

创业激情的研究进展与未来展望

吕晓慧, 罗文豪

北方工业大学, 北京

Email: 851411437@qq.com, whluo1988@hotmail.com

收稿日期: 2021年3月4日; 录用日期: 2021年4月13日; 发布日期: 2021年4月23日

摘要

在国家大力推行“大众创业、万众创新”政策的实践背景下, 创业激情在创业过程中的作用日益受到越来越多的关注, 为了能更好地认识创业激情对于个体、团队与组织产生的积极与消极影响, 并深化组织内部创业情境下创业激情如何发挥作用的认知, 本文通过梳理与分析国内外有关的创业激情文献, 对已有研究中创业激情的概念界定、维度划分、测量、前因与后果变量进行了系统、完整地回顾, 尝试性地提出了一个创业激情领域研究的整合框架, 为创业激情未来研究方向的探索提供借鉴, 以期更好地指导未来的创业实践活动。

关键词

创业激情, 积极情绪, 创业绩效, 理论模型, 团队激情

Research Progress and Future Prospect of Entrepreneurial Passion

Xiaohui Lv, Wenhao Luo

North China University of Technology, Beijing

Email: 851411437@qq.com, whluo1988@hotmail.com

Received: Mar. 4th, 2021; accepted: Apr. 13th, 2021; published: Apr. 23rd, 2021

Abstract

Under the practice background of vigorously promoting the policy of “mass entrepreneurship and innovation”, the role of entrepreneurial passion in the process of entrepreneurship has been paid more and more attention. In order to better understand the positive and negative impacts of entrepreneurial passion on entrepreneurs, teams and organizations, and deepen the understanding of how entrepreneurial passion works in the context of entrepreneurship within organizations,

this paper combs and analyzes the literature on entrepreneurial passion at home and abroad. This paper systematically and completely reviews the concept definition, dimension division, measurement, antecedent and consequence variables of entrepreneurial passion in existing studies, and tentatively puts forward an integrated framework for the research of entrepreneurial passion, which provides reference for the exploration of future research directions of entrepreneurial passion, with a view to better guiding future entrepreneurial practice activities.

Keywords

Entrepreneurial Passion, Positive Emotions, Entrepreneurial Performance, Theoretical Model, Team Passion

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

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

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



Open Access

1. 引言

2020年5月,十三届全国人大三次会议的《政府工作报告》中提出要“深入推进大众创业万众创新”,鼓励更多社会主体创新创业,多管齐下,从而稳定和扩大就业。同时,随着科学技术的日新月异,企业变革的速度不断加快,创业创新已经成为促进企业发展的重要推动力。如今,我国创业创新的氛围日渐浓烈,而创业激情作为一种强烈的积极情绪,在创业者的创业过程中发挥着持续的积极作用。过往研究发现,创业激情能够提高创业者的创业意愿(Syed et al., 2020; Biraglia & Kadile, 2017),促使创业者迎接挑战,尝试更多的创业机会;创业激情会促进企业绩效的提升(崔连广等, 2019; Ko et al., 2019),为企业创造价值;而且拥有创业激情的个体更有可能获得创业成功(张秀娥等, 2019)。虽然创业激情往往被视为一种积极情感,但是其在组织环境中也可能产生消极影响。例如在创业企业中,强迫性创业激情可能不利于创业绩效的提高(Ho & Pollack, 2014)。

由此可见,创业激情对于企业的创立与发展方面的影响不可忽视,研究创业激情领域的相关问题,可以为指导与创业激情相关的管理实践提供启示与洞见。在如今的组织管理环境下,创业者与学者们都迫切地需要更加系统地掌握创业激情的内涵及前因后果,从而在创业过程中更好地发挥创业激情的积极作用,合理规避其所带来的消极作用。

目前,创业激情领域的研究议题主要聚焦于创业激情的前因与结果变量的研究,前置变量主要研究创业激情的来源与其形成发展过程,后置变量主要研究对于创业者个人、员工、团队、风险投资者以及新创企业等不同主体的跨层次影响。有鉴于此,对创业激情的现状与未来趋势进行综述迫在眉睫。已有学者对创业激情展开了综述,例如,谢雅萍,陈小燕(2014)构建了创业激情领域的整合研究框架并对未来研究进行了展望,然而其研究中未加入与创业激情相关的中介与调节变量研究,框架相对缺乏完整性;张剑等(2017)基于情绪视角对创业激情的研究进行梳理,然而其仅侧重于情绪视角,弱化了其他视角的研究。

为了更加完整、系统、与时俱进地把握创业激情领域内的相关研究,本文将从厘清创业激情的内涵、维度以及测量方式着手,回顾已有经典研究理论模型,梳理创业激情的前置与后置因素以及可能的中介与调节因素的相关研究。本文的主要贡献在于更加完整地梳理了创业激情相关的理论研究,通过构建创业激情研究的整合框架来把握创业激情的研究进展并探索未来的研究方向,帮助学者们和创业者们更为全面地了解创业激情领域研究的当前进展和未来趋势,丰富并完善创业激情相关的理论研究,从而能更

好地为创业实践活动提供借鉴与参考。

2. 创业激情的内涵、维度及测量

2.1. 创业激情内涵

在已有研究中, 由于创业主体的不同, 创业激情可以被划分为个体、团队以及组织创业激情。

个体创业激情。关于创业激情内涵的研究前人已经从不同的视角进行了探索, 目前, 对个体创业激情概念的界定可以从特质、情绪、认知以及动机四个视角进行梳理。

首先, 从特质视角来看, Baum 等(2001)认为创业激情是创业者与生俱来的一种个人特质, 创业激情通过作用于个人特质来影响个人行为以及企业的发展。有学者认为, 一个人的基本人格特征有助于其创业激情的形成, 强调了人格特质对于创业激情的重要影响(Obschonka et al., 2018)。

第二, 从情绪视角来看, 创业激情通常被学者认为是一种强烈的积极情绪, 能够激发个人的斗志与能量(Cardon et al., 2009a), 可以直接或间接地对个人行为产生重大影响。另外, 创业激情与其他积极情绪体验不同, 首先它是在创业背景下产生的, 创业者通过参与相关的创业活动来体验创业激情; 同时, 其他情绪的转变往往是由外部事件引发的, 持续时间很短, 并且是对刺激的无意识反应, 而相比之下, 创业激情是一种有意识的情绪和感觉, 并且持续时间较长。

第三, 从认知视角出发, 创业激情不仅包含积极情感, 同时还包含认知的成分(Ho & Pollack, 2014), Cardon 等(2009a)强调了创业激情中角色认同的重要性, 根据三种不同的与创业相关的活动, 可以将创业角色分为三类: 创建者角色、发明者角色以及开发者角色, 创业激情对创业活动的影响取决于被激活角色的性质, 当相对应的角色认同被激活并占据主导地位时, 创业激情能够对创业效果发挥积极的影响, 这种特定身份的角色认同还能够使创业者体验到自我实现的社会价值。

第四, 借鉴 Vallerand 等(2003)的研究, 有学者从动机视角对创业激情进行了界定, 加入了动机的成分, 根据动机内化到活动中的不同方式将激情划分为和谐创业激情与强迫创业激情(Ho & Pollack, 2014)。创业激情往往是由情感上的某些目标所激发的, 这些目标会控制和引导人们的思想与行为, 并且持续时间较长。从动机理论的角度来看, 人们对于工作的热情是一种内在的力量, 它能够促使人们进行持续地思考和工作以获得成功(Chen et al., 2015)。

团队/组织创业激情。在个体创业激情的研究基础上, Drnovsek 等(2009)对团队创业激情的内涵定义为创业团队内各成员感受到的创业激情的集合, 其认为团队创业激情主要考察团队凝聚力、认知冲突和情绪冲突三方面; 另外, Cardon 等(2017)借鉴了前人的研究, 他们认为团队创业激情是一个共享概念, 强调团队成员的集体身份与共同情绪。

关于组织层面的激情研究较少, 仅有少数学者进行了探索, 谢雅萍, 陈小燕(2014)将组织层面的创业激情划分为组织认同、组织氛围、组织规则和人际互动四个维度, 然而没有进行深入的研究。张剑等(2017)认为组织层面的创业激情将成为一种组织文化, 组织成员乐于尝试新技术与新方法, 这不仅体现了对创业的热爱, 更体现了对创业的强烈认同。

