

DOI: 10.16538/j.cnki.fem.2017.06.006

创业激情与政治行为对创业认同的作用机理

——基于资源依赖理论的研究

周 键¹, 王庆金¹, 吴 迪²

(1. 青岛大学 商学院, 山东 青岛 266061; 2. 格罗宁根大学 经济管理学院, 荷兰 格罗宁根 999025)

摘 要: 创业是我国经济提质增效升级的重要动力, 创业企业却面临着合法性存疑、成长困难等窘境, 难以获取创业认同。本文基于资源依赖理论, 构建了创业激情与政治行为对创业认同影响的理论模型, 并引入了创业环境属性作为情境变量加以分析。研究发现, 创业激情可以通过影响创业者的认知、行为以及角色转变来影响资源获取的效率, 政治行为作为一种非市场化的手段, 为创业企业获取了大量关键资源, 这有利于企业迅速渡过创建期, 获得创业认同, 环境宽松性抑制了企业政治行为的效用而环境动态性增进了企业政治行为的效用。本文研究表明, 创业者要激发和保持自身的创业激情, 创业企业要鼓励创业激情在企业中的传播, 转型时期的政府要不断地通过完善各种制度环境来加速行业的发展, 努力营造宽松的创业氛围, 为创业企业通过市场化手段获取资源创造良好的条件, 引导企业将重心转移到企业产品、运营和市场方面中来, 提升企业的竞争实力。

关键词: 创业激情; 政治行为; 环境宽松性; 环境动态性; 创业认同

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2017)06-0068-15

一、引 言

作为推动经济发展的“双引擎”之一, 大众创业在我国经济转型中的作用越来越突出, 成为实现经济提质增效升级的重要动力。随着国务院推动创新创业若干政策措施的出台, 创业热情空前高涨, 各种类型的创业企业不断涌现, 但是与高涨的创业热情以及不断增加的创业活动形成鲜明对比的是, 作为创新创业重要载体的创业企业具有天然的新创弱性, 面临着合法性存疑、成长困难等窘境, 难以获取创业认同(Zhang和White, 2016)。创业企业在成长过程中面临的重要难题就是资源支持的不足, 因此其获取创业认同的关键就是获取到足够生存和发展的资源。越来越多的研究显示, 在创业企业前期制度不完善的情境下, 创业者对企业的发展具有决

收稿日期: 2016-12-26

基金项目: 国家社会科学基金资助项目(BIA150111)

作者简介: 周 键(1990—), 男, 青岛大学商学院讲师;

王庆金(1972—), 男, 青岛大学商学院教授, 博士生导师(通讯作者);

吴 迪(1991—), 女, 格罗宁根大学经济管理学院硕士研究生。

定性的作用(Franco等,2014),作为创业企业的掌舵者,理性创业者会积极通过多种渠道来获取到这些资源以帮助创业企业渡过初创期走向成熟期。在实践中可以看到,作为企业创始人的创业者会富有激情地进行创业演说,并通过新产品发布会、路演活动等向外界传递创业信息。现有研究注意到了创业者的某些特质,例如先前经验、自我效能等,能够对创业者获取资源的策略、行为等产生很大的影响(Clarysse等,2011;Vancouver等,2008),但是对于创业激情这一情绪特质的研究却相对较少,并未深入探讨创业激情的作用机制,创业者的情绪特质在影响资源相关者方面具有独特作用,因此本文从创业激情出发来研讨如何获取企业合法性与创业认同是有意义的。

在我国经济转型的背景下,社会资源较多地集中于政府、社会非正式组织等部门中。基于资源依赖理论的研究认为,由于这些部门所控制的资源对创业企业成长作用影响大且创业企业很难找到替代性资源,企业会自发地向资源所有者靠拢,通过政治行为、私下战略等非市场行为获取这些资源所有者的支持(姚晶晶等,2015)。但是现有关于政治行为的研究大多基于成熟企业,认为成熟企业具有规模优势,能够通过持续性的政治行为获取到对自身有利的政策、获得好感和信任、建立有效的社会关系,最终达到提升企业绩效的效果。创业企业由于其自身特性,很难以通过持续性的政治行为来影响资源持有者,作为市场中的弱势群体,一方面受制于资源持有者的遵从压力,另一方面受到改善绩效的经济理性驱动(田莉等,2015),在这种双重动力下,理性的创业企业会有选择性地实施政治行为策略以在激烈的竞争环境中获取生存空间,取得创业认同。

资源依赖理论强调了组织与环境之间的依存关系,认为组织需要从环境中获取必要的资源才能够获得生存,创业研究领域的学者认为创业过程会受到环境属性的影响,环境宽松性影响了资源获取的难易程度、环境动态性和复杂性影响了资源获取的途径选择、环境敌对性影响了资源获取的效率等等。但是环境属性对于创业活动的影响并没有取得一致的结论,例如环境动态性代表了环境要素的变动程度,这种环境要素的变化一方面增加了创业的不确定性,使企业不得不改变原有的创业策略以迎合环境的变动,另一方面却增加了创业机会,如果创业者能够及时抓住这些创业机会就能够取得创业成功(Rosenbusch等,2013),本文在这些研究的基础上,集中探讨创业环境属性对企业获取资源和创业认同的影响,并拓展创业环境不同属性对创业企业的影响机制及其理解。基于以上几个方面的分析,本文识别了资源依赖理论的四种应用情境,即(1)掌握资源的重要性程度;(2)资源可被获取的难易程度;(3)资源所有者的分配权力;(4)替代性资源的寻求及获取难易程度,并基于这四个方面的应用情境,围绕以下两个方面的问题展开研究:一是创业者的创业激情以及政治行为作为获取资源的方式,如何影响创业认同,二是创业环境属性在此作用过程中起到了何种影响方式。

二、理论分析与研究假设

(一)创业激情与创业认同之间的关系

以往研究显示,创业者个体特质在创业过程中的作用越来越突出(Baum和Locke,2004),创业激情被认为是一种在创业过程中形成的有意识的、强烈的情绪体验,这种体验能够通过情绪传染(Emotional contagion)的方式传递到创业利益相关方(Cardon,2008;Cardon等,2009a),使包括投资机构、政府部门、顾客、非政府组织等在内的利益相关方认可创业理念,认同企业的价值观与行为方式,使企业获取到认知合法性。现有对于创业激情的研究主要基于内涵,将其划分为非常积极的情绪和自我身份认同两个维度(Cardon等,2009b)。本文主要研究内容为创业企业如何获取创业认同问题,即创业者作为企业管理者如何通过这种积极的情绪与自我的

身份认同来获取创业资源,赢取创业认同,因此本文沿用了创业激情两维度的划分方式。

企业竞争优势的基础是获取各种有形和无形资源,通过资源的开发与合理配置形成难以模仿的独特能力(Bhamra等,2011),而创业企业的显著特征就是资源匮乏,这显然成为创业企业获取创业认同的制约点,因此企业会选择资源所有者认可的策略向其靠拢来解决这种资源制约,作为一种积极的情绪,创业激情可以通过以下几个方面来获取资源所有者的认可:第一,创业激情能够增强创业者认知的灵活性,依据积极情绪扩展理论,创业者可以向资源所有者传递高效资源利用信息,即能够通过认知范围的扩展来增加资源知识结构和资源识别能力(梁祺和王影,2016),提升创业资源利用效率;第二,创业激情能够驱动创业者的行为,使创业者保持专注、坚持和不断创新(Murnieks等,2012),在创业过程中不断地寻求新资源、新机会,不断尝试将资源所有者引入到创业企业,同时,作为创业企业与外部环境相联系以获取创业资源的机制,创业激情可以激励创业者积极应对环境威胁,将环境不确定性带来的危害降到最低,降低企业风险(Pfeffer和Salancik,1981);第三,创业激情中包含了创业者自我认同的因素,自我认同能够使创业者在角色尝试中坚持不懈地实现创业者角色的转变,这种角色的转变能够提升创业者社会认知合法性,从而可以影响创业者周边的社会资本,使其加速流入到创业企业之中(Hoang和Gimeno,2010)。因而可以认为,创业激情能够通过上述几种形式影响到资源所有者的态度,并影响其对于资源分配的决策。

