

Influential Article Review - What Drives Entrepreneurs and Managers to do Business?

Daniel Hampton

Peggy Castro

Luke Mason

This paper examines entrepreneurship. We present insights from a highly influential paper. Here are the highlights from this paper: This study aimed to uncover the backings to passion that plays a great role in a firm's entrepreneurial engagement. It explores a framework on what other factors determine the individual's engagement on entrepreneurship. To meet this, data were collected from a sample of 112 firms and analyzed using descriptive and hierarchical linear regression analysis. The finding reveals that, Even if passion has a great impact on entrepreneurial engagement; it may not be successful without consideration of both their internal resources and external environments. The presence of human and financial capital as well as government support intensifies the engagement of firms in entrepreneurship, while the unpredictability of the environment hinders the successful practice of entrepreneurship. These are not the only factors that intensify the relationship; therefore, the future research should add other determinants such as technology diffusion and marketing environment and test on longitudinal study to capture the trends of individual firm's engagement. For our overseas readers, we then present the insights from this paper in Spanish, French, Portuguese, and German.

Keywords: Entrepreneurial, Engagement, Environment, Passion, Resource

SUMMARY

- In order to test validity, pre-tests of the questionnaire were conducted with firms belonging to different sectors for getting feedback regarding the clarity of the survey items and to evaluate new questionnaire items developed for the research.
- Results of descriptive statistics analysis. From the mean value in Table 1, we identified that the firms are moderately engaged in entrepreneurship. Regarding the age and size of the firm, less than half of firms are above 10 years in existence and less than half of firms have more than 10 workers. From this, we can understand that more firms have less experience in the market since they are recently established and these firms' size is also small. Small-firm owners/managers are moderately passionate towards their job.
- Results of regression analysis. A regression analysis diagnostic test was undertaken. According to Cooper and Schindler, multicollinearity problems should be corrected when the correlation extends to be above 0.8. In our case, there is no correlation because there is no value that exceeds this value.

The tolerance value which is also used to show the collinearity problem shows the absence of multicollinearity. That is all the tolerance values are not less than 0.10. As a result, collinearity is not a problem.

- For this study multilevel regression analysis was applied. In the first model, only control variables were included and the main effects are added in the second model. Later moderating variables are included.
- Hypothesis testing. Generally, the hierarchical regression model combines the dimensions of entrepreneurial passion with the context of external environment and internal factors in order to establish an entrepreneurial engagement model and uncover the backings of passion on influencing firm's entrepreneurial engagement. Drawing on the previous literature, we identify the personal drives as well as resources and background factors that increase the likelihood of engagement and external environments that increase/reduce the likelihood of engaging in entrepreneurship. Passion may not be successful without consideration of both their internal resources and external environments. Owners/managers in firms who have high resources are more passionate than their counterparts that makes firms engage in entrepreneurial activity.
- Majority of the owners/managers who are successful are the firms that have adequate resources allocated to run their business.

HIGHLY INFLUENTIAL ARTICLE

We used the following article as a basis of our evaluation:

Kosa, A., & Mohammed, I. (2017). Uncovering the backings to passion: why do small firm owners/managers engage in entrepreneurship? *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 6(1), 1–13.

This is the link to the publisher's website:

<https://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/articles/10.1186/s13731-017-0080-1>

INTRODUCTION

Entrepreneurial engagement involves the discovery, evaluation, and exploitation of opportunities by individuals (Sarason et al. 2006; Shane and Venkataraman 2000; Lim et al. 2016). Entrepreneurship provides small businesses with the ability to discover new business opportunities and the discovery of new opportunities enhances their differentiation from other firms (Omisakin et al. 2016), but some of the owners/managers of established firms are not entrepreneurs. Individuals decide to engage in entrepreneurial activity because of different (combinations of) start-up motivations (Zwan et al. 2016). Entrepreneurial engagement is determined by both individual and institutional conditions. One of the individual conditions that determines entrepreneurial engagement is passion. Passion is important in entrepreneurship because it can “fuel motivation, enhance mental activity, and provide meaning to everyday work” (Cardon 2008a, 2008b). Passion is needed as a means to achieve high levels of performance and to overcome barriers to change (Esmail et al., 2016). Interest in entrepreneurial passion is growing because passion has been demonstrated to drive tenacious pursuit of goals and to inspire stakeholders to support ventures (Murnieks et al. 2016).

Increasing attention from practitioners and researchers has focused on the role of passion in the entrepreneurial process of discovering and exploiting profitable opportunities, (e.g., Byron, 1994; Locke 2000; Shane and Venkataraman 2000). Entrepreneurial passion is defined as consciously accessible intense positive feelings experienced by engagement in entrepreneurial activities associated with roles that are meaningful for the self-identity of the entrepreneur (Cardon et al. 2009,). The passion for entrepreneurial activities, such as exploring new market ideas, sourcing founding capital, and establishing and developing new products (Cardon et al. 2009; Cardon et al. 2013), can lead individuals to become entrepreneurs (Biraglia and Kadile 2017). The activity of exploring new market ideas, sourcing founding capital, and

establishing and developing new products is highly undertaken by the owner/managers of established firms. That is why passion is important not only to enter a new business, but also important to involve in entrepreneurial activity by established firms to survive and grow. This interest was practiced by owners/managers of established firms to grow their enterprises.

Passion research is burgeoning as more and more studies emerge that investigate the role of this construct in entrepreneurship (Murnieks et al., 2016). Vallerand et al. (2003), introduced the concept of The Dualistic Model of Passion which suggested that individual may experience passion in two (2) ways: The obsessive or the harmonious passion. In their study (Esmail et al., 2016) used harmonious passion to explain entrepreneurial passion which is hypothesized by Vallerand “emerge from autonomous internalization” as compared to obsessive passion. Scholars have recently focused on the role affect and emotion play in entrepreneurship (e.g. Baron 2008), and in particular have noted that entrepreneurial passion may be an important construct in need of more careful study (Cardon 2008a, 2008b; Cardon et al. 2009). A growing volume of research indicates that entrepreneurial passion, which involves intense positive emotions and a meaningful identity connection is central to the entrepreneurial experience and venture-related outcomes (Huyghe et al. 2016). But, passion alone will not make owner/managers to engage on entrepreneurial activity. In order to discover, evaluate, and exploit opportunities, owner/managers may require resources (both capital and human) to be passionate and engage on entrepreneurship. The owner/managers that developed experience previously, learn from their family occupation, and existence of successful entrepreneurs in the area contributes for passionate owners/managers to engage their firm on entrepreneurship. Similarly, government support in providing training, credit, working space, and technical advice for established firm owner/managers, may help to turn their passion to entrepreneurial engagement, while the unpredictability of environment may block firms that tend to involve in entrepreneurial activity.

Researchers identified that most firms start small, live small and die small. They never embark on a significant growth trajectory (Storey 1994), because of poor engagement on entrepreneurship. Whatever the advantages the new innovation offers it will not succeed without adequate financial backing, marketing and production competencies. These are frequently the types of resources that small firms lack (Mazzarol 2004). While the larger competitors can have significant influence over the market place and hence over the small firm competitors, the smaller firms’ limited resources mean they are likely to have very limited influence in return (Bianchi et al., 2012). The major reason for this is that the majority of business start-ups are imitative businesses in mature industries, serving local markets (Reynolds et al. 2004). As Cardon et al. (2013), entrepreneurial passion is operationalized as passion for inventing-searching for a new business opportunity in new markets, founding-establishing a new business, and developing an already existing one. Our study focused on owner/managers who are running the established business, by excluding passion for founding, because passion for founding captures the establishment of a new venture by excluding the search for business opportunities in new markets for existing business. This research is among the first to capture the moderating role of both individual and environmental factors on the relationship between entrepreneurial passion and entrepreneurial engagement of owner/managers of established firms. The study uncovers how entrepreneurial passion can lead owners/managers to engage in entrepreneurial activity under the availability of entrepreneurial resources, different entrepreneurial background, existence of governmental support, and different environmental conditions. The authors aim to understand how these variables facilitate the relationship between entrepreneurial passion and entrepreneurial engagement. In addition, most of the researches in the area focus on creation of new business in developed countries, our study is different from these researches by uncovering the backings to passion in the involvement of established small firm’s owner managers on entrepreneurial activity in one of the developing countries. The research tends to answer the following research questions; does entrepreneurial passion influence the owner/managers entrepreneurial engagement? Do individual factors such as entrepreneurial resource and background intensify the influence of entrepreneurial passion on entrepreneurial engagement? Does environmental factors such as government support and environmental unpredictability intensify the influence of entrepreneurial passion on entrepreneurial engagement? Therefore, this study will help to bring the discussion forward on the subject matter by highlighting the influence of individual and environmental factors on the relationship between entrepreneurial passion and engagement among small firm

owners/managers. As a result, this study was designed to fill the gap identified by providing a holistic view of backing factors to entrepreneurial passion in determining entrepreneurial engagement.

