

文章编号:1000-2995(2013)03-008-0050

公司创业精神对创业绩效的影响路径 —基于珠三角公司的实证研究

杜海东,张 锦

(广东省科技干部学院,广东 珠海 519090)

摘要:虽然很多学者相信机会识别和资源整合在公司创业精神和绩效之间起了中介作用,但了解“如何发生作用”的知识却十分缺乏。基于235家珠三角公司实证研究并辅以案例分析,得出如下结论:(1)渐进式公司创业精神对机会识别和资源整合的促进作用,在成长型市场和东方文化的情境下影响强度更大;(2)激进式公司创业精神对机会识别和资源整合的促进作用,在成熟与竞争市场和西方文化的情境下影响强度更大。研究结论丰富了公司创业精神和绩效关系的相关理论,对公司创业实践,尤其是中国公司施行创业精神的实践具有指导意义。

关键词:公司创业精神;机会识别;资源整合;创业绩效

中图分类号:F270.7

文献标识码:A

1 引言

随着“管理型经济”向“创业型经济”的转变,学术界对创业领域的研究呈现指数式增长。林强、姜彦福、张健文(2001)^[1]在全面评析以往创业研究的基础上,构建了创业理论的概念性框架,并认为“创业精神”是一个需要阐明的重要概念。作为组织层面的现象,公司创业精神(Corporate Entrepreneurship)经常被创新和战略管理领域的文献加以论述。这一术语出现在不同学者的研究中,表述不同但意思却非常接近,例如创业姿态、创业导向、企业家精神等等。过去十几年,关于公司创业精神和公司绩效等变量间关系的文献发展非常迅速^[2]。现有研究早已突破了二者间关系的双变量模型,但或许是在被广泛引用的 Lumpkin 和 Dess(1996)^[3]创业导向与企业绩效关系经

典模型的影响下,更多的研究(例如 Hult et al., 2003; Richard et al., 2004; Stam et al., 2008; Clercq et al., 2010)集中在环境因素和组织因素调节作用的分析上。相比较之下,现存研究忽略了中介变量及其重要作用,这使得公司创业精神对绩效影响路径的知识十分缺乏。基于公司创业精神为关键词的中国期刊全文数据库(1997-2012)搜索结果,只有一篇以市场营销能力为中介变量的实证研究;进一步以创业导向为关键词的搜索结果也不容乐观,寥寥几篇文章分别以组织学习、市场导向、二元能力、动态能力等为中介变量进行研究^[4-7]。

刘预(2009)^[8]认为,对于 Lumpkin 和 Dess(1996)所强调的组织因素尤其是资源,在创业导向转化为绩效过程中是如何发生作用的,并未引起足够重视。Zahra 和 Bogner(2000)^[9]的研究表明,公司创业行为经常因为资源枯竭而不是任何

收稿日期:2011-12-16; 修回日期:2012-10-25.

基金项目:广东省自然科学基金(项目批准号:S2011010000234;起止时间:2011年10月-2013年10月)“珠三角公司创业精神对其国际化经营绩效影响机理研究”。

作者简介:杜海东(1971-),男,吉林白城人,副教授,研究方向为社会资本、创业与创新管理。

张 锦(1981-),男,山东济南人,讲师,研究方向为社会创业。

其他原因被迫终止。另一方面,组织中有效的整合行为是促成创业成功的重要因素,也就是说在公司创业精神向绩效转化的路径中,必须加入资源整合这一重要的创业能力为中介变量才能有效解释公司创业精神到价值创造的转化。创业能力的另一重要维度机会识别对于创业成功的重要作用,过程和机会学派的代表性人物 Shane 和 Venkataraman (2000)^[10]给出了明确的观点,他们认为,创业研究应该以“机会”为线索展开,这包括发现、利用和开发。虽然很多学者相信创业能力在公司创业精神和绩效之间起了中介作用,但了解“如何发生作用”的知识还远远不够。因此,以机会识别和资源整合两个维度构成的创业能力为中介变量,揭示公司创业精神对绩效影响的一个重要影响路径,尤其可以弥补“转型经济情境下,中国公司创业精神操作化的研究仍然缺乏,公司创业精神对绩效作用机制仍不明朗”^[2]这一研究现状的不足。

