

绿色创业导向对可持续竞争优势的影响

——绿色组织认同与绿色创新的链式中介作用

张秀娥 杨柳 李帅¹

(吉林大学 商学院, 吉林 长春 130012)

【摘要】: 在环境污染日益严重的背景下,企业通过实施绿色创业导向以建立可持续竞争优势是当前亟需解决的问题。基于自然资源基础观,提出“绿色创业导向-绿色组织认同-绿色创新-可持续竞争优势”的研究框架,以203家制造业企业为研究对象,通过问卷调查方式进行实证研究。结果表明:(1)绿色创业导向作为一种兼顾环保和经济的战略决策模式,对构建可持续竞争优势有积极影响;(2)绿色组织认同与绿色创新是企业实施绿色创业导向、建立可持续竞争优势的关键路径,在绿色创业导向与可持续竞争优势关系中起中介作用;(3)绿色组织认同、绿色创新在绿色创业导向与可持续竞争优势关系中具有链式中介作用。

【关键词】: 绿色创业导向 绿色创新 可持续竞争优势

【中图分类号】: F272.2 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1001-7348(2021)01-0026-08

0 引言

为追求经济快速增长,多年来我国的粗放型发展方式导致环境日益恶化、资源加速消耗。根据自然资源基础观,自然环境会限制企业可持续竞争优势的维系^[1]。为应对环境问题,企业战略重点应与环境标准保持一致,以将潜在威胁转化为竞争优势^[2]。而绿色创业导向作为一种兼顾环保与经济的战略决策模式^[3],是企业兼顾经济发展与环境管理的重要手段。绿色创业导向要求企业重视经营行为对环境的影响,在生产过程中消除低效率、提高资源利用率^[4],为企业建立和保持竞争优势提供新机遇。但是,由于实施绿色创业导向,公司资本需求和劳动力成本会增大,有可能使企业陷入“绿色监狱”,即成本高昂的可持续活动会给企业带来不利影响,与竞争对手相比,需承担额外费用^[5]。因此,在资源日益减少、政府环境法规日益严格,以及消费者绿色产品需求日益增长的背景下,探究如何有效实施绿色创业导向,将绿色创业导向转化为企业发展的可持续竞争优势,帮助企业摆脱“绿色监狱”,在不断变化的市场中保持长久优势具有重要意义。

虽然目前已有许多关于绿色创业导向的研究,但是仍存在一些局限。首先,已有文献多探讨绿色创业导向对企业绩效的影响,忽视了绿色创业导向对可持续竞争优势的重要作用,没有从长远角度思考企业环境管理的重要性;其次,现有研究多聚焦于绿色创业导向的外部驱动因素,从政府规制、利益相关者等角度解释企业为什么选择绿色创业导向,没有从根本上解决企业如何实施绿色创业导向以建立可持续竞争优势的问题,忽视了组织观念认同、绿色创新等企业内部资源和能力的重要作用;再次,根据自然资源基础观,将环境约束纳入组织管理过程能够激励企业获取有价值、稀缺和独特的新资源与新能力,而这些资源与能力对公司

¹作者简介:张秀娥(1963-),女,吉林东丰人,博士,吉林大学商学院教授、博士生导师,研究方向为创业管理;

杨柳(1998-),女,吉林延吉人,吉林大学商学院硕士研究生,研究方向为创业管理;

李帅(1981-),男,吉林东辽人,吉林大学商学院党委副书记兼副院长、副研究员,研究方向为思想政治教育。

基金项目: 吉林省社会科学基金项目(2018B94);吉林省科技发展计划项目(20200101057FG);吉林大学基本科研业务费专项项目(2020SZQH06, SZY2017002);吉林大学基本科研业务费委托项目(2020XGZX22)

维持竞争优势具有重要影响^[1]。绿色组织认同是组织成员共同构建的关于环境管理与保护的认同模式,在组织成员环境行为中扮演重要角色^[6]。绿色创新是与绿色产品及流程相关的创新,对企业投入的环境管理成本具有一定补偿作用。绿色组织认同、绿色创新是能为企业带来持续竞争优势的资源与能力。绿色组织认同能够激励组织成员积极寻求绿色产品与流程创新^[7]。但是,目前学术界对绿色组织认同与绿色创新在实施绿色创业导向、构建可持续竞争优势中的作用关注较少,对于绿色组织认同与绿色创新关系的研究更是匮乏。

因此,本研究基于自然资源基础观,构建“绿色创业导向-绿色组织认同-绿色创新-可持续竞争优势”的研究框架,探索企业通过实施绿色创业导向以形成可持续竞争优势的路径,解析绿色组织认同、绿色创新在两者关系中的链式中介作用,试图从组织内部打开绿色创业导向对可持续竞争优势作用的“黑箱”,为企业实施绿色创业导向、构建可持续竞争优势提供理论依据,为企业环境管理提出具体化建议。

