

DOI: 10.16538/j.cnki.fem.2019.08.002

心潮澎湃才能喜出望外?

——创业激情对新创企业绩效的作用机制研究

崔连广^{1,2}, 张玉利^{1,2}, 闫旭¹

(1. 南开大学商学院, 天津 300071; 2. 南开大学创业研究中心, 天津 300071)

摘要: 本研究从积极心理学出发, 探索创业激情对新创企业绩效的作用机制。利用124位创业者问卷调查数据, 运用结构方程模型进行实证研究后发现, 创业激情对新创企业绩效的提高有着重要的促进作用, 创业激情通过影响创业自我效能而进一步对新创企业绩效产生影响。本研究将心理学领域中的激情与自我效能理论延伸至创业研究领域, 拓展了对于创业激情与创业自我效能的实证研究进展。研究的成果有助于进一步揭示新创企业绩效提升的形成机制, 推动积极心理学因素与创业研究相结合, 促进创业者心理研究的深入与发展。

关键词: 创业激情; 创业自我效能; 新创企业绩效; 积极心理学

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2019)08-0017-12

一、引言

自2014年李克强总理提出“大众创业, 万众创新”的政策以来, 国内掀起了一股创业热潮。创业者们怀揣着极大的创业激情投入到了创业的实践之中, 涌现出了一大批创业公司。时至今日, 双创政策提出已有五年的时间, 其间诞生了诸如摩拜、抖音和滴滴等快速成长的创业项目。通过回顾项目创始人的创业历程, 我们不难发现无论是胡玮炜、梁汝波还是程维, 都在创业过程中表现出了极大的创业激情。被誉为“创业教父”的马云曾经说过:“创业需要激情, 而且只是有短暂的激情还远远不够, 它需要持久地支持着创业者的灵魂。”这不禁引发了我们的思考, 创业者的创业激情是否能够影响新创企业的发展, 其中又有着怎样的作用机制?

近年来, 对于心理因素的探索正在吸引创业领域研究者的注意。作为心理学的一个新兴领域, 积极心理学由Seligman(2000)教授提出, 主要研究使生命更有价值和意义的事物, 是揭示人类的优势和促进其积极技能的应用科学(Carr, 2011)。伴随着积极心理学的不断发展, 越来越

收稿日期: 2018-09-17

基金项目: 国家自然科学基金项目(71872091, 71532005, 71732004); 教育部人文社科青年基金项目(18YJC630021); 南开大学2018年亚洲研究中心资助项目(AS1809)

作者简介: 崔连广(1980—), 男, 南开大学商学院副教授;

张玉利(1965—), 男, 南开大学商学院教授, 南开大学创业研究中心创始主任;

闫旭(1996—), 男, 南开大学商学院硕士研究生(通讯作者)。

越多的学者开始意识到将积极心理学领域的研究与创业研究相结合的重要性。作为积极心理学与创业研究相结合的重要产物,创业激情近年来受到了来自创业研究领域学者们的关注。现有实证研究发现,创业激情对创业者在创业过程中的创业意图、创业努力程度和创业坚持等心理和行为有着重要的促进作用(De Clercq等,2012)。而对于创业者来说,创业的目标是提高企业绩效,实现创业成功。Cardon等(2009)曾指出创业激情会影响创业成功,也有研究发现创业激情会带来企业的快速成长(Baum和Locke,2004)。而近年来有学者开展了一些关于创业激情对于新创企业绩效作用机制的研究,谢雅萍等(2016)、马翠萍等(2017)分别探索了机会获取和创业学习在这一作用机制中所发挥的中介作用。然而无论是机会获取还是创业学习,都是创业者在行为层面上的具体表现,而创业者的行为往往会受到心理因素的影响。因此本研究认为,创业激情会通过某种心理学因素对新创企业绩效产生影响。

作为积极心理学的重要组成部分,自我效能的形成及作用机制研究受到广泛的关注。自我效能源自Bandura(1977)的社会学习理论,指的是个体对于自己有能力在某个领域有效完成任务,实现某个目标的信念。自我效能与创业研究相结合从而形成了创业自我效能。Bandura(1977)曾提出情绪唤起是自我效能的重要前端影响因素,而作为一种积极的情绪唤起,创业激情也可以被视为创业自我效能的前端影响因素。此外,创业自我效能让创业者相信他们有能力可以完成创业所需的工作,在创业过程中敢于面对困难和挑战,从而不断尝试直至成功。因此本研究将创业自我效能视为介于创业激情与新创企业绩效之间的变量,探索创业自我效能对创业激情与新创企业绩效之间关系的中介效应。

本研究将积极心理学的理论拓展至创业研究领域,创造性地运用心理学因素——创业自我效能以联接创业激情与新创企业绩效的作用关系,延续了Cardon等(2013)的研究从发明激情、创建激情和发展激情三个部分对创业激情进行了解构。研究成果有助于进一步解释创业激情对新创企业绩效的作用机制,将介于两者间的中介因素由行为因素拓展至心理因素,丰富了新创企业绩效提升机制的研究,推动了积极心理学因素与创业研究相结合,促进了创业者心理研究的深入与发展。研究也为创业者通过调整心理状态从而提高创业绩效提供参考与建议。