2.2. 创业激情的维度及测量

如表 1 所示, 目前对于创业激情维度的划分存在多种方式, 已有研究中对于个体创业激情的维度与测量通常存在以下四种方式。

第一种是借鉴工作激情的量表。Ho & Pollack (2014)认为创业激情属于特定创业情境下的一种工作激情, 他们将创业激情分为和谐创业激情与强迫创业激情两个维度, 并引用一般工作激情的测量方式对创业激情进行测量, 他们沿用 Vallerand 等(2003)开发的激情量表, 后来受到了很多学者的引用。

第二种是 Chen 等开发的创业激情量表。Chen 等(2009)认为创业激情有别于一般的工作激情, 他们从投资人的角度出发, 将创业激情分为情感维度的激情与认知维度的准备两个维度, 量表共包括 11 个条目。但不足的是, 该量表主要考察的是投资者对于创业激情的感知程度, 可能未必普遍适用于一般情境下的创业激情(张剑等, 2017)。

第三种测量方式是 Cardon 等(2013)以问卷调查的方式开发的量表。他们在研究中将创业激情划分为强烈的积极情绪和身份认同两个维度, 并形成了 13 个具体的条目, 该量表专门用于测量与区分创建者、发明者与发展者三种角色的创业激情, 得到了广泛的认同。为了评估员工对创业激情的感知, Breugst 等(2012)在 Cardon 量表的基础上将该量表改编为员工感知到的创业激情量表, 测量员工对于个体创业激情的感知程度。

第四种是基于中国情境开发的量表。谢雅萍等(2016)通过对不同背景的 20 名中国创业者进行深入访谈, 最终得出了创业激情的五个维度, 包括身份认同、愉悦、心流、韧性、冒险。而王转弟等(2020)在此基础上对其量表进行了部分修改, 提出了创业激情的四个维度, 即身份认同、创新、乐观、心流, 用以测量农民工的创业激情。

此外, 大多数研究集中于个体创业激情的维度研究, 忽视了对团队及组织创业激情研究潜力的挖掘, 仅有少数学者将个体创业激情的维度研究延伸到团队创业激情, Cardon 等(2017)将团队创业激情划分为共同积极情绪与集体身份认同两个维度, 实现了对团队层面创业激情的开发与测量, 后来很多研究团队激情的学者均采用或修改了此量表来测量团队创业激情(朱秀梅, 王天东, 2019)。

Table 1. Dimension division of entrepreneurial passion

表 1. 创业激情的维度划分

时间	代表学者	维度划分
2009 年	Chen 等	情感维度的激情、认知维度的准备
2013 年	Cardon 等	强烈的积极情绪、创业身份认同
2014 年	Ho 等	和谐创业激情、强迫创业激情
2016 年	谢雅萍等	身份认同、愉悦、心流、韧性、冒险
2017 年	Cardon 等	共同积极情绪、集体身份认同
2020 年	王转弟等	身份认同、创新、乐观、心流

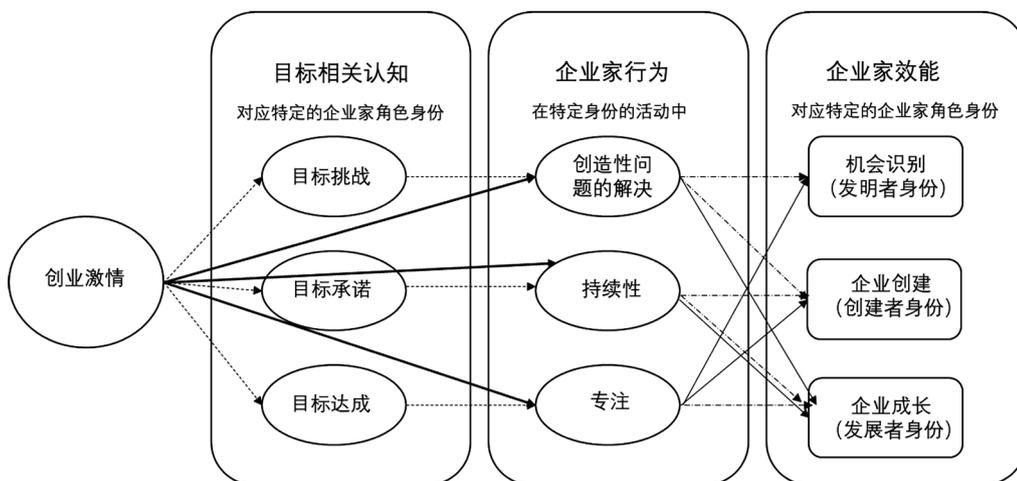
3. 创业激情的理论模型

目前大多数关于创业激情的研究都是以企业家或领导者个体为研究主体, Cardon 等从提出了两个经典的企业家创业激情模型: 创业激情体验概念模型(Cardon et al., 2009a)和企业家激情感染模型(Cardon, 2008), 从企业家个人如何通过创业激情的影响机制来提高企业家效能以及企业家如何将创业激情传染给他人并产生积极影响两个方面为后续的创业激情研究奠定了相关理论模型的基础。此外, 基于前人的研究, Chen 等(2015)学者提出了一个创业激情研究的整合框架, 系统地提炼出创业激情研究的关键路径, 对于未来研究中新路径的拓展以及丰富和完善创业激情研究具有重要意义。

3.1. 创业激情体验概念模型

已有研究发现, 根据企业家对特定身份活动的不同投入, 可以将企业家的角色身份划分为三类: 即创建者、发明者与发展者。Cardon 等(2009a)提出了如图 1 所示的创业激情体验概念模型来理论化与角色认同相关的特定激情对企业家的认知、行为与效能的影响机制, 从而揭示了创业激情的作用。创业激情

会通过其对目标相关认知的中介作用影响企业家行为, 并最终影响企业家效能的效应来反映目标追求过程中创业激情与认知的协调作用。

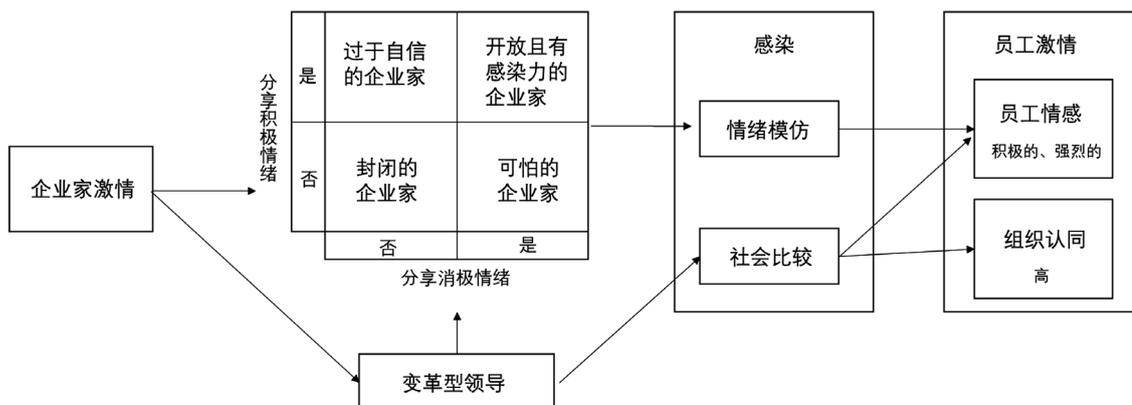


(资料来源: Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009a). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511-532.)

Figure 1. Conceptual model of entrepreneurial passion experience
图 1. 创业激情体验概念模型

该模型认为, 由于创业激情中包含着与角色身份相关的强烈的积极情感, 对某些问题有固定的反应模式, 因此随着经验与学习过程, 创业激情可以直接影响企业家行为; 与企业家角色身份相关的目标认知(目标挑战、目标承诺与目标实现)对于创业激情与特定身份活动中的企业家行为(创造性问题的解决、持续性、专注)之间的关系起到中介作用; 在特定的身份活动中, 企业家的行为能够对有身份关联的企业家效能的直接效应较强, 而对缺乏身份关联的企业家效能的直接效应较弱, 也就是说, 当企业家的某种特定身份占据主导地位时, 在特定身份的活动中, 创业激情所引发的创业行为将影响相应企业家身份角色的创业效能。

3.2. 创业激情感染模型



(资料来源: Cardon, M. S. (2008). Is passion contagious? the transference of entrepreneurial passion to employees. *Human Resources Management Review*, 18(2), 77-86.)