初创企业的创业认同主体主要包括投资机构、政府机构以及非政府组织等,企业获取创业认同意味着企业的理念、行为方式等得到认可,即企业获得认知合法性(Suchman,1995)。由此可见,获取创业认同的关键要素就是将企业的理念与价值观等传递到创业认同主体之中,使其对企业有全面的了解并认可企业本身的行为方式。以投资机构为例,Chen等(2009)的研究发现投资机构可以通过创业者的情绪、动作等感受到创业激情,这种激情代表了创业者对企业的自信程度和投入态度,能够在一定程度上反映企业的状态。创业激情还会影响创业者的表达方式,具备创业激情的表达往往更具有感染力与说服力,更容易获得投资机构的认可。除这种直接影响之外,创业激情还可以间接地通过资源获取来影响创业认同,进一步地研究发现,这种间接机制主要包括了情感机制和认知机制两种传染机制。对于情感机制,Cardon(2008)通过构建创业激情感染模型发现创业激情可以通过情绪模仿和社会比较两种方式影响利益相关者,掌握资源的利益相关者感知到这种积极情感后会愿意向企业提供支持,为创业企业提供“背书”,从而增加企业获取创业认同的概率。对于认知机制,Breugst等(2012)发现对目标认知的清晰程度会影响情感承诺,当资源所有者感受到创业激情所蕴含的清晰目标时,能够使企业获取到更多的创业资源,增强企业实力,从而获得支持与认同。

此外,有学者指出,创业激情并非越高越好,过高的创业激情也可能带来负面效果,包括低估消极信息、忽略创业风险、引发工作失衡等。例如Cardon等(2009b)认为当创业激情水平过高时,创业者会对企业发展的预期过于良好,为企业设置过高的目标,低估消极信息的影响,从而导致决策失误;Vallerand等(2003)也发现过于强烈的创业激情会引发创业者的强迫性反应,导致创业者的工作生活失衡,并会进一步传导到创业企业中,影响资源所有者对企业的态度,这对于创业认同的获取显然具有不利影响。基于以上分析,本文提出:

假设1:创业企业中创业者的创业激情越高,其获得创业认同的可能性也越高,但过高的创业激情会对创业认同带来不利影响。

(二)政治行为与创业认同之间的关系

企业的政治行为指的是企业以有利于自身的方式影响政府和非政府组织政策、态度等努力的集合(Hillman等,2004),越来越多的学者认为,企业在发展中所需资源可以通过非市场行

为获得,尤其是与政治权力相关的资源能够借助于政治家或者监管机构获得,这种获取资源的方式可以为企业的发展带来持续优势(Lawton等,2013)。目前关于企业政治行为的研究大多基于成熟企业,例如Lawton等(2013)认为西方政治行为主要可以分为政治竞选融资和会议资助(金融方式)、使用说客和律师(人为方式)、政治联盟和基层动员(串通方式)三种策略,田志龙等(2003)认为中国情境下企业政治行为主要包括直接参与、代言人、信息咨询、调动社会力量、制度创新、经营活动政治关联以及财务刺激七种策略。政治行为是一个具有显著情境化与制度化特征的企业行为方式,这些基于成熟企业的研究并不一定适用于创业企业。

资源依赖理论认为,企业在成长过程中会向关键资源的拥有者靠拢,且其靠拢程度取决于这些资源对企业的重要性(Hillman等,2009),由于创业企业在创建初期难以有效和低成本地获取到成长所需的资源,因而其通常会选择在战略和结构上遵从于投资者、政府、顾客等资源拥有者以获取其资源支持(田莉等,2015)。Oliver和Holzinger(2008)将企业的政治行为划分为积极型行为(proactive)、防守型行为(defensive)、预期型行为(anticipatory)和反应型行为(reactive)四种类型,企业应根据所处环境和自身特征选择合适的政治行为方式,创业企业由于规模、能力等的限制,其政治行为更多地体现出“防守”与“反应”的特征,目的是获取企业生存所必需的资源与合法性,田莉等(2015)认为可以用创业者的打点行为来表示创业企业政治行为,打点行为是指创业者在与政府、非政府组织、投资机构等打交道的过程中所支付的正常费用之外的花费。

在转型经济时期,各项制度处于探索状态,具有很大的不确定性,政府等行政机构所控制的资源对创业企业具有决定性作用,创业企业必须依附于制度决策者和资源所有者来获取社会各方面认同(Pfeffer和Salancik,1981)。基于资源依赖理论,现有研究认为政治行为主要可以给创业企业带来以下几方面的好处:首先能够为资源获取创造条件,政治行为可以减轻行政审批的创业抑制效应(张龙鹏等,2016),使创业企业较为轻松地获取行政认可,而政府的认可是投资机构、顾客等对企业认同的重要影响因素;其次可以使创业企业直接获取相关资源,例如优先获取政府项目、市场准入、享受政府补贴、税收优惠等,使创业企业获得较高的创业起点,迅速扩大规模和影响力(He等,2007);第三是为企业提供间接获取资源的可能,创业者的政治行为有利于构建创业者的社会网络关系,而这种包括政府在内的社会网络关系是企业获取资源的重要渠道和方式(杨震宁等,2013),企业可以凭借这种社会(政治)网络关系获得银行信贷等生产要素,从而对创业企业有积极的促进作用(吴一平和王健,2015);第四是可以提升创业企业的抗风险能力,降低环境不确定性的影响,使企业在面临市场环境激变或者政策震荡的情况下,通过与政府在内的外部利益群体的合作与依赖关系,渡过高风险的初创阶段(吴小节等,2015)。与此同时,由于新创企业特性,使其很难找到并便捷地获取到替代性的资源,即使能够找到也很难获取到(例如,可以通过中介咨询机构获取信息资源,但成本高昂)。基于以上分析,本文提出:

假设2:创业企业政治行为的程度越高,其获得创业认同的可能性就越高。

(三)环境宽松性的调节效应

创业环境代表了创业者在创业过程中所遇到的各种外部条件的集合,主要包含了制度环境、文化环境、经济环境等要素,环境宽松性又可以称为环境丰裕度,指的是从创业环境中获取资源的难易程度(Dess和Beard,1984),根据资源依赖理论,创业企业会自发地向资源所有者靠拢,环境宽松性高意味着创业企业可以便利地获取所需资源来开发创业机会、实现创业战略,此种情境下打点行为等非常规获取资源手段的效用将会减弱,现有研究显示,无论是创业者个体创业行为还是创业企业策略都会受到这种资源丰裕程度的影响(钟卫东等,2007)。

