

遵从压力或理性驱动? 新企业政治行为探析^①

田莉^{1,2}, 张玉利^{1,2}, 唐贵瑶³, 魏立群⁴

(1. 南开大学商学院, 天津 300071; 2. 南开大学创业管理研究中心, 天津 300071;
3. 山东大学管理学院, 济南 250100; 4. 香港浸会大学工商管理学院, 香港)

摘要: 将企业政治行为的研究引入创业情境, 以新企业在与政府和公共服务部门打交道过程中依靠打点行为赢取支持的意愿为例, 基于资源依赖理论系统分析了新企业政治行为的前因与结果. 基于中国创业动态跟踪调查数据展开的实证研究发现, 新企业的打点意愿与其创建初期的绩效表现正相关. 对打点意愿前置因素的多层次分析发现, 在宏观层面, 当环境更为宽松, 所在地区的市场化进程程度更高时, 新企业从事打点行为的意愿会降低; 在企业层面, 当新企业拥有创新性的产品和服务并能够进入更广的市场参与竞争时, 其从事打点行为的意愿会弱化; 在个体层面, 创业者自我效能和商业道德标准是显著影响打点意愿的内生要素. 文章贡献于资源依赖理论的应用情境以及转型经济背景下有关企业政治行为的研究.

关键词: 政治行为; 初期绩效; 前因变量; 新企业

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1007-9807(2015)03-0016-15

0 引言

在新兴市场国家经济转型的过程中, 政府作为重要的制度力量, 对微观企业经营活动有着甚至比西方成熟市场经济体制内的政府更大的影响力. 作为理性的决策者, 在谋求有利市场环境、改善经营绩效动机的驱动下, 企业会通过政治行为和策略(corporate political actions & strategy)来获取资源或维持企业经营活动的合法性. 研究认为, 由于大企业受到政府政策和外部环境的影响更大, 同时也有更充裕的财力进行政治投入, 更有能力支付建立社会关系网的成本, 因此, 同小企业相比, 大企业更倾向于采取积极的政治战略^[1].

基于这种判断, 现有关于政治行为的研究大都以大型成熟企业为研究对象, 对政治行为(战略)前因和结果做了有益的探索^[2-8]. 这些研究为理解“企业积极参与政治行为的动机何在, 以及

什么样的企业更倾向于采取这种行为”等问题做了有益贡献. 以成熟企业为样本, 现有研究一般从企业与行业层面来挖掘对影响企业政治战略选择的前因变量. 例如, 在企业层面, 关注冗余资源、多元化水平、正式的组织结构等变量^[9-11]; 在行业层面, 关注行业管制程度、行业集中度、企业间合作程度以及行业内企业数等变量^[12-13]. 然而, 新企业很少拥有冗余资源, 更可能是单一小规模生产, 没有正式的组织结构, 而且由于规模尚小, 不足以参与到行业竞争之中, 这直接影响了现有研究发现的情境适应性. 立足于“新企业并非新成立的小企业, 更不是规模小的大企业”^[14]的判断, 本文认为用于解释成熟企业行为的理论框架和方法并不适合于预测新企业的独特行为选择, 应该开展情境化的研究, 讨论新企业参与政治行为的前因与结果.

作为市场中的新进入者(new entrants)和相

① 收稿日期: 2012-12-03; 修订日期: 2013-09-09.

基金项目: 国家自然科学基金资助项目(71472099); 国家自然科学基金青年基金资助项目(71102051).

作者简介: 田莉(1982—), 女, 天津人, 博士, 副教授. Email: tianli@nankai.edu.cn

对弱势者(weak players with liability of newness), 新企业一方面有着因依赖政府掌控的资源, 而投身政治行为以获取资源的动力, 另一方面又受制于自身资源禀赋匮乏和政治能力的不足而难以大规模地采取政治行为。这两方面力量引发了有趣的研究问题: 新企业投身政治行为是来自对强势资源持有者的遵从压力, 还是受改善绩效的经济理性驱动? 从前因上看, 不同情境和属性的新企业在从事政治行为的意愿上是否存在差异? 对上述问题的研究将对新企业的情境化结论作出贡献, 并深化对企业政治行为的认识。

基于资源依赖理论, 本文首先检验具有高打点意愿的新企业, 是否会在创业初期表现出更高的经营绩效, 这将有助于解释新企业参与政治行为的目的。其次, 将视角前移, 从宏观环境、企业及创业者个体层面, 系统考察新企业参与政治行为意愿的前因变量。在具体变量的选择中, 依据资源依赖理论的假设, 持有者对资源分配的决策力越大, 所控制的资源对企业越重要、替代性资源越少, 企业采取政治行为管理这种依赖性的意愿越高。因此, 在不同层面可以左右这种依赖强度的变量, 将成为本文的分析点。由此构建了以新企业政治行为为联系点的前因—结果模型, 系统分析转型经济背景下新企业参与政治行为的普适动机与独特动因。本文利用中国创业动态跟踪调查(Chinese panel study of entrepreneurial dynamics, CPSED) 数据库检验研究假设。

1 理论与假设

1.1 理论基础

根据资源依赖理论(resource dependence theory)^[16-17], 企业的生存与成长取决于他们能否管理好与资源持有者间的关系。企业通常会选择在结构和战略上遵从于(conform to) 其所依赖的资源持有者, 包括政府、顾客、供应商等多维度的利益相关者, 以期获取资源, 赢得支持。从结果上看, 企业采取战略管理依赖关系的目的是赢取所急需的资源, 进而提升经营绩效。从前因上看, 企业采取遵从战略的意愿取决于其对资源持有者的依赖程度(the magnitude of the dependence)。依赖程度

决定于3方面的情境: 即, ①其所控制资源对企业的重要性(resource importance), ②持有者对资源分配的决策力(discretion power), 以及③企业所拥有的替代性选择(alternative choice)。基于该理论的阐释, 以资源需求和资源限制矛盾表现更为突出的新企业为例, 将资源依赖理论的假设应用于创业情境下, 考察新企业参与政治行为(遵从战略)的前因与结果。

1.2 研究假设

1.2.1 政治行为与新企业初期绩效

以往研究指出, 企业通过实行各种政治战略, 获取了更多有利资源和市场机会(比如减免税收、放松监管、获得经营市场等), 同时也积累了丰富的政治资源和人脉关系, 这些都为企业的可持续发展和竞争能力的提高提供了便利条件。例如, Hillman等^[18]认为企业借由政治行为可以获得政策信息、市场准入、政治影响力、减少环境不确定性以及交易成本等各种利益。张建君和张志学^[19]发现不同政治战略通过影响企业成本、收益和合法性从而影响到企业的竞争优势。与拥有成熟的市场经济体制的西方国家相比, 我国正在经历从计划经济到市场经济的体制转型, 转型时期的各级政府对宏观经济治理和微观企业发展的干预范围及影响深度都更大。同时, 受中国传统文化和关系型社会氛围的影响, 中国企业政治行为表现得比西方更为复杂, 因此有必要开展情境化的研究。

在具体的政治战略类型研究中, 西方学者曾关注诸如政治捐款(political action committee contribution)、游说(lobbying)、公关广告(advocacy advertising)、基层动员(grassroots mobilizations)等战略类型^[20]。但基于制度体制和社会文化的差异, 根源于西方情境下的某些政治策略缺乏在中国的普遍适用性。因而我国学者卫武和李克克^[5]利用质性研究方法系统分析了在中国情境下企业政治战略的8个维度, 包括, 政治经营、直接参与、政府关联、财务刺激、代言人、制度创新、信息咨询和调动社会力量等。这为情境化移植政治战略的类型提供了清晰的范例。但是这一分类依然是以成熟的大型企业为研究对象的。欠缺的是在不断蓬勃发展的创业经济环境下, 对新企业政治行为的特别关注。

已有研究曾提到不同成长阶段的企业其政治行为或策略的表现形式和强度是不同的,如反映出“防御—适应—积极参与”的差异^[21].对于新企业而言,初始财务资源和社会资本的匮乏,使得他们无力开展大规模的政治战略去影响政府政策的制定,更可能的是通过小规模、防御型的战略举措获取成长必须的资源,如银行贷款、行政审批等事务,由此满足初创期的生存需要.因此,本文关注一项适用于新企业的政治行为—打点行为(graft),考察其对新企业初期绩效的影响及其前置变量.遵循世界银行^[22]以及已有研究的定义^[23],本文将打点行为界定为新企业在与政府官员或公共服务部门(如海关、税务、工商及城管等)接触过程中,为了办理具体事务而支付“正常费用”之外的贿赂行为.

