

创业激情的前因组态分析

——基于创业经历的对比

杨金风, 梁焯绮

(山西财经大学工商管理学院, 山西太原, 030006)

[摘要] 基于创业认知理论构建了创业激情的前因组态模型, 运用 fsQCA 方法, 对比分析了 39 位二次创业者与 299 位首次创业者产生高创业激情的组态路径。研究发现: 对二次创业者而言, 有四条路径可以触发其高创业激情, 根据核心条件的分布情况将产生高创业激情的路径分为两类: 动机-网络联动型和效能-网络联动型。对于首次创业者而言, 有三条路径可以激发其高创业激情, 分为两类: 自我驱动型和网络-资源驱动型。比较研究结果表明, 创业自我效能感是大多数没有创业经历的首次创业者产生高创业激情的核心变量; 而对于有创业经历的二次创业者而言, 创业网络是其产生高创业激情的核心变量。文章从创业认知的角度出发, 对比分析了不同创业经历的创业者产生高创业激情的组态路径, 为不同类型创业者激发或保持创业激情提供了实践启示。

[关键词] 创业动机; 创业自我效能感; 创业网络; 创业资源; 创业激情; fsQCA

[中图分类号] F249.2 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2024)03-0029-12

一、引言

创业活动促进经济增长, 提供就业机会, 对一个国家的经济发展发挥着重要作用。创业不仅被视为促进就业和社会稳定的一种手段, 而且被视为创新的关键动力。随着市场竞争的加剧, 创业环境变得日益复杂, 在此背景下, 需要识别影响创业激情的多种因素。同时, 单一因素的变化往往会导致其他多重因素的联动效应, 因此, 需要借助组态视角识别激发创业者创业激情的多种前因条件。

创业激情是个体在参与创业者角色相关创业活动中经历的强烈的积极情感, 是个体对创业的热爱、依恋和渴望。Ho 和 Pollack 也将创业激情定义为对创业热爱的强烈倾向, 意味着创业者愿意为创业投入时间和精力^[1]。作为能够预测创业者行为的一种个体特质, 创业激情通常与

自信、承诺、能量联系在一起, 影响创业过程的机会识别、使命担当等, 是个体将机会转化为行动的决定性因素^[2]。Chen 等认为, 创业激情有助于激励创业者将创业理念上升为创业实践, 是推动创业行动的关键因素^[3]。具有高激情的创业者能坚持克服逆境, 更相信自己工作的意义, 也更能取得创业成效^[4]。以往文献主要探讨了创业激情对创业意向^[5-6]、创新绩效^[7]、组织创新^[8-9]、企业绩效^[10]、创业绩效^[11]、技术创业成功^[12]等的影响。大部分研究将创业激情作为前因变量和中介变量, 较少有学者将其作为结果变量分析其前因。并且多数研究者仅从某一层面因素对创业激情进行了研究, 缺乏组态视角下多重复杂条件相互作用的机制分析, 条件的组态路径尚不明确, 驱动个体产生高创业激情的差异化路径及路径组合有待探索。

[收稿日期] 2024-01-03; **[修回日期]** 2024-04-06

[基金项目] 山西省高等学校人文社会科学重点研究基地项目“乡村振兴战略中山西中小企业的创业路径研究”; 山西省科协课题“乡村振兴背景下山西省农业科技人才校地共享策略研究”(KXKT202326)

[作者简介] 杨金风, 女, 山西五台人, 博士, 山西财经大学工商管理学院副教授, 主要研究方向: 人力资本与就业、创新创业管理, 联系邮箱: 3058185680@qq.com; 梁焯绮, 女, 山西临汾人, 山西财经大学工商管理学院硕士研究生, 主要研究方向: 创业学习

在复杂的现实创业情景下，个体创业激情的产生往往受到个体特质、创业资源和创业网络等要素的共同影响，而这些要素之间又是协同作用的。因此，本文利用 fsQCA 方法，厘清各要素对创业者创业激情的影响以及要素之间的联动交互作用。我们发现，二次创业的创业者与首次创业者的创业激情的表现形式是不同的，影响因素也是不同的。因此，本文尝试解答以下问题：影响二次创业者创业激情的核心条件有哪些？这些条件间存在何种替代互补关系？影响首次创业者创业激情的核心条件有哪些？这些条件间存在何种替代互补关系？影响二次创业者与首次创业者创业激情的路径存在何种区别？研究结论有助于深化对创业者产生创业激情的多重复杂影响因素及其作用机理的理解，可为拓展创业激情的前因条件提供理论依据，为创业者提升创业激情提供有益启示。

二、理论框架

(一) 创业认知理论

创业认知理论描述和解释了创业认知、创业环境、创业行为之间的相互关系。本文基于创业认知理论，探索创业者如何利用外在环境变化来感知创业机会，从而产生高创业激情。在此基础上，本文构建了激发创业者创业激情的组态效应理论模型。

(二) 模型构建

创业激情是衡量创业者创业状态的核心指标。研究表明，影响创业激情的因素包括个体、环境等要素，从创业认知的视角来看，来自不同方面的要素很难单独影响创业者的创业激情。因此，基于以往研究，本文推测创业激情会受到个

体认知、环境要素的协同影响。

本文设计了激发创业者创业激情的理论模型。其中，在个体层面，选择创业动机、创业自我效能感两个变量来表征，创业动机是创业者从事创业活动的主要动机，创业自我效能感是创业者在特定情境下对自身运用知识、技能和资源进行创业的信心和能力的评估与判断^[13]，是个体对自己在特定环境中有能力去完成创业行为或产生创新成果的期望。在环境层面，用创业网络与创业资源两个变量来表征，其中，创业网络是创业者所拥有的各种网络连接关系的总和，创业资源是创业者拥有的各种软性和硬性的资源，如信息资源、人才资源、资金资源等。

