并进行适时调整。因此,创业团队认知的内涵中应体现出具有动态性特征的认知调节功能,凸显元认知理论中的认知的监测和控制能力(Haynie等,2009),而de Mol等(2015)的研究明显忽略了这一视角。因此,本研究综合上述观点,将创业团队认知定义为:嵌入创业情境中,通过团队成员间心智交互促进团队内部知识的组织、分配与加工,从而实现对团队特定任务的共同理解、团队专长知识分布的准确把握,以及团队认知过程的监督和反思,以此促使创业团队作为一个协调的整体来完成创业任务。

三、创业团队认知研究的主要研究议题

(一)创业团队认知的前置因素研究

目前,探索团队认知起源的创业研究并不成熟,其研究成果多散落在诸如集体认知、共享心智模型、交互记忆系统等相关文献中。通过相关文献梳理,创业团队认知的前置因素可以分为认知基础要素、认知互动要素以及情绪体验要素。

1. 认知基础要素

认知基础是指创业团队完成认知任务过程中可利用的知识结构、技巧或资料库等,这些要素决定了创业团队的认知需求以及对信息的加工程度(Leboeuf和Shafir,2003)。

创业团队由多个成员个体构成,团队成员的个体差异是影响创业团队认知形成的最基础变量。已有学者分别从个体心智模型、认知偏差等个体认知视角分析创业团队认知的前置要素。例如,West III(2007)认为,个体心智模型是形成团队集体认知的重要因素之一,而个体心智模型是由个体具有的团队历史和先前经验决定的。Parker(2009)则认为,创业者在“招募”创业团队成员时,其认知偏差(如过度乐观和自利归因)将促使其选择具有相似信念或特征的成员,从而可能导致团队认知的同质性。

有学者从团队构成层面对创业团队认知的前置因素展开研究。Foss等(2008)分析了团队异质性对团队思维过程的影响,并描述了团队内部心智模型的异质性以及共享团队经验如何驱动创业。Ensley(2005)则认为,相对于独立的创业企业(independent start-ups),学院机构创业

企业(academic spinouts)的管理团队异质性对团队共享认知更易产生负面影响。此外,有学者对团队稳定性与团队认知关系展开探讨。West III(2007)从认知变革的角度考虑团队成员变化的影响,并将新创企业高管团队成员的变化视为影响创业团队集体认知的影响要素之一。

2. 认知互动要素

团队认知是团队成员在不断交替互动的过程中所构建的认知。因此,团队认知属于社会化的认知现象(Rentsch和Small,2007),其很大程度上取决于任务情境中团队成员的互动。从团队互动视角解析创业团队认知的前置因素具有重要意义。例如,李明岩(2005)、林海芬等(2015)在讨论团队认知或组织认知形成过程中,均强调了团队沟通与团队冲突在此过程中发挥的作用。同样,de Mol等(2015)认为,以团队协作关系为核心的团队互动过程,如团队冲突、团队沟通等将影响创业团队认知的形成,并将创业团队认知视为团队成员互动的产物。

然而,现有研究中部分学者将团队认知与团队互动的互动关系混淆,甚至将团队互动等同于团队认知(吕洁和张钢,2013)。因此,有学者进一步深化团队互动研究,聚焦于认知视角下的互动过程,从认知视角解释团队的一些关键的互动过程。例如:Dew等(2015)在对创业情境认知分析时,认为交互记忆是可与分布式认知有效匹配的概念,甚至认为交互记忆反映了分布式认知系统的一种社会化处理过程。所谓交互记忆是指拥有亲密关系的个体之间形成的一种对不同知识领域的信息进行“编码、储存、检索和交流”的共享认知劳动分工(Wegner,1987),其所经历的目录更新、信息分配以及检索协调三阶段过程,有利于降低认知资源的需求(Grégoire等,2011),促进成员以一种更有效的形式来消化和转移信息,实现团队中脑力的充分结合,从而有利于促进团队认知的形成(Chowdhury,2005)。此外,认知冲突也是分析认知互动的重要概念。认知冲突的产生意味着团队成员经历各种不同视角之间的激烈批判,能够应对和化解“每一种可能想到的质疑”,从而实现对不同观点有效综合。正如Ensley和Pearce(2001)所言,认知冲突与共享战略认知呈现正相关关系,有利于从团队层面推动共享认知的形成。