1 理论基础与研究假设

1.1 绿色创业导向与可持续竞争优势

创业导向是指企业创业行动中的战略模式或战略制定过程^[8]。Miller^[9]将创业导向划分为创新性、先动性及风险承担性3个维度。绿色创业是指企业在市场失灵状态下发现、评估和利用与环境密切相关的商业机会的过程^[10]。绿色创业导向是创业导向在绿色创业领域的衍生概念^[11],意为企业制定和实施的兼顾经济、环境与社会的一种独特的战略决策模式。现有研究对绿色创业导向的维度划分可以归纳为两种:①根据 Miller 的创业导向维度推演出绿色创业导向维度。如 Jiang 等^[12]将绿色创业导向划分为绿色创新导向、绿色先动导向以及风险承担导向;②依据绿色创业与创业导向特点,将环境维度、社会维度和创业导向的核心维度相融合。如李华晶^[3]等将绿色创业导向划分为创新导向、先动导向、环境导向、社会导向。本研究认为,第二种方式更能突出“绿色”的重要意义,清晰反映绿色创业导向在经济、环境、社会3个方面的特征。因此,本研究采取第二种研究方式,借鉴李华晶的划分方法,从创新导向、先动导向、环境导向、社会导向4个维度界定绿色创业导向。

可持续竞争优势是企业采用独特战略而在一定时间范围内保持优先的态势,这种态势是竞争对手难以模仿的^[13],包括经济、环境和社会可持续性3个方面^[14]。根据自然资源基础观,企业竞争优势根植于促进环境可持续的经济活动能力^[1],企业环境行为会带来竞争优势^[4]。首先,创新导向反映了企业积极挖掘顾客潜在绿色需求,不断追求技术创新的倾向^[15],通过加大绿色产品与服务开发力度,加强现有产品与服务的绿色改造,促使企业在竞争中形成差异化优势,且这种优势由于企业持续创新产品、改进服务流程而得以保持,进而有利于企业实现经济可持续性;其次,先动导向是指企业通过快速识别市场中的绿色创业机会而采取超前行动的倾向。具有先动导向的企业在市场失灵状态下能够率先发现、评估和利用与环境密切相关的商业机会^[12],抢先占据环保市场^[16],成为行业领先者,从而获得市场先动优势。这种先动优势有助于树立绿色企业形象,提升消费者的企业信赖度,从而使企业能够在经营中保持经济可持续性;再次,环境导向反映了一种将自身经营行为与环保紧密结合的发展理念。具有环境导向的企业能够在产品设计、技术创新、生产销售等环节贯彻绿色价值观,最大限度减少生产浪费,积极进行污染防治,改善整体环境绩效^[2],从而实现环境可持续发展;最后,社会导向是指企业重视并积极承担社会责任,在追求经济利益的同时兼顾公司经营行为对社会的影响^[17]。采取社会导向的企业能够满足利益相关者的“绿色化”经营诉求,提升政府、居民等利益相关者的企业满意度,有利于企业获得社会可持续性。因此,绿色创业导向有利于组织经济、环境、社会可持续性协同发展,促进企业形成可持续竞争优势。基于上述分析,本研究提出如下假设:

H₁:绿色创业导向对可持续竞争优势有正向影响。

1.2 绿色组织认同的中介作用

绿色创业导向是企业应对环境与经济发展矛盾的一种有效手段,有助于企业在激烈的竞争中保持优势,但并不是所有实施绿

色创业导向的公司都能在经营过程中处于优势地位。因此,探寻绿色创业导向形成可持续竞争优势的路径十分关键。

组织成员的绿色行动质量对企业环境战略实施有重大影响^[18]。绿色创业导向之所以能够促进企业形成可持续竞争优势,一部分原因是绿色创业导向有助于企业形成绿色组织认同。根据组织认同理论,组织认同是一个能影响公司所有成员行动的集体认知框架^[19],它要求公司成员能够认同企业价值观。绿色组织认同是指组织成员共同构建的关于环境管理与保护的组织认同模式^[6]。绿色创业导向有利于绿色组织认同的形成^[7]。首先,创新导向驱使组织成员在不断研发技术、减少资源浪费和环境污染方面投入大量精力,在该过程中组织成员逐渐加深“绿色”理解,促进绿色组织认同形成^[20];其次,先动导向使组织成员意识到企业高度重视环境管理,且这种环境管理有利于企业发展,从而提升全体成员对环保问题的关注,激发组织绿色意识;最后,环境导向和社会导向驱使企业积极进行污染防治并承担社会责任,使组织活动与利益相关者的信念、价值观、期望趋于一致,从而有利于企业树立符合主流价值观的企业形象,提升组织合法性^[21]。当组织合法性获得提升时,组织成员会感受到在企业工作的自豪感^[18],从而缩小组织与员工间的心理距离,提高员工对组织的情感归因^[21]。因此,绿色创业导向可以促使企业形成绿色组织认同。