二、理论分析和研究假设

(一)理论基础

“自我效能”一词源自于Bandura(1977)的社会学习理论,Bandura(1997)把自我效能定义为人们对于其具备通过自身行动产生合意效果这种能力的信念,自我效能是通过复杂的认知、社会、语言或身体技能的发展逐步形成的,自我效能是一种习得的人类思维模式,而不是遗传赋予的,在任何一个领域,自我效能感都决定着行动结果预期。Chen等(1998)和De Noble等(1999)曾尝试把自我效能理论引入创业研究,探讨自我效能在创业领域的内涵和维度。随着研究的不断深入,学者们发现,创业者在面对高度不确定的创业环境时,自我效能可以帮助他们克服压力、不畏险阻,坚持不懈地为实现创业目标而奋斗,因而产生了创业自我效能。创业自我效能是自我效能在创业领域情境化的表现,指的是基于个人对创业技能的评估而相信自己有能力成功从事创业活动(Chen等,1998;De Noble等,1999),从而区分于一般意义上的自我效能。对于创业自我效能的研究,当前主要关注三个方面,分别是创业者身份识别,对创业行为和意图的影响以及与企业绩效的关系。Chen等(1998)曾发现创业自我效能感的高低可以作为识别创业者身份与特质的有效依据。Markman等(2002)也发现创业者的创业自我效能感要大于非创业者。创业自我效能对创业行为及意图的影响受到学者们的持续关注,现有研究表明,拥有更高创业自我效能的人更有可能开始并坚持与风险创造相关的实际行为(Hmieleski和

Corbett, 2008)。丁明磊等(2009)以及李大为和乐国安(2013)探讨了创业自我效能对创业意愿的影响,Pihie和Bagheri(2013)也发现创业自我效能感以直接和间接的方式影响创业意图。而关于创业自我效能对企业绩效影响的研究中,Forbes(2005)通过实证研究第一次探索了创业自我效能对企业的整体绩效有着显著的相关性。Hmieleski和Corbett(2008)也在研究中发现了创业自我效能对新创企业绩效具有调节作用。现有研究中关于创业自我效能的前端影响因素鲜有探索,更多的是沿袭Bandura(1977)提出的自我效能理论的前端影响因素,而缺乏在创业情境下的影响因素。本研究将创业自我效能视为中介变量,探索创业激情对新创企业绩效的作用机制,有助于揭示创业激情作为创业自我效能的前端影响因素。

创业激情是激情在创业领域特有的表现方式,是创业者所具备的特性。对于创业激情的研究最早追溯到1951年,Schumpeter(1951)提出创业激情可以解释创业者的行为。后来随着越来越多的学者开始关注创业激情,创业激情得到了更为广泛的定义。Baum和Locke(2004)将创业激情定义为创业者对创业所持有的热爱。Bierly III等(2000)则将创业激情定义为创业者克服个人、社会和制度障碍的动力,从而制定正确的策略。Cardon等(2009)在总结前人的定义后将创业激情概括为一种强烈的积极的情感,发生在探索创业机会、实现创业目标的创业过程之中,激励创业者克服创业过程中遇到的困难,并保持创业的参与感。此后,他对创业激情进行了进一步的提炼,认为创业激情与两个方面相关联,一方面与强烈的积极情感所产生的影响有关,另一方面则是与自我角色认同相关联(Cardon等,2013)。

早期研究发现,对创业的激情会促进更大的坚持、努力、投入和整体的成功(Baron, 2008; Cardon等,2009),创业激情也被发现与驱动力、韧性、乐意长时间工作、勇气、高自觉性,以及面对困难时的毅力相关(Bierly III等,2000)。因此,早期关于创业激情的研究更多关注于创业者本身的特性与创业激情的相互作用关系。近年来,对于创业激情的研究逐渐侧重于对创业者的认知和行为以及企业发展的影响,并发现拥有创业激情的创业者往往能够更好地识别创业机会,给企业带来更快的增长,同时能够更好地获得投资人的投资,从而为企业更长远的发展奠定基础。创业激情也被证明会促使创业者在创业过程中付出更多的努力(Cardon等,2009),是产生创业意图的重要前端影响因素(梁祺和王影,2016),会对新创企业的成长和绩效产生影响(周键,2016)。

Cardon等(2013)提出的根据创业过程的不同阶段和不同内容,将创业激情分为发明激情、创建激情和发展激情。不同的创业者虽然创业内容不同,但是无外乎经历发明新产品和服务、创建企业和发展企业三个阶段(Cardon等,2009)。拥有发明激情的个体表现出更主动地探索新机会、享受为产品和服务提出新想法的过程,并且期待通过发明来解决重要的需求和问题。拥有创建激情的个体享受创立一个企业的过程,并且高度认同作为企业创始人的身份(Katz和Gartner,1988)。拥有发展激情的个体则有着发展和扩大企业的强烈渴望(Cliff,1998)。本研究认为创业激情可以通过创业自我效能对新创企业绩效产生影响,并在Cardon等(2013)的研究基础之上,具体探索由以上三个部分组成的创业激情对新创企业绩效的作用机制。

(二)创业者拥有较高的创业激情会提升新创企业绩效

激情作为强烈的积极情感,是积极心理学的组成部分,对个体的行为产生着重要的影响。而作为积极心理学与创业研究相结合的产物,创业激情对于创业者的创业行为有着重要的驱动作用。创业过程并不是一帆风顺的,更多的时候创业者需要面对复杂的环境,以及经受各种挫折的考验。在创业激情的驱使下,创业者能够形成积极乐观的心态面对创业中的困难,也能够遇到挫折时保持韧性,而不会轻易放弃对于创业的尝试。除了在心理层面之外,在行为层面创业激情也能够促使创业者在创业过程中付出更多的努力以实现创业成功(周键,2016),新

创企业绩效因此得到不断提升。基于此本研究认为创业激情会对新创企业绩效产生重要影响,研究假设沿用创业激情的三个部分,(Cardon等,2013)分析创业激情与新创企业绩效的关系。

