

● 吴 捷 钱伟荣◎主编

ENTREPRENEURSHIP PSYCHOLOGY E 创业心理学



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

● 吴 捷 钱伟荣◎主编

ENTREPRENEURSHIP PSYCHOLOGY
E创业心理学



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

创业心理学/吴捷,钱伟荣主编. —北京:北京师范大学出版社, 2017. 2

应用心理学系列教材

ISBN 978-7-303-21746-5

I. ①创… II. ①吴… III. ①企业管理—应用心理学—教材
IV. ①F270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 297177 号

营销中心电话 010-58802181 58805532
北师大出版社高等教育分社网 <http://gaojiao.bnup.com>
电子信箱 gaojiao@bnupg.com

出版发行:北京师范大学出版社 www.bnup.com
北京市海淀区新街口外大街 19 号
邮政编码:100875

印 刷:保定市中国画美凯印刷有限公司
经 销:全国新华书店
开 本:787 mm×1092 mm 1/16
印 张:15
字 数:320 千字
版 次:2017 年 2 月第 1 版
印 次:2017 年 2 月第 1 次印刷
定 价:35.00 元

策划编辑:周雪梅 责任编辑:周雪梅 王星星
美术编辑:焦 丽 装帧设计:耿中虎
责任校对:陈 民 责任印制:陈 涛

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话:010-58800697

北京读者服务部电话:010-58808104

外埠邮购电话:010-58808083

本书如有印装质量问题,请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话:010-58808284

前言

首先祝贺《创业心理学》一书成功出版。随着我国加快落实创新驱动发展战略，主动适应和引领经济发展新常态，大众创业、万众创新的新浪潮席卷全国。为促进“大众创业，万众创新”，国家陆续出台的一系列文件正在转化为具体的政策措施，对“创新创业”起到至关重要的推动作用。2016年创业，又作为“两会”热点问题在政府工作报告中被重点提及，开启打造2016年最强“双引擎”的大幕。

2014年9月“大众创业、万众创新”的号角在天津吹响，在国家扶持、创业局面蓬勃开展的今天，多角度、多层次、多种类的创新创业团体如何应对不断变化的国内外创业环境，如何遵循自身的创业发展规律，如何找到解决创业路上的困难与挑战的钥匙是每个创业者不可回避的重要课题。而目前国内围绕“创业心理学”的理论与实践研究还存在许多空白。本书正是基于这样的初衷，围绕“解决创业者特别是学生创业群体创业过程中的实际问题与心理困惑”这一核心要义，立足帮助他们了解并找到符合自身特点的创业初、中、后各阶段的策略与方案，为创业人群展现了一幅“创业者心理成长”的全景图。

本书特邀请具有二十余年企业管理经历的天津商务职业学院钱伟荣院长和天津市学生心理健康教育发展中心主任、天津师范大学心理与行为研究院副院长吴捷教授共同策划并主持，由天津市各高校创业与心理方面的资深教师为团队核心成员共同执笔完成。

本书集“心理学理论与创业实战经典案例”于一身，借鉴了国内外创业心理、创业实战的最新研究成果，着力形成了以下几个特色。

一、心理与创业紧密结合，把心理学方法融入创业指导的全过程。

二、注重创业实战案例的剖析，拓展学生视野，通过大量创业相关案例资料，让创业者积蓄自己的“洪荒之力”去开拓自己的“创业天地”。

三、本书语言力图通俗易懂、素材鲜活真实、从创业基础理论入手，让创业者易于上手与掌握。

希望本书能在创业路上助创业者一臂之力。

樂國安

目 录

第一章 创业心理学概述 /1

第一节 什么是创业心理学	2
一、概 念	2
二、创业及其要素分析	8
三、创业的积极意义	18
第二节 学业、就业与创业	21
一、学 业	21
二、就 业	23
三、创 业	27
四、创意型创业	31
第三节 创业与生涯规划	38
一、职业的认识与规划	38
二、职业适应与自我塑造	45

第二章 创业者的素质及测评 /55

第一节 创业者的政治素质	56
一、对国家政治生活基本要义的理解	56
二、理性的爱国精神	57
三、对社会责任的担当	57
第二节 创业者心理素质的概念与构成	58
一、创业者创业心理素质的现状分析	59
二、创业者应具备的心理素质	60

第三节 创业者职业个性与测评	75
一、职业者个性的构成	75
二、职业需要及测评	76
三、职业兴趣及测评	80
四、职业性格及测评	92

第三章 创业的要害分析 /103

第一节 创业的十道坎	104
一、产品创新	104
二、市场开发	107
三、用人成本	109
四、公司注册	112
五、办公地点	115
六、前期费用	117
七、公司管理	118
八、公司治理	120
九、资本市场	121
十、依法治司	123
第二节 创业的基本要素	124
一、创建公司的基本要素	124
二、公司规律	126
三、公司风险	128
四、为何会有 95% 的公司第四层级时停下来	131
第三节 创业者与创业团队	134
一、创业者	134
二、创业团队	139
第四节 如何提高创业团队的合作能力	141
一、合作能力	141
二、创业团队合作能力	142

