

激情创业者更容易成功吗？

陈江涛，周燕飞，孙理军

摘要：激情创业者是否更容易成功并因此得到风险投资者的认同？目前的研究得出了截然相反的两种结论。为了进一步探讨创业激情是如何影响创业认同的，抽取 212 个创业者进行了统计分析，发现富有激情的创业者更具有冒险精神，会更多地采用非最优的即兴行为去实行资源拼凑，因此容易创业成功——投资者往往根据创业即兴行为，而非创业激情来推断创业项目成功的可能性。前人的研究往往忽略了这一过程，直接检验创业激情和创业认同的相关性，以至于得出的结论各不相同。本研究可较好地解决现有研究的分歧，为创业者、投资者提供理论指导。

关键词：创业激情；创业即兴；创业认同；差错管理氛围

中图分类号：F272.2 **文献标识码：**A **文章编号：**1671-0169(2019)05-0142-13

DOI:10.16493/j.cnki.42-1627/c.2019.05.013

一、引言

企业的首席执行官 (Chief Executive Officer, 缩写 CEO) 主导着企业的发展方向和日常经营活动, 是影响企业经营绩效的重要因素^[1]。Quigley 等的研究显示, CEO 对企业绩效的影响程度在近四十年都处于上升态势^[2]。正因为如此, CEO 特质 (如年龄、学历、任职经历、任职年限等) 对企业绩效的影响在近几年受到了学术圈的广泛关注^[3], 相关研究成果也成为猎头公司选聘企业高管的重要依据。在这类研究中, 研究对象往往默认为成熟的企业及其 CEO, 企业的发展方向、经营模式已经基本稳定, 成功的 CEO 应该是稳重、睿智的, 能够带领企业高效率的运作——那些被认为和企业绩效正相关的 CEO 特质也因此体现着睿智和稳重。然而, 新创企业尚处于发展中的探索阶段, 需要的是冒险、创新精神, 成熟、稳重的企业家未必能带领新创企业走向成功, 富有创业激情的人可能更容易创业成功——新创企业在很大程度上就是创业者激进、冒险的产物^[4]。正因为创业者和新创企业有着如此紧密的联系, 风险投资者在考察投资项目时不仅会根据项目本身的信息对创业前景做出判断, 而且还会结合创业者的激情和信心去研判创业成功的可能性, 创业者的创业激情对投资者创业认同的影响也因此引起了学术界的广泛关注^{[4][5]}。

面对激情的创业者, 风险投资者真的会认为他们的项目更有可能成功并愿意投入种子资金吗? 目前的研究得出了截然相反的两种结论: Ho 等^[6]认为创业激情可通过情绪传染获得投资者的认

基金项目: 教育部人文社会科学研究规划基金“战略性新兴产业的自主发展: 基于产业结构、技术创新性质的互动演化及其影响机制研究”(19YJA630062); 贵州省科技计划项目“贵州创客空间运行绩效的影响因素和促进机制研究”(黔科合基础 [2016] 1533-1); 2014 年贵州财经大学引进人才科研项目

作者简介: 陈江涛, 贵州财经大学工商学院副教授 (贵州 贵阳 550025); 周燕飞, 贵州财经大学工商学院硕士研究生; 孙理军 (通讯作者), 中国地质大学 (武汉) 经济管理学院教授 (湖北 武汉 430074)

同，增强自我认同和不断创新，进而提升创业绩效；Biraglia 等则认为，创业激情过高时，创业者可能缺乏对创业想法的深入思考，容易过度自信，会阻碍企业的成长^[7]。这类研究大多借助情绪传染理论和情感反应理论从创业投资者的视角探索创业激情对创业成功的影响，认为创业投资者可根据创业者的创业激情来推断项目的前景（好的项目往往让创业者充满激情），且推断过程会明显受到创业者的情绪影响。然而，投资者对创业激情的感知及其基础上的反应并不相同^[8]，理性的投资者更为关注创业者的行为，即中国人所说的“听其言、观其行”。在企业初创阶段，创业者能够调用的资源有限，其创业行为将会受到很大限制。为了突破资源的瓶颈，创业者更多的时候只能实行资源拼凑（Entrepreneurial Bricolage）^[9]，即凑合着利用手头资源去发现新机会、解决新问题。这是一个充满不确定性的创造性过程，往往缺乏有计划的组织活动，更多的是边观察、边计划、边实施的即兴行为。众多学者高度评价了创业即兴在创业过程中的作用^{[10][11]}，往往忽视了创业即兴的“非最优”特征及其风险性——这恰恰是睿智、稳重的企业家所厌恶的，是激情创业者所偏好的。我们由此认为，富有激情的创业者更为偏好创业即兴，能够更好地实施资源拼凑，而外部投资者则可通过听其言（创业激情）、观其行（创业即兴），对创业项目的前景做出基本的判断，并对前景好的项目进行投资。

现有的研究往往强调创业激情在风险投资者考察项目过程中的作用，试图建立创业激情和创业认同之间的直接关联。殊不知，风险投资者的投资决策是一个极为理性的过程，创业者的激情“忽悠”可能作用有限，包括创业即兴在内的创业者行动可能更能影响投资者的判断。为了进一步探讨这一过程，我们调研了贵阳、南宁、杭州等城市部分的众创空间和高新区创业孵化中心的新创企业，并请新创企业的创业者填写了问卷。实证分析结果显示，创业激情仅与创业即兴显著正相关，并通过创业即兴直接影响创业认同，创业激情并不能直接影响创业认同。换句话说，风险投资者主要观其行（创业即兴），很少听其言（创业激情），尽管激情创业者更偏好即兴行为。这一发现较好地解决了现有研究的分歧。

二、理论推演与假设

（一）创业激情对创业认同的影响

创业激情是创业者表现出来的对创业活动的高度兴趣和强烈持久的情感，通常包含对创业身份的认同和非常积极的情绪两个维度^[12]。富有激情的创业者对创业活动保持高水平的积极情绪，在创业活动中充满能量，热衷和专注于创业活动和问题。创业认同指创业企业的理念、商业模式和价值观得到投资机构和政府等主体的认同^[13]。投资者会对创业者“听其言，观其行”，进而进行是否投资的决策。“听其言”指创业者通过语言向投资者传达和展示企业的理念、价值观和商业模式，“观其行”是创业者在面对资源约束，新创弱性时展现的决策逻辑和突破资源瓶颈的创造性行为。本研究推断创业者的高水平创业激情会帮助获取更多的创业认同，原因如下：