需要指出的是,公司创业精神对绩效的影响研究出现一些不一致的结论。一般认为,公司创业精神对成长和利润均有较大的影响,但 Morris 和 Sexton (1996)^[11]却发现,公司创业精神对成长影响显著,对现期利润没什么影响。除了对绩效所选用的测量工具和标准外,人们忽略了一个重要的原因,这些不一致的结论源于学者们狭隘地理解了公司创业精神这一概念。研究公司创业精神对于绩效的作用,有必要区分公司创业精神的类型。根据 Henderson 和 Clark (1990)^[12]对不同程度创新的划分,蒋春燕、赵曙明 (2006)^[13]把公司创业精神划分为渐进式公司创业精神 (Incremental CE) 和激进式公司创业精神 (Radical CE)。渐进式公司创业精神表现出加强和升级现有产品/市场的战略导向,而激进式公司创业精神表现出开拓全新产品/市场的战略导向。它们反应了强弱程度不同的创新性、风险承担性与超前行动的倾向。本文将区分公司创业精神的类型,以转型经济背景下具有代表性意义的珠三角公司为调查对象,对不同类型公司创业精神是否以及如何通过机会识别和资源整合最终影响创业绩效进行实证研究,研究结论和管理启示将有助于弥补相关理论研究的不足,并进一步充实相关的实践对策。

2 研究设计

2.1 方法简述

采用实证分析和案例分析相结合的方法展开研究。以实证研究为主,使用 SPSS15.0、LISREL8.70 作为分析工具。通过问卷调查进行数据收集;为保证实证测量在可接受范围内反映变量的真实含义,本研究首先对所有变量进行探索式因子分析,以探明问卷的结构效度;通过 Cronbach' α 系数检验潜变量信度。然后用结构方程进行验证式因子分析,检验理论模型逻辑上的合理性。最后通过检验结构模型的拟合度以及路径系数的显著性来验证假设。还将进一步对假设验证的初步结论辅以案例进行分析。

2.2 假设提出

激进式公司创业精神开拓全新产品和市场的导向,促使企业积极探索各种新的相关技术及市场知识和信息,因而促进探索式学习^[13]。探索式学习是获取现有产品与市场以外的知识和信息的重要途径。知识和信息又是发现创业机会的重要因素,任何一个被甄别的机会都来源于企业家对环境相关信息的高度敏感和持续关注^[14]。另外,具有激进式创业精神的公司表现出超前行动的强烈意愿,因此会通过“寻求与现有经营相关或不相关的机会,先于竞争对手引入新产品^[15]”,抢在竞争对手之前主动预测并追逐市场机会。

渐进式公司创业精神提升现有产品和市场的行动导向,促使企业关注并利用现有相关技术和市场信息,因而促进利用式学习。利用式学习,关注现有顾客需求,对现有产品和市场知识进行吸收和运用,从而实现改善升级现有产品和市场的目的。但组织学习以利用式学习为主的情况下,可能会存在一种危险:即过度关注企业现有顾客和竞争对手会造成战略短视,导致企业只会对现有产品进行微调来回应快速变化的市场^[13]。Christensen 和 Bower (1996)^[16]对磁盘驱动业的研究证实了这种观点。因此,本研究得出如下假设:

H1a:激进式公司创业精神对机会识别能力正向显著影响。

H1b:渐进式公司创业精神对机会识别能力没有显著影响。

公司创业被普遍认为是建立和重构公司资源的重要手段。刘预(2008)^[8]基于中国背景的实证研究证明了创业导向与知识资源和运营资源获取的正相关关系。新企业创建不再只关注机会的重要性,也关注能够给企业带来竞争优势和快速开发机会的资源整合^[17,18]。具有较强创业精神的公司,能够积极主动地识别和开发市场机会,并在这个过程中,产生对知识资源和运营资源的大量需求。为获取这些资源,公司会动用内外部社会网络关系或创新商业模式和内外网络获取资源并予以整合,满足新业务发展需要^[19]。高超前行动导向的公司比低超前行动导向的公司更倾向于、也更善于利于网络关系获取关键资源。相对而言,缺乏创业精神的公司则无法对资源获取提供有效的指导和推动^[20]。因此,本研究得出如下假设:

H2a:激进式公司创业精神正向显著影响资源整合能力。

H2b:渐进式公司创业精神正向影响资源整合能力,但影响程度弱于激进式公司创业精神。

机会认知和识别是创业行为的起点,因此,识别创业机会是成功整合利用资源以开发机会,并最终获得利润的关键^[10]。Chandler 和 Hanks (1994)^[21]的实证研究发现,企业家的机会感知能力与企业绩效之间存在正相关关系。罗志恒(2009)^[22]对成熟企业和高科技初创企业的实证研究证明了机会识别能力与企业绩效的正相关关系。李乾文(2006)^[23]认为,机会探索和开发能力是创业导向与绩效之间的中介变量,利于绩效提升。

被识别的创业机会需要与之匹配的资源才可能转化成商业价值。Zahra 和 Bogner(2000)^[9]的研究表明,从外部环境中有效获取所需技术资源必然会对新创企业绩效产生积极的影响。Brush、Greene 和 Hart(2001)^[24]剖析了创业企业资源构建过程,揭示了资源整合能力对企业绩效的促进作用。Eisenhardt 和 Martin(2000)^[25]定义了资源

整合利用过程中的企业动态能力,并认为这种动态能力利于核心竞争力的形成并最终提高企业绩效。因此,本研究得出如下假设:

H3a:机会识别能力正向影响公司创业绩效。

H3b:资源整合能力正向影响公司创业绩效。

2.3 数据与量表

本研究共发放调查问卷 366 份,回收问卷 252 份,其中有效问卷 235 份。有效回收率为 54.1%。所有数据的 T 检验结果显示,回应调查对象和非回应调查对象在经营年份、员工数量、经营规模上的差异并不显著,这就表明本研究的无应答偏差可以忽略。

调查问卷包括六个部分:企业基本信息;激进式公司创业精神量表;渐进式公司创业精神量表;机会识别能力量表;资源整合能力量表;创业绩效量表。所有的测量都采用 Likert 五级量表(1 代表完全不同意,而 5 代表完全同意)。本研究尽量采用现有文献中的成熟量表,并加以必要的修改。其中,激进式与渐进式公司创业精神量表、机会识别能力和资源整合能力量表的题项均已经过了国内学者的“本土化”效度和信度评价^[13,26,23],因此,直接引用可以提高本研究所需数据收集的可信度。创业绩效量表参考 Atuahene - Gima (2001)^[27]开发的新产品绩效量表,以及 Baker 和 Sinkula(1999)^[28]开发的产品创新绩效量表进行编制。鉴于中外创业环境和文化的不同,采取如下措施保证测量题项的本土适用性。首先对部分受访者进行开放式访谈收集量表的题项内容,按回答内容的含义整理成与参考量表对应的“题项”,再依照“题项”出现的次数由多到少进行排序。接下来对另外 25 位受访者进行预调查,并分成高低分组。通过独立样本 T 检验的统计方法检验高低两组在每个题项上的差异是否显著。结果发现“新产品差异化程度($t = 1.35, p > 0.05$)”题项不能鉴别调查对象的反应差别,因此予以剔除,最终保留 4 个测量题项。所有量表题项均见表 2。

表1 所有测量量表的描述性统计分析、相关系数、信度和区分效度

Table 1 Descriptive statistical analysis, correlation, reliability and discriminant Validity of all measures