在新兴市场经历经济转型的过程中,政府不仅是重要的资源持有者和规则制定者,同样也是重要的消费者,扮演了多重角色^[24].政府影响新企业资源获取的权力催生了企业采取遵从战略(即本文所关注的打点行为)来管理这种依赖性的意愿,并预期可能由此获得3方面的收益,进而提升初期绩效.第一,通过打点行为,创业者可以在办理筹建企业事务的过程中减少审批阻碍,节省等待时间,尽早走向开发创业机会的经营之路,进入市场销售产品和服务,生存进而获得成长.第二,政府本身掌控资源(例如政府出台了大量鼓励和扶持中小企业发展的创新基金),并影响其他重要资源持有者的资源分配机制(例如政府可影响银行的贷款政策导向).因此,在与政府和相关公共服务部门接触过程中的打点行为,有助于新企业优先获得关键资源和项目,获得更多的商业机会,从而度过创业起步阶段.第三,在转型经济体中,政府对相关政策解释空间很大,不确定性较高,新企业虽缺乏像大企业一样借由政治行为参与或影响政府政策制定过程的能力,但依然可以在面临市场环境或者政策发生震荡的情况下,能够通过和政府的良好关系,提高企业的市场能力,有利于新企业度过高风险的初创阶段.

假设1 新企业参与打点行为的意愿正向影响其初期绩效.

1.2.2 影响新企业参与打点行为意愿的前因变量

与广义的政治行为相同的是,打点行为并非

没有成本的.作为理性的决策者,企业会通过评价自身的资源和能力,并借由环境扫描来判断是否需要通过政治行为来获取资源,由此引发学者们对政治行为前因变量的关注.具体而言,以往研究尤其是基于中国情境下的研究,以成熟企业为研究对象,基于不同理论视角,从企业层面及行业层面提炼关键的驱动因素.例如有学者们从规范(normative)的视角提出非市场环境是影响企业政治战略选择的重要因素^[10];从资源基础理论出发,认为企业拥有的政治资源是决定企业政治战略选择的关键因素,如企业规模、企业对政府的依赖(即政府采购比例等)、冗余资源(闲散资产)以及组织结构(是否已经建立了正式的公共事务部门)以及多元化水平等因素^[6-7];还有学者发现如地方文化氛围及企业家性格等是影响中国民营企业投身政治行为的关键因素^[19].但正如前文所述,这些影响要素对于新企业的适用性是值得讨论的.那么,在创业情境下,又是哪些因素驱动新企业不得不支付额外成本,倾向于靠打点而获取经营绩效?本文关注从宏观、企业到个体3个层面的要素.

1) 宏观层面

i 环境宽松性 基于Dess和Beard(1984)分类,环境属性可归为宽松性(munificence)、复杂性(complexity)和动态性(dynamism).新企业的绩效表现以及战略决策受市场环境所能提供关键资源的影响尤为显著.因此,根据资源依赖理论,3种环境属性中资源宽松性对新企业的影响最为重要.这是因为,作为市场中的新进入者,新企业的生存很大程度上依赖于能否获取足够的资源,包括可用资源的多少和对资源的竞争情况,这影响了资源依赖理论中有关资源重要性①及替代性选择③的前提情境.因此,本文重点关注环境宽松性这一维度对打点意愿的影响,具体是指企业在环境中运营所需的关键资源的稀缺或富足情况.

以往研究考察过环境宽松性对新企业生存和成长以及市场进入活动的影响.例如,Bruno和Tyebjee^[25]指出,新企业所处市场环境中资源的稀缺程度是影响具有高成长能力的企业策略选择的重要因素.Randolph和Dess^[26]发现环境中的资源充裕度对新企业开发创业机会、推进企业生存与成长具有重要影响.当外部环境宽松时,组织可积

极扩展经营范围,经营战略的执行受到支撑,因此成长绩效更好。当资源稀缺、环境紧缩时,来自各方面的竞争会加剧,使得企业的盈利空间和获利能力受到影响,导致只有强者才能存活下来。市场环境越宽松、充裕,越能提供更多、更充分的资源,这使得新企业获取资源的渠道更加多样化,一方面降低了新企业对政府资源的依赖,同时多样化的资源来源也使得政府所控资源在企业所需资源总量中的占比下降,进而相对降低了政府资源的重要性,由此放松了资源依赖理论提出的制造依赖性的第①、第③条情境,弱化了新企业从事打点行为的意愿。

假设 2a 环境宽松性与新企业从事打点行为的意愿负相关。

ii 地区市场化进程 不同于整体制度发展水平和市场化程度较高的西方成熟市场经济,中国转型经济的发展伴随着市场化改革的不断推进,即从计划经济向市场经济进行体制转轨的动态过程,这种渐进性改革导致中国各地区间的市场化进程极为不均衡。近年来,越来越多弱制度(weak institution)情境下的研究,开始关注地区市场化进程和制度发展水平差异(sub-regional institutional difference)在中国企业决策行为中的作用^[27-28]。

根据樊纲等^[29]的定义,市场化进程发展状况包括政府与市场的关系、非国有经济的发展、产品市场的发育、要素市场的发展、市场中介组织和法律制度环境。市场化进程程度越高的地方,劳动力、资本、土地等生产要素能够较完全的进行自由流通,而且各种政府限制、管制、壁垒较少,市场制度较为规范。同时非国有经济投资会有较快增长,是价格、质量而不是权利占据着企业经营的主导地位,行政权利起着较小的作用。

资源依赖理论提出,资源持有者对所控资源分配的决策影响力越大,需求者对其的依赖就越大(②)。在市场化进程较高的地方,政府对社会资源的分配干预力度被弱化,市场交易频繁且正规,扮演了资源分配的重要机制,决策力的削弱减低了新企业对政府的依赖性,并进而弱化了其采取遵从战略的意愿,即降低了打点意愿。另一方面,频繁的市场交易孕育了良性的商业氛围,新企业可以有更多替代性的资源获取渠道(③),把握时

机开发创业机会,这同样弱化了对强势政府的依赖,降低打点意愿。相反,在那些市场化改革起步较晚的西部和中部地区,政府依然是“一股独大”的资源持有者,行政影响力遍及方方面面。这使得新企业为正常经营付出更多的交易成本,更可能依靠打点行为以获得政府的显性或隐性的“保护”。

