

创业认知研究综述^{*①}

李海垒, 张文新

(山东师范大学 心理学院, 山东 济南, 250014)

摘要: 认知研究是近年来在国际创业领域的一个重要研究取向,对于更全面认识创业过程有积极的意义。创业认知有五个重要领域需要梳理:创业意向的研究现状和理论模型;认知启发式研究在创业心理研究中的潜在价值;与创业有关的一些认知偏差变量;架构和前景理论在创业研究中的应用;自我效能感与内在动机两个认知变量在创业研究中的应用。

关键词: 创业意向;认知启发式;认知偏差;前景理论

中图分类号: B84 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-5973(2014)01-0108-10

创业是一个国家和地区经济增长的重要推动力,对于该地区的就业、创新和生产力发展具有重要的作用^②。创业(entrepreneurship)是为了追求经济增长和利润而开办并管理一家公司的过程^③,不同学科从不同视角对创业开展了有关研究,如经济学、社会学、管理学、教育学、心理学等。风险投资家指出,创业者个人特征是影响创业成功的最重要因素,创业者自己也指出,他们自己的决策和行动是公司生存的最主要原因^④。因此,在创业研究中,对创业者进行分析是非常重要的。在关于创业者的研究中,一直被学者关注的问题是:为什么有些人能够发现创业机会,而其他人却没有看到?为什

么有些人能够将创业想法变成现实,而其他人却止步不前?为什么有些创业者能够取得成功,而其他人却很快失败?针对这些问题,学者们最初从创业者的人格特质方面寻找原因,并发现了一些重要的人格特质。同时,人们也意识到,仅仅通过人格研究是不能全面解释创业研究中的个体差异的,基于认知视角的创业者研究逐渐进入了学者们的视野。

创业认知可以被界定为“人们在机会评估、企业创立和成长中用来做评定、判断或决策的认知结构”^⑤。创业认知是一个非常有价值的主题,因为认知策略可以通过训练被学习或掌握^⑥。Mitchell等认为,创业认知涉及到两方

* 收稿日期:2013-10-23

作者简介:李海垒(1981—),男,山东青州人,山东师范大学心理学院讲师,博士;张文新(1962—),男,山东青州人,山东师范大学心理学院教授,博士,博士生导师。

①**基金项目:**作者主持2012年度山东省社科规划青少年研究专项(山东省青少年研究基地资助项目)“大学生创业意向及其与家庭、人格的关系”(12CQJ08)的阶段性成果。

②李海垒、宫燕明、张文新:《创业人格研究述评》,《心理科学进展》2012年第3期。

③Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., & Carland, J. C. (1984). *Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization*. *Academy of Management Review*, 9, 354 - 359.

④Sexton, D. L. (2001). *Wayne Huizenga: Entrepreneur and wealth creator*. *Academy of Management Executive*, 1, 40 - 48.

⑤Mitchell, R. K., Smith, J. B., Morse, E. A., Seawright, K. W., Peredo, A. M., & McKenzie, B. (2002). *Are entrepreneurial cognitions universal? Assessing entrepreneurial cognitions across cultures*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 9 - 32.

⑥Palich, L. E., & Bagby, D. R. (1995). *Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk - taking: Challenging conventional wisdom*. *Journal of Business Venturing*, 10(6), 425 - 438.

面的内容, 分别是创业和认知^①。首先, 创业过程很明显是多种多样的, 理解创业过程有时候非常复杂^②。在不同创业阶段, 需要完成的创业任务是不同的, 这一过程从创业者识别机会开始, 进而通过各种活动和手段来追求机会和实现机会, 在企业创立后就需要创业者为企业的成长付出各种努力。其次, 认知是研究人类心智活动的科学, 关注的是信息如何被注意和获取, 如何被加工和储存, 如何思考和解决问题等^③。两方面的结合使得创业认知研究变得非常复杂。

认知取向的研究一般能使得研究者与要考察的现象靠得更近。随着社会和环境的变化, 有时候一个或一些人会看到一个特定的机会, 然而其他大部分人只是看到了一个变化的世界需要去适应。当学者考虑到创业过程的复杂性时, 认知观点对于探究创业相关的现象非常适合。信息加工、发现潜在机会、有限信息下的决策等都是创业研究者非常感兴趣的问题。为促进创业认知研究的进一步展开, 本文对创业认知的五个重要领域进行梳理。

一、创业意向

个体要成为创业者, 首先需要拥有创业意向, 因为创业行为的背后是创业意向。大量创业研究表明, 创业意向在创业理论和研究中是

一个重要结构^④。新的商机对于没有创业意向的人来说可能不是机会, 因为他们可能没意识到这种机会, 或者即使发现机会, 他们也不会去抓住机会。Thompson 在总结前人观点的基础上认为, 创业意向就是个体打算创办一个新公司, 并且有意识地计划在将来某个时间点付诸实践的信念^⑤。国内外许多学者就创业意向的影响因素和理论机制进行了探讨。