CONCLUSION

The adoption of entrepreneurial activity by small firm owners/managers depends on their passion, which is influenced by entrepreneurial resources, entrepreneurial background, government support, and the unpredictability of the environment in which the business is operated. This study makes contributions to the fields of entrepreneurial engagement and passion through a comprehensive review of literature and empirical study available in the area. That is, the moderating effect of both individual and environmental factors on the relationship between entrepreneurial passion and entrepreneurial engagement are tested and explored to better understand how entrepreneurial passion influences entrepreneurial engagement under different circumstances. More specifically, Passion influences firm owners/managers to engage in entrepreneurial activity but it is successful with internal resources and external environments because owners/managers who have high resources (both human and capital resources) are more passionate in engaging in entrepreneurial activity. In addition, firms who take support from the government are more passionate than owners/managers who did not get support from the government. On the other hand, the presence of an unpredictable environment hinders the successful involvement of passionate firms on entrepreneurship because these firms fear the failures in this unpredictable environment.

By having the above conclusions, we provided the following implications to the government, policy makers, and firm owners/managers. As the finding of the study indicates, the firms that are supported by the government were more successful than their counterparts, therefore the government should expand its scope in developing small firms that contribute for the development of the economy. The policy makers also should improve on the policy of developing small firms by giving consideration to facilitate on how to access resources and stabilize the unpredictable environment. The strategy that was developed should be helpful in facilitating a good environment for owners/managers of small firms, by removing unnecessary conditions that hinders the development of small enterprises. Finally, the small business owners/managers who are passionate should look at how to access resources and work with government institutions to transfer their passion to actual practice and engage in entrepreneurial activity since they become more passionate with the existence of resources and government support to engage in entrepreneurship.

APPENDIX

TABLE 1

RESULTS OF DESCRIPTIVE ANALYSIS

		Mean (St. Dev.)	engagement	AGE	SIZE	Passion	resource	background	govsupport	unpredictability
engagement	Pearson Corr.	2.614(.92659)	1							
	Sig. (2-tailed)									
AGE	Pearson Corr.	.4649(.53513)	-.010	1						
	Sig. (2-tailed)		.918							
SIZE	Pearson Corr.	.4474(.49942)	-.293**	-.024	1					
	Sig. (2-tailed)		.002	.804						
passion	Pearson Corr.	2.825(.97985)	.607**	-.062	-.200*	1				
	Sig. (2-tailed)		.000	.509	.033					
resource	Pearson Corr.	.693 (.46329)	.340**	-.062	.025	.192'	1			
	Sig. (2-tailed)		.000	.514	.790	.040				
background	Pearson Corr.	.509 (.50213)	.102	-.065	.072	.021	.145	1		
	Sig. (2-tailed)		.278	.494	.444	.823	.124			
govsupport	Pearson Corr.	2.711 (1.062)	.387**	.061	-.146	.175	.167	-.113	1	
	Sig. (2-tailed)		.000	.519	.120	.062	.076	.233		
Unpredictability	Pearson Corr.	2.939(1.0749)	-.495**	-.196*	.183	-.271**	-.127	-.024	-.297**	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.037	.051	.004	.178	.803	.001	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

TABLE 2
MULTI-LEVEL REGRESSION RESULT

Variables	Model 1	Model 2	Model 3
N	112	112	112
AGE	-.029 (-.183)	.038 (.296)	-.064 (-.572)
SIZE	-.544*** (-3.231)	-.330** (-2.358)	-.262** (-2.181)
Entpassion	-	.542*** (7.580)	.405*** (6.356)
Entresource	-	-	.359*** (2.747)
Entbackground	-	-	.164 (1.394)
Govsupport	-	-	.172*** (2.939)
Envunpredictability	-	-	-.238*** (-3.965)
Constant	2.871***	1.214***	1.516***
R ²	.293	.632	.766
Adjusted R ²	.070	.383	.560
F	5.226	24.409	21.510

***p < 0.01 **p < 0.05

TABLE 3
HYPOTHESES TESTING

H	Relationship	B	Result
H1	<i>There is a positive influence of entrepreneurial passion on entrepreneurial engagement.</i>	.405***	Supported
H2	<i>Firms who have adequate resources tend to have higher levels of entrepreneurial passion to engage in entrepreneurship than their counterparts.</i>	.359***	Supported
H3	<i>Firms who have good entrepreneurial background tend to have higher levels of entrepreneurial passion to engage in entrepreneurship than firms with poor entrepreneurial background.</i>	.164	Not supported
H4	<i>Entrepreneurial passion is better among owner/managers who take government support to have better entrepreneurial engagement.</i>	.172***	Supported
H5	<i>Entrepreneurial passion is better among owner/managers involved in an unpredictable environment to have higher entrepreneurial engagement.</i>	-.238***	Not supported

***p < 0.01

REFERENCES

- Aidis, E, & Mickiewicz. (2008). Institutions and entrepreneurship development in Russia: A comparative perspective. *Journal of Business Venturing*, 23, 656–672.
- Arenius, P, & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233–247.
- Autio, E, & Acs, Z. (2010). Intellectual property protection and the formation of entrepreneurial growth aspirations. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4, 234–251.
- Baron, R. (2008). The role of affect in the entrepreneurial process. *Academy of Management Review*, 33, 328–340.
- Baumol, W (1993). *Entrepreneurship, management and the structure of payoffs*. London: The MIT Press.
- Bianchi, C., Winch G.W., and Cosenz, F. (2012). Sustainable Strategies For Small Companies Competing Against Multinational Giants, Paper Presented At ACERE Diana Conference Freemantle – Perth.
- Biraglia, A, & Kadile, V. (2017). The role of entrepreneurial passion and creativity in developing entrepreneurial intentions: Insights from American home brewers. *Journal of Small Business Management*, 55(1), 170–188.
- Byron, DL. (1994). How Internal Venture Group Innovate. *Research Technology Management*, 37, 38–43.
- Cardon, M. (2008a). The Discriminant Validity of Entrepreneurial Passion (Summary). *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 28(4), Article 3.
- Cardon, MS, & Kirk, CP. (2015). Entrepreneurial passion as mediator of the self-efficacy to persistence relationship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39(5), 1027–1050.
- Cardon, MS, Gregoire, D, Stevens, CE, Patel, PC. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual development and scale validation. *Journal of Business Venturing*, 28(3), 373–396.
- Cardon, MS, Wincent, J, Singh, J, Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511–532.
- Cardon, MS, Zietsma, C, Saparito, P, Matherne, B, Davis, C. (2005). A tale of passion: New insights into entrepreneurship from a parenthood metaphor. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 23–45.
- Cardon, MS. (2008b). Is passion contagious? The transference of entrepreneurial emotion to employees. *Human Resource Management Review*, 18, 77–86.
- Cooper, & Schindler (2009). *Business research methods*, (9th ed.,). McGraw-Hill: Irwin.
- Davis, BC, Hmieleski, KM, Webb, JW, Coombs, JE. (2017). Funders’ positive affective reactions to entrepreneurs’ crowdfunding pitches: The influence of perceived product creativity and entrepreneurial passion. *Journal of Business Venturing*, 32(1), 90–106.
- Durand, R, & Coeurderoy, R. (2001). Age, order of entry, strategic orientation, and organizational performance. *Journal of Business Venturing*, 16, 471–494.
- Esmail, et al. (2016). Entrepreneurial success among single mothers: The role of motivation and passion. *Procedia Economics and Finance*, 37(2016), 121–128.
- Estrin, S, Mickiewicz, T, Stephan, U. (2013). Entrepreneurship, social capital, and institutions: social and commercial entrepreneurship across nations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3), 479–504.