综上，本文基于创业认知理论，从个体、环境两个层面中识别出创业动机、创业自我效能感、创业资源、创业网络四个前因变量，构建出激发创业者创业激情的理论模型，如图 1 所示。

1. 创业动机

创业动机是指引起和维持创业者或团队进行创业活动，并在创业过程中使创业决策朝既定目标迈进的内部驱动力量，是创业者的内在意愿和开展创业活动的主动性^[14]，是影响潜在创业者成功转变为实际创业者的关键因素，是驱使创业者创业的源动力^[15]，也是影响新创企业达到成功的一个关键因素^[16-19]。

创业激情来自对一个有价值、具有挑战性和令人振奋的目标的不懈追求^[20]，内在动机影响创业激情。当个体产生强烈的创业动机时，其表现出来的创业欲望就更强烈，就越愿意直面创业过程中的困难与挫折，也会更乐观地处理创业问题，从而产生高创业激情。当个体的创业动机不

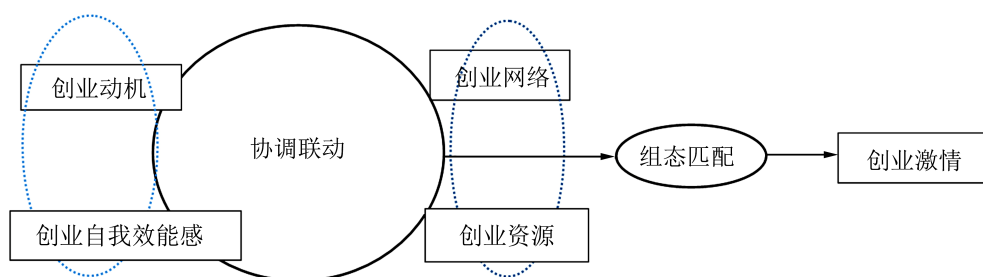


图 1 理论模型

足时, 创业者不愿意冒险去创业, 更无动力坚持下去, 也就无法产生创业激情。

2. 创业自我效能感

创业自我效能感是个体能够完成创业者角色任务的信念的强度^[21], 是创业者的一种信念和自信, 是创业者对其能力能够影响所处环境并且通过相应行为获得成功的自信^[22]。

学界关于创业激情与创业自我效能感之间的关系界定尚未达成共识, 如有的研究者证实了创业激情和创业自我效能感之间的正相关和强相关关系^[23]。如 Dalborg 和 Wincent^[24]基于社会学习理论, 通过对 103 名受访者的调查表明: 创业可以通过提高个体的创业自我效能感来促进和谐创业激情。Bandura 和 Wood^[25]认为, 在充满挑战的创业环境中, 自我效能感可能对创始人保持和发展激情至关重要。但也有研究者证实了创业激情和自我效能感之间没有关系, 如 Cardon 和 Kirk 等^[26]借鉴认同理论发现, 企业家自我效能感与企业家发明和创建激情正相关, 而与发展激情无关。还有研究者认为, 创业激情和创业自我效能感之间可能呈环状结构关系, 两者会相互影响^[27]。

3. 创业网络

创业网络是指创始人和初创企业所拥有的各种网络连接关系的总和, 是创始人资源利用能力提升的重要来源^[28], 一般用网络规模、网络强度和网络多样性三个维度来反映创业网络的结构特征^[29]。社会网络关系的组成包括社会关系中的个体、个体间的连结等^[30]。

创业者个人社会关系网络对创业者进入行业的选择起关键作用, 创业者能否开发所发现的创业机会受其所感受到的来自相关关系网络支持程度的影响。多元的社会网络关系可帮助创业者获得合作的机会和互补性的资源, 从而有助于其识别和开发创业机会^[31]。此外, 创业者可从社会资本中汲取大量宝贵的认知资源, 从而提高自己的认知水平, 更易找到自己的兴趣所在^[32-34], 也有助于创业者将自身的才能和愿望结合起来, 激发起创业激情^[35-36]。

4. 创业资源

创业资源是指创业者个体所具有的资源禀

赋, 是与创业活动直接或间接关联的、其自身所固有的各类有形或无形资产的总和, 包括资金资源、人才资源、经验资源、信息资源等。如王竞一、张东生^[37]采用扎根理论编码方法, 得出创业者的先验知识包括行业经验和创业经验, 能够正向影响创业激情。Stenholm 和 Nielsen^[38]发现, 创业经验与发现激情、创建激情、发展激情之间存在显著的正相关关系。Taggar 等^[39]发现, 创业经验与发现激情有显著的正相关关系, 但与创建激情、发展激情无关。此外, 市场资源环境和制度规范环境对创业者的支持力度越大, 创业者越易产生创业激情。如 Lundstrom 和 Stevenson^[40]通过实证方式证明了创业政策能够为个体创业提供良好的机会, 促进个体参与创业, 并能提升个体的创业技能。当个体感到创业政策对其创业活动有利时, 创业者愿意创业的情绪就会被激发出来。

