

创业研究视角及主要变量:综述与展望

吴晓波,周浩军

(浙江大学 管理学院,浙江 杭州 310058)

摘要:创业是一个多维度现象,跨越了多个学科边界,每一学科以自己独特的方式审视创业,得出各自的观点与结论。在综述文献的基础上,文章认为创业现象是个体、机会、资源三者的联结。机会的识别与利用、资源的获取与组合是创业现象的两个本质过程。既具内在特质又嵌入于社会结构中的创业者是这两个过程得以实现的驱动者。文章围绕个体、机会和资源综述了引用率较高的创业研究文献,尝试勾勒创业研究的轮廓,并揭示出主要的研究变量。

关键词:创业研究;研究视角;研究变量

中图分类号:F270

文献标志码:A

文章编号:1008-5831(2010)04-0035-10

一、引言

创业是经济实现持续增长的关键驱动力,是持续地从内部变革经济结构,持续地破坏旧世界,持续地创造新世界的无穷力量(Schumpeter)^[1]。在大型企业普遍精简裁员的趋势下,创业能够创造成千上万个新的工作岗位^[2],为社会减轻就业压力。另外,创业能够增加税收、繁荣出口、提高整个国家的生产率^[2]。创业者是打破常规、毁灭现存结构、重新组合资源,实现创造性破坏过程的驱动者(Schumpeter)^[1]。创业者独特的人格特质^[3-5]、认知特点^[6-8]、对机会的机敏^[1,9],以及组合资源(Schumpeter)、利用机会^[10]的能力,不仅是许多人怀着好奇探究的问题,也是学者们不断探索与研究的问题。尽管人们对创业和创业者似乎有着某种迷恋般的情感,然而,创业研究却在持续争论中步履蹒跚,致使创业研究者还需要为创业作为独立学科的正统性而争辩^[10]。与战略管理、技术创新等比较成熟的研究领域相比,创业研究还处在青春期^[11-12]。研究者对创业研究的边界、研究的目的、研究的焦点、研究的理论视角等基本问题还远未达成一致意见,争论不断。因此,有必要系统地回顾和梳理以往的创业研究文献,以便为创业研究奠定比较清晰的研究问题与理论框架。

由于创业现象的复杂性和创业研究的多学科性,研究创业犹如瞎子摸象^[13-14],每一学科以自己独特的方式审视创业^[15],得出各自的观点与结论。这种多样性体现在众多的创业定义中:Schumpeter定义创业为“实现资源的重新组合”;Leibenstein认为创业是比竞争对手更巧妙更努力的能力;Kirzner的创业概念与套利紧密相关,是正确预期市场不完善和不均衡的能力^[1,16];Gartner定义

收稿日期:2009-06-25

基金项目:国家自然科学基金国际重大合作项目“发展中国家包容性创新体系研究——理论构建与实证分析”(70910107021)

作者简介:吴晓波,男,浙江杭州人,浙江大学管理学院教授,博士生导师,主要从事技术创新与战略管理

研究
欢迎访问重庆大学期刊社 <http://qks.cqu.edu.cn>

创业为“新组织的创造”,认为“组织(organizing)”是创业研究的焦点^[13];Low和MacMillan将创业定义为“新企业的创造”;Shane和Venkataraman认为创业是两种现象的交织:盈利机会的出现和创业个体的出现,他们定义创业为机会的识别、评估和开发过程^[10]。

虽然多学科研究有着内容丰富的潜力,但在整合各个视角的创业研究时却存在着很大的困难^[17]。为理解部分如何构成整体,Gartner认为研究者需阐明他们对创业现象的本质所做的假设^[13],从而为整合提供一个共同的基础。我们认为创业现象是创业者、机会和资源三者的联结。机会的识别和利用^[10,18]、资源的获取和组合^[19-20]是创业现象的两个最本质过程。创业者是这两个过程得以实现的驱动者。创业研究寻求解释和预测:既具内在特质又嵌入于社会经济结构中的创业者,如何识别和利用机会,如何获取和有效使用资源,以及创业所产生的结果。

基于对创业本质所做的假设,我们围绕个体、机会和资源综述了创业研究领域引用率较高的文献^①,尝试描绘创业研究的概貌,并揭示出受到较多关注与研究的变量。由于创业研究的复杂性,尽管我们朝着这一目标付出了许多努力,或许仍然未能清晰地勾勒出创业这一大象。然而,若能使读者隐约地看见哪怕不甚清晰的轮廓,也算达到了我们做这一综述的目的。

二、心理学视角

心理学视角的创业研究致力于寻找可以将创业者与非创业者相分离的心理特质。其隐含的假设是“如果我们知道了谁是创业者,那么,我们就理解了什么是创业^[5]”。在早期,心理学视角的创业研究聚焦于创业者的特质,试图获得创业者所具有的独特心理图式,但这种努力并不成功^[2,5]。特质研究令人失望的研究结果,使研究者将研究焦点转向创业者的认知^[6-8,21-23],并逐渐发展成为心理学创业研究视角下最多产且富有前景的研究支流。与此同时,创业者的动机也受到了一些研究者的关注^[24-27]。最近,有学者将创业者的情感也引入到创业研究中^[3]。概括而言,心理视角的创业研究从最初单一的特质研究,逐渐发展成为包括特质、认知、动机、情感在内的复杂研究体系。