- Grilo, I, & Thurik, AR. (2008). Determinants of entrepreneurial engagement levels in Europe and the US. *Industrial and Corporate Change*, 17, 1113–1145.
- Herrando, C, Jimenez, J, Martin, MJ (2016). Passion at first sight : How to engage users in social commerce contexts *Electron Commer res.* <https://doi.org/10.1007/s10660-016-9251-6>.
- Hessels, J, Grilo, I, Thurik, R, Zwan, Van Der, P. (2011). Entrepreneurial exit and entrepreneurial engagement. *Journal of Evolutionary Economics*, 21, 447 471447–471471.
- Huyghe, A, Knockaert, M, Obschonka, M. (2016). Unraveling the “passion orchestra” in academia. *Journal of Business Venturing*, 31(3), 344–364.
- Koellinger, PD, & Minniti, M. (2006). Not for lack of trying: American entrepreneurship in black and white. *Small Business Economics*, 27, 59–79.
- Laspita, S, Breugst, N, Heblich, S, Patzelt, H. (2012). Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 414–435.
- Lim, DSK, Oh, CH, Clercq, DD. (2016). Engagement in entrepreneurship in emerging economies : Interactive effects of individual-level factors and institutional conditions. *International Business Review*, 25(4), 933–945.
- Locke, EA. (2000). Motivation, cognition and action: An analysis of studies of task goals and knowledge. *Applied Psychology: An International Review*, 49, 408–429.
- Mazzarol, T. (2004). Strategic Management of Small Firms: A Proposed Framework for Entrepreneurial Ventures, Proceedings for the 17th Annual SEAAZ Conference 2004 26-29 September Entrepreneurship as the way of the Future, Brisbane, Queensland.
- Murillo, D, & Lozano, JM. (2006). SMEs and CSR : An approach in their own words. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 227–240.
- Murnieks, CY, Cardon, MS, Sudek, R, White, TD, Brooks, WT. (2016). Drawn to the fire: The role of passion, tenacity and inspirational leadership in angel investing. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 468–484.
- North, D (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- North, P, & Nurse, A. (2014). “War stories”: Morality, curiosity, enthusiasm and commitment as facilitators of SME owners’ engagement in low carbon transitions. *Geoforum*, 52, 32–41.
- Omisakin et al, (2016). Entrepreneurial Orientation among Migrants and Small and Medium Enterprises. *Journal of Business Administration Research* Vol. 5, No. 1; 2016
- Reynolds, P. D., Bygrave, W. D. and Autio, E. (2004). *Global Entrepreneurship Monitor 2003 Executive Report*. Babson College, London Business School and Kauffman Foundation.
- Sarason, Y., Dean, T., & Dillard, J. F. (2006). Entrepreneurship as the nexus of individual and opportunity : A structuration view, 21, 286–305.
- Shane, S, & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217–226.
- Shirokova, G, Osiyevskyy, O, Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386–399.
- Shook, CL, Priem, RL, McGee, JE. (2003). Venture creation and the enterprising individual: A review and synthesis. *Journal of Management*, 29(3), 379–399.
- Smilor, W. (1997). Executive forum reflections on a subversive activity. *Journal of Business Venturing*, 12, 341–346.
- Stephan, U, & Stride. (2015). Institutions and social entrepreneurship: The role of institutional voids, institutional support, and institutional configurations. *Journal of International Business Studies*, 46, 308–331.
- Storey, D.J. (1994). *Understanding the Small Business Sector*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.

- Stryker, S, & Burke, PJ. (2000). The past, present, and future of an identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 63, 284–297.
- Sundararajan, M, & Peters, L (2007). Role of emotions in the entrepreneur's opportunity recognition process. Philadelphia: Paper presented at the annual meeting of the Academy of Management.
- Thurik, R, & Grilo, I. (2008). Determinants of entrepreneurial engagement levels in Europe and the US. *Industrial and Corporate Change*, 17(6), 1113–1145.
- Vallerand, RJ, Mageau, GA, Ratelle, C, Leonard, M, Blanchard, C, Koestner, R, et al. (2003). Les passions de l'ame: On obsessive and harmonious passion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(4), 756–767.
- Van der Zwan, P, Thurik, AR, Grilo, I. (2010). The entrepreneurial ladder and its determinants. *Applied Economics*, 42(17), 2183–2191.
- Williams, S, & Schaefer, A. (2013). Small and medium-sized enterprises and sustainability: Managers' values and engagement with environmental and climate change issues. *Business Strategy and the Environment*, 22, 173–186.
- Zahra, SA, & Wright, M. (2011). Entrepreneurship's next act. *Academy of Management Perspectives*, 25(4), 67–83.
- Zellweger, T, Sieger, P, Halter, F. (2010). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, 26, 521–536.
- Zwan, P, Thurik, R, Verheul, I, Hessels, J. (2016). Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *Eurasian Business Review*, 6(3), 273–295.

TRANSLATED VERSION: SPANISH

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

VERSION TRADUCIDA: ESPAÑOL

A continuación se muestra una traducción aproximada de las ideas presentadas anteriormente. Esto se hizo para dar una comprensión general de las ideas presentadas en el documento. Por favor, disculpe cualquier error gramatical y no responsabilite a los autores originales de estos errores.

INTRODUCCIÓN

El compromiso empresarial implica el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades por parte de individuos (Sarason et al. 2006; Shane y Venkataraman 2000; 2016). El emprendimiento ofrece a las pequeñas empresas la capacidad de descubrir nuevas oportunidades de negocio y el descubrimiento de nuevas oportunidades mejora su diferenciación con respecto a otras empresas (Omisakin et al. 2016), pero algunos de los propietarios/gerentes de empresas establecidas no son emprendedores. Las personas deciden participar en actividades empresariales debido a diferentes motivaciones (combinaciones de) start-up (Zwan et al. 2016). El compromiso empresarial está determinado por las condiciones individuales e institucionales. Una de las condiciones individuales que determina el compromiso empresarial es la pasión. La pasión es importante en el emprendimiento porque puede "alimentar la motivación, mejorar la actividad mental y proporcionar significado al trabajo diario" (Cardon 2008a, 2008b). La pasión es necesaria como medio para alcanzar altos niveles de rendimiento y superar las barreras al cambio (Esmail et al., 2016). El interés por la pasión empresarial está creciendo porque se ha demostrado pasión para impulsar la búsqueda tenaz de objetivos e inspirar a las partes interesadas a apoyar las empresas (Murnieks et al. 2016).

El aumento de la atención de los profesionales e investigadores se ha centrado en el papel de la pasión en el proceso empresarial de descubrir y explotar oportunidades rentables (por ejemplo, Byron, 1994; Locke 2000; Shane y Venkataraman 2000). La pasión emprendedora se define como sentimientos positivos

intensos conscientemente accesibles experimentados por el compromiso en actividades empresariales asociadas con roles que son significativos para la identidad del emprendedor (Cardon et al. 2009.). La pasión por las actividades empresariales, como explorar nuevas ideas de mercado, abastecer capital y establecer y desarrollar nuevos productos (Cardon et al. 2009; 2013), puede llevar a individuos a convertirse en empresarios (Biraglia y Kadile 2017). La actividad de explorar nuevas ideas de mercado, abastecimiento de capital fundador y establecer y desarrollar nuevos productos es altamente emprendida por los propietarios/gerentes de las empresas establecidas. Es por eso que la pasión es importante no sólo para entrar en un nuevo negocio, sino también importante para involucrar en la actividad empresarial por parte de las empresas establecidas para sobrevivir y crecer. Este interés fue practicado por los propietarios/gerentes de las empresas establecidas para hacer crecer sus empresas.