创业激情代表了创业过程中的一种积极情绪,虽然相对于普通情绪而言具有持久和持续性的特点(Cardon等,2009b),但作为一种情绪因素,其效用的发挥不可避免地会受到外界信息的影响。宽松的创业环境能够使创业者想法、观点得到更多的支持,这种来自于环境的支持能够给创业者带来正向反馈,增强创业者的自信程度,其创业激情在这种正向反馈的机制下能够得到强化,进而驱动创业者更加努力地从事创业活动,并进一步影响雇员和投资者等利益群体。其次,机会的识别内生于创业者与环境的交互活动中(Holcombe,2003),宽松性的创业环境为创业者提供了不断尝试和探索的基础,即使遭遇失败仍可以获取到资源开发新的创业机会,不至于使创业者在失败中失去激情,从而可以识别出真正适合创业企业的机会,促进创业企业的成长和创业认同。此外,创业激情作为一种积极情绪是重要的创业心理资本,是一种整合和发展其他创业资源的力量(周小虎等,2014),作为一种启发式加工系统,宽松性的创业环境为其提供了更为丰富的加工素材,创业者在这种环境氛围下可以放大这种整合力量,由此强化了创业激情效应的发挥。

企业的政治行为意味着通过非市场化的手段来获取创业资源并取得创业认同,对于创业企业而言,其政治行为表现为明显的“防守性”特征,是企业为获取生存空间与创业认同而不得不采取的非常规措施,环境宽松的差异性会影响企业资源获取的状况,继而进一步对企业政治行为的效果产生不同的影响。田莉等(2015)认为当创业环境中的资源丰裕度较低时,市场中的各方会为了争取稀缺的资源而加剧竞争,创业企业的生存以及盈利能力会受到很大的挑战,在这种环境特性下,企业通过市场行为等常规获取资源的手段效用降低,而通过政治行为获取资源的效果显著提升,企业对政府、非政府组织等资源拥有者的依赖性增加,因而政治行为对企业成长的影响力增加,其与创业认同之间的关系会得到增强。反之,当创业环境中的资源丰裕度较高时,创业企业可以依靠市场机制等常规手段来获取到生存和发展所需资源(Li等,2013),对政府和非政府组织等依赖性降低,通过政治行为获取资源的效果产生折扣,且政治行为本身消耗资源的弊端会显现出来,从而进一步削弱了政治行为的效应,因此其与创业认同之间的正向影响会降低,甚至可能会阻碍创业企业的成长。基于以上分析,本文提出:

假设3a:环境宽松性会增强创业激情与创业认同之间的正向作用。

假设3b:环境宽松性会削弱政治行为与创业认同之间的正向作用。

(四)环境动态性的调节效应

创业环境并非是一成不变的,特别是在转型经济国家,一方面以互联网信息为代表的科技创新步伐不断加快,产品随时面临更新换代的可能,另一方面转型经济国家各种制度处于不断地调整之中,这种环境上的变动与不确定性被称为环境的动态性,并最终会影响到创业企业决策的效果。作为创业企业的决策者,环境动态性的增加意味着创业者需要花费更多的精力处理环境信息,其面临的压力与负担也随之增加(Ensley等,2006),创业激情代表了创业者对事业的热爱,并在这种热情的激励下为创业企业奋斗,在动态性的创业环境中,创业者面临着更高的交易成本,并难以准确辨别市场机会,这导致了创业激情难以发挥而使其在资源获取中的效果大大减弱(Batjargal等,2013)。在此种情境下,创业者的激情无法聚焦到核心机会,无法发挥出最大效应。此外,感知的创业环境复杂性不仅影响创业活动,也会影响创业努力的配置(宋丽红等,2015),当创业者不得不把过多的精力用来处理变动的环境问题时,其真正用于创业活动的时间和精力就会减少,而创业激情效用的发挥离不开时间和精力的投入,这显然不利于创业企业的发展,因此可以认为环境动态性在一定程度上抑制了创业激情的效用。

环境动态性对创业企业的影响并没有取得一致的研究成果,部分学者认为这种环境的动态性为创业企业提供了更多机会,创业企业如果能够及时开发这些机会就可以取得创业成功

(Wiklund和Shepherd, 2003),但是也有学者认为其为创业过程增加了不确定性,使得新企业暴露在风险之中从而抑制了企业的发展(Dess和Beard, 1984)。从资源依赖理论出发,环境动态性意味着市场和竞争条件的不可预测性(Aloulou和Fayolle, 2011),这种竞争和市场的不可预测性会导致企业对信息和资源需求的变化,给企业的运营绩效带来压力,创业企业可能因为无法及时获取资源进行决策与战略的调整,使得创业决策无法达到预期的效果。在这种动态的环境下,创业企业一方面要根据变化开发新市场,另一方面要应对成熟企业的挑战,这意味着企业风险性的增加(Ruiz-Ortega等, 2013)。政治行为提供了应对这种风险的非常规手段,企业政治行为的目的在于获取稳定的创业支持,当环境动态性提升时,企业将更加依赖政治行为来依附于资源所有者,此时政治行为在获取创业支持方面的作用将会显著提升,在动态环境下的创业机会稍纵即逝,通过政治行为获取到的资源会得到更有效利用,更加迅速地转化为企业实际利润,此时政治行为对创业成长的促进作用将会更加明显(Wiklund和Shepherd, 2003),其与创业认同之间的正向影响也将会显著提升。基于以上分析,本文提出:

假设4a:环境动态性会削弱创业激情与创业认同之间的正向作用。

假设4b:环境动态性会增强政治行为与创业认同之间的正向作用。

通过上述文献梳理和理论分析,本研究构建的理论模型如图1所示。

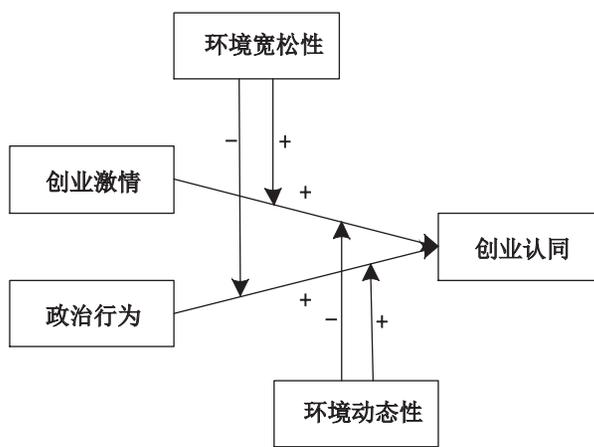


图1 理论模型

三、研究设计

(一)数据收集

Cardon和Kirk(2015)认为创业研究的对象应聚焦于企业的创建者,遵循这一逻辑,本研究将研究对象锁定于参与创建企业的高管层(总经理、副总经理、CEO)。调查数据主要来源于山东省和北京市创业孵化中心,主要通过三种方式进行问卷数据的收集:一是到创业孵化中心,研究者向孵化中心的创业人员说明调查目的以及调查内容,请创业者直接填答问卷;二是通过“熟人关系”,直接到创业企业中,与创业企业高管层接触并请其现场填答问卷;三是在孵化中心工作人员的帮助下,将部分问卷存放在中心内,请工作人员寻找创业者进行问卷的填答,填答完成后将问卷寄给研究者,为便于问卷填答,在纸质问卷之外研究者还设计了电子问卷。通过这三种方式共发放问卷约300份,问卷主要包含创业者的创业激情、打点意愿,对创业环境状况的评价、创业认同评价以及填答者信息等相关方面的内容,通过对回收的问卷进行整理筛选,共回收有效问卷193份,问卷的有效回收率为64.3%。对问卷的初步分析显示,30—40岁的受访者最多,占总样本的44%,30岁以下的受访者占总样本的30.1%,说明受访者中以中青年居多;男性受访者占总样本的62.7%,说明男性受访者居多;受访者所在企业的平均创立时间为3年,这些特征符合创业研究的基本要求。

