

解铃还须系铃人： 疫情之下企业家身份焦虑的诱因与化解

张敏

(温州大学商学院, 浙江温州 325035)

摘要: 经历重大疫情的小微企业面临更为严峻的创新挑战,也使企业家身份焦虑成为常态。文章聚焦疫情暴发这一特定背景,将小微企业对政商关系的预期视为诱发企业家身份焦虑的逻辑起点,从企业所处的外部制度环境和市场环境切入,探索化解企业家身份焦虑并提升小微企业创新意愿的可行路径。研究发现,企业家对政商关系的预期是身份焦虑的重要来源,企业家身份焦虑与小微企业创新意愿之间的关系会受到政策置信性和网络嵌入行为的双调节效应的影响。由于企业家身份焦虑难以避免,提高对政策置信性的预期能够有效缓解政商关系感知引发的企业家身份焦虑。疫情之后的复工复产活动中需要进一步缩短政策的传导链条,加强小微企业之间制度化互动,重塑企业家的自我身份认同,控制企业家身份焦虑的有效边界,推动小微企业持续健康发展。

关键词: 企业家身份焦虑;政商关系;政策可置信性;网络嵌入;创新意愿

中图分类号: F272 **文献标志码:** A **文章编号:** 1000-2154(2020)04-0029-10

DOI: 10.14134/j.cnki.cn33-1336/f.2020.04.003

It is Better for the Doer to Undo What He Has Done: The Causes and Solutions of Entrepreneurial Identity Anxiety under the Epidemic Outbreak

ZHANG Min

(School of Business, Wenzhou University, Wenzhou 325035, China)

Abstract: In the face of major epidemic, the small and micro enterprises (SMEs) confronted more severe innovation challenges and the entrepreneurial identity anxiety becomes a constant phenomenon. This study focuses on the specific context of the epidemic outbreak and regards the expectation of political and business relations as a logical starting point for inducing entrepreneurial identity anxiety. From the external institutional environment and market environment in which enterprises are located, it explores feasible ways to resolve entrepreneurial identity anxiety and promote innovation in SMEs. The study finds that entrepreneurs' perception of political and business relations is an important source of identity anxiety. The relationship between entrepreneurial identity anxiety and SMEs' innovative intention will be affected by the dual adjustment effect of policy confidence and network embedding behavior. Because entrepreneurial identity anxiety is difficult to avoid, more confidence in the policy can effectively alleviate the entrepreneurial identity anxiety caused by the perception of political and business relations. After the resumption of production activities following the outbreak, the institutionalized interactions between SMEs should be strengthened, the network embedding behavior can reshape the identity of entrepreneurs in formal business interactions, maintain the effective boundaries of entrepreneurial identity anxiety, and promote SMEs to achieve continuous innovation.

Key words: entrepreneurial identity anxiety; political and business relations; policy credibility; network embeddedness; innovative intention

收稿日期: 2020-03-04

基金项目: 浙江省自然科学基金面上项目“被关注才会被认同?利益相关者视角下的小微企业创新合法化研究”(LY20G020018)

作者简介: 张敏,女,教授,管理学博士,主要从事创新管理研究。

一、引言

当前,中国政府为阻击新冠疫情而实施的严格防控政策为全球人民的福祉改善做出了巨大的贡献,但由于创新促进政策和创新保障政策暂时让位于疫情防控管制,加之疫情暴发和蔓延深刻影响着企业家的认知方式和价值体系,导致企业家们倍感焦虑。事实上,小微企业的合法性劣势使其一直高度依赖于政策供给以及与政府展开的有效互动,疫情导致的政策不确定将不可避免的影响企业家对政商关系的感知,引发身份认同感的疏离,形成持续紧张与焦虑。作为一种典型的负面情绪,焦虑将直接影响企业家的创新意愿和企业创新行为^[1]。企业家对政商关系及政策不确定的感知以及由此引发的企业家身份焦虑是否会导致复工复产中创新意愿的弱化和创新行动的踟蹰不前?如何借助疫情之后政商关系重构和网络资源优化来化解企业家身份焦虑带来的创新阻力?既有研究多考察政商关系、制度环境对企业绩效的影响,尚未从微观视角深刻洞悉企业家身份焦虑的来源并对企业家心理认知和创新意愿的作用机理进行揭示。尽管当前小微企业主的焦虑状态和创新顾虑已被学界和业界关注,但疫情之下企业家身份焦虑的化解机理还未能有效揭示。鉴于化解企业家身份焦虑是厚植民营经济发展沃土的重要前提,本研究将聚焦疫情之下这一实际场景,分析政商关系感知及政策不确定对企业家身份焦虑和企业创新意愿的影响,并尝试解析小微企业的网络嵌入行为对上述路径的调节效应,不仅能够弥补相关领域的研究短板,还能为疫情之后进一步激发小微企业创新活力、全面实施创新驱动战略提供政策指引与实践依据,具有十分重要的理论价值和现实意义。

本文存在以下理论贡献:一是探讨疫情暴发这一重大不确定事件发生后政商关系与企业家情感之间的关联机理,将政商关系中政府和市场的职责履行视为诱发企业家身份焦虑的逻辑起点,考察疫情之下政商关系的赋能思路。二是从企业所处的外部制度环境和市场环境切入,探索疫情暴发情境下小微企业的创新意愿的认知机制和逻辑成因,验证政策可置信性和网络嵌入行为的双调节效应,拓展了既有企业创新领域的研究范围,展现了政府、市场、企业三方的协同运作在激发小微企业创新意愿过程中的重要作用。

