

中国知名企业家人格特征探究

吕 邈, 刘佳音

曲阜师范大学心理学院, 山东 济宁

收稿日期: 2023年9月28日; 录用日期: 2023年11月9日; 发布日期: 2023年11月17日

摘 要

基于词汇学假设, 探索中国企业家人格特征。选取30位典型的中国企业家作为研究对象, 以其全部的传记书籍、期刊文献和网页新闻作为研究资料, 获取描述30位知名中国企业家人格特征的词或短语。经内容分析得到141个中国企业家人格特征高频词, 使用聚类分析得出中国知名中国企业家人格特征, 主要包含“日常处世”、“人际交往与合作共事”、“意志力与谋略思维”、“面对机遇或挑战的应激反应”、“灵魂或精神层面”和“对立特征”六个维度。本研究对于培育及完善中国企业家人格特质, 推动企业家进行商业化转化, 促进我国经济发展与社会转型具有深刻意义。

关键词

中国优秀企业家, 聚类分析, 人格结构

Research on Personality Characteristics of Famous Entrepreneurs in China

Miao Lv, Jiayin Liu

School of Psychology, Qufu Normal University, Qufu Shandong

Received: Sep. 28th, 2023; accepted: Nov. 9th, 2023; published: Nov. 17th, 2023

Abstract

Based on the hypothesis of lexicology, this paper explores the personality characteristics of Chinese entrepreneurs. Thirty typical Chinese entrepreneurs were selected as research objects, and all their biographies, journal literature and web news were used as research materials to obtain the words or phrases describing the personality characteristics of 30 well-known Chinese entrepreneurs. Through the content analysis, 141 high-frequency words of personality characteristics of Chinese entrepreneurs were obtained, and cluster analysis was used to find out the personality characteristics of well-known Chinese entrepreneurs, which mainly include six dimensions: “daily

life”, “interpersonal communication and cooperation”, “willpower and strategic thinking”, “stress response to opportunities or challenges”, “soul or spiritual level” and “opposition characteristics”. This study has profound significance for cultivating and perfecting the personality traits of Chinese entrepreneurs, promoting the commercialization transformation of entrepreneurs, and promoting China’s economic development and social transformation.

Keywords

Outstanding Chinese Entrepreneurs, Cluster Analysis, Personality Structure

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

企业家被认为是拥有企业所有权并积极管理企业,或是创建企业并从事商业活动的个体,以企业增长为导向(张维迎, 1995, 1999)。知名,在《汉语词典》中释义为“声名为世所知,犹出名”,因此本研究将知名企业家界定为在企业中同时拥有所有权和控制权,并作为主要管理者持续经营企业,且在不同的商业领域具备引领企业创新并承担社会责任等高级精神追求的,具有较高的知名度和影响力的商业领袖。他们为国家创新提供支持,是社会创新和经济发展的关键驱动力。企业家有一个独特的人格结构,决定了他们独特的心理和行为(Brandstätter, 2011; Barrick & Mount, 1991; Barrick & Murray 2005),这对战略商业管理的成功有重大影响(Baluku et al., 2018)。党的十八大以来,作为促进共同富裕重要手段的第三次分配应运而生。社会主义市场经济条件下的第三次分配是基于道德和自愿原则下,与个人信念、社会责任以及对事业情感紧密相关的社会机制作用的资源分配方式(厉以宁, 2013)。作为共同富裕的先驱和关键少数,企业家慈善捐赠是第三次分配的重要组成部分,因此包含社会责任在内的企业家人格与共同富裕目标之间具有逻辑的一致性(Barrick & Murray, 2005; 李海舰, 杜爽, 李凌霄, 2022)。基于此,企业家人格特征的研究对进一步激发企业家的捐赠意愿,促进第三次分配和共同富裕具有深刻意义。研究知名企业家的人格特征能够为企业家精神的培育提供可靠的参照方向。同时,可以帮助民众正确认识企业家的宝贵价值,从而合理利用企业家资源,进而在全社会形成有利于现代企业家成长的良好社会环境,促进企业家的成长与发展以实现其最大价值。