(二)变量测量方式

创业激情:借鉴采用Cardon等(2013)开发的10个题项的量表,包括了创业者非常积极的情

绪和身份认同两个子维度,具体包括了发现新市场需求(机会)、提供新产品/服务、思考企业发展对策、寻求最佳团队使创业者感到兴奋,创业者热衷于成为企业创始人、培育新企业并将其发展壮大等方面,采用李克特五点量表进行测量,1表示非常不赞同,5表示非常赞同。

政治行为:由于企业政治行为本身的敏感性,难以直接获取企业打点行为的直接数据信息,对于打点意愿的测量借鉴Uhlenbruck等(2006)和田莉等(2015)的研究成果采用6个题项的量表进行测量,具体包括了创业企业创建初期在同政府等公共服务机构打交道的过程中愿意支付“打点费”的意愿,主要有获得政府许可、营业执照、取得政府订单、处理税务问题、应对司法事务以及应对安全检查、工商、城管等,采用李克特五点量表进行测量,1表示非常不愿意支付“打点费”,5表示非常愿意支付。

环境宽松性:对于环境宽松性的测量主要借鉴了Dess和Beard(1984)的研究成果,采用4个题项的量表进行测量,主要包括创业企业所在行业的现有及预期增长速度、所在行业的营利性水平等,采用李克特五点量表进行测量,1表示非常小,5表示非常大。

环境动态性:对于环境动态性的测量主要借鉴了Lumpkin和Dess(1996)的研究成果,采用4个题项的量表进行测量,主要包括创业企业所在行业中产品更新状况、竞争对手的行动状况、消费者对产品或服务需求偏好变化以及产品服务技术变动情况,采用李克特五点量表进行测量,1表示变动非常小,5表示变动非常大。

创业认同:对于创业认同的测量主要借鉴杜运周等(2012)和Haynie等(2009)的研究成果,从集体认可的角度进行测量,主要包括政府的支持和扶助力度、银行的信贷优惠幅度以及投资者对创业企业投资决策积极性3个题项,采用李克特五点量表进行测量,1表示认可度非常小,5表示认可度非常大。

控制变量:创业者年龄、性别、受教育程度、创业企业规模以及行业类型。现有研究认为,创业者的年龄能够在一定程度上代表心智模式的成熟度,成熟的心智模式能够影响到创业者情绪的表达(Forbes, 2005),进而影响到资源所有者的评价情况;性别不同的创业者其创业的目标、行为方式等方面具有显著的差异(Ucbasaran等, 2010),这种由于创业者性别的差异性最终会反映到创业企业中,影响创业企业的发展方式,因此将创业者性别作为控制变量,受教育程度则代表着创业者的阅历,学历越高的创业者其积累的经验就越多,并会对创业活动的认知与管理方式产生影响;一般来说,企业规模反映着企业的实力,规模越大意味着其实力越强,越容易得到认同;制造业与非制造业企业对资源的需求类型有很大差别,不同性质的企业所获取的认同情况不一,例如互联网金融企业即使在巨额亏损的情况下也能够得到投资者的认可,因此选取行业类型作为控制变量。本研究对这五个变量进行了控制。

(三)数据同源方差检验

本研究的数据绝大部分来源于研究对象的主观感受,可能存在同源方差问题,本研究采用了系列方法与检验来避免和减少共同方法变异(CMV)问题。首先,根据Podsakoff等(2003)的建议,在问卷的设计过程中采用了多题项的测量工具,并在问卷中将自变量与因变量进行交叉以尽量减少回顾性偏差问题;其次,本研究采用Harsman单因子检验的方式来验证单个因子是否能够涵盖所有变量的方差,结果如表1所示,单因子模型的拟合度较差 $\chi^2(193)/Df=3.70$, $RMSEA=0.12$, $CFI=0.60$, $TLI=0.56$, $SRMR=0.12$;最后,本研究将各主要构念的所有因子进行未旋转的因子分析,结果显示第一个主成解释的变异为29.49%,没有占到总变异解释量的多数,因此可以认为同源方差在本研究中并未造成严重的问题,共同方法变异问题得到了较好的解决,可以进行下一步的分析(Podsakoff和Organ, 1986)。

四、实证结果与分析

(一)信效度分析

本研究通过验证性因子分析(CFA)来检验构建模型的收敛效度,分析结果如表1所示,全模型验证性因子分析的各项拟合指标均达到了预期的结果 $[\chi^2(193)/Df=1.29, RMSEA=0.04, CFI=0.96, TLI=0.95, SRMR=0.06]$,这表明所构建的模型是可以接受的且模型具有良好的收敛效度。为验证各个构念之间的区分效度,在五因子全模型的基础上,对各个构念进行合并,构建了四因子模型、三因子模型、两因子模型和单因子模型,通过与全模型的各项拟合指标进行对比发现,全模型的拟合优度最好,这说明了各个构念之间具有良好的区分效度。此外,各个主要构念的平均变异抽取量(AVE)平方根均大于构念之间相关系数,这进一步验证了本研究的区分效度,说明了研究设计的合理性。

表1 验证性因子分析结果

| | χ^2 | Df | RMSEA | RMR | CFI | TLI | SRMR |
|-------------------------------|----------|-----|-------|------|------|------|------|
| 零模型 ^a (Null model) | 532.32 | 324 | 0.06 | 0.14 | 0.90 | 0.89 | 0.17 |
| 五因子模型 | 405.11 | 314 | 0.04 | 0.05 | 0.96 | 0.95 | 0.06 |
| 四因子模型 ^b | 626.52 | 318 | 0.07 | 0.06 | 0.86 | 0.84 | 0.07 |
| 三因子模型 ^c | 864.85 | 321 | 0.09 | 0.09 | 0.75 | 0.73 | 0.10 |
| 两因子模型 ^d | 1 067.38 | 323 | 0.11 | 0.09 | 0.66 | 0.63 | 0.11 |
| 单因子模型 ^e | 1 200.09 | 324 | 0.12 | 0.10 | 0.60 | 0.56 | 0.12 |

注: $n=193$;a在零模型中,所有测量项目之间没有关系;b将创业激情和政治行为合并为一个潜在因子;c将创业激情、政治行为和环境宽松性合并为一个潜在因子;d将创业激情、政治行为、环境宽松性和环境动态性合并为一个潜在因子;e将所有项目归属于同一个潜在因子。

对于本研究的信度,采取了Cronbach's Alpha信度系数和CR组合信度的方式进行检验,从表2的信度检验结果可以看出,各个主要构念的Cronbach's Alpha信度系数均大于0.75,同时CR组合信度系数也均大于0.75,这说明本研究的各个主要构念均具有良好的信度。同时,表2中列出了各个主要构念之间的相关系数,从表2中可以看出,主要构念之间的相关系数均小于0.65,且创业激情与创业认同正向相关($r=0.24, p<0.01$),政治行为与创业认同正向相关($r=0.34, p<0.01$),这些结果初步证实了主效应假设的方向是正确的。