三、研究设计

(一) 研究方法

QCA 分析是对多个条件和特定结果进行组态分析的一种定性分析与定量分析相结合的研究方法。该方法区别于传统统计方法的意义在于: 以组态效应代替净效应, 集合关系代替相关关系, 隶属度代替相关系数, 能有效解决复杂因果影响机制问题。在 QCA 分析法中, fsQCA 是最常用的一种方法, 该方法既适用于样本数在 15 以下的小样本研究, 也适用于样本数大于 100 的大样本研究, 同时还适用于中等样本研究。本文使用 fsQCA 方法来探索创业者个体特质和创业环境共同影响创业者产生高创业激情的路径组合。

(二) 量表设计

本文采用有无式选择题问卷和李克特五点量表进行调查。其中有无式选择题中“1”代表“无”, “2”代表“有”; 李克特五点量表中, “5”代表“非常符合”, “3”表示“不确定”, 即中立, “1”表示“非常不符合”。问卷包括基本信息、创业动机、创业自我效能感、创业网络、创业资源、创业激情等变量。

创业动机(Entrepreneurial Motion, EM): 量表依据 Dubini^[41]的题项, 分别涉及成就动机、金

钱动机和自由动机。典型题项如：创业是为了追求个人成就；我认为创业可以提高社会地位；创业是为了改善家庭经济条件；创业是因为工作具有弹性。

创业自我效能感(Entrepreneurial Self-efficacy, ES): 借鉴了 Wood 和 Bandura^[42]的自我效能感量表, 典型题项如：我相信我可以获得创业所需的人脉；我相信我可以快速适应环境的变化。

创业网络(Entrepreneurial Networks, EN): 参考了 Abell 等^[43]、Aldrich 等^[44]、Granovetter^[45]的量表, 典型题项如：我们有很多亲戚和朋友；我们有很多可以交往的合作伙伴；我们与顾客保持长期密切的联系。

创业资源(Entrepreneurial Resources, ER): 借鉴了 Yusuf^[46]、Chandler 等^[47]、Shane^[48]、Colombo 等^[49]、Gilbert 等^[50]、Brush 等^[51]开发的量表, 典型题项如：贵公司在创办时的自有资金较为丰厚；贵公司吸纳了多种专业知识背景的高学历综合性人才；贵公司创业人员拥有一些创业经历与管理经验；贵公司较容易获得所在及拟进入行业的相关信息；贵公司较容易获取各种外部科技帮助与科技成果；贵公司创办时得到了政府投融资、财税等政策的优惠。

创业激情(Entrepreneurial Passion, EP): 借鉴 Cardon 等^[52]的研究, 结合本研究的研究情境, 最终采用 5 个题项来测量创业激情, 具体测量题项如：寻找有关产品和服务的新想法是令人愉快的；在市场中寻找新机会是令人兴奋的；成立一家新公司是令人兴奋的。

结合以往的文献, 本研究将创业者的人口统计特征如性别、年龄、婚姻状况、受教育程度作为控制变量。

(三) 数据收集

调查问卷于 2022 年 10 月至 2023 年 3 月发放与回收, 通过线上调查的方式收集到 400 份问卷, 其中 338 份有效样本。本文将样本区分为二次创业者样本和首次创业者样本, 探索不同创业经历的创业者形成高创业激情的组态效应。样本的描述性统计分析如表 1 所示。

表 1 样本的描述性统计分析

		二次创业者 (N=39)		首次创业者 (N=299)	
		人数	占比(%)	人数	占比(%)
性别	男性	17	43.59	108	36.12
	女性	22	56.41	191	63.88
年龄	<22	4	10.26	108	36.12
	22~25	6	15.38	44	14.72
	25~30	15	38.46	81	27.09
	>30	14	35.90	66	22.07
婚姻状况	未婚	22	56.41	224	74.92
	已婚无子女	7	17.95	22	7.36
	已婚有子女	10	25.64	53	17.73
受教育程度	初中	0	0.00	2	0.67
	高中	1	2.56	5	1.67
	大专	1	2.56	1	0.33
	本科	26	66.67	228	76.25
	研究生及以上	11	36.67	63	21.07

四、数据分析

(一) 信度分析

本文使用 SPSS22.0 进行信度分析, 运算结果如表 2 所示。可以看出, 二次创业者样本的创

表 2 信度分析结果

变量	二次创业者(N=39)		首次创业者(N=299)	
	Cronbach's α	Total Cronbach's α	Cronbach's α	Total Cronbach's α
创业动机	0.821		0.843	
创业自我效能感	0.873		0.878	
创业网络	0.843	0.932	0.909	0.946
创业资源	0.861		0.943	
创业激情	0.899		0.919	

业动机、创业自我效能感、创业网络、创业资源、创业激情的 Cronbach's α 系数分别为 0.821、0.873、0.843、0.861、0.899, 总 Cronbach's α 系数为 0.932。首次创业者样本的各变量 Cronbach's α 系数分别为 0.843、0.878、0.909、0.943、0.919, 总 Cronbach's α 系数为 0.946, 各数值均大于 0.7, 说明本问卷的信度较好。

(二) 效度分析

利用 SPSS22.0 对数据进行了效度分析, 结果显示: 二次创业者样本数据的 *KMO* 值为 0.824, 大于 0.7, 巴特利特球形度检验显著性水平为 0.000, 小于 0.005。首次创业者样本数据的 *KMO* 值为 0.913, 大于 0.7, 巴特利特球形度检验显著性水平为 0.000, 小于 0.005, 因此, 本问卷数据的效度较好。