3. 情绪体验要素

情绪与认知之间的关系探讨已成为创业研究的热点问题(Baron,2004;Cardon等,2009)。但现有研究更多是针对创业者个体情绪作用的分析与把握,鲜有学者从团队层面分析情绪体验对团队认知的影响。而García等(2015)在对“情绪如何影响创业”这一问题进行系统回顾时,明确指出:情绪感染理论以及情绪社会交互理论表明情绪研究不必局限于个体层面分析,还可从团队层面分析情绪对认知的影响。团队层面的情绪是不同团队成员情感成分的整合(Amabile等,2005),是建立在团队认同感基础上的情绪。

目前,仅有少数学者对团队情绪与团队认知的关系展开初步探讨。例如,团队成员对于团队情绪的感知决定了他们对于团队的认识和态度,而创业团队认知又属于团队成员间的主观性产物。因此,Perry-Smith(2001)分析了创业团队情绪对团队创造性认知的影响,并认为不同的团队情绪类型对创造性观点的生成与选择产生不同的影响。其中,团队中的积极情绪有助于团队成员在共同工作中形成对人际、任务、沟通的知觉和期望,从而使个体对同一环境条件(如团队任务、团队解决问题的方式等)产生共同的心理认知,而这些共同的心理认知是形成创业团队认知的基础之一。此外,相比消极情绪,团队内更多的积极情绪分享会使团队内部出现更多的扩展性和构建性互动(broadening and building interactions),从而激发出独特的、多元化的认知性解释,并在充满激情、愉悦的氛围下化解这些认知性解释的潜在矛盾并加以调整、融合,从而充分体现出团队的认知调整功能。总之,这些零散式的研究为团队情绪与创业团队认知的关系探讨奠定了一定的基础。

(二) 创业团队认知的结果效应研究

创业团队认知作为预测创业团队推动创业活动和实现创业目标的重要变量,其影响效应主要涉及创业团队创造力、团队行为、创业过程以及创业绩效。

1. 团队创造力

团队创造力主要表现是团队成员在社会化过程中所衍生出来的新观点或新思想(Perry-Smith和Shalley, 2003)。同时,团队创造力也涉及可促进创意形成的一些关键性认知。而作为加快知识集成共享、促进创造性想法形成的团队认知,势必影响团队创造力的产生。例如,de Mol等(2015)认为创业团队通过利用团队认知这一集体性认知框架,将看似不相关的事件或趋势进行有效联系,从而催生出团队创造力。Foss等(2008)则认为,高水平的团队创造力来源于团队成员的认知多元性以及集成化思维过程。而创业团队认知有助于团队成员就新情境的关键因素快速达成一致理解,从而对任务目标和团队运作形成共同认知,并促进成员形成对知识共享的共同预期,从而激发团队创造力。此外,创业团队认知的形成有助于促进具备不同专长的成员间互动(Lewis, 2003),提高对互补性知识结构的认知,促进形成对多元化知识整合和转移的共同预期,从而加强团队成员信息交流的频率,进而激发更多的思想火花,提升团队创造力。总之,创业团队认知有利于增强创业团队的任务共识与内隐协同,并降低个体成员的认知负担,从而有效分配任务并快速寻求、获得信息与知识,从而提升团队创造力,以便对付高难度和高度变化的任务条件。

2. 团队行为

创业团队认知与团队行为之间的关系已经引起学者们的关注,主要集中在以下几个方面:首先,创业团队认知会影响团队行为整合。行为整合描述的是团队成员在思想上与行为上的高度互动性与整体性(Hambrick, 1994),而创业团队认知正是实现该行为的重要触发机制,能够通过实现成员的心理图示统一和对创业任务的合理共识(West III, 2007),促进团队成员积极分享信息、参与合作并开展联合决策(覃晋, 2013),体现出行为的统一性。其次,创业团队认知还有利于创业团队开展有效的冲突管理工作。Marks等(2001)认为,团队内部成员间的合作过程本质上是人际交互过程。创业团队内部基于团队凝聚力和团队信任的人际交互过程与创业团队认知形成过程是彼此嵌入式关系(de Mol等, 2015),基于团队凝聚力和团队信任的人际交互既是创业团队认知的前置因素,也是创业团队认知的影响结果。因此,创业团队认知的形成将确保成员思想统一和认知互信,有效开展创业行为,并在行动过程中及时避免、解决冲突。