表2 各主要变量均值、标准差及变量间的相关系数

| 变 量 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|------------------|--------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|---------|------|------|
| 1. 年龄 | N/A | | | | | | | | | |
| 2. 性别 | 0.07 | N/A | | | | | | | | |
| 3. 受教育程度 | 0.04 | -0.12 | N/A | | | | | | | |
| 4. 企业规模 | 0.01 | -0.07 | 0.08 | N/A | | | | | | |
| 5. 行业类型 | 0.36** | -0.06 | -0.07 | -0.01 | N/A | | | | | |
| 6. 创业激情 | 0.09 | 0.08 | 0.05 | 0.13 | 0.09 | 0.71 | | | | |
| 7. 政治行为 | 0.09 | 0.00 | 0.01 | 0.18* | 0.19** | 0.62** | 0.73 | | | |
| 8. 环境宽松性 | -0.05 | -0.08 | 0.10 | 0.05 | -0.03 | 0.02 | -0.01 | 0.71 | | |
| 9. 环境动态性 | 0.02 | 0.03 | -0.09 | -0.11 | -0.18* | -0.02 | -0.02 | -0.01 | 0.69 | |
| 10. 创业认同 | 0.12 | 0.10 | -0.10 | 0.06 | 0.07 | 0.24** | 0.34** | -0.24** | 0.01 | 0.73 |
| CR组合信度 | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 0.91 | 0.88 | 0.80 | 0.78 | 0.77 |
| Cronbach's Alpha | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | 0.90 | 0.88 | 0.79 | 0.77 | 0.77 |
| 平均值 | 2.05 | 0.37 | 2.04 | 2.05 | 0.95 | 2.40 | 2.16 | 3.29 | 3.30 | 2.60 |
| 标准差 | 0.91 | 0.49 | 1.33 | 0.90 | 0.45 | 0.69 | 0.70 | 0.74 | 0.62 | 0.85 |

注: $n=193$;** $p<0.01$, * $p<0.05$, 对角线上为潜变量AVE开方值, N/A表示不适合分析。

(二)回归分析

本研究对于假设的验证采用了层级回归方式,运用SPSS22.0软件进行数据分析,回归分析结果如表3所示。模型1代表了五个控制变量对创业认同的影响,结果表明了五个控制变量对创业认同的影响效应不显著;模型2在模型1的基础上加入了创业激情对创业认同的影响,结果显示创业激情对创业认同具有显著的正向影响($\beta=0.271, p<0.01, t=3.037$),说明创业激情促进了创业认同;模型3在模型2的基础上加入了创业激情的平方对创业认同的影响,结果显示创业激情的平方对创业认同的影响效应不显著($\beta=0.199, p>0.10, t=0.451$),说明过高的创业激情也会给创业认同带来不利影响,假设1得到了验证;模型4在模型1的基础上加入了政治行为对创业认同的影响,结果显示政治行为对创业认同具有显著的正向影响($\beta=0.329, p<0.01, t=4.667$),说明政治行为促进了创业认同,假设2得到了验证。

表3 层级回归结果

| 解释变量↓因变量→ | 创业认同 | | | | | |
|--------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|
| | M_1 | M_2 | M_3 | M_4 | M_5 | M_6 |
| 控制变量 | | | | | | |
| 年龄 | 0.101 (1.302) | 0.086 (1.139) | 0.094 (1.235) | 0.093 (1.266) | 0.028 (0.404) | 0.100 (1.340) |
| 性别 | 0.103 (1.424) | 0.084 (1.180) | 0.071 (0.990) | 0.096 (1.394) | 0.092 (1.433) | 0.106 (1.529) |
| 受教育程度 | -0.093 (-1.282) | -0.093 (-1.282) | -0.103 (-1.431) | -0.097 (-1.144) | -0.093 (-1.282) | -0.093 (-1.282) |
| 企业规模 | 0.069 (0.963) | 0.041 (0.570) | 0.046 (0.652) | 0.011 (0.152) | -0.010 (-0.147) | 0.001 (0.007) |
| 行业类型 | 0.044 (0.573) | 0.029 (0.383) | 0.017 (0.225) | -0.016 (-0.214) | -0.039 (-0.557) | -0.043 (-0.553) |
| 自变量 | | | | | | |
| 创业激情 | | 0.271*** (3.037) | 0.027 (0.062) | | 0.060 (0.746) | 0.035 (0.404) |
| 创业激情的平方 | | | 0.199 (0.451) | | | |
| 政治行为 | | | | 0.329*** (4.667) | 0.230*** (2.756) | 0.310*** (3.492) |
| 调节变量 | | | | | | |
| 环境宽松性 | | | | | -0.239*** (-3.764) | |
| 环境动态性 | | | | | | 0.020 (0.276) |
| 交互项 | | | | | | |
| 创业激情×宽松性 | | | | | 0.043 (0.583) | |
| 创业激情×动态性 | | | | | | -0.022 (-0.243) |
| 政治行为×宽松性 | | | | | -0.343*** (-4.523) | |
| 政治行为×动态性 | | | | | | 0.165* (1.836) |
| R^2 | 0.03 | 0.08 | 0.09 | 0.13 | 0.28 | 0.16 |
| ΔR^2 | 0.03 | 0.05 | 0.01 | 0.10 | 0.09 | 0.03 |
| F | 1.49 | 3.09** | 2.56** | 5.68*** | 7.79*** | 2.38** |
| ΔF | 1.49 | 9.23*** | 4.97** | 21.78*** | 11.90*** | 3.73*** |

注: $n=193$ 。*** $p<0.01$, ** $p<0.05$ 。* $p<0.10$,括号内表示t值。

对于调节效应假设的检验采取了构造交互项的方式,在构造交互项的时候,分别对创业激情、政治行为、环境宽松性和环境动态性进行了标准化处理。模型5在模型1的基础上,加入了创业激情、政治行为、创业激情与环境宽松性交互以及政治行为与环境宽松性交互,结果显示政治行为与环境宽松性交互对创业认同具有显著的负向影响($\beta=-0.343, p<0.01, t=-4.523$),说明环境宽松性会削弱政治行为与创业认同之间的促进作用,假设3b得到了验证;创业激情与环境宽松性交互对创业认同的影响不显著($\beta=0.043, p>0.05, t=0.583$),假设3a未得到验证。模型6在模型1的基础上,加入了创业激情、政治行为、创业激情与环境动态性交互以及政治行为与环境动态性交互,结果显示政治行为与环境动态性交互对创业认同具有显著的正向影响($\beta=0.165, p<0.05, t=1.836$),说明环境动态性会增强政治行为与创业认同之间的促进作用,假设4b得到了验证,同时创业激情与环境动态性交互对创业认同的影响不显著($\beta=-0.022, p>0.05, t=-0.243$),假设4a未得到验证。

为更加直观地表示假设3b和假设4b的交互效应,本研究绘制了创业环境宽松性和动态性对政治行为与创业认同的调节效应图。具体而言,在高环境宽松性情境下,政治行为对创业认同呈现负向作用,在低环境宽松性情境下,政治行为对创业认同呈现正向作用(如图2所示);在高环境动态性情境下,政治行为对创业认同的影响较强,在低环境动态性情境下,政治行为对创业认同的影响较弱(如图3所示)。