La investigación de la pasión está floreciendo a medida que surgen más y más estudios que investigan el papel de esta construcción en el emprendimiento (Murnieks et al., 2016). (2003), introdujeron el concepto de El modelo dualista de pasión que sugería que el individuo puede experimentar pasión de dos (2) maneras: La pasión obsesiva o la pasión armoniosa. En su estudio (Esmail et al., 2016) utilizó la pasión armoniosa para explicar la pasión empresarial que es hipotéticamente por el "emergente de la internalización autónoma" de Vallerand en comparación con la pasión obsesiva. Los académicos se han centrado recientemente en el papel que el efecto y el juego de las emociones en el emprendimiento (por ejemplo, Barón 2008), y en particular han observado que la pasión empresarial puede ser una construcción importante que necesita un estudio más cuidadoso (Cardon 2008a, 2008b; 2009). Un volumen creciente de investigación indica que la pasión empresarial, que implica emociones positivas intensas y una conexión de identidad significativa, es fundamental para la experiencia empresarial y los resultados relacionados con las empresas (Huyghe et al. 2016). Sin embargo, la pasión por sí sola no hará que los propietarios/administradores se involucren en la actividad empresarial. Con el fin de descubrir, evaluar y explotar oportunidades, los propietarios/gerentes pueden requerir recursos (tanto capital como humanos) para ser apasionados y participar en el emprendimiento. Los propietarios/gerentes que desarrollaron experiencia previamente, aprenden de su ocupación familiar y la existencia de emprendedores exitosos en el área contribuyen a que propietarios/gerentes apasionados involucren a su firma en el emprendimiento. Del mismo modo, el apoyo del gobierno en la prestación de capacitación, crédito, espacio de trabajo y asesoramiento técnico para propietarios/gerentes de empresas establecidas, puede ayudar a convertir su pasión en el compromiso empresarial, mientras que la imprevisibilidad del medio ambiente puede bloquear a las empresas que tienden a involucrarse en la actividad empresarial.

Los investigadores identificaron que, la mayoría de las empresas comienzan pequeñas, viven pequeñas y mueren pequeñas. Nunca se embarcan en una trayectoria de crecimiento significativa (Storey 1994), debido a la mala participación en el emprendimiento. Sean cuales sean las ventajas que ofrezca la nueva innovación, no tendrá éxito sin un respaldo financiero adecuado, competencias de marketing y producción. Estos son con frecuencia los tipos de recursos que carecen las pequeñas empresas (Mazzarol 2004). Si bien los competidores más grandes pueden tener una influencia significativa sobre el mercado y, por lo tanto, sobre los competidores de las pequeñas empresas, los recursos limitados de las empresas más pequeñas significan que es probable que tengan una influencia muy limitada a cambio (Bianchi et al., 2012). La razón principal de esto es que la mayoría de las empresas emergentes son negocios imitadores en industrias maduras, que sirven a los mercados locales (Reynolds et al. 2004). Como Cardon y otros (2013), la pasión empresarial se ha puesto en funcionamiento como pasión por inventar-buscar una nueva oportunidad de negocio en nuevos mercados, fundar un nuevo negocio y desarrollar uno ya existente. Nuestro estudio se centró en los propietarios/gerentes que dirigen el negocio establecido, excluyendo la pasión por la fundación, porque la pasión por la fundación captura el establecimiento de una nueva empresa excluyendo la búsqueda de oportunidades de negocio en nuevos mercados para los negocios existentes. Esta investigación es una de las primeras en captar el papel moderador de los factores individuales y ambientales en la relación entre la pasión empresarial y el compromiso empresarial de los propietarios/gerentes de la empresa establecida. El estudio descubre cómo la pasión empresarial puede llevar a los propietarios/administradores a participar en la actividad empresarial bajo la disponibilidad de recursos empresariales, diferentes antecedentes empresariales, existencia de apoyo gubernamental y diferentes

condiciones ambientales. El objetivo de los autores es entender cómo estas variables facilitan la relación entre la pasión empresarial y el compromiso empresarial. Además, la mayoría de las investigaciones en el área se centran en la creación de nuevos negocios en condados desarrollados, nuestro estudio es diferente de estas investigaciones al descubrir los respaldos a la pasión en la participación de los gerentes propietarios de pequeñas empresas establecidas en la actividad empresarial en uno de los países en desarrollo. La investigación tiende a responder a las siguientes preguntas de investigación; ¿Influye la pasión empresarial en el compromiso empresarial del propietario/gerente? ¿Los factores individuales, como el recurso empresarial y los antecedentes, intensifican la influencia de la pasión empresarial en el compromiso empresarial? ¿Los factores ambientales como el apoyo gubernamental y la imprevisibilidad ambiental intensifican la influencia de la pasión empresarial en el compromiso empresarial? Por lo tanto, este estudio ayudará a llevar adelante el debate sobre el tema destacando la influencia de los factores individuales y ambientales en la relación entre la pasión empresarial y el compromiso entre los propietarios/gerentes de las pequeñas empresas. Como resultado, este estudio fue diseñado para llenar el vacío identificado proporcionando una visión holística de los factores de respaldo a la pasión empresarial en la determinación del compromiso empresarial.

CONCLUSIÓN

La adopción de la actividad empresarial por parte de los propietarios/gerentes de pequeñas empresas depende de su pasión, que está influenciada por los recursos empresariales, los antecedentes empresariales, el apoyo gubernamental y la imprevisibilidad del entorno en el que se opera el negocio. Este estudio contribuye a los campos del compromiso empresarial y la pasión a través de una revisión integral de la literatura y el estudio empírico disponible en la zona. Es decir, se prueba y explora el efecto moderador de los factores individuales y ambientales en la relación entre la pasión empresarial y el compromiso empresarial para comprender mejor cómo la pasión empresarial influye en el compromiso empresarial en diferentes circunstancias. Más específicamente, la pasión influye en los propietarios/gerentes de las firmas para que participen en actividades empresariales, pero, tiene éxito con los recursos internos y entornos externos porque, los propietarios/gerentes que tienen altos recursos (tanto humanos como recursos de capital) son más apasionados en participar en la actividad empresarial. Además, las empresas que reciben el apoyo del gobierno son más apasionadas que los propietarios/gerentes que no reciben apoyo del gobierno. Por otro lado, la presencia de un entorno impredecible dificulta la participación exitosa de empresas apasionadas en el emprendimiento porque estas empresas temen los fracasos en este entorno impredecible.

Al tener las conclusiones anteriores, proporcionamos las siguientes implicaciones al gobierno, a los responsables políticos y a los propietarios/gerentes de las empresas. Como indica el hallazgo del estudio, las empresas que cuentan con el apoyo del gobierno tuvieron más éxito que sus partes contrarias, por lo que el gobierno debería ampliar su alcance en el desarrollo de pequeñas empresas que contribuyan al desarrollo de la economía. Los responsables de la formulación de políticas también deberían mejorar la política de desarrollo de pequeñas empresas, considerando facilitar el acceso a los recursos y estabilizar el entorno impredecible. La estrategia que se elaboró debería ser útil para facilitar el buen ambiente de los propietarios/administradores de pequeñas empresas, eliminando condiciones innecesarias que obstaculizan el desarrollo de las pequeñas empresas. Por último, los propietarios/gerentes de pequeñas empresas que son apasionados deben buscar cómo acceder a los recursos y trabajar con las instituciones gubernamentales para transferir su pasión a la práctica real y participar en la actividad empresarial, ya que se vuelven más apasionados con la existencia de recursos y apoyo gubernamental para participar en el emprendimiento.

TRANSLATED VERSION: FRENCH

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

VERSION TRADUITE: FRANÇAIS

Voici une traduction approximative des idées présentées ci-dessus. Cela a été fait pour donner une compréhension générale des idées présentées dans le document. Veuillez excuser toutes les erreurs grammaticales et ne pas tenir les auteurs originaux responsables de ces erreurs.

INTRODUCTION

L'engagement entrepreneurial implique la découverte, l'évaluation et l'exploitation des possibilités par les particuliers (Sarason et coll., 2006; Shane et Venkataraman, 2000; Lim et coll. 2016). L'entrepreneuriat permet aux petites entreprises de découvrir de nouvelles occasions d'affaires et la découverte de nouvelles possibilités améliore leur différenciation par rapport aux autres entreprises (Omisakin et coll. 2016), mais certains propriétaires/gestionnaires d'entreprises établies ne sont pas des entrepreneurs. Les individus décident de s'engager dans l'activité entrepreneuriale en raison de différentes (combinaisons de) motivations de démarrage (Zwan et al., 2016). L'engagement entrepreneurial est déterminé par les conditions individuelles et institutionnelles. L'une des conditions individuelles qui détermine l'engagement entrepreneurial est la passion. La passion est importante dans l'entrepreneuriat parce qu'elle peut « alimenter la motivation, améliorer l'activité mentale et donner un sens au travail quotidien » (Cardon 2008a, 2008b). La passion est nécessaire pour atteindre des niveaux de performance élevés et surmonter les obstacles au changement (Esmail et al., 2016). L'intérêt pour la passion entrepreneuriale grandit parce que la passion a été démontrée pour stimuler la poursuite tenace des objectifs et pour inspirer les parties prenantes à soutenir les entreprises (Murnieks et coll., 2016).