	激进式创业精神	渐进式创业精神	机会识别能力	资源整合能力	公司创业绩效
激进式创业精神	0.752^a				
渐进式创业精神	0.773 ^{**b}	0.754			
机会识别能力	0.762 ^{**}	0.746 ^{**}	0.822		
资源整合能力	0.635 ^{**}	0.720 ^{**}	0.758 ^{**}	0.716	
公司创业绩效	0.682 ^{**}	0.696 ^{**}	0.826 ^{**}	0.764 ^{**}	0.829
均值	15.731	15.561	14.857	14.807	14.689
标准差	3.329	3.113	3.475	3.345	3.570
Cronbach's α	0.892	0.877	0.910	0.843	0.937
CR	0.836	0.841	0.893	0.808	0.898
AVE	0.565	0.569	0.676	0.513	0.687

注: a: 相关系数矩阵对角线上黑体显示的是 AVE 的平方根值;

b: 相关矩阵的左下方显示的是相关系数值; **相关系数在 0.01 的水平下显著(双尾)。

表2 量表题项和一阶验证性因子分析结果

Table 2 Measurement items and first-order CFA results

潜变量	编号	观测变量	因子负荷	T-Value
激进式 公司创 业精神	A1	公司不断创造全新产品和服务	0.74	10.68
	A2	公司不断开发新市场	0.71	11.35
	A3	公司不断创新销售渠道	0.78	12.11
	A4	公司不断引入新流程和技术	0.78	11.21
渐进式 公司创 业精神	A5	公司持续改进现有产品和服务	0.70	9.45
	A6	公司持续提高现有的生产效率	0.74	10.18
	A7	公司经常为现有顾客增加服务内容	0.75	12.02
	A8	公司经常调整现有产品和服务的种类	0.73	13.10
机会识 别能力	B1	公司经常发现合适的商业机会	0.80	11.34
	B2	公司有快速取舍商机的灵活适应性	0.84	12.73
	B3	公司新进业务领域市场需求增长速度	0.82	10.47
	B4	公司新进业务领域市场需求规模	0.83	11.52
资源整 合能力	B5	公司低成本提供产品和服务的能力	0.74	12.87
	B6	公司与外部领导机关/政府部门/行业协会联系的紧密程度	0.69	9.17
	B7	公司具有可靠的外部网络	0.74	7.24
	B8	公司内部信任与合作的强弱程度	0.69	10.54
公司创 业绩效	C1	公司新产品推向市场的速度	0.83	10.70
	C2	公司新产品的推出数量	0.83	12.11
	C3	公司新产品销售增长率	0.85	9.66
	C4	公司新产品利润增长率	0.81	9.67

注: $\chi^2/df=2.19$; RMSEA=0.047; NFI=0.95; NNFI=0.96; CFI=0.97; IFI=0.97; RMR=0.047; GFI=0.92。

2.4 信度与效度评价

在进行假设验证之前,通过对测量模型的内

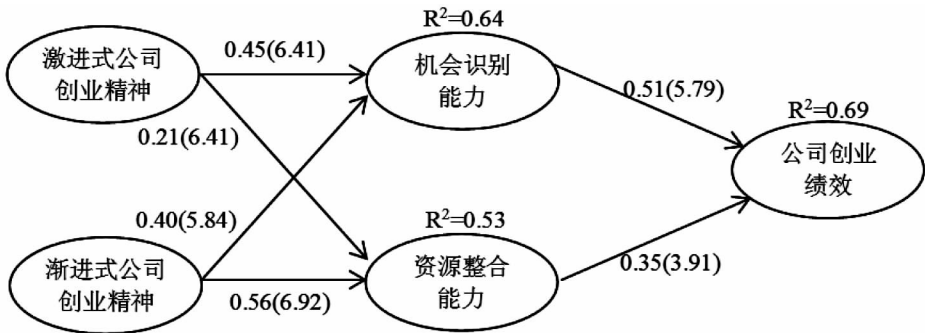
部一致性信度和效度检验,确保每个多重量表测量特定概念的充分性和适当性。如表1所示,各