自改革开放以来,一大批有胆识、敢拼搏的企业家在时代的浪潮之中撞开经济发展的裂缝,由农入商,极大加速了我国经济发展与社会转型。随着“工业 4.0”以信息化技术促进产业变革的智能化时代的提出,以及中国“互联网+”的积极推动和“中国制造 2035”的全面部署与推进,依托互联网信息技术和人工智能,各行业均在一定程度上通过重组生产要素、更新业务体系、重构商业模式等途径来完成经济转型和升级。在这样的产业经济形势下,只有把科技发明成果与其他生产要素结合起来,才能进行商业化转化,促进经济发展,而这个结合和转化的担当者就是企业家。拥有创新精神和开放意识的企业家,能够为实现共同富裕的第三次分配提供更为多样化和颠覆式的革新范式(贾海东, 关然, 2022)。企业家作为企业的主要领导者,能容忍一系列的价值观,具有较高的开放性(Lounsbury et al., 2009)。而开放性与自我导向的激励价值观和求知欲有关,这是成功企业家角色所必需的。具有高度开放性的企业家更有可能抢先超前地利用创业资源来实现不间断的变革创新(Hoit, Rutherford, & Clohessy, 2007)。同时,社会责任感已然成为新时代企业家精神的重要内容。高责任感的企业家具有较高的领导能力(Cogliser et al., 2012)

和决策能力(Miceli et al., 2018), 他们怀着强烈的社会责任感和时代使命感, 着眼于推动行业和社会进步。

由此可见, 在中国独特的经济发展模式下, 不同时期新老企业家的思想认知相互碰撞与借鉴, 使得中国企业家人格也在不断充盈与丰满, 表现出具有典型的中国情境的企业家人格特征。故而本研究以影响力较大的 30 位中国企业家为研究对象, 他们均为中国发展各个时期企业家的代表人物, 以其带有思考性的出版物, 包括传记书籍、期刊文献和网页新闻作为研究资料, 利用数据挖掘、机器学习和自然语言处理等人工智能技术, 以全面、详尽且系统地获取描述企业家人格特征的词汇或短语, 经内容分析和因子分析后, 设计和编制中国企业家人格特质问卷, 以获取中国企业家独特的人格特征及具体维度。

基于 Rauch 和 Frese (2007)提出的创业者人格特征与成功模型, 企业家人格特征包含一般人格特征(如经验开放性、宜人性、责任感等)和具体人格特征(如成就需求、冒险性、自我效能感等), 同时考虑与现实情境(如任务环境等)交融的特征, 以及与目标契合的因素(成长目标等)。基于此, 提出理论假设如下: 中国知名企业家人格特征既应包含企业家日常处事及人际交往的一般性特征, 也应包含企业家具体的意志品质和认知思维, 同时包含面对激烈的市场竞争环境时的人格特征, 以及与企业愿景和成长目标相契合的人格特征。

2. 企业家人格特征词的获取

2.1. 研究对象和研究材料

2.1.1. 研究对象

研究对象为 30 位在中国乃至国际上具有较大影响力的中国企业家, 选取标准为: 其所在企业对中国经济社会的发展具有较大推动力, 具备典型性和代表性, 其本人为在中央统战部、全国工商联、中国企业家年会、中国企业家俱乐部、CCTV 和财富中文网评选的 2000 年至 2022 年各大企业家排行榜上均重复多次获选, 且具备传记书籍、期刊文献和网页新闻等充分的文字资料的企业家。

2.1.2. 研究材料

研究材料包括兼顾企业家工作与生活、早年与近期的, 以著名出版社出版的自传和纪实性他传, 如《宗庆后: 万有引力原理》、《张瑞敏思考实录》等; 收录于中国知网的以包含 30 位企业家名字为标题的期刊文献, 如《任正非的企业家精神与经营管理思想体系研究》、《董明珠: 家电王国的“铁娘子”》等; 以及刊登在凤凰网、澎湃新闻、腾讯财经、新浪财经和网易财经等知名网站上, 以包含 30 位企业家名字为标题的新闻报道文字资料, 如《陈东升: 长寿时代的变局思考》、《马化腾如何让中国网民走入即时通讯时代?》等。

2.2. 企业家人格特征词的获取

基于词汇学假设(Allport & Odbert, 1936), 采用人格特质词汇进行探索是人格特征研究的重要内容, 企业家人格中重要的内容会被赋予更多的描述性的词或短语。因此由研究者从传记书籍入手, 找出描述企业家人格特征的词或短语, 经筛选合并后以此为基准进行下一步特征词的获取。由于数据的庞杂, 故而借助 AI 人工智能技术, 经语料处理和按照一定阈值搜索词向量, 逐步在传记书籍、期刊文献和网页新闻等文字资料中扩展搜索企业家人格特征词。最终获得 3490 个企业家人格特征词, 累计总词频为 464157。