假设 2b 所处地区的市场化进程与新企业从事打点行为的意愿负相关。

2) 企业层面

在创业之初,新企业所拥有的仅仅是创业者所识别到的创业机会,客观上表现为向市场中提供的一种或几种产品或服务,创业者首先要考虑的就是将这些产品或服务在怎样的市场范围内进行销售(市场进入范围)。因此,产品服务的属性、市场范围的宽广就是新企业仅有的、最为突出的组织层面的变量。

i 产品/服务创新性 以往有关企业政治行为的研究提出,产品性能不过关的企业往往在经营企业过程中存在侥幸心理,也容易借助政治行为缓冲企业经营压力^[30]。这是因为产品/服务属性直接决定了企业市场销售的难易程度,并为市场化经营打开了渠道,增加了获取资源的替代选择,进而使得政府控制资源在企业所需资源总量中的占比降低,政府资源重要性降低放松了资源依赖理论的第①和第③情境,成为影响企业从事政治行为的动因之一。

作为市场中的新进入者,新企业面临的是在位企业(incumbent firms)成熟的产品/服务、稳定的交易结构体系以及巩固的资源基础,这给他们带来了严峻的竞争挑战。若复制在位企业的产品或服务进入市场,意味着与既有企业争夺顾客与有限资源,这可能会招致在位企业的报复性反击,使其陷入劣势^[31]。在市场竞争中的失利会使得新企业与政府间的依赖—权力对应关系陷入更加不平衡的状态。因为,替代性选择的减少使得面临生存和成长压力的新企业,更迫切的需要获得政府所控资源,以渡过成长期,由此增加了通过打点行为迎合政府以管理这种依赖关系的意愿。

相反,若新企业可以通过产品/服务创新,追求为顾客带来更高的价值体验,创造与在位企业相比较的产品/服务优势,便可以塑造以技术为核

心的难以模仿和难以替代的竞争优势,收获创业租金。创新性的产品/服务是新企业宝贵的初始资源和企业能力的雏形,由销售创新性产品/服务所带来的利润空间提升了企业的议价能力,并构成替代政府所控资源的、可以支撑新企业发展的关键要素。基于此,拥有创新性产品/服务的新企业会弱化其通过打点行为来迎合政府获取资源的意愿。

假设 3a 产品/服务创新性与新企业从事打点行为的意愿负相关。

ii 市场范围 从地理概念上讲,市场范围 (market focus) 是指企业面向多广的市场销售产品和服务。在国际商务领域,对市场进入范围的选择是跨国公司国际化过程中的重要战略决策,可以选择专注本地市场 (local market focus) 或者通过出口进入国际市场 (international market focus)。专注本地市场的企业会更多地嵌入到当地市场的关系网络中,与当地政府和公共服务机构有着更密切的联系,因此更大程度上依赖于当地政府和公共机构的支持,进而采取打点行为。Chen^[32]发现与当地政府和国有企业联系较少,而更多地与同样来自私营性质的供应商和顾客进行交易的私营企业,会较少地使用政治战略(红帽子战略)。同时在绩效表现上,由于广域的市场范围所带来的竞争机遇、更广的顾客群体和丰富资源,因此相比于仅仅进入本地市场的企业,面向广泛国际市场的企业经营绩效更高^[33]。

在创业领域,近年来随着中国市场的开放及国际化步伐的加快,为规避本土市场上的恶性竞争,越来越多的新企业开始了“天生国际化”(born global)的创业努力,即在创业初期,意在进入更广域市场范围,甚至直接进入国际市场参与竞争的新企业,需要应对更加挑剔的利益相关者群体,其交易伙伴、业务联系的来源更广,可以更大程度上借助市场化的渠道购买资源,组织生产,进行销售,这些都构成了可以代替政府资源的多样化选择。同时,进入更广的市场进行经营,也意味着当地政府的决策力是不足以影响广域市场下的资源分配规则,由此放松了资源依赖理论中有关决策力②和替代性选择③的情境,使得新企业对当地政府和公共机构的依赖性降低,因此支付额外成本从事打点行为的意愿将被弱化。

假设 3b 企业所进入的市场范围与新企业从事打点行为的意愿负相关。

3) 个体层面

企业最高管理层对组织战略和重要行为的影响已获得广泛共识。与成熟企业高层管理团队相比,创业者个体要素对新企业决策过程的影响是更加重要的,作为新企业的所有者和实际经营者,创业者自身即可以决定新企业发展方向和几乎所有重要战略选择。但是在高度不确定和极其复杂的创业情境下,创业者无法遵从理性决策的充分信息假设,而往往依据个体因素对创业过程中的关键行为做出决策,如依仗个人的先前经验、特质及行为偏好等^[30]。因此,新企业是否愿意通过打点行为以迎合政府获取资源和支持,必然受到创业者自身因素的影响,个体特质将通过影响在新企业经营过程中与政府间的依赖—权力对应关系,作用于其打点意愿。

在诸多创业导向型的心理特质变量 (entrepreneurship-oriented intentions) 中,受到特别关注且对创业者行为解释力度颇高的变量就是创业者自我效能^[34]。它被证明可以解释创业者在创业进程中的行为选择^[35-36]。进一步讲,既然个体的认知、信念会对一个人的决策行为具有重要的影响,可以推理道德信念 (ethically-morally oriented values) 也会影响一个人的道德行为。因此本文选择研究创业者自我效能和商业道德这两个认知层面的变量。

i 创业者自我效能 创业者自我效能是指创业者相信自己能够成功扮演各种创业角色,并完成各项创业任务的信念强度,是创业者基于对自身创业行为能力的判断和评估而形成的对自身能力的信心或信念^[36]。根据社会认知理论和行为决策的观点,个人对于自我效能的评价,能够很好地解释个体行为的选择、努力程度及其努力的坚持程度。在特定任务面前,高自我效能的人更可能选择去完成该任务,并更可能坚持^[37]。

一般而言,自我效能感较高的创业者将表现出更低的打点意愿,这是因为: 1) 自我效能高的创业者倾向于设定高的创造性目标,并对目标的实现有高的承诺感。高的创新性目标以及对目标的高承诺感将激发个体靠自己的努力积极经营企业,实现创业理想。这样的创业者对其企业与政府

间关系的判断会抱有平等的认知,他们相信自己的创业机会有良好的市场前景,这增加了其感知到的议价能力,而削弱了他们对政府所控制的资源和权力重要性的判断(放松了资源依赖理论的情境①),而更专注于创业机会的开发;2)自我效能感较高的创业者对完成复杂且充满不确定性的创业挑战更加具有自信心,即使面临暂时的困难,他们也自信自己可以驾驭窘境,即更愿意坚持直至创业成功。这放松了资源依赖理论的情境③,即高自我效能感的创业者认为获取资源或者提升企业经营绩效的替代性选择是自身的创业能力与驾驭力,因此他们往往更不愿意倚赖那些不可控的因素,例如支付额外成本靠打点去迎合政府。

假设4a 创业者自我效能与新企业从事打点行为的意愿负相关。

ii 创业者商业道德 道德标准被定义为“个体对于行为准则本质和基础的信念”,是指一个人对于一系列什么是“对的”的感知和判断,这会影响到他处理组织事务的行为。研究发现奉行马基雅维利主义的人(Machiavellian)(一种个体道德标准的价值观),通常认为违反道德的行为没有那么严重,而且一旦触发问题,他们也不愿意采取行动去纠正错误^[38];相反,更高的道德认知水平将带来更多的道德行为。组织情境下的研究也证明,高层管理者对企业政治行为的解读和看法影响着他们是否投身于政治行为^[39-40]。

本文关注的创业者商业道德是指个体道德准则在处理具体的创业活动中的应用。具体而言,在创业起步阶段,受资源稀缺和环境约束,创业者为了企业的生存与发展,会想尽办法去争取外界的支持。这时候,创业者本人秉持将非市场行为“理性化”(rationalized)的认知模式,认为“为了创业成功,可以不惜绕过法律管制,或者秉持商业活动与伦理道德存在天然矛盾性的功利主义思想”,那么他们在与政府官员或公共服务部门打交道的过程中,创业信念极易动摇。尤其是一旦企业经营遇到挫折或者面临市场诱惑的时候,他们会认为打点政府以获取需要的关键资源是理所当然的,而且付出的成本较低,由此会在内心强化政府所控资源的重要性,进而增强了他们的打点意愿(加强了情境①);相反,商业道德水平较高的创业者,自身约束能力较强,在企业面临经营困境的