3. 创业过程

创业团队认知作为团队成员心智交互的产物,会对创业过程产生重要影响,主要体现在创业机会识别以及创业决策两个方面。首先,从机会识别来看,机会识别并非是一蹴而就的“灵光乍现”经历,而是创业团队成员心智交互过程下的结果。而创业团队认知的形成有利于加快成员间的心智交互,促进个体间认知图示的对比与融合(Gruber等, 2012),从而整合成员个体间的差异化认知,形成彼此认同的认知框架(Baron和Ensley, 2006)。这些认知框架是创业团队认知的结果。此时,创业团队能够在一系列复杂的事件和趋势中识别出与其认知框架相匹配的机会。因此从这一角度来看,创业团队认知在机会识别过程中发挥至关重要的作用。此外,创业团队认知形成过程中发生的交互认知活动,可重新构筑或综合分析团队个体之前已拥有的知识和经验,并促进个体间心智模型的交互和转换,从而加快这些经验和知识的共享与交流,进而产生新的知识或新的见解,这有利于促进创业机会的识别。

其次,在创业团队决策过程中,不是个体决策的简单加总,而是一种对相关信息作为整合性判断的行为。为避免陷入无序状态,创业团队会发展出共同的、带有团队特质的理解力

(DeChurch和Mesmer-Magnus, 2010), 而该理解力主要是创业团队认知的结果。目前, 创业团队认知与创业决策的关系探讨已经引起学者们的关注。例如, 任燕(2012)认为, 创业团队认知有利于促进团队成员形成对创业任务的共同理解, 从而主动协调自己的行为, 并利用各自的专长知识理性搜寻、分配相关信息, 并分析、解释信息背后所隐含的战略意义, 进而根据信息的战略意义理性做出创业决策。Souitaris和Maestro(2010)则以团队多元时间观(即单一时间内执行多个工作的性质)来反映创业团队认知形成的目标共识性和任务协调性, 从而分析创业团队认知对创业决策速度和决策详细性的正向影响。此外, Grégoire等(2011)则从认知动态性角度出发, 认为创业团队认知的形成有利于增强创业团队的适应能力, 促进创业团队根据环境和任务的反馈, 从而形成或选择有效的决策策略。

4. 创业绩效

创业团队认知是提升创业绩效的关键变量。例如, Ensley和Pearce(2001)研究发现, 共享战略认知源自战略开发过程中的团队互动, 对新企业绩效具有促进作用。Zheng(2012)则从交互记忆视角分析创业团队认知, 并认为交互记忆系统在团队先前共享经验与新企业绩效间发挥部分中介作用, 从这一角度来看, 创业团队认知对新企业绩效具有促进作用。此外, 创业团队认知可产生多主体间的心智交互现象, 能够形成一种对彼此认知的监测和控制过程(Flavell, 1979), 该过程有利于创业团队根据环境、任务反馈对认知活动做出调整(Haynie等, 2009), 从而增强对创业环境的适应性, 进而提升创业成功率。创业团队认知除直接影响创业绩效, 还会通过诸如创业决策的中介作用间接影响创业绩效。例如, West III(2007)提出了创业团队集体认知模型, 并认为创业团队集体认知通过影响新企业的决策或行动来影响创业绩效。而买忆媛(2012)则认为, 以交互记忆为核心的创业团队认知可通过认知锁定效应阻碍团队决策模式的创新, 进而不利于创业企业长期绩效的提升。