对获取的 3490 个人格特征词进行内容分析和频数统计。内容分析的过程主要体现为对特征词的合并化简(徐伟等, 2006)。然后通过 Microsoft Excel 软件进行频数统计, 最终形成 252 个人格特征词。在高频词的选取时, 发现在第 141 个词处的频数发生明显断崖, 且前 141 个词的累计频数达到 416,046, 占 89.64%, 同时, 单个特征词的频率均高于 2%。因此, 选取频数高、代表性强的前 141 个词为高频词。

3. 企业家人格特征聚类分析

3.1. 企业家人格特征的项目分类及聚类分析

3.1.1. 项目分类

分类材料: 将所选的 141 个高频词做成 141 张纸条, 以 141 个印有“编号 + 特征词”的纸条为一套, 共 60 套。此外, 每人发放一张印有指导语的 A4 纸, 指导语为: “任何一个概念都可用一个词来表示。现在呈现给您的 141 个词就代表着 141 个与人格有关的概念。请您根据它们之间的关联性进行分类, 即把这些纸条分成尽可能少的若干堆, 使每一堆代表一类概念。注意千万不要根据词的语言或语法特征(如词性、词频、词的结构等)来分类, 分类的唯一依据应该是这些概念意义的内在关系。这种分类结果无所谓对错, 而且究竟分成多少类完全取决于您自己。所以, 请不要有任何的顾虑, 只要您自己认为合理, 就可以如实地按照自己的想法来进行分类。分类过程中需要反复调整, 直到您认为把全部词做出满意的分类为止。之后请按照分类结果把词序号抄写在我们提供的 A4 纸上即可, 切勿遗漏! 对您的合作表示衷心的感谢!”

被试: 共有 60 名已修完“人格心理学”课程的本科生和研究生参与项目分类, 其中 58 名被试的评价有效, 包括男生 28 人(文科 13 人, 理科 15 人), 女生 30 人(文科 15 人, 理科 15 人)。

主试给每人一套纸条和一张印有指导语的 A4 纸作为工具, 采取个别施测的方式让被试按照指导语对 141 个概念进行分类。主试在每一被试完成分类后, 按照研究者制定的“对分类结果进行记录的若干约定和例示”作好记录。

对 141 个高频词两两被归入同一类别的频次(实为人数)进行统计, 然后计算语义类别相似系数, 即两两被归入同一类别的频次/有效被试数, 进而计算高频词两两之间的语义相异度, 即“1 - 语义类别相似系数”, 从而得出一个 141 * 141 的异度矩阵。在本研究中, 语义相异度 = 1 - 两两被归入同一类别的频次/58。

3.1.2. 聚类分析

聚类分析是一种比较经验性的方法, 通常凭借研究者根据研究目的进行分类, 以把性质相近的个体分为一类, 使得同一类中的个体具有高度同质性, 不同类之间的个体具有高度异质性。一般情况下, 聚类分析是探索性的。系统聚类分析与迭代聚类分析一般同时使用, 先使用系统聚类确定最初的分组, 然后用迭代聚类进行验证, 如果迭代次数很少就能完成, 说明系统聚类有效。运用 SPSS21.0, 采用组间联接法, 度量标准为平方 Euclidean 距离对上述相异度矩阵进行系统聚类分析, 之后, 对高频词语义相异度矩阵进行迭代聚类分析, 以验证系统聚类分析的有效性。