L'attention croissante des praticiens et des chercheurs s'est concentrée sur le rôle de la passion dans le processus entrepreneurial de découverte et d'exploitation des possibilités rentables (p. Ex., Byron, 1994; Locke 2000; Shane et Venkataraman, 2000). La passion entrepreneuriale est définie comme des sentiments positifs intenses consciemment accessibles éprouvés par l'engagement dans des activités entrepreneuriales associées à des rôles qui ont un sens pour l'identité de l'entrepreneur (Cardon et al., 2009). La passion pour les activités entrepreneuriales, telles que l'exploration de nouvelles idées de marché, l'approvisionnement en capital fondateur, et l'établissement et le développement de nouveaux produits (Cardon et al., 2009; Cardon et coll. 2013), peuvent conduire les individus à devenir entrepreneurs (Biraglia et Kadile 2017). L'activité d'exploration de nouvelles idées de marché, d'approvisionnement en capital fondateur et d'établissement et de développement de nouveaux produits est fortement entreprise par le propriétaire/gestionnaires d'entreprises établies. C'est pourquoi la passion est importante non seulement pour entrer dans une nouvelle entreprise, mais aussi important d'impliquer dans l'activité entrepreneuriale par les entreprises établies pour survivre et croître. Cet intérêt a été pratiqué par le propriétaire/gestionnaire d'entreprises établies pour faire croître leurs entreprises.

La recherche sur la passion est en plein essor à mesure que de plus en plus d'études émergent qui étudient le rôle de cette construction dans l'entrepreneuriat (Murnieks et coll., 2016). Vallerand et coll. (2003), a introduit le concept du modèle dualiste de la passion qui a suggéré que l'individu peut éprouver la passion de deux (2) façons: l'obsession ou la passion harmonieuse. Dans leur étude (Esmail et al., 2016) ont utilisé une passion harmonieuse pour expliquer la passion entrepreneuriale qui est hypothétique par vallerand « sortir de l'intériorisation autonome » par rapport à la passion obsessionnelle. Les chercheurs se sont récemment concentrés sur le rôle que jouent les affects et les émotions dans l'entrepreneuriat (p. Ex. Baron 2008), et ont notamment noté que la passion entrepreneuriale peut être une construction importante qui nécessite une étude plus approfondie (Cardon, 2008a, 2008b; Cardon et coll. 2009). Un volume croissant de recherches indique que la passion entrepreneuriale, qui implique des émotions positives intenses et un lien identitaire significatif, est au cœur de l'expérience entrepreneuriale et des résultats liés au risque (Huyghe et al., 2016). Mais, la passion seule ne fera pas propriétaires / gestionnaires de s'engager sur l'activité entrepreneuriale. Afin de découvrir, d'évaluer et d'exploiter les opportunités, les propriétaires/gestionnaires peuvent avoir besoin de ressources (tant en capital qu'humaines) pour être passionnés et s'engager dans l'entrepreneuriat. Les propriétaires/gestionnaires qui ont développé l'expérience précédemment, apprennent de leur profession familiale, et l'existence d'entrepreneurs

prospères dans la région contribue pour les propriétaires/gestionnaires passionnés à engager leur entreprise sur l'entrepreneuriat. De même, le soutien du gouvernement à la formation, au crédit, à l'espace de travail et aux conseils techniques aux propriétaires/gestionnaires d'entreprises établis peut aider à transformer leur passion vers l'engagement entrepreneurial, tandis que l'imprévisibilité de l'environnement peut bloquer les entreprises qui ont tendance à s'impliquer dans l'activité entrepreneuriale.

Les chercheurs ont constaté que la plupart des entreprises commencent petites, vivent petites et meurent petites. Ils ne se lancent jamais sur une trajectoire de croissance significative (Storey, 1994), en raison d'un faible engagement dans l'entrepreneuriat. Quels que soient les avantages que la nouvelle innovation offre, elle ne réussira pas sans un soutien financier adéquat, des compétences en marketing et en production. Ce sont souvent les types de ressources qui manquent aux petites entreprises (Mazzarol, 2004). Bien que les grands concurrents puissent avoir une influence importante sur le marché et donc sur les petites entreprises concurrentes, les ressources limitées des petites entreprises signifient qu'elles auront probablement une influence très limitée en retour (Bianchi et al., 2012). La principale raison en est que la majorité des entreprises en démarrage sont des entreprises imitatives dans des industries matures, au service des marchés locaux (Reynolds et al., 2004). Comme Cardon et coll. (2013), la passion entrepreneuriale est opérationnelle comme passion pour inventer-recherche d'une nouvelle opportunité d'affaires dans de nouveaux marchés, la fondation-établissement d'une nouvelle entreprise, et le développement d'une entreprise déjà existante. Notre étude s'est concentrée sur les propriétaires/gestionnaires qui dirigent l'entreprise établie, en excluant la passion pour la fondation, parce que la passion pour la fondation capture l'établissement d'une nouvelle entreprise en excluant la recherche d'opportunités d'affaires dans de nouveaux marchés pour les entreprises existantes. Cette recherche est l'une des premières à saisir le rôle modérateur des facteurs individuels et environnementaux sur la relation entre la passion entrepreneuriale et l'engagement entrepreneurial du propriétaire/gestionnaire d'une entreprise établie. L'étude révèle comment la passion entrepreneuriale peut amener les propriétaires/gestionnaires à s'engager dans l'activité entrepreneuriale dans le cadre de la disponibilité de ressources entrepreneuriales, d'antécédents entrepreneuriaux différents, d'une existence de soutien gouvernemental et de conditions environnementales différentes. Les auteurs cherchent à comprendre comment ces variables facilitent la relation entre la passion entrepreneuriale et l'engagement entrepreneurial. En outre, la plupart des recherches dans le domaine se concentrent sur la création de nouvelles entreprises dans les comtés développés, notre étude est différente de ces recherches en découvrant les appuis à la passion dans la participation des gestionnaires propriétaires de petites entreprises établies sur l'activité entrepreneuriale dans l'un des pays en développement. La recherche a tendance à répondre aux questions de recherche suivantes; la passion entrepreneuriale influence-t-elle l'engagement entrepreneurial des propriétaires et des gestionnaires? Les facteurs individuels tels que les ressources et les antécédents entrepreneuriaux intensifient-ils l'influence de la passion entrepreneuriale sur l'engagement entrepreneurial? Les facteurs environnementaux tels que le soutien gouvernemental et l'imprévisibilité environnementale intensifient-ils l'influence de la passion entrepreneuriale sur l'engagement entrepreneurial? Par conséquent, cette étude aidera à faire avancer la discussion sur le sujet en soulignant l'influence des facteurs individuels et environnementaux sur la relation entre la passion entrepreneuriale et l'engagement entre les propriétaires/gestionnaires des petites entreprises. Par conséquent, cette étude a été conçue pour combler le vide identifié en offrant une vision holistique des facteurs de soutien à la passion entrepreneuriale dans la détermination de l'engagement entrepreneurial.

CONCLUSION

L'adoption de l'activité entrepreneuriale par les propriétaires/gestionnaires de petites entreprises dépend de leur passion, qui est influencée par les ressources entrepreneuriales, le milieu entrepreneurial, le soutien gouvernemental et l'imprévisibilité de l'environnement dans lequel l'entreprise est exploitée. Cette étude contribue aux domaines de l'engagement entrepreneurial et de la passion à travers un examen complet de la littérature et des études empiriques disponibles dans la région. C'est-à-dire que l'effet modérateur des facteurs individuels et environnementaux sur la relation entre la passion entrepreneuriale et l'engagement

entrepreneurial est goûté et exploré pour mieux comprendre comment la passion entrepreneuriale influence l'engagement entrepreneurial dans des circonstances différentes. Plus précisément, Passion influence les propriétaires/gestionnaires d'entreprises à s'engager dans une activité entrepreneuriale, mais elle réussit avec les ressources internes et les environnements externes parce que, les propriétaires/gestionnaires qui ont des ressources élevées (ressources humaines et de capital) sont plus passionnés dans l'engagement sur l'activité entrepreneuriale. De plus, les entreprises qui reçoivent l'appui du gouvernement sont plus passionnées que les propriétaires/gestionnaires qui n'ont pas obtenu l'appui du gouvernement. D'autre part, la présence d'un environnement imprévisible entrave la participation réussie d'entreprises passionnées à l'entrepreneuriat parce que ces entreprises craignent les échecs dans cet environnement imprévisible.