(一) 特质

谁是创业者?为什么在类似的情境中,有些人

开始创业,另外一些人却没有^[5]?早期的创业研究致力于寻找可以将创业者从非创业者中分离出来的人格特质与特征。

1. 人格特质

研究者考察了大量有可能将创业者从非创业者中分离出来的人格特质,典型的特质如成就需要、控制点、风险接受倾向和不确定性承受力^[2]。McClelland的“成就动机”研究开创了以人格特质为基础的创业研究,认为高成就需要是创业者具有的关键心理变量。然而,高成就需要并非为创业者所独有,许多成功者往往具有这一特质^[2],后来的研究也没有证明高成就需要与开始创业的决策之间具有必然的联系^[28]。高风险偏好在早期被认为是很有潜力将创业者与非创业者相区分的特质,但后来的研究表明创业者只是中等程度的风险接受者,与管理者并无显著差异,甚至与整个人类相比都没有明显差异^[29]。其他特质研究也遭遇了类似的情景,试图获得创业者心理特质图式的努力大多徒劳无功^[2]。

2. 人口统计特征

有些研究者从人口统计变量角度寻找创业者具有的特征。如Cooper和Dunkelberg收集了890位创业者的教育、家庭背景、工作经历等数据,研究表明创业者在这些变量上并没有显著的特征。他们推断多样性是其样本的一个主要特征^[30]。因此,如人格特质研究一样,人口统计特征创业研究遭遇了类似的问题。

(二) 认知

早期特质研究令人失望的研究结果,使心理学视角的创业研究焦点转向创业者的认知。认知视角为面临困境的创业研究注入了一缕清新的空气。这一视角既具有理论的严谨性又具有实证的可验证性,能系统地解释创业者在创业过程中的作用^[8],有助于我们理解创业者“如何思考”和“为什么以他们的方式行事”^[8,31]。认知视角将为探索和解释以前未能做出解释的现象提供有效的分析工具^[8,22]。Mitchell等将创业认知定义为“人们在机会评估、企业形成和成长过程中做出评价、判断或决策的知识结构”^[8]。目前,创业认知研究的变量主要包括认知偏差和直觉、创造性认知、创业机敏、学习等。

1. 认知偏差和直觉

Busenitz和Barney是较早从认知角度研究创业的学者。他们比较了大型组织中创业者和管理者决

①文献来源:(1) top journal (AMR, AMJ, OS, SMJ, ASQ, JM, MS) and leading entrepreneurship journal (JBV, ETP, JSBM); (2) google scholar. 文献搜索:(1)在文献来源中进行初步搜索,然后对文献进行分类和排序(按照google scholar显示的“被引用次数”);(2)在分类基础上进一步搜索;(3)对有代表性“被引用次数”高的文献进行向前向后的追踪搜索。文献筛选:主要依据“被引用次数”筛选文献,以保证文献的代表性。

策过程的差异,发现创业者比管理者在决策过程中更多地使用“偏差(biases)”和“直觉(heuristics)”。创业者面临的环境通常具有复杂性和不确定性,全面且谨慎的决策往往不可实现。面对稍纵即逝的机会,“偏差”和“直觉”使创业者能够快速做出具有有限理性的决策。这种认知上的“偏差”和“直觉”,能够区分创业者与非创业者^[6]。另外,认知偏差为早期陷入困境的特质研究提供了新的解释。Simon、Houghton、Aquino(2000)和 Keh、Foo、Lim(2002)研究了过分自信、控制错觉和小数定律信念等认知偏差与风险感知的关系,研究表明认知偏差会降低创业者对风险的感知。因此,即使创业者不是高风险偏好者,如果感知的风险比较小,就有可能在无意间采取了高风险行为^[7,32]。

2. 创造性认知

新奇而有用的创新思想是创业的活力之源。成功的创业者,往往需要不断形成关于产品或服务的创新思想,并将这些创新思想转变成具有市场价值的产品或服务。Ward研究了创业者创新思想的产生过程,并分析了概念重组、类比和问题形成如何影响创新思想的原创性。Ward认为从创造性认知角度研究创业,可以更好地理解创业现象,并且可以指导创业者的创业实践^[33]。

3. 创业机敏

创业机敏概念源自于经济学家 Kirzner(1973, 1979, 1985)的著作^[9]。Kirzner在批判与继承 Schumpeter 思想的基础上,提出了创业“机敏”概念。Kirzner描述:“在 Schumpeter 看来,创造性破坏是实现长期经济增长的根本力量;创业者是‘打破均衡的破坏性力量,使市场从均衡的睡梦中惊醒’。我认为熊彼特的描述‘可能产生完全错误的观点,即市场能够自动地实现均衡状态,而不需要任何协调信息的社会机制’。我认为市场不能自动地实现均衡,需要创业者机敏地注意(‘发现’)非均衡状态下存在的错误,响应并纠正这些错误,从而使市场从初始的非均衡状态向均衡状态转变。因此,与熊彼特的创造性破坏打破原有的市场均衡相反,我认为创业者的机敏,是市场从初始的非均衡状态向均衡状态转变的力量。^[1]”Kirzner的创业机敏概念是在经济学的框架中提出的。后来有学者试图进一步发展 Kirzner 的创业机敏概念^[9,34,35]。如 Gaglio & Katz 提出了创业机敏的心理图式,认为创业者所发现的机会类型(模仿性机会、渐进性机会和创新性机会)取决于创业者在机会识别过程中使用的心理图式。由此,这一概念进入了创业研究的心理学范畴。

4. 创业学习

学习是较晚引入创业研究的认知概念。Politis

提出了创业学习的概念模型,认为创业学习是将职业经验转变为创业知识的过程。这种转变过程有两种截然不同的方式:利用和探索。利用关注知识的提炼与应用,是知识应用过程;探索意味着改变、发现和创造,是知识的创造过程。创业者需要在这两者之间取得某种平衡^[36]。Corbett 将体验式学习理论应用到创业研究,认为全面理解创业现象,需要研究创业者如何学习,以及不同的学习方式如何影响机会的识别与利用^[37]。