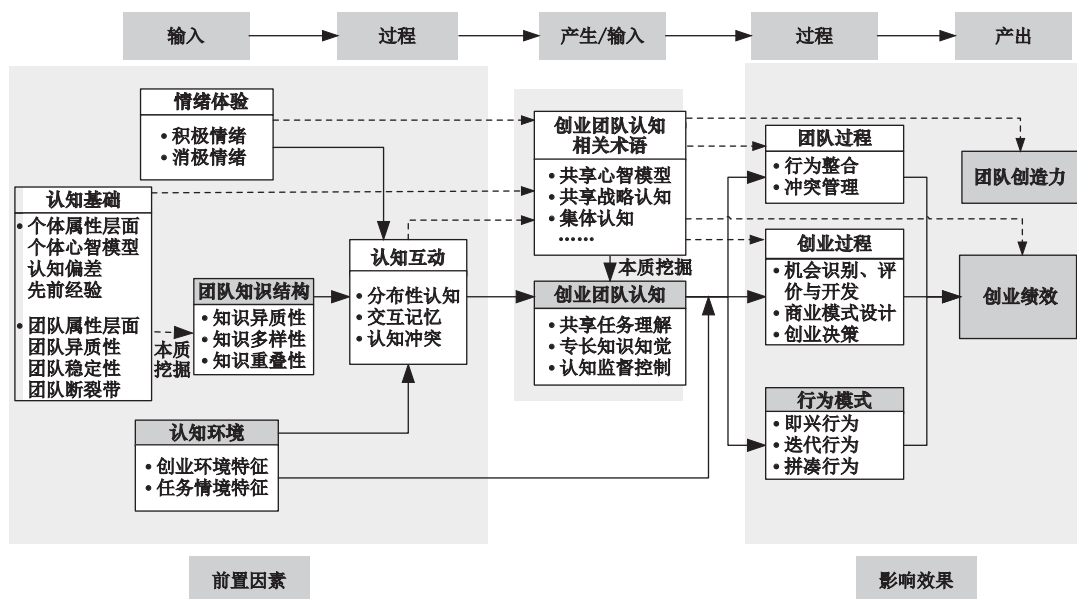
四、整合框架构建与未来研究展望

目前, 有关创业团队认知的相关研究呈现出零散化状态。因此, 本文通过搭建“认知输入——交互认知过程——团队认知”(团队认知形成机制)以及“团队认知——团队行为——创业绩效”(团队认知作用机制)递进式框架, 构建出创业团队认知的研究整合模型(见图1), 从而解答“创业团队认知的内涵与结构是什么、从何而来、发挥什么作用”这三大问题。根据该框架, 本文梳理出创业团队认知现有研究不足, 并指明未来研究方向:

(一)深度解析创业团队认知内涵与结构维度

通过对相关文献进行梳理发现, 创业团队认知概念及其发展研究存在极大的模糊性, 至今没有一个共识性的框架结构来解读。组织科学中对团队认知本质研究的混乱性以及相关术语研究的多样性, 阻碍了对创业团队认知的理解。而且, 这些术语存在重叠、相似或共同之处仍然模糊不清, 是否适应于创业团队也有待考察。因此, 本文基于这些相关术语, 挖掘创业团队认知本质, 将创业团队认知初步定义为: 嵌入创业情境中, 通过团队成员在同他人及所处环境的互动过程中促进团队内部知识或信息的组织、分配与加工, 从而实现对团队特定任务的共同理解、团队专长知识分布的准确把握, 以及团队认知过程的监督和反思, 以此促使创业团队作为一个协调的整体来完成创业任务。

在未来研究中, 一方面要继续考察该定义的科学性, 厘清该定义的合理内核; 另一方面, 要对创业团队认知的结构维度进行划分。根据创业团队认知的内涵界定可知, 创业团队认知应包含多个结构维度, 如共享任务理解、专长配置意识以及认知监督控制三大方面(见图2)。其中, 共享任务理解与专长配置意识是较为常见的团队认知维度。例如, Klimoski和Mohammed(1994)