二、理论分析与研究假设

(一) 政商关系、政策可置信性与企业家身份焦虑

政商关系是社会政治结构的重要组成部分,影响了经济发展与市场协调的动态变化过程,政府与企业之间的协调与互动决定了政商关系的结构^[2]。在政府主导的政商关系中,政府掌握了关键资源和生产要素,并具备强烈的动机和能力去干预企业的事务,而企业也渴望与有影响力的政府官员建立联系。在市场主导的政商关系中,市场在法律约束下进行分配资源,最大限度发挥资本的经济效益,政府逐步退出对市场的管理^[3]。面对疫情这一重大突发事件,企业家的认知模式会发生重要改变,本研究将分别度量企业家对政府能力的感知以及企业家对市场化程度的感知,以期对政商关系进行综合评价。

政策不确定性是指经济参与者难以确定地预知现行政策的变动,导致经济的频繁波动和经济环境的复杂化^[4]。企业家对政策不确定的感知主要涵盖三个维度:状态不确定(企业家缺乏环境特征的信息)、影响不确定(企业家缺乏环境事件、变化或者变化趋势的信息)以及响应不确定(企业家缺乏对决策可能结果的信息判断)^[5]。随着各地相继出台一系列应对疫情的企业扶持政策,企业家感知到的状态不确定性及影响不确定性已得到有效控制。但由于政策时效性强,政策制定者和政策执行者往往是分离的,政策执行的可置信性,即企业预期政策能否被有效实施并享受到政策优惠,成为响应不确定性的最主要的表现形式。因此,本研究认为企业家对政策的不确定感知主要源自政策的可置信性,并将政策的可置信性作为政策不确定感知的测量变量。

在心理学领域,焦虑是当个体遇到不确定情境时,对潜在的危险缺乏应对手段而表现出来的恐慌、紧张和担忧的应激状态。身份认同理论认为,身份焦虑是认知过程、情绪情感等心理因素与政治、经济、文化等社会因素相互交织形成的复杂社会心理状态,与身份认同直接相关^[6]。身份焦虑可以分为先赋性身份焦虑、结构性身份焦虑和建构性身份焦虑^[7]。三种身份焦虑不同程度的存在,共同影响身份认同和身份建

构。企业家身份焦虑作为一种消极情感,与企业家的身份认同高度相关。身份构建是一个不断发展的过程,反映了企业家与社会、市场和政府的关系。企业家身份建构不仅要考虑自我的身份认同,还要关注外在赋予的身份。由于建构性身份焦虑主要表现为企业家在企业发展过程中对自身价值、功能认同所表现出来的焦虑^[8],本研究将采用建构性身份焦虑作为企业家身份焦虑的测量变量。

由于经济转型过程中政府政策存在大量不确定性,疫情等突发事件使不确定性成为常态。社会网络、社会关系成为更具战略意义的社会资本,企业需要与政府保持正式或非正式的关系。作为资源配置的一种手段,政府和市场都是推动经济社会发展不可或缺的重要力量^[9]。一方面,疫情前后政府政策的变化导致政商关系的工作重点发生转移,使得外部环境愈发复杂,企业的发展定位需及时调整,企业家对市场化程度及政府能力的认知变化会直接影响企业的资本配置策略。由于企业家行为、决策方式与身份认同难以在短时间内有效契合,企业家在政商关系中所处的政治地位与经济地位的错位不断聚合,形成集体性的“身份焦虑”。另一方面,政府政策的出台时机、政策的内容以及政策的更迭等因素充满了不确定性^[10],重大疫情等突发事件进一步影响企业家对政府能力和市场化程度的理解,引发企业家对自身角色合法性的质疑,迫使企业家不断调整自我认知,对目标和价值观的持续、动态调整成为企业家身份焦虑的重要来源并影响后续决策。如果企业家对政府能力和市场化程度有着较高的认同,认为政府与市场有助于推进企业间的有效互动,则会以更具前瞻性的心态去考量不确定情景中蕴藏的商机,主动调整资本配置策略。尤其是当企业家认为疫情之下的各项扶持政策能够被有效执行,企业家精神才得以被激发,对市场的判断会更为准确,身份认同感的增强能够有效降低企业家的身份焦虑。由于政策不确定性成为常态,本研究将疫情之下企业家对政策可置信性的认知作为调节变量,分析上述情景下企业家身份焦虑的认知来源,并做出以下假设:

假设1:企业家对政商关系的感知将对企业家身份焦虑产生显著影响,对政府能力和市场化程度的高水平认同将弱化企业家的身份焦虑。

假设2:政策可置信性在政商关系感知与企业家身份焦虑之间起到正向调节作用。政策可置信性越强,企业家的政商关系感知对企业家身份焦虑的抑制作用越显著。

(二) 企业家身份焦虑、网络嵌入与小微企业创新意愿

焦虑是人们面对不确定事件时所呈现的一种应激反应,包含存在焦虑、价值焦虑、本体焦虑、道德焦虑等不同形态^[11]。企业家身份焦虑作为一种典型的消极情绪,源自对外界的不确定感知^[12]。由于创新包括问题的提出、创造性构想或解决方案的产生、创造性构想的转化扩散等三个阶段^[13],其中的寻求创新资源以及实现创意思想的转换属于典型的风险性行为,企业家对创新角色的理解和风险感知将会影响其从事创新行为的态度、意愿和自我效能感^[14],并积聚成为相对稳定的情绪状态。