(三)稳健性检验

虽然上述研究结果较好地支持了本文的研究假设,为了增加本文的可信度,采用相似变量替换的方式来进行稳健性检验。本文采用问卷调查的方式获取实证分析数据,发现创业认同与企业绩效之间存在着高度相关性,这意味着获取到创业认同的企业一般会发展较好,企业绩效较高。因而本文在原模型中用企业绩效替换创业认同,并再次进行回归检验,发现更换变量之后并没有改变本文的研究结论,因而可以认为本文数据具有较高的可靠性^①。

五、结论与启示

(一)结论及理论意义

创业企业已经成为支撑我国经济发展的重要力量,如何使创业企业发展壮大获取创业认同,成为当下普遍关注的问题。本文基于资源依赖理论,从创业资源获取角度出发,对创业激情、政治行为与创业认同之间的关系进行了探讨,并引入了创业环境属性作为情境要素分析了

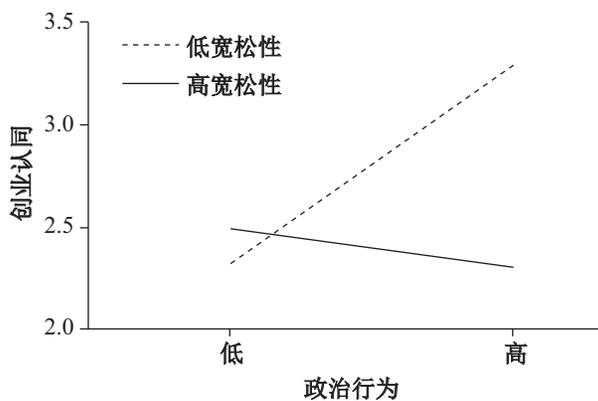


图2 环境宽松性对政治行为与创业认同的调节效应

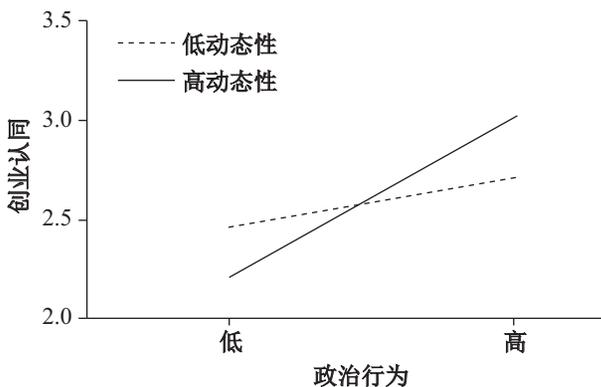


图3 环境动态性对政治行为与创业认同的调节效应

① 出于篇幅考虑,文中未对稳健性测试结果进行报告,如需查看,可向作者索要。

其在上述关系之间的调节效应。

首先,本文的研究结果证实了创业激情与政治行为有助于创业企业获取创业认同,且这种影响关系可以从资源获取的角度得到解释。即创业企业面临着资源匮乏且资源获取难度大的问题,创业激情可以通过影响创业者的认知、行为以及角色转变来影响资源获取的效率,并通过情绪传染进一步影响资源所有者,而政治行为则为创业企业通过非市场化手段获取资源创造了条件,一方面创业企业可以通过政治行为直接获取政府相关资源,另一方面政治行为有利于构建创业者的社会网络,企业可以通过社会网络来获取资源,从而解决创业企业资源匮乏问题,有利于企业的成长和创业认同的获取。

其次,本文发现,创业环境宽松性负向调节了政治行为和创业认同之间的关系,即环境宽松性越高,企业政治行为的效用就越弱。这种调节效应可以从资源获取的角度得到解释,即环境宽松性越高,企业就越容易获取资源,通过政治行为获取资源所产生的效用就越低,政治行为对创业认同的影响作用就越弱。但是,本文的研究结果表明,创业环境宽松性在创业激情和创业认同之间的调节效应并不显著。本文认为,产生与假设不符结果可能的原因是:创业激情作为一种积极情绪,其作用的发挥凭借的是创业者对事业的热爱,在这种激情的带动下通过情绪传染等方式传递到利益相关者之中,从而有利于寻获创业资源并使企业获取创业认同,这种作用机制更多地是受到了创业者喜好等个体因素的影响而并非外部环境;换言之,无论创业环境是否具备宽松性,其都不能对这种情绪传染式的资源获取机制产生影响。

再次,本文发现,创业环境动态性正向调节了政治行为和创业认同之间的关系,这种调节效用可以从资源依赖的角度得到解释,即环境的动态性越高,企业对非市场化的政治行为就越依赖,此时政治行为在企业资源获取中所占的比重将会显著提升,政治行为对创业认同的促进作用也就更加明显。但是,创业环境动态性在创业激情与创业认同之间的调节效应也是不显著的。本文认为,产生这种与假设不相符结果的原因除前文提到的创业者特质观和责任观之外,还有一个重要原因就是创业环境动态性所带来的不确定性,如前文所述,创业激情主要是通过情绪传染的方式传递到利益相关者,通过利益相关者来影响到企业的资源获取情况与最终的创业认同。一方面,环境动态性给企业带来较大的运营风险,使得利益相关者对企业的担忧性增加,创业激情的资源获取影响效应将因为利益相关者的担忧而打折扣;另一方面,环境动态性带来了市场机会的增多,可预见地会给利益相关者带来更大的价值回报,因而创业激情的资源获取效应会因利益相关者的这种积极行为而显著提升。这种不确定性可能会同时发生作用,因此创业环境动态性在创业激情与创业认同之间的效应也表现出不确定性的特征。

本文的理论贡献主要体现在以下几个方面:第一,本文首次从资源依赖的理论视角分析了创业激情与创业认同之间的关系,认为创业激情能够影响政府机构等资源所有者,影响到资源的分配方式,这进一步拓展了创业激情这一情绪特质的应用领域并为创业企业获取企业合法性和创业认同提供了新思路。以往研究关注到了创业激情这一创业者特质,但大多数研究只关注其对企业绩效的直接效应,并没有深入探讨其中的作用机制,更没有探讨其非线性影响效应。本文从创业激情对资源获取的作用出发,研究了其对于创业认同的作用机制,这与谢雅萍和陈小燕(2014)深入解析创业激情所产生效用的呼吁不谋而合,并在一定程度上弥补了对创业企业决策行为人关注不足。此外,本文还发现了创业激情的非线性影响效应,过高的创业激情也会对创业认同带来不利影响,这与Cardon等(2009b)的研究不谋而合。第二,已有关于政治行为的研究大多基于成熟企业,鲜有针对创业企业的研究,本文从资源依赖的理论视角对创业企业政治行为进行了探讨,证实了在我国转型经济时期,创业企业政治行为有利于企业基于非市场行为快速获取资源,增强创业认同,从而拓展了政治行为理论的应用领域。第三,本文选

取了创业环境宽松性和动态性两种属性作为情境要素进行研究,分析了其对于创业企业政治行为的影响机制。结果表明,创业环境的宽松性和动态性能够对企业政治行为的效用产生影响,本文认为,创业企业政治行为是一种对创业资源的获取手段,环境宽松性越小、环境动态性越高,表明通过政治行为来获取的资源效用就越高,政治行为在促进企业成长过程中发挥的作用就越大,因此政治行为对创业认同的促进作用就越明显;反之,环境的宽松性越大,动态性越小,说明政治行为所获取到稀缺性的稀缺性与独特性减弱,而政治行为本身具有的资源消耗性更加剧了这种弱化效果,因此创业企业政治行为对成长的促进作用就会大打折扣,这些研究结论丰富了企业政治行为理论。