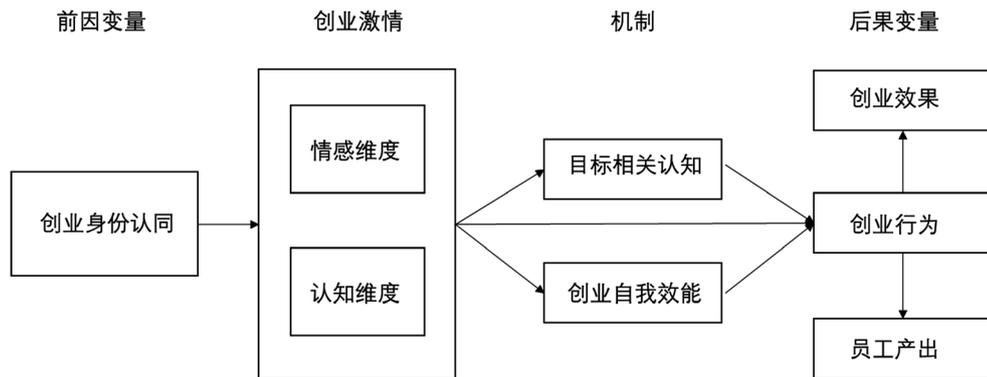
Figure 2. Entrepreneurial passion infection model
图 2. 创业激情感染模型

由于企业家的创业激情会在企业内部表现出来, 因此其激情可能会传染给其他利益相关者, 尤其是企业的员工。基于基础心理学的研究, Cardon (2008)提出了如图 2 所示的创业激情感染模型, 研究了创业激情如何从企业家传递到员工身上。

基于情绪传染理论, 创业激情通过情绪模仿和社会比较两条途径向员工传递, 而员工感知的激情分为员工情感和对组织的意义两个维度。基于企业家所处环境的刺激, 企业家可能会在员工面前展示或不展示积极和消极的情绪, 据此可以将企业家分成四种类型, 即过于自信的企业家, 封闭的企业家, 开放且具有感染力的企业家以及可怕的企业家, 企业家的情绪表现会激发员工的情感, 或者模仿这种表现, 员工通过模仿企业家表现的积极情绪从而对企业产生积极的、强烈的情感, 虽然创业激情的情感表达(积极和强烈的感受)可能会导致员工产生类似的感受, 对员工激情的情感维度产生影响, 但并不会影响员工对组织的意义和认同感这一维度。因此可以发现, 员工的激情取决于员工对企业的积极情感和对组织的认同感两个维度, 而这两个维度与创业激情间的关系可以通过变革型领导来加强, 拥有激情的企业家更有可能向其员工展示变革型领导力, 而变革型领导将增强社会比较过程, 能够提高员工和组织目标的一致性, 增强员工的认同感, 使其成为创始团队的一部分, 从而增强组织对员工的意义。

创业情感感染模型初步探索了创业激情情绪传染的可能性, 研究了企业家将自己的激情传染给他人的关键路径, 启示了情绪传染发生在企业环境中的其他行为者之间的可能性, 为后续创业激情的跨层次研究提供了启示与基础。

3.3. 创业激情研究整合框架模型



(资料来源: Chen, X. P., Yao, X., & Kotha, S. (2009). Entrepreneur Passion and Preparedness in Business Plan Presentations: A Persuasion Analysis of Venture Capitalists' Funding Decisions. *Academy of Management Journal*, 52(1), 199-214.)

Figure 3. Integrated framework model of entrepreneurial passion research
图 3. 创业激情研究整合框架模型

根据已有研究, Chen 等提出了图 3 中的创业激情领域的整合研究框架, 考察了创业激情的前因与后果变量, 加深了对于创业激情总体研究的理论化理解。

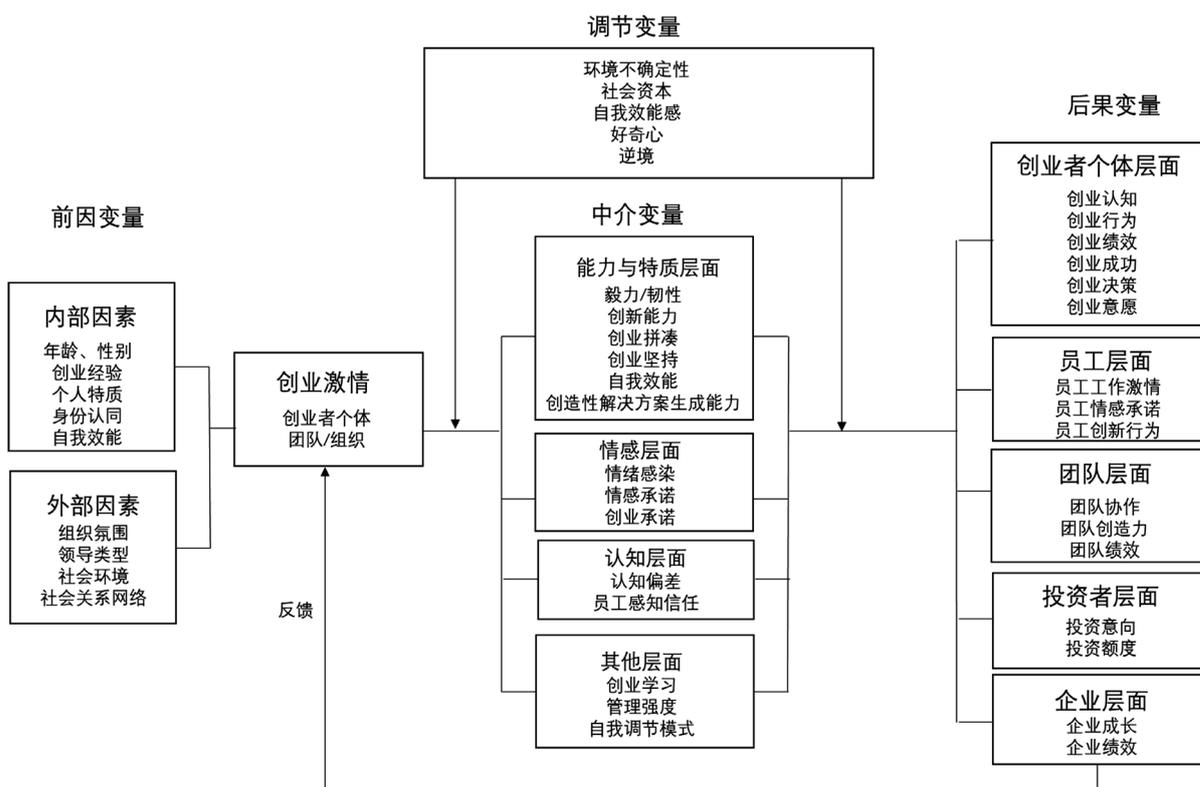
在该框架中, 创业激情主要包括情感与认知两个维度, Chen 等(2009)通过论证激情的情感和认知成分的不同影响来分析创业激情对创业相关后果的影响。有学者强调了创业角色认同对于激发创业激情的重要性, 发现创业热情对创业成果的影响取决于被激活的创业角色认同的性质, 而且只有当相应的角色认同被激活并占主导地位时, 创业激情才有可能对创业效能产生积极影响(Cardon et al., 2009a), 例如, 当企业家的发明者身份占主导地位时, 创业激情会影响企业家的机会识别效果; 当企业家的创始人身份占主导地位时, 创业激情会影响企业家在创业创造中的有效性; 当企业家的开发者身份占主导地位时,

创业激情将影响企业家在企业成长中的有效性。已有研究发现, 创业激情不仅可以直接影响创业者的创业行为, 还能通过目标相关认知、创业自我效能等机制影响创业行为, 进而影响员工产出与创业效果 (Murnieks et al., 2014)。

以上三个模型所代表的研究能够为未来创业激情领域的深入研究提供借鉴意义。第一个模型聚焦于个体层面, 关注个体创业激情对企业家创业效能的内在作用机制; 第二个模型主要关注创业激情在组织内部的影响, 探索了企业家的创业激情向员工传递的路径; 第三个模型通过构建创业激情领域研究的整合框架, 能够明晰现有创业激情研究的主要脉络, 寻找未来研究的方向并拓展相关理论, 完善创业领域的理论研究。