(三) 数据校准

由于 fsQCA 方法是一种集合分析方法, 需要将结果和前因条件设置为集合概念, 因此, 在分

析之前需要先进行数据校准, 即通过设置完全隶属、交叉点以及完全不隶属三个锚点, 将问卷所收集到的李克特分数转化为模糊集隶属分数。在锚点的选择上, 本文综合考虑样本数据的分布特征, 采用最大值、中位数、最小值的校准方法, 来准确计算完全隶属值、交叉值和完全不隶属值, 保留两位小数后得到各变量的详细阈值。如表 3 所示。

(四) 必要性分析

为了揭示各变量和结果的复杂因果关系, 需要先对各变量进行必要性分析, 即判别当高创业激情发生时, 各变量是否必须存在, 若存在, 则为必要条件。基于已有研究, 若前因变量的一致性水平大于 0.9, 则说明该变量是结果产生的必要条件。如表 4 所示, 本研究各前因变量的一致性水平均低于 0.9, 表明这些变量均不是引发创业者高创业激情的必要条件, 对创业激情的独立解释力较差, 可进一步进行组态分析。

表 3 变量的校准锚点

变量	二次创业者(N=39)			首次创业者(N=299)		
	完全隶属点	交叉点	完全不隶属	完全隶属点	交叉点	完全不隶属
创业动机	5.00	3.90	1.90	5.00	3.70	2.00
创业自我效能感	5.00	4.00	1.00	5.00	3.57	2.14
创业网络	5.00	3.40	2.20	5.00	3.20	2.00
创业资源	5.00	3.60	2.10	5.00	3.30	1.00
创业激情	5.00	4.00	3.00	5.00	4.00	2.00

表 4 单个前因条件必要性分析结果

前因条件	二次创业者(N=39)		首次创业者(N=299)	
	一致性	覆盖度	一致性	覆盖度
EM	0.783 949	0.806 302	0.794 971	0.825 535
~EM	0.624 014	0.699 662	0.650 262	0.724 503
ES	0.788 251	0.818 778	0.756 889	0.814 407
~ES	0.654 032	0.725 542	0.661 762	0.710 708
EN	0.770 565	0.814 974	0.702 941	0.797 359
~EN	0.588 739	0.640 876	0.694 230	0.709 180
ER	0.668 754	0.752 973	0.781 344	0.777 570
~ER	0.668 849	0.685 293	0.638 800	0.746 566

注: “~”表示逻辑运算的“非”。

(五) 充分性分析

在对单个变量的必要性进行分析后, 需要进一步探讨多个变量协同匹配所产生的组态对结果发生的充分性, 即进行充分性分析。根据fsQCA的操作步骤, 借鉴拉金等学者的研究与建议, 将数据一致性阈值设置为0.8, PRI一致性阈值设置为0.5, 频数阈值设置为1。通过运行软件构建真值表, 并进行标准化分析后得到简单解、中间解和复杂解。本文综合考虑简单解和中间解, 将二者都存在的条件设为核心条件, 将中间解存在而简单解不存在的条件设为边缘条件。基于上述分析, 得到两类创业者产生高创业激情的组态路径(见表5)。

(六) 高创业激情前因条件的组态分析

1. 二次创业者产生高创业激情的组态路径

二次创业者的样本共有39个, 如表5所示, 共有四条组态路径能够引发二次创业者的高创业激情(H1a、H1b、H1c、H1d), 其一致性分别为0.906、0.905、0.861、0.872, 均高于0.80, 说明这四种组态都是产生高创业激情的充分条件, 解的一致性为0.859, 说明该解达到了模型阈值的要求。同时, 解的一致性水平和总体覆盖度均高于临界值, 说明实证分析有效。其中总体覆盖

度为0.702, 意味着这四条路径可以较好地解释有创业经历者产生高创业激情的原因, 解释力度达到了70.2%。

(1) 动机-网络联动型。这一构型包括两条路径: H1a和H1b。在H1a中, 创业动机和创业网络作为核心变量存在, 前者从个人特质角度明确了创业者的创业目的, 即为什么而创业, 后者从外在资源角度明确创业者所具有的人脉资源, 两者的协同作用可激发创业者产生高创业激情。在此条件下, 即使没有创业自我效能感, 无论创业资源是否存在, 创业者均能产生高创业激情。在H1b中, 创业动机与创业网络作为核心变量存在, 创业动机为创业者提供目标与方向, 创业网络为创业者提供人脉资源, 创业动机与创业网络的协同作用使创业者不仅拥有了创业的内在动力, 且拥有了创业的外部保障。在此条件下, 创业资源作为边缘条件存在, 可为创业者提供资金资源、机会资源、科技资源、创业经验、政府帮助等, 此时, 无论创业者是否拥有创业自我效能感, 均能产生高创业激情。这意味着, 在此构型下, 创业资源与创业自我效能感之间具有互补关系。在这一构型中, 创业动机是作为核心条件存在的, 因此, 将该路径命名为动机-网络联动型路径。

表5 二次创业者与首次创业者高创业激情的前因组态路径

条件变量	高创业激情(二次创业者, N=39)				高创业激情(首次创业者, N=299)		
	动机-网络联动型		效能-网络联动型		自我驱动型	网络-资源驱动型	
	H1a	H1b	H1c	H1d	H2a	H2b	H2c
创业动机	●	●	⊙		●	●	
创业自我效能感	⊙		●	●	●		●
创业网络	●	●	●	●		⊙	●
创业资源		●		●		●	⊙
一致性	0.906	0.905	0.861	0.872	0.885	0.918	0.941
原始覆盖度	0.505	0.567	0.508	0.585	0.671	0.517	0.436
唯一覆盖度	0.028	0.008	0.007	0.012	0.159	0.054	0.023
总体一致性	0.859				0.870		
总体覆盖度	0.702				0.748		