En ayant les conclusions ci-dessus, nous avons fourni les répercussions suivantes au gouvernement, aux décideurs et aux propriétaires/gestionnaires d'entreprises. Comme l'indique la conclusion de l'étude, les entreprises qui sont soutenues par le gouvernement ont eu plus de succès que leurs contre-parties, c'est pourquoi le gouvernement devrait élargir sa portée dans le développement de petites entreprises qui contribuent au développement de l'économie. Les décideurs devraient également améliorer la politique de développement des petites entreprises en tenant compte de la façon de faciliter l'accès aux ressources et de stabiliser l'environnement imprévisible. La stratégie qui a été élaborée devrait être utile pour faciliter un bon environnement pour les propriétaires/gestionnaires de petites entreprises, en supprimant les conditions inutiles qui entravent le développement des petites entreprises. Enfin, les propriétaires/gestionnaires de petites entreprises qui sont passionnés devraient se pencher sur la façon d'accéder aux ressources et de travailler avec les institutions gouvernementales pour transférer leur passion à la pratique réelle et s'engager sur l'activité entrepreneuriale, car ils deviennent plus passionnés par l'existence de ressources et le soutien du gouvernement pour s'engager sur l'entrepreneuriat.

TRANSLATED VERSION: GERMAN

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

ÜBERSETZTE VERSION: DEUTSCH

Hier ist eine ungefähre Übersetzung der oben vorgestellten Ideen. Dies wurde getan, um ein allgemeines Verständnis der in dem Dokument vorgestellten Ideen zu vermitteln. Bitte entschuldigen Sie alle grammatikalischen Fehler und machen Sie die ursprünglichen Autoren nicht für diese Fehler verantwortlich.

EINLEITUNG

Unternehmerisches Engagement beinhaltet die Entdeckung, Bewertung und Nutzung von Chancen durch Einzelpersonen (Sarason et al. 2006; Shane und Venkataraman 2000; Lim et al. 2016). Unternehmertum bietet kleinen Unternehmen die Möglichkeit, neue Geschäftsmöglichkeiten zu entdecken, und die Entdeckung neuer Möglichkeiten verstärkt ihre Differenzierung von anderen Unternehmen (Omisakin et al. 2016), aber einige der Eigentümer/Manager etablierter Unternehmen sind keine Unternehmer. Aufgrund unterschiedlicher (Kombinationen von) Start-up-Motivationen entscheiden sich Einzelpersonen für unternehmerische Aktivitäten (Zwan et al. 2016). Unternehmerisches Engagement wird sowohl von individuellen als auch von institutionellen Bedingungen bestimmt. Eine der individuellen Bedingungen, die unternehmerisches Engagement bestimmen, ist Leidenschaft. Leidenschaft ist im Unternehmertum wichtig, weil sie "Die Motivation anheizen, die geistige Aktivität fördern und dem Arbeitsalltag einen Sinn geben kann" (Cardon 2008a, 2008b). Leidenschaft ist notwendig, um ein hohes Leistungsniveau zu erreichen und Barrieren für Veränderungen zu überwinden (Esmail et al., 2016). Das Interesse an unternehmerischer Leidenschaft wächst, weil Leidenschaft gezeigt wurde, um hartnäckige

Ziele zu verfolgen und Stakeholder für die Unterstützung von Unternehmungen zu begeistern (Murnieks et al. 2016).

Die zunehmende Aufmerksamkeit von Praktikern und Forschern konzentriert sich auf die Rolle der Leidenschaft im unternehmerischen Prozess der Entdeckung und Nutzung profitabler Chancen (z. B. Byron, 1994; Locke 2000; Shane und Venkataraman 2000). Unternehmerische Leidenschaft wird definiert als bewusst zugänglich intensive positive Gefühle durch Engagement in unternehmerischen Aktivitäten mit Rollen verbunden, die für die Selbstidentität des Unternehmers sinnvoll sind (Cardon et al. 2009.). Die Leidenschaft für unternehmerische Aktivitäten, wie die Erforschung neuer Marktideen, die Beschaffung von Gründungskapital und die Etablierung und Entwicklung neuer Produkte (Cardon et al. 2009; Cardon et al. 2013), kann Einzelpersonen dazu bringen, Unternehmer zu werden (Biraglia und Kadile 2017). Die Suche nach neuen Marktideen, die Beschaffung von Gründungskapital und die Etablierung und Entwicklung neuer Produkte werden von den Eigentümern/Managern etablierter Unternehmen in hohem Maße durchgeführt. Deshalb ist Leidenschaft nicht nur wichtig, um ein neues Unternehmen zu gründen, sondern auch wichtig, um in unternehmerische Aktivitäten etablierter Unternehmen einzubinden, um zu überleben und zu wachsen. Dieses Interesse wurde von Eigentümern/Managern etablierter Unternehmen praktiziert, um ihre Unternehmen zu vergrößern.

Die Passionsforschung wächst, da immer mehr Studien auftauchen, die die Rolle dieses Konstrukts im Unternehmertum untersuchen (Murnieks et al., 2016). Vallerand et al. (2003) führten das Konzept des dualistischen Modells der Leidenschaft ein, das nahelegte, dass der Einzelne Leidenschaft auf zwei (2) Weisen erleben kann: Die obsessive oder die harmonische Leidenschaft. In ihrer Studie (Esmail et al., 2016) nutzte harmonische Leidenschaft, um unternehmerische Leidenschaft zu erklären, die durch Vallerands "Austreten aus der autonomen Internalisierung" im Vergleich zu obsessiver Leidenschaft vermutet wird. Wissenschaftler haben sich in letzter Zeit auf die Rolle von Affekt und Emotionsspiel im Unternehmertum konzentriert (z. B. Baron 2008), und insbesondere festgestellt, dass unternehmerische Leidenschaft ein wichtiges Konstrukt sein kann, das einer sorgfältigeren Studie bedarf (Cardon 2008a, 2008b; Cardon et al. 2009). Ein wachsendes Forschungsvolumen zeigt, dass unternehmerische Leidenschaft, die intensive positive Emotionen und eine sinnvolle Identitätsverbindung beinhaltet, von zentraler Bedeutung für die unternehmerische Erfahrung und die venture-bezogenen Ergebnisse ist (Huyghe et al. 2016). Aber Leidenschaft allein wird Eigentümer/Manager nicht dazu veranlassen, sich unternehmerisch zu engagieren. Um Chancen zu entdecken, zu bewerten und zu nutzen, benötigen Eigentümer/Manager möglicherweise Ressourcen (sowohl Kapital als auch Menschliche), um sich leidenschaftlich für Unternehmertum einzusetzen. Die Eigentümer/Manager, die bereits Erfahrungen gesammelt haben, aus ihrem Familienberuf lernen und erfolgreiche Unternehmer in der Region sind, tragen dazu bei, dass leidenschaftliche Eigentümer/Manager ihr Unternehmen für Unternehmertum engagieren. In ähnlicher Weise kann die staatliche Unterstützung bei der Bereitstellung von Ausbildung, Krediten, Arbeitsräumen und technischer Beratung für etablierte Firmeninhaber/Manager dazu beitragen, ihre Leidenschaft in unternehmerisches Engagement umzuwandeln, während die Unvorhersehbarkeit des Umfelds Unternehmen blockieren kann, die dazu neigen, sich an unternehmerischen Aktivitäten zu beteiligen.