企业创新意愿作为一种主观态度和心理倾向,涵盖创新决策偏好、创新观念体系和心智模式等诸多内容。企业创新意愿越高,则创新投入越多,企业创新绩效相对更显著。企业家的身份焦虑水平可以预测其创新意愿,但研究结论尚未达成一致。有学者认为,降低个体的焦虑水平能显著提高其创造性表现^{[11]109},也有学者认为焦虑等消极情绪会激发个体对现实环境的探索,推动创新的实现^[15]。当身份受到威胁时个体会重构现实意义,企业家的身份焦虑会促使企业家完成角色转变,督促企业家更加关注外部信息,采用系统的信息加工策略,通过创造性活动来激发成就感,以期修复由于身份焦虑所引发的负面情绪,提升合法性认知。企业家借助情感体验使自身成为制度中合格的能动者,并引导周边社会资本的加速流入^[16]。由于消极情绪对个体行为偏好的产生存在二元效应^[17],一旦身份焦虑超过某一阈值,过高的负面情绪将抑制企业家的创新动机,延迟创新行为,更倾向于做出急功近利的路径选择^[18]。基于此,本文提出以下假设:

假设3:企业家身份焦虑与小微企业创新意愿之间呈倒U型关系。当企业家身份焦虑低于阈值,身份焦虑能够提升小微企业创新意愿;当企业家身份焦虑高于阈值,身份焦虑将抑制小微企业创新意愿。

角色认同理论认为,企业家在不同社会环境中扮演着不同角色,需要获取角色相关信息来消除自我概念的不确定性,角色的意义来自与所在环境中重要他人的互动^[19]。重要他人所传递的角色期望和角色规范有助于企业家构建其角色认同,并增强角色责任感,推动企业家在角色实践过程中不断修正对自身角色的认知,同时尽可能保持自身行为与角色标准的一致性^[20]。嵌入性理论认为,企业需要与网络建立关系以获得关键资源,由此形成的企业嵌入特征反映了企业对网络的依赖程度^[21],而基于信息及情感的依赖会

对企业家的认知状态产生影响。小微企业受到自身规模限制,缺乏资源和竞争优势,更需要充分利用网络平台,借助嵌入行为(关系嵌入和结构嵌入)以获得不确定情景下的合作优势。小微企业与社会网络中重要个体的互动成为弱化企业家身份焦虑负面作用的重要举措。一方面,结构嵌入能够映射小微企业在网络中的相对位置,从而决定信息及资源的获取程度。随着合作的范围日益增加,企业家扩大了信息感知的范围和资源的获取方式,在互动的过程中能够不断明确可接受和合适的行为,逐渐获得更多合作伙伴对自身角色的认同。企业家通过不断调整自身行为以符合成员对自身的角色期望,融入网络的行为规范,形成更为清晰的自我认知,能够有效消除对外界的不确定感知并获得自身的价值感。另一方面,关系嵌入能够反映主体间的互动、信任和联系的持久性^[22],小微企业与合作伙伴互动的的时间越长,互动频率越高,越容易建立默契的合作关系并形成一致的认知规范,角色合法性的确立更容易帮助企业感受到工作的价值与意义。企业家的信仰、价值观和关系取向在嵌入过程中逐渐达成共识,提高了自我效能感并对不确定环境更加宽容,进一步坚定了行动方向和价值取向。网络嵌入行为能够帮助企业家重塑角色认同,在实现角色赋能的同时,缓解企业家身份焦虑对创新意愿的消极影响。基于此,本文提出以下假设:

假设4:企业家身份焦虑与小微企业创新意愿之间的倒U型关系受到小微企业网络嵌入程度(结构嵌入和关系嵌入)的负向调节作用。小微企业在合作网络中的网络嵌入程度越高,则企业家身份焦虑与小微企业创新意愿之间的倒U型关系将趋于平缓。

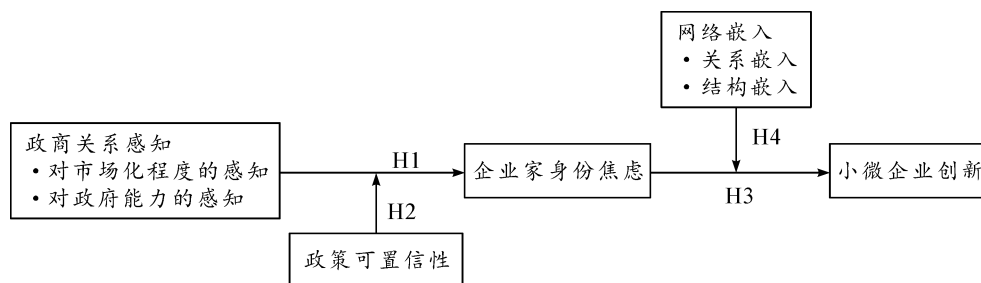


图1 研究框架图

三、研究方法

(一) 研究样本和数据收集

小微园是当前小微企业建立正式与非正式合作关系、构建资源网络的重要载体^[23]。随着各地复工复产的有序推进,陆续有小微企业重新恢复运营。本文的研究对象设定为小微园内的复工企业,邀请企业主本人填写问卷。借助文献梳理和焦点群体访谈,形成初步问卷,通过研究团队组内多次反馈对题项的语义结构、呈现逻辑进行多次修改,最终形成正式问卷。正式调研时间为2月17日到2月28日,调研企业来自于杭州、宁波、温州、广州等地的小微园,入园时间超过六个月,涵盖传统制造业和制造服务业。本研究采用多种方式进行问卷数据的收集:一是与经信委、园区管理委员会和园区开发商合作,在说明调查目的以及调查内容后,由正式机构直接发出问卷填写邀约。二是利用“熟人关系”直接对入园小微企业的企业主发放电子问卷。问卷主要包含小微企业的基本信息、对政府政策及服务的评价、对市场化程度和转型绩效的评价、以及对小微园创新网络的嵌入感知等内容。共发放问卷约560份回收有效问卷468份,问卷的有效回收率为83.6%。借助t检验证实样本来源并不存在显著差异问题。样本的基本统计信息如表1。