注: 表中的“●”表示核心条件存在, “●”表示辅助条件存在, “⊙”表示核心条件缺失, “⊙”表示辅助条件缺失, “空白”表示前因条件可有可无。

(2) 效能-网络联动型。这一构型包括两条路径: H1c 和 H1d。这两条路径均包括创业自我效能感这一核心变量。H1c 中虽然缺乏创业动机, 但拥有创业自我效能感和创业网络, 创业者在面对困难与挫折时, 效能感让创业者主动忽略负面情绪和负面能量, 合理运用所拥有的网络资源。在此条件下, 无论创业者是否拥有创业资源, 均能产生高创业激情。在 H1d 中, 创业自我效能感和创业网络作为核心变量存在, 创业自我效能感为创业者提供“我相信”和“我能够”的力量, 使创业者相信信心的力量能帮助其保持积极情绪^[26]。在面对困难与挫折时, 创业者自我效能感越高, 就越能鼓足勇气和有力主动忽略负面情绪和负面能量, 也越有信心克服创业过程中的困难。同时, 在创业网络和资源的加持下, 无论创业者是否拥有创业动机, 创业者均能产生高创业激情。在这一构型中, 创业动机是作为核心条件存在的, 因此, 将该路径命名为动机-网络联动型路径。

综合 H1c 和 H1d 两条路径, 可以发现, 效能-网络联动型这一构型强调自我效能感和创业网络的重要作用, 而创业资源作为边缘条件存在。创业资源可分为资金资源、机会资源、科技资源、创业经验和政府帮助等, 此时, 多渠道的创业资源支持对创业者有一定意义, 如银行、政府等的资金支持提高了创业者的创业成功感知, 从而激发起积极情绪, 产生高创业激情。在此条件下, 无论创业者是否拥有创业动机, 都能产生高创业激情。这意味着, 创业动机与创业资源具有互补关系。在这一构型中, 创业自我效能感是作为核心条件存在的, 因此, 将该路径命名为效能-网络联动型路径。

2. 首次创业者产生高创业激情的组态路径

首次创业者的样本共有 299 个, 如表 5 所示, 这些样本形成高创业激情的路径共有三条, 其一致性分别为 0.885、0.918、0.941, 均高于 0.80, 说明这三种组态都是形成高创业激情的充分条件。解的一致性为 0.870, 说明该解达到了模型

阈值的要求。同时, 解的一致性水平和总体覆盖度均高于临界值, 说明实证分析有效。其中总体覆盖度为 0.748, 表明这些前因条件能够较高度地解释首次创业者产生高创业激情的原因, 解释力度达到 74.8%。

(1) 自我驱动型。首次创业者产生高创业激情的组态路径共包括三条, 其中, H2a 为自我驱动型, 这条路径包括创业动机这一核心变量。在 H2a 中, 创业激情受到创业动机与创业自我效能感协同作用的影响, 创业动机促使创业者为创业目标付出努力, 而创业自我效能感促使创业者保持信心, 在此条件下, 无论创业者是否拥有良好的创业网络或丰富的创业资源, 均能产生高创业激情。这意味着, 在此构型下, 创业自我效能感与创业资源之间具有互补关系。在这一构型中, 创业动机是作为核心条件存在的, 因此, 将该路径命名为自我驱动型路径。

(2) 网络-资源驱动型。H2b 与 H2c 为网络-资源驱动型, H2b 这条路径体现出个人特质因素与外部资源因素的组合, 创业资源作为核心条件而存在, 在此条件下, 即使创业者缺乏创业网络, 也无论创业者是否拥有创业自我效能感, 创业者均能产生高创业激情。在 H2c 中, 创业网络是作为核心条件存在的, 为创业者提供人脉等网络资源, 创业者能从社会网络中获得鼓励、关心、理解、关爱等情感性支持, 或信息、资金等工具性支持。在这一路径中, 创业自我效能感作为边缘条件存在, 为创业者提供积极的心理暗示, 使创业者感受到自我意义, 创业活动被赋予积极的情绪标签, 创业者也更倾向于参与此类活动, 创业者在创业活动中享受到愉快的情感体验, 激情就会产生^[53]。可见, 在此条件下, 具备创业资源、创业网络中的一种条件, 并兼具创业动机、创业自我效能感中的一种条件, 创业者亦可产生高创业激情。在这一构型中, 创业网络和创业资源是作为核心条件存在的, 因此, 将该路径命名为网络-资源驱动型路径。

3. 两类创业者产生高创业激情路径的共性与区别

对二次创业者而言,综合 H1a、H1b、H1c 和 H1d 四条组态路径可以发现:①在二次创业者的样本中,创业网络均为其核心变量,在四条路径中均起着不可或缺的作用,这意味着,对二次创业的创业人员而言,创业网络是一个核心条件。这也意味着二次创业的创业者十分重视创业网络。②进一步比较动机-网络联动型与效能-网络联动型这两类组态可以发现,虽然不同的路径均能引发高创业激情,但不同路径的前因组合存在一定的差异。如 H1a、H1b 路径更强调创业动机的作用,而 H1c、H1d 则强调创业自我效能感的作用。③创业动机与创业自我效能感存在替代互补关系。由路径 H1b 与 H1d 可以发现,当创业者既拥有创业网络又有创业资源的情况下, H1b 能借助创业动机实现高创业激情,而在 H1d 路径中,虽存在动机缺失的情况,但借助自我效能感同样可以产生高创业激情。