创业者拥有较高度度的发明激情通常表现在创业的最初阶段,此时创业者对于创业仍处于计划和雏形阶段。创业者受到发明激情的影响,努力发明新产品并提供新服务,从而解决市场中存在的痛点,满足市场的需求。对于仍处于这一阶段的创业者而言,他们并不急于创建企业抑或是考虑未来企业的发展方向,而更多的将注意力投入到寻找市场机会之中(Foo等,2009),并通过产品与服务构建自身的核心竞争力,进而不断抢占市场份额,提高新创企业的绩效。

创业激情之所以能够驱使创业者积极开展创业活动,很大程度上源自创业者对于自身创业者身份的自我认同,这在创建激情上有着非常显著的体现。创建激情驱使创业者将创业活动由一个组织转变为实际的企业并开始日常的运营。创业者出于对“企业创始人”身份的认同而创建企业(Katz和Gartner,1988),并将自身发展与企业发展紧密地捆绑在一起。受到身份认同的影响,创业者会不断提高对于自身的要求,也会提出对于企业发展更有挑战的目标并为了实现目标而全力以赴。在这个过程中,企业的绩效随着创业者受到创建激情的不断推动而提高。

创业激情作为一种强烈的积极情感,对于企业的发展有着至关重要的作用。而作为创业激情中的一个重要组成部分,发展激情主要影响着企业创建之后更加长远的发展阶段。在这一阶段,区分一个创业者是否拥有足够的发展激情主要取决于他是否会不断为企业设置具有挑战性的目标并逐步实现。在实现目标的过程中,创业者会不断提高自身的能力(Baron,2008),并充分利用手头的资源以及开拓新的资源从而为企业寻找良好的发展机遇(Shane和Venkataraman,2000)。此外,创业激情也具有强大的渲染力,在这一阶段,创业者的发展激情可以对企业的员工产生情绪上的鼓舞,从而促进员工工作效率的提高(Cardon,2008;Chen等,2009)。长此以往,企业的绩效得以提升。综上,本研究做出如下假设:

H1:创业者拥有较高的创业激情会促进新创企业绩效的提升。

H1a:创业者拥有较高的发明激情会促进新创企业绩效的提升。

H1b:创业者拥有较高的创建激情会促进新创企业绩效的提升。

H1c:创业者拥有较高的发展激情会促进新创企业绩效的提升。

(三)创业激情通过创业自我效能促进新创企业绩效的提升

创业自我效能是创业过程中非常重要的一个方面(De Noble等,1999)。很多学者认为创业自我效能是影响创业行为和结果的重要因素。创业者在一定程度上受到其创业自我效能感的驱使,在创建和经营一个企业时面对许多障碍和挑战能够继续坚持下去。研究已经发现,那些相信自己有资源且有毅力可以成功的人们往往会表现出更好的成绩(Bandura,1989)。对于创业者而言,创业自我效能感较高意味着创业者对于自身的能力有着充分的信任,且在创业之前积累了较为丰富的经验以应对创业过程中可能出现的各方面的问题。随着创业活动的展开,创业者的创业自我效能驱使其为了推动企业发展、实现创业目标而努力。而新创企业绩效便是企业发展状况最直接的反映。

Bandura(1977,1989,1997)曾经指出,过往成就、替代经验、口头说服和情绪唤起是自我效能的四个重要来源。在创业的特定情境下,创业自我效能也同样受到这四个因素的影响。作为情绪唤起在创业领域的特殊表现,创业激情能够使得创业者产生积极的情绪唤起。Bandura(1977)认为个体在受到消极情绪影响时不太会期待成功,比如在压力和恐惧的情况下,因为负面的情绪唤起会破坏他们的表现。反之,积极的唤起会使个体更可能期待成功,从而提高创业自我效能,而创业自我效能的提高则进一步促进了新创企业绩效的提高。

具体而言,发明激情使得创业者积极主动地进行市场机会的探索,发明新产品并提供新服务。创业者要面对的是充满不确定性的市场环境以及激烈的市场竞争,这对于仍处于创业起步阶段的创业者而言无疑是巨大的挑战。事实上在一个创业项目开始之前,创业者都依靠强大的信念相信自己有能力成功并且实现自己的创业目标,从而选择走上了创业的道路。发明激情在这其中发挥着重要的作用。创业者受到发明激情的影响,在面对不确定性和竞争时并不会产生厌恶与恐惧。相反,发明激情可以使创业者保持乐观的心态和强大的动力,从而形成积极的情绪唤起,提高创业者的创业自我效能,进一步影响新创企业绩效。

创建激情不同于发明激情,是创业者所拥有的对于建立企业实体的重要动力。在创建企业的过程中,创业者不可避免地要面对筹集人力、资金和社会资源的过程,也需要考虑企业的实际架构等诸多问题,这对于大多数创业者而言都是非常具有挑战性的任务。然而,创建激情使得创业者在创建企业的过程中产生了强烈的身份认同感(Katz和Gartner, 1988),这种身份认同感使得创业者并不排斥在企业创建过程中实际遇到的问题,反而享受这一过程,从而产生了积极的情绪唤起。积极的情绪唤起引起了创业自我效能的提高,并进一步提高了新创企业绩效。