许多研究发现, 一些个体和环境变量与创业意向之间存在密切的联系。在个体变量方面, 人格、能力、自我效能感、态度和价值观等因素与创业意向存在密切关系。研究发现, 大五人格、冒险性、独立性、内控性、成就需求、创新性、主动性等人格变量与创业意向之间存在积极联系^{⑥⑦}。在能力与创业意向的关系方面, 有研究者考察了即时决策(Improvisation)、领导能力、情绪智力等变量与创业意向之间的关系, 发现这些变量与创业意向之间存在积极联系^⑧。许多研究者认为自我效能感对创业意向的预测力非常高, 实证研究也证明, 自我效能感与创业意向之间存在积极联系^⑨。在态度和价值观方面, Liñán 和 Moriano 发现个人价值观中的变化开放性和自我提升与创业意向之间存在积极联系^⑩。

① Mitchell, R. K., Smith, J. B., Morse, E. A., Seawright, K. W., Peredo, A. M., & McKenzie, B. (2002). *Are entrepreneurial cognitions universal? Assessing entrepreneurial cognitions across cultures*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 9 - 32.

② Baron, R. A. (2004). *The cognitive perspective: A valuable tool for analyzing entrepreneurship's basic "why" questions*. *Journal of business venturing*, 19(2), 221 - 239.

③ Solso, R. L. (2001). *Cognitive psychology*. Boston: Allyn and Bacon.

④ Hmieleski, K. M. & Corbett, A. C. (2006). *Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions*. *Journal of Small Business Management*, 44(1), 45 - 63.

⑤ Thompson, E. R. (2009). *Individual entrepreneurial intent: construct clarification and development of an internationally reliable metric*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669 - 694.

⑥ 李海垒、宫燕明、张文新:《创业人格研究述评》,《心理科学进展》2012年第3期。

⑦ 李海垒、宫燕明、张文新:《大学生的冒险性与创业意向的关系:感知的创业文化的调节作用》,《心理发展与教育》2013年第2期。

⑧ Hmieleski, K. M. & Corbett, A. C. (2006). *Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions*. *Journal of Small Business Management*, 44(1), 45 - 63.

⑨ Sequeira, J., Mueller, S. L., & McGee, J. E. (2007). *The influence of social ties and self-efficacy in forming entrepreneurial intentions and motivating nascent behavior*. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(3), 275 - 293.

⑩ Liñán, F. & Moriano, J. A. (2010). *Personal values and entrepreneurial intention: an empirical study*. ESU Conference 2010 University of Tartu, Estonia 22nd to 28th, August, 2010. <http://institucional.us.es/vie/documentos/resultados/JaenMorianoLinan20100823.pdf>

许多环境变量与创业意向之间也存在密切联系。有研究发现,市场条件、金融支持、社会态度、高校教育、政府政策等因素与创业意向之间有密切的联系^①。也有研究发现,创业社会榜样能够正向预测创业意向^②。另外,资金获取、信息获取和社会网络与创业意向之间的关系也非常密切^③。环境因素除了能够直接影响个体的创业意向,还能通过一些变量的中介作用对创业意向起作用,如有研究发现,创业教育通过自我效能感的中介作用影响创业意向^④。

关于创业意向的理论模型,经典的两个是创业事件模型^⑤和计划行为理论^⑥。创业事件模型指出创业意向受到感知的希求性、感知的可行性和行动倾向三个因素的影响,其他环境变量通过影响感知的希求性和可行性而对创业意向起作用;计划行为理论认为,对行为的态度、主观规范和感知的行为控制是意向的三个前置变量,其他变量通过这三个变量对创业意向起作用。近些年来,情境特异性创业意向模型(context-specific Entrepreneurial Intentions Model)^⑦、努力决策与执行模型(model for effortful decision making and enactment)^⑧逐渐受到了学者们的关注。情境特异性创业意向模型将动机、目标、机会评估等变量纳入了创业意向模型中,指出创业动机能促成创业意向,创业意向能导致个体的创业目标,创业目标进而导致创业行为。一旦创业行为出现,它就能够引起最初的创业动机的变化,这些变化会作为触发

事件促成新的创业意向。努力决策与执行模型指出,个体的行为决策产生于两个水平。第一个水平是目标层(目标意向),第二个水平是实现目标所需的行动层(执行意向)。态度因素(态度、社会规范、可行性、信心、感知的行为控制)、动机因素(目标和执行欲望)、情绪因素(预期的积极和消极情绪)都包含在了模型中。影响创业意向的各种因素分别处于不同的水平上,根据发展情境论,各种因素是相互联系在一起的。创业事件模型和计划行为理论的优点是其简约性,而且在实证研究中获得了较高的解释率,然而,这两个模型忽略了许多重要的变量和信息,生态效度较弱,而情境特异性创业意向模型和努力决策与执行模型在这方面相对较好,其不足之处在于未考虑情境变量的作用。在将来的理论建构中,根据发展情境论思想提出整合性的理论模型是必要的。