(三) 动机

在认知广受研究者关注的同时,动机也得到了学者的关注。Boyd 和 Vozikis 认为自我效能感是创业意图强度和创业意图转变为创业行动的重要解释变量。自我效能感越强,创业意图转变为创业行动的可能性就越大^[25]。Wiklund 和 Shepherd 研究了小企业管理者的成长愿望和企业成长水平的关系,他们发现成长愿望与企业成长水平有着显著的正向关系^[38]。Shane, Locke 和 Collins 在综述以往研究基础上,提出动机作用于创业过程概念模型。针对以往创业动机研究缺乏一致性的研究结果,他们指出研究动机对创业过程的影响,需要控制机会、环境和创业者的认知等变量对创业过程的影响^[27]。

(四) 情感

情感对认知与行为有多方面影响,但情感在最近才进入创业研究者的视线。Baron 将心理学中的发现应用于创业研究,提出情感影响创业过程的概念模型^[3]。他认为情感首先影响创业者的认知,通过认知影响创业过程。情感通过情绪依赖唤起效应和启发式效应这两个机制影响创业者的知觉、决策和创造等认知过程;这些认知过程影响机会识别、资源获取、发展社会网络、响应动态环境和承受压力等创业时发生的关键过程^[3]。

三、机会视角

心理学视角的创业研究关注的焦点是创业者,机会视角和资源视角则关注创业的本质过程。虽然,机会很早就受到了学者的关注^[39],但在 Shane 和 Venkataraman 2000 年在 AMR 上发表“创业作为研究领域的前景”之后,机会才成为创业研究的焦点。Shane 等认为:“一个社会学科领域具有存在的价值,它必须拥有自己独特的理论框架来解释和预测一系列现象,而且这些现象还未被其他领域的理论所解释和预测^[10]。”已有的创业研究成为了包罗万象的大杂烩,削弱了创业研究作为独立学科的正统性^[10]。基于这种认识,Shane 等大胆地为创业研究领域界定了以机会为主线的研究框架。在此之后,形成了一系列研究文献,并且出现多篇引用率较高的文献^[40-43]。Shane 等所提出的研究框架成为目前为止

创业领域中最重要研究范式。我们以 Shane 等所提出的框架对机会视角的创业研究做一个简要综述。

(一) 机会的存在

“机会为什么会存在”是一个古老的研究问题。在 Schumpeter 的理论体系中,创新改变了资源的均衡价值,这为创业者提供了重新组合资源的机会,因此,创新是机会存在的原因。与 Schumpeter 的观点形成对照,Kirzner 认为创业机会来源于非均衡状态下存在的“错误”,经济体中的这些“错误”使资源得不到最佳使用,从而存在着优化的机会^[1]。Shane 等吸收了奥地利经济学的非均衡观点,认为机会的存在是一个客观现象(虽然机会的识别是一个主观现象)，“信息不对称”和“信念不对称”是机会存在的原因^[10]。与机会相关的信息并非均匀分布于社会中,机会是信息在社会中分布的函数^[40]。信念不对称使人们对资源的价值具有不同的评价,创业者才可能从价格“过低”的地方买进资源,重新组合这些资源,并在价格“过高”的地方卖出产品。

(二) 机会的识别

“为什么一些人能发现机会,而另一些人却不能?”^[6,10]。Schumpeter 认为创业者具有“特殊的能力(special aptitudes)”^[6]。Kirzner 认为创业者对机会具有不同寻常的“机敏”,能注意到非均衡状态下存在的“错误”而识别机会^[1]。Shane 认为机会并非显而易见,仅有一些人能发现特定的机会^[10,40]。“信息通道”和“认知特点”是影响机会识别的两类重要因素^[10]。识别特定的机会需要人们拥有特定的信息,信息通道指不同的人具有不同的信息储备,从而使人们对特定的机会具有不同的识别能力。机会的发现并非是通过“机械计算”实现的优化过程^[44],需要人们识别出由变化产生的手段—目的之间的新联系,这要求创业者具有独特的认知特点^[10]。Ardichvili、Cardozo 和 Ray 试图从理论上发展机会的识别过程,将机会的识别解构为识别、发展和评价三个过程^[41]。已经有学者对机会的识别做了实证研究。如 Shane 对 8 组创业者做了深度案例研究,揭示出创业者发现的机会与他们拥有的信息有关^[40]。人们拥有的预先信息的异质性,使人们在识别特定的机会时存在着差异,甚至使一些人即使不积极地寻找机会也能识别特定的机会^[40]。

(三) 开发机会的决策

我们无法知道机会中途夭折的确切数字,但我们知道并非每一次机会的发现都引发创业行为^[10]。哪些因素影响人们开发机会的决策?机会性质与个体差异共同决定着人们开发机会的决策^[10]。

机会性质影响人们开发机会的意愿。在进行开

发创业机会的决策时,创业者需要确信有足够大的预期利润,以补偿机会成本以及创业所需承担的不确定性。另外,当预期的市场需求大、产业边际利润高、技术生命周期年轻、竞争强度适中、资本成本低、可向新进入者学习,这些因素能提高人们开发机会的意愿^[10]。Shane 实证研究了机会性质对创业决策的影响。他利用 MIT 的专利数据库,从技术机会的三个维度——重要性、创新度和专利范围——研究了机会性质对企业形成的影响^[42]。

个体差异影响人们开发机会的决策。对机会预期价值和开发成本的权衡、职业和创业经历、个体感知差异、乐观倾向、心理特质(如自我效能感、控制点、模糊承受力、成就动机)等影响人们开发创业机会的决策^[10]。已经有学者实证研究了个体差异对开发机会的决策的影响。如 Simon、Houghton 和 Aquino 研究了认知差异对创业决策的影响,研究表明控制错觉、小数定律信念等认知偏差降低了创业者对风险的感知,从而提高了创立新企业的可能性^[7]。类似地,Keh、Foo 和 Lim 实证分析了过于自信、小数定律、计划谬误、控制错觉等认知偏差对机会评价的影响^[45]。