3.2. 中国企业家人格聚类结果

在低阶上, 以上 141 个词被聚类成 15 个基本簇(见表 1)。

Table 1. Preliminary results of systematic cluster analysis

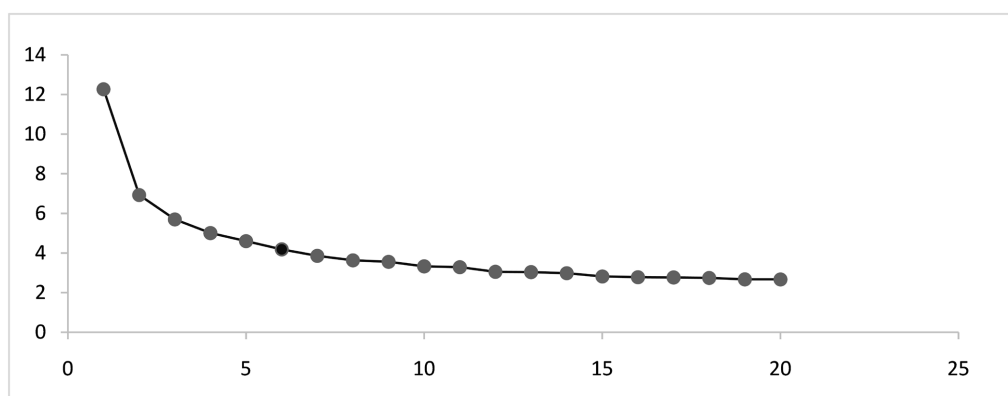
表 1. 系统聚类分析的初步结果

簇代码	名称	簇内容	簇频率 (%)	高阶簇
VII	拼搏与革新	英勇无畏热血激情生机活力热爱痴狂闯劲雄心壮志尝试挑战开拓进取自我超越努力拼搏竭尽全力攻艰克难创新变革把握机遇变化变通突破探索冒险追求(19)	21.58	C
V	责任担当	鼓舞激励自愿主动期待盼望品行高洁大公无私懂得退让担当承受坚持原则负责协商合作同甘共苦尊重敬畏正直公正遵规守矩(14)	12.34	B

Continued

VI	睿智与坚韧	坚毅刚强坚持坚韧坚守信念坚定坚决踏实肯干用心用功勤学好问多谋善虑清晰条理哲理睿智远见卓识前瞻预见深思熟虑精益求精蓄势沉淀洞察果决(17)	13.28	C
IV	关切支持	关心关怀感恩感谢支持他人奉献付出公益慈善感动感慨(6)	4.61	B
IX	警醒与变通	保卫守护警惕防范开放兼容顺势而为号召引领格局风范驾驭掌控独特鲜明复杂多元启发顿悟(10)	6.32	D
VIII	厮杀进击	触底反弹搏杀出击抢先超前惊心动魄野心不甘(5)	2.83	D
II	稳重与自信	细致谨慎专注敏锐沉稳成熟聪慧自律独立自主自信积极内省自豪(14)	7.71	A
XIII	批判与传承	批判性现实主义传承情结情怀(4)	2.08	E
III	欣然有趣	欣喜快乐悠闲放松安心满足幽默风趣简单(5)	2.56	B
XII	好奇兴趣	惊讶好奇感兴趣(2)	0.77	E
I	朴实与平和	诚信诚实真诚坦诚宽容信任赞赏团结友爱亲和善良爱心朴实本分豁达淡泊低调平和(15)	5.73	A
XI	理想使命与自由意志	使命感信念梦想理想威望气魄想象力自由神秘(8)	2.9	E
X	理性博学	权衡辩证理性底蕴内涵(3)	1.04	E
XIV	怨愤与低迷	怨恨愤怒难过悲痛困惑迷茫受挫低迷被动无助忧虑紧张犹豫懦弱胆怯畏惧劳累疲惫急迫保守闭塞(14)	4.32	F
XV	霸道与凶悍	骄傲自大强势霸道高调张扬凶狠无情争论(5)	1.56	F

在高阶上, 15 个基本簇被进一步聚类成 6 簇(聚类系数 = 4.178517), 此时聚类系数的下降趋势趋于稳定(见图 1), 且各簇在临近簇中是突出的, 簇间距离足够大且有明确含义区分。



注: 横轴为簇的数量, 纵轴为簇聚类系数。

Figure 1. Trend chart of cluster coefficient of entrepreneur personality system

图 1. 企业家人格系统聚类系数走势图

若按频率从大到小的顺序排列, 6 个高阶簇(维度)依次为(见图 2):

意志力与谋略思维(34.86%), 由 VI 睿智与坚韧和 VII 拼搏与革新合并而成, 共计 36 个项目;

人际交往与合作共事(19.51%), 由 III 欣然有趣、IV 关切支持和 V 责任担当合并而成, 共计 25 个项目;

日常处世(13.44%), 由 I 朴实与平和和 II 稳重与自信合并而成, 共计 29 个项目;

面对机遇或挑战的应激反应(9.15%), 由 VIII 厮杀进击和 IX 警醒与变通合并而成, 共计 15 个项目;