二、认知启发式

20世纪70年代,Kahneman和Tversky在认知心理学中提出了启发式(heuristics)理论^⑨。该理论指出,人们在决策过程中采用启发式。启发式是一种心理捷径,它可以减少信息过载,产生快速决策。对于创业者而言,他们面临的环境充满着风险和不确定性,在做出各种决策时,机会窗口可能稍纵即逝,他们必须在信息不充分,或者干扰信息过多的情况下快速

①Franke, N. & Lüthje, C. (2004). *Entrepreneurial intentions of business students: A benchmarking study*. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 1(3), 269 - 288.

②Hmieleski, K. M. & Corbett, A. C. (2006). *Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions*. *Journal of Small Business Management*, 44(1), 45 - 63.

③Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). *Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students*. *Journal of Enterprising Culture*, 12(1), 55 - 78.

④Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). *The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions*. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265 - 1272.

⑤Shapero, A. (1982). *Social dimensions of entrepreneurship*. In: Kent C., Sexton D., Vesper K. (Eds.) *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, pp. 72 - 90.

⑥Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179 - 211.

⑦Elfving, J. (2008). *Contextualizing Entrepreneurial Intentions*. Abo: Abo Akademi Press.

⑧Bagozzi, R., Dholakia, U., & Basuron, S. (2003). *How effectful decisions get enacted: The motivating role of decision processes, desires and anticipated emotions*. *Journal of Behavioral Decision Making*, 16(4), 273 - 295.

⑨Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). *Prospect theory: An analysis of decision under risk*. *Econometrica*, 47(2), 263 - 291.

决策,这就使得他们不可能按照传统的逻辑思维做出决策,而必须采用启发式。

就创业者而言,他们给予人们的一个经典形象就是冒险、勇敢、有远见。如果没有抓住潜在的可获利的风险,从长远看很可能就是代价高昂的^①。创业者的冒险行为一直被解释为一种稳定的人格特质,也就是较高的冒险性。然而,关于创业认知的研究表明,创业者与非创业者之间冒险行为的区别也可能与如何感知风险有关^②。创业者在决策中很可能采用了认知启发式,从而降低他们的风险感知^③。

(一) 创业决策中的启发式

大多数决策研究通常假设不同个体倾向于采用相似的方式做决策,然而,有研究发现,创业者在决策过程中采用启发式的可能性要高于大企业中的管理者^④。结果,创业者经常在思维中出现明显的跳跃性,导致一些新想法的产生,这些想法往往不是以线性和事实为基础的。如果对这些认知过程没有关注,那么对于创业者的理解就是非常局限的。

在决策过程中采用更多的启发式对于创业情境中的学习过程有一些启示。采用更多的启发式可以使创业者更快理解不确定和复杂的情境。这种决策风格可以导致前瞻取向、新机会感知、快速学习、非传统解释等^⑤。鉴于一些人采用更多的启发式及这种决策方式的潜在优点,启发式可能是竞争优势的来源。如果采用更多的启发式获得的洞察力和决策在市场中有潜在的价值,如果他们确实非常稀少,如果他们

很难被模仿,如果产生的想法被创业者开发,那么这些创业洞察力和决策就是一种资源,有可能导致竞争优势。

具有创业认知视角的人与基于事实决策的人相比倾向于更多采用启发式。这种决策风格有利于采用新方式看问题,有利于感知到以前未被发现的机会。更多以事实为基础的决策经常建立在被证明的信息和进展之上;大量信息和证据需要被广泛搜集,以便支持被识别的新想法。然而,新发明和机会不太可能从更多以事实为决策基础的人的思想中发展而来。另外,那些拥有更多结构化决策风格的人一般对于非线性情境会非常有挫败感。但并不是说,对于更多采用启发式的人来讲信息是不重要的;实际的情况是一些信息能够比其他信息更迅速地突显出来并以非传统的方式组合起来。不像 A - B - C 那样的逻辑,他们更倾向于跳跃性思维,如 A - G - P。信息被选择性挑拣,并采用不寻常的方式重组,这就会产生创新性结果。

基于与新公司成立相关的情绪、疲劳、信息过载、新奇、不确定、时间压力等问题,应用启发式可能是创业者通向未来之路的唯一选择。有研究者指出,没有启发式,许多创业决策可能永远不会做出^⑥。另一方面,启发式也可能产生认知错误。Baron 指出,创业者因为情感注入、反事实思维、规划谬误、自我服务偏差、自我辩白等可能更容易受到认知错误的影响^⑦。Baron

① Dickson, P. R., & Giglierano, J. J. (1986). *Missing the boat and sinking the boat: A conceptual model of entrepreneurial risk*. *Journal of Marketing*, 50, 58 - 70.