(四) 开发模式

创业机会的开发在一个经济体中如何被组织?Shane 等认为存在两种开发机会的制度安排——创立新企业和向现存企业出售机会。这隐含地将现存企业识别和开发机会的行为排除在外。事实上,现存企业的机会识别与开发过程本质上也是一种创业^[46-48],我们将这种由现存企业发起的机会开发模式看作第三种制度安排,即内创业。

产业结构、专用性体制、机会的性质等因素影响人们对机会开发模式的选择。从产业结构看,当产业处于初期、产业集中度低、由小企业构成、对互补性资产要求不高、R&D 强度不大时,人们倾向于通过创立新企业来开发创业机会^[42]。当专用性制度能够有效地保护创新,使创新难以被竞争对手和新进入者模仿时,人们倾向于创立新企业。机会的性质对机会开发模式的选择具有更大的影响,当机会的不确定程度高、无需互补性资产、能够破坏现存企业的能力时,人们倾向于创立新企业。Shane 实证研究了技术体制的四个维度——技术的成熟度、市场细分倾向、专利有效性、市场与分销互补性资产的重要性——对新企业形成的影响。研究表明,技术领域越成熟、市场和分销互补性资产越重要,通过创立新企业利用技术发明的可能性就越小;市场细分程度越高、专利保护越有效,通过创立新企业利用技术发明的可能性就越大^[49]。

四、资源视角

创业不仅需要发现机会,也需要获取和组合必

要的资源,来开发所发现的机会。因此,理解创业者如何获取和组织资源必然是创业研究的重要内容^[19, 50]。从理论起源看,资源视角的创业研究出现了两个相对独立的研究支流:(1)以资源观为基础,试图将创业理论与资源观理论相融合;(2)以经济社会学为基础,研究创业者的社会资本对创业过程的影响。将基于资源观的创业理论置于资源视角之下是自然而然的事,那么,为什么要将基于社会资本的创业研究也置于资源视角之下?这是因为社会资本观是对资源观的一种延伸^[51, 52];社会资本本质上是一种存在于社会结构中的资源^[53];基于社会资本的创业研究为理解创业者如何获取资源提供了独特见解。

(一)创业者资源:基于资源观的创业理论

在早期资源观就承认创业是资源观理论的一个复杂部分^[54]。然而,当资源观已成为战略管理的主导研究范式时^[55],资源观和创业研究形成的界面仅仅为实证研究提供了一个“研究背景”^[19, 56]。虽然有些学者已经尝试构建了基于资源观的创业理论,但这些理论还不是很成熟。

Mosakowski 是较早尝试将资源观应用于创业研究的学者。他提出了创业资源这一概念,认为创造力、远见、直觉和机敏是创业者拥有的独特资源,能够为组织赢得竞争优势^[57]。Alvarez、Barney 与 Alvarez、Busenitz 试图构建基于资源观的创业理论。Alvarez 和 Barney 认为创业战略和创业能力,如灵敏与灵活的决策、创造力、独创性和远见等,本质上都是不可模仿的资源——这些能力原因不明,经过多少次也难以模仿。如果随着时间的推移,创业者仍然能够保持这些能力,那么就有可能获得持续竞争优势^[58]。Alvarez 和 Busenitz 将机会识别能力和资源组合能力定义为资源,这样,资源成为创业理论和资源观理论共同的分析对象,从而使资源观理论和创业理论得到融合。在此基础上,他们以 Peteraf 的竞争优势模型^[55]为框架分析了创业者资源的异质性及持续性。

基于资源观的创业理论在解释创业企业竞争优势时具有较强的说服力,但在解释“为什么创业者更具动员资源的能力^[59]”时,都采用了一个先验性假设——创业者更具获取资源和有效使用资源的能力。以经济社会学为基础的创业研究,为理解上述问题提供了独特的见解。

(二)资源获取:基于社会资本的创业研究

古典经济学和新古典经济学所隐含的假设:人的行为是理性和自利的,鲜有受到社会关系的影响^[60]。这一假设不仅根深蒂固于古典经济学和新古典经济学中,而且影响了创业研究,使早期的创业研

究聚焦于创业者的特质^[14],而忽视了创业者的社会嵌入性对创业过程的影响^[61]。经济社会学的复兴,使研究者意识到需将创业现象置于社会背景中,考察创业者的社会嵌入性对创业过程和结果产生的影响^[61]。基于社会资本的创业研究出现了两个支流:结构和资源。前者侧重于考察创业者的社会资本赖以形成的网络结构,后者侧重于考察创业者如何利用社会资本获取资源。

1. 网络结构和社会资本

网络联系和网络结构是社会资本存在的基础。网络结构被定义为成员之间直接和间接的联结模式。一个普遍的假设是网络成员在网络结构中所处的位置对资源流动具有重要影响。测度网络结构的概念主要有:规模、密度、中心度、成员异质性等。

已有大量实证研究考察了网络结构对创业的影响。如 Steier 和 Greenwood 通过纵向案例研究认为,创业者的首要任务是与足够数量的通向必要资源的潜在“门户”建立联系(网络规模的影响)^[62]。Ren-zulli、Aldrich 和 Moody 实证研究发现,创业网络中的异质性水平越高,行动者越有可能成功创办企业,因为异质性水平高的网络使创业者拥有更多样化的信息来源(网络成员异质性的影响)^[63]。