时候,能够坚持自己的经营底线,能够利用较高的商业道德约束自己的不当决策行为。他们会自信地认为,企业经营可以有更多替代性的资源获取渠道(③),而不会通过贿赂、收买政府来赚取不正当利益。

假设4b 创业者的商业道德与新企业从事打点行为的意愿负相关。

2 研究设计

2.1 数据收集程序

本文的数据来源于南开大学创业管理中心主持的中国创业动态跟踪调查(Chinese panel study of entrepreneurial dynamics, CPSED)第1轮和第2轮调研的样本。该调研项目是由美国百森商学院的Paul Reynolds教授发起的创业动态跟踪调查(panel study of entrepreneurial dynamics, PSED)跨国研究的组成部分,旨在从微观视角剖析创业活动的独特性,解析新企业生成与成长的机理和路径。

CPSED研究采取分层抽样(stratified sampling)与随机跳号家户电话抽样(random digital dialing, RDD)相结合的抽样思路,在18岁以上成人人群中识别新生创业者(nascent entrepreneur),并在2年内采用3次跟踪式电话访问的手段追踪这些新生创业者的创业活动的发展状况,动态跟踪创业行为与过程,从微观视角剖析创业活动规律。

CPSED项目将中国按新生创业活动活跃度为依据划分为东部、西部、东北、和中部4个层级,考虑地区间创业强度差异,在东部地区选择“北京、天津、杭州、广州”,中部地区选择“武汉”,东北地区选择“沈阳”,西部地区选择“成都”、“西安”等8个城市开展调查。在每个被调查城市,CPSED以各城市18岁以上成人数量为依据,按照各城市人口规模为标标准确定每个城市内调查样本分配权重,进而形成各被调查城市的样本量分配方案。同时研究采用随机跳号的家户电话访谈方式进行抽样,即按照新生创业者的甄别标准需要询问家户中是否存在符合要求的调查对象,而不局限于接电话本人。

在完成探测性调研的基础上,2009年7月—9月,CPSED首轮调查在上述8个城市同步开展。在接触69 990户家庭的基础上,电话访问了22 045人,识别出新生创业者974名,其中601名新生创业者完成第1轮电话访谈。2010年8月—9月间,CPSED项目开展了第2轮跟踪访谈,追踪到了321个有效样本,并分出了3种创业进程,其中175个样本依然处于新企业筹备状态;29个样本已经成功创建了新企业,完成了新企业生成过程;另有117个样本退出了创业进程。本文选择第2轮调查中筹备组和运营组的204个样本作为样本框,并剔除在主要研究变量上有缺失值的样本,共得到140个有效样本。

2.2 变量测量方式

本文研究变量的度量来自不同年份的测量结果,其中打点意愿和新企业绩效的度量来自CPSED 2010年的调研数据。在影响打点意愿的前置变量中,宏观和企业层面的变量来自CPSED 2009年的调研数据以及樊纲《市场化进程指数》2009年的统计数据,个体层面的变量来自CPSED 2010年的调研数据。不同年份、不同渠道的数据来源使得本文在一定程度上削弱了同源方法偏差的影响。

2.2.1 打点意愿

本文利用主观度量的方式测度新企业从事打点行为的意愿。之所以采用感知(perception)层面的变量来代替行动(action)层面度量,是因为政治行为本身的敏感性,使得研究者难以获取实际从事的打点行为的信息,或者使得所获数据缺乏变异(variance)。为此,本文借用以往研究的成果,考察在新企业创建过程中与其资源获取、市场进入等密切相关的政府和公共服务机构打交道过程中,是否愿意通过支付“打点费”的方式来办事来以度量打点意愿。具体包括处理税务问题、获得政府订单、处理顾客服务问题、应对司法事务(公检法)以及应对安全检查、工商、城管等^[41]。在每一个条目上,被访者认为有意愿支付打点费用的记为1,反之为0。加总在如上6个条目上的打分,构成一个从0-6之间的连续变量,得分越高,认为打点意愿的强度越高。

2.2.2 新企业初期绩效

对新企业绩效的度量一直因为难以找到最恰当的变量而尚未形成统一意见,其中的难点在于新企业在诸多用来衡量成熟企业绩效指标上,依

然处于“努力中”阶段,很难用销售收入、资产规模等客观数据测量,因此采用主观度量方式,利用与竞争者比较、或者基于创业进程的发展而对绩效做出预估等方式来度量创业绩效逐渐得到了学界的认可^[42]。从具体指标上,本文选择反映发展规模的雇员预期来测度新企业绩效,而雇员人数通常被认为是最适合的新企业绩效测度指标之一^[43-44]。本文用下一期雇员预期作为绩效的度量是因为从逻辑上看,当期的打点行为要带来企业绩效层面的收益二者之间有一定的时滞性。

2.2.3 环境宽裕度

遵循Tan和Litschert^[45]的测量思路,从关键的环境要素对新企业发展的有利性层面度量创业者感知到的环境宽松性,环境因素主要有竞争者、消费者、供应商、人才供应状况、融资机构、技术条件、政策法规7个方面,具体在每个条目上利用5级里克特量表度量,考察不同维度的利益相关者是否对本企业的发展是有利的,1代表非常不利,5代表非常有利。

2.2.4 地区市场化进程

本文有关打点意愿的数据采自中国创业动态跟踪调研第2轮,即2010年调研的跟踪数据,因此本文依照樊纲编著的《中国市场化指数:各地区市场化相对进程2009年报告》中的直辖市和省的市场化进程指数,对CPSED调研的8个城市赋值,构成第2个数据来源,进一步规避了同源方法偏差的影响。该变量数值越大代表该地区的市场化进程程度越高^[28]。

2.2.5 产品创新性

本文在Samuelsson^[46]、田莉和秦剑^[44]的基础上分别针对技术型和非技术型创业企业,度量其向市场提供的产品/服务的创新性。这两个变量采用正向编码,因子得分越高,代表新企业的产品创新性越强。由于针对不同样本,利用不同的变量条目分别测度了技术型企业与非技术型企业产品和服务的创新性这一构念,因此将这两个变量分别纳入回归方程。

2.2.6 市场范围

本文按照新企业预期进入的市场范围划分类别变量,从专注于本地市场、区域市场、全国市场到进入海外或全球市场,共4个类别,并以专注本地市场类别为参照变量,进行虚拟变量设置。

表 1 技术型创业企业产品/服务创新的探索性因子分析结果

Table 1 Result of exploratory factor analysis on technical new venture's product/service innovation

探索性因子	最小值	最大值	均值	因子值	信度系数
将大部分资金优先投入于研发活动	1	5	2.952	0.660	0.641
积极去申请专利、商标或版权保护	1	5	3.111	0.683	
所提供产品或服务在市场上的独特性	1	5	3.540	0.823	
您提供的产品或服务面临的竞争压力很低	1	5	3.111	0.626	

注: 1. $N=63$; 2. 公共因子提取办法为主成分方法, 提取出了 1 个公共因子, 对变量的累积方差贡献率为 49.3%;

3. KMO 样本充分性检验值为 0.681; Bartlett 球形检验值为 33.381 $P<0.01$.

表 2 非技术型企业产品/服务创新性的探索性因子分析结果

Table 2 Result of exploratory factor analysis on non-technical new venture's product/service innovation