4. 创业激情的影响因素和作用结果

近些年创业激情的相关研究得到了越来越多的关注与探索, 基于上述研究框架以及已有研究进行整理与分析, 本文构建了如图 4 所示的现阶段创业激情研究的整合框架, 有利于学者们把握创业激情的已有研究内容与发展状况, 为相关研究的展开与推进奠定基础。



(模型来源: 依据本文内容绘制)

Figure 4. Current research integration framework of entrepreneurial passion

图 4. 当前创业激情研究整合框架

4.1. 创业激情的前因变量研究

4.1.1. 内部因素

目前有关创业激情的前因变量研究相对较少, Cardon 等认为人口统计学相关因素可能会影响创业者的创业激情, 包括创业者的年龄、性别、创业经验、教育程度, 家庭背景以及生活经历等, 他们发现,

男性企业家和具有创业经验的人对发明创造表现出更强烈的积极情绪(Cardon et al., 2013; 张剑等, 2017)。

人格特质也可能是影响创业激情的重要因素, Obschonka 等(2018)通过分析 137 名来自德国的科学家测量的数据, 揭示了企业家的五大人格特征能够促进创业激情的产生。朱秀梅与王天东(2019)研究了创业者幽默对于团队创业激情的影响, 并验证了团队心理安全和团队情感承诺在创业者幽默与团队创业激情之间的中介作用。

创业身份认同是创业激情形成的关键驱动因素(Vallerand et al., 2003), Cardon 等(2009a)在研究中发现身份认同与创业激情存在着显著的正相关关系, 创业者积极参与与创业身份相关的活动有利于激发其创业激情(Murnieks et al., 2014); Murnieks 等(2020)提出不同类型的创业激情的来源可能存在差异, 和谐的创业热情是由创业身份中心性推动的, 而强迫的创业热情是由情感性的人际承诺推动的。

此外, 创业能力与自我效能感能够影响创业者的创业激情。Ismail 等(2015)提出, 创业者的风险承受能力以及对不确定性的忍耐能力能正向影响创业激情的激发; 也有学者认为创业自我效能有助于激发个体积极的情绪体验和创业身份认同, 进而唤起创业激情。Fesharaki (2019)通过实证检验证实了精神智力和自我效能感与创业激情呈正相关关系。另外, 基本心理需要(陶雅, 李燕萍, 2018)、其他人创业成功或失败的创业故事(Liu et al., 2019)以及创业努力(Gielnik et al., 2015)等都可能激发创业激情。

4.1.2. 外部因素

创业激情的外部影响因素主要包括组织环境, 社会环境与社会关系等。

在组织环境方面, Kang 等(2016)检验了组织氛围与员工创业激情之间的关系, 发现组织中的创新氛围与员工的发明热情呈正相关; 此外, 领导类型也是激发创业激情的来源之一, 蒿坡等(2015)认为以团队成员之间的动态交流为特点的共享型领导有助于形成组织内的激情氛围; 同时, 还有学者通过多数据来源的实地研究验证了变革型领导力与团队的和谐型创新激情之间的正相关关系(魏昕, 张志学, 2018), 另外, 组织环境中的组织文化、环境的自主支持与控制性等都会影响创业激情的产生(张剑等, 2017)。

创业者所处的社会环境可以大致分为宏观环境与微观环境两类, 宏观环境主要包括创业者所处的时间、空间, 国家的创业政策、资源获取的难易程度等因素, 而微观环境主要包括创业者在组织中所处的位置、社会网络、家庭背景、家庭经济状况等因素。宏观环境的高支持性有助于创业者感知到创业成功的可能性, 而微观环境的高支持性能够使创业者获得物质与精神上的直接支援与帮助, 对创业激情的激发与维持具有积极影响(王亚娟, 2016)。

此外, 社会关系网络的建立有助于创业者在新创企业或者在企业扩张阶段获得更多的资金、技术与人才等资源, 个人社会网络, 商业社会网络, 政治社会网络与创业激情之间的内在作用机制有待学者进一步挖掘和深入探讨(谢雅萍, 陈小燕, 2014)。

4.2. 创业激情的中介机制研究

关于创业激情中介变量的研究, 本文主要通过四个层面进行梳理, 即能力与特质层面, 认知层面, 情感层面以及其他层面。

能力与特质层面: 已有研究证实了具有韧性或毅力的创业者更可能会实现创业成功, 拥有创业激情的个体通常在创业活动上更具毅力, 克服困难与挑战, 进而实现创业成功(张秀娥等, 2019); 具有高度创业激情的个体往往会参与更多与目标相关的活动, 拥有更多的机会体验, 从而能够提高创业者的创造力与创新能力, 进而影响其创业意愿(Syed et al., 2020); 欧绍华等发现创业拼凑在创业激情与新企业绩效间起到部分中介作用, 并采用回归分析方法对理论模型验证了这一结果(欧绍华, 张志伟, 2019)。此外过往研究也证实了创业坚持(赵敏慧等, 2019)、创业自我效能感(崔连广等, 2019)以及创造性解决方案生成能力(Ko et al., 2019)在创业激情中介机制中发挥的作用。

情感层面: Cardon (2008)在研究中探讨了情绪感染对企业家创业激情与员工工作激情的中介作用, 创业激情通过情绪模仿和社会比较两条路径影响员工的工作激情, 情绪模仿仅对员工的积极情感产生作用, 不足以激发员工工作激情, 而社会比较可以同时影响员工情感与对组织的认同两个维度, 对工作激情的影响更大; 后来在张剑等(2018)的研究中解释了为什么有些类型的企业家创业激情只能够影响员工工作激情的一个维度, 他们发现在企业家创业激情的三个维度中, 仅有发展激情能够通过情绪感染来同时影响员工情感与认知两个维度, 而发现激情与创建激情的影响并没有得到验证; 除了情绪感染外, 创业激情还会受到情感承诺(朱秀梅, 王天东, 2019)与创业承诺等方面的中介影响。

认知层面: 创业激情还会对创始人的认知因素产生作用, 例如单标安等(2018)在研究中发现认知偏差的两个维度(即控制错觉与风险倾向)均在创业激情对技术商业化速度的影响过程中起到中介作用; 另外, 单标安等(2019)还发现员工所感知的不同类型的创业激情对其感知的信任会产生不同作用, 从而进一步影响员工创新行为。

其他层面: 除了以上几个层面, 创业激情还会通过管理强度的中介作用, 使创业理念能够以一种更加积极, 准确的方式传递到员工之中, 进而影响企业的创业成长(周键, 2016); 王转弟等发现创业学习中介了创业激情与创业绩效的关系, 并通过调研数据验证了创业学习在创业激情对农民工的个人与组织两类创业绩效中均产生正向的中介作用(王转弟等, 2020; 李硕, 2019)。另外, 创业激情对个体行为所产生的作用受到自我调节水平差异的影响, 因此创业激情可能通过自我调节模式来影响创业者的决策思路, 从而调整创业目标(邓舒婷等, 2020)。

4.3. 创业激情的调节变量研究

对于创业激情的调节机制研究, 本文主要从个体内部因素与外部因素两方面进行梳理。

4.3.1. 个体内部因素

自我效能感: 不同创业者所拥有的创业激情对管理强度的影响存在很大差异, 而这种差异可能来源于创业者在目标导向与信心等方面的不同, 周键在其研究中证实了高自我效能感的个体更有可能感染他人, 因而其创业激情对管理强度的调节作用更显著(周键, 2016)。

好奇心: 积极的好奇心能够增强个体创业激情对于创业意愿的影响, 这意味着创业者的好奇心水平越高, 创业激情通过创新能力对创业意愿产生间接影响的作用将越显著(Syed et al., 2020)。

4.3.2. 外部因素

环境不确定性: 企业在经营过程中往往处于一种变化迅速的不确定环境中, 环境的不确定性会调节创业激情对创业成功的影响路径(张秀娥等, 2019), 邓舒婷等(2020)验证了环境不确定性对自我调节运动模式在创业激情与效果推理之间的中介作用产生正向影响, 而对自我调节评估模式的中介作用的调节效应不显著。

社会资本: 创业激情对创业者创业意愿的强化, 需要考虑社会资本的调节作用。创业激情作为一种强烈的积极情绪会增强个体的进行创业活动的意愿与冲动, 然而在这一过程中创业者也会评估自己获取创业资源的可能性, 因此社会资本能够调节创业激情促进个体创业意愿的进程(梁祺, 王影, 2016)。