另外,在社会学中发展起来的一些概念和理论为解释创业现象提供了很好的分析工具。Coleman 社会网络的闭合概念解释了信任和有效的规范如何在小群体中形成^[53],这可以解释某些地区的群体性创业行为。Granovetter 的弱联系(weak tie)^[60]和 Burt 的结构洞(structural hole)理论^[64]则是跨越微观和宏观结构的桥梁。Granovetter 虽未直接论述弱联系对创业者的作用,但弱联系作为联结不同群体从而获取异质性信息的桥梁,拥有广泛弱联系的创业者就有可能借此获得丰富的信息。Davidsson 和 Honig 从一个瑞典的一般群体样本($n = 30\ 427$)中筛选出初次创业者组($n = 380$)和控制组($n = 608$),跟踪研究了社会资本和人力资本对初次创业者的影响,研究发现弱联系作为一种连接的润滑剂,能够加快创业前的酝酿速度,并增加创业的成功率^[65]。Burt 则直接指出:“含有丰富结构洞的网络为企业家行为提供了机会……机会本身一直是社会网络中的结构洞决定的……创业者是那些能够跨越结构洞而建立联系的人。”因为“结构洞意味着在结构洞两侧的群体中流动着不同的信息,通过与结构洞两侧的人取得强联系,就能够跨越结构洞,获得结构洞两侧的信息流。跨越的结构洞越多,从网络中获得的信息就越丰富”^[64]。

2. 社会资本和资源获取

社会资本是一种存在于社会结构中的资源,处

在社会结构中的成员可以利用这一资源获得某种利益^[53]。在创业者发现机会之后,创业者通常不可能拥有创立企业所需的所有资源,因此,特别依赖于通过社会资本获取资源^[66]。创业者可以从社会资本中获取无形资源,也可以获取有形资源。

(1) 获取无形资源。

大多数研究聚焦于创业者通过社会资本获取无形资源^[61]。信息和知识是可以通过社会资本获取的重要资源。信息决定着人们对机会的识别能力^[10],特定机会的发现需要以特定的预先信息为基础^[40]。许多研究发现创业者不断地使用网络来获取创新观点和收集信息,从而识别出创业机会^[61]。组织知识是一种重要的无形资源,可以成为持续竞争优势的源泉^[67-69]。已经有学者实证研究了社会资本对创业企业获取知识的作用。如 Yli-Renko、Autio 和 Sapienza 以 180 家英国高新技术创业企业为样本,实证分析了社会资本对知识获取和知识利用的作用;研究指出新企业因其创造知识的能力有限,利用社会资本获取关键顾客拥有的知识具有十分重要的意义^[52]。另外,利用社会资本还可以获取其他无形资源,例如,社会资本为创业者提供了承担创业风险的情感支持^[70],这种情感支持能增强创业者维持企业的意愿^[71]。

(2) 获取有形资源。

社会资本不仅是创业者获取信息、知识、情感支持等无形资源的媒介,也是创业者获取资金等有形资源的润滑剂。由于创业企业缺乏绩效历史数据,以及创业所固有的不确定性,使资源所有者对创业企业的评估变得困难,更凸显出社会资本对资源获取的重要性^[66]。已经有不少学者研究了社会资本对有形资源获取的影响^[66, 72, 73],社会资本影响资金获取是研究的一个焦点。如 Shane 和 Stuart 通过分析了 134 家创业企业的历史数据,研究表明那些与风险投资者有直接或间接联系的创业者获得风险资本的可能性更大,企业失败的可能性也越小^[66]。社会资本之所以能增强创业者获取资源的能力,是因为社会资本增强了创业者与资源所有者之间的隐性契约,这种隐形契约使资源所有者在无法避免机会主义行为的情景下选择交易对象时,倾向于选择他所认识的交易伙伴^[60, 66, 74]。

(三) 资源组合

Schumpeter 将创业定义为“实现资源的重新组合”。这种重新组合包括:创造新产品,采用新工艺,开辟新市场,获得新的原料供应来源,或者实现新的组织形式。企业是资源的集合体^[50, 74]。创业企业要维持生存和获得竞争优势,不仅需要获取资源,也需要有效地组织这些资源。因此,组织资源是创业者

的重要任务^[20]。Foss 等采纳和发展了奥地利资本理论所持的观点,认为安排或组织他所拥有的资源是创业者需要承担的重要角色,创业者通过有效地组织异质性资本,从而降低契约风险,提供有效的投资激励,以及创造和利用组织的竞争优势^[20]。已经有学者实证研究了创业企业的资源组合及其这种组合在创业初期的演化过程。如 Lichtenstein 和 Brush 跟踪研究了三家快速成长的创业企业,研究了创业企业的“资源束”,以及这些“资源束”随时间推移的演化过程^[50]。

五、结语

创业是具有多个维度的复杂现象^[4, 14]。创业研究视角众多,研究变量纷繁复杂。以上我们围绕个体、机会和资源综述了创业研究文献,并揭示了各视角的主要研究变量,概括如图 1 所示。这些变量可能是自变量,也可能是因变量。除上述各研究视角中出现的变量,创业研究中还有一类重要变量,且经常作为因变量出现在研究中,这类变量是创业产生的结果。Cohen、Smith 和 Mitchell 对创业结果变量做了综述,认为以往的创业研究过于狭隘地以经济绩效作为结果变量,他把创业结果变量分类为:经济绩效、社会承诺、环境持续性、社会功效、责任、环境功效和可持续发展^[75]。限于篇幅,对于这类变量不再赘述。

通过上述对于创业研究文献的系统回顾和梳理,我们从创业现象的本质、创业研究的重点和创业研究的研究方法三个方面做简要归纳。

(1) 创业现象的本质。创业现象是创业者、机会和资源三者的互动过程。创业机会的识别与利用,创业资源的获取和组合是创业现象的两个最本质过程。创业者是上述两个过程得以实现的驱动者。