量表的 Cronbach's α 系数在 0.843 至 0.937 之间,CR(复合信度)在 0.808 至 0.898 之间,均超过了 0.8 的值,所有量表的 AVE(平均变异抽取量)均大于 0.5,可见量表具有良好的信度。

由于研究参考了过往文献中成熟的量表,因此,具有较好的内容效度。一阶验证性因子分析结果显示(如表 2),标准化因子载荷系数介于 0.69 至 0.85 之间,具有较强的统计显著性($p < 0.01$),这表明模型整体拟合度较好,因此各量表汇聚效度良好。另外,AVE 平方根和相应行与列的相关系数比较,前者均大于后者,这说明量表区分效度良好。

2.5 结构模型与假设验证

采用 LISREL8.70 分析多变量之间的路径结构、模型整体拟合情况以及自变量对因变量的影响。通过拟合指数判断本研究模型是否与测量数据相匹配;再通过拟合程度以及路径系数的显著性来验证理论假设是否成立。如图 1 所示,机会识别能力、资源整合能力以及创业绩效被模型解释的百分比分别为 64%、53% 和 69%。在模型拟合度指标中, $X^2/df = 2.15$ (处于 2-5 之间),NFI、NNFI、CFI 和 IFI 值均超过 0.9, RMSEA 和 RMR 值均在 0.06 以下,说明本研究提出的概念模型具有较高的拟合度,研究结果具有实际的参考价值。



$X^2/df=2.15$; RMSEA=0.042; NFI=0.95; NNFI=0.97; CFI=0.97; IFI=0.97; RMR=0.051; GFI=0.90

图 1 结构方程模型的分析结果

Figure 1 Results of structural equation modeling

表 3 列出了本研究假设的检验结果,其中假设 H1a、H2a、H3a、H3b 成立;H1b 拒绝;H2b“部分成立”(相关关系存在,但假设中的“渐进式公司创业精神对资源整合能力的影响程度弱于激进式公司创业精神”却得不到证实)。

3 实证分析

3.1 假设结果分析

假设检验得出 3 个初步结论:(1)激进式公司创业精神和渐进式公司创业精神均对机会识别能力正向显著影响,但后者对机会识别能力影响程度弱于前者;(2)激进式公司创业精神和渐进式公司创业精神均对资源整合能力正向显著影响,但后者对资源整合能力的影响程度强于前者;(3)机会识别能力和资源整合能力均对创业绩效正向显著影响。在上述结论中,如下两点值得关注:

首先,“渐进式公司创业精神对机会识别具有正向显著影响”这一结论否定了“渐进式公司创业精神对创业机会识别没有显著影响”的研究假设。可能的原因有二,一是目前中国仍然是发展中的市场,比较国外成熟市场而言机会更多。现有产品和服务的改善和升级空间很大,例如,与现有产品相关的服务业务就是一个巨大的成长空间。在这种背景下,中国公司渐进式创业精神对于现有产品和服务的关注同样会产生大量的商业机会。二是,中国公司目前多数还是模仿创新,也就是其业务机会很多来自于对市场上现有产品和服务的模仿改进。这也许可以解释本研究的这一结论与一些西方学者研究结论不同的内在原因。

其次,“渐进式公司创业精神对资源整合利用影响程度强于激进式公司创业精神”这一结论否定了“渐进式公司创业精神对资源整合利用影响程度弱于激进式公司创业精神”的研究假设。