另外, 赵敏慧等(2019)利用逆境与创新等新变量, 检验了其对创业激情影响创业成功的调节作用, 最终证实了逆境对于二者的调节作用不显著, 而创新能够促进二者之间的关系。

4.4. 创业激情的后果变量研究

4.4.1. 对创业者个人的影响

创业认知: 创业激情对个体创业认知的影响主要体现在风险感知能力与自我效能感两个方面(方卓,

张秀娥, 2016)。首先, 拥有创业激情的创业者对任务与环境的敏感性较高, 对于风险厌恶者来说, 创业激情会提高创业者对创业活动的警惕性与谨慎性, 刺激创业者风险感知能力的提高(Cardon et al., 2005)。其次, 创业激情能够增强创业者的自我效能感(Murnieks et al., 2014), 创业激情驱使设定有挑战性的目标, 提升创业相关的技能, 增强自我效能感。

创业行为: 创业激情是引发个体创业行为的关键驱动因素(Cardon et al., 2013; Omorede, 2014)。创业激情能够通过直接或间接的方式对个体创业行为产生影响, 一方面, 创业激情能够激发创业者创造性解决问题的能力, 激发创新性行为, (Baron & Tang, 2011; Liu et al., 2011); 另一方面, 创业激情也能够通过自我效能、内在动机等中间变量来激发个体的创业行为, 使创业者更加专注于所从事的创业活动(Murnieks et al., 2014)。

创业绩效: 研究发现, 创业激情对个体绩效能够产生积极的影响。创业激情能够使个体全情投入到自己的创业活动中, 激发个人的斗志以及有意图的内在动力, 促进创业者产生更高的创业绩效(Baron & Markman, 2003; Vallerand et al., 2003)。然而, 也有研究发现, 创业激情也可能对创业绩效产生负面影响, 例如, Ho 等(2014)认为和谐激情有利于创业者获得更多的个人报酬, 而强迫激情对创业绩效有负面影响, 甚至可能会降低创业绩效。

除此之外, 创业激情对于个体创业成功(赵敏慧等, 2019), 创业决策(李硕, 2019)以及创业意愿(Syed et al., 2020; Biraglia & Kadile, 2017)等方面均存在影响。创业激情对个体的影响研究较为深入, 这也是目前创业激情领域学者们主要关注的议题之一。

4.4.2. 对员工的影响

现有研究开始关注创业者的创业激情对内部员工层面的影响, 主要涉及创业激情对员工的工作激情、情感承诺以及创新行为等方面的作用机制的探究。

员工工作激情: 研究显示, 创业者的创业激情能够跨层次激发员工的工作激情, Cardon (2008)通过构建创业激情感染模型, 探索了创业者的创业激情向员工传染过程中可能发生的影响路径, 创业者通过积极与消极的情感显示向员工传递创业激情, 他们认为创业激情主要通过情感模仿和社会比较两条路径来影响员工工作激情。

员工情感承诺: 在 Cardon 等的研究基础上, Breugst 等(2012)发现创业者的创业激情可以通过情绪感染来影响员工的情感承诺, 学者们通过情绪感染理论和目标设置理论从情感机制与认知机制两方面研究了企业家的三种激情(创建激情、发现激情与发展激情)与员工情感承诺之间的关系, 研究发现企业家的发现激情与发展激情正向影响员工情感承诺, 增加员工的工作投入及其对企业的忠诚度; 然而创建激情反向影响员工的情感承诺, 降低员工的工作投入度与专注度。

员工创新行为: 有学者发现个体的创业激情能够对员工的创新行为产生影响。单标安等(2019)通过构建感知的创业激情对员工创新行为的影响机理模型进行实证研究, 结果表明, 员工感知的企业家探索激情和发展激情都通过感知信任这一中介变量对员工创新行为产生积极影响, 而创建激情通过感知信任对员工创新行为产生消极影响。然而这一研究仅仅以新创企业为研究对象, 忽视了对于较为成熟企业中员工创新行为的研究, 不具备普适性。

4.4.3. 对团队的影响

团队协作: Drnovsek 等(2009)在其研究中提出了团队创业激情的概念, 并根据团队成员所承担角色的不同将团队分为专注激情团队、混合激情团队以及平衡激情团队, 专注激情团队中的成员会产生最高的团队凝聚力, 团队协作水平较高, 平衡激情团队次之, 混合激情团队中的认知与情绪冲突较高, 团队凝聚力与团队协作较差。Cardon 等(2017)认为团队中共同的积极情绪有助于促进团队形成更强的凝聚力

与行为整合,从而有助于团队成员之间的相互协作与互动交流,促使团队成员通过良好的协作更有效地完成团队任务,达成组织目标。

团队创造力: 创业激情是一种强烈的积极情绪,而团队成员积极的情绪能够对团队创造力产生积极的影响。不同的团队情绪能够对创造性想法的生成和选择产生不同的影响(Perry-Smith & Coff, 2011),研究发现,最佳的团队情绪应当能够随着创造力的产生和选择阶段的变化而变化,在想法生成阶段,活跃的、愉快的团队情绪能够促进团队创造力,而在想法选择阶段更需要不活跃的团队情绪。

团队绩效: 根据现有研究,创业激情对于团队绩效的影响大致可以分为两种路径,一方面,有学者认为创业激情会直接影响团队绩效(Cardon et al., 2017), Cardon 等在研究中发现根据焦点的多样性与强度的分散性可以划分为不同的团队创业激情类型,从而对团队绩效产生不同影响,研究表明以高焦点多样性与低强度分散性为特征的多焦点团队创业激情更有利于团队成员间的交流与互动和创新想法的出现,从而更有助于提高团队绩效;另一方面也有学者开始探索创业激情通过其他中间变量间接影响团队绩效的作用机制, Drnovsek 等(2009)认为创业激情能通过影响团队动态性来间接对团队绩效产生影响,同时团队创业氛围,团队创业学习与创业实践行为都可能作为中间变量来影响创业激情与团队绩效间的关系,需要进一步探讨与检验其中的内在作用机制。

然而,创业激情的作用发挥存在边界,创业激情过低或过高可能都会对团队绩效带来不利影响,导致团队绩效的下降,关于创业激情对于团队的负面影响与边界探索也是未来需要关注的研究方向。

4.4.4. 对投资者的影响

已有研究显示投资者在进行投资决策时会考虑创业者创业激情水平的高低与创业激情的具体来源,而这些因素会影响投资者的投资意愿与投资额度。

首先,有学者认为积极的情感状态能够让创业者的表现更加令人信服,同时能够拓宽其社会网络,为其提供更多的社会资源,更容易获得成功(Baron, 2008),例如, Li 等(2017)在研究中发现,创业者在筹资过程中,表现出高水平的创业激情会通过激情传染来增加投资者对于该项目的热情,从而能够获取更多的资源;同时, Davis 等(2017)通过研究发现创业激情可以调节感知的产品创意与投资者的积极情感反应之间的关系,即投资者对于产品创意以及创业者创业激情的看法会共同影响投资者的资源分配决策,研究结果表明投资者更愿意为具有高度创业激情的创业者提供资金支持。

其次,投资者进行风险投资时除了会考虑创业者激情水平的高低外,也会深入了解创业者创业激情的来源,投资者更愿意考虑出于对创业活动本身的热爱并将创业角色视为自身的身份的创业者,而非由于外界压力被动进行创业(Elsbach & Kramer, 2003);同时在选择投资对象时可能更关注创业者认知激情的影响, Cardon 等(2009b)发现创业者的认知激情对投资者的投资意愿有正向的积极影响,而且认知维度的激情对投资者的影响比情感维度或行为维度都更加持久,但也有学者认为,在天使投资人对企业的投资潜力进行评估时,由于天使投资人更倾向于进行直觉决策,更容易受到情绪感染的影响,从该研究中可以发现,天使投资人的个人特质也会影响投资者感知的创业激情与投资意向之间的关系,研究发现往往以年龄较大,依赖直觉决策、高度开放且能够提供指导为特征的投资者所感知到的创业激情对投资意向的影响更加强烈(Mitteness et al., 2012)。