(2) 创业研究的重点。从国外现有文献看,心理学视角研究文献在数量上远多于机会视角和资源视角研究文献,但机会视角与资源视角在近年来日益受到重视,特别是机会视角有成为创业研究最核心部分的趋势。对于心理学视角,创业者的认知和动机研究比特质和人口统计特征研究更具研究前景。对于机会视角,机会的类型和性质、创业者如何识别机会和利用机会是研究的重点。对于资源视角,资源的分类和性质,创业者如何整合资源和组合资源是研究的重点。

(3) 创业研究的研究方法。① 多维度研究设计。创业研究需要单一视角单一维度的研究,更需要多视角多维度的研究。通过多维度的研究设计,可以更好地探究创业者、机会和资源创业三要素之间互动关系。② 理论构建。创业研究还处在青春

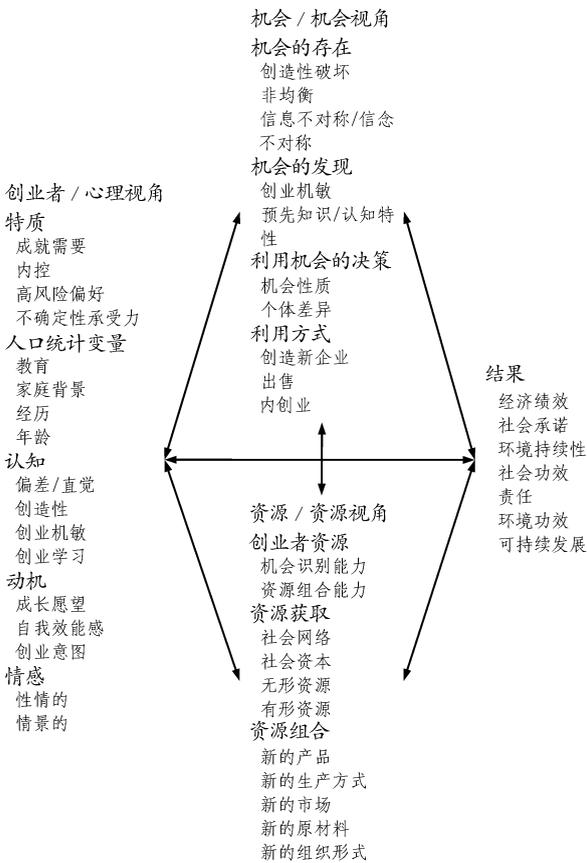


图1 创业研究视角及主要变量

此,不仅需要以检验现有理论为目的的研究,更需要以理论构建为导向的研究。案例研究^[76]和模拟方法^[77]可以成为创业研究理论构建的重要方法。

综上所述,为更好地理解创业现象,既需要研究者更细致地触摸局部,以获得对局部更细致的认识,也需要研究者从整体去审视创业,尝试将局部认知整合起来,以获得创业现象的全景图。虽然,创业研究还未取得像战略管理、技术创业等成熟领域所具有的学术地位,但通过学者们的继续努力,创业研究在未来必然会取得更高的学术地位。

参考文献:

[1] KIRZNER I M. Creativity and/or alertness: A reconsideration of the schumpeterian entrepreneur [J]. *Review of Austrian Economics*, 1999, 11(1): 5 - 17.

[2] LOW M B, MacMILLAN I C. Entrepreneurship: Past research and future challenges [J]. *Journal of Management*, 1988, 14(2): 139 - 161.

[3] BARON R A. The role of affect in the entrepreneurial process [J]. *Academy of Management Review*, 2008, 33(2): 328 - 340.

[4] BAUM J R, LOCKE E A, SMITH K G. A multidimensional model of venture growth [J]. *Academy of Management Journal*.

nal, 2001, 44(2): 292 - 303.

[5] GARTNER W B. Who is an entrepreneur? Is the wrong question [J]. *American Journal of Small Business*, 1988, 12(4): 11 - 32.

[6] BUSENITZ L W, BARNEY J B. Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision - making [J]. *Journal of Business Venturing*, 1997, 12(1): 9 - 30.

[7] SIMON M, HOUGHTON S M, AQUINO K. Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies [J]. *Journal of Business Venturing*, 2000, 15(2): 113 - 134.

[8] MITCHELL R K, BUSENITZ L, LANT T, et al. Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research [J]. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2002, 27(2): 93 - 104.

[9] GAGLIO C M, KATZ J A. The psychological basis of opportunity identification; Entrepreneurial alertness [J]. *Small Business Economics*, 2001, 16(2): 95 - 111.

[10] SHANE S, VENKATARAMAN S. The promise of entrepreneurship as a field of research [J]. *Academy of Management Review*, 2000, 25(1): 217 - 226.

[11] LOW M B. The adolescence of entrepreneurship research: Specification of purpose [J]. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2001, 25(4): 17 - 26.

[12] BUSENITZ L W, WEST III G P, SHEPHERD D, et al. Entrepreneurship research in emergence: Past trends and future directions [J]. *Journal of Management*, 2003, 29(3): 285 - 308.

[13] GARTNER W B. Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development [J]. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2001, 25(4): 27 - 40.

[14] GARTNER W B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation [J]. *Academy of Management Review*, 1985, 10(4): 696 - 706.

[15] HERRON L, SAPIENZA H J, SMITH-COOK D. Entrepreneurship theory from an interdisciplinary perspective: Volume i [J]. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1991, 16(2): 7 - 12.

[16] KIRZNER I M. Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An austrian approach [J]. *Journal of Economic Literature*, 1997, 35(1): 60 - 85.