表1 样本企业统计特征描述

统计特征	样本量特征分布
行业	传统制造业68.1%;制造服务业占31.9%
企业规模	20人以下占32.9%;20~50人占29.9%;51~100人占26.5%;100人及以上占10.7%
企业年龄	5年以下占58.2%;5~10年占30.1%;11~15年占15.4%;15年以上占3.7%
年龄	30岁以下占38.6%;30~40岁占45.1%;41~50岁占15.4%;51岁以上占0.9%
教育程度	大专及以下占12.3%;本科占59.6%;硕士及以上占28.1%

(二) 变量测量

除控制变量外,其他变量均采用李克特五点量表进行测量,5表示非常赞同,1表示非常不赞同。本研究借助量表来测量企业家的心理感受和行为表现。变量测量方法如下:

1. 企业家身份焦虑。由于企业家身份焦虑尚未形成成熟量表,本研究遵循以下2个步骤进行量表设计。首先,收集、梳理国际著名期刊发表的相关文献,对企业家身份认同、焦虑等核心概念的内涵、维度构成进行探索性分析。其次,依托企业深度访谈,结合疫情暴发后正规媒体刊发的企业家访谈,对相关题项进行挑选、提炼、修正和完善,确定研究构思的测量题项,调查内容包括:疫情之下企业家存在哪些焦虑情绪?焦虑情绪的来源是什么?焦虑会影响哪些企业行为?对企业家身份认同的感知存在哪些变化?课题组依据开放性编码、主轴性编码和选择性编码等程序,对访谈材料进行归纳、分析和分类,确定了企业家身份焦虑的六维度结构设计。课题组采用两轮分析者材料交换认定法进行一致性审核,以保证定性资料分析和条目意义归纳的内部一致性,最终形成企业家身份焦虑的原始调查问卷。由于身份认同是连接身份、情感、行为能动性的有效理论工具,遵循焦虑水平自评量表的编写逻辑^[24],借鉴学者的经典量表^[25],最终得到企业家身份焦虑的正式测评问卷。邀请企业家对疫情暴发后的一个月内的角色认知(发展目标、价值观、信念、规范、阶层地位和职业地位)所面临的冲突和对抗的程度进行自我评价。

2. 政商关系感知。本研究从市场化程度感知和政府能力感知两个维度来度量企业对政商关系的感知水平。企业家对市场化程度的感知聚焦于要素市场、产品市场和中介市场的市场竞争程度与市场的资源配置能力^[26]。要素市场的发育程度用当前小微企业的融资渠道及融资成本、劳动力雇佣成本来测量。产品市场的发育程度用小微企业的研发投入和研发效率、商品市场的地区贸易壁垒、产品生产的专业化分工程度来测量。中介组织发育用园区内部的服务性中介机构(如会计、税务、物流等机构)提供服务的综合水平来度量。企业家对政府能力的感知,通过对当前的税收优惠、财政支持、融资支持、人才政策、产权政策以及各类减免制度等关键政府政策的实际绩效感知以及对公共商品、公共服务的供给能力的感知来度量。除了分别度量政商关系感知两个维度对企业家身份焦虑的影响,研究中还采用两者的乘积来度量企业对政商关系的协同感知水平。

3. 政策可置信性。本研究借助政策可置信性来衡量政策不确定性程度。目前学界对中国经济政策不确定性的衡量多采用基于文本挖掘和情感分析得到的中国经济政策不确定性指数,但是该指数是对中国大陆经济政策不确定性的整体评价,隐藏了企业的个性特征。本研究通过题项设计来获得企业对政策置信性的感知水平。根据前期访谈,研究团队罗列了疫情之下各地政府针对小微企业颁布的扶持政策清单,若省、市级政府宣布的政策被地方基层政府告知或已被执行,那么其政策是可置信的^[27],被试者填写被执行的政策数量,并进行中心化处理,用于度量政策的置信程度。

4. 网络嵌入。本研究参考 Granovetter 提出的个体网嵌入程度的测量方法^[28],采用小微企业在小微园中的关系强度来衡量关系嵌入,主要题项包括:复工后与园区内部主要客户和供应商联系的频率;和园区管理部门联系的频率;与园区其他服务中介机构(法律、会计、物流、知识产权等)联系的频率。采用小微企业在合作网络中的相对位置(中心度)来度量结构嵌入,主要题项包括:小微园内部大多数同行企业都知道我们的技术能力和产品;其他企业经常通过我们进行产品和市场信息的交流;我们的经营行为或策略的变化对小微园内部其他企业有较大影响。

5. 小微企业创新意愿。本研究借助邢蕊和王国红^[29]、Lumpkin 和 Dess^[30]等学者的研究成果,主要从自我效能感、超前行动、开放心智等维度进行测量,代表题项包括:企业能够把握疫情带来的创新机会;企业正在采取行动以应对剧烈变化的外部环境;企业员工积极参与产品、市场、技术创新等创新项目;企业员工乐意接受有关新技术、新流程的创新培训。

6. 控制变量。既有研究认为企业所属行业、成立时间、规模以及创业者年龄及受教育程度均会影响企业家的创业目标与创新行为方式^[31]。本研究对以下6个变量进行了控制。行业为类别变量(1 = 传统产业,2 = 制造服务业),企业规模为类别变量(1 = 20人以下,2 = 20 ~ 50人,3 = 51 ~ 100人,4 = 100人以上),企业年龄 = 2020 - 企业成立时间,创业者年龄取其实际年龄,企业家受教育程度为类别变量(1 = 大专及以下,