通过对调研样本的定性访谈,我们发现可能的原因是,中国社会更为关注人际关系,这种特性映射到公司的网络关系之中。渐进式创业精神关注现有业务,进而关注对现有关系的持续维护和巩固。公司无论是发展现有业务,还是新业务都可能从这样的关系网络中获取资源。在中国,强关系的建立通常需要较长的合作时间建立彼此信赖,而激进式创业精神关注现有业务之外的机会,由于没有合作或合作时间较短,导致公司因此发展的网络关系较弱,因而对资源获取的作用没有施行渐进式创业精神产生的强关系网络的影响明显。基于西方国家的研究则有明显的不同,他们往往通过项目和共同利益而展开迅速合作,并建立关系从中获取资源,这与中国情景刚好相反。

3.2 案例应用分析

傲胜国际公司,前身是一家售卖厨房电器的

小型贸易商店。1983年引入保健器材销售业务,1986年在海外开设销售点。八十年代末期建立了自主品牌,并通过OEM方式生产多种保健器材。1995年与供应商合资成立苏州公司。1999年采取特许经营方式扩展销售业务。2000年与供应商进一步合作成立上海公司。2003年与分销商全劲公司合作,形成海外销售网络。2005年先后进入与保健器材无关,但与健康有关的新业务领域(如,保健补品、营养食品、家庭卫生清洁系统等)。近年来,傲胜公司不断扩展业务领域和市场范围,目前已拥有四大类与“健康”有关的产品。傲胜的市场涵盖中国大陆、东南亚、中东及北美(图2)^[29],并取得了年均增长率高于30%的业绩(数据来源于对上市公司年报的整理),并且保持着健康的财务状况。

表3 研究假设验证结果

Table 3 Results of research hypotheses test

假设	关系路径	假设关系	标准化路径系数	T 值	验证结论
H1a	激进式创业精神 → 机会识别能力	正相关	0.45***	6.41	接受
H1b	渐进式创业精神 → 机会识别能力	相关不显著	0.40*** a	5.84	拒绝
H2a	激进式创业精神 → 资源整合能力	正相关	0.21***	6.41	接受
H2b	渐进式创业精神 → 资源整合能力	正相关	0.56*** b	6.92	部分接受
H3a	机会识别能力 → 公司创业绩效	正相关	0.51***	5.79	接受
H3b	资源整合能力 → 公司创业绩效	正相关	0.35***	3.91	接受

注:***: $P < 0.001$ a: 渐进式公司创业精神对创业机会识别的影响程度弱于激进式公司创业精神。

b: 渐进式公司创业精神对资源整合利用的影响程度强于激进式公司创业精神。

从图2所示的成长路径可以看出,傲胜公司同时拥有渐进式创业精神和激进式创业精神。在公司成立最初的20年,傲胜大量施行渐进式公司创业精神,这从其不断开发与现有客户相关的延伸产品(例如,健美和愉悦精神类产品),以及不断开发与现有市场相关的“邻近市场”(邻近市场被定义为文化、经济发展相近和地理位置邻近的国家或地区^[16])就可以看出。这种渐进式公司创业精神为傲胜从80年代中期依赖亚太区域不断成长的保健器材市场中发现到无限的商机。傲胜也从多年合作中关系逐渐密切的供应商和分销商伙伴中,获得更多的生产和销售资源。2005年

后,傲胜则开始大量施行激进式公司创业精神,在保健器材市场竞争逐渐激烈的情况下,重新定义自己的事业范围,进入与保健器材无关,但与健康有关的几个全新业务领域,从而为未来成长打开了空间。

案例说明,在成长型市场,渐进式公司创业精神对机会的识别作用更为明显;在东方文化情境下,施行渐进式公司创业精神所建立起来的关系网络更利于整合资源;激进式公司创业精神则在竞争市场中对机会的识别作用更为明显。这与前述“假设结果分析”中的两点讨论相一致,案例研究进一步证实了实证研究的观点。