第一，创业者积极情绪会传染投资者。创业是九死一生的事情，创业过程必定伴随着困难、失望、沮丧等消极情绪。激情创业者表现的积极情绪展现了战胜艰难困苦的精神和信心，向投资者表明了战胜和解决问题的决心，会从情绪上感染投资者，增强投资者对创业项目的信心。激情创业者在商业故事叙事中会展现更高水平的积极情绪，更自信，这种自信和乐观会促进投资者认同。第二，创业者的情绪水平是项目质量好坏的重要信号。好的创业项目往往让人兴奋，让创业者充满激情。创业者充满激情是创业者对项目的高度认可，是创业项目质量高的重要信号^[14]，会促进投资者的认可。第三，激情的创业者愿意在工作中付出更多努力。一方面，非常积极的情绪更容易引发同群效应，获得认可。创业者拥有非常积极的情绪会促使创业者通过各种方式接触创业相关群体及

认同主体，进行交流学习，获取信息和建议^{[8][15]}。积极的社交行为、正式或非正式的接触会有利于创业资源的获取，得到各种社会群体的认同。另一方面，激情创业者会投入更多精力进行创业准备，会提供更完备的商业展示材料，而准备情况的完备和详细程度是说服投资者是否进行投资决策的重要依据^[13]。第四，激情创业者更容易抛开常规，创造性地解决创业问题。创业初期，企业资源有限，难以给创业者提供足够资源，支持其系统开展计划内组织工作，往往只能“边观察、边计划、边实施”。成熟严谨的创业者会倾向“计划完善、万事俱备”后展开活动，而激情创业者则更偏好即时解决问题，展开行动。同时，积极的情绪使得创业者持续不断的投入创业活动，不仅增强创业者的创业动机^[16]，还不断促使创业者创造性地解决遇到的问题，提出新颖的解决办法，帮助获得创业认同^[17]。Cardon等基于自我调节理论提出，当创业者的身份被激发，创业激情会促使创业者调节自身行为和决策逻辑，在创业目标的指导下，创新地跨过创业障碍，提升创业者的创造力和创业效能^[18]。此外，从创业激情内涵上看，创业者高度的身份认同会帮助个体自我内化和整合行为，在创业过程中展现专业性，不断尝试新颖的想法和行动，使用创新工具应对创业过程中的各种挑战，坚持不懈地解决问题，并且不拘泥于各种约束，最终提升创业能力^[19]。综上，创业激情影响了创业认同主体关注的创业者投入、能力和信心，会对获取创业认同有积极影响。

假设 1：创业激情对创业认同具有正向影响。

（二）创业即兴的中介效应

企业获得其认知合法性对于打破资源约束，突破新创弱性具有重要意义。根据高阶梯队理论，创业者是组织战略和绩效的代表性反映，也会是投资者关注的重点。Chen等认为投资机构会关注创业者表达的情绪和动作，将其视为创业者的自信和态度的表达，投资者会受到创业者情绪的感染，进而对新创企业给予认可^[14]。Breugst等认为创业激情会通过情绪传染影响对目标认知的清晰度，当投资者感受到创业者的清晰目标时，能够帮助企业获得更多的资源^[20]。然而，这些基于情绪传染和认知机制的研究并未得到一致结果。Vallerand等发现创业者强烈的创业激情也容易引起焦躁情绪，产生强迫和反强迫，并最终在企业绩效中表现出来^[21]。Pittino等则认为，人格特质需要通过影响创业行为进而影响资源所有者的认同，即由于创业环境的高复杂度和高失败率，创业主体更关心的是创业者的行动和决策逻辑^[22]。

环境的高度不确定、资源相对短缺和创业者认知局限使得创业者难以执行“先计划再执行”的决策逻辑。根据创业拼凑理论，创业者需要根据不断变化的外部环境和可及的资源情况，在频繁发生的突发情况和高时间压力下即兴的、创造性地解决遇到的创业问题，发挥现有资源价值，形成企业的竞争力^[23]。许多学者认为相对于战略计划、试错法和认知直观判断，创业即兴是创业过程中更普遍和更有效的行为策略^[24]。创业即兴是一个新兴的概念，在创业情境中并未得到统一的定义，但至少包含了以下内涵。首先，创业即兴包含了资源拼凑的内涵^[25]，强调利用手边的既有资源立即行动，不是等到资源齐备后再行动。其次，创业即兴包含了即兴行为的属性，即及时性、非计划性及创作和执行的一体性^[26]，对问题的设计和执行的融合，需要快速进行决策，存在认知缺陷风险。最后，创业即兴意味着创业者为了解决企业问题进行了全新的创造性的尝试，提出了新的解决方案，需要承担创新的风险。

相对于成熟、稳重的创业者，激情创业者会更乐于开展创业即兴行为。第一，激情创业者允许模糊性存在，更易在信息不充分的情境下决策。创业即兴触发的客观条件是环境动荡和高时间压力。这要求创业者在对环境不能完全清晰了解的基础上进行决策。在存在认知缺陷的情境下，成熟、稳重创业者倾向依据惯例，循序渐进进行调查研究，制定严谨的计划，甚或由于认知欠缺，会停步不前。而激情的创业者，更感性，更自信，具有高度身份认同的激情创业者会调节自身认知模式，集中于问题的解决，在信息比较模糊的情境下大胆决策^[27]。第二，激情创业者风险承担意愿