注:虚线箭头表示已有的关系研究,实线箭头表示未来可能存在的研究视角。

图1 创业团队认知整合框架

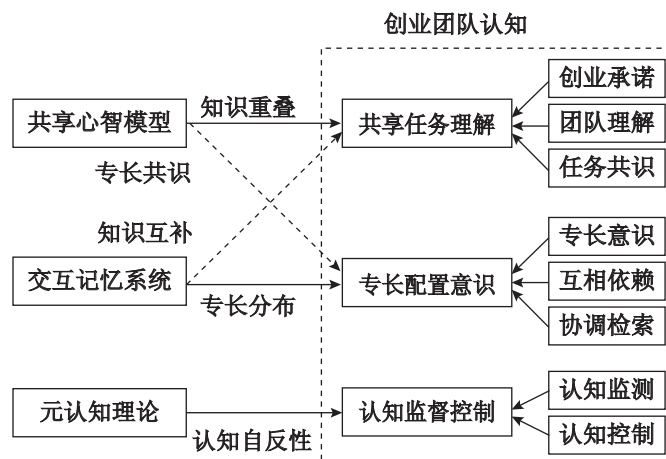


图2 创业团队认知结构维度

考虑“团队心智模型”与“交互记忆系统”的关联性,从共享任务理解和专长配置意识两个方面测量团队认知。其中,共享任务理解是指团队成员基于相似的知识结构对团队任务所形成的一种共通的理解和期望,从而有助于引导团队成员为完成团队任务来主动协调自身行为;而专长配置意识是指团队成员基于彼此信任关系所生成的关于“如何整合和利用彼此专长”的“元认知”结构,从而有助于引导团队成员在动荡复杂的商业环境下进行合作性分工。在此基础上,任燕(2012)通过半结构化访谈研究发现,创业承诺、团队理解以及任务共识三个子维度共同构成共享任务理解;而专长意识、协调检索以及互信依赖三个子维度共同构成专长配置意识(专长分布知觉)。但是创业团队认知除了共享任务理解和专长配置意识维度外,还应包括认知监督控制维度。创业研究表明,元认知是创业图示的认知基础,有助于引导创业者基于其先前经验和对创业任务的理解,综合考虑任务或环境的反馈信息,从而形成或变革决策策略(Haynie等,2009),而认知监控是元认知的重要组成要素,针对认知的调节活动是该过程的实质所在

(Flavell, 1979)。同样,创业团队中存在多主体的心智交互现象,可通过团队的认知自反性形成一种对彼此认知的监测和控制过程,从而有利于创业团队根据环境、任务反馈对认知活动做出调整。因此,在未来研究中,可以尝试从元认知的认知监控视角扩展创业团队认知的结构维度。

(二)强化创业团队认知形成机制研究

目前学者虽从认知基础、行为互动、情绪体验等角度分析了创业团队认知的前置因素,但并未能从情境视角切入来分析创业团队认知的形成问题。杨俊等(2015)指出,面对创业情境中的不确定性、模糊性、动态性、时间压力性等特征,创业团队势必形成不同于常规的信息处理过程以及思维方式。因此,创业情境因素对创业团队认知的形成作用不容忽视。此外,现有创业团队认知的前置因素探讨多为零散化状态,未能借助创业团队认知形成过程研究提出一种整合性框架,以此系统关注认知基础、认知互动、情绪等因素及因素间组合对创业团队认知的影响。因此,前置因素以及要素间关系组合如何影响创业团队认知形成仍不清晰,创业团队认知的产生仍是“黑箱”。在未来研究中:

首先,对现有前置因素进行归纳总结,从这些因素中挖掘出影响创业团队认知形成的本质属性。在认知基础层面,无论是个体属性和团队属性,本质上可凝练为探寻团队内部知识属性,因而可注重团队知识结构(知识异质性、知识重叠性、知识相关性)对创业团队认知的影响。继续挖掘引发创业团队认知形成的不同驱动因素,尤其强化创业情境的驱动性作用分析。未来研究中可从环境特征和任务特征两方面切入:前者从宏观层面分析创业团队所处创业环境的不确定性或动态性特征;后者从微观层面分析创业团队所从事创业任务的复杂性、挑战性特征。

针对创业团队认知前置因素研究呈现出的零散化态势,未来研究应深入挖掘这些前置要素的组合互动关系,并将其嵌入到创业团队认知形成过程研究中,从而系统解析创业团队认知的形成机制。例如,团队情绪会影响团队认知互动(Bartel和Saavedra, 2000)、创业情境和任务特征诱发行为变更(Haynie等, 2012)、团队知识决定认知互动的范围和深度(Knockaert等, 2011)等。此外, Hung(2013)提出复杂问题解决视角下的团队认知过程模型,该模型不仅展现出分布性认知过程和集体认知过程之间的循环逻辑关系,而且将交互记忆、态势感知、协作与沟通视为驱动二者跨层次关联的四种关键环节。由于创业过程是在结构不确定条件下进行的逐利问题解决过程,因此,该模型可以运用到创业团队认知形成过程的探索研究中。同时,创业团队认知是由团队内多主体心智交互而成,此时个体认知表征或其他心智资源极易受到他人的刺激或影响,从而使团队内部心理和行为之间的动态关系不断地在个体和团队两个层面交互转换。而在该过程中极可能涉及意义构建和意义给赋这两个过程,因此,在未来研究中,可尝试将意义构建理论与创业团队认知理论相联系。