4.4.5. 对企业发展的影响

研究发现拥有创业激情的创业者更愿意促进企业的成长,对企业发展有积极作用。Cardon 等(2009a)在研究中发现企业家的创建激情和发展激情会直接影响企业成长,企业家激情会增强其积极情绪对企业发展的积极影响,同时也会削弱其消极情绪对企业发展的消极影响。

而 Baum & Locke (2004)认为,创业激情并不能对企业的成长与发展产生直接的影响,而是通过作用

于个体或团队, 对其思维、动机与行为等进行调节来间接影响企业的发展。受到创业激情驱动的创业者往往有更强的专注力和持久力, 创业激情能够促进创业者创造性解决问题能力的提高, 有利于进行机会识别与利用, 更好地促进企业创建与企业成长(Cardon et al., 2009a); 而且创业激情能够帮助新创企业的个体与团队在创业过程中的艰难时期保持乐观积极的态度, 努力克服重重困难, 促进企业的成长与发展; 有激情的创业者愿意尝试各种新鲜的想法, 并采取行动与措施去迎接机遇和挑战(Liu et al., 2011), 有利于识别机会与执行计划, 从而促进企业达成目标, 有助于未来更好地发展。

然而, 当创业激情水平过高时, 创业者会对企业的预期发展存在盲目自信的评估, 同时也可能会使员工对负面消息分析不够谨慎, 从而对企业发展产生不利影响。

5. 未来研究方向展望

创业激情领域的研究日益受到学者们的关注, 无论对学术研究还是企业实践活动而言, 创业激情的研究都是有价值的, 然而国内外相关研究仍然存在一些需要重点关注与解决的问题, 因此本文提出几点未来研究值得深入探讨的方向以供参考。

5.1. 厘清创业激情的本质与概念内涵

首先, 现有研究提出的创业激情的概念包括个人特质, 情感、认知以及动机等多种不同的视角, 如今, 关于创业激情的本质说法不一, 尚不明确。从特质视角来看, Baum等(2001)认为创业激情是创业者与生俱来的人格特质, 因此创业激情通常是长期稳定存在的, 然而从情绪视角来看, Collewaert等(2016)认为创业激情是一种强烈的积极情感, 这种情感会随着时间的推移而逐渐减少, 这意味着随着创业持续增长, 创业激情的总体水平呈下降趋势, 因此明确创业激情的本质对于未来研究方向以及研究结果的准确性都是有益的。其次, 目前创业激情内涵的测量方式主要有两种, 一种是创业者自评量表, 即从创业者个人的评述来测量其创业激情的水平; 另一种是他评量表, 即由员工或者风险投资者根据创业者个人的外在表现来评估创业者的创业激情(张剑等, 2017)。然而, 这两种方式都是通过创业者创业激情被自己或他人所察觉到的外在表现来评定的, 并没有从创业激情的本质成分进行测量, 因此, 未来研究更应从创业激情本质出发, 开发适用于测量创业激情本质成分的新量表, 使创业激情量表的准确性更高, 适用性更普遍。

基于此, 在未来的研究中应合理界定创业激情的概念与维度。明确创业激情的本质, 在创业激情本质得到广泛认同的基础上, 有利于后续研究的顺利进行并提升研究的准确度; 合理划分创业激情的维度, 开发有效且准确的创业激情量表, 完善创业激情量表的指标, 更加准确地从创业激情本质成分的角度进行测量。

5.2. 探索创业激情的来源

关于创业激情前因变量的研究仍处于探索阶段, 尚不成熟, 仅有少量研究分析了创业激情的影响因素, 例如, 有学者认为身份认同是激发个体创业激情的重要来源之一(Vallerand et al., 2003); Cardon & Glauser (2011)通过对 80 名创业者的调查分析, 将创业者对创建企业、人际关系、产品或服务、发明、竞争以及社会责任的热爱作为形成创业激情的六大来源, 然而其在何种条件与情境下、通过何种方式、如何影响创业激情的内在生成机制尚不明确, 有待学者们在未来对此进行深入研究探讨。此外, 创业激情的形成与发展是多维度的, 仅从单维度考虑创业激情的来源过于局限, 例如, 可以从个人层面的年龄、性别以及成长背景等方面, 环境层面的宏观与微观环境等方面, 组织层面的领导风格、组织文化等方面, 网络层面的个人社会网络、商业社会网络以及政治社会网络四个维度来思考创业激情前置因素所带来的

不同影响(谢雅萍, 陈小燕, 2014)。

未来,在借鉴前人研究的基础上,学者们应深入探究创业激情的来源及其形成机制,探讨前置因素激发创业激情的内在路径,进一步探索中间变量以及调节变量的存在与否,更深入地揭示创业激情的产生与发展机制,为未来创业激情的其他相关研究提供借鉴;同时,在未来的研究中还应从多维度关注不同层面的诱发因素对创业激情产生的影响,从而能够更加全面地探讨与对比不同维度的因素对创业激情产生影响的作用效果,进而明晰创业激情的来源,为组织成员(例如领导者或其他员工等)创业激情的激发提供理论依据。

5.3. 关注组织内部员工的创业激情研究

创业激情不仅仅只针对于企业家和创业者,也包括组织内的其他个体,如普通员工或潜在创业者,如今,内部创业问题得到了越来越多的关注,比如, Jones (1992)研究了代理问题如何影响内部企业创业的动力和创业行为的水平,考察了内部企业与外部企业家精神之间的关系,并提出了促进企业内部创业的代理问题解决方案, Komulainen 等(2011)提倡鼓励培养内部创业精神,并将内部创业精神归纳为具有自我责任、勤奋和独立属性的创业精神。

同时,根据情绪感染理论,已有学者对个体的创业激情如何向组织内部的员工传递进而激发员工的工作激情进行了研究(Cardon, 2008; 张剑等, 2018),然而却鲜少有研究涉及到如何激发员工的创业激情以及员工的创业激情能够为组织带来何种影响,这为未来组织内部创业激情的研究提供了新方向。

因此,未来可以关注组织内部的创业问题,将目光焦点由创业者或企业家转移到组织内的其他普通成员身上,针对员工利用组织以及外部提供的资源进行内部创业来开展相关创业激情研究,明晰员工创业激情的影响与后果因素,丰富并完善创业激情领域的研究,更好地在实践层面为组织内员工的内部创业活动提供理论指导。

5.4. 深入探索创业激情的负面影响

已有研究通常将创业激情作为一个能够带来积极影响的概念,然而后来有学者发现,创业激情如同其他事物一样,存在“过犹不及”的现象,例如, Ho & Pollack (2014)发现强迫激情对企业的创业绩效存在负面影响,甚至可能会降低创业绩效。因此,创业者的创业激情水平可能存在一段合理区间,过低或过高的创业激情对于创业者个人、创业团队以及企业的成长与发展都会产生不利影响。

对于个体而言,创业激情过高会导致创业者盲目自信,产生不切实际的期望,而且个体投入大量的时间和精力在创业活动中,会削弱个体的心理资源与心理幸福感,而创业激情过低会使创业者的投入度与专注度不足(Cardon et al., 2005);对于创业团队而言,团队内部成员创业激情水平的不同,也可能会带来负面影响,导致不必要的团队冲突,降低团队凝聚力和创造力,同时也会导致低创业激情水平的个体被迫追求与团队成员一致的激情水平(Drnovsek et al., 2009; Cardon et al., 2017);对于企业而言,过高或过低的创业激情可能会使企业设定不合理的目标并忽略外部消极信息的处理,从而对企业发展产生不利影响。

未来的研究可从个体、创业团队以及新创企业等三大主体来深入研究创业激情效用发挥的合理区间,研究如何管理创业激情水平才能避免产生负面效应,从而帮助创业者在实践中最大化创业激情的积极作用,最小化创业激情的消极作用。此外,目前仅有少数学者从理论上探讨了创业激情可能带来负面影响,然而对于其如何产生负面影响以及产生何种程度的负面影响没有继续探究,有待未来进一步探索。

5.5. 开展关于团队及组织创业激情的研究

现有研究对于个体层面的创业激情研究较为丰富,其内涵、测量以及后果的研究已被许多学者关注,

已有研究发现领导者个体的创业激情可以通过情绪感染传递给员工(Cardon, 2008; 张剑等, 2018), 甚至传递给团队或组织, 因此团队与组织层面的创业激情也是一个重要的研究方向。然而现有研究主要关注个体创业激情的形成与发展研究, 忽略了团队与组织创业激情的探索。