更强。新创企业资源短缺普遍存在, 难以依据异质资源形成竞争优势, 创业者为了突破资源瓶颈, 只能凑合着利用手头资源去发现新机会、解决新问题。这一过程抛弃了“先计划、后执行”模式, 而是“边观察、边计划、边实施”, 是一个充满不确定性和高风险的过程^[28]。激情创业者往往具有更高的风险承担意愿, 不畏惧风险, 敢于偏离惯例, 采用新颖的解决问题的方法^[29]。第三、激情创业者往往拥有更优的创业社会网络。激情创业者更容易引发同群效应, 通过各种方式接触创业相关群体及认同主体, 进行交流学习, 获取信息和建议^[15]。积极的社交行为、正式或非正式的接触均会有利于构建创业社会网络。Baker 等认为创业社会网络对创业者进行资源拼凑的能力至关重要^[30], 创业社会网络可以帮助发现廉价资源的价值, 促成资源拼凑的可能, 促进创业即兴行为的发生。

根据高阶梯队理论, 创业者和创业团队价值观、决策行为逻辑深刻影响企业战略和行为, 也将影响企业最终的成败。创业即兴是创业者的信息处理和决策逻辑的具体体现, 也将影响企业的产出和新创企业绩效^[31]。虽然由于企业决策的高风险和不确定性, 同时受限于企业拥有的资源, 创业即兴并不一定导致创业成功, 但从能力视角分析, 创业即兴是一种相对稳定、能产生竞争优势的能力, 是创业认同主体考察认同与否的重要依据^[32]。从创业即兴的内涵考察, 创业即兴从三个方面对创业产出产生积极影响。第一, 创业即兴强调立刻行动, 符合效果逻辑的决策准则, 可以为企业争取时间优势。第二, 创业即兴强调对手头可及资源的创造性利用, 提高了目标实现的可能性。第三, 创业即兴是对资源短缺情境的应对行为, 自身是对先前惯例的偏离, 天然带有一定程度的新颖性, 增加企业的灵活性。考虑到创业即兴的效用和对创业者的能力属性, 创业即兴会增强创业认同主体对其的认同。现有研究直接或间接证明了这一观点, Baker 证实企业的多次即兴发挥行为对获得投资具有帮助^[33]。Falkheimer 等针对战略即兴的研究也发现创业即兴是组织层面面对变化的一种重要能力, 可以帮助获取外界支持^[34], Di Domenico 等也认为创业者在面对困难时表现出的即兴行为是竞争中获取政府支持的重要途径^[35]。Forde 在一项针对女性创业者的案例研究中发现, 女性创业者不断的即兴行为帮助其克服了资源短缺和过度依赖, 受到了投资者和政府机构的认同^[36]。从投资者关注的能力上看, Liu 等认为即兴行为促进组织的创新能力, 推动着企业成功^[37]。

综合上述, 我们推断创业激情会通过创业即兴影响创业认同。

假设 2: 创业即兴在创业激情与创业认同关系中起中介作用。

(三) 差错管理氛围的调节效应

新创企业面临的环境动态性、不确定性和高度时间压力, 形成了触发创业即兴的客观基础。创业即兴也将受到创业激情和情境变量的共同影响。研究表明, 在创业计划失灵、资源短缺时, 实验性文化、鼓励冒险和对错误的包容会影响即兴行为发生的频率^[38]。创业激情通过身份认同、冒险和韧性帮助创业者勇于创新, 在资源缺乏情形下对创业问题进行即时回应, 提出创新性的方案。但创业即兴并不一定导致正面的结果, 由于创业即兴大都在资源短缺和缺乏惯例时创造性做出行动和决策, 创业即兴结果与预期相偏离将很难避免。即创业即兴对资源约束的处理机制可能是“权宜之计”, 很有可能造成重复、低效和差错。因此, 创业团队对出现差错的态度将影响创业者是否实施创业即兴行为。

差错管理氛围是组织内的个体感受到的组织如何认识、对待和处理差错的理念^{[39][40]}。在创业过程中, 面对环境的不确定性、动态性、资源短缺、时间压力和认知缺陷, 创业者需要与时间赛跑迅速做出决策, 差错无处不在。如果因为害怕差错而裹足不前, 则容易贻误决策时机, 造成更大的损失。创业即兴偏离了决策惯例, 提出了新的问题解决方案, 其本质是一种资源约束下的创新行为。差错管理氛围将从三个方面影响创业即兴的程度。第一, 在高水平的差错管理氛围中, 创业者将拥有积极的差错思维, 认为差错是积极的学习资源, 敢于试错, 激发个体动机, 促使创业者立即

行动，促进创业即兴^[41]。第二，高水平的差错管理氛围，鼓励差错沟通，创业者更愿意将自己不成熟的想法表达出来，并获得实时反馈，帮助创业者对问题的设计和执行进行融合^[42]。第三，积极的差错思维会激发创业者的学习目标导向，帮助个体中止固有的惯例化行为，探索新的路径，提出新颖性、创造性的解决方案^[43]，也会促进创业者总结决策经验逻辑，提高认知水平，从能力上实现创业即兴^[44]。

综合上述，提出以下假设：

假设 3：差错管理氛围增强创业激情对创业即兴的正向影响。

如上所述，我们认为差错管理氛围之所以增强了创业激情对创业即兴的正面效应是因为其强化了创业激情对创业即兴的正面影响。据此，我们预测差错管理氛围调节创业激情经由创业即兴对创业认同的间接效应。提出如下假设：