对首次创业者而言,综合 H2a、H2b 与 H2c 可以发现,不存在共同的核心条件。进一步比较发现,在 H2a 中,创业动机是核心条件,无论创业人员有无创业网络,强烈的创业动机会激发创业者的创业激情。而在 H2b 或 H2c 这两条路径中,创业资源或创业网络对激发创业者创业激情发挥着重要作用。

进一步比较两类创业者产生高创业激情的路径,发现存在以下区别:①首次创业者多认为个体特质的作用大于外部环境,创业自我效能感是核心变量,会影响个体对创业的态度,从而对其创业激情产生积极影响,这回应并深化了以往有关自我效能感与创业激情的关系研究。②二次创业者则认为创业网络对其创业激情有着非常重要的影响。这可能是二次创业者从以往的创业经历中更加深刻地认识到了创业网络的重要性,真正认识到了创业网络对创业的意义:创业网络为主体提供强大的情感支持、资金支持等,提高

创业者的风险承受能力,关系网络能带来所需的创业资源、客户等,由此更加珍视创业网络对创业激情的重要意义。

五、结论与启示

(一) 研究结论

本文借助 fsQCA 分析方法,对比了二次创业者和首次创业者产生高创业激情的组态路径,考察了创业动机、创业自我效能感、创业网络和创业资源影响两类创业者产生高创业激情的不同组态路径。由此得到以下结论:

(1) 创业激情具有多重并发的特点,创业动机、创业自我效能感、创业网络和创业资源均不是能够单独导致创业人员产生高创业激情的必要条件,创业激情是多种前因条件协同作用的结果。这意味着,创业者产生高创业激情受到创业动机、创业自我效能感、创业网络和创业资源这些要素协同作用的影响。这也意味着要促使创业者产生高创业激情需要综合考虑多种要素的协同影响。

(2) 对二次创业者而言,有两类条件组态构型,即动机-网络联动型和效能-网络联动型,这两类组态构型均具有良好的一致性和总体覆盖度。对首次创业者而言,也包括两类高创业激情构型,即自我驱动型和网络-资源驱动型,这两类构型也具有较好的解释力。

(3) 不同类型的创业者产生高创业激情的核心条件不同,对二次创业者而言,创业网络是其核心条件,这体现了二次创业者对创业网络的重视。而对首次创业者而言,创业自我效能感则是其核心条件。这表明,创业人员对能够完成创业任务或成功扮演创业者角色的信念或信心能给予创业者积极的心理暗示,从而促使其产生高创业激情。

(4) 对二次创业者而言,创业动机与创业自我效能感存在替代互补关系,在创业网络和创业资源具备的情况下,二次创业者即使存在动机缺失的情况,仍能借助创业自我效能感产生高创业激情。

(二) 理论意义

(1) 本文基于创业认知理论构建了创业激情的理论模型, 为拓宽创业者创业激情的前因研究提供了新思路, 丰富了以往基于社会资本、社会网络、资源基础观等理论视角的研究。

(2) 不同于以往从个体特质、家庭背景等单变量考察创业者产生创业激情的实证研究, 本文从组态视角出发, 将 fsQCA 方法引入到研究中, 探讨了个体所具备的创业网络、创业资源等多个要素对创业者产生高创业激情的组态效应, 从而为我们理解创业者如何产生高创业激情提供了更为全面的视角。

(3) 本文归纳了引发二次创业者与首次创业者产生高创业激情的路径类型, 对比了不同路径的共性与区别, 并根据不同条件在各个路径中的不同组态, 找到了不同组态路径之间存在的替代互补关系, 为实践中如何激发创业者产生高创业激情提供了一定的理论依据。

(三) 实践启示

本文为创业者提升创业激情带来一定的启示。首先, 创业者产生高创业激情受到多种要素协同作用的影响。拥有创业动机或自我效能感能驱动创业者选择进入创业领域, 创业网络能提高创业资源的可获得性, 而拥有丰富的创业资源可使创业者具备创业的底气。因此, 创业者需要充分认识不同要素的重要意义, 并能利用好各要素协同匹配所带来的效应。

其次, 创业网络、创业自我效能感对不同创业者产生高创业激情具有相对重要性。对二次创业者而言, 创业网络具有重要意义, 是促使其保持创业激情的关键要素。而对首次创业者而言, 创业自我效能感具有重要价值, 自己也能创业成功的信念是触发这类创业者产生创业激情的关键要素。

最后, 对二次创业和首次创业的创业者而言, 分别存在着不同的引发其高创业激情的路径类型。这意味着诱发创业者产生高创业激情存在着多种路径选择, 但前提是要清楚创业者属于哪

种类型的创业者。例如, 当创业个体是初创类型的创业者时, 那么在缺乏相关资源支持的背景下, 创业者要通过保持创业自我效能感来激发高创业激情。

(四) 研究不足与展望

本研究也存在一些不足: 首先, 从样本数据来看, 虽然所得样本的数量符合组态分析的研究要求, 但相对庞大的创业群体来说, 样本量还是较少的, 因此, 可能会影响研究结论的普适性。在今后的研究中, 可进一步增加样本的数量以增强研究结果的说服力。其次, 从所选条件来看, 本研究虽然选取了四个前因条件, 但这并不能涵盖所有影响创业者产生创业激情的因素, 如创业学习、人格、价值观、创业文化等也会影响创业激情。因此, 在未来的研究中, 需要考虑其他因素对创业激情的影响, 进一步丰富该领域的研究。最后, 从理论基础来看, 本研究基于创业认知理论构建了理论模型, 虽然该理论与模型能够很好契合, 且本文的研究结论也支持了该理论, 但未来可考虑通过其他理论视角如 TOE 理论或事件系统理论等, 来进一步拓宽激发创业者产生高创业激情的研究视角。