探索性因子	最小值	最大值	均值	因子值	信度系数
您的产品或服务面临的竞争压力很低	1	5	2.792	0.623	0.624
您的产品或服务显著提升了性价比	1	5	3.636	0.684	
您的产品或服务在市场上非常独特	1	5	3.130	0.689	
产品或服务能满足客户还没有意识到的潜在需求	1	5	3.610	0.692	

注: 1. $N=77$; 2. 公共因子提取办法为主成分方法, 提取出了 1 个公共因子, 对变量的累积方差贡献率为 52.5%;

3. KMO 样本充分性检验值为 0.565; Bartlett 球形检验值为 12.784 $P<0.05$.

2.2.7 创业者自我效能

创业者自我效能是指创业者认为自己能够成功完成与创业相关的各种角色和任务的信念. 本文利用投射变量, 即新生创业者对新企业未来发展预期的判断来测度创业者自我效能概念^[44]. 将那些对创建新企业的勃勃雄心, 希望新企业发展的越大越好的创业者归为“高自我效能组”(编码为 1). 相反, 将那些在新事业的拓展过程中表现为追求稳妥, 规模可控的创业者归为“低自我效能组”(编码为 0).

2.2.8 创业者商业道德标准

本文采用 Wright 等^[15]的量表度量创业者的商业道德标准, 并进行了信度、效度检验. 由于商业道德变量的度量来自 CSPED 2010 年的调研数据. 随着新企业创建过程进入到第 2 个年头, 分化出了两种不同的创业进程(状态), 即有的创业者

还在积极的投入新企业组建的各项活动中, 称为“筹备组”; 有的创业者已经成功创建出了符合新企业标准的企业, 进入了正式的运营阶段, 称为“运营组”.

表 3 和表 4 分别列出了运营组和筹备组相关条目的检验结果. 在计算该变量时, 对相关条目进行了反向编码, 得分越高, 代表创业者商业道德标准越高.

2.2.9 控制变量

为了对照针对既有企业政治行为的研究, 本文控制了已有研究提到的在企业 and 行业层面可能影响打点意愿的变量, 包括①行业类型(制造业或非制造业)、②行业竞争度以及③创业进程(创业筹备阶段或运营阶段). 第①和②变量来自 CPSED 2009 年的调研数据, 第③变量来自 CPSED 2010 年的调研数据.

表 3 创业者商业道德的探索性因子分析结果(运营组)

Table 3 Result of exploratory factor analysis on entrepreneur's business ethics (operation group)

探索性因子	最小值	最大值	均值	因子值	信度系数
大部分创业者都在想办法来绕过政府规定	1	5	3.381	0.606	0.648
在不违法的前提下, 大部分创业者会为了利益而违反规定	1	5	3.381	0.770	
在周围, 许多人为了自己的利益从事非法活动	1	5	2.523	0.686	
为了个人或企业利益而违反法律并没有错	1	5	1.619	0.777	
商业活动和伦理道德本来就是矛盾的事情	1	5	2.191	0.781	

注: 1. $N=21$; 2. 公共因子提取办法为主成分方法, 提取出了 1 个公共因子, 对变量的累积方差贡献率为 44.14%;

3. KMO 样本充分性检验值为 0.670; Bartlett 球形检验值为 21.442 $P<0.05$.

表4 创业者商业道德的探索性因子分析结果(筹备组)

Table 4 Result of exploratory factor analysis on entrepreneur's business ethics (in process group)

探索性因子	最小值	最大值	均值	因子值	信度系数
大部分创业者都在想办法来绕过政府规定	1	5	2.840	0.704	0.605
在不违法的前提下,大部分创业者会为了利益而违反规定	1	5	3.160	0.738	
在周围,许多人为了自己的利益从事非法活动	1	5	2.168	0.588	
为了个人或企业利益而违反法律并没有错	1	5	1.403	0.531	
商业活动和伦理道德本来就是矛盾的事情	1	5	2.479	0.511	

注:1. $N=119$; 2. 公共因子提取办法为主成分方法,提取出了1个公共因子,对变量的累积方差贡献率为58.565%;

3. KMO 样本充分性检验值为0.605; Bartlett 球形检验值为76.323, $P<0.01$.

2.2.10 同源方法偏差检验

虽然本文的变量来自 CPSED 调研不同年份的调研结果和客观数据的补充,但为了进一步检验主观性度量而带来的同源方法偏差问题,本文基于 Podsakoff 和 Organ^[47] 的建议,将模型中所有主观度量变量进行了因子分析,在未旋转时得到的第1个主成分,就反映了同源偏差水平的高低.结果显示因子载荷量是19.8%,并没有占到多数,所以可以认定同源偏差问题并不严重.

2.3 数据分析

表5列示了主要研究变量间的相关系数矩阵,从中可以看到,在两阶段模型中(阶段1:打点意愿—初期绩效;阶段2:前因变量—打点意愿),自变量与因变量之间具有一定的相关性,而主要自变量间的相关系数并不高.

表6列出了本文两阶段模型的分层回归结果,利用 SPSS13.0 软件进行数据分析.在模型1中纳入了包括控制变量以及打点意愿,验证其与新企业初期绩效间的关系,假设1得到了验证($\beta=0.223$, $P<0.01$) 即新企业从事打点行为的意愿越高,创业者预期下一期将取得更好的绩效.模型2-1到2-3是对新企业打点行为前因变量的探讨,在宏观层面,环境宽裕度($\beta=-0.143$, $P<0.1$) 以及地区市场化进程($\beta=-0.139$, $P<0.1$) 对打点意愿的影响方向得到了支持,但仅在10%水平上被支持,需谨慎接纳假设2a和2b的结论.在企业层面,在针对技术型和非技术企业分开测度的产品/服务创新性($\beta_{\text{技术}}=-0.132$, $P<0.01$; $\beta_{\text{非技术}}=-0.101$, $P<0.05$) 的检验结果支持了假设3a;相对于仅仅进入本地市场的新企业,进入更广范围如区域市场($\beta_1=-0.132$, $P<0.05$)、全国市场($\beta=0.098$;

表5 主要变量间相关性系数表

Table 5 Table of correlation coefficient between main variables

变量	初期绩效 (1)	打点意愿 (2)	产业类型 (3)	行业竞争度 (4)	创业进程 (5)	环境宽裕度 (6)	市场化进程 (7)
(1)	1						
(2)	0.236**	1					
(3)	0.142	0.050	1				
(4)	-0.134	0.074	-0.086	1			
(5)	0.143+	0.147	-0.064	-0.001	1		
(6)	0.106	-0.128	0.096	-0.150	0.056	1	
(7)	-0.085	-0.147+	-0.021	0.079	-0.021	-0.064	1
(8)	0.161	-0.105*	0.071	-0.278**	-0.032	0.136	-0.031
(9)	0.143	-0.112	0.103	0.130	-0.130	0.132	-0.012
(10)	0.091	-0.078*	0.253	-0.056	0.039	0.018	0.072
(11)	0.079	-0.086	0.208	-0.103	0.036	0.028	0.093
(12)	0.103	-0.111	0.332	0.129	0.103	-0.037	0.103
(13)	-0.231**	-0.030+	-0.009	0.154+	-0.518**	0.051	0.062
(14)	0.059	-0.266**	-0.092	0.097	0.009	0.028	-0.090

续表 5
Table 5 Continue

变量	产品创新性- 技术型企业(8)	产品创新性- 非技术型企业(9)	区域市场 (10)	全国市场 (11)	海外或全球 (12)	自我效能 (13)	商业道德 (14)
(1)							
(2)							
(3)							
(4)							
(5)							
(6)							
(7)							
(8)	1						
(9)	0.245	1					
(10)	0.125	0.135	1				
(11)	0.133	0.101	0.013	1			
(12)	0.098	0.093	0.009	0.002	1		
(13)	-0.048	0.120	0.091	0.013	0.100	1	
(14)	0.120	0.102	0.082	0.070	0.032	-0.231	1

注: N=140; + P<0.1; * ,P<0.05; ** P<0.01.