对于团队的创业激情而言, 团队层面创业激情的概念界定及维度划分处于起步阶段, 有学者界定了团队创业激情的概念, 并考察了不同团队激情水平下团队凝聚力、认知冲突和情绪冲突所存在的差异(Drnovsek et al., 2009; Cardon et al., 2017); 而对于组织层面的创业激情而言, 其概念、维度及测量方式仍无法明确界定, 仅有少量研究将组织层面的创业激情划分为组织认同、组织氛围、组织规则和人际互动四个维度, 但尚未深入研究(谢雅萍, 陈小燕, 2014)。而关于团队和组织创业激情的前因与后果因素及其内在影响机制的研究更为匮乏, 未来研究应重点关注团队和组织创业激情的来源与作用效果的研究, 深入挖掘团队与组织创业激情在企业创立、成长与发展的不同时期中所发挥的作用。

团队与组织的创业激情作为创业激情研究的新方向, 具有很大的研究价值。未来应完善团队与组织创业激情的内涵、维度与测量研究, 积极展开关于团队与组织创业激情的影响因素与后果因素等方面的研究, 深入探索团队与组织创业激情的重要价值, 并分析比较创业激情在个体、团队与组织等不同层面产生影响的差异。

5.6. 基于中国情境进行相关研究, 为中国创业者个人、团队及组织提供借鉴

由于国内关于创业激情的研究起步较晚, 因此相较于国外的研究, 国内学者对于创业激情领域的探索仍然存在滞后性, 而国外的研究成果可能并不能完全适用于中国情境下的创业活动。

首先, 目前普遍采用的量表中大多数是借鉴国外学者的已有量表, 应鼓励中国学者结合中国情境来修改已有的国外量表或者开发具有中国情境因素的新量表, 更准确地对国内创业者、创业团队或企业的创业激情进行测量。例如, 谢雅萍等(2016)基于中国情境, 开发了适合中国创业者的新量表, 而王转弟等(2020)在此基础上, 对这一量表进行了部分修改, 根据农民工创业者所普遍具有的激情特征, 设计出一个适用于农民工创业者的量表。其次, 不同国家可能存在文化差异, 包括不同企业的组织文化以及员工所喜爱的领导风格等方面都可能有所不同, 未来应进一步明确中国文化背景下创业者创业激情的形成与发展所带来的影响。第三, 中国特殊群体的创业激情也值得深入研究, 比如农民工群体(王转弟等, 2020), 青年高校毕业生群体(王诗婕等, 2020), 少数民族大学生群体(马蓝等, 2020)等, 通过聚焦研究范围, 将研究成果更精准地用于服务某一群体。

基于这一现状, 未来研究应考虑中国情境来开展本土化的创业激情研究。首先, 开发适用于中国情境的量表, 积极探索结合国情的创业激情概念、维度划分以及形成与发展机制; 第二, 关注跨文化研究, 观察并对比国内与国外不同国家文化背景下创业激情研究中存在的差异; 第三, 关注中国情境下特殊群体创业激情的相关研究, 聚焦中国国情进行更多的本土化研究, 收获更多适用于中国情境的研究成果, 为国内的创业者个人、创业团队及创业企业提供借鉴与参考。

基金项目

教育部人文社会科学规划项目 20YJC630093; 北京市教委社科计划一般项目(SM202110009006)。

参考文献

- 崔连广, 张玉利, 闫旭(2019). 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. *外国经济与管*
理, 41(8), 17-28.
- 单标安, 闫双慧, 鲁喜凤(2018). 创业激情、认知偏差与技术商业化速度. *科学学研究*, 36(10), 1809-1816, 1827.
- 单标安, 于海晶, 鲁喜凤(2019). 感知的创业激情、信任与员工创新行为关系研究. *管理科学*, 32(1), 80-90.

- 邓舒婷, 崔连广, 闫旭(2020). 创业激情、自我调节模式与效果推理关系研究. *管理学报*, 17(6), 871-880.
- 方卓, 张秀娥(2016). 创业激情有助于提升大学生创业意愿吗?——基于六省大学生问卷调查的研究. *外国经济与管理*, 38(7), 41-56.
- 蒿坡, 龙立荣, 贺伟(2015). 共享型领导如何影响团队产出?信息交换、激情氛围与环境不确定性的作用. *心理学报*, 47(10), 1288-1299.
- 李硕(2019). 创业激情对创业决策的影响机制思考——创业学习的中介作用. *区域治理*, (50), 202-204.
- 梁祺, 王影(2016). 生涯适应力、创业激情和创业意愿关系研究. *科学学与科学技术管理*, 37(1), 162-170.
- 马蓝, 茹东燕, 辛保罗(2020). 少数民族大学生创业能力的影响研究——基于创业学习的视角. *技术经济与管理研究*, (5), 25-32.
- 欧绍华, 张志伟(2019). 创业激情、创业拼凑与新企业绩效关系研究. *科技进步与对策*, 36(7), 26-32.
- 陶雅, 李燕萍(2018). 家庭嵌入视角下创业激情形成机理的跨域研究. *管理学报*, 15(12), 1810-1818.
- 王诗婕, 张小玥, 宋敏(2020). 双创背景下大学生创业激情的诱发机制. *中外企业家*, (14), 179-180.
- 王亚娟(2016). 大学生创业激情及其影响因素探索. *继续教育研究*, (12), 23-25.
- 王转弟, 马红玉, 郭鹏宇(2020). 创业激情、创业学习与农民工创业绩效. *南方经济*, (5), 111-126.
- 魏昕, 张志学(2018). 团队的和谐型创新激情: 前因、结果及边界条件. *管理世界*, 34(7), 100-113, 184.
- 谢雅萍, 陈小燕(2014). 创业激情研究现状探析与未来展望. *外国经济与管理*, 36(5), 3-11, 12.
- 谢雅萍, 陈小燕, 叶丹容(2016). 创业激情有助于创业成功吗? *管理评论*, 28(11), 170-181.
- 张剑, 李精精, 宋亚辉(2018). 创业激情对员工工作激情的跨层次影响: 情绪感染的中介作用. *管理评论*, 30(11), 152-163.
- 张剑, 李精精, 张莹(2017). 创业激情: 情绪视角的创业研究综述. *科技进步与对策*, 34(2), 153-160.
- 张秀娥, 李梦莹(2019). 创业激情对创业成功的影响: 一个有调节的中介效应模型. *华东经济管理*, 33(9), 153-160.
- 赵敏慧, 刘伟江, 孙聪(2019). 创业激情对创业成功的影响——基于有调节的中介效应模型. *技术经济与管理研究*, (11), 26-34.
- 周键(2016). 创业激情对创业成长的影响及作用机制研究. *科学学与科学技术管理*, 37(12), 82-91.
- 朱秀梅, 王天东(2019). 创业者幽默如何激发团队创业激情?——团队心理安全和团队情感承诺的多重中介作用. *经济管理*, 41(6), 75-90.
- Baron, R. A. (2008). The Role of Affect in the Entrepreneurial Process. *Academy of Management Review*, 33, 328-340. <https://doi.org/10.5465/amr.2008.31193166>
- Baron, R. A., & Markman, G. D. (2003). Beyond Social Capital: The Role of Entrepreneurs' Social Competence in Their Financial Success. *Journal of Business Venturing*, 18, 41-60. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00069-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00069-0)
- Baron, R. A., & Tang, J. (2011). The Role of Entrepreneurs in Firm—Level Innovation: Joint Effects of Positive Affect, Creativity, and Environmental Dynamism. *Journal of Business Venturing*, 26, 49-60. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.06.002>
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The Relationship of Entrepreneurial Traits, Skill, and Motivation to Subsequent Venture Growth. *Journal of Applied Psychology*, 89, 587-598. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.89.4.587>
- Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001). A Multi-Dimensional Model of Venture Growth. *Academy of Management*, 44, 292-303. <https://doi.org/10.5465/3069456>
- Biraglia, A., & Kadile, V. (2017). The Role of Entrepreneurial Passion and Creativity in Developing Entrepreneurial Intentions: Insights from American Homebrewers. *Journal of Small Business Management*, 55, 170-188. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12242>
- Breugst, N., Domurath, A., Patzelt, H., & Klaukien, A. (2012). Perceptions of Entrepreneurial Passion and Employees' Commitment to Entrepreneurial Ventures. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 36, 171-192. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00491.x>
- Cardon, M. S. (2008). Is Passion Contagious? The Transference of Entrepreneurial Passion to Employees. *Human Resources Management Review*, 18, 77-86. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2008.04.001>
- Cardon, M. S., & Glauser, M. J. (2011). *Entrepreneurial Passion: Sources and Sustenance*. New York: Wilson Center for Social Entrepreneurship.
- Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E., & Patel, P. C. (2013). Measuring Entrepreneurial Passion: Conceptual Foundations and Scale Validation. *Journal of Business Venturing*, 28, 373-396. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.003>