(三)倡导创业团队认知与创业绩效关系的整合化探讨

目前,创业团队认知的影响作用研究呈现零散化状态,尤其是创业团队认知向创业成功转化的路径尚不清晰,创业团队认知对创业绩效影响的中间过程机制未能深入探讨。而且,创业团队认知具有正、负影响(买忆媛和熊婵, 2012),创业团队认知在什么种情况下会出现不同的效应,如何进行有效的认知监督和管理来发挥创业团队认知的正效应、消除负效应,这些问题值得探讨。事实上,创业团队认知研究关注的是团队整体层面对创业任务理解以及认知的过程,但不能剥离具体行为去片面挖掘创业团队的整合式思维或认知作用机制。而创业行为的有效性来源于特定情境的认知过程有效性。因此,“情境—认知—行为”三者之间的复杂交互关系是创业团队认知研究设计的基本逻辑。未来研究应倡导侧重行为中介、情境调节的创业团队认知与创业绩效关系的整合化探讨。

首先,创业团队认知作为情境认知的一种,深深嵌入在创业行为活动之中,而创业过程中关键行为绩效是诱发创业结果差异的重要原因。因此,应从行为角度整合和收敛研究对象,深入挖掘创业团队认知与创业绩效关系中的行为中介作用:一是立足团队过程角度,重点探讨团队认知对团队行为整合、冲突管理等的影响机理;二是从创业过程角度分析创业团队认知如何影响机会识别、评价与开发、商业模式设计、创业决策等;三是聚焦团队认知过程,并从行为模式角度探讨创业过程中所体现的即兴而作、迭代、拼凑等特定行为的认知成因。

其次,创业行为的有效性来源于特定情境的认知过程有效性。任何一个成功的创业团队都表现出善于利用和应对模糊创业情境来创造价值的特定认知和思维能力,习惯将偶然事件看作资源的创业式回应视为是一种情境互动过程。通过该过程,创业团队能够孕育出独特的认知结构或机会图示,从而引导创业团队在创业情境中挖掘出有利于创业行动的刺激因素。因此,在分析创业团队认知与创业绩效关系时势必要考虑创业情境的调节作用。

(四)挖掘个体认知与创业团队认知的差异性

创业团队认知的重要来源之一就是成员个体认知。那么创业团队认知与个体认知是否存在差异?未来研究可以从认知模式角度尝试分析个体认知与创业团队认知的差异性。目前,针对创业者个体认知模式的研究已取得较为丰富的结果,出现了诸如“直觉/启发—分析”模型(Allinson和Hayes, 1996)、“适应—创新”模型(Sadler-Smith, 2004)等反映人类思维意识双重特性的认知模式或风格的描述与分析。那么,作为多主体集合而成的创业团队,是否同创业者个体一样存在特定的认知模式?如果存在,这些认知模式又体现出什么特点,其对创业团队信息处理与推理机制、选择标准和判断机制又会产生什么影响?这些问题值得进一步探讨。除了对创业团队认知模式的关注,未来还应挖掘个体认知特点与创业团队认知特点的差异,判断创业团队认知是否同个体认知类似,具有认知复杂性、认知灵活性、认知偏差性等特点。