假设 4：差错管理氛围调节创业激情经由创业即兴对创业认同的间接效应，差错管理氛围水平越高，这种正向的间接效应越强。

基于以上理论推演，构建创业激情、差错管理氛围与创业即兴和创业认同相互影响的概念模型。四者关系如图 1 所示。

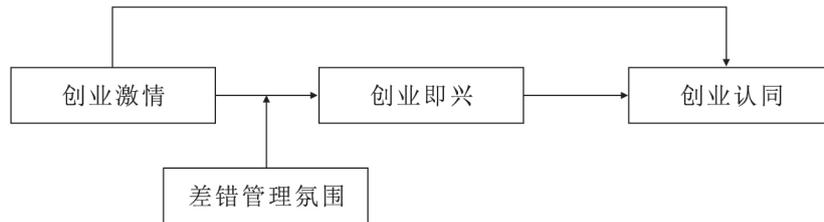


图 1 概念模型

三、研究设计

（一）研究对象与调查过程

本研究利用问卷调查获取数据，调查对象为新创企业的创业者。主要调研了贵阳、南宁和杭州部分众创空间和高新区创业孵化中心的初创企业。可以联系的众创空间及孵化中心的初创企业主要涉及软件、电子商务和服务业，因此将调研企业所在行业类型分为软件、电子商务和服务业。通过两种方式展开调查：一是利用“熟人”关系，请众创空间和高新区的负责人引荐，与空间内典型新创企业的创业者进行交流，邀请其填写问卷；二是调研人员深入众创空间，选择合适的创业团队，向其说明调查意义，邀请创业者填写问卷。在调研过程中，调研人员在发放问卷前会向被试者郑重说明调研目的，保证所收集数据仅用于科学研究使用，减轻被试者顾虑。为了提高问卷回收率，调查人员在一周后对第一次未得到回收的问卷进行跟踪，进一步督促填写。研究共发出 236 套问卷，第一次回收 135 套，第二次回收 77 套，共计回收 212 套，占比 89%。女性创业者 45 人，占 21.23%；男性创业者 167 人，占 78.77%。小于 25 岁创业者 9 人，占 4.25%；25~35 岁创业者 193 人，占 91.04%；35 岁以上 10 人，占 4.72%。创业者专科及以下学历 5 人，占 2.36%；本科 35 人，占 16.51%；研究生及以上学历 172 人，占 81.13%。

（二）测量工具及变量

研究采用量表均为创业领域较为成熟的英文量表，由两位创业管理领域学者进行题项翻译、结合调研情境修订。之后，邀请熟人创业团队进行座谈，交流预做问卷中遇到的理解问题，并依据反馈进行修正，保证语义表达和理解的一致性。量表采用 Likert-5 点设计，1 代表完全不同意，5 代

表完全同意。

采用 Cardon 等^[12]开发的量表测量创业激情, 共 13 个题项。如“我有内在动力去优化现有的产品或服务”“我乐于创建公司并促进其成长”“我很享受搜寻关于产品或服务新想法的过程”等题项。创业激情量表的 Cronbach's α 为 0.985; 其组合信度 CR 值为 0.919, 处于理想范围内。

采用 Vera 等^[45]开发的量表测量创业即兴, 共 7 个题项, 并结合创业情境修改了语言表达。如“在创业中, 我总是想办法立即应对出现的意想不到的问题”“在创业中, 我会尝试用全新的方式来解决遇到的问题”“在创业中, 我愿意承担在其工作中提出新想法的风险”等题项。创业即兴的 Cronbach's α 为 0.964; 其组合信度 CR 值为 0.995, 处于理想范围内。

借鉴杜运周等^[46]和 Haynie 等^[47]的研究成果测量创业认同, 采用集体认可视角, 共 3 个题项, 分别测量投资者、政府部门和银行对企业的认可。包括“政府高度评价企业的经营行为, 愿意支持和扶助”“我所在企业得到了相关投资者的高度评价”和“银行愿意给企业较高水平的信贷优惠”。创业认同的 Cronbach's α 为 0.988; 其组合信度 CR 值为 0.996, 处于理想范围内。

采用 Cigularov 等^[48]修订的量表测量差错管理氛围, 包含差错沟通、差错思考、差错胜任以及差错学习 4 个维度。根据本项目研究情境, 对测量条目的主语与任务内容做了适应性修改, 如“我们可以从执行任务时错误的经历中学到很多东西”“出现差错后, 我们会更关心和思考如何纠正”“虽然我们会犯错误, 但我们不会放弃最终目标”等。差错管理氛围的 Cronbach's α 为 0.991; 其组合信度 CR 值为 0.999, 处于理想范围内。

创业者的受教育程度、年龄、性别等特质会明显影响投资者的偏好和判断, 因此纳入控制变量。此外, 也有学者发现不同创业领域对资源的需求水平不同, 获取创业认同的难易程度也有差异^[36]。创业实践中的“风口”一说, 也表明有些领域的创业更受到投资者青睐。因此, 把创业所在行业类型纳入控制变量。创业者追求创业认同的主要目的是获取各种资源, 而不同的创业社会环境下, 资源富裕程度并不相同, 这将会影响创业者进行即兴行为的意愿和获取创业认同的难易程度。显然, 贵阳、南宁和杭州创业资源支持水平不尽相同。我们将创业资源也纳入了控制变量。最后, 企业的规模是创业者倾其所有投入的重要指标, 对获取创业认同也有影响, 也列入控制变量。

(三) 无响应偏差检验

由于有部分问卷没有有效回收, 采用外推法对可能存在的无响应偏差进行检验。将第一次获取的 135 套问卷和跟踪督促后获取的 77 套问卷进行比较, 利用 SPSS 进行独立样本 T 检验 (如表 1 所示)。各变量满足 T 检验方差齐性要求, 且 T 检验结果均为不显著, 说明无响应的样本与使用的样本不存在显著差异。

表 1 无响应偏差检验

变量	方差齐性检验		T 检验		结论
	F	显著性	T	显著性	
年龄	0.905	0.342	-0.778	0.437	不显著
创业资源	0.287	0.593	-0.026	0.979	不显著
性别	0.899	0.344	-0.468	0.641	不显著
教育程度	0.877	0.350	0.509	0.612	不显著
规模	0.034	0.853	1.490	0.138	不显著
差错管理氛围	0.549	0.460	0.721	0.472	不显著
创业激情	3.420	0.066	0.580	0.563	不显著
创业认同	0.143	0.706	-0.606	0.545	不显著
创业即兴	1.252	0.265	0.806	0.421	不显著

（四）问卷收集方式差异性检验

首先采用独立样本 T 检验比较两种问卷采集方式是否存在差异（如表 2 所示）。

表 2 两种问卷收集方式差异性检验

变量	方差齐性检验		T 检验		结论
	F	显著性	T	显著性	
年龄	0.377	0.540	-1.179	0.240	不显著
创业资源	1.052	0.306	-0.307	0.193	不显著
性别	0.001	0.975	0.016	0.987	不显著
教育程度	4.395	0.037	1.207	0.229	
规模	1.218	0.271	0.376	0.707	不显著
差错管理氛围	1.890	0.171	0.124	0.901	不显著
创业激情	0.023	0.879	-0.320	0.750	不显著
创业认同	0.664	0.416	0.552	0.582	不显著
创业即兴	0.007	0.993	0.802	0.424	不显著