② Busenitz, L. W., & Barney, J. B. (1997). *Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision - making*. *Journal of business venturing*, 12(1), 9 - 30.

③ Busenitz, L. W., & Barney, J. B. (1997). *Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision - making*. *Journal of business venturing*, 12(1), 9 - 30.

④ Busenitz, L. W., & Barney, J. B. (1997). *Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision - making*. *Journal of business venturing*, 12(1), 9 - 30.

⑤ Gavetti G., & Levinthal D. (2000). *Looking forward and looking backward: Cognitive and experiential search*. *Administrative Science Quarterly*, 45, 113 - 137.

⑥ Busenitz, L. W., & Barney, J. B. (1997). *Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision - making*. *Journal of business venturing*, 12(1), 9 - 30.

⑦ Baron, R. A. (1998). *Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people*. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 275 - 294.

报告说创业者实际上受反事实思维的影响要小于潜在创业者和非创业者^①。一个重要的问题是,成功创业者是否比非成功创业者更少倾向于启发式和错误^②。很明显,迄今为止没有研究探讨创业过程的自然情境中启发式的使用。

(二) 创业机会识别中的启发式

新机会的识别正在受到越来越多的学者的关注^③。启发式与新机会的识别之间可能存在独特的联系。在不断变化的情境中,拥有启发式的人经常能看到新机会,而其他入更多关注的是行将发生的变化及如何保护自己免受发展威胁的影响。启发式可能使创业者看到出现的机会而不是产生的威胁。不是用线性模型将新信息看作是有问题和不一致的,启发式可以使一个人思维跳跃并产生假设猜测新机会可能在哪里。对新机会的追求总是涉及到不充分信息情境中的空白和变化。一些个体非常不愿意致力于新机会,直到更多足够的信息出现为止。相反,创业者愿意面对有限信息,可以通过与自己心理结构一致的推理补充信息空白。他们的心理结构从经验、个人能力、决策风格发展而来,能够用来组织其他资源。

在创业领域,要促成机会的识别,很重要的一个途径是两个或多个问题间形成新的关系或连接,这些关系很可能涉及到环境的转变和发展变化。采用更多启发式能使人在逻辑中做出大量跳跃,并得出具体市场的未来方向的近似值。事实上,市场在不停地进行变化和转换;而且,这种变化有时候会非常剧烈,有时候则非常稳定。那些从过去事件进行推断的人本质上寻找的是模式和趋势——类似于加权移动平均

线。这种决策风格和推理在稳定阶段预测未来是非常有效的,但是在动荡时期或有新趋势出现时却变得非常不准确。更多采用启发式的决策在稳定时期可能非常不稳定和无效,但在过渡时期却可能非常有益。在稳定时期对早期变化的反应可能会导致走入错误路径,并且追求的新机会没有发展空间。然而,这种逻辑在过渡时期可能非常有益。越多采用启发式,个体就越有可能在评估市场发展方向时做出大量跳跃思维。当然,大多数估计可能是不准确的,但如果他们处于新环境转变的普通区域,他们就能打开在识别新机会过程中更快学习的可能性。总之,更多采用启发式可以帮助创业者比其他人更多发现新机会,也会给创业者在快速学习新变化时比别人拥有更多竞争优势。

创业者在模糊和不确定的环境中追求创业机会。因此,采用启发式来拼凑有限的信息从而得出可靠结论可能是他们唯一的途径^④。在追求新机会时更多采用事实为基础的逻辑会变得难以承受、成本高昂。本质上讲,对于实际的决策者来讲,新企业的机会窗口很可能在充足信息可以获得之前就已经关闭了。创业者面临的决策情境一般是非常复杂的,而启发式为基础的逻辑对他们有很大的作用,可以使创业者在机会窗口关闭之前就做出决策^⑤,然而,复杂的政策、程序惯例、结构机制等管理特征很可能为创新活动制造障碍。

(三) 三种重要的启发式

虽然当前在创业研究中很少有研究考察启发式,但正如前面所述,启发式对于理解创业者的决策和机会识别有重要作用。在创业研究

①Baron, R. A. (2000). *Counterfactual thinking and venture formation: The potential effects of thinking about "what might have been"*. *Journal of Business Venturing*, 15(1), 79 - 91.

②Baron, R. A., Frese, M., & Baum, R. J. (2007). *Research gains: Benefits of closer links between I/O psychology and entrepreneurship*. In Baum, J. R., Frese, M., & Baron, R. A. (Eds.), *The psychology of entrepreneurship*. (pp. 347 - 373). (The organizational frontiers series). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

③Gaglio, C. M., & Katz, J. A. (2001). *The psychological basis of opportunity identification: Entrepreneurial alertness*. *Small Business Economics*, 16(2), 95 - 111.