当环境保护被纳入公司的组织认同时,其积极影响是显而易见的,并进一步激励其他员工致力于环保活动^[7]。根据组织认同理论,个人的组织认同和情感基础会影响组织行为。认同感能够影响员工追求目标的持久度^[22],员工对组织的认同度越高,越会主动采取行动维护组织利益^[23]。作为一种认知模式,绿色组织认同将环境管理合法化为组织认同的整体逻辑及认知结构^[6]。这种共同的认知结构能够提升组织成员的价值感与归属感,使公司成员受到组织统一身份的激励,加深对企业环境战略的理解^[7],提升组织成员工作效率,从而获得竞争优势。绿色组织认同是竞争者无法通过模仿获得的独特资源,且这种集体认同框架一旦形成,能够在组织中长期存在,有利于企业可持续竞争优势建立^[24]。因此,绿色创业导向可以提升公司成员的绿色意识与组织合法性,形成绿色组织认同,从而使企业在长期的市场竞争中处于优势地位。基于上述分析,本研究提出如下假设:

H₂:绿色组织认同在绿色创业导向与企业可持续竞争优势间具有中介作用。

1.3 绿色创新的中介作用

绿色创新在公司实施绿色创业导向过程中发挥重要作用。创新能力是企业发展的关键能力,尤其是拥有持续改进的创新能力,有助于企业通过环境战略获利^[25]。绿色创新是指与绿色产品或流程相关的创新,包括设计绿色产品、开发绿色新技术、节约能源、防止污染等^[26]。已有研究证明公司的环境战略会显著影响绿色创新^[7]。首先,由于绿色创新行为前期投入大,短期内收益不明显,因此想要达到绿色创新目标,需要实施绿色创业导向以支持和指导企业进行绿色创新;其次,公司资源是形成创新潜能的基础^[16]。实施绿色创业导向的企业会加大环境管理方面的资源投入^[27],为企业绿色产品与流程创新提供充足的人力、技术等资源,同时,加大绿色产品开发力度和绿色改造力度,从而提升组织绿色创新能力。作为一种独特的战略决策模式,绿色创业导向能够推动企业主动走向绿色化,可以对企业创新产生直接或间接的影响,促进产品、服务和流程的绿色创新^[27]。

在以往的研究中,已有学者证明绿色创新能够促进企业形成可持续竞争优势。如 Porter 等^[4]认为企业通过绿色创新能够使产品质量得到改善,工艺流程得到改进,将创新导向转化为实际行动,从而提升资源利用率和生产效率,使企业的前期投入得到补偿,形成创新补偿效应,在污染问题日益严峻的背景下保持可持续竞争优势;Eiadat^[28]认为通过开发绿色新技术、开展能源节约等创新行为,企业可以降低成本或提供差异化产品以获得优于竞争对手的竞争优势;Shrivastava^[29]提出“环境溢价”观点,认为客户倾向于为绿色创新产品支付更高费用。当企业由于先动导向率先识别绿色创业机会并进入市场时,拥有绿色创新能力的企业可以通过提供绿色新产品赢得消费者青睐,获得环境溢价,提升环境标准,建立行业进入壁垒,从而在长期的市场竞争中保持优势;田虹等^[30]提出绿色产品创新有利于企业可持续发展,形成绿色竞争优势;Ying 等^[27]认为绿色创新是解决可持续性问题(社会、经济和环境)和提升组织竞争优势的关键。因此,绿色创新有利于企业形成可持续竞争优势。绿色创业导向能够促使企业加强环境管理,向“绿色”方面倾斜各种资源,提升绿色创新能力,形成创新补偿效应,进而保持长期优势。基于上述分析,本研究提出如下假设:

H₃:绿色创新在绿色创业导向与可持续竞争优势关系间具有中介作用。

1.4 链式中介作用

实施绿色创业导向的企业通常能够在瞬息万变的市场中保持优势。但是,如何通过绿色组织认同和绿色创新建立可持续竞争优势还需要进一步研究。企业通过绿色创新能够获得创新补偿,摆脱“绿色陷阱”,实现可持续发展。绿色组织认同能够激励组织成员积极进行绿色创新^[31]。绿色组织认同感越高,组织成员的环境意识就越强,越关注客户绿色需求,从而开发出更符合顾客需求的绿色产品和服务^[21]。Liu 等^[31]认为具有较高绿色组织认同感的员工会投入更多精力去研究绿色创新技术,创新绿色产品和绿色工艺,达到环保与创新的“双赢”效果;Song^[7]提出绿色组织认同有利于组织内不同知识、技能的归纳与整合,公司可以通过知识整合激发创新,从而实现绿色产品和绿色流程创新^[32]。因此,绿色组织认同对绿色创新有积极影响。根据既有文献,绿色创业导向能够提升组织成员对环境战略的理解,促进企业形成绿色组织认同。绿色组织认同能够促使全体员工积极关注顾客绿色需求,整合现有知识并激发绿色创新。绿色创新有助于企业获得创新补偿和环境溢价,有利于企业构建可持续竞争优势。也就是说,绿色组织认同、绿色创新可能是绿色创业导向与可持续竞争优势关系的递推式媒介。基于上述分析,本研究提出如下假设:

H₁:绿色组织认同、绿色创新在绿色创业导向与可持续竞争优势间起链式中介作用。

综上分析,构建本文的理论模型,如图 1 所示。

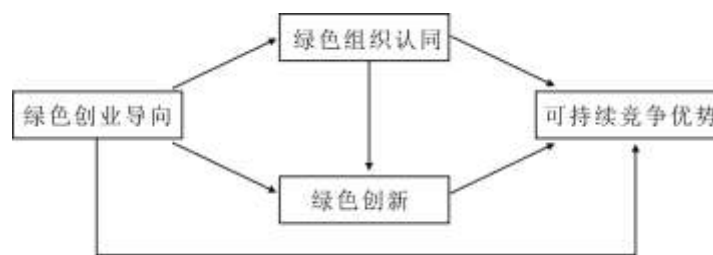


图 1 理论模型

2 研究设计

2.1 样本选取与数据来源

制造业是我国经济发展的重要支柱,同时也是资源消耗最多的行业,制造业的副产品大量产生环境污染并逐渐破坏生态系统^[33],而资源消耗、环境破坏又会阻碍制造业发展,因此如何平衡制造业发展与环境治理是亟需处理的难题。本研究选取浙江、山东、江苏、广东、吉林、辽宁等制造业较为发达的省份作为调研地区,以制造业企业的 CEO 或部门经理、副经理为调研对象。研究采用问卷调查方法获得数据,根据国内外相关文献并结合中国情境拟定问卷初稿,请创业领域专家对问卷题项进行评估和修正。在长春地区选取 50 家制造业企业进行预调研,根据结果进一步调整问卷。最后,采用线上和线下相结合的方式大规模发放调查问卷。一方面,在调研地区的高校 MBA 学生中,选取在制造业企业工作的 CEO 或部门经理、副经理进行调研;另一方面,根据各调研地区企业名录筛选满足条件的企业,通过查询目标企业网站等方式获得样本企业信息和联系方式,向目标企业发放调查问卷。同时,利用研究团队关系网络,向符合研究要求的熟人发放问卷,并通过“滚雪球”方式进一步获得更多数据。调研时间为 2019 年 12 月至 2020 年 3 月,共发放 456 份问卷,其中,有效问卷 203 份,占 44.5%。表 1 展示了样本特征分布情况。

2.2 变量测量

为提升测量有效性,本研究所有变量测量量表均来源于国内外成熟量表,并根据中国情境和研究目的进行适当修改,采用 5 点 Likert 量表进行测量,调查对象根据企业运营状况从 1(完全不同意)到 5(完全同意)进行客观评价。

(1)自变量。

本研究借鉴 Covin & Slevin^[34]、李华晶^[3]的研究测量绿色创业导向,共 13 个题项,包括“绿色新产品(服务)开发力度较大”、“企业积极参与当地发展建设”等。

表 1 样本特征分布

类别	分类	频数	频率(%)	类别	分类	频数	频率(%)
行业分布	食品制造业	29	14.3	企业规模	100 人及以下	46	22.7
	纺织加工业	17	8.4		101~500 人	89	43.8
	家具制造业	27	13.3		501~1000 人	48	23.6
	石油加工及炼焦业	23	11.3		1000 及以上	20	9.9
	电子产品制造业	29	14.3	企业类别	国有	53	26.1
	汽车及零部件制造业	23	11.3		外资	34	16.7
	机械设备制造	24	11.8		合资	36	17.7
	其它	31	15.3		民营	80	39.4

(2)因变量。

本文借鉴 Ahmad 等^[13]的研究测量可持续竞争优势,共 12 个题项,包括“企业在一段时间内由于提供绿色产品和服务而保持较高的利润增长率”、“企业与供应商建立了长期的绿色合作关系”等。