主要参考文献

- [1]程聪. 创业者心理资本与创业绩效: 混合模型的检验[J]. 科研管理, 2015, (10): 85-93.
- [2]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]. 管理世界, 2014, (6): 92-109.
- [3]林海芬, 于泽川, 王涛. 初创企业组织共享基模的形成机理研究[J]. 管理科学, 2015, (5): 15-30.
- [4]吕洁, 张钢. 团队认知的涌现: 基于集体信息加工的视角[J]. 心理科学进展, 2013, (12): 2214-2223.
- [5]聂晶, 孙继伟. 分布式认知理论及其在管理实践中的应用[J]. 管理学报, 2009, (11): 1455-1459.
- [6]牛芳, 张玉利, 杨俊. 创业团队异质性与新企业绩效: 领导者乐观心理的调节作用[J]. 管理评论, 2011, (11): 110-119.
- [7]杨俊, 田莉, 张玉利, 等. 创新还是模仿: 创业团队经验异质性与冲突特征的角色[J]. 管理世界, 2010, (3): 84-96.
- [8]杨俊, 张玉利, 刘依冉. 创业认知研究综述与开展中国情境化研究的建议[J]. 管理世界, 2015, (9): 158-169.
- [9]Amabile T M, Barsade S G, Mueller J S, et al. Affect and creativity at work[J]. Administrative Science Quarterly, 2005, 50(3): 367-403.
- [10]Amason A C, Shrader R C, Tompson G H. Newness and novelty: Relating top management team composition to new venture performance[J]. Journal of Business Venturing, 2006, 21(1): 125-148.
- [11]Baron R A. The cognitive perspective: A valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions[J]. Journal of Business Venturing, 2004, 19(2): 221-239.
- [12]Baron R A, Ensley M D. Opportunity recognition as the detection of meaningful patterns: Evidence from comparisons of novice and experienced entrepreneurs[J]. Management Science, 2006, 52(9): 1331-1344.
- [13]Bartel C A, Saavedra R. The collective construction of work group moods[J]. Administrative Science Quarterly, 2000, 45(2): 197-231.
- [14]Beckman C M. The influence of founding team company affiliations on firm behavior[J]. Academy of Management Journal,

- 2006, 49(4): 741–758.
- [15]Bryant P T. Imprinting by design: The microfoundations of entrepreneurial adaptation[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2014, 38(5): 1081–1102.
- [16]Chowdhury S. Demographic diversity for building an effective entrepreneurial team: Is it important?[J]. *Journal of Business Venturing*, 2005, 20(6): 727–746.
- [17]Cohen W M, Levinthal D A. Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation[J]. *Administrative Science Quarterly*, 1990, 35(1): 128–152.
- [18]DeChurch L A, Mesmer-Magnus J R. The cognitive underpinnings of effective teamwork: A meta-analysis[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2010, 95(1): 32–53.
- [19]de Mol E, Khapova S N, Elfring T. Entrepreneurial team cognition: A review[J]. *International Journal of Management Reviews*, 2015, 17(2): 232–255.
- [20]Dew N, Grichnik D, Mayer-Haug K, et al. Situated entrepreneurial cognition[J]. *International Journal of Management Reviews*, 2015, 17(2): 143–164.
- [21]Dimov D. Grappling with the unbearable elusiveness of entrepreneurial opportunities[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2011, 35(1): 57–81.
- [22]Eggers J P, Kaplan S. Cognition and renewal: Comparing CEO and organizational effects on incumbent adaptation to technical change[J]. *Organization Science*, 2009, 20(2): 461–477.
- [23]Eisenhardt K M, Schoonhoven C B. Organizational growth: Linking founding team, strategy, environment, and growth among U.S. semiconductor ventures, 1978-1988[J]. *Administrative Science Quarterly*, 1990, 35(3): 504–529.
- [24]Ensley M D, Hmieleski K M. A comparative study of new venture top management team composition, dynamics and performance between university-based and independent start-ups[J]. *Research Policy*, 2005, 34(7): 1091–1105.
- [25]Ensley M D, Pearce C L. Shared cognition in top management teams: Implications for new venture performance[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2001, 22(2): 145–160.
- [26]Farjoun M. Beyond dualism: Stability and change as a duality[J]. *Academy of Management Review*, 2010, 35(2): 202–225.
- [27]Forbes D P, Borchert P S, Zellmer-Bruhn M E, et al. Entrepreneurial team formation: An exploration of new member addition[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2006, 30(2): 225–248.
- [28]García J B D, De Quevedo Puente E, Mazagatos V B. How affect relates to entrepreneurship: A systematic review of the literature and research agenda[J]. *International Journal of Management Reviews*, 2015, 17(2): 191–211.
- [29]Grégoire D A, Corbett A C, McMullen J S. The cognitive perspective in entrepreneurship: An agenda for future research[J]. *Journal of Management Studies*, 2011, 48(6): 1443–1477.
- [30]Gruber M, MacMillan I C, Thompson J D. From minds to markets: How human capital endowments shape market opportunity identification of technology start-ups[J]. *Journal of Management*, 2012, 38(5): 1421–1449.
- [31]Haynie J M, Shepherd D A, McMullen J S. An opportunity for me? The role of resources in opportunity evaluation decisions[J]. *Journal of Management Studies*, 2009, 46(3): 337–361.
- [32]Haynie J M, Shepherd D A, Patzelt H. Cognitive adaptability and an entrepreneurial task: The role of metacognitive ability and feedback[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2012, 36(2): 237–265.
- [33]Hung W. Team-based complex problem solving: A collective cognition perspective[J]. *Educational Technology Research and Development*, 2013, 61(3): 365–384.
- [34]Klimoski R, Mohammed S. Team mental model: Construct or metaphor?[J]. *Journal of Management*, 1994, 20(2): 403–437.
- [35]Lewis K. Measuring transactive memory systems in the field: Scale development and validation[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2003, 88(4): 587–604.
- [36]Marks M A, Mathieu J E, Zaccaro S J. A temporally based framework and taxonomy of team processes[J]. *Academy of Management Review*, 2001, 26(3): 356–376.
- [37]Mitchell R K, Randolph-Seng B, Mitchell J R. Socially situated cognition: Imagining new opportunities for entrepreneurship research[J]. *Academy of Management Review*, 2011, 36(4): 774–776.