灵魂或精神层面(6.79%), 由 X 理性博学、XI 理想使命与自由意志、XII 好奇兴趣和 XIII 批判与传承合并而成, 共计 17 个项目;

对立特征(5.88%), 由 XIV 怨愤与低迷和 XV 霸道与凶悍合并而成, 共计 19 个项目。

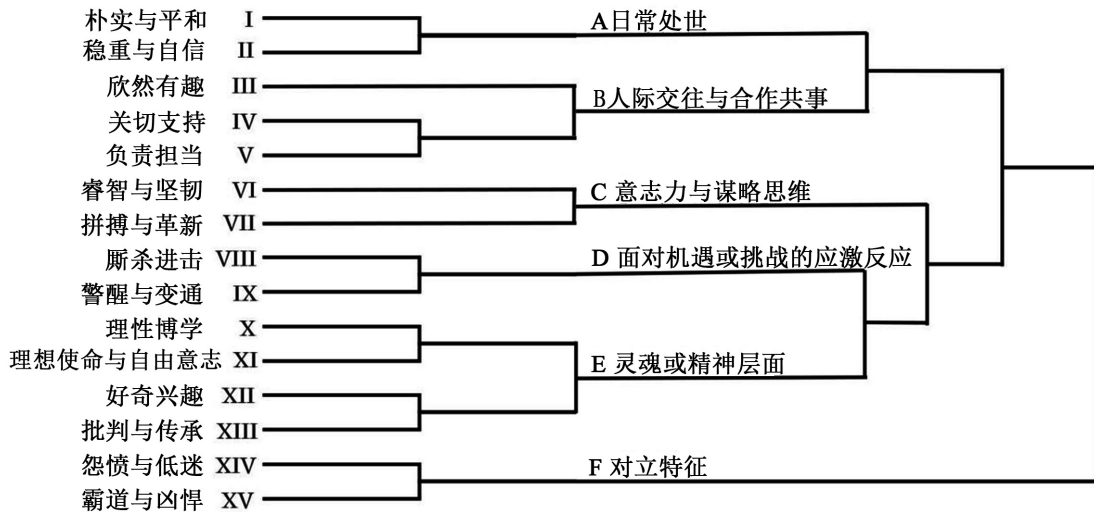


Figure 2. Tree diagram of systematic cluster analysis of basic clusters

图 2. 基本簇的系统聚类分析树状图

通过 K 均值聚类(K = 6)的迭代聚类结果, 可以看出, 迭代聚类结果与系统聚类结果的一致性系数为 0.73。在迭代历史记录中可以看出, 迭代 8 次就已收敛成功, 故而验证系统聚类的有效性(见表 2)。

Table 2. Preliminary results of systematic cluster analysis

表 2. 系统聚类分析的初步结果

迭代次数	1	2	3	4	5	6
1	0.589	0.875	0.996	0.933	10.008	0.777
2	0.000	0.091	0.000	0.132	0.227	0.084
3	0.000	0.033	0.060	0.100	0.101	0.048
4	0.000	0.031	0.097	0.065	0.093	0.048
5	0.000	0.035	0.057	0.000	0.000	0.000
6	0.000	0.034	0.052	0.000	0.000	0.000
7	0.000	0.033	0.046	0.000	0.000	0.000
8	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

4. 讨论

根据人格研究的词汇学假设, 经聚类分析得出的人格特征主要包含“日常处世”、“人际交往与合作共事”、“意志力与谋略思维”、“面对机遇或挑战的应激反应”、“灵魂或精神层面”和“对立特征”六个维度。

“意志力与谋略思维”, 包含了多重的意义, 体现出中国企业家在经营管理企业的过程中的四个方面: 第一, 是善于运用谋略智慧, 具有多谋善虑、哲理睿智、远见卓识和前瞻预见等品质; 第二, 是牢记初心, 坚守信念, 具有坚毅刚强、坚持坚韧、坚定坚决等品质; 第三, 是不断追求拼搏, 对待事业热血激情、热爱痴狂, 具有雄心壮志, 遇到困难英勇无畏有闯劲; 第四, 是持续的变革创新, 在不停的尝试挑战、开拓进取中超越自我, 引领行业进步。