(3)中介变量。

对于绿色组织认同,本研究借鉴 Chen^[6]的测量量表,共 6 个题项,包括“组织成员对公司的环境传统和文化有一定了解”、“组织成员认为公司制定了一套明确的环境目标和任务”等。对于绿色创新,借鉴 Chen&Chang^[20]的测量量表,共 6 个题项,包括“公司使用最少数量的材料产出产品与进行产品开发或设计”、“公司会慎重考虑产品是否易于回收、再利用和分解,以进行产品开发或设计”、“公司的制造过程减少了水、电、煤或油的消耗”等。

(4)控制变量。

依据 Chen^[6]、Li^[2]、陈柔霖等^[24]的研究,企业规模、企业类型会对环境管理产生较大影响,因此选取这两个变量作为控制变量。

3 研究结果

3.1 信度与效度检验

本研究采用 Cronbach’ s α 作为检验信度的判断标准,运用 SPSS24.0 进行分析。本研究所有变量的 Cronbach’ s α 最小值

为 0.880(如表 2 所示),并且删掉任意一个题项,Cronbach' s α 都不会显著提升。因子载荷最小为 0.643,KMO 值大于 0.7,累计方差贡献率最小为 55.39%,反映出整体信度较高。本研究采用 CR 和 AVE 检验量表效度,变量的 CR 值均大于 0.8,AVE 值均大于 0.5,反映出聚合效度较高。结合表 3,所有变量 AVE 值的平方根均大于两个变量的相关系数,反映出样本区分效度较高。此外,本研究运用 Amos24.0 进行验证性因子分析,结果显示,研究拟合效果较好($\chi^2/df=1.699$,CFI=0.922、TLI=0.924、IFI=0.924、NFI=0.924、RMSEA=0.059)。

3.2 共同方法偏差检验

对于共同方法偏差,一方面采用匿名问卷收集、加入反向题目等方法进行事前控制;另一方面,利用 Harman 单因素检验法检测,结果显示所有题项聚合成 5 个因子,累计方差贡献率为 68.052%,其中,第一个因子为 22.736%,占比未达到总解释变量的一半。此外,共线性检验结果表明,VIF 值都小于 2,变量间容忍度大于 0.6。因此,共同方法偏差和共线性对于研究结果没有产生严重影响。

表 2 因子分析结果

变量	最小因子载荷	CR	AVE	Cronbach' s α	KMO	Totalvariance explained(%)
绿色创业导向	0.643	0.933	0.517	0.932	0.950	55.39
绿色组织认同	0.790	0.927	0.679	0.926	0.923	73.21
绿色创新	0.700	0.880	0.551	0.880	0.889	62.57
可持续竞争优势	0.719	0.962	0.681	0.962	0.956	70.88

表 3 描述性统计与相关系数

变量	Mean	SD	1	2	3	4	5	6
企业规模	2.21	0.91						
企业类型	2.70	1.24	-0.255**					
绿色创业导向	3.58	0.71	0.033	-0.101	0.719			
绿色组织认同	3.68	0.90	-0.002	-0.044	0.597**	0.824		
绿色创新	3.65	0.78	-0.008	-0.035	0.612**	0.520**	0.742	
可持续竞争优势	3.99	0.86	0.113	-0.099	0.556**	0.573**	0.554**	0.825

3.3 假设检验

(1)主效应检验。

为了检验绿色创业导向对可持续竞争优势的影响,将可持续竞争优势作为因变量,绿色创业导向为自变量,作回归分析。根据模型 4 可知,绿色创业导向对可持续竞争优势具有显著正向影响($\beta =0.551, p<0.01$),由此可知假设 H₁ 成立。

(2)绿色组织认同中介作用检验。

本研究采用层次回归法验证绿色组织认同的中介作用。首先,模型 2 可知,绿色创业导向对绿色组织认同具有显著正向影响($\beta =0.598, p<0.01$);其次,由模型 5 可知,绿色组织认同对可持续竞争优势具有显著正向影响($\beta =0.571, p<0.01$);最后,将绿色创业导向与绿色组织认同同时作为自变量对可持续竞争优势进行回归,由模型 6 可知,绿色创业导向($\beta =0.324, p<0.01$)和绿色组织认同($\beta =0.378, p<0.01$)对可持续竞争优势均具有显著正向影响,但是绿色创业导向对可持续竞争优势的回归系数由 0.551 下降为 0.324。因此,在绿色创业导向与可持续竞争优势间,绿色组织认同起到部分中介作用,假设 H₂ 得到证实。