发展激情与企业创立之后的增长和扩张相关联。创业者受到发展激情的影响,对于企业的发展与扩张充满渴望(Cliff, 1998)。在这一阶段,创业者要面对产品更新换代以巩固市场地位、扩大企业规模以及企业的日常运营等诸多压力。然而发展激情可以促使创业者就企业的发展规划与关键利益相关者进行沟通(Baum和Locke, 2004),并积极制定组织的发展策略。尽管企业的发展是一个长远而充满波折的过程,但是拥有发展激情的创业者仍可以以积极的心态和高昂的斗志投入到企业的发展过程中。在这个过程中,发展激情引发了创业者积极的情绪唤起,从而提高了新创企业绩效。综上,本研究做出如下假设:

H2: 创业者拥有较高的创业激情会通过提升创业自我效能而进一步对新创企业绩效的提高产生促进作用。

H2a: 创业者拥有较高的发明激情会通过提升创业自我效能而进一步对新创企业绩效的提高产生促进作用。

H2b: 创业者拥有较高的创建激情会通过提升创业自我效能而进一步对新创企业绩效的提高产生促进作用。

H2c: 创业者拥有较高的发展激情会通过提升创业自我效能而进一步对新创企业绩效的提高产生促进作用。

综上,本研究的概念模型如图1所示。

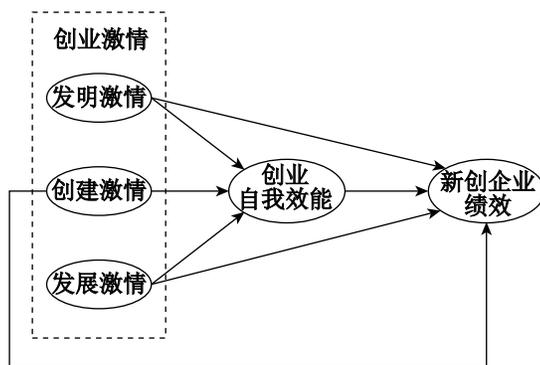


图1 概念模型

三、研究设计

(一)数据收集

本研究以问卷调查的形式展开,主要研究对象为创业企业的创始人。为了使得样本数据具有多样性,本研究通过各地校友会、众创空间、创业孵化器以及创新创业大赛等渠道,向创业企业的创始人发放问卷。通过历时8个月的样本数据采集,本研究范围覆盖了北京、天津、上海、广州、深圳、青岛等主要城市。调研采用线上电子版问卷与线下纸质版问卷相结合的形式,共发放问卷350份,收回问卷142份。剔除所收集到的数据不完整、创业年限超过十年的企业数据,最终获得有效样本数为124个。Bagozzi和Yi(1988)认为结构方程模型所要求的样本数量必须在50个

以上。Boomsma(1982)以及Hair等(1998)则认为样本量至少要大于100个。Gorsuch(1983)的观点应用比较广泛,他认为测量问项与样本量的比例在1:5以上。本研究共有22个测量问项,所以总体研究样本应该在110个以上。本文的有效样本量是124个,满足样本数是测量题项数5倍的最低要求,因此收集到的样本可以用来进行进一步的实证分析。

通过对样本的基本信息进行分析,在创业者性别上男性创业者居多,共有85人,占总数的68.5%;女性创业者共39人,占总数的31.5%。创业年限在3年以内的共有83人,占总数的66.9%;创业年限在3—10年之间的共有41人,占总数的33.1%。在所有参与问卷调研的创业者中,大部分都没有过创业经历,共75人,占总数的60.5%;而其余49人曾经有过创业经历,占总数的39.5%。通过对受访者的受教育程度进行分析,发现2人学历为博士及以上,占总数的1.5%;28人为硕士学历,占总数的22.6%;本科学历的创业者最多,共有77人,占总数的62.1%;17人为专科及以下学历,占总数的13.7%。综上,样本分布合理,可基于所收集的数据开展进一步的研究。

(二)变量测量

本研究对创业激情所包含的三个部分发明激情、创建激情和发展激情以及创业自我效能和新创企业绩效5个变量进行测量,测量量表均来自于国内外权威期刊相关文章所开发的较为成熟的量表。原始量表经过翻译之后向五位创业者发放填写进行预调研。根据问卷填写情况以及创业者的反馈,对问卷中存在的问题进行修正,从而使得量表更加贴近创业者的实际经历,最终提高创业者填写问卷的质量。

1. 发明激情、创建激情和发展激情

关于发明激情的测量,本研究采用的是Cardon等(2013)开发的量表,用以测量创业者所拥有的对于发明新产品和服务、探索新的市场机会的激情。发明激情共包含4个题项,采用李克特五级记分法。关于创建激情的测量,本研究采用的也是Cardon等(2013)开发的量表,用以测量创业者在建立企业组织过程中所产生的激情。该变量共包含4个题项,采用李克特五级记分法。发展激情被认为是在企业得到初步建立之后,在企业正常发展阶段创业者所拥有的激情。该变量共包含4个题项,采取由Cardon等(2013)开发的量表,同样采用李克特五级记分法。

2. 创业自我效能和新创企业绩效

关于创业自我效能的测量,由于并没有得到普遍接受的测量创业自我效能的量表,且自我效能本身对于情景具有依赖性,因此本研究采用了目前普遍接受的Chen等(2001)开发的针对企业家的自我效能的量表,并根据创业实际情景进行了一定调整,共包含4个题项,采用李克特五级记分法。新创企业绩效是创业企业发展状况的主要依据。不同于上市公司会主动披露公司的运营状况等信息,新创企业绩效信息的搜寻存在较大的难度。而当前国内对于中小企业以及创业企业绩效的测量也主要通过主观评估的形式。因而本研究借鉴了Stam和Elfring(2008)开发的量表进行测量,主要包含销售增长、毛利润、市场份额、产品和服务创新、成本控制和客户满意度六个方面。该题项采用李克特五级记分法,1代表完全不同意,5代表完全同意。