因教育程度变量 ($F=4.395$, $sig=0.037<0.05$), 不满足 T 检验的方差齐性要求, 对其进一步采用 Mann-Whitney 检验, 其 Z 评分为 1.450, 显著性为 0.147, 显示教育程度变量在两类问卷中不存在显著差异。因此, 两种方式收集的问卷不存在显著差异。

（五）变量的同源方差检验

采用 Harman 的单因素检验法, 对研究中涉及的测量项进行探索性因子分析, 得到的第一核心因子占总方差的 39.29%, 可以认为测量的同源方差并不严重。

（六）统计分析流程

本研究利用 SPSS19 和 MPLUS7.0 软件进行统计计算和分析。首先, 对研究数据进行基础的描述统计检验; 然后, 基于层次回归法检验创业激情对创业认同的影响以及创业即兴的中介作用和差错管理氛围的调节效应; 最后, 采用 Edwards 等^[49]推荐的有调节的中介模型的间接效应检验方法检验差错管理氛围对创业激情与创业即兴相关性的调节作用。

四、结果分析

（一）描述性统计分析

各研究变量的标准差、均值和相关系数如表 3 所示。数据显示, 创业激情与创业认同正相关 ($r=0.320$, $p<0.01$), 假设 1 得到了初步支持。各变量平均提炼方差平方根 (\sqrt{AVE}) 大于各变量与其他变量的相关系数, 具有较好的区分效度。

表 3 变量的描述性统计分析结果 ($N=212$)

变量	均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. 年龄	2	0.300										
2. 性别	0.79	0.410	0.085									
3. 教育程度	2.79	0.464	0.007	0.086								
4. 规模	1.8	0.710	0.005	0.047	0.027							
5. 行业	1.8	0.701	0.050	-0.034	0.045	0.462**						
6. 创业资源	1.72	0.823	0.096	0.085	-0.125	0.091	-0.054					
7. 创业激情	3.473	1.326	-0.094	-0.057	-0.173*	0.016	0.041	-0.026	0.976			
8. 创业即兴	3.061	1.165	-0.071	0.080	-0.125*	0.039	0.079	0.261**	0.444**	0.994		
9. 差错管理氛围	2.850	1.172	-0.001	-0.002	0.037	-0.071	0.031	0.176*	-0.200**	0.246**	0.982	
10. 创业认同	3.437	1.022	-0.130	0.079	-0.126	-0.006	-0.006	0.333**	0.320**	0.640**	0.216**	0.995

注: * $p<0.05$, ** $p<0.01$, 双尾检验; 对角线斜黑体为 \sqrt{AVE} 。

(二) 验证性因子分析

采用验证性因子分析对变量之间的区分效度进行检验。将创业激情、创业即兴、创业认同和差错管理氛围四个变量的各因子作为显示条目, 利用 AMOS 软件对概念模型涉及的创业即兴等 4 个主要构念进行验证性因素分析 (如表 4 所示), 从单因子模型到四因子模型的拟合效果逐渐变好。其中, 四因子模型的拟合效果最好, 说明本研究中模型区分效度良好。

表 4 变量验证性因子分析结果

模型	所含因子	NFI	RMSEA	CFI	TLI	χ^2	df
四因子模型	JQ; JX; CC; RT	0.95	0.11	0.96	0.96	414.69	113
三因子模型	JQ+JX; CC; RT	0.81	0.24	0.82	0.79	1560.15	116
二因子模型	JQ+JX; CC+RT	0.635	0.38	0.57	0.51	3640.05	118
单因子模型	JQ+JX+CC+RT	0.425	0.43	0.43	0.35	4797.51	119

注: JQ 表示创业激情; JX 表示创业即兴; CC 表示差错管理氛围; RT 表示创业认同, + 表示融合。

(三) 创业即兴的中介效应检验

首先, 根据 Baron 等^[50]描述的中介检验程序检验创业即兴是否中介创业激情与创业认同之间的关系 (如表 5 所示); 然后, 利用 Bootstrapping 法进一步检验创业激情经过创业即兴影响创业认同间接效应的显著性。

表 5 回归分析结果

变量名称	创业认同			创业即兴		
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6
年龄	-0.171*	-0.141	-0.105	-0.107	-0.064	-0.041
性别	0.074	0.048	0.028	0.073	0.036	0.040
教育程度	-0.090	-0.032	-0.021	-0.102	-0.020	-0.029
规模	-0.060	-0.059	-0.038	-0.040	-0.040	-0.002
行业	0.049	0.034	-0.019	0.119	0.097	0.065
创业资源	0.340***	0.353***	0.199***	0.263***	0.282***	0.218***
创业激情		0.307***	0.068		0.437***	0.478***
创业即兴			0.548***			
差错管理氛围						0.323***
交互项						0.184***
R^2	0.153	0.242	0.458	0.103	0.284	0.402
ΔR^2	—	0.089	0.216	—	0.181	0.118
Adj. R^2	0.128	0.216	0.436	0.076	0.259	0.375
F	6.150***	9.320***	21.419***	3.903**	11.540***	15.067***

注: ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$, 交互项为经过中心化的差错管理氛围与创业激情的乘积。

步骤如下: (1) 以创业激情和控制变量为自变量, 对创业认同进行回归分析。如表 5 模型 2 所示, 创业认同受到创业激情的影响 ($\beta = 0.307$, $p < 0.001$), 进入下一步检验。(2) 以创业即兴为因变量, 将控制变量、创业激情纳入回归方程。如模型 5 所示, 创业激情显著正向影响创业即兴 ($\beta = 0.478$, $p < 0.001$)。 (3) 以创业激情、控制变量和创业即兴为自变量, 对创业认同进行回归分析。如模型 3 所示, 中介变量创业即兴对因变量创业认同具有显著的正向影响 ($\beta = 0.548$, $p < 0.001$), 同时, 创业激情对创业认同的直接效应已不再显著 ($\beta = 0.068$, $p > 0.05$)。根据 Baron 和 Kenny 提供的判断规则, 创业激情对创业认同的影响完全通过创业即兴完成, 假设 2 得到支持。