(3)绿色创新中介作用检验。

本研究运用层次回归法检验绿色创新的中介作用。首先,由模型 8 可知,绿色创业导向对绿色创新存在积极影响($\beta =0.615, p<0.01$);其次,由模型 9 可知,绿色创新对可持续竞争优势的正向作用显著($\beta =0.553, p<0.01$)。此外,将绿色创业导向和绿色创新同时作为自变量对可持续竞争优势作回归分析,由模型 10 可知,绿色创业导向($\beta =0.337, p<0.01$)和绿色创新($\beta =0.347, p<0.01$)对可持续竞争优势的正向影响依旧显著,但是绿色创业导向对可持续竞争优势影响的回归系数由 0.615 下降到 0.337。因此,在绿色创业导向与可持续竞争优势关系中,绿色创新起到部分中介作用,假设 H₃ 得到验证。

(4)链式中介结果检验。

本研究采用 Bootstrap 方法验证链式中介作用,具体结果见表 4。由表 4 中置信区间上下限可知,绿色创业导向对可持续竞争优势的间接影响显著(效应值为 0.426)。其中,以绿色组织认同为中介变量的效应值为 0.226(0.115, 0.336),以绿色创新为中介变量的效应值是 0.153(0.068, 0.252),同时,以绿色组织认同、绿色创新作为链式中介变量的效应值是 0.047(0.012, 0.099)。因此,绿色组织认同和绿色创新在绿色创业导向与可持续竞争优势关系中具有链式中介作用,由此可知假设 H₄ 成立。

表 4 Bootstrap 链式中介效应分析结果

模型	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
X 对 Y 的间接影响	0.426	0.080	0.269	0.587
$X \rightarrow M_1 \rightarrow Y$	0.226	0.056	0.115	0.336
$X \rightarrow M_2 \rightarrow Y$	0.153	0.047	0.068	0.252
$X \rightarrow M_1 \rightarrow M_2 \rightarrow Y$	0.047	0.022	0.012	0.099

4 研究结论及启示

4.1 研究结论

本研究基于自然资源基础观,探究绿色创业导向对可持续竞争优势的影响机制,构建“绿色创业导向-绿色组织认同-绿色创新-可持续竞争优势”的研究框架并进行实证检验,研究结论如下:

(1)在资源约束、环境污染背景下,实施绿色创业导向是企业实现可持续发展的重要方式。绿色创业导向对可持续竞争优势有积极影响,实施绿色创业导向的企业能够促进经济、环境、社会协同发展,更能在竞争中持续保持优势。

(2)绿色组织认同在绿色创业导向与可持续竞争优势间具有中介作用。即具有绿色创业导向的企业,通过提升组织合法性、树立组织成员绿色意识、形成绿色组织认同,提升企业绿色行动质量,进而获得可持续竞争优势。管理者决策时能够充分考虑环境影响,员工能充分理解管理者的绿色行动决策,形成从上到下的整体绿色环保观念,从而有助于提升团队凝聚力,促进企业形成竞争对手无法复制的可持续竞争优势。

(3)绿色创新在绿色创业导向与可持续竞争优势间具有中介作用。即具有绿色创业导向的企业,会加大“绿色”方面的资源与资金投入,这种资源倾斜能够提升企业绿色创新能力,从而快速地为消费者提供绿色新产品和新服务,创建更加清洁高效的生产流程,进而获得“环境溢价”和“创新补偿”,建立可持续竞争优势。

(4)绿色组织认同、绿色创新在绿色创业导向和可持续竞争优势间具有链式中介作用。实施绿色创业导向有助于增强组织成员对企业的认同感,带动全体员工积极进行绿色创新,帮助企业在环境法规日益严格、市场压力日益增大的背景下保持优势。

4.2 理论贡献

(1)本研究有助于丰富绿色创业研究,完善绿色创业理论。

首先,研究通过梳理现有理论观点,对绿色创业导向能否促进企业构建可持续竞争优势的研究主题进行了分析和实证检验,从长远发展的角度思考企业进行环境管理的重要意义,进一步明晰绿色创业导向在企业竞争中的重要作用;其次,以往研究大都集中于外部环境压力对绿色创业导向的影响,忽略了组织内部资源、能力的重要作用。本研究从组织内部视角出发,在“绿色创业导向-可持续竞争优势”关系中,创造性引入绿色组织认同、绿色创新概念,验证了绿色组织认同、绿色创新两个重要内部资源或能力的关键中介作用,打开了从实施绿色创业导向到建立可持续竞争优势过程中的“黑箱”,进一步完善了绿色创业研究。

(2)本研究有助于丰富企业可持续竞争优势前因变量研究。

可持续竞争优势一直是战略管理领域的重要研究主题,学者们从资源、能力、动态能力、环境因素等角度对企业可持续竞争优势来源进行了深入研究。在当前资源约束加剧的情况下,环境成为限制企业建立可持续竞争优势的关键问题,资源约束对企业可持续发展提出新挑战。本研究基于自然资源基础观,聚焦于绿色创业导向对可持续竞争优势的影响,进一步强调企业绿色发展对可持续竞争优势的重要性,探索影响企业可持续竞争优势的多样化途径。