由于本研究所涉及的5个变量的测量均采用了李克特五级记分法,创业者需要对问题做出主观的评估。为了避免出现共同方法变异的现象,本研究采用Podsakoff等(2003)所提出的方法,在问卷所有题项前说明,本研究不会涉及企业的核心信息,所有数据仅用于学术研究且保证不会对外披露,所有题项无对错之分,请创业者根据实际情况进行认真填写。除此之外,本研究在对量表的翻译上也尽量采用较为通俗的语言进行翻译以便创业者可以更好地理解,从而一定程度上降低可能造成的误差。通过进行Harman单因子测试发现如果只提取一个因子,将

会解释 39.0%的变异,因此本研究共同方法偏差问题可以忽略。对于收集的样本数据,本研究采用SPSS22和AMOS21等数据分析软件进行分析,从而检验数据运行结果是否符合模型的假设。

四、数据分析结果

(一)信度与效度分析

本研究首先对样本进行验证性因子分析,检验载荷因子的标准化系数。研究发现,所有题项的标准化系数均大于0.6。表1展示了验证性因子分析的结果。

表 1 题项的标准化系数

变量	题项	标准化系数
发明激情	我发现为产品或服务寻找新创意的过程充满乐趣	0.808
	用新的解决方案服务未满足的市场需求,让我很兴奋	0.747
	为问题创造新的解决方案是实现自我价值的一个重要部分	0.684
	我积极寻找改善现有产品或服务的方法	0.744
创建激情	成为企业的创始人是实现自我价值的一个重要部分	0.675
	呵护新创企业并取得初期成功令人开心	0.745
	拥有属于自己的企业让我精力充沛	0.798
	创建新企业激发起了我的热情	0.833
发展激情	招募合适的人来为我的企业工作是一件让人激动的事	0.763
	我非常喜欢将我的产品或服务出售给需要它们的人	0.744
	我动力十足地督促员工和我自己让我们的企业更好	0.741
	创建企业并使之成长是实现自我价值的一个重要部分	0.816
创业自我效能	我相信我能够进行创造性的思考	0.774
	我相信我能够创造新的产品和服务	0.809
	我确信我能够识别新的商机	0.753
	我能成功地将创意或新的研发成果进行商业化	0.761
新创企业绩效	销售增长	0.706
	毛利润	0.723
	市场份额	0.679
	产品和服务创新	0.735
	成本控制	0.684
	客户满意度	0.748

随后,本研究检验所有变量的信度与效度。研究发现,5个变量的Cronbach's α 均在0.8以上,高于0.7的阈值。这表明调研所设计的问卷具有较好的内部一致性,也就说明了变量的测量具有较强的信度。在检验变量的效度上,本研究计算了所有变量的AVE值和CR值,发现所有变量的AVE值均大于0.5的阈值,CR值均大于0.8(参见表2)。

表 2 变量的信度与效度及主要研究变量的相关系数

变量	Cronbach's α	AVE	CR	1	2	3	4	5
发明激情	0.833	0.558	0.834	0.747				
创建激情	0.842	0.585	0.849	0.559**	0.765			
发展激情	0.851	0.588	0.851	0.345**	0.415**	0.767		
创业自我效能	0.855	0.600	0.857	0.572**	0.615**	0.427**	0.775	
新创企业绩效	0.860	0.508	0.861	0.472**	0.500**	0.467**	0.613**	0.713

注:*表示 $p < 0.05$,**表示 $p < 0.01$,对角线数字为该变量AVE值的平方根。

参考Fornell和Larcker(1981)提出的建议,所有变量的AVE值应该在大于0.5的基础上进行平方根运算,将所得出的结果与变量之间的相关系数进行比较,前者应大于后者的绝对值。因此通过SPSS22,本研究将AVE值的算术平方根放入相关性矩阵中进行比较,得到的结果如表2所示,对角线上AVE值的算术平方根大于变量之间相关系数的绝对值。

除此之外,本研究进行验证性因子模型对比,发现五因子模型拟合效果最好,如表3所示。在五因子模型中, $\chi^2/\text{自由度}=1.379$,为各因子模型中最小,CFI=0.944,大于0.9的阈值,为各因子模型中最大,NNFI=0.935,大于0.9的阈值,为各因子模型中最大,RMSEA=0.056,在指标范围之内。因此,该模型具有较强的区分效度和聚合效度。

表3 因子模型对比

模型	χ^2	自由度	$\chi^2/\text{自由度}$	CFI	NNFI	RMSEA
五因子	274.517	199	1.379	0.944	0.935	0.056
三因子	487.828	206	2.368	0.791	0.765	0.105
双因子	536.638	208	2.580	0.756	0.729	0.113
单因子	624.747	209	2.989	0.691	0.659	0.127

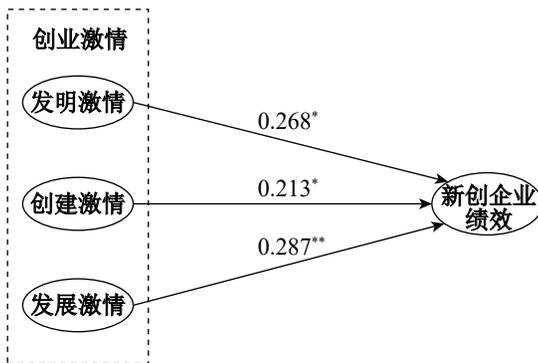
注:三因子将三种激情合并,双因子将创业激情与创业自我效能合并。

(二)假设检验

1. 创业激情对新创企业绩效作用关系检验结果

表3给出了本研究所有变量的相关性分析结果。由表3可知,发明激情与新创企业绩效呈显著正相关关系, $\beta=0.472, p<0.01$,假设H1a得到初步验证。创建激情与新创企业绩效呈显著正相关关系, $\beta=0.500, p<0.01$,假设H1b得到初步验证。发展激情与新创企业绩效呈显著正相关关系, $\beta=0.467, p<0.01$,假设H1c得到初步验证。