表 6 分层回归模型

Table 6 Hierarchical regression model

		模型 1 因变量 初期绩效	模型 2-1 因变量 打点意愿强度	模型 2-2 因变量 打点意愿强度	模型 2-3 因变量 打点意愿强度
控制 变量	产业类型	0.126	0.049	0.038	0.082
	行业竞争度	-0.140 ⁺	0.112	0.069	0.032
	创业进程	0.118	0.143 ⁺	0.150 ⁺	0.145 ⁺
打点意愿强度		0.223 ^{**}			
宏观	环境宽松性		-0.143 ⁺	-0.140 ⁺	-0.097 ⁺
	地区市场化进程		-0.139 ⁺	-0.145 ⁺	-0.133 ⁺
组织	产品/服务创新性-技术型企业			-0.132 ^{**}	-0.153 ^{**}
	产品/服务创新性-非技术性企业			-0.101 [*]	-0.13 [*]
	区域市场			-0.132 [*]	-0.089 [*]
	全国市场			-0.098 [*]	-0.120 [*]
	海外或全球市场			-0.112 [*]	-0.097 [*]
个体	自我效能				-0.049 ⁺
	商业道德				-0.298 ^{**}
调整 R ²		0.080	0.068	0.088	0.112
模型的方差齐性检验		4.017 ^{**}	1.661 [*]	1.466 [*]	2.734 [*]
分层方差齐性检验				1.513 [*]	6.275 ^{**}

注: N=140; + P<0.1; * ,P<0.05; ** ,P<0.01.

$P < 0.05$) 以及海外或全球市场 ($\beta_1 = -0.112$, $P < 0.05$) 的新企业从事打点行为的意愿都更低, 假设 3b 得到了支持; 在个体层面, 创业者自我效能 ($\beta = -0.049$, $P < 0.1$) 得到有限支持(假设 4a) 和商业道德标准 ($\beta = -0.298$, $P < 0.01$) 得到支持

3 结束语

本文基于中国转型经济背景下的创业情境,

考察了新企业政治行为的前因和结果。结合资源依赖理论,在对比既有企业政治行为研究结论的基础上,锁定打点行为这一特别适用于新企业的政治行为类型,验证了在资源高度匮乏的创业情境下打点行为的经济理性动机。同时基于跨层次的研究视角考察打点意愿前置影响因素发现,环境宽裕度和地区市场化进程对打点意愿的影响虽然方向上得到了验证,但显著性检验仅仅得到了有限支持。结合行业层面控制变量的考察,本文推断,与成熟企业更多关注环境扫描和行业竞争而采取政治行为不同,新企业处在进入行业的过程中,创业者更多是审视企业能力,并依据个体行为偏好来选择是否要依仗打点行为来获取资源以提升经营表现。当新企业拥有创新性的产品和服务并能够进入更广的市场参与竞争的时候,其议价能力和替代性选择会增多,由此弱化了打点意愿。这种比较的思路证明影响新企业和既有企业政治行为的因素是有差异性的,由此补充了现有关于企业政治行为的研究。当然,宏观层面变量得到有限支持的结论可能与本文的研究样本较少($N=140$)有关。同时地区市场化进程这个变量,本文采用了樊纲的研究结果,在CPSED的调研中,仅在8个代表性城市进行了随机抽样的调研,因此这个数值的变异来源也仅仅有8个,这在一定程度上限制了统计结果的显著性。

另外,针对既有企业的研究,很少关注管理者个体因素对政治行为决策的影响,而本文对此进行了有益补充。在创业情境下,新特质论的研究呼吁探讨创业者禀赋如何经由对创业行为和过程的影响进而作用于新企业绩效。本文基于这一判断,实证发现,当创业者对驾驭新企业创建过程中诸多任务具有较高的信心时,他们会表现出较低的遵从意愿,而那些秉持将非市场行为“理性化”的道德标准的创业者,表现出更强的打点意愿。

本文基于资源依赖理论研究企业政治行为的前因与结果,具体贡献如下:首先,结合于新企业的决策行为过程,考察了资源依赖理论在创业情境下的适用性。Hillman等^[17]在资源基础论开创者Pfeffer和Salancik^[16]的著作发表30周年后,对该理论的应用进行了系统的回顾。其中提到在资源基础论的5个主要应用领域中,有关政治行为领域的研究是最被忽视的一部分(p1411)。在

过去30年中,应用资源基础理论对政治行为的研究大多在政治经济学和政治学领域,而非管理学中。大多数学者们将“企业依赖政府,进而会采取政治行为”作为一个定律,而没有真正展开实际的研究。本文将理论模型和假设推演定位于资源基础理论的基本假设内,借此对该理论在企业政治行为领域的应用进行了有益补充,特别是对该理论在管理学中的应用提供了实证范例。

其次,本文对企业政治行为的研究有如下贡献:第1,西方管理学界对企业政治行为的研究在多个学科中(如经济学、社会学等学科)已有了相当成熟的发展,而在我国管理学界相关的探索才刚刚开始。本文将这一新兴研究引入创业情境,之前人们虽然在概念上认可新企业政治行为的重要性,但对于资源高度稀缺和面临新进入缺陷的新企业,是否要支付额外成本,靠打点行为遵从于资源持有者,他们又是否能从中获得经济上的受益,实证研究尚未给出明确的结论。在比较加扩展的思路下,基于资源依赖理论验证了新企业从事政治行为的确可以支持其追求经营绩效的经济理性动机;第2,我国学者对于企业政治行为的研究多是针对企业政治行为总体,而在具体的情境下,不同的政治行为类型或政治策略实施所带来的结果是有差异的,因此学者们呼吁应就某个具体政治行为的源起及实施策略的结果进行实证研究。本文在分析创业情境下新企业政治行为特点的基础上,聚焦于打点行为这一具体的适用于初创期企业行为选择,借此得到有针对性的研究发现;第3,本文全方位地探讨了新企业从事政治行为的动因,并涵盖了区别于既有企业的独特影响因素,由此丰富了中国情境下企业政治行为前因的研究,累积并贡献了新的实证证据。例如本文对于影响新企业政治行为的宏观因素分析推动了制度作为重要情境因素的研究并为此提供了实证证据。而有关创业者自我效能和道德标准对政治行为影响的发现,补充了基于西方政治行为理论中对企业行为决策人要素关注的不足。

在实践层面,本文结论对于创业者、政府和相关公共服务机构有着重要启示。首先,从创业者角度来看,政府和相关服务机构所控的资源,以及对新企业创建过程的影响使得新企业产生了靠打点去管理这种依赖性的意愿,进而成为提升新企业

初期绩效又一途径。研究发现并非鼓励和倡导这些非市场行为,而仅仅是揭示了转型经济背景下中国企业经营中的现状,进而提示创业者和政策制定者,应该正视这一转型时期的特殊问题,通过规范新企业创建过程政策审批、资源配置等环节,从根源上消除打点行为的土壤,同时引导新企业的创业者更多关注企业经营和市场环节。其次,在宏观层面,本研究发现,在区域经济发展环境较为宽裕和市场化程度较高的地区,新企业从事打点行为的意愿较低。为此,各级政府加快地区市场化进程,出台鼓励支持新企业发展的良性机制,将影响微观企业的行为导向,进而构建良好的创业氛围。在企业层面,当新企业拥有更具创新性的产品和服务、有能力进入更广市场参与竞争时,他们将更少依赖对政府等强势资源持有者的打点,而更多地是向市场中提供创新性的、有价值的产品和服务,参与更广范围内竞争。最后,在个体层面对打点意愿影响因素的发现说明,面对复杂充满风险的创建过程和强势的资源持有者,那些相信自身能力的创业者会更少依赖打点,更可能通过自身努力参与市场竞争,而这也是创业精神的本质之所在。