4 主要结论与启示

4.1 主要结论

通过机会识别和资源整合,是公司创业精神对创业绩效发生作用的一个关键路径。不同强度的公司创业精神对机会识别和资源整合的影响不同。来自于本实证研究和案例研究的重要结论是:(1)渐进式公司创业精神对机会识别和资源整合的促进作用,在成长市场和东方文化的情境下影响强度更大;(2)激进式公司创业精神对机会识别和资源整合的促进作用,在成熟与竞争市场和西方文化的情境下影响强度更大。研究同时发现这个结论隐含了一个重要调节作用的存在,即市场因素和文化因素的影响作用。本研究丰富了公司创业精神和创业绩效关系的相关理论,对公司创业实践,尤其是中国公司施行创业精神的实践具有重要的指导意义。

4.2 管理启示

从实践的角度来看,管理者必须认识到,创业精神已经成为构建公司核心竞争优势的最为异质的资源之一,提高公司创业精神对于持续成长具有重要意义。因此,培育公司创业精神将成为公司管理层面临的重要任务。在许多成长型市场,渐进式创业精神可以帮助公司获得来自与现有业务和市场相关的延伸增长。但处在快速变动的产业环境中,公司培育激进式创业精神则更为重要,例如软件行业的公司必须对需求变化高度敏感,敢于先行先试。具有激进式创业精神的公司,在较强创新和超前行动的导向下,常常会改变产业游戏规则,建立起引领消费需求的竞争优势,苹果公司就是这样的范例。中国特别是珠三角地区从模仿创新向自主创新转型的过程中,培养激进式创业精神尤为重要,这可以帮助公司关注并发现现有业务之外的新机会。但值得注意的是,在公司自身人力资本水平较低的情况下,过度推行激进式公司创业精神同样会存在另外一种危险:即该公司现有的市场分析能力、管理能力以及资源利用能力无法支撑创新项目的成功。渐进式公司创业精神同样具有自我强化和路径依赖的特性,在成长型市场中逐渐成长起来的公司,其渐进式创业精神成为组织惯性可能会导致激进式创业精神

被忽略。随着新创企业立足市场并不断发展成为成长型企业时,或者成长型市场发展成为成熟竞争型市场时,如果忽略激进式公司创业精神,企业就可能掉进战略短视、无法突破的“失败陷阱”。因此,就像组织均衡一样,公司创业精神均衡将成为一个无法回避的重要实践课题和新的研究方向。

参考文献:

- [1] 林强,姜彦福,张健文. 创业理论及其架构分析[J]. 经济研究,2001(9):85-94.
- [2] 张骁,王永贵,杨忠. 公司创业精神、市场营销能力与市场绩效的关系研究[J]. 管理学报,2009,6(4):472-477.
- [3] Lumpkin G T, Dess G G. Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance[J]. Academy of Management Review,1996,21(1):135-151.
- [4] 魏江,焦豪. 创业导向、组织学习与动态能力关系研究[J]. 外国经济与管理,2008,30(2):36-41.
- [5] 蒋峦,谢俊,谢卫红. 创业导向对组织绩效的影响—以市场导向为中介变量[J]. 华东经济管理,2010,24(5):87-91.
- [6] 张玉利,李乾文. 公司创业导向、二元能力与组织绩效[J]. 管理科学学报,2009,12(1):137-152.
- [7] 胡望斌,张玉利,牛芳. 我国新企业创业导向、动态能力与企业成长关系实证研究[J]. 中国软科学,2009(4):107-118.
- [8] 刘预. 创业导向对新创企业资源获取的影响[D]. 长春:吉林大学,2009(P.63;P.119)
- [9] Zahra S A, Bogner W C. Technology Strategy and Soft Ware New Ventures Performance: Exploring the Moderating Effect of Competitive Environment[J]. Journal of Business Venturing,2000,15(2):135-173.
- [10] Shane S, Venkataraman S. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research[J]. Academy of Management Review,2000,25:217-226.
- [11] Morris M H, Sexton D L. The Concept of Entrepreneurial Intensity: Implications For Company Performance[J]. Journal of Business Research,1996,36(2):5-13.
- [12] Henderson R M, Clark K. Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms[J]. Academy of Management Journal,1990,25:510-531.
- [13] 蒋春燕,赵曙明. 社会资本和公司企业家精神与绩效的关系:组织学习的中介作用[J]. 管理世界,2006(10):90-99.
- [14] 杜海东. 公司创业精神与经营绩效关系的研究现状与思考[J]. 科技管理研究,2012(9):206-209.
- [15] Zahra S A, Covin J G. Contextual Influence On the Corporate