采用拔靴法进一步检验创业激情对创业认同的间接效应。利用 Mplus 程序计算, 结果显示创业激情通过创业即兴间接影响创业认同的效应为 0.239, 其 99% 的置信区间为 [0.143, 0.337], 并不包含零点在内, 说明创业激情通过创业即兴影响创业认同的间接效应显著, 假设 2 得到进一步支持。

(四) 差错管理氛围的调节效应

研究采用层级回归方法检验差错管理氛围是否调节创业激情与创业即兴和创业认同之间的相关性。采用 Aiken 等^[51]的提出的绘制方法绘出调节效应图, 用以确认差错氛围对创业激情与创业即兴和创业认同之间关系的调节形态是否与假设一致。并采用 Edwards 等^[49]推荐的调节效应检验方法检验差错管理氛围是否调节创业激情通过创业即兴对创业认同的间接效应。

首先以创业即兴为因变量, 依次将控制变量、经过中心化处理的创业激情和差错管理氛围以及二者的交互项纳入方程进行回归。模型 6 回归结果显示, 差错管理氛围调节创业激情与创业即兴的关系 (交互项 $\beta=0.184$, $p<0.001$), 假设 3 得到支持。

采用 Aiken 等^[51](P59-72) 提出的绘制方法绘出调节效应图, 查看差错管理氛围对创业激情和创业即兴关系的调节效应方向与假设 3 是否一致。具体而言, 分别选取创业激情和差错管理氛围变量的平均值上下一个标准差纳入回归模型, 根据回归数据进行绘图 (如图 2 所示)。图 2 显示, 与差错管理氛围相比, 在更宽容的差错管理氛围中创业激情对创业即兴的效应得到增强, 假设 3 得到进一步支持。

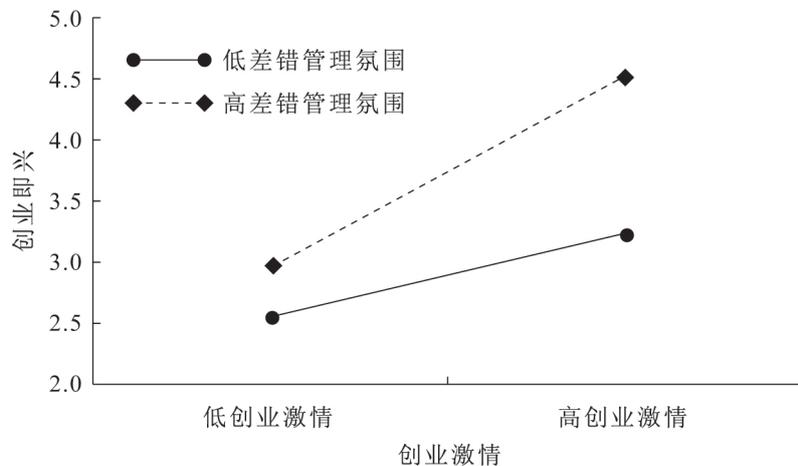


图 2 差错管理氛围对创业激情与创业即兴关系调节效应

最后, 采用 Edwards 等^[49]推荐的方法检验差错管理氛围是否调节创业激情通过创业即兴影响创业认同的间接效应。构建了如下的回归方程:

$$JX = b_0^2 + b_1^2 JQ + b_2^2 CC + b_3^2 JQ * CC \quad (1)$$

$$RT = b_0^3 + b_1^3 JQ + b_2^3 JX + b_3^3 CC + b_4^3 JQ * CC \quad (2)$$

其中, JQ 代表创业激情, CC 代表差错管理氛围, RT 代表创业认同, JX 代表创业即兴。方程 (1) 代表第一阶段的影响, 方程 (2) 代表直接效应, 结合 (1) (2) 可以求得间接效应依赖 CC 取值的效应规模。

根据方程 (1) (2), 利用 Mplus 建模并采用拔靴法进行抽样, 计算求得不同差错管理氛围下间接效应、直接效应、总效应和效应差异的显著性水平以及偏差校正置信区间 (如表 6 所示)。结果显示, 差错管理氛围对第一阶段调节效应得到支持 ($\Delta\beta=0.608$, $p<0.001$, $99\%CI = [0.303$,

0.886]), 说明对差错管理氛围不同水平而言, 创业激情到创业即兴路径系数有显著差异, 即当差错管理氛围较高时, 创业激情对创业即兴的促进更强, 假设 4 得到进一步支持。表 6 还显示, 在高/低差错管理氛围水平下, 其间接效应的差异是显著的 ($\Delta\beta=0.276$, $p<0.001$, $99\%CI=[0.131, 0.444]$), 被调节的中介作用得到支持; 在高/低两种条件下总效应的差异也是显著的 ($\Delta\beta=0.403$, $p<0.001$, $99\%CI=[0.116, 0.676]$)。

表 6 调节的路径分析

	创业即兴		创业认同	
	第一阶段	间接效应	直接效应	总效应
高差错管理氛围	0.741***	0.336***	0.138	0.474***
低差错管理氛围	0.132	0.060	0.011	0.071
差异	0.608***	0.276***	0.127	0.403***

注: *** $p<0.001$ 。

五、结论与讨论

新创企业在新产品的开发、生产经营活动的组织、目标市场的开拓等方面均处于探索阶段, 富有激情和冒险精神的创业者可能更容易发现通往成功的羊肠小道。风险投资者在甄别、遴选中意的投资项目时, 因新创企业的项目还处于培育期, 投资者往往会关注培育项目的创业者, 看创业者是否具有把项目培育成功的潜质。和成熟企业相比, 新创企业更需要勇于探索的创新精神, 睿智、理性、稳重的企业家特质可能不再是投资者关注的重点。正因为如此, 创新创业的研究人员开始关注创业者的创业激情, 探索创业激情对新创企业成功的影响。我们认为, 激情创业者更容易采取不够“理性”的即兴创业, 激发新创企业的资源拼凑, 进而在困境中找到出路。投资者将从这个过程看到成功的希望, 进而认同该创业项目, 投入种子资金。统计分析结果显示, 创业激情和创业认同正相关。