2 = 本科, 3 = 硕士及以上); 网络规模选取小微园中入驻企业的实际数量^[32]。

(三) 共同方法偏差分析

由于每份问卷均由企业家本人一次性填答, 为了降低共同方法偏差(Common Method Bias, CMB), 研究者采用以下举措:(1)所有问卷保证匿名作答, 并强调问卷仅用于学术研究;(2)采用反向用语以及随机调整题项顺序等方法削弱同源误差的影响。问卷回收后进一步采用 Harman 单因子分析进行检验, 将所有变量放入探索性因子分析框中, 观察未旋转的因子分析结果, 析出的1个因子的最大方差贡献率为 32.109%, 小于50%, 说明本研究共同方法偏差在可接受范围内。

四、实证结果与分析

(一) 信度和效度

如表2所示, 主成分分析和正交旋转之后, 所有构念的 Cronbachs'α 系数均超过0.7, 各量表都呈现良好的内部一致性, 所有构念具有较高的信度。本研究所有题项源于成熟量表、问卷预测和专家访谈, 能够保证量表的内容效度。利用验证性因子分析(CFA), 测量模型的拟合指数分别为: $\chi^2/df = 1.56$ 、 $RMSEA = 0.049$ 、 $NFI = 0.94$ 、 $IFI = 0.96$ 、 $CFI = 0.95$ 、 $NNFI = 0.4$, 说明量表具有较好的区分效度。各构念组合信度 CR 均大于0.8, AVE 均大于0.5这一临界值, 表明测量项目具有较高的收敛效度。任何一个构念的 AVE 均方根都大于与其他构念的相关系数, 表明各构念间区分效度良好, 见表3。

表2 量表信度与效度检验

构念	标准载荷	Cronbachs'α	CR	AVE
企业家身份焦虑	0.826	0.852	0.829	0.532
市场化程度感知	0.679	0.832	0.812	0.531
政府能力感知	0.791	0.801	0.808	0.506
政策可置信性	0.785	0.798	0.801	0.502
关系嵌入	0.755	0.789	0.803	0.513
结构嵌入	0.743	0.802	0.816	0.527
创新意愿	0.842	0.855	0.825	0.526

表3 主要变量的均值、标准差和皮尔逊相关系数

变量	均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. 年龄	34.78	6.52	1												
2. 教育	2.16	0.31	-0.101	1											
3. 行业	1.33	0.45	-0.116	0.103	1										
4. 成立时间	6.62	1.87	0.135	-0.011	-0.119	1									
5. 企业规模	2.16	0.63	0.126	0.107	0.156	0.167	1								
6. 网络规模	72.92	12.32	0.013	0.016	0.123	0.115	0.083	1							
7. 市场化程度感知	3.05	0.8	0.127	0.129	0.177 **	0.141	0.142	0.112	1						
8. 政府能力感知	4.28	0.53	0.062	0.103	0.235 ***	0.131	0.178 **	0.112	0.262 ***	1					
9. 企业家身份焦虑	4.83	0.58	0.086	0.104	0.102	0.139	0.192 **	0.101	-0.279 ***	-0.365 ***	1				
10. 政策可置信性	2.92	0.56	0.062	0.101	0.088	0.109	0.133	0.052	0.122	0.141	0.271 ***	1			
11. 关系嵌入	3.68	0.69	0.083	0.102	0.119	0.067	0.105	0.101	0.142	0.142	0.147	0.105	1		
12. 结构嵌入	3.52	0.51	0.063	0.091	0.116	0.069	0.119	0.103	0.132	0.153	0.146	0.128	0.108	1	
13. 创新意愿	3.51	0.79	0.101	0.103	0.125	0.121	0.118	0.132	0.309 ***	0.345 ***	-0.283 ***	0.256 ***	0.243 ***	0.251 ***	1

注: ***表示 $P < 0.01$, **表示 $P < 0.05$, *表示 $P < 0.1$

(二) 假设检验结果

为了减小多重共线性问题, 对涉及平方项和交互项的变量进行了中心化处理, 然后分别对控制变量以及在控制变量基础上依次加入自变量、自变量的二次方项、调节变量和他们的交互项进行回归分析, 回归系数即为标准化系数, 见表4。在模型1中, 政府能力感知($\beta = -0.318, p < 0.01$)及市场化程度感知($\beta = -0.236, p < 0.01$)与企业家身份焦虑均呈现出显著的负相关, 较高水平的政商关系感知能够有效缓解企业家的身份焦虑, 假设 H1 得到验证。模型2和模型3依次加入政策可置信性这一调节变量以及调节变量与政商关系的交互项。在模型3中, 政策可置信与政商关系二个子维度的交互项对企业家身份焦虑都呈现出

正向的调节作用($\beta = 0.203, p < 0.01; \beta = 0.166, p < 0.01$),说明政策可置信性在政商关系感知与企业家身份焦虑之间起到正向调节作用,假设 H2 得到验证。模型5中,用政府能力感知与市场化程度感知的乘积来综合度量政商关系感知,与政策可置信性的交互项对企业家身份焦虑也呈现出显著的正向关联($\beta = 0.172, p < 0.01$),进一步验证了假设 H2。在模型6中,企业家身份焦虑的二次项与企业创新意愿之间呈现显著负相关($\beta = -0.142, p < 0.01$),证实两者之间存在倒 U 型关系,假设 H3 得到验证。在模型7中,关系嵌入与企业家身份焦虑的交互项的回归系数显著为正($\beta = 0.125, p < 0.05$),与企业家身份焦虑平方项的交互项的回归系数显著为负($\beta = -0.108, p < 0.05$),说明关系嵌入程度越高时,企业家身份焦虑对企业创新的倒 U 型关系受到弱化。在模型8中,结构嵌入与企业家身份焦虑的交互项的回归系数以及结构嵌入与企业家身份焦虑平方项的交互项的回归系数均不显著,假设 H4 部分得到验证。