[17] BULL I, WILLARD G E. Towards a theory of entrepreneurship [J]. *Journal of Business Venturing*, 1993, 8

- (3): 183 – 195.
- [18] VENKATARAMAN S. The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective [M]// KATZ J, BROCKHAUS R. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*. Greenwich CT: JAI Press, 1997: 119 – 138.
- [19] ALVAREZ S A, BUSENITZ L W. The entrepreneurship of resource-based theory [J]. *Journal of Management*, 2001, 27(6): 755 – 775.
- [20] FOSS K, FOSS N J, KLEIN P G, et al. The entrepreneurial organization of heterogeneous capital [J]. *Journal of Management Studies*, 2007, 44(7): 1165 – 1186.
- [21] BUSENITZ L W, LAU C M. A cross-cultural cognitive model of new venture creation [J]. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1996, 20(4): 25 – 39.
- [22] BARON R A. The cognitive perspective: A valuable tool for answering entrepreneurship's basic "Why" Questions [J]. *Journal of Business Venturing*, 2004, 19(2): 221 – 239.
- [23] BARON R A, WARD T B. Expanding entrepreneurial cognition's toolbox: Potential contributions from the field of cognitive science [J]. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2004, 28(6): 553 – 573.
- [24] BIRD B. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention [J]. *Academy of Management Review*, 1988, 13(3): 442 – 453.
- [25] BOYD N G, VOZIKIS G S. The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions [J]. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1994, 18(4): 63 – 77.
- [26] NAFFZIGER D W, HORNSBY J S, KURATKO D F. A proposed research model of entrepreneurial motivation [J]. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1994, 18(3): 29 – 42.
- [27] SHANE S, LOCKE E A, COLLINS C J. Entrepreneurial motivation [J]. *Human Resource Management Review*, 2003, 13(2): 257 – 279.
- [28] SEXTON D, BOWMAN N. The entrepreneur: A capable executive and more [J]. *Journal of Business Venturing*, 1985, 1(1): 129 – 140.
- [29] BROCKHAUS R H. Risk taking propensity of entrepreneurs [J]. *Academy of Management Journal*, 1980, 23(3): 509 – 520.
- [30] COOPER A C, DUNKELBERG W C. Entrepreneurial re- search: Old questions, new answers and methodological issues [J]. *American Journal of Small Business*, 1987, 11(3): 11 – 23.
- [31] MITCHELL R K, BUSENITZ L W, BIRD B, et al. The central question in entrepreneurial cognition research 2007 [J]. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2007, 31(1): 1 – 27.
- [32] KEH H T, FOO M D, LIM B C. Opportunity evaluation under risky conditions: The cognitive processes of entrepreneurs [J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2002, 27(2): 125 – 148.
- [33] WARD T B. Cognition, creativity, and entrepreneurship [J]. *Journal of Business Venturing*, 2004, 19(2): 173 – 188.
- [34] BUSENITZ L W. Research on entrepreneurial alertness: Sampling, measurement, and theoretical issues [J]. *Journal of Small Business Management*, 1996, 34(4): 35 – 44.
- [35] YU T F – L. Entrepreneurial alertness and discovery [J]. *Review of Austrian Economics*, 2001, 14(1): 47 – 63.
- [36] POLITIS D. The process of entrepreneurial learning: A conceptual framework [J]. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2005, 29(4): 399 – 424.
- [37] CORBETT A C. Experiential learning within the process of opportunity identification and exploitation [J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2005, 29(4): 473 – 491.
- [38] WIKLUND J, SHEPHERD D. Aspiring for, and achieving growth: The moderating role of resources and opportunities [J]. *Journal of Management Studies*, 2003, 40(8): 1919 – 1941.
- [39] TIMMONS J A, MUZYKA D F, STEVENSON H H, et al. Opportunity recognition: The core of entrepreneurship [M]// *Frontiers of Entrepreneurship Research*. CHURCHILL N C: Babson College, Wellesley, 1987: 109 – 123.
- [40] SHANE S. Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities [J]. *Organization Science*, 2000, 11(4): 448 – 469.
- [41] ARDICHVILI A, CARDOZO R, RAY S. A theory of entrepreneurial opportunity identification and development [J]. *Journal of Business Venturing*, 2003, 18(1): 105 – 123.
- [42] SHANE S. Technological opportunities and new firm creation [J]. *Management Science*, 2001, 47(2): 205 – 220.
- [43] ECKHARDT J T, SHANE S A. Opportunities and entrepreneurship [J]. *Journal of Management*, 2003, 29(3):