在此基础上首先对创业激情与新创企业绩效的关系进行检验,图2给出发明激情、创建激情和发展激情对新创企业绩效影响的路径系数结果。标准化路径系数显示,发明激情对新创企业绩效有显著正向影响, $\beta=0.268, p<0.05$,H1a得到验证,这意味着创业者拥有较高的发明激情会促进新创企业绩效的提高。此外,创建激情对新创企业绩效有显著正向影响, $\beta=0.213, p<0.05$,H1b得到验证,这意味着创业者拥有较高的创建激情会促进新创企业绩效的提高。图2的结果也表明发展激情对新创企业绩效有显著正向影响, $\beta=0.287, p<0.01$,H1c得到验证,这意味着创业者拥有较高的发展激情会促进新创企业绩效的提高。综上,H1得到验证,创业者拥有较高的创业激情会促进新创企业绩效的提高。以上结果说明作为包含发明激情、创建激情和发展激情这三个部分的创业激情,会对新创企业绩效产生积极的影响。



注:*表示 $p<0.05$,**表示 $p<0.01$ 。

图2 创业激情对新创企业绩效作用关系结果

2. 创业自我效能对创业激情与新创企业绩效关系的影响检验结果

现有研究表明,结构方程模型是适合检验中介效应的方法(Cheung和Lau,2008),因此本研究采用AMOS21软件中的Bootstrap方法分析模型中创业自我效能所发挥的中介作用。Bootstrap方法在使用过程中可以有效减少第一类错误,尤其适用于样本数量较小的实证研究的中介效应检验。本研究运用Bootstrap随机抽取样本数为2000,置信区间选择为95%,运用极

大似然法进行计算,计算结果如表4所示。

表4 创业自我效能对创业激情与新创企业绩效关系的影响检验

路径关系	直接效应	95%置信区间		间接效应	95%置信区间		总效应
		下限	上限		下限	上限	
发明激情→创业自我效能→新创企业绩效	0.101	-0.184	0.420	0.169	0.010	0.427	0.270
创建激情→创业自我效能→新创企业绩效	0.038	-0.225	0.332	0.169	0.036	0.459	0.207
发展激情→创业自我效能→新创企业绩效	0.199	-0.011	0.385	0.085	0.001	0.241	0.284

通过表4可以发现,在路径“发明激情→创业自我效能→新创企业绩效”中,间接效应95%的置信区间不包含0,且具有显著性($p<0.05$),因此该路径中的中介效应存在。进一步观察发现直接效应95%的置信区间包含0,不具有显著性($p>0.05$)。这表明发明激情通过创业自我效能而对新创企业绩效产生影响;在路径“创建激情→创业自我效能→新创企业绩效”中,间接效应95%的置信区间不包含0,且具有显著性($p<0.05$),因此该路径中的中介效应存在。进一步观察发现直接效应95%的置信区间包含0,不具有显著性($p>0.05$)。这表明创建激情通过创业自我效能而对新创企业绩效产生影响;在路径“发展激情→创业自我效能→新创企业绩效”中,间接效应95%的置信区间不包含0,且具有显著性($p<0.05$),因此该路径中的中介效应存在。进一步观察发现直接效应95%的置信区间包含0,不具有显著性($p>0.05$)。这表明发展激情通过创业自我效能而对新创企业绩效产生影响。综上,创业自我效能在创业激情的三个部分对新创企业绩效的关系中均发挥着中介作用,假设H2a、H2b和H2c得到验证,假设H2成立。创业激情的三个部分分别通过创业自我效能而对新创企业绩效产生影响,因此可以得出创业自我效能在创业激情与新创企业绩效之间发挥着桥梁作用的结论,创业者拥有较高的创业激情会促进创业自我效能的提升,从而进一步提高新创企业绩效。

五、结论与展望

(一)研究结论与意义

创业者心理的研究是当前创业研究领域所关注的重点之一。本研究结合自我效能理论,从积极心理学的视角探索了新创企业绩效的形成机制。研究表明,一方面,由发明激情、创建激情和发展激情组成的创业激情会对新创企业绩效的提升有着重要的促进作用,这也就意味着创业者拥有较强的创业激情会将激情转化为实际行动来促进新创企业绩效的提升。另一方面,创业者积极的情感会通过影响积极的认知进而影响新创企业绩效。具体而言,创业自我效能在创业激情对新创企业绩效的作用机制中发挥桥梁作用,这也意味着创业激情是创业自我效能的重要前端影响因素,创业激情会影响创业自我效能,而创业自我效能会进一步对新创企业绩效产生重要的影响。

本研究的理论意义主要有两点。本研究从积极心理学的视角拓展了当前关于创业激情对新创企业绩效的作用机制研究。在现有研究中,创业激情被认为会对企业的成长和成功产生重要的影响,然而当前无论是创业激情对企业的成长与成功,还是对新创企业绩效的影响,起到中介作用的因素更多的都是行为层面的因素,例如管理强度(周键,2016)、创业学习(谢雅萍等,2016)和机会获取(马翠萍等,2017)。创业者的行为往往受到心理因素的影响,而当前鲜有研究探索心理层面的因素在这一作用机制中发挥的中介作用。因此本研究创造性地通过积极心理学的视角引入创业自我效能,并发现创业激情通过创业自我效能对新创企业绩效产生影响,从而将行为层面的因素在心理层面上找到解释。除此之外,现有关于创业激情对于新创企业绩效作用机制的研究中,创业激情更多地被视为一个整体进行测量。Cardon等(2013)曾指