参考文献:

- [1] HO V T, POLLACK J M. Passion isn't always a good thing: Examining entrepreneurs' network centrality and financial performance with a dualistic model of passion[J]. *Journal of Management Studies*, 2014, 51(3): 433-459.
- [2] BIRAGLIA A, KADILE V. The role of entrepreneurial passion and creativity in developing entrepreneurial intentions: Insights from American home brewers[J]. *Journal of Small Business Management*, 2017, 55(1): 170-188.
- [3] CHEN X P, YAO X, KOTHA S. Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: A persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions[J]. *The Academy of Management Journal*, 2009, 52(1): 199-214.

- [4] LIAO J W, WELSCH H. Roles of social capital in venture creation: Key dimensions and research implications[J]. *Journal of Small Business Management*, 2005, 43(4): 345–362.
- [5] HUYGHE A, KNOCKAERT M, OBSCHONKA M. Unraveling the “passion orchestra” in academia[J]. *Journal of Business Venturing*, 2016, 31(3): 344–364.
- [6] TURNER T, GIANIODIS P. Entrepreneurship unleashed: Understanding entrepreneurial education outside of the business school[J]. *Journal of Small Business Management*, 2018, 56(1): 131–149.
- [7] KO W W, LIU G, WAN YUSOFF W T, et al. Social entrepreneurial passion and social innovation performance[J]. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 2019, 48(4): 759–783.
- [8] MA C P, GU J B, LIU H. Entrepreneurs’ passion and new venture performance in China[J]. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2017, 13(4): 1043–1068.
- [9] KIANI A, ALI A, KANWAL S, et al. How and when entrepreneurs’ passion lead to firms’ radical innovation: Moderated mediation model[J]. *Technology Analysis & Strategic Management*, 2020, 32(4): 443–456.
- [10] 欧绍华, 张志伟. 创业激情、创业拼凑与新企业绩效关系研究[J]. *科技进步与对策*, 2019, 36(7): 26–32.
- [11] MUELLER B A, WOLFE M T, SYED I. Passion and grit: An exploration of the pathways leading to venture success[J]. *Journal of Business Venturing*, 2017, 32(3): 260–279.
- [12] 许成磊, 张超, 郭凯, 等. 政策支持、创业激情与技术创业成功: 政策感知的调节作用[J]. *科技进步与对策*, 2022, 39(14): 94–104.
- [13] BANDURA A. Self-efficacy toward a unifying theory of behavioral change[J]. *Psychological Review*, 1977, 84(2): 191–215.
- [14] SHANEA S, LOCKEA E A, COLLINS C J. Entrepreneurial motivation[J]. *Human Resource Management Review*, 2003, 13(2): 257–279.
- [15] OLSON P D, BOSSERMAN D A. Attributes of the entrepreneurial type[J]. *Business Horizons*, 1984, 27(3): 53–56.
- [16] BLAWATT K R. Entrepreneurship in Estonia: Profiles of entrepreneurs[J]. *Journal of Small Business Management*, 1995, 33(2): 74.
- [17] NAFFZIGER D W, HORNSBY J S, KURATKO D F. A proposed research model of entrepreneurial motivation[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1994, 18(3): 29–42.
- [18] HERRON L, ROBINSON JR R B. A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance[J]. *Journal of Business Venturing*, 1993, 8(3): 281–294.
- [19] CRAGG P B, KING M. Organizational characteristics and small firms’ performance revisited[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1989, 13(2): 49–64.
- [20] SMILOR R W. Entrepreneurship: Reflections on a subversive activity[J]. *Journal of Business Venturing*, 1997, 12(5): 341–346.
- [21] SCHERER R F, ADAMS J S, CARLEY S, et al. Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1989, 13(3): 53–72.
- [22] LUTHANS F, IBRAYEVA E S. Entrepreneurial self-efficacy in Central Asian transition economies: Quantitative and qualitative analyses[J]. *Journal of International Business Studies*, 2006, 37(1): 92–110.
- [23] 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.
- [24] DALBORG C, WINCENT J. The idea is not enough: The role of self-efficacy in mediating the relationship between pull entrepreneurship and founder passion—A research note[J]. *International Small Business Journal*, 2015, 33(8): 974–984.
- [25] BANDURA A, WOOD R. Effect of perceived controllability and performance standards on self-regulation of complex decision making[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1989, 56(5): 805–814.
- [26] CARDON M S, KIRK C P, ZHOU X, et al. Entrepreneurial passion as mediator of the self-efficacy to persistence relationship[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2015, 39(5): 1027–1050.
- [27] MURNIEKS C Y, MOSAKOWSKI E, CARDON M S. Pathways of passion: Identity centrality, passion, and