- 333 - 349.
- [44] BAUMOL W J. Formal entrepreneurship theory in economics: Existence and bounds [J]. *Journal of Business Venturing*, 1993, 8(3): 197 - 210.
- [45] KEH H T, FOO M D, LIM B C. Opportunity evaluation under risky conditions: The cognitive processes of entrepreneurs [J]. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2002, 27(2): 125 - 148.
- [46] STEVENSON H H, JARILLO J C. A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management [J]. *Strategic Management Journal*, 1990, 11(5): 17 - 27.
- [47] BURGELMAN R A. Corporate entrepreneurship and strategic management: Insights from a process study [J]. *Management Science*, 1983, 29(12): 1349 - 1364.
- [48] GUTH W D, GINSBERG A. Guest editors' introduction: Corporate entrepreneurship [J]. *Strategic Management Journal*, 1990, 11(Special Issue: Corporate Entrepreneurship): 5 - 15.
- [49] SHANE S. Technology regimes and new firm formation [J]. *Management Science*, 2001, 47(9): 1173 - 1190.
- [50] LICHTENSTEIN B M B, BRUSH C G. How do "Resource bundles" Develop and change in new ventures? A dynamic model and longitudinal exploration [J]. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2001, 25(3): 37 - 58.
- [51] DYER J H, SINGH H. The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage [J]. *Academy of Management Review*, 1998, 23(4): 660 - 679.
- [52] YLI - RENKO H, AUTIO E, SAPIENZA H J. Social capital, knowledge acquisition, and knowledge exploitation in young technology-based firms [J]. *Strategic Management Journal*, 2001, 22(6 - 7): 587 - 613.
- [53] COLEMAN J S. Social capital in the creation of human capital [J]. *American Journal of Sociology*, 1988, 94(S1): S95 - S120.
- [54] CONNER K R. A historical comparison of resource-based theory and five schools of thought within industrial organization economics: Do we have a new theory of the firm? [J]. *Journal of Management*, 1991, 17(1): 121 - 154.
- [55] PETERAF M A. The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view [J]. *Strategic Management Journal*, 1993, 14(3): 179 - 191.
- [56] CHANDLER G N, HANKS S H. Founder competence, the environment, and venture performance [J]. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1994, 18(3): 77 - 89.
- [57] MOSAKOWSKI E. Entrepreneurial resources, organizational choices, and competitive outcomes [J]. *Organization Science*, 1998, 9(6): 625 - 643.
- [58] ALVAREZ S A, BARNEY J. Entrepreneurial capabilities: A resource-based view [M]// Meyer D, Heppard K A. *Entrepreneurship as strategy: Competing on the entrepreneurial edge*: Sage Publications, Inc., 2000:63 - 81.
- [59] CHANDLER G N, HANKS S H. Markets attractiveness, resources-based capabilities, venture strategies, and venture performance [J]. *Journal of Business Venturing*, 1994, 9(4): 331 - 347.
- [60] GRANOVETTER M. Economic action and social structure: The problem of embeddedness [J]. *American Journal of Sociology*, 1985, 91(3): 481 - 510.
- [61] HOANG H, ANTONCIC B. Network-based research in entrepreneurship: A critical review [J]. *Journal of Business Venturing*, 2003, 18(2): 165 - 187.
- [62] STEIER L, GREENWOOD R. Entrepreneurship and the evolution of angel financial networks [J]. *Organization Studies*, 2000, 21(1): 163 - 192.
- [63] RENZULLI L A, ALDRICH H, MOODY J. Family matters: Gender, networks, and entrepreneurial outcomes [J]. *Social Forces*, 2000, 79(2): 523 - 546.
- [64] BURT R S. The contingent value of social capital [J]. *Administrative Science Quarterly*, 1997, 42(2): 339 - 365.
- [65] DAVIDSSON P, HONIG B. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs [J]. *Journal of Business Venturing*, 2003, 18(3): 301 - 331.
- [66] SHANE S, STUART T. Organizational endowments and the performance of university start-ups [J]. *Management Science*, 2002, 48(1): 154 - 170.
- [67] NONAKA I. A dynamic theory of organizational knowledge creation [J]. *Organization Science*, 1994, 5(1): 14 - 37.
- [68] KOGUT B, ZANDER U. Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology [J]. *Organization Science*, 1992, 3(3): 383 - 397.
- [69] BLACKLER F. Knowledge, knowledge work and organizations: An overview and interpretation [J]. *Organization Studies*, 1995, 16(6): 1021 - 1046.
- [70] BRÜDERL J, PREISENDÖRFER P. Network support and the success of newly founded business [J]. *Small Business Economics*, 1998, 10(3): 213 - 225.
- [71] GIMENO J, FOLTA R, COOPER A, WOO C. Survival of

- the fittest? Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming firms [J]. *Small Business*, 2000, 42: 750 – 783.
- [72] STEIER L, GREENWOOD R. Venture capitalist relationships in the deal structuring and post-investment stages of new firm creation [J]. *Journal of Management Studies*, 1995, 32(3): 337 – 357.
- [73] SORENSON O, STUART T E. Syndication networks and the spatial distribution of venture capital investments [J]. *American Journal of Sociology*, 2001, 106(6): 1546 – 1588.
- [74] WERNERFELT B. A resource-based view of the firm [J]. *Strategic Management Journal*, 1984, 5(2): 171 – 180.
- [75] COHEN B, SMITH B, MITCHELL R. Toward a sustainable conceptualization of dependent variables in entrepreneurship research [J]. *Business Strategy and the Environment*, 2008, 17(2): 107 – 119.
- [76] EISENHARDT K M. Building theories from case study research [J]. *Academy of Management Review*, 1989, 14(4): 532 – 550.
- [77] HARRISON J R, ZHANG L I N, CARROLL G R, CARLEY K M. Simulation modeling in organizational and management research [J]. *Academy of Management Review*, 2007, 32(4): 1229 – 1245.

Entrepreneurship Research: Theoretical Perspective and Main Constructs

WU Xiao-bo, ZHOU Hao-jun

(*School of Management, Zhejiang University, Hangzhou 310058, P. R. China*)

Abstract: Entrepreneurship is a multifaceted phenomenon that cuts across many disciplinary boundaries. Each discipline has its unique way of viewing entrepreneurship and reaching its own points and results. We hold that entrepreneurship phenomenon is the nexus of entrepreneur, opportunities and resources. The two fundamental processes of entrepreneurship are discovery and exploitation of entrepreneurial opportunities and acquisition and combination of necessary resources. Entrepreneur is the agent to realize the two processes. Entrepreneur not only has his or her own characteristics as individual but also is embedded in social structures. We review past entrepreneurship research within the dimensions of individual, opportunity and resources. The purpose of this review is to delineate the skeleton of entrepreneurship research and reveal the main constructs in each research perspective.

Key words: entrepreneurship research; theoretical perspectives; research constructs

(责任编辑 傅旭东)