为了进一步探索创业激情影响创业认同的路径, 我们在模型中引入了创业即兴作为中介变量, 结果显示反映拟合程度的 $Adj. R^2$ 从 0.216 显著增加到 0.436, 而创业激情对创业认同的影响不再显著 (由 $\beta=0.307$, $p<0.001$ 变为 $\beta=0.068$, $p>0.05$), 即创业激情对创业认同不具有直接效应, 只是通过创业即兴起间接作用。这说明投资者在“听其言, 观其行”中, 更为看重的是创业者的创业行为。创业激情的价值仅仅在于, 激情创业者更容易采取不够“理性”的即兴行为解决遇到的问题, 形成重要的“资源价值判断”, 提升企业已有资源的竞争力。因即兴行为具有高风险性, 理性的创业者也不会轻易采用。如果组织的容错度高、差错管理氛围好, 创业者则会更为愿意尝试即兴行为。统计分析结果显示, 差错管理氛围调节创业激情与创业即兴的关系 (交互项 $\beta=0.184$, $p<0.001$)。

人仅具有有限理性, 推销者 (如面对顾客的售货员、面对风险投资者的创业者) 的推销技巧往往能够发挥一定作用, 侃侃而谈的激情创业者可能更容易把自己的创业项目“推销出去”, 现有的研究也在试图建立创业激情和创业认同之间的直接关联。然而, 风险投资者比普通的消费者更为专业、更为理性, 即兴购买行为几乎不存在, 建立在情绪传染理论和情感反应理论基础上的研究大概率地会出现偏差, 众多的研究给出的相互矛盾的结论也印证了这一点。我们发现, 激情创业者具有的高风险偏好、高度自信心使其更为偏好即兴行为, 可促进创业中的资源拼凑行为。组织的差错管理氛围则会调节这一过程, 那些容错氛围好的组织将刺激创业者的即兴行为。这一发现将为很多人的经验——激情创业者更容易获得创业认同——提供合理的解释, 同时也承认了风险投资者的专业

性及其基础上的理性。

我们研究的理论贡献可概括为两点:第一,发现了创业激情影响创业认同的逻辑链条,为众多自相矛盾的研究结论给出了合理的解释;第二,揭示了不同理性程度的顾客对推销者情绪反应的差异,凸显了营销领域的理论应用于创业领域研究的短板。我们的研究还说明,创业者应该把更多的精力放在创新上,即创造性地利用有限的资源去获取、利用更多的市场机会,而非“忽悠”风险投资者,尽管他们可带来新创企业亟需的资源。当然,创业者有可能会为了获得投资者的创业认同刻意以牺牲效率为代价去实施即兴行为,本文没有甄别创业者的这种虚假表现,而投资者在很大程度上是能识别的。这也从另外一个角度说明,创业即兴行为的描述和测度还较为粗糙,有待在今后的研究中进一步完善。

参考文献

- [1] Emilia, P. CEO and chairperson characteristics and firm performance[J]. *Journal of Management & Governance*, 2014(1).
- [2] Quigley, T. J., D. C. Hambrick. Has the “CEO effect” increased in recent decades? A new explanation for the great rise in America’s attention to corporate leaders[J]. *Strategic Management Journal*, 2015(6).
- [3] 伦蕊. 青年高管经验对企业收益及风险的影响:基于门槛效应的视角[J]. *中国地质大学学报(社会科学版)*, 2019(2).
- [4] Franco, M., M. de Fátima Santos, I. Ramalho, et al. An exploratory study of entrepreneurial marketing in SMEs: The role of the founder-entrepreneur[J]. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2014(2).
- [5] Miller, D. A downside to the entrepreneurial personality? [J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2015(1).
- [6] Ho, V. T., S. S. Wong, C. H. Lee. A tale of passion: Linking job passion and cognitive engagement to employee work performance[J]. *Journal of Management Studies*, 2011(1).
- [7] Biraglia, A., V. Kadile. The role of entrepreneurial passion and creativity in developing entrepreneurial intentions: Insights from American homebrewers[J]. *Journal of Small Business Management*, 2017(1).
- [8] 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).
- [9] Baker, T., R. E. Nelson. Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage[J]. *Administrative Science Quarterly*, 2005(3).
- [10] 苏芳, 毛基业, 谢卫红. 资源贫乏企业应对环境剧变的拼凑过程研究[J]. *管理世界*, 2016(8).
- [11] 周健明, 张新圣, 周永务. 资源拼凑、团队即兴与初创企业新产品开发绩效[J]. *科研管理*, 2019(1).
- [12] Cardon, M. S., D. A. Gregoire, C. E. Stevens, et al. Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation[J]. *Journal of Business Venturing*, 2013(3).
- [13] Yitshaki, R., F. Kropp. Entrepreneurial passions and identities in different contexts: A comparison between high-tech and social entrepreneurs[J]. *Entrepreneurship & Regional Development*, 2016(4).
- [14] Chen, X. P., X. Yao, S. Kotha. Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: A persuasion analysis of venture capitalists’ funding decisions[J]. *Academy of Management Journal*, 2009(1).
- [15] 张剑, 李精精, 张莹. 创业激情: 情绪视角的创业研究综述[J]. *科技进步与对策*, 2017(2).
- [16] 史容, 殷红春, 魏亚平. 创业机会感知与创业动机对创业意向的影响——基于潜在科技型创业者的中介效应模型[J]. *北京理工大学学报(社会科学版)*, 2016(5).
- [17] Lucas, K., S. A. Kerrick, J. Haugen, et al. Communicating entrepreneurial passion: Personal passion vs. perceived passion in venture pitches[J]. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 2016(4).
- [18] Cardon, M. S., J. Wincent, J. Singh, et al. The nature and experience of entrepreneurial passion[J]. *Academy*