④Busenitz, L. W., & Barney, J. B. (1997). *Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision - making*. *Journal of business venturing*, 12(1), 9 - 30.

⑤Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). *Judgement under uncertainty: Heuristics and biases*. *Science*, 185(4157), 1124 - 1131.

中,可以首先考察已有的一些成熟的启发式,如:易得性启发式(availability heuristic)、代表性启发式(representativeness heuristic)、锚定与调整启发式(anchoring and adjustment heuristic)^①。易得性启发式^②指人们根据事件想象的难易程度来对结果进行概率评估,越容易被想象出来的事件其发生概率就会被判断为越高。事件越生动、形象,则越容易被人们提取,因此对其出现概率的评估会越高。对于创业者而言,这种启发式可以帮助他们根据已有经验或具体案例快速做出决策。例如,由于当前社会对成功创业者的宣传远高于失败的创业者,因此,对于正准备投身于创业活动的个体来讲,他们更容易对其创业结果做出成功的预期,从而在做投身创业的决策时更加果断。但这同样也会存在风险,就是可能会低估创业的风险性。

代表性指的是一个事件或物体在本质特征上与母群体的相似程度,以及该事物反映的形成过程的特征的程度^③。在做决策时,人们会将新情境与熟悉的情境相比较,若新情境中出现的特征越多,那么判断其发生的概率就会越高。对于决策者而言,代表性启发式可以帮助其在掌握较少信息的条件下做出快速决策,这样虽然降低了决策的正确率,然而却节省了大量的决策时间,从而有利于把握住转瞬即逝的机会。创业者利用代表性启发式,能够比其他人更快抓住机会,可以迅速处理完多件棘手的事情,从而在创业活动中获得主动权。但同时也要考虑到其可能的消极影响,若创业者在不紧迫的情况下也做出这种决策,就可能会造成不该产生的错误。

锚定与调整启发式指在决策过程中,人们

会以最初的信息为参照点来做出对事件的评估,从而使得最终的估计值趋向于最初的参照点^④。如,如果首先问人们一件商品的价格是高于30元呢,还是低于30元,然后让这些人猜测商品的价格最可能是多少,他们回答的答案会接近于30元。对于创业者来讲,这种启发式可以帮助他们在极有限的信息下做出决策。虽然准确性不一定高,但相对于主观猜测来讲更可靠一些。然而,如果创业者选择的信息参照点错误,很可能做出的决策会非常偏离实际。

三、认知偏差

认知偏差是个体在认识和判断事物时,与事实本身、标准规则间所产生的某种差别和偏离^⑤。虽然启发式能帮助人们快速做出决策,但启发式也会导致认知偏差。由于启发式和认知偏差之间的密切关系,认知偏差也常常被看作是启发式的副产品。认知偏差对创业者而言也具有重要的作用,会对创业者的决策过程产生消极影响。主要的认知偏差包括:过度自信(overconfidence)、乐观偏差(optimistic bias)、控制错觉(illusion of control)、规划谬误(planning fallacy)等。

(一) 过度自信

过度自信的人对于某种结果持有更高的可能性预期,这要高于根据其已知信息所能得出的可能性^⑥。过度自信等同于具有较差的元知识,即人们不知道他们自己确实知道或不知道什么。Russo和Schoemaker指出,过度自信可以由易得性启发式、锚定与调整启发式、证实性偏差和事后聪明偏差引起^⑦。证实性偏差指的是人们倾向于更多寻找和看重那些能证实自己

①Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). *Judgement under uncertainty: Heuristics and biases*. Science, 185(4157), 1124 - 1131.

②Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). *Availability: A heuristic for judging frequency and probability*. Cognitive Psychology, 5, 207 - 232.

③Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). *Judgement under uncertainty: Heuristics and biases*. Science, 185(4157), 1124 - 1131.

④Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). *Judgement under uncertainty: Heuristics and biases*. Science, 185(4157), 1124 - 1131.

⑤郑雨明:《决策判断中认知偏差及其干预策略》,《统计与决策》2007年第10期。

⑥Russo, J. E., & Schoemaker, P. J. H. (1992). *Managing overconfidence*. Sloan Management Review, (Winter) pp. 7 - 17.

⑦Russo, J. E., & Schoemaker, P. J. H. (1992). *Managing overconfidence*. Sloan Management Review, (Winter) pp. 7 - 17.