出,根据创业过程的不同阶段和不同内容,将创业激情分为发明激情、创建激情和发展激情。因此本研究以此为参考,从创业激情三个不同域对创业激情进行了测量与检验,进一步揭示了创业激情对新创企业绩效的内在作用机制。

本研究也揭示了创业自我效能在联接创业激情与新创企业绩效的关系中所发挥的桥梁作用。在现有研究中,创业激情被认为对组织绩效和企业的成功有着重要的影响,但对于作用于两者之间的中介变量的探索非常有限。本研究从积极心理学的角度引入创业自我效能,用以联接创业激情与新创企业绩效。一方面,当前对于创业自我效能前端因素更多的还是采用了Bandura(1977,1989,1997)提出的自我效能理论的前端影响因素,而鲜有结合创业研究的实际情景进行探索。本研究根据Bandura(1977,1989,1997)提出的情绪唤起是自我效能的前端影响因素,将可以引起积极情绪唤起的创业激情作为创业自我效能的前端因素。Cardon等(2009,2013)也曾指出,创业激情会影响认知,因此创业自我效能会受到创业激情的影响。研究结果也验证了创业激情对创业自我效能存在着促进作用。因此本研究在揭示创业自我效能前端影响因素的同时也延续了Cardon等(2009,2013)的观点。另一方面,创业自我效能对新创企业绩效也存在着影响。创业自我效能是衡量一个人是否相信自己有能力成功创业的概念,它结合了个性和环境因素,并被认为是创业者意图和最终行动的强有力预测因素。在心理学领域的研究中,自我效能被认为是最有效的绩效预测指标(Bandura,1982,1986;Wood和Bandura,1989)。在创业研究领域,创业自我效能作为创业者所特有的心理,在实证研究中已被证明影响着创业意图和创业行为(Hmieleski和Corbett,2008)。本研究则验证了创业自我效能对新创企业绩效产生着积极的影响。因此综上所述,创业自我效能联接了创业激情与新创企业绩效。强烈的创业激情可以带来更高的创业自我效能感,而更高的创业自我效能感可以提升新创企业绩效。

(二)启示与不足

本研究也引发一定的实践启示。从创业团队的内部来看,团队成员尤其是负责人要及时关注团队的情绪和士气,不定期地开展团建活动以促进团队成员在创业过程中不倦怠、充满激情。当企业的发展面临重要机遇或者实现重大突破时,负责人要及时向团队传递利好信息,以振奋团队士气,保持激情,使得团队成员相信自己所在的团队有能力不断实现突破取得成就,也相信自己可以作为团队的重要成员,可以实现创业成功的最终目标。

对于高校的众创空间以及社会的各种创业孵化器而言,培育和发展创业项目不仅仅要在项目本身上提高质量,更应该关注创业团队的心理和情绪。发挥众创空间和孵化器的服务作用,对于初创企业,要定期开展必要的与心理学相关的培训,开设相关的课程辅导,在提高创业团队内部创业激情和创业自我效能感的同时,使得他们能够意识到创业激情和创业自我效能对企业的成功的影响。

从社会和政府的角度来看,社会对于创业者的创业行为应当多一些包容和支持,尤其是对于创业失败的创业者,在全社会形成一种即使创业失败也值得尊重的氛围,从而使得创业者哪怕经历创业失败,也能够快速调整与恢复,对于创业继续充满激情,相信自身在经历失败之后便会更加接近成功。为此政府也应当在最大程度上给予创业者以政策性的支持,例如税收、办公场地以及创业资源对接等,减轻创业者的创业负担,从而使得创业者在创业过程中甩掉不必要的包袱,保持创业激情,在不断取得突破的过程中产生积极的认知,并最终推动企业绩效的提升。

本研究还存在一定的不足。首先,本研究属于截面研究,研究结论存在一定的局限性,因而未来可以考虑通过纵向研究来完善本研究的结论。其次,本研究所选取的样本来源于经济较发达的城市,具有一定的地域局限性,未来可以将地域范围进行进一步扩大,从而进行更加具有普遍性的研究。最后,本研究并未探索情境因素对创业激情与新创企业绩效之间关系的影响。

创业激情是基于欧美学者针对发达经济体的创业者研究后提出并发展,而本文的研究对象则是新兴经济体的创业者。未来可以开展对比研究,探索情境因素是否以及如何影响创业激情与新创企业绩效之间的关系。