本文在做出贡献的同时依然有诸多局限。首先,本文利用当期打点意愿与下一期绩效预期之间的联系验证二者间的逻辑关系,但受制于数据,这种设计使得无法准确捕捉到当期打点意愿与下一期实际经营绩效之间的联系。未来研究应该采用下一期实际绩效数据,验证本文结论的稳健性。

参考文献:

- [1]Schuler D A. Corporate political strategy and foreign competition: The case of the steel industry [J]. *Academy of Management Journal*, 1996, 39(3): 720-737.
- [2]Keim G, Baysinger B. The efficacy of business political activity: Competitive considerations in a principal-agent context [J]. *Journal of Management*, 1988, 14(2): 163-180.
- [3]Shaffer B. Firm-level responses to government regulation: Theoretical and research approaches [J]. *Journal of Management*, 1995, 21(3): 495-514.
- [4]Shaffer B, Quasney T J, Grimm C M. Firm level performance implications of nonmarket actions [J]. *Business & Society*, 2000, 39(2): 126-143.
- [5]卫武,李克克. 基于政府角色转换的企业政治资源,策略与绩效之间的相互影响 [J]. *管理科学学报*, 2009, 12(2): 31-43.
Wei Wu, Li Keke. Influence among corporate political resource, strategy and performance: Based on the transformation of government role [J]. *Journal of Management Sciences in China*, 2009, 12(2): 31-43. (in Chinese)

同时,在未来研究中利用多种指标度量新企业绩效,补充验证结论的稳健性。

其次,本文利用投射变量度量创业者自我效能,与多维度量表进行度量相比不够精确。但文献研究发现,西方研究者们对创业者自我效能所包含的具体维度和测量,在实证研究中依然无法达成统一。大多数的实证文章依然依赖于单一维度,或将几维度集成为单一指标的方式来测度创业者自我效能。国内学者有关创业者自我效能的研究起步较晚,多数为综述文章^[49],少数的实证研究一般是在国外学者开发的几套量表基础上,进行中国情境下的验证^[50-51]或者同样采取投射变量的方式来度量^[44]。未来研究应该进一步从理论上讨论创业者自我效能概念内涵及合理的测度方式,对本研究的结论稳健性进行验证。

最后,企业政治行为属于非市场战略的一种,非市场战略与传统的战略管理研究中探讨的市场战略(如模仿战略与组织学习等),已被证明分别有助于改善企业的经营绩效,并可以进行整合以致发挥协同作用^[52-53]。本文关注的打点行为,作为非市场战略的一种,与新企业初期采取的市场战略间有何关联,是否存在相互替代或相互增强的关系,将是很好的拓展方向。事实上,在以既有企业为对象的研究中,已经开始有越来越多的学者关注到了这个问题^[6-7]。但本文受制于数据来源,以及为了研究问题更聚焦等考虑,无法引入并控制其他战略类型对经营绩效的影响,本文呼吁未来研究在创业情境下对这一问题进行探讨。

- [6]田志龙,邓新明. 企业市场行为,非市场行为与竞争互动——基于中国家电行业的案例研究[J]. 管理世界,2007,(8): 116-128.
Tian Zhilong, Deng Xinming. The market behavior of enterprises, non-market behavior and competitive interaction: A case study based on China household electrical appliance industry [J]. Management World, 2007, (8): 116-128. (in Chinese)
- [7]邓新明. 企业市场战略与非市场战略的整合模式研究[D]. 武汉: 华中科技大学, 2008.
Deng Xinming. A study on the integration pattern between market strategy and non-market strategy [D]. Wuhan: Huazhong University of Science and Technology, 2008. (in Chinese)
- [8]连 军. 政治联系对民营企业资本配置的影响研究[D]. 重庆: 重庆大学, 2012.
Lian Jun. Study on the impact of political connections on private enterprises' capital allocation [D]. Chongqing: Chongqing University, 2012. (in Chinese)
- [9]Cook R G, Fox D R. Resources, frequency, and methods: An analysis of small and medium-sized firms' public policy activities [J]. Business & Society, 2000, 39(1): 94-113.
- [10]Hillman A J, Wan W P. The determinants of MNE subsidiaries' political strategies: Evidence of institutional duality [J]. Journal of International Business Studies, 2005, 36(3): 322-340.
- [11]Brenner S N. Corporate political activity: An exploratory study in a developing industry [J]. Research in Corporate Social Performance and Policy, 1980, (2): 197-236.
- [12]Schuler D A, Rehbein K, Cramer R D. Pursuing strategic advantage through political means: A multivariate approach [J]. Academy of Management Journal, 2002, 45(4): 659-672.
- [13]Pittman R. The effects of industry concentration and regulation on contributions in three 1972 US Senate campaigns [J]. Public Choice, 1976, 27(1): 71-80.
- [14]张玉利,任学锋. 小企业成长的管理障碍[M]. 天津: 天津大学出版社, 2001: 10-32.
Zhang Yuli, Ren Xuefeng. Management Obstacle from the Growth of Small Business [M]. Tianjin: Tianjin University Press, 2001: 10-32. (in Chinese)
- [15]Wright P, Szeto W F, Cheng L T W. Guanxi and professional conduct in China: A management development perspective [J]. International Journal of Human Resource Management, 2002, 13(1): 156-182.
- [16]Pfeffer J, Salancik G R. The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective [M]. New York: Harper and Row, 1978.
- [17]Hillman A J, Withers M C, Collins B J. Resource dependence theory: A review [J]. Journal of Management, 2009, 35(6): 1404-1427.
- [18]Hillman A J, Zardkoohi A, Bierman L. Corporate political strategies and firm performance: Indications of firm-specific benefits from personal service in the US government [J]. Strategic Management Journal, 1999, 20(1): 67-81.
- [19]张建君,张志学. 中国民营企业家的政治战略[J]. 管理世界, 2005, (7): 94-105.
Zhang Jianjun, Zhang Zhixue. Political strategy of Chinese private entrepreneurs [J]. Management World, 2005, (7): 94-105. (in Chinese)
- [20]Keim G D, Zeithaml C P. Corporate political strategy and legislative decision making: A review and contingency approach [J]. Academy of Management Review, 1986, 11(4): 828-843.
- [21]王 亮. 企业政治行为的动机分析及战略选择研究[D]. 合肥: 中国科学技术大学, 2007.
Wang Liang. Research on the motivation and the strategy selection model of the corporate political action [D]. Hefei: University of Science and Technology of China, 2007. (in Chinese)
- [22]Batra G, Kaufmann D, Stone A H W. Investment Climate around The World: Voices of The Firms From The World Business Environment Survey [M]. Washington: World Bank Publications, 2003.
- [23]Luo Y, Han B. Graft and business in emerging economies: An ecological perspective [J]. Journal of World Business, 2009, 44(3): 225-237.
- [24]郝 颖,刘 星. 政府干预,资本投向与结构效率[J]. 管理科学学报, 2011, 14(4): 52-73.
Hao Ying, Liu Xing. Government intervention, capital allocation and structure efficiency [J]. Journal of Management Sciences in China, 2011, 14(4): 52-73. (in Chinese)
- [25]Bruno A V, Tyebjee T T. The environment for entrepreneurship [J]. Encyclopedia of Entrepreneurship, 1982, (2): 288