信念的信息,倾向于忽略那些否定性信息^①。Russo和Schoemaker指出人们一般采用积极检验策略作为默认的启发式,这种启发式一般非常有效,但如果用在错误的环境中就会导致问题^②。事后聪明偏差指的是人们倾向于将过去的事情看得比其实际更容易被预测。需要注意的是,当个体自信的时候收集较少的信息不一定是偏差。当信心高的时候不重视信息收集是理性的^③。然而,如果信心水平不合理,尽管收集的信息对于最初的信心水平是最优的,但这本身也会对信息收集造成偏差。

Busenitz和Barney在对起步阶段的创业者(start-up entrepreneur)研究发现,创业者倾向于过度自信,他们采用代表性启发式^④。Bernardo和Welch提出,过度自信的创业者通过更多探索他们的环境为社会群体提供了积极信息外部性(positive information externality)^⑤。如果这些外部性足够重要,那么社会福利将通过在人口中拥有一些过度自信的人而被增加,尽管这些人自己的私人福利方面可能不会表现出最佳的方式。

(二)乐观偏差

乐观偏差是相信事情将会最终变好的倾向。根据Taylor和Brown^⑥的观点,乐观偏差有三种主要的形式,分别是过度积极自我评价(over-positive self-evaluation)、对未来计划和

事件过度乐观(over-optimism about future plans and events)、基于控制错觉偏差的过度乐观(over-optimism due to the illusion of control bias)。

Cooper、Woo和Dunkelberg在对创业者的调查中发现,虽然只有大约25%的新公司能够生存超过5年,但81%的创业者相信他们的成功机会至少有70%,33%的创业者相信自己一定能成功^⑦。然而对该结果的解释需要谨慎。例如,这些积极的陈述可能部分反映了自我合理化(self-justification)的需要。Cooper等指出,创业者可能进行了心理学家提出的决策后支持(post-decisional bolstering),即一旦某选项被选定,决策者倾向于夸大该选项的吸引力^⑧。创业者可能也会有一种自然倾向,为了鼓励他人来积极陈述他们的成就,如投资家、员工、顾客等,使他们相信他们会成功的。

De Meza和Southey指出,在描述创业前景时,创业者往往会表现出过度乐观,认为自己的企业一定会成功,因此创业者对自己企业的看法就是有偏差的^⑨。相对而言,银行在对创业者的创业前景进行评估时更为客观,因为他们很少存在过度乐观偏差,往往从信贷风险的角度进行谨慎评估。在De Meza和Southey的理论模型中,银行在评估创业者的前景时更实事求是,作用更大,因为创业者自己倾向于过高评

①Wang Klayman, J., & Ha, Y. W. (1987). *Confirmation, disconfirmation, and information in hypothesis testing*. *Psychological Review*, 94(2), 211 - 228.

②Russo, J. E., & Schoemaker, P. J. H. (1992). *Managing overconfidence*. *Sloan Management Review*, (Winter) pp. 7 - 17.

③Hirschleifer, J., & Riley, J. G. (1979). *The analytics of uncertainty and information - An expository survey*. *Journal of Economic Literature*, 17(4), 1375 - 1421.

④Busenitz, L. W., & Barney, J. B. (1997). *Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making*. *Journal of business venturing*, 12(1), 9 - 30.

⑤Bernardo, A. E., & Welch, I. (2001). *On the evolution of overconfidence and entrepreneurs*. *Journal of Economics and Management Strategy*, 10(3), 301 - 330.

⑥Taylor, S. E., & Brown, J. D. (1988). *Illusion and well-being: A social psychological perspective on mental health*. *Psychological Bulletin*, 103, 193 - 210.

⑦Cooper, A. C., Woo, C. A., Dunkelberg, W. (1998). *Entrepreneurs perceived chances for success*. *Journal of Business Venturing*, 3, 97 - 108.

⑧Cooper, A. C., Woo, C. A., Dunkelberg, W. (1998). *Entrepreneurs perceived chances for success*. *Journal of Business Venturing*, 3, 97 - 108.

⑨De Meza, D. & Southey, C. (1996). *The borrower's curse: Optimism, Finance and entrepreneurship*. *The Economic Journal*, 106(435), 375 - 386.

估自己的前景。

(三) 控制错觉

控制错觉是人们相信他们能控制或影响结果,但实际上他们不能控制,或高估了他们实际的控制水平。这种认知偏差可能来源于两个方面的原因。首先,人们对自己的知识、能力和技能认识不清,总以为完全具备了控制某事件的主观条件,而且,他们认为自己面临的机会是非常有利的,因此成功的可能性非常高。第二,人们在实际的生活和工作中,非常希望能够掌控环境,这种控制欲望使他们产生了认知偏差,对真实环境和自己期待的环境产生了混淆。如果创业者拥有控制错觉,那么他们将会感知到较少的风险,因为他们会相信他们有能力将负面结果的发生率降到最低。

Simon 和 Houghton 指出,控制错觉对于创业者评估竞争对手是非常不利的,往往会低估对手的实力和反应程度^①。Kerin、Varadarajan 和 Peterson 指出,创业者由于控制错觉,可能没有认识到竞争者在面临新对手时会采取非常激烈的应对措施,这往往会超出创业者的控制能力,从而会面临巨大的挑战^②; Zajac 和 Bazerman^③ 指出,控制错觉会让创业者产生一种信念,那就是自己创业的成功主要是靠自己的努力,而与竞争者的反应关系不大,竞争者采取的措施不会影响到他们的成功机会。