“人际交往与合作共事”，包含了中国企业家在工作与生活中的三个方面：首先，作为企业的主要领导者，企业家一方面自己担当承受着诸多压力，对自己的职责负责，另一方面鼓舞激励下属，待人做事坚持原则、正直公正，遇到特殊情况能从集体利益出发懂得退让，尊重合作伙伴，与合作伙伴同甘共苦；其次，作为社会活动的主要参与者，企业家在具备理性思维之外，还有容易感动感慨的一面，反而更能表达对国家和他人帮助的感恩感谢，同时热衷于公益慈善、奉献付出、关心支持他人；最后，企业家既能承担工作中的坎坷与艰辛，也会因为团队取得的成果感到欣喜快乐。他们大多会找到一种简单的生活方式，在工作之余尽情享受悠闲放松以平衡工作的压力。总体来说，“人际交往与合作共事”对应了中国企业家对职责和对他人的责任担当，体现了中国企业家的尽责性。

“日常处世”，一方面，企业家具备稳重、自信、谨慎、专注、内省等优良品质。另一方面，企业家具备真诚坦诚、淡泊豁达、低调平和的亲和社会性，这两方面为企业家在日常处世时的基本特征，对应反映了企业家较高的责任心、外倾性和开放性，基本反映了企业家的品格魅力。

“面对机遇或挑战的应激反应”，主要包含两方面内容：一是危机与前瞻意识。时刻心存警惕防范意识，以开放兼容的格局风范驾驭时局。面对机遇或挑战，更能启发顿悟、灵活变通，以复杂多元的方式树立独特鲜明的产品特性；二是行动上的厮杀进击。商业环境瞬息万变，看准时机，企业家便搏杀出击、抢先超前。特别的是，在遭遇挫败低谷时，企业家仍有从头再来的勇气和东山再起的底气，能触底反弹。正如巴顿将军所言，“衡量一个人的成功标志，不看他登到顶峰的高度，而是看他跌到低谷的反弹力”。

“灵魂或精神层面”则反映了一种高层次的精神追求，包含四方面内容：第一，是批判与传承，既具备批判性思维，对世界保持思辨的审视，也有对行业前辈优良品质与精神和企业文化的传承与弘扬，产业中更是凝聚了中国企业家的个人情结或家国与故乡情怀；第二，是对行业内先进技术和生产模式保持着好奇与兴趣；第三，中国企业家的使命感、信念与梦想理想注定其视野和格局已经不再局限于个人物质财富的积累和名誉地位的上升，也不仅局限于企业物质资本的积累与增值。他们怀着强烈的社会责任感和时代使命感，其理想信念着眼于推动行业和社会进步；最后，强调了企业家的理性与博学，中国企业家拥有深厚的底蕴内涵，辩证理性，步步权衡。

“对立特征”包含怨愤、低迷、霸道和凶悍等偏向于负面的特征，其内容亦分别与前五个维度的正面特征相对立。然而，A型行为也与敌意、愤怒和情绪不稳定有关，如果业务成功较弱，则会导致人际冲突和挫折(Lee & Hanson, 1988)。同时，这一部分词频较低，说明企业家的对立特征并非主导状态，而偏于一种普遍的暂时状态。作为人格特征的一部分，其“对立特征”绝不是单独割裂开的，也并非是对立的消极面，而是显示了企业家人格的弹性，企业家总是能在跌倒后复起，低谷中逆袭，也对应了企业家触底反弹从头再来的勇气与能力。正如对褚时健评价中的一句“几起几落东山再起，无畏于低谷，有道于高峰”，正是对企业家人格反弹力与较高精神层次的描述。

由此可看出，企业家具有独特的人格特征及明确的维度特质，其人格特征是多维多元多层次的立体特征，且相互联系的。企业家的人格既容纳了企业家的正向特征，也包含常人遇挫时的消极反应；既涵盖了企业家日常的行为处事风格，也涉及其应激情境中的反应；既包含企业家个体的行为模式，也容纳其合作相融的人际互动；既描述了企业家一般的人格特征，也突显了企业家超脱于常人的理想与使命层面。该结果反映了企业家人格的存在，验证了企业家的职业选择在一定程度上是人-职-环境契合的选择(Barrick & Mount, 1991)。综上所述，当前对企业家人格的测评工具存在诸多不足，亟需开发一个更为整合且结合企业家实际情境的测量问卷。为了实现这一目标，研究者应关注以下几个方面：1) 充分考虑企业家所处的实际情境，确保测量工具具有较高的现实意义；2) 关注复合人格因素在预测企业家行为中的作用，避免陷入单一人格特质的误区；3) 借鉴已有的综合性研究成果，如 Simsek, Heavey 和 Veiga (2010)