(二)管理实践与启示

本文的研究结论对创业企业的管理实践具有重要的启示:第一,本文的研究证实了创业激情在企业成长过程中的重要性。虽然周小虎等(2014)认为创业积极情绪是一种重要的创业资源,但是其并未引起足够的重视,因此,创业者要激发和保持自身的创业激情,将创业激情作为获取和整合创业资源的重要推动力量。具体到创业者,首先要积极参与与创业相关的社会活动,通过这些社会活动获取到身份认同,不断产生愉快的情感体验;其次要培养自身的创业兴趣,包括创建和扩大企业的兴趣、优化产品和服务的兴趣以及对社会责任的兴趣等,保持创业努力并藉此来激发对创业的激情;再次要积极参加创业教育与创业培训,有意识地培养创新思维和风险意识,使创业激情始终保持着积极作用,消除其不利影响。具体到创业企业,首先要有意识地通过组织文化建设、奖励措施等,对创业激情进行正确的引导和控制;其次要构建起畅通的情绪传染机制,使创业激情能够传递到企业的利益相关方之中,可以通过举办路演活动、创业融资宣讲活动、新产品发布活动等使利益相关者感受到创业激情,充分利用其带来的优势。

第二,本文的研究发现在我国转型经济背景下,创业企业的政治行为确实可以帮助企业获取创业资源,有利于创业企业的成长,但诚如田莉等(2015)的建议,本文的研究结论并非鼓励创业企业进行非市场化的竞争行为,而是揭示了目前我国创业企业的现状,即存在着资源短缺且有效支持不足的问题,这就意味着作为转型时期的决策者和资源所有者,政府在制定相关政策时应注重创业企业的特点,为创业企业通过市场化手段获取资源创造良好的条件,例如优化创业行政审批程序,提升行政审批效率、加大创业企业税收优惠和补贴力度、建立多层次的创业资本市场等,引导创业企业将重心转移到企业产品、运营和市场方面中来。

第三,本文的研究还发现不同的创业环境属性对创业企业政治行为的影响效用是存在差异的,创业环境宽松性会削弱政治行为的效用,而创业环境动态性会增强政治行为的效用。对于创业企业来说,在环境快速变化、市场机会稍纵即逝的情况下,可以通过政治行为来快速获取资源抓住创业机会使企业获得发展,但是也应该意识到企业在渡过创建期后,要逐渐摆脱这种“缓冲带”式的发展方式,主动参与市场竞争,提升企业的竞争力。吴一平和王健(2015)认为随着制度环境的不断完善,创业者通过政治行为和政治网络取得公共资源的比例及可能性会不断减小,因此,对于经济转型时期的政府来说,要不断通过完善各种制度环境来加速行业的发展,努力营造宽松的创业氛围,减少企业通过政治行为获取资源的渠道,最终使创业企业走向市场化的道路,提升企业的竞争实力^①。

(三)局限性及未来研究展望

本文的局限性主要体现在以下几个方面:首先,创业企业政治行为表现方式是多种多样的,本文采用打点意愿来表示其政治行为可能存在测量偏差,未来可以尝试采用更为直观的政治行为测量方式,例如采用具体支出费用、支出运营比等变量进行表示。其次,本文验证了创业

^① 2015年WTO十五年保护期正式结束,我国创业企业面临着激烈的市场竞争压力。

环境属性是影响企业政治行为以及资源获取的重要情境因素,基于成熟企业的研究认为企业政治行为会受到多种因素的影响(Hillman等,2009),仅仅考虑环境属性这一情境要素并不能代表转型经济时期的全部特点,因此,后续可以考虑引入多种情境因素进行探索,例如制度环境、行业因素、企业特点等。最后,本文有关创业环境属性对创业激情的调节效应假设未得到检验,创业激情作为一种情绪特质会受到多种多样因素的影响和制约,未来可进一步探索其影响因素以及其作用边界,以期通过这一特质为创业企业成长做出贡献。

主要参考文献

- [1]杜运周,张玉利,任兵. 展现还是隐藏竞争优势: 新企业竞争者导向与绩效U型关系及组织合法性的中介作用[J]. 管理世界, 2012,(7): 96-107.
- [2]梁祺,王影. 生涯适应力、创业激情和创业意愿关系研究[J]. 科学学与科学技术管理, 2016,(1): 162-170.
- [3]宋丽红,李新春,梁强. 创业成长意愿的制度约束及缓解机制[J]. 管理学报, 2015,(9): 1351-1360.
- [4]田莉,张玉利,唐贵瑶,等. 遵从压力或理性驱动? 新企业政治行为探析[J]. 管理科学学报, 2015,(3): 16-30.
- [5]田志龙,高勇强,卫武. 中国企业政治策略与行为研究[J]. 管理世界, 2003,(12): 98-106, 127.
- [6]吴小节,杨书燕,汪秀琼. 资源依赖理论在组织管理研究中的应用现状评估——基于111种经济管理类学术期刊的文献计量分析[J]. 管理学报, 2015,(1): 61-71.
- [7]吴一平,王健. 制度环境、政治网络与创业: 来自转型国家的证据[J]. 经济研究, 2015,(8): 45-57.
- [8]谢雅萍,陈小燕. 创业激情研究现状探析与未来展望[J]. 外国经济与管理, 2014,(5): 3-11.
- [9]杨震宁,李东红,范黎波. 身陷“盘丝洞”: 社会网络关系嵌入过度影响了创业过程吗?[J]. 管理世界, 2013,(12): 101-116.
- [10]姚晶晶,鞠冬,张建君. 企业是否会近墨者黑: 企业规模、政府重要性与企业政治行为[J]. 管理世界, 2015,(7): 98-108.
- [11]张龙鹏,蒋为,周立群. 行政审批对创业的影响研究——基于企业家才能的视角[J]. 中国工业经济, 2016,(4): 57-74.
- [12]钟卫东,孙大海,施立华. 创业自我效能感、外部环境支持与初创科技企业绩效的关系——基于孵化器在孵企业的实证研究[J]. 南开管理评论, 2007,(5): 68-74, 88.
- [13]周小虎,姜凤,陈莹. 企业家创业认知的积极情绪理论[J]. 中国工业经济, 2014,(8): 135-147.
- [14]Aloulou W, Fayolle A. A conceptual approach of entrepreneurial orientation within small business context[J]. Journal of Enterprising Culture, 2011, 13(1): 21-45.
- [15]Batjargal B, Hitt M A, Tsui A S, et al. Institutional polycentrism, entrepreneurs' social networks, and new venture growth[J]. Academy of Management Journal, 2013, 56(4): 1024-1049.
- [16]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.
- [17]Bhamra R, Dani S, Bhamra T. Competence understanding and use in SMEs: A UK manufacturing perspective[J]. International Journal of Production Research, 2011, 49(10): 2729-2743.
- [18]Breugst N, Domurath A, Patzelt H, et al. Perceptions of entrepreneurial passion and employees' commitment to entrepreneurial ventures[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2012, 36(1): 171-192.
- [19]Cardon M S. Is passion contagious? The transference of entrepreneurial passion to employees[J]. Human Resource Management Review, 2008, 18(2): 77-86.
- [20]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.
- [21]Cardon M S, Kirk C P. Entrepreneurial passion as mediator of the self-efficacy to persistence relationship[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2015, 39(5): 1027-1050.
- [22]Cardon M S, Sudek R, Mitteness C, et al. The impact of perceived entrepreneurial passion on angel investing[J]. Frontiers of Entrepreneurship Research, 2009a, 29(2): Article 1.
- [23]Cardon M S, Wincent J, Singh J, et al. The nature and experience of entrepreneurial passion[J]. Academy of Management Review, 2009b, 34(3): 511-532.