- Entrepreneurship performance Relationship: A Longitudinal Analysis [J]. *Journal of Business Venturing*, 1995, 10(5): 43-58.
- [16] Christensen C M, Bower J L. Customer Power, Strategic Investment and the Failure of Leading Firms [J]. *Strategic Management Journal*, 1996, 17(3): 197-218.
- [17] BARNEY J B. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage [J]. *Journal of Management*, 1991, 17: 99-120.
- [18] Peteraff M A. The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-based View [J]. *Strategic Management Journal*, 1993, 14(3): 179-192.
- [19] Alvarez S A, Barney J. How do Entrepreneurs Organize Firms Under Conditions of Uncertainty [J]. *Journal of Management*, 2005, 31(5): 776-793.
- [20] Sirmon D G, Hitt M A, Ireland R D. Managing Firm Resources in Dynamic Environments to Create Value Looking inside the Black Box [J]. *The Academy of Management Review*, 2007, 32(1): 273-292.
- [21] Chandler G, Hanks S H. Market Attractiveness, Resource Based Capabilities, Venture Strategies and Venture performance [J]. *Journal of Business Venturing*, 1994, 9: 331-349.
- [22] 罗志恒. 创业能力与企业绩效间的转化路径 [D]. 长春: 吉林大学, 2009 (P. 107; P. 81-82)
- [23] 李乾文. 创业型战略的兴起及实施 [J]. *商业研究*, 2006 (16): 137-139.
- [24] 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 Executive*, 2001, 15: 64-78.
- [25] Eisenhardt K M, Martin J A. Dynamic Capabilities: What are they [J]. *Strategic Management Journal*, 2000, 21: 1105-1130.
- [26] 张婧, 段艳玲. 市场导向对创新类型和产品创新绩效的影响 [J]. *科研管理*, 2011, 32(5): 68-75.
- [27] Atuahene-Gima K. An Empirical Investigation of the Effect of Market Orientation and Entrepreneurship Orientation Alignment on Product Innovation [J]. *Organization Science*, 2001, 1(2): 54-74.
- [28] Baker W E, Sinkula J M. The Synergistic Effect of Market Orientation and Learning Orientation on Organizational Performance [J]. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1999, 27: 411-427.
- [29] 杜海东. 中小型企业成长路径与策略实证研究 [J]. *改革与战略*, 2008, 24(3): 108-110.

The impact path of corporate entrepreneurship on entrepreneurial performance: An empirical study based on the companies located in Pearl River Delta

Du Haidong, Zhang Jin

(Guangdong Vocational Institute of Science and Technology, Zhuhai 519090, China)

Abstract: It is widely recognized that both opportunity identification and resource integration act as the mediator between corporate entrepreneurship and entrepreneurial performance; however only few research has been devoted to how it functions. Based on an empirical study of 235 companies in the Pearl River Delta with case analysis, the conclusions are made as follows: (1) the incremental corporate entrepreneurship plays an important role in boosting opportunity identification and resource integration. With the background of eastern culture and growth-typed markets, the impact is more significant. (2) The radical corporate entrepreneurship has greater impact on opportunity identification and resource integration, with mature and competitive markets and the background of western culture, the impact is more significant. The conclusions enrich the relevant theories on the relationship between corporate entrepreneurship and entrepreneurial performance. It is instructive to entrepreneurial practice, especially to the practice of corporate entrepreneurship in Chinese companies.

Key words: corporate entrepreneurship; opportunity identification; resource integration; entrepreneurial performance