的企业家人格模型, 进一步完善测量工具。通过这样的努力, 我们有望为企业家培训、选拔和成功预测提供更为有效的理论依据。

基金项目

基金支持: 山东省社会科学规划研究项目《社会流动感知对获得感的影响机制研究》, 项目号: 22DSHJ02。

参考文献

- 贾海东, 关然(2022). 产权保护、企业家精神与第三次分配. *商业研究*, (2), 104-110.
<https://doi.org/10.13902/j.cnki.syyj.2022.02.012>
- 李海舰, 杜爽, 李凌霄(2022). 企业家精神形成的影响因素研究. *企业经济*, 41(1), 35-44.
- 厉以宁(2013). *中国经济双重转型之路*. 中国人民大学出版社.
- 徐伟, 李朝旭, 韩仁生(2006). 友谊的结构研究——一项对大学生友谊内隐观的调查研究. *心理科学*, 29(5), 1096-1100, 1080. <https://doi.org/10.3969/j.issn.1671-6981.2006.05.016>
- 张维迎(1995). *企业的企业家——契约理论*. 上海三联书店, 上海人民出版社.
- 张维迎(1999). *企业理论与中国企业改革*. 北京大学出版社.
- Allport, G. W., & Odbert, H. S. (1936). Trait-Names: A Psycho-Lexical Study. *Psychological Monographs*, 47, i-171.
<https://doi.org/10.1037/h0093360>
- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A Meta-Analysis. *Personnel Psychology*, 44, 1-26. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1991.tb00688.x>
- Barrick, M. R. (2005). Yes, Personality Matters: Moving on to More Important Matters. *Human Performance*, 18, 359-372.
https://doi.org/10.1207/s15327043hup1804_3
- Brandstätter, H. (2011). Personality Aspects of Entrepreneurship: A Look at Five Meta-Analyses. *Personality and Individual Differences*, 51, 222-230. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.07.007>
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., & Kibanja, G. M. (2018). Does Personality of Owners of Micro Enterprises Matter for the Relationship between Startup Capital and Entrepreneurial Success? *African Journal of Business Management*, 10, 13-23.
<https://doi.org/10.5897/AJBM2015.7738>
- Cogliser, C. C., Gardner, W. L. et al. (2012). Big Five Personality Factors and Leader Emergence in Virtual Teams: Relationships with Team Trustworthiness, Member Performance Contributions, and Team Performance. *Group & Organization Management*, 37, 752-784. <https://doi.org/10.1177/1059601112464266>
- Holt, D. T., Rutherford, M. W., & Clohessy, G. R. (2007). Corporate Entrepreneurship: An Empirical Look at Individual Characteristics, Context, and Process. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13, 40-54.
<https://doi.org/10.1177/10717919070130040701>
- Lee, C., & Hanson, P. C. E. A. (1988). Are Type as Better Performers? *Journal of Organizational Behavior*, 9, 263-269.
<https://doi.org/10.1002/job.4030090306>
- Lounsbury, J. W., Smith, R. M., Levy, J. J., Leong, F. T., & Gibson, L. W. (2009). Personality Characteristics of Business Majors as Defined by the Big Five and Narrow Personality Traits. *Journal of Education for Business*, 84, 200-205.
<https://doi.org/10.3200/JOEB.84.4.200-205>
- Miceli, S., Palo, V. D., Monacis, L. et al. (2018). Do Personality Traits and Self-Regulatory Processes Affect Decision Making Tendencies? *Australian Journal of Psychology*, 70, 284-293. <https://doi.org/10.1111/ajpy.12196>
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's Put the Person Back into Entrepreneurship Research: A Meta-Analysis on the Relationship between Business Owners' Personality Traits, Business Creation, and Success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16, 353-385. <https://doi.org/10.1080/13594320701595438>
- Simsek, Z., Heavey, C., & Veiga, J. J. F. (2010). The Impact of CEO Core Self-Evaluation on the Firm's Entrepreneurial Orientation. *Strategic Management Journal*, 31, 110-119. <https://doi.org/10.1002/smj.800>