主要参考文献

- [1]丁明磊,杨芳,王云峰.试析创业自我效能感及其对创业意向的影响[J].*外国经济与管理*,2009,(5):1-7.
- [2]马翠萍,古继宝,窦军生,等.创业激情对新创企业绩效的影响机制研究[J].*科学学与科学技术管理*,2017,(11):142-154.
- [3]谢雅萍,陈小燕,叶丹容.创业激情有助于创业成功吗?[J].*管理评论*,2016,(11):170-181.
- [4]Bandura A. Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change[J].*Psychological review*,1977,84(2):191-215.
- [5]Bandura A. Self-efficacy mechanism in human agency[J].*American Psychologist*,1982,37(2):122-147.
- [6]Bandura A. The explanatory and predictive scope of self-efficacy theory[J].*Journal of Social and Clinical Psychology*,1986,4(3):359-373.
- [7]Bandura A. Social cognitive theory[A]. Vasta R. *Annals of child development: Six theories of child development*[M]. Greenwich: JAI Press,1989.
- [8]Bandura A. Self-efficacy: The exercise of control[M]. New York: W.H. Freeman,1997
- [9]Baron R A. The role of affect in the entrepreneurial process[J].*Academy of Management Review*,2008,33(2):328-340.
- [10]Baum J R, Locke E A. The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth[J].*Journal of Applied Psychology*,2004,89(4):587-598.
- [11]Bierly III P E, Kessler E H, Christensen E W. Organizational learning, knowledge and wisdom[J].*Journal of Organizational Change Management*,2000,13(6):595-618.
- [12]Cardon M S. Is passion contagious? The transference of entrepreneurial passion to employees[J].*Human Resource Management Review*,2008,18(2):77-86.
- [13]Cardon M S, Wincent J, Singh J, et al. The nature and experience of entrepreneurial passion[J].*Academy of Management Review*,2009,34(3):511-532.
- [14]Cardon M S, Gregoire D A, Stevens C E, et al. Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation[J].*Journal of Business Venturing*,2013,28(3):373-396.
- [15]Chen G, Gully S M, Eden D. Validation of a new general self-efficacy scale[J].*Organizational Research Methods*,2001,4(1):62-83.
- [16]Cheung G W, Lau R S. Testing mediation and suppression effects of latent variables: Bootstrapping with structural equation models[J].*Organizational Research Methods*,2008,11(2):296-325.
- [17]De Clercq D, Honig B, Martin B. The roles of learning orientation and passion for work in the formation of entrepreneurial intention[J].*International Small Business Journal*,2012,31(6):652-676.
- [18]Foo M D, Uy M A, Baron R A. How do feelings influence effort? An empirical study of entrepreneurs' affect and venture effort[J].*Journal of Applied Psychology*,2009,94(4):1086-1094.
- [19]Forbes D P. The effects of strategic decision making on entrepreneurial self-efficacy[J].*Entrepreneurship Theory and Practice*,2005,29(5):599-626.
- [20]Hair J F, Anderson R E, Tatham R L, et al. *Multivariate data analysis*[M]. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall,1998.
- [21]Hmieleski K M, Corbett A C. The contrasting interaction effects of improvisational behavior with entrepreneurial self-efficacy on new venture performance and entrepreneur work satisfaction[J].*Journal of Business Venturing*,2008,23(4):482-496.
- [22]Pihie Z A L, Bagheri A. Self-Efficacy and entrepreneurial intention: The mediation effect of self-regulation[J].*Vocations and Learning*,2013,6(3):385-401.
- [23]Podsakoff P M, MacKenzie S B, Lee J Y, et al. Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies[J].*Journal of Applied Psychology*,2003,88(5):879-903.
- [24]Stam W, Elfring T. Entrepreneurial orientation and new venture performance: The moderating role of intra- and extraindustry social capital[J].*Academy of Management Journal*,2008,51(1):97-111.

Does Passion Lead to Better Performance? A Research on the Mechanism of Entrepreneurial Passion on the Performance of New Ventures

Cui Lianguang^{1,2}, Zhang Yuli^{1,2}, Yan Xu¹

(1. Business School, Nankai University, Tianjin 300071, China;

2. The Entrepreneurship Research Center, Nankai University, Tianjin 300071, China)

Summary: Existing empirical studies have found that entrepreneurial passion plays an important role in promoting entrepreneurial intention, entrepreneurial effort and entrepreneurial persistence in the process of entrepreneurship. However, there are few empirical studies to explore the mechanism of entrepreneurial passion on the performance of new ventures. Emotional arousal is considered as an important triggering factor of self-efficacy. As a positive emotional arousal, entrepreneurial passion can also be regarded as a triggering factor of entrepreneurial self-efficacy. Entrepreneurial self-efficacy is also considered to have an impact on the success of entrepreneurship. Therefore, this study will link entrepreneurial self-efficacy with entrepreneurial passion and the performance of new ventures in order to explore the mechanism of entrepreneurial passion on the performance of new ventures. In this study, AMOS21 is used to test the research hypotheses, and the conclusions show that: (1) Entrepreneurial passion composed of invention passion, foundation passion and development passion plays an important role in enhancing the performance of new ventures. (2) The positive emotions of entrepreneurs can affect the performance of new ventures by influencing the positive cognition. Specifically, entrepreneurial self-efficacy plays a bridge role in the mechanism of entrepreneurial passion on the performance of new ventures. This study expands the current research on the mechanism of entrepreneurial passion on the performance of new ventures from the perspective of positive psychology. In the existing research, entrepreneurial passion is considered to have an important impact on the growth and success of entrepreneurship. But few studies have explored the mediating role of psychological factors in this mechanism. Therefore, this study creatively introduces entrepreneurial self-efficacy from the perspective of positive psychology and finds that entrepreneurial passion influences the performance of new ventures through entrepreneurial self-efficacy. In turns it finds the explanation of behavioral factors in the psychological level. In addition, in the existing research about the mechanism of entrepreneurial passion on the performance of new ventures, entrepreneurial passion is more regarded as a whole to measure. This study measures and tests entrepreneurial passion from three different domains of entrepreneurial passion, and further reveals the intrinsic mechanism of entrepreneurial passion on the performance of new ventures.

Key words: entrepreneurial passion; entrepreneurial self-efficacy; performance of new ventures; positive psychology

(责任编辑:王雅丽)