表4 多元线性回归结果

变量	模型1 企业家 身份焦虑	模型2 企业家 身份焦虑	模型3 企业家 身份焦虑	模型4 企业家 身份焦虑	模型5 企业家 身份焦虑	模型6 企业创新 意愿	模型7 企业创新 意愿	模型8 企业创新 意愿
控制变量								
年龄	0.056	0.047	0.045	0.042	0.049	0.061	0.056	0.050
教育	0.091	0.082	0.081	0.093	0.095	0.095	0.092	0.083
行业	0.091	0.082	0.081	0.087	0.083	0.105	0.095	0.088
成立时间	0.108	0.097	0.092	0.096	0.105	0.092	0.096	0.092
企业规模	0.128	0.126	0.121	0.123	0.105	0.103	0.095	0.088
网络规模	0.082	0.078	0.071	0.073	0.088	0.081	0.095	0.094
自变量								
政府能力感知	-0.318***	-0.313***	-0.205***					
市场化程度感知	-0.236***	-0.202***	-0.169***					
政府能力感知 * 市场化程度感知				-0.269***				
企业家身份焦虑						0.085	0.072	0.071
企业家身份焦虑 ²						-0.142***	-0.112**	-0.118**
调节变量								
政策可置信性		0.158	0.112	0.145	0.142			
关系嵌入							0.169***	0.162***
结构嵌入							0.139***	0.128***
交互项								
政府能力感知 * 政策可置信性			0.203***					
市场化程度感知 * 政策可置信性			0.166***					
政府能力感知 * 市场化程度感知 * 政策可置信性					0.172***			
关系嵌入 * 企业家身份焦虑							0.125**	
关系嵌入 * 企业家身份焦虑 ²							-0.108**	
结构嵌入 * 企业家身份焦虑								0.092
结构嵌入 * 企业家身份焦虑 ²								-0.055
F	13.532***	13.711***	13.926***	13.527***	13.563***	15.312***	15.508***	15.816***
R ²	0.305	0.317	0.356	0.309	0.349	0.407	0.433	0.461

注:***表示 $P < 0.01$, **表示 $P < 0.05$, *表示 $P < 0.1$

以调节变量(政策可置信及关系嵌入)的均值为界,将大于等于均值的样本和小于均值的样本进行归类,分别进行回归并绘制调节效应图。图2对比了不同政策置信水平下,政商关系感知与企业家身份焦虑的关系。当政策置信水平较高时,直线的斜率变小,政商关系感知对企业家身份焦虑的负向影响相对减弱。图3对比了关系嵌入水平下企业家身份焦虑与企业创新意愿的倒 U 型曲线的形状差异。当关系嵌入水平高时,倒 U 型曲线变缓,且倒 U 型曲线的拐点向左移动,即企业家身份焦虑对企业创新影响的临界值变大,

当关系嵌入程度增加时,倒U型曲线变得相对平缓。

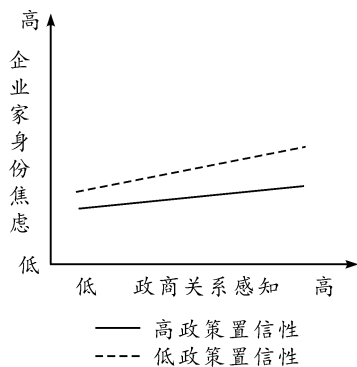


图2 政策置信性的调节效应

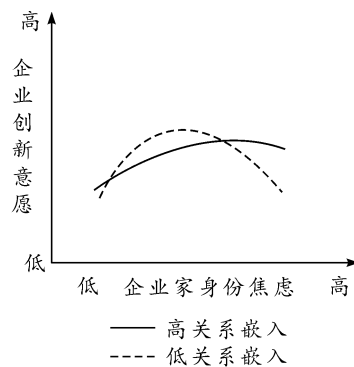


图3 关系嵌入的调节效应

五、研究结论及实践意义

(一) 研究结论

首先,尽管我国“亲清”政商关系已逐步构建,但是疫情之下企业家对政商关系的感知仍然是身份焦虑的重要来源,对政策置信性的高水平预期能够有效缓解政商关系感知引发的企业家身份焦虑。企业家身份焦虑源于身份或角色的合法性认知发生改变,企业家需要形成正确的价值观和信仰,在商业经营与自我经营过程中把握最根本的逻辑和规律,形成积极有效的经营方式,这是疫情之下推动企业创新发展的重要前提。在面对疫情这一重大不确定事件时,企业家需要借助情感体验和情绪宣泄,将自身视为政治制度与市场规则中合格的能动者^[33],融入商业使命与市场逻辑,增强角色的责任感与认同感,才会在经营受挫时产生强大而持久的创新动机,投身于财富积累和价值创造。