- 315.
- [26] Randolph W A , Dess G G. The congruence perspective of organization design: A conceptual model and multivariate research approach [J]. *Academy of Management Review* , 1984 , 9(1) : 114-127.
- [27] Lu J W , Ma X. The contingent value of local partners' business group affiliations [J]. *Academy of Management Journal* , 2008 , 51(2) : 295-314.
- [28] Ma X , Tong T W , Fitza M. How much does subnational region matter to foreign subsidiary performance? Evidence from Fortune Global 500 Corporations' investment in China [J]. *Journal of International Business Studies* , 2013 , 44(1) : 66-87.
- [29] 樊纲,王小鲁,朱恒鹏. 中国市场化指数——各省区市场化相对进程 2009 年度报告 [M]. 北京: 经济科学出版社, 2010.
- Fan Gang , Wang Xiaolu , Zhu Hengpeng. Neri Index of Marketization of China' s Provinces 2009 Report [M]. Beijing: Economic Science Press , 2010. (in Chinese)
- [30] Clarke G R G , Xu L C. Ownership , competition , and corruption: Bribe takers versus bribe payers [R]. World Bank Policy Research Working Paper , 2002.
- [31] 田莉. 新技术企业市场进入战略决策机制研究 [D]. 天津: 南开大学, 2010.
- Tian Li. Research on the choice of the market entry strategy of the new technology venture [D]. Tianjin: Nankai University , 2010. (in Chinese)
- [32] Chen W. Does the color of the cat matter? The red hat strategy in China' s private enterprises [J]. *Management and Organization Review* , 2007 , 3(1) : 55-80.
- [33] Chiao Y C , Yu C M J , Peng J T A. Partner nationality , market-focus and IJV performance: A contingent approach [J]. *Journal of World Business* , 2009 , 44(3) : 238-249.
- [34] Bird B. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention [J]. *Academy of Management Review* , 1988 , 13(3) : 442-453.
- [35] Bandura A. Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change [J]. *Psychological Review* , 1977 , 84(2) : 191-215.
- [36] Chen C C , Greene P G , Crick A. Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? [J]. *Journal of business venturing* , 1998 , 13(4) : 295-316.
- [37] Bandura A. *Social Foundations of Thought and Action* [M]. Englewood Cliffs , New York: Prentice Hall , 1986.
- [38] Hegarty W H , Sims H P. Organizational philosophy , policies , and objectives related to unethical decision behavior: A laboratory experiment [J]. *Journal of Applied Psychology* , 1979 , 64(3) : 331-338.
- [39] Collins J D , Uhlenbruck K , Rodriguez P. Why firms engage in corruption: A top management perspective [J]. *Journal of Business Ethics* , 2009 , 87(1) : 89-108.
- [40] 庄贵军, 范明远, 曾仕龙. 企业政策因素对灰色采购行为倾向的影响 [J]. *管理科学学报* , 2010 , 13(10) : 40-54.
- Zhuang Guijun , Fan Mingyuan , Zeng Shilong. Impact of firms' policies on the intention of gray procurement in China [J]. *Journal of Management Sciences in China* , 2010 , 13(10) : 40-54. (in Chinese)
- [41] Uhlenbruck K , Rodriguez P , Doh J , et al. The impact of corruption on entry strategy: Evidence from telecommunication projects in emerging economies [J]. *Organization Science* , 2006 , 17(3) : 402-414.
- [42] 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.
- [43] Murphy G B , Trailer J W , Hill R C. Measuring performance in entrepreneurship research [J]. *Journal of Business Research* , 1996 , 36(1) : 15-23.
- [44] 田莉, 秦剑. 创业——家庭冲突与新生企业初期绩效关系研究 [J]. *管理学报* , 2013 , (6) : 853-861.
- Tian Li , Qin Jian. Entrepreneurship-family conflict and the initial performance of nascent entrepreneur [J]. *Chinese Journal of Management* , 2013 , (6) : 853-861. (in Chinese)
- [45] Tan J J , Litsschert R J. Environment-strategy relationship and its performance implications: An empirical study of the Chinese electronics industry [J]. *Strategic Management Journal* , 1994 , 15(1) : 1-20.
- [46] Samuelsson M. *Creating New Ventures: A Longitudinal Investigation of the Nascent Venturing Process* [M]. Sweden: Internationella Handelshögskolan , 2004.

- [47]Podsakoff P M , Organ D W. Self-reports in organizational research: Problems and prospects [J]. *Journal of Management* , 1986 , 12(4) : 531-544.
- [48]McGee J E , Peterson M , Mueller S L , et al. Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure [J]. *Entrepreneurship Theory and Practice* , 2009 , 33(4) : 965-988.
- [49]丁明磊 , 杨 芳 , 王云峰. 试析创业自我效能感及其对创业意向的影响 [J]. *外国经济与管理* , 2009 , 31(5) : 1-7.
Ding Minglei , Yang Fang , Wang Yunfeng. An analysis of entrepreneurial self-efficacy and its impact on entrepreneurial intention [J]. *Foreign Economics & Management* , 2009 , 31(5) : 1-7. (in Chinese)
- [50]钟卫东 , 黄兆信. 创业者的关系强度、自我效能感与创业绩效关系的实证研究 [J]. *中国科技论坛* , 2012 , (1) : 131-137.
Zhong Weidong , Huang Zhaoxin. Empirical research on the relationship of tie strength , self-efficacy and entrepreneurs performance [J]. *Forum on Science and Technology in China* , 2012 , (1) : 131-137. (in Chinese)
- [51]刘万利 , 胡 培 , 许昆鹏. 创业机会真能促进创业意愿产生吗——基于创业自我效能与感知风险的混合效应研究 [J]. *南开管理评论* , 2011 , (5) : 83-90.
Liu Wanli , Hu Pei , Xu Kunpeng. Can entrepreneurial opportunities really help entrepreneurship intentions? A study based on mixing effect of entrepreneurship self-efficacy and perceived risk [J]. *Nankai Business Review* , 2011 , (5) : 83-90. (in Chinese)
- [52]Baron D P. Integrated strategy [J]. *California Management Review* , 1995 , 37(2) : 47-65.
- [53]Baron D P. Integrated strategy , trade policy and global competition [J]. *California Management Review* , 1997 , 39(2) : 145-169.

Pressure or rationality driven: Antecedents and outcomes of new ventures' political behaviors

TIAN Li^{1 2} , ZHANG Yu-li^{1 2} , TANG Gui-yao³ , WEI Li-qun⁴

1. Business School , Nankai University , Tianjin 300071 , China;
2. The Research Center of Entrepreneurial Management , Nankai University , Tianjin 300071 , China;
3. Management School , Shandong University , Jinan 250100 , China;
4. School of Business , Hong Kong Baptist University , Hong Kong , China

Abstract: Based on resource dependence theory , this study explores the antecedents and outcomes of new ventures' political behaviors especially by focusing intentions of graft to win backup when new ventures deal with government and public official departments. The empirical study based on China's Panel Study of Entrepreneurial Dynamics finds that , the intention to graft is positively related to the new ventures' initial performance. Among multi-levels' antecedents of graft intention , it finds that , at the macro level , new ventures in munificent environment and located in developed markets have less intention to graft; at the firm level , new ventures with innovative products and services and enter a broader scope of market , show a lower intention to graft; at the individual level , entrepreneurial self efficacy and ethical beliefs are negatively related to graft intention. This study contributes to the implication of resource dependence theory in the management field and researches on firm political behaviors in a transition economy.

Key words: political behavior; initial performance; antecedents; new ventures