- [38]Mohammed S, Dumville B C. Team mental models in a team knowledge framework: Expanding theory and measurement across disciplinary boundaries[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2001, 22(2): 89–106.
- [39]Parker S C. Can cognitive biases explain venture team homophily?[J]. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2009, 3(1): 67–83.
- [40]Perry-Smith J E, Shalley C E. The social side of creativity: A static and dynamic social network perspective[J]. *Academy of Management Review*, 2003, 28(1): 89–106.
- [41]Perry-Smith J E, Coff R W. In the mood for entrepreneurial creativity? How optimal group affect differs for generating and selecting ideas for new ventures[J]. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2011, 5(3): 247–268.
- [42]Sadler-Smith E. Cognitive style and the management of small and medium-sized enterprises[J]. *Organization Studies*, 2004, 25(2): 155–181.
- [43]Schwarz N, Clore G L. Mood, misattribution, and judgments of well-being: Informative and directive functions of affective states[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1983, 45(3): 513–523.
- [44]Souitaris V, Maestro B M M. Polychronicity in top management teams: The impact on strategic decision processes and performance of new technology ventures[J]. *Strategic Management Journal*, 2010, 31(6): 652–678.
- [45]Staw B M. Dressing up like an organization: When psychological theories can explain organizational action[J]. *Journal of Management*, 1991, 17(4): 805–819.
- [46]Vallacher R R, Wegner D M. What do people think they're doing? Action identification and human behavior[J]. *Psychological Review*, 1987, 94(1): 3–15.
- [47]Vissa B, Chacar A S. Leveraging ties: The contingent value of entrepreneurial teams' external advice networks on Indian software venture performance[J]. *Strategic Management Journal*, 2009, 30(11): 1179–1191.
- [48]West III G P. Collective cognition: When entrepreneurial teams, not individuals, make decisions[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2007, 31(1): 77–102.

A Literature Review of Entrepreneurial Team Cognition and Future Prospects

Wang Guohong, Zhou Jianlin, Qin Lan

(Faculty of Management and Economics, Dalian University of Technology, Dalian 116024, China)

Abstract: Entrepreneurial team cognition promotes the focus transformation of entrepreneurial team study from team behavioral rationality to team cognition rationality, reveals the driving mechanism embedded behind team activities, and gradually becomes one of the independent issues in entrepreneurship field. At present, the research on entrepreneurial team cognition is at the initial stage, and the research content is also scattered. Firstly, through a literature review, this paper summarizes the connotation of entrepreneurial team cognition from the perspectives of state, process and ability. Secondly, this paper sorts out the antecedents of entrepreneurial team cognition at the levels of cognitive bases, cognitive interaction and emotional experience, and outlines the influences of entrepreneurial team cognition on team creativity, team behavior, entrepreneurial process and entrepreneurial performance. At last, it constructs an integrated framework of antecedents and outcomes of entrepreneurial team cognition, and makes some suggestions about future research.

Key words: entrepreneurial team; entrepreneurial team cognition; entrepreneurial behavior; entrepreneurial performance

(责任编辑: 度 生)