其次,疫情之下企业家身份焦虑虽无法完全化解,但网络互动能够有效控制身份焦虑的负面作用。本研究提出激发企业家身份焦虑的能动效应取决于其网络嵌入行为,通过强化小微企业之间的制度化互动,引导企业家主动调节自身在网络中的嵌入程度,能够重塑其在正式商业互动中的身份认同,有益于消除与政府、市场的制度化互动中产生的不确定性,获取社会资本的有效补给。企业家能够有效规避外部环境的不确定性,从容应对各种创新困难^[34],有效控制身份焦虑。上述结论部分解释了一直困扰学界的个体社会身份和角色认同发生偏移时身份焦虑的化解与心理赋能机制。

第三,疫情之下政策可置信性和网络嵌入行为的双调节效应是缓解企业家身份焦虑、推动小微企业创新发展的重要路径。虽然学界普遍认为社会身份成为个体解读现实并产生能动性的重要依据,而“身份过滤”过程仍然是一个“黑箱”^[35]。本研究提出企业家身份的过滤过程会产生身份焦虑,同时会受到政策可置信性和网络嵌入行为的双调节效应的影响。一方面,政策可置信性感知能够从源头弱化政商关系不确定引发的身份焦虑;另一方面,网络的关系嵌入行为能够拓展身份焦虑对创新意愿的正向影响的边界,缓和过高的身份焦虑对企业创新意愿的负面作用。借助网络调整,尤其是借助基于市场交易的正式关系网络的调整,能够进一步释放市场导向的巨大潜能。

(二) 实践意义

疫情之下的小微企业面临更为严峻的创新挑战。企业家既需要正视身份焦虑的存在,在疫后复工过程中也需要有温度、有高度、有深度的政策关怀。当前的复工复产以及后续的经济转型需要持续深化“放管服”改革,对政商关系进行全新赋能,引导企业家价值观、伦理观和社会观的及时调整,并与当下的社会信仰和终极共识进行有机契合。

首先,消除企业家的不安全感、重塑商业的安全边界,是疫情之下亟待解决的重大课题。当前,虽然国

家出台各种帮扶政策,有效降低了对未来收益的不确定预期,但缓解企业家身份焦虑、激发企业家精神,依然是保持小微企业创新活力的关键任务,也是疫情之后激发企业创新意愿的重要举措。一方面,国家和地区的发展都离不开稳定的政治环境和市场环境,政策制定者希望提升政策实施的效力,而市场参与者则希望以最为精准和及时的方式,形成对政策的稳定合理预期。但是转型期的中国面临大量部门间、地区间、领域间的博弈,政策调整与市场变化无法避免,市场的放大机制又将这一不确定性传导到市场的各个角落,政策与市场的不确定往往相伴而生。另一方面,市场是最大的公共利益的实现者,政府则是这个公共利益的维护者。疫情之后需要更为精准的处理市场与政府的关系,新型政商关系的核心就是追求良性互动,而这种良性互动可以通过小微企业的网络嵌入行为来更好地发挥市场的资源配置作用,在实现合作共赢的同时提升公共利益。

其次,鼓励地方政府因地制宜制定帮扶政策,创造性的推进和实施各类政策是提高政策可置信性、提升政府置信力和公信力的基本前提。充分发挥政策效果的关键在于提高政策的可置信性,缩短政策传递的链条,加强政策时效性,使社会公众相信执行者的意愿和能力,这是疫情之下缓解企业家身份焦虑的重要举措。企业家预期政策能够被有效执行,就会主动调整行为,实施创新决策。虽然我国在构建新型政商关系的进程中已获得阶段性重要成果,但面对疫情对企业家认知造成的重大创伤,政商关系的重塑赋能将是提升政府置信力及优化生产要素配置的重要保障。企业家身份焦虑在疫情之后将会长期存在,但是随着“亲”“清”成为一种合理的博弈规则,随着民主治理和市场制度化的内生性博弈逐渐趋于均衡,企业家的身份焦虑得以被控制在适度的范围之内。

第三,遭受疫情重创的小微企业更加依赖网络平台的情感融入功能,借助市场网络与情感网络的有效融合,有助于达成企业的协同共生。以小微园、创业园、产业园为代表的网络平台,不仅承担着产业集聚、创新集聚的任务,也是小微企业分享情绪体验的载体。企业家之间的情感网络的构建,依托于竞争性的市场交易,积极健康的政商关系。网络平台在实现产业集聚和创新集聚的同时,需要有效引导小微企业形成情感的集聚,获得角色的认同,达成相对一致的合法性认知,缓解企业家身份焦虑,为小微企业持续创新进行心理赋能。

(三) 研究局限和展望

由于疫情本身对不同行业的影响力度存在差异,各地纾困政策的执行链条也各不相同,可能会使企业家对当前政商关系的预判产生认知偏差;加之各地小微园的服务水平和基础设施建设存在区别,也有可能影响小微企业的创新意愿。疫情之下的经济复苏正在积极有序推进,舒缓当前小微企业的创新焦虑,有益于政府及时调整施策重点,帮助小微企业重振创新意愿。后续研究将密切关注疫情之后小微企业的心理状态与创新动向,获取不同行业、不同地域的企业数据,在进行大样本实证分析的同时,结合QCA分析范式,探索提升小微企业创新意愿的条件组合与关键路径,以期推动小微企业的持续创新发展。

参考文献:

- [1] GRUZELIER J H, THOMPSON T, REDDING E, et al. Application of alpha/theta neurofeedback and heart rate variability training to young contemporary dancers: state anxiety and creativity[J]. *International Journal of Psychophysiology*, 2014, 93(1): 105-111.
- [2] ZHANG X, ZHU T. Understanding business-government relations in China: changes, causes and consequences[M]//ZHANG X, ZHU T. *Business, government and economic institutions in China*. New York: Palgrave Macmillan, 2018: 3-45.
- [3] PENG X. A study on corporate governance of Chinese privately owned enterprises listed in Hong Kong from the perspective of the government-business relations[J]. *Asian Business Law*, 2015, 15(1): 151-187.
- [4] GULEN H, ION M. Policy uncertainty and corporate investment[J]. *The Review of Financial Studies*, 2015, 29(3): 523-564.
- [5] MILLER K D. Industry and country effects on managers' perceptions of environmental uncertainties[J]. *Journal of International Business Studies*, 1993, 24(4): 693-714.
- [6] EISENBERG A E, BARON J, SELIGMAN M E P. Individual difference in risk aversion and anxiety[J]. *Psychology Bull*, 1998, 87(1): 245-251.
- [7] MARCIA J E. Development and validation of ego-identity status[J]. *Journal of Personality and Social psychology*, 1966, 3(5):

551-569.

- [8] 欧小军. 双师双能型教师的身份焦虑及其文化建构[J]. 黑龙江高教研究, 2018(2):107-110.
- [9] 李芸, 战焱磊. 政府与市场关系的模式重构与路径选择[J]. 南京社会科学, 2015(11):70-76.
- [10] 辛大楞. 经济政策不确定性与工业企业就业[J]. 产业经济研究, 2018(5):89-100.
- [11] 肖伟胜. 焦虑: 当代社会转型期的文化症候[J]. 西南大学学报(社会科学版), 2014(5):1-15.
- [12] BEKKER H L, LEGARE F, STACEY D, et al. Is anxiety a suitable measure of decision aid effectiveness: a systematic re-view? [J]. Patient Education and Counseling, 2003, 50(3):255-262.
- [13] SCOTT S G, BRUCE R A. Determinants of innovative behavior: a path model of individual innovation in the workplace[J]. Academy of Management Journal, 1994, 37(3):580-607.
- [14] WELPE I M, SPORRLE M, GRICHNIK D, et al. Emotions and opportunities: the interplay of opportunity evaluation, fear, joy, and anger as antecedent of entrepreneurial exploitation[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2012, 36(1):69-96.
- [15] EASTWOOD J D, FRISCHEN A, FENSKE M J, et al. The unengaged mind: defining boredom in terms of attention[J]. Perspectives on Psychological Science, 2012, 7(5):482-495.
- [16] HOANG H, GIMENO J. Becoming a founder: how founder role identity affects entrepreneurial transitions and persistence in founding[J]. Journal of Business Venturing, 2010, 25(1):41-53.
- [17] DAMIAN R I, ROBINS R W. The link between dispositional pride and creative thinking depends on current mood[J]. Journal of Research in Personality, 2012, 46(6):765-769.
- [18] 周键, 王庆金, 吴迪. 创业激情与政治行为对创业认同的作用机理: 基于资源依赖理论的研究[J]. 外国经济与管理, 2017(6):68-82.
- [19] TIERNEY P, FARMER S M. Creative self-efficacy: its potential antecedents and relationship to creative performance[J]. Academy of Management Journal, 2002(6):1137-1148.
- [20] VADERA A K, PRATT M G. Love, hate, ambivalence, or indifference? A conceptual examination of workplace crimes and organizational identification[J]. Organization Science, 2013, 24(1):172-188.
- [21] GRANOVETTER M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness[J]. American Journal of Sociology, 1985, 91(3):481-510.
- [22] LEYDEN D P, LINK A N, SIEGEL D S. A theoretical analysis of the role of social networks in entrepreneurship[J]. Research Policy, 2014, 43(7):1157-1163.
- [23] 王大洲. 企业创新网络的进化与治理: 一个文献综述[J]. 科研管理, 2001(5):96-103.
- [24] ZUNG W W. A rating instrument for anxiety disorders[J]. Psychosomatics; Journal of Consultation and Liaison Psychiatry, 1971, 12(1):371-379.
- [25] 周永康. 大学生角色认同实证研究[D]. 重庆: 西南大学文化与社会发展学院, 2008.
- [26] 樊纲, 王小鲁, 马光荣. 中国市场化进程对经济增长的贡献[J]. 经济研究, 2011(9):1997-2011.
- [27] DRAZEN A, MASSON P R. Credibility of policies versus credibility of policymakers[J]. The Quarterly Journal of Economics, 1994, 109(3):735-754.
- [28] GRANOVETTER M. Economic institutions as social constructions: a framework for analysis[J]. Acta Sociologica, 1992, 35(1):3-11.
- [29] 邢蕊, 王国红. 创业导向、创新意愿与在孵企业创新绩效孵化环境的调节作用[J]. 研究与发展管理, 2015(1):100-112.
- [30] LUMPKIN G T, DESS G G. Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: the moderating role of environment and industry life cycle[J]. Journal of Business Venturing, 2001, 16(5):429-451.
- [31] 易朝辉. 网络嵌入、创业导向与新创企业绩效关系研究[J]. 科研管理, 2012(11):105-115.
- [32] HAGGARD S, KAUFMAN R R. The political economy of democratic transitions[J]. Comparative Politics, 1997:263-283.
- [33] VORONOV M, WEBER K. The heart of institutions: emotional competence and institutional actorhood [J]. Academy of Management Review, 2016, 41(3):456-478.
- [34] YITSHAKI R, KROPP F. Motivations and opportunity recognition of social entrepreneurs[J]. Journal of Small Business Management, 2016, 54(2):546-565.
- [35] GREENWOOD R, RAYNARD M, KODEIH F, et al. Institutional complexity and organizational responses [J]. Academy of Management Annals, 2011, 5(1):317-371.