- [24]Chen X P, Yao X, Kotha S. Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: A persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions[J]. *Academy of Management Journal*, 2009, 52(1): 199–214.
- [25]Clarysse B, Tartari V, Salter A. The impact of entrepreneurial capacity, experience and organizational support on academic entrepreneurship[J]. *Research Policy*, 2011, 40(8): 1084–1093.
- [26]Dess G G, Beard D W. Dimensions of organizational task environments[J]. *Administrative Science Quarterly*, 1984, 29(1): 52–73.
- [27]Ensley M D, Pearce C L, Hmieleski K M. The moderating effect of environmental dynamism on the relationship between entrepreneur leadership behavior and new venture performance[J]. *Journal of Business Venturing*, 2006, 21(2): 243–263.
- [28]Forbes D P. Are some entrepreneurs more overconfident than others?[J]. *Journal of Business Venturing*, 2005, 20(5): 623–640.
- [29]Franco M, Santos M D F, Ramalho I, et al. An exploratory study of entrepreneurial marketing in SMEs[J]. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2014, 21(2): 265–283.
- [30]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.
- [31]He Y Q, Tian Z L, Chen Y. Performance implications of nonmarket strategy in China[J]. *Asia Pacific Journal of Management*, 2007, 24(2): 151–169.
- [32]Hillman A J, Keim G D, Schuler D. Corporate political activity: A review and research agenda[J]. *Journal of Management*, 2004, 30(6): 837–857.
- [33]Hillman A J, Withers M C, Collins B J. Resource dependence theory: A review[J]. *Journal of Management*, 2009, 35(6): 1404–1427.
- [34]Hoang H, Gimeno J. Becoming a founder: How founder role identity affects entrepreneurial transitions and persistence in founding[J]. *Journal of Business Venturing*, 2010, 25(1): 41–53.
- [35]Holcombe R G. The origins of entrepreneurial opportunities[J]. *The Review of Austrian Economics*, 2003, 16(1): 25–43.
- [36]Lawton T, McGuire S, Rajwani T. Corporate political activity: A literature review and research agenda[J]. *International Journal of Management Reviews*, 2013, 15(1): 86–105.
- [37]Li Y, Wei Z L, Zhao J, et al. Ambidextrous organizational learning, environmental munificence and new product performance: Moderating effect of managerial ties in China[J]. *International Journal of Production Economics*, 2013, 146(1): 95–105.
- [38]Lumpkin G T, Dess G G. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance[J]. *The Academy of Management Review*, 1996, 21(1): 135–172.
- [39]Murnieks C Y, Mosakowski E, Cardon M S. Pathways of passion: Identity centrality, passion, and behavior among entrepreneurs[J]. *Journal of Management*, 2012, 40(6): 1583–1606.
- [40]Oliver C, Holzinger I. The effectiveness of strategic political management: A dynamic capabilities framework[J]. *Academy of Management Review*, 2008, 33(2): 496–520.
- [41]Pfeffer J, Salancik G R. *The external control of organizations: A resource dependence perspective*[M]. Stanford, CA: Stanford Business Books, 1981.
- [42]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.
- [43]Podsakoff P M, Organ D W. Self-reports in organizational research: Problems and prospects[J]. *Journal of Management*, 1986, 12(4): 531–544.
- [44]Rosenbusch N, Rauch A, Bausch A. The mediating role of entrepreneurial orientation in the task environment–performance relationship: A meta-analysis[J]. *Journal of Management*, 2013, 39(3): 633–659.
- [45]Ruiz-Ortega M J, Parra-Requena G, Rodrigo-Alarcón J, et al. Environmental dynamism and entrepreneurial orientation: The moderating role of firm's capabilities[J]. *Journal of Organizational Change Management*, 2013, 26(3): 475–493.
- [46]Suchman M C. Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches[J]. *The Academy of Management Review*, 1995, 20(3): 571–610.

- [47]Ucbasaran D, Westhead P, Wright M, et al. The nature of entrepreneurial experience, business failure and comparative optimism[J]. *Journal of Business Venturing*, 2010, 25(6): 541–555.
- [48]Uhlenbruck K, Rodriguez P, Doh J, et al. The Impact of corruption on entry strategy: Evidence from telecommunication projects in emerging economies[J]. *Organization Science*, 2006, 17(3): 402–414.
- [49]Vallerand R J, Blanchard C, Mageau G A, et al. Les passions de l'Âme: On obsessive and harmonious passion[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2003, 85(4): 756–767.
- [50]Vancouver J B, More K M, Yoder R J. Self-efficacy and resource allocation: support for a nonmonotonic, discontinuous model[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2008, 93(1): 35–47.
- [51]Wiklund J, Shepherd D. Aspiring for, and achieving growth: The moderating role of resources and opportunities[J]. *Journal of Management Studies*, 2003, 40(8): 1919–1941.
- [52]Zhang W, White S. Overcoming the liability of newness: Entrepreneurial action and the emergence of China's private solar photovoltaic firms[J]. *Research Policy*, 2016, 45(3): 604–617.

The Effect of Entrepreneurial Passion and Political Behavior on Entrepreneurial Identity: Based on Resource Dependence Theory

Zhou Jian¹, Wang Qingjin¹, Wu Di²

(1. *Business School, Qingdao University, Qingdao 266061, China*; 2. *Faculty of Economics and Business, University of Groningen, Groningen 999025, NED*)

Abstract: Entrepreneurship is an important force in China's economic quality and efficiency upgrading, but entrepreneurial firms are faced with legitimacy in doubt and growth difficulties, and social entrepreneurial identity is difficult to obtain. Based on resource dependence theory, this paper builds the theoretical model of entrepreneurial passion and political behavior affecting entrepreneurial identity, and introduces the entrepreneurial environment properties as situational variables. Studies have found that entrepreneurial passion can influence cognition, behavior, and role change of entrepreneurs to influence the efficiency of resource acquisition, and political behavior as a non-market way creates the conditions for entrepreneurial firms to obtain key resources, which helps enterprises to rapidly get through creation, and receive entrepreneurial recognition; environment munificence suppresses the effectiveness of corporate political behavior and environmental dynamism promotes the effectiveness of corporate political behavior. This paper shows that the entrepreneurs need to stimulate and maintain their entrepreneurial passion, entrepreneurial firms should create favorable conditions for entrepreneurial passion to play the role. In transitional economy the governments should accelerate the development of the industry through continuous improvement of various institutional environment, and strive to create a relaxed entrepreneurial atmosphere, create good conditions for entrepreneurial firms to obtain resources from the market, and guide enterprises to the shift of their focus to products, operation and marketing, so as to enhance competitiveness in market.

Key words: entrepreneurial passion; political behavior; environmental munificence; environmental dynamism; entrepreneurial identity

(责任编辑: 墨 茶)