- behavior among entrepreneurs[J]. *Journal of Management*, 2014, 40(6): 1583–1606.
- [28] HOANG H, ANTONCIC B. Network-based research in entrepreneurship: A critical review[J]. *Journal of Business Venturing*, 2003, 18(2): 165–187.
- [29] LARSON A, STARR J A. A network model of organization formation[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1993, 17(2): 5–15.
- [30] COLEMAN J S. *Foundations of social theory*[M]. Cambridge: Harvard University Press, 1990.
- [31] STINCHCOMBE A L. *Social structure and organizations* [M]. Bingley: Emerald Group Publishing Limited, 2000.
- [32] ELIASSON K, WESTLUND H, FÖLSTER S. Does social capital contribute to regional economic growth? Swedish experiences[M]. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2013.
- [33] SINGH S K, MAZZUCHELLI A, VESSAL S R, et al. Knowledge-based HRM practices and innovation performance: Role of social capital and knowledge sharing[J]. *Journal of International Management*, 2021, 27(1): 1–17.
- [34] SOBCZAK E, GLUSZCZUK D, RASZKOWSKI A. Eco-innovation and innovation level of the economy as a basis for the typology of the EU countries[J]. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2022, 19(4): 1–17.
- [35] SHAN T T, TIAN X Y. The effects of social capital on entrepreneurial resilience of SME from China: A moderated mediation model of entrepreneurial passion and confucian traditional golden-mean thinking[J]. *Frontiers in Psychology*, 2022, 13: 961824.
- [36] QIAN S, BRANNON D L, TABAK F. Exploring mechanisms in the entrepreneurial passion–entrepreneurial behavior relationship: Mediating role of growth-oriented intentions[J]. *Journal of Career Development*, 2022, 49(4): 922–933.
- [37] 王竞一, 张东生. 先验知识转化为创业机会识别能力的路径探析——基于扎根理论的研究[J]. *研究与发展管理*, 2017, 29(3): 21–30.
- [38] STENHOLM P, NIELSEN M S. Understanding the emergence of entrepreneurial passion: The influence of perceived emotional support and competences[J]. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2019, 25(6): 1368–1388.
- [39] TAGGAR S, DOMURATH A, COVIELLO N. Team entrepreneurial passion: Linking intra-and inter-personal influences with outcomes[J]. *Academy of Management Proceedings*, 2019(1): 16015.
- [40] LUNDSTROM A, STEVENSON L A. *Entrepreneurship policy: Theory and practice*[M]. New York: Springer, 2005.
- [41] DUBINI P. The influence of motivations and environment on business start-ups: Some hints for public policies[J]. *Journal of Business Venturing*, 1989, 14(1): 11–26.
- [42] WOOD R, BANDURA A. Impact of conceptions of ability on self-regulatory mechanisms and complex decision making[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1989, 56(3): 407–415.
- [43] ABELL P, NISAR T M. Performance effects of venture capital firm networks[J]. *Management Decision*, 2007, 45(5): 923–936.
- [44] ALDRICH H E, MARTINEZ M A. Many are called, but few are chosen: An evolutionary perspective for the study of entrepreneurship[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2001, 25(4): 41–56.
- [45] GRANOVETTER M. Economic action and social structure: The problem of embeddedness[J]. *American Journal of Sociology*, 1985, 91(3): 481–510.
- [46] YUSUF, ATTAHIR. Critical success factors for small business: Perceptions of south Pacific entrepreneurs[J]. *Journal of Small Business Management*, 1995, 33(2): 68–73.
- [47] CHANDLER G N, HANKS S H. Market attractiveness, resource-based capabilities, venture strategies, and venture performance[J]. *Journal of Business Venturing*, 1994, 9(4): 331–349.
- [48] SHANE S. Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities[J]. *Organization Science*, 2000, 11(4): 448–469.
- [49] COLOMBO M G, GRILLI L. Founders' human capital and the growth of new technology-based firms: A competence-based view[J]. *Research Policy*, 2005, 34(6): 795–816.
- [50] GILBERT B A, MCDUGALL P P, AUDRETSCH D B. Clusters, knowledge spillovers and new venture performance: An empirical examination[J]. *Journal of*

- Business Venturing, 2008, 23(4): 405–422.
- [51] BRUSH C G, GREENE P G, HART M M. From initial idea to unique advantage: The entrepreneurial challenge of constructing a resource base[J]. *Academy of Management Perspectives*, 2001, 15(1): 64–78.
- [52] 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.
- [53] 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, 34(2): 153–160.

Study on the antecedent configuration of entrepreneurial passion —A comparative analysis based on entrepreneurial experience

YANG Jinfeng, LIANG Xuanqi

(School of Business Administration, University of Shanxi Finance & Economy, Taiyuan 030006, China)

Abstract: Based on the entrepreneurial cognitive theory, this study constructed an antecedent configuration model of entrepreneurial passion and compared the configuration path of high entrepreneurial passion with the samples of 39 second-time and 299 first-time entrepreneurs using the fsQCA method. The results showed that there are four paths triggering a high entrepreneurial passion of second-time entrepreneurs, and the four paths could be categorized into two types according to the distribution of core conditions: motivation-network-linked and efficacy-network-linked. To first-time entrepreneurs, three paths could trigger high entrepreneurial passion and be categorized into two types: self-driven and network-resource-driven. The comparison study showed that entrepreneurial self-efficacy was the core variable in generating high entrepreneurial passion for most first-time entrepreneurs without experience; However, for second-time entrepreneurs with experience, entrepreneurial networks were considered very important in generating high entrepreneurial passion. From the perspective of entrepreneurial cognition, this paper compared and analyzed the configuration paths of entrepreneurs with different entrepreneurial experiences to generate high entrepreneurial passion, and provided practical enlightenment for different types of entrepreneurs to stimulate or maintain entrepreneurial passion.

Key Words: entrepreneurial motivation; entrepreneurial self-efficacy; entrepreneurial networks; entrepreneurial resources; entrepreneurial passion; fsQCA

[编辑: 何彩章]