(3)本研究有助于解决经济发展与环境保护之间的矛盾。

传统上,人们一直认为环境保护与企业经营绩效间存在内在冲突^[28],认为企业实施环境管理会转移管理注意力^[35],使企业无法有效配置社会和环境资源,导致绩效下降。过去以牺牲环境换取经济增长的发展方式对自然生态造成巨大破坏,雾霾、沙尘暴等污染频发,严重影响了人们的生存环境。因此,在环境污染日益严重的背景下,企业进行环境管理是很有必要的。本研究提出了一种能够兼顾环境保护与经济发展的战略方向,并构建了企业可持续竞争优势形成路径,为企业通过实施绿色创业导向缓解经济发展与环境保护矛盾提供了理论指导。

4.3 实践启示

(1)企业绿色发展是解决环境问题的关键方法^[12]。但是目前我国开展绿色经营行为的企业较少,对绿色创业这种创业形式仍

存在疑虑。本研究通过验证绿色创业导向对可持续竞争优势的重要影响,使企业家认识到开展绿色活动不仅不会降低利润,而且对企业长远发展有利^[3],促使企业反思经营行为对环境的影响,矫正一味追求经济利益而忽视环境问题的发展理念,激励更多企业家主动实施绿色创业导向。

(2)在实施绿色创业导向过程中,企业要兼顾利润与环保多重发展目标,这对于企业管理者和员工而言无疑是一个挑战。为了更好地实施绿色创业导向,管理者应重视引导组织成员形成绿色理念,积极传达对环境问题的关注,从而促使组织内部形成绿色组织认同,提升绿色行动质量;同时,增加在绿色创新方面的资源投入,通过培训等方式提升组织成员绿色创新能力,将“绿色”融入企业产品生产和销售等不同环节,为消费者提供优质生态产品,满足人民对美好环境的需求。

(3)绿色创业导向对企业长期发展有利,但是在短期内会使企业面临较大经济压力。因此,为了鼓励企业开展绿色经营行为,政府部门应该加大对企业提供绿色产品和服务的税收优惠力度,为企业绿色活动提供资金支持,缓解绿色企业经济压力,构建监管与激励并行机制,引导企业主动实施绿色创业导向,驱动绿色创新,从而形成环境友好的经营氛围。

4.4 研究局限与展望

本研究也存在一定局限:首先,在样本选择上,选取全国制造业较为发达省份进行调查,数据来源广度有一定保证,但是一些地区的某些行业仅有 1~2 份问卷回收,未来研究可以进一步拓展调查范围,加大调查力度,提升结果的可靠性;其次,本研究采取某一时点的横截面数据进行分析,不能反映不同成长阶段企业绿色创业导向、绿色组织认同、绿色创新对可持续竞争优势的影响,未来研究可以通过对不同成长阶段的企业进行纵向研究,明晰绿色创业导向对可持续竞争优势的影响;再次,本研究主要聚焦于企业内部资源和能力的作用,没有考虑外部环境变化对实施绿色创业导向、构建可持续竞争优势路径的影响,未来研究可以综合考虑内外因素对绿色创业导向实施效果的影响,探索环境不确定性在该过程中的作用;最后,本研究采用问卷调查方式获取相关数据,被调查者的主观感知可能会影响调查结果,后续研究可以采用其它更加客观的方式。

参考文献:

- [1]HAET S L.A natural-resource-based view of the firm[J].Academy of Management Review,1995,20(4):986-1014.
- [2]LI Y N.Linking green market orientation and performance:antecedents and processes[J].Journal of Cleaner Production,2018,192:924-931.
- [3]李华晶.绿色创业导向研究[M].北京:中国人民大学出版社,2015.
- [4]PORTER M E,VAN DER LINDE C.Toward a new conception of the environment competitiveness relationship[J].Journal of Economic Perspectives,1995,9(4):97-118.
- [5]PACHECO D F,DEAN T J,PAYNE D S.Escaping the green prison:entrepreneurship and the creation of opportunities for sustainable development[J].Journal of Business Venturing,2010,25(5):464-480.
- [6]CHEN Y S.Green organizational identity:sources and consequence[J].Management Decision,2011,49(3):384-404.
- [7]SONG W H.Green innovation strategy and green innovation:the roles of green creativity and green organizational identity[J].Corporate Social Responsibility and Environmental Management,2018,25(2):135-150.