- of management Review*, 2009(3).
- [19] Enwick, B. Achieving entrepreneurial success through passion, vision & courage: A cognitive model for developing entrepreneurial intelligence[J]. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 2014(1).
- [20] Breugst, N., A. Domurath, H. Patzelt, et al. Perceptions of entrepreneurial passion and employees' commitment to entrepreneurial ventures[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2012(1).
- [21] Vallerand, R. J., C. Blanchard, G. A. Mageau, et al. Les passions de l'ame: on obsessive and harmonious passion[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2003(4).
- [22] Pittino, D., F. Visintin, G. Lauto. A configurational analysis of the antecedents of entrepreneurial orientation [J]. *European Management Journal*, 2017(2).
- [23] 祝振铎, 李新春. 新创企业成长战略: 资源拼凑的研究综述与展望[J]. *外国经济与管理*, 2016(11).
- [24] 叶竹馨, 买忆媛, 王乐英. 创业企业即兴行为研究现状探析与未来展望[J]. *外国经济与管理*, 2018(4).
- [25] Bakar, H. A., R. Mahmood, N. N. H. Ismail. Effects of knowledge management and strategic improvisation on SME performance in Malaysia[J]. *Asian Social Science*, 2015(9).
- [26] Best, S., P. Gooderham. Improvisation: A legitimate strategy in the face of adversity[J]. *Small Enterprise Research*, 2015(1).
- [27] Magni, M., P. Palmi, S. Salvemini. Under pressure! Team innovative climate and individual attitudes in shaping individual improvisation[J]. *European Management Journal*, 2018(4).
- [28] Senyard, J., T. Baker, P. Steffens, et al. Bricolage as a path to innovativeness for resource-constrained new firms[J]. *Journal of Product Innovation Management*, 2014(2).
- [29] Arshad, D., R. Razalli, L. Julienti, et al. Exploring the incidence of strategic improvisation: Evidence from Malaysian government link corporations[J]. *Asian Social Science*, 2015(24).
- [30] Baker, T., R. E. Nelson. Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage[J]. *Administrative Science Quarterly*, 2005(3).
- [31] Adomako, S., R. A. Opoku, K. Frimpong. Entrepreneurs' improvisational behavior and new venture performance: Firm-level and institutional contingencies[J]. *Journal of Business Research*, 2018, 83.
- [32] Shinnar, R. S., O. Giacomini, F. Janssen. Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2012(3).
- [33] Baker, T. Resources in play: Bricolage in the toy store[J]. *Journal of Business Venturing*, 2007(5).
- [34] Falkheimer, J., K. Sandberg. The art of strategic improvisation[J]. *Journal of Communication Management*, 2018(2).
- [35] Di Domenico, M. L., H. Haugh, P. Tracey. Social bricolage: Theorizing social value creation in social enterprises[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2010(4).
- [36] Førde, A. Female entrepreneurship in a west African context: Network, improvisation and dependency[J]. *Journal of International Women's Studies*, 2013(3).
- [37] Liu, Y., D. Lv, Y. Ying, et al. Improvisation for innovation: The contingent role of resource and structural factors in explaining innovation capability[J]. *Technovation*, 2018, 74.
- [38] Nisula, A. M., A. Kianto. The role of knowledge management practices in supporting employee capacity for improvisation[J]. *The International Journal of Human Resource Management*, 2016(17).
- [39] Van Dyck, C., M. Frese, M. Baer, et al. Organizational error management culture and its impact on performance: A two-study replication[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2005(6).
- [40] Frese, M., N. Keith. Action errors, error management, and learning in organizations[J]. *Annual Review of Psychology*, 2015(1).
- [41] Fischer, S., M. Frese, J. C. Mertins, et al. The role of error management culture for firm and individual inno-

- vativeness[J]. *Applied Psychology*, 2018(3).
- [42] Perreault, S. ,J. Wainberg, B. L. Luippold. The impact of client error-management climate and the nature of the auditor-client relationship on external auditor reporting decisions[J]. *Behavioral Research in Accounting* , 2017(2).
- [43] Maurer, T. J. ,C. A. Hartnell, M. Lippstreu. A model of leadership motivations, error management culture, leadership capacity, and career success[J]. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 2017(4).
- [44] 李江涛, 王亮. 包容型领导对商业模式创新的影响——差错管理氛围与即兴行为的中介作用[J]. *中国科技论坛*, 2018(2).
- [45] Vera, D. ,M. Crossan. Improvisation and innovative performance in teams[J]. *Organization Science*, 2005(3).
- [46] 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).
- [47] Haynie, J. M. ,D. A. Shepherd, J. S. McMullen. An opportunity for me? The role of resources in opportunity evaluation decisions[J]. *Journal of Management Studies*, 2009(3).
- [48] Cigularov, K. P. ,P. Y. Chen, J. Rosecrance. The effects of error management climate and safety communication on safety: A multi-level study[J]. *Accident Analysis and Prevention*, 2010(5).
- [49] Edwards, J. R. ,L. S. Lambert. Methods for integrating moderation and mediation: A general analytical framework using moderated path analysis[J]. *Psychological Methods*, 2007(1).
- [50] Baron, R. M. ,D. A. Kenny. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1986(6).
- [51] Aiken, L. ,S. West. *Multiple Regression: Testing and Interpreting Interactions* [M]. Newbury Park, CA: Sage, 1991.

Are Passionate Entrepreneurs More Likely to Succeed ?

CHEN Jiang-tao, ZHOU Yan-fei, SUN Li-jun

Abstract: Are passionate entrepreneurs more likely to succeed and thus be recognized by venture capitalists? Previous study draws two opposite conclusions. In order to further explore how entrepreneurial passion affects entrepreneurial identity, we conducted statistical analysis on 212 entrepreneurs investigated. It was found that passionate entrepreneurs always have the spirit of adventure, so are more likely to adopt suboptimal improvisation to achieve the resource bricolage, which makes them more easily succeed in starting new business. Investors always evaluate the possibility of entrepreneurial success according to the improvisation of pioneering enterprises rather than entrepreneurial passion. The process is ignored in previous studies which always directly investigated the correlation between entrepreneurial passion and entrepreneurial identity, so inconsistent conclusions were drawn. This study can resolve the existing differences in researches and provide theoretical guidance for entrepreneurs and venture investors.

Key words: entrepreneurial passion; entrepreneurial improvisation; entrepreneurial identity; error management climate

(责任编辑 孙洁)