Die Forscher stellten fest, dass die meisten Unternehmen klein anfangen, klein leben und klein sterben. Sie begeben sich nie auf einen signifikanten Wachstumspfad (Storey 1994), da sie sich nicht für Unternehmertum engagieren. Unabhängig von den Vorteilen, die die neue Innovation bietet, wird sie ohne angemessene finanzielle Unterstützung, Marketing- und Produktionskompetenzen nicht erfolgreich sein. Dies sind häufig die Arten von Ressourcen, die kleinen Unternehmen fehlen (Mazzarol 2004). Während die größeren Wettbewerber erheblichen Einfluss auf den Markt und damit auf die kleinen Wettbewerber haben können, bedeuten die begrenzten Ressourcen der kleineren Unternehmen, dass sie im Gegenzug wahrscheinlich nur einen sehr begrenzten Einfluss haben werden (Bianchi et al., 2012). Der Hauptgrund dafür ist, dass die Mehrheit der Unternehmensgründungen nachahmende Unternehmen in reifen Industrien sind und lokale Märkte bedienen (Reynolds et al. 2004). Als Cardon et al. (2013) wird unternehmerische Leidenschaft als Leidenschaft für die Erfindung einer neuen Geschäftsmöglichkeit in neuen Märkten, die Gründung eines neuen Unternehmens und die Entwicklung eines bereits bestehenden Unternehmens operationalisiert. Unsere Studie konzentrierte sich auf Eigentümer/Manager, die das etablierte

Unternehmen führen, indem sie die Leidenschaft für die Gründung ausschließt, weil die Leidenschaft für die Gründung die Gründung eines neuen Unternehmens erfasst, indem die Suche nach Geschäftsmöglichkeiten in neuen Märkten für existierende Unternehmen ausgeschlossen wird. Diese Forschung gehört zu den ersten, die die mäßigende Rolle sowohl individueller als auch ökologischer Faktoren auf dem Verhältnis zwischen unternehmerischer Leidenschaft und unternehmerischem Engagement von Eigentümern/Managern etablierter Unternehmen erfassen. Die Studie deckt auf, wie unternehmerische Leidenschaft Eigentümer/Manager dazu bringen kann, unternehmerische Aktivitäten unter der Verfügbarkeit unternehmerischer Ressourcen, unterschiedlicher unternehmerischer Hintergründe, staatlicher Unterstützung und unterschiedlicher Umweltbedingungen zu betreiben. Die Autoren wollen verstehen, wie diese Variablen die Beziehung zwischen unternehmerischer Leidenschaft und unternehmerischem Engagement erleichtern. Darüber hinaus konzentrieren sich die meisten Forschungen in diesem Bereich auf die Gründung neuer Unternehmen in entwickelten Landkreisen, unsere Studie unterscheidet sich von diesen Forschungen, indem sie die Unterstützung für die Leidenschaft in der Einbeziehung der Inhaber/Manager eines etablierten kleinen Unternehmens auf unternehmerische Tätigkeit in einem der Entwicklungsländer aufdecken. Die Forschung neigt dazu, die folgenden Forschungsfragen zu beantworten; beeinflusst unternehmerische Leidenschaft das unternehmerische Engagement von Eigentümern/Managern? Verstärken individuelle Faktoren wie unternehmerische Ressource und Hintergrund den Einfluss unternehmerischer Leidenschaft auf unternehmerisches Engagement? Verstärken Umweltfaktoren wie staatliche Unterstützung und Umweltunvorhersehbarkeit den Einfluss unternehmerischer Leidenschaft auf unternehmerisches Engagement? Daher wird diese Studie dazu beitragen, die Diskussion über das Thema voranzubringen, indem sie den Einfluss individueller und ökologischer Faktoren auf das Verhältnis zwischen unternehmerischer Leidenschaft und Engagement unter kleinen Firmeninhabern/Managern hervorhebt. Als Ergebnis wurde diese Studie entwickelt, um die festgestellte Lücke zu schließen, indem sie eine ganzheitliche Sicht auf die Unterstützung von Faktoren für unternehmerische Leidenschaft bei der Bestimmung des unternehmerischen Engagements bietet.

SCHLUSSFOLGERUNG

Die Übernahme unternehmerischer Aktivitäten durch kleinstige Firmeninhaber/Manager hängt von ihrer Leidenschaft ab, die von unternehmerischen Ressourcen, unternehmerischem Hintergrund, staatlicher Unterstützung und der Unvorhersehbarkeit des Umfelds, in dem das Unternehmen betrieben wird, beeinflusst wird. Diese Studie leistet durch einen umfassenden Überblick über Literatur und empirische Studien, die in diesem Bereich zur Verfügung stehen, einen Beitrag zu den Bereichen unternehmerisches Engagement und Leidenschaft. Das heißt, die mäßigende Wirkung von individuellen und ökologischen Faktoren auf das Verhältnis von unternehmerischer Leidenschaft und unternehmerischem Engagement wird gekostet und erforscht, um besser zu verstehen, wie unternehmerische Leidenschaft unternehmerisches Engagement unter unterschiedlichen Umständen beeinflusst. Insbesondere beeinflusst Passion Firmeninhaber/Manager, unternehmerische Aktivitäten auszuüben, aber es ist erfolgreich mit internen Ressourcen und externen Umgebungen, weil Eigentümer/Manager, die über hohe Ressourcen (sowohl Human- als auch Kapitalressourcen) verfügen, sich leidenschaftlicher für unternehmerische Aktivitäten engagieren. Darüber hinaus sind Firmen, die Unterstützung von der Regierung erhalten, leidenschaftlicher als Eigentümer/Manager, die keine Unterstützung von der Regierung erhalten haben. Andererseits behindert das Vorhandensein unvorhersehbarer Rahmenbedingungen die erfolgreiche Beteiligung leidenschaftlicher Unternehmen am Unternehmertum, weil diese Unternehmen die Misserfolge in diesem unvorhersehbaren Umfeld fürchten.

Durch die oben genannten Schlussfolgerungen haben wir der Regierung, den politischen Entscheidungsträgern und den Unternehmenseigentümern/Managern die folgenden Konsequenzen geliefert. Wie das Ergebnis der Studie zeigt, waren die von der Regierung unterstützten Unternehmen erfolgreicher als ihre Gegenteile, daher sollte die Regierung ihren Anwendungsbereich bei der Entwicklung kleiner Unternehmen erweitern, die zur Entwicklung der Wirtschaft beitragen. Die politischen Entscheidungsträger sollten auch die Politik der Entwicklung kleiner Unternehmen verbessern, indem sie

überlegen, wie sie Zugang zu Ressourcen erhalten und das unvorhersehbare Umfeld stabilisieren können. Die entwickelte Strategie sollte hilfreich sein, um den Eigentümern/Managern kleiner Unternehmen ein gutes Umfeld zu ermöglichen, indem unnötige Bedingungen beseitigt werden, die die Entwicklung kleiner Unternehmen behindern. Schließlich sollten die kleinen Unternehmer/Manager, die leidenschaftlich sind, darauf achten, wie sie auf Ressourcen zugreifen und mit staatlichen Institutionen zusammenarbeiten können, um ihre Leidenschaft auf die praxisnahe Praxis zu übertragen und sich für unternehmerische Aktivitäten zu engagieren, da sie mit der Existenz von Ressourcen und staatlicher Unterstützung für unternehmerisches Unternehmertum leidenschaftlicher werden.

TRANSLATED VERSION: PORTUGUESE

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

VERSÃO TRADUZIDA: PORTUGUÊS

Aqui está uma tradução aproximada das ideias acima apresentadas. Isto foi feito para dar uma compreensão geral das ideias apresentadas no documento. Por favor, desculpe todos os erros gramaticais e não responsabilize os autores originais responsáveis por estes erros.

INTRODUÇÃO

O envolvimento empresarial envolve a descoberta, avaliação e exploração de oportunidades por indivíduos (Sarason et al. 2006; Shane e Venkataraman 2000; Lim et al. 2016). O empreendedorismo proporciona às pequenas empresas a capacidade de descobrir novas oportunidades de negócio e a descoberta de novas oportunidades aumenta a sua diferenciação de outras empresas (Omisakin et al. 2016), mas alguns dos proprietários/gestores de empresas estabelecidas não são empreendedores. Os indivíduos decidem dedicar-se à atividade empresarial devido a diferentes (combinações de) motivações de arranque (Zwan et al. 2016). O envolvimento empresarial é determinado por condições individuais e institucionais. Uma das condições individuais que determina o envolvimento empresarial é a paixão. A paixão é importante no empreendedorismo porque pode "alimentar a motivação, melhorar a atividade mental e dar sentido ao trabalho diário" (Cardon 2008a, 2008b). A paixão é necessária como meio para atingir altos níveis de desempenho e superar barreiras à mudança (Esmail et al., 2016). O interesse pela paixão empresarial está a crescer porque a paixão tem sido demonstrada para impulsionar a busca tenaz de objetivos e inspirar os stakeholders a apoiar empreendimentos (Murnieks et al. 2016).