-
- [8]LUMPKIN G T,DESS G G.Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance[J].Academy of Management Review,1996,21 (1) :135-172.
- [9]MILLER D.The correlates of entrepreneurship in three types of firms[J].Management Science,1983,29(7):707-791.
- [10]DEAN T,MCMULLEN J.Toward a theory of sustainable entrepreneurship:reducing environmental degradation through entrepreneurial action[J].Journal of Business Venturing,2007(1):50-76.
- [11]马力,马美双.企业伦理、绿色创业导向与竞争优势关系研究——以新创科技型企业为例[J].科技进步与对策,2018,35(3):80-86.
- [12]JIANG W B,CHAI H Q,SHAO J,et al.Green entrepreneurial orientation for enhancing firm performance:a dynamic capability perspective[J].Journal of cleaner production,2018,198:1311-1323.
- [13]BARNEY J.Firm resources and sustained competitive advantage[J].Journal of Management,1991,17(1):99-120.
- [14]AHMAD A.Business intelligence for sustainable competitive advantage[J].Advances in Business Marketing and Purchasing ,2015(22):3-220.
- [15]BROWN S L,EISENHARDT K M.Product development:past research,present findings,and future directions[J].The Academy of Management Review,1995,20(2):343-378.
- [16]CHEN Y S.The driver of green innovation and green imagegreen core competence[J].Journal of Business Ethics,2008,81(3):531-543.
- [17]SCHALTEGGER S.A framework for ecopreneurship:leading bioneersand environmental managers to ecopreneurship [J].Greener Management International,2002(38):45-58.
- [18]龙成志,林菁.绿色创业对员工组织承诺的影响机制研究[J].管理学报,2017,14(10):1484-1491.
- [19]ALBERT S,WHETTEN D A.Organizational identity[J].Research in Organizational Behavior,1985:263-295.
- [20]CHEN Y S,CHANG C H.The determinants of green product development performance:green dynamic capabilities, green transformational leadership,and green creativity[J].Journal of Business Ethics,2013,116(1):107-119.
- [21]SONG W H,REN S,YU J.Bridging the gap between corporate social responsibility and new green product success:the role of green organizational identity[J].Business Strategy & the Environment (John Wiley & Sons, Inc),2019,28(1):88-97.
- [22]张秀娥,李梦莹.社会支持对创业坚持的影响研究[J].科学学研究,2019,37(11):2008-2015.
- [23]MUSHTAP S,ZUBAIR S,KHAN M A.Mediating role of environmental commitment between green organizational identity

and green innovation performance[J].Pakistan Journal of Commerce and Social Science, 2019, 13(2):385-408.

[24]陈柔霖, 田虹. 组织环境认同对企业绿色竞争优势的影响研究[J]. 科学学研究, 2019, 37(2):329-337.

[25]HART S L, DOWELL G. A natural-resource-based view of the firm:fifteen years after(Review) [J]. Journal of Management, 2011, 37(5):1464-1479.

[26]CHEN Y S, LAI S B, WEN C T. The influence of green innovation performance on corporate advantage in Taiwan[J]. Journal of Business Ethics, 2006, 67(4):331-339.

[27]YING G, WANG L F, CHEN Y S. Green entrepreneurial orientation and green innovation:the mediating effect of supply chain learning[J]. SAGE Open, 2020, 10(1):1-13.

[28]EIADAT Y, KELLY A, ROCHE F, et al. Green and competitive?an empirical test of the mediating role of environmental innovation strategy[J]. Journal of World Business, 2008, 43(2):131-145.

[29]SHRIVASTAVA P. Environmental technologies and competitive advantage[J]. Strategic Management Journal, 1995, 16(1):183-200.

[30]田虹, 陈柔霖. 绿色产品创新对企业绿色竞争优势的影响——东北农产品加工企业的实证数据[J]. 科技进步与对策, 2018, 35(16):38-46.

[31]LIU L C, ZHAO LY. The influence of ethical leadership and green organizational identity on employees' green innovation behavior:the moderating effect of strategic flexibility[J]. IOP Conference Series:Earth and Environmental Science, 2019, 237:1-7.

[32]SHARMA S. Managerial interpretations and organizational context as predictors of corporate choice of environmental strategy[J]. Academy of Management Journal, 2000, 43(4):681-697.

[33]HABIB M A, BAO Y K, et al. The impact of green entrepreneurial orientation, market orientation and green supply chain management practices on sustainable firm performance[J]. Cogent Business & Management, 2020, 7(1):1-26.

[34]COVIN J G, SLEVIN D P. Strategic management of small firms in hostile and benign environments[J]. Strategic Management Journal, 1989, 10(1):75-87.

[35]PALMER K, OATES W, PORTNEY P. Tightening environmental standards:the benefit-cost or the no-cost paradigm[J]. Journal of Economic Perspectives, 1995, 9(4):119-132.