(四) 规划谬误

规划谬误^④是人们会低估任务完成所需时

间的倾向。在独特的、高度不确定的情境中这种偏差尤为明显。规划谬误可能部分是由于人们关注于规划的情境,而不是相关的过去经验^⑤。Kruger 和 Evans 指出,规划谬误是人们不能在头脑中将多层面的任务分解为自己的组成部分造成的^⑥。他们发现当提示人们将任务分解后,规划谬误会减少。规划谬误能导致对风险的低估,因为很可能最终成本可能要比预期的高。

创业活动是非常复杂和充满变化性的,往往没有经验和规则可循,很多情境下只能依靠创业者利用有限的信息做出大胆的决策。这就使得创业者在预测未来行动时考虑不到各种各样的限制条件和因素,从而做出的决策或预估过于简化,对创业活动的难度有所低估,因此对于完成创业过程的时间估计就会变少。这种偏差会使创业者在将来遇到许多突发性的事件或危机,比如,由于低估了创业的难度和所需时间,启动资金缺乏,从而导致了创业者在开始创业后出现资金链断裂的危险。

四、架构和前景理论

架构指的是决策者被呈现或感知一个决策问题的方式。例如,架构一个赌博的积极方式是告诉一个人他有 55% 的几率能赢,而架构的消极方式则是告诉这个人他有 45% 的几率会输。有证据表明当进行积极架构时人们更可能接受提议^⑦。Palich 和 Bagby 发现,创业者架构

① Simon, M., & Houghton, S. M. (2002). *The relationship among biases, misperceptions, and the introduction of pioneering products: Examining differences in venture decision contexts*. *Entrepreneurship theory and practice*, 27(2), 105 - 124.

② Kerin, R. A., Varadarajan, P. R., & Peterson, R. A. (1992). *First - mover advantage: A synthesis, conceptual framework, and research propositions*. *Journal of Marketing*, 56, 33 - 52.

③ Zajac, E. J., & Bazerman, M. H. (1991). *Blind spots in industry and computer analysis: Implications of interfirm (mis) perceptions for strategic decisions*. *Academy of Management Review*, 16(1), 37 - 56.

④ Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). *Prospect theory: An analysis of decision under risk*. *Econometrica*, 47(2), 263 - 291.

⑤ Buehler, R., Griffin, D., & Ross, M. (1994). *Exploring the planning fallacy: Why people underestimate their task completion times*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 366 - 381.

⑥ Kruger, J. & Evans, M. (2004). *If you don't want to be late, enumerate: Unpacking reduces the planning fallacy*. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40, 586 - 598.

⑦ Kuhberger, A. (1998). *The influence of framing on risky decisions*. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 75, 23 - 55.

相同的商业情节要比其他人更积极^①。创业者更可能将情节看作是机会,而其他人将其看作是存在风险的低收益。

前景理论经常被用来解释架构效应。根据前景理论^②,当作决策时损失的前景比收益的前景拥有更大的权重。这被称作损失厌恶(loss aversion)。损失厌恶意味着与积极后果相比,人们给予变化的消极后果更大的权重。收益产生的效用水平增加量要低于相同大小的损失产生的效用减少量。另外,决策者在选择不同的收益时是回避风险的,而选择不同的损失时是寻求风险的。

Tversky 和 Kahneman 对最初提出的前景理论进行了修正,然后提出了累积前景理论(cumulative prospect theory)^③。它采用了一个修正后的数学模型,认为在预测行为时会因为所采用的参数值不同而产生变化^④。通过实验证据 Tversky 和 Kahneman 指出了如下的风险回避模式:高可能性收益时的风险回避、低可能性收益时的风险寻求、高可能性损失时的风险寻求、低可能性损失时的风险回避^⑤。然而,一些研究发现的结果却与此相反^⑥。

关于前景理论是否能应用于判断性概率存在一些问题。研究指出,人们在采用明确概率(explicit probabilities)进行推论时可能存在问题。例如,Weber、Shafir 和 Blais 发现,基于描

述的决策在做出时似乎稀有事件的概率被高估,基于经验的决策在做出时似乎稀有事件的概率被低估^⑦。这就产生了问题,基于明确概率决策的实证结果是否能应用于创业者面临的判断性决策情境呢。这也启示我们,创业者的有关经验可能在决定感知的风险的准确性如何时很重要,因为它有助于确定创业者经历的不同类型事件的所用概率。

五、自我效能感与内在动机

自我效能感指的是人们相信自己拥有能力成功完成一项任务的程度。自我效能感会影响到创业者的商业策略和绩效水平^⑧。高自我效能感的人倾向于承担更有挑战性的任务,他们更有可能在任务中获得成功,但同时也具有过度乐观和对失败行动步骤升级承诺的风险。Stajkovic 和 Luthans 通过元分析发现,自我效能感与成功之间存在联系^⑨。自我效能感概念的一个问题是此概念与自信之间存在很多相似的地方,而自信的概念在创业理论中已经被广泛采用。实际上,将自信、成为创业者的决定与创业行为之间的关系理论化为自我认识和自我学习的理性反应是完全有可能的。自我效能感理论最大的贡献可能就是为自信的形成提供了更详细的见解。

①Palich, L. E., & Bagby, D. R. (1995). *Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk - taking: Challenging conventional wisdom*. *Journal of Business Venturing*, 10(6), 425 - 438.

②Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). *Prospect theory: An analysis of decision under risk*. *Econometrica*, 47(2), 263 - 291.

③Tversky, A., & Kahneman, D. (1992). *Advances in prospect theory: Cumulative representation of uncertainty*. *Journal of Risk and Uncertainty*, 5(4), 297 - 323.

④Neilson, W. S., & Stowe, J. (2002). *A further examination of cumulative prospect theory parameterizations*. *Journal of Risk and Uncertainty*, 24(1), 31 - 46.

⑤Tversky, A., & Kahneman, D. (1992). *Advances in prospect theory: Cumulative representation of uncertainty*. *Journal of Risk and Uncertainty*, 5(4), 297 - 323.

⑥Sitkin, S. B., & Pablo, A. L. (1992). *Reconceptualizing the determinants of risk behavior*. *Academy of Management Review*, 17(1), 9 - 38.

⑦Weber, E. U., Shafir, S., & Blais, A. R. (2004). *Predicting risk - sensitivity in humans and lower animals: Risk as variance or coefficient of variation*. *Psychological Review*, 111, 430 - 445.

⑧Westerberg, M. (1998). *Managing in turbulence: An empirical study of small firms operating in a turbulent environment*. Lulea, Sweden: Lulea Institute of Technology.

⑨Stajkovic, A. D., & Luthans, F. (1998). *Self - efficacy and work - related performances: A meta - analysis*. *Psychological Bulletin*, 124, 240 - 261.

内在动机^①是为了自己的利益而做某事的动机: 因为有趣和快乐。这与外在动机是相对的, 如获得奖励或受惩罚的威胁。内在动机为从事创业活动提供了额外的诱因^②。内在动机可能比外在动机更有可能导致创造性。内在动机与挑战和能力有关, 因此与感知的自我效能感联系密切。有证据表明, 在某些环境中, 外在动机的引入能够减少内在动机。这就是著名的过度辩护效应(overjustification effect)^③。在组织中鼓励创业行为似乎与激励系统有关, 一些情况下鼓励内部动机更好, 但要注意不要因为外部动机而损害内部动机。

总而言之, 创业认知研究对于理解个体的创业活动及创业绩效、区分创业者和非创业者

都有重要的作用。但是, 当前的创业认知研究还远远不够。创业者和非创业者在各种认知结构、认知模式上的差异是由哪些因素造成的, 创业者的认知结构是如何形成的, 创业认知在创业过程中所起的作用等, 都需要进一步研究。在未来的创业认知研究中, 可进一步加强以下几方面的工作: 首先, 深入研究影响各认知变量的重要因素, 并探讨各认知变量之间的互动关系; 其次, 从创业过程的视角分析认知变量的作用机制; 第三, 深入分析创业认知、创业行为与创业环境之间的相互作用; 第四, 从发展系统论的视角整合相关学科, 提出系统的创业理论模型。

Review of Cognitive Research on Entrepreneurship

Li Hailei, Zhang Wenxin

(School of Psychology, Shandong Normal University, Jinan, Shandong 250014)

Abstract: Cognitive research in recent years is an important research orientation in the field of entrepreneurship, and is of positive significance to understand the entrepreneurial process comprehensively. Compared to the West, the number of domestic researches was very few, and mainly those focusing on the study of entrepreneurial intention. In order to facilitate a more comprehensive understanding of the current status of entrepreneurial cognition research, this paper generalized the entrepreneurial cognition of five important areas. First, the research status and theoretical models of entrepreneurial intention were summarized; second, the potential value of cognitive heuristic research in entrepreneurship research, analyzed; thirdly, some of entrepreneurship-related cognitive bias variables were overviewed; fourthly, it discussed the application of framing and prospect theory in entrepreneurship research; and fifthly, self-efficacy and intrinsic motivation were briefly introduced.

Key words: entrepreneurial intention; cognitive heuristic; cognitive bias; prospect theory

责任编辑: 时晓红

①Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum Press.

②Delmar, F. (2000). *The psychology of the entrepreneur*. In S. Carter, & D. Jones-Evans, *Enterprise and small business: Principles, practice and policy*. Harlow: Prentice Hall.

③Greene, D., Sternberg, B., & Lepper, M. R. (1976). *Overjustification in a token economy*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 1219 - 1234.