A atenção crescente dos praticantes e investigadores tem-se centrado no papel da paixão no processo empresarial de descoberta e exploração de oportunidades lucrativas (por exemplo, Byron, 1994; Locke 2000; Shane e Venkataraman 2000). A paixão empreendedora define-se como sentimentos positivos intensos conscientemente acessíveis, experimentados pelo envolvimento em atividades empresariais associadas a papéis que são significativos para a autoidentidade do empreendedor (Cardon et al. 2009). A paixão por atividades empresariais, como explorar novas ideias de mercado, obter capital fundador e estabelecer e desenvolver novos produtos (Cardon et al. 2009; Cardon et al. 2013), pode levar indivíduos a tornarem-se empreendedores (Biraglia e Kadile 2017). A atividade de explorar novas ideias de mercado, de obter capital fundador e de estabelecer e desenvolver novos produtos é altamente desenvolvida pelo proprietário/gestores de empresas estabelecidas. É por isso que a paixão é importante não só para entrar num novo negócio, mas também importante para envolver na atividade empresarial por parte de empresas estabelecidas para sobreviver e crescer. Este interesse foi praticado pelos proprietários/gestores de empresas estabelecidas para o crescimento das suas empresas.

A investigação passional está a crescer à medida que surgem cada vez mais estudos que investigam o papel desta construção no empreendedorismo (Murnieks et al., 2016). Vallerand et al. (2003), introduziu o

conceito de O Modelo Dualista da Paixão que sugeria que o indivíduo pode experimentar a paixão de duas (2) maneiras: A obsessão ou a paixão harmoniosa. No seu estudo (Esmail et al., 2016) usou uma paixão harmoniosa para explicar a paixão empreendedora que é hipótese pela "emerge da internalização autônoma" de Vallerand em comparação com a paixão obsessiva. Os acadêmicos focaram-se recentemente no papel que afetam e desempenham as emoções no empreendedorismo (por exemplo, Barão 2008), e em particular observaram que a paixão empresarial pode ser uma construção importante a necessitar de um estudo mais cuidadoso (Cardon 2008a, 2008b; Cardon et al. 2009). Um volume crescente de pesquisas indica que a paixão empresarial, que envolve emoções positivas intensas e uma ligação identitária significativa é central para a experiência empreendedora e resultados relacionados com o risco (Huyghe et al. 2016). Mas, a paixão por si só não fará com que proprietários/gestores se envolvam na atividade empresarial. Para descobrir, avaliar e explorar oportunidades, os proprietários/gestores podem exigir recursos (tanto de capital como de humano) para serem apaixonados e envolverem-se no empreendedorismo. Os proprietários/gestores que desenvolveram experiência anteriormente, aprendem com a sua ocupação familiar, e a existência de empreendedores de sucesso na área contribui para que proprietários/gestores apaixonados envolvam a sua empresa no empreendedorismo. Do mesmo modo, o apoio do governo na prestação de formação, crédito, espaço de trabalho e aconselhamento técnico para os proprietários/gestores estabelecidos, pode ajudar a transformar a sua paixão em envolvimento empresarial, enquanto a imprevisibilidade do ambiente pode bloquear empresas que tendem a envolver-se na atividade empresarial.

Os investigadores identificaram que, a maioria das empresas começa pequena, vive pequena e morre pequena. Nunca embarcam numa trajetória de crescimento significativa (Storey 1994), devido ao fraco envolvimento no empreendedorismo. Quaisquer que sejam as vantagens que a nova inovação oferece, não terá êxito sem o apoio financeiro adequado, o marketing e as competências de produção. Estes são frequentemente os tipos de recursos que as pequenas empresas carecem (Mazzarol 2004). Embora os maiores concorrentes possam ter uma influência significativa sobre o mercado e, portanto, sobre os concorrentes das pequenas empresas, os recursos limitados das empresas mais pequenas significam que provavelmente terão uma influência muito limitada em troca (Bianchi et al., 2012). A razão principal para isso é que a maioria das empresas start-ups são empresas imitativas em indústrias maduras, servindo os mercados locais (Reynolds et al. 2004). Como Cardon et al. (2013), a paixão empreendedora é operacionalizada como paixão por inventar a procura de uma nova oportunidade de negócio em novos mercados, fundando um novo negócio, e desenvolvendo um já existente. O nosso estudo focou-se nos proprietários/gestores que gerem o negócio estabelecido, excluindo a paixão pela fundação, porque a paixão pela fundação capta o estabelecimento de um novo empreendimento, excluindo a procura de oportunidades de negócio em novos mercados para negócios existentes. Esta investigação é uma das primeiras a captar o papel moderador de fatores individuais e ambientais na relação entre a paixão empresarial e o envolvimento empresarial dos proprietários/gestores da empresa estabelecida. O estudo revela como a paixão empresarial pode levar proprietários/gestores a dedicarem-se à atividade empresarial sob a disponibilidade de recursos empreendedores, diferentes antecedentes empresariais, existência de apoio governamental e diferentes condições ambientais. Os autores pretendem compreender como estas variáveis facilitam a relação entre paixão empreendedora e envolvimento empresarial. Além disso, a maioria das pesquisas na área focam-se na criação de novos negócios em concelhos desenvolvidos, o nosso estudo é diferente destas pesquisas, descobrindo os apoios à paixão no envolvimento de gestores proprietários de pequenas empresas estabelecidas em atividade empresarial num país em desenvolvimento. A investigação tende a responder às seguintes questões de investigação; a paixão empreendedora influencia o envolvimento empresarial do proprietário/gestor? Os fatores individuais, como o recurso empreendedor e o fundo, intensificam a influência da paixão empresarial no envolvimento empresarial? Os fatores ambientais, como o apoio do governo e a imprevisibilidade ambiental, intensificam a influência da paixão empresarial no envolvimento empresarial? Por conseguinte, este estudo ajudará a levar a discussão sobre o assunto, destacando a influência de fatores individuais e ambientais na relação entre a paixão empresarial e o envolvimento entre pequenos proprietários/gestores de pequenas empresas. Como resultado, este estudo foi concebido para colmatar a lacuna identificada, proporcionando uma visão holística dos fatores de apoio à paixão empreendedora na determinação do envolvimento empresarial.

CONCLUSÃO

A adoção da atividade empresarial por parte dos pequenos proprietários/gestores depende da sua paixão, que é influenciada por recursos empresariais, formação empresarial, apoio governamental e imprevisibilidade do ambiente em que o negócio é operado. Este estudo contribui para as áreas de envolvimento e paixão empresarial através de uma revisão abrangente da literatura e do estudo empírico disponível na área. Ou seja, o efeito moderador dos fatores individuais e ambientais na relação entre a paixão empreendedora e o envolvimento empresarial são provados e explorados para entender melhor como a paixão empresarial influencia o envolvimento empresarial em diferentes circunstâncias. Mais especificamente, a Paixão influencia os proprietários/gestores de empresas a envolverem-se na atividade empresarial, mas, é bem sucedido com recursos internos e ambientes externos porque, os proprietários/gestores que têm recursos elevados (recursos humanos e de capital) são mais apaixonados pelo envolvimento na atividade empresarial. Além disso, as empresas que recebem o apoio do governo são mais apaixonadas do que os proprietários/gestores que não tiveram o apoio do governo. Por outro lado, a presença de um ambiente imprevisível dificulta o envolvimento bem sucedido de empresas apaixonadas no empreendedorismo, porque estas empresas temem as falhas neste ambiente imprevisível.

Ao termos as conclusões acima, fornecemos as seguintes implicações ao governo, aos decisores políticos e aos proprietários/gestores de empresas. Como indica a conclusão do estudo, as empresas que são apoiadas pelo governo tiveram mais sucesso do que as suas partes de balcão, pelo que o governo deve alargar o seu âmbito de desenvolvimento de pequenas empresas que contribuam para o desenvolvimento da economia. Os decisores políticos também deverão melhorar a política de desenvolvimento das pequenas empresas, tendo em conta a forma de aceder aos recursos e estabilizar o ambiente imprevisível. A estratégia desenvolvida deverá ser útil para facilitar um bom ambiente para os proprietários/gestores de pequenas empresas, eliminando condições desnecessárias que dificultam o desenvolvimento das pequenas empresas. Finalmente, os pequenos empresários/gestores apaixonados devem procurar como aceder aos recursos e trabalhar com as instituições governamentais para transferir a sua paixão para a prática real e envolver-se na atividade empresarial, uma vez que se tornam mais apaixonados pela existência de recursos e apoio governamental para se envolverem no empreendedorismo.