- Cardon, M. S., Post, C., & Forster, W. R. (2017). Team Entrepreneurial Passion: Its Emergence and Influence in New Venture Teams. *Academy of Management Review*, 42, 283-305. <https://doi.org/10.5465/amr.2014.0356>
- Cardon, M. S., Sudek, R., & Mitteness, C. (2009b). The Impact of Perceived Entrepreneurial Passion on Angel Investing. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 29, 1-15.
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2005). Entrepreneurial Passion: The Nature of Emotions in Entrepreneurship. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, Vol. 1, G1-G6. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2005.18778641>
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009a). The Nature and Experience of Entrepreneurial Passion. *Academy of Management Review*, 34, 511-532. <https://doi.org/10.5465/amr.2009.40633190>
- Chen, X. P., Liu, D., & He, W. (2015). Does Passion Fuel Entrepreneurship and Job Creativity: A Review and Preview of Passion Research. In J. Zhou (Ed.), *The Oxford Handbook of Creativity, Innovation and Entrepreneurship* (pp. 159-175). Oxford: Oxford University Press.
- Chen, X. P., Yao, X., & Kotha, S. (2009). Entrepreneur Passion and Preparedness in Business Plan Presentations: A Persuasion Analysis of Venture Capitalists' Funding Decisions. *Academy of Management Journal*, 52, 199-214. <https://doi.org/10.5465/amj.2009.36462018>
- Collewaert, V., Anseel, F., Crommelinck, M. et al. (2016). When Passion Fades: Disentangling the Temporal Dynamics of Entrepreneurial Passion for Founding. *Journal of Management Studies*, 53, 966-995. <https://doi.org/10.1111/joms.12193>
- Davis, B. C., Hmieleski, K. M., Webb, J. W., & Coombs, J. E. (2017). Funders' Positive Affective Reactions to Entrepreneurs' Crowdfunding Pitches: The Influence of Perceived Product Creativity and Entrepreneurial Passion. *Journal of Business Venturing*, 32, 90-106. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.10.006>
- Drnovsek, M., Cardon, M. S., & Murnieks, C. Y. (2009). Collective Passion in Entrepreneurial Teams. *Understanding the Entrepreneurial Mind*, 24, 191-215. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-0443-0_9
- Elsbach, K. D., & Kramer, R. M. (2003). Assessing Creativity in Hollywood Pitch Meetings: Evidence for a Dual-Process Model of Creativity Judgments. *Academy of Management Journal*, 46, 283-301. <https://doi.org/10.2307/30040623>
- Fesharaki, F. (2019). Entrepreneurial Passion, Self-Efficacy, and Spiritual Intelligence among Iranian SME Owner-Managers. *Psychological Studies*, 64, 429-435. <https://doi.org/10.1007/s12646-019-00507-0>
- Gielnik, M. M., Spitzmuller, M., Schmitt, A., Klemann, D. K., & Frese, M. (2015). "I Put in Effort, Therefore I Am Passionate": Investigating the Path from Effort to Passion in Entrepreneurship. *Academy of Management Journal*, 58, 1012-1031. <https://doi.org/10.5465/amj.2011.0727>
- Ho, V. T., & Pollack, J. M. (2014). Passion Isn't Always a Good Thing: Examining Entrepreneurs' Network Centrality and Financial Performance with a Dualistic Model of Passion. *Journal of Management Studies*, 51, 433-459. <https://doi.org/10.1111/joms.12062>
- Ismail, I., Rahim, N. A., Kamal, M. et al. (2015). Investigating the Needs for Achievement, Risk Taking and Tolerance for Ambiguity toward Entrepreneurial Passion among Single Mother Entrepreneur in Malaysia. *Procedia Economics Finance*, 31, 110-116. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01137-5](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01137-5)
- Jones, G. R. (1992). Managing Internal Corporate Entrepreneurship: An Agency Theory Perspective. *Journal of Management*, 18, 733-749. <https://doi.org/10.1177/014920639201800408>
- Kang, J. H., Matusik, J. G., Kim, T. Y., & Phillips, J. M. (2016). Interactive Effects of Multiple Organizational Climates on Employee Innovative Behavior in Entrepreneurial Firms: A Cross Level Investigation. *Journal of Business Venturing*, 31, 628-642. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.08.002>
- Ko, W. W., Liu, G., Wan Yusoff, W. T. et al. (2019). Social Entrepreneurial Passion and Social Innovation Performance. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 48, 759-783. <https://doi.org/10.1177/0899764019830243>
- Komulainen, K., Naskali, P., Korhonen, M., & Keskitalo-Foley, S. (2011). Internal Entrepreneurship—A Trojan Horse of the Neoliberal Governance of Education? Finnish Pre- and In-Service Teachers' Implementation of and Resistance towards Entrepreneurship Education. *Journal for Critical Education Policy Studies*, 9, 341-374.
- Li, J., Chen, X. P., Kotha, S., & Fisher, G. (2017). Catching Fire and Spreading It: A Glimpse into Displayed Entrepreneurial Passion in Crowdfunding Campaigns. *Journal of Applied Psychology*, 102, 1075-1090. <https://doi.org/10.1037/apl0000217>
- Liu, D., Chen, X. P., & Yao, X. (2011). From Autonomy to Creativity: A Multilevel Investigation of the Mediating Role of Harmonious Passion. *Journal of Applied Psychology*, 96, 294-309. <https://doi.org/10.1037/a0021294>
- Liu, F., Ma, J., & Li, R. (2019). Which Role Model Is More Effective in Entrepreneurship Education? An Investigation of Storytelling on Individual's Entrepreneurial Intention. *Frontiers in Psychology*, 10, 837. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00837>
- Mitteness, C., Sudek, R., & Cardon, M. S. (2012). Angel Investor Characteristics That Determine Whether Perceived Passion

- Leads to Higher Evaluations of Funding Potential. *Journal of Business Venturing*, 27, 592-606. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.11.003>
- Murnieks, C. Y., Cardon, M. S., & Haynie, J. M. (2020). Fueling the Fire: Examining Identity Centrality, Affective Interpersonal Commitment and Gender as Drivers of Entrepreneurial Passion. *Journal of Business Venturing*, 35, 1-17. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.10.007>
- Murnieks, C. Y., Mosakowski, E., & Cardon, M. S. (2014). Pathways of Passion: Identity Centrality, Passion, and Behavior among Entrepreneurs. *Journal of Management*, 40, 1583-1606. <https://doi.org/10.1177/0149206311433855>
- Obschonka, M., Moeller, J., & Goethner, M. (2018). Entrepreneurial Passion and Personality: The Case of Academic Entrepreneurship. *Frontiers in Psychology*, 9, 2697. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02697>
- Omoredé, A. (2014). Exploration of Motivational Drivers towards Social Entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, 10, 239-267. <https://doi.org/10.1108/SEJ-03-2013-0014>
- Perry-Smith, J. E., & Coff, R. W. (2011). In the Mood for Entrepreneurial Creativity? How Optimal Group Affect Differs for Generating and Selecting Ideas for New Ventures. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 5, 247-268. <https://doi.org/10.1002/sej.116>
- Syed, I., Butler, J. C., Smith, R. M. et al. (2020). From Entrepreneurial Passion to Entrepreneurial Intentions: The Role of Entrepreneurial Passion, Innovativeness, and Curiosity in Driving Entrepreneurial Intentions. *Personality and Individual Differences*, 157, Article ID: 109758. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109758>
- Vallerand, R. J., Blanchard, C., Mageau, G. A., Koestner, R., Ratelle, C., Léonard, M., & Marylene, G. (2003). Les passions de l'âme: On obsessive and harmonious passion. *Journal of Personality & Social Psychology*, 85, 756-767. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.4.756>