第四章 创业之社会环境 /146

第一节 良心与法制	147
一、良心的概念	147
二、创业者的道德底线	147
三、创业与法制	148
第二节 是什么挤走了核桃的位置	151
一、优势与劣势分析(SW)	152

二、机会与威胁分析(OT)	152
三、构造 SWOT 矩阵和行动计划	152
第三节 创业教育	154
一、创业教育的本质	154
二、创业教育的潜力	157
三、母校是学生创业永远的驿站	159
四、让创业真正改变人生	161
五、挤掉教育中的 GDP 泡沫	165
第四节 竞争与竞合的平衡	171
一、竞争的概念	171
二、竞合的概念	171
三、竞争与竞合	172
第五章 创业管理与创业心理 /180	
第一节 创业风险	182
一、公司治理风险	182
二、经营风险	184
三、债务风险	186
四、法律风险	187
第二节 商业模式的开发	188
一、商业模式的概念	188
二、交易环节的黏性规律	189
三、盈亏平衡点	189
第三节 创业风险的识别与管理	190
一、先期投入的获得与回收	190
二、止损条件的构建	190
三、把握住合作共赢的最佳机会	190
四、接住可能压垮骆驼的最后一根稻草	191
第四节 创业资源	192
一、创业资源的获取	192
二、创业融资	197
三、创业资源管理	201
第五节 创业计划	203
一、创业计划书的作用与内容	203
二、创业计划书的撰写与展示	206

第六节 创业者的自我形象塑造 211

 一、自我形象的概念 211

 二、创业者塑造自我形象 211

 三、影响形象的原因 212

 四、塑造良好形象的途径 214

第七节 创业团队合作的要素 217

 一、创业团队合作的心理基础 217

 二、创业人际关系 219

 三、员工帮助计划的心理基础 222

第八节 营销心理与客户管理 224

 一、营销心理 224

 二、客户管理 225

后 记 /231

第一章 创业心理学概述

本章概述

本章主要介绍的是创业心理学的内涵、外延与意义，并结合相关案例，介绍了创业的概念、要素、积极意义，学业、就业与创业的区别与联系，创业心理学与职业生涯规划。本章详细讲述了国内外对创业心理学概念的认识，分析了几种经典的创业模型；详细讲述了创业中的机会要素、创业者要素、创业资源要素、创业环境要素；解释了学业、就业与创业的区别与联系；介绍了职业决策、评估与适应；对于大学生职业适应能力的培养途径也做了概要的讲解。

创业心理学概述

（一）什么是创业心理学

1. 概 念
2. 创业及其要素分析
3. 创业的积极意义

（二）学业、就业与创业

1. 学 业
2. 就 业
3. 创 业
4. 创意型创业

（三）创业与生涯规划

1. 职业的认识与规划
2. 职业适应与自我塑造

学完本章，希望你能了解

1. 创业的含义，创业的积极意义。
2. 创业的基本要素。

3. 学业、就业与创业的区别与联系。

4. 正确认识职业并合理规划。

读前反思

1. 什么是创业，创业与就业有什么区别？

2. 创业包括哪些构成要素？

3. 如何正确认识职业？

4. 如何做好自我职业规划？

第一节 什么是创业心理学

一、概 念

(一)国内外对创业心理学概念的认识

创业心理学是站在心理学的角度对创业进行研究。因此，我们首先要了解创业。在英文中通常用“entrepreneurship”和“venture”这两个词表示创业，“entrepreneurship”的最初字面意义是“企业家精神”或“企业家活动”，“venture”最初是指风险的意思。这两个词最初的意思都不是创业，人类的实践活动使它们有了“创业”内涵。由于“entrepreneurship”和“venture”最初的字面意义在新形势下已经扩展和延伸，因此它的含义变得十分宽泛，以致人们对创业的解释各种各样，没有人能给出一个反映创业全貌的完整概念。

国外研究者对创业概念的定义很多，有的定义基于创建新组织和开展新业务活动；有的定义基于识别和捕捉创业机会；有的定义基于创业家个性与心理特质。洛(Low)和麦克米伦(Macmillan)提出的创业定义简单明了：创业就是创办新企业。辛格(Singh)采纳相同的观点，认为创业需要建立一个新企业。但是德鲁克认为仅仅是开张一家既没有新的令人满意的服务，也没有符合顾客需求的熟食店，不能称为创业蒂蒙斯(Timmons)认为创业已经超出了传统的创建企业的概念，在各种形式、各个阶段的公司和组织中都存在创业活动，同时他提出了一个很宽泛的创业定义：创业是一种思考、推理和行动的方法，它不仅受机会的制约，还要求创业者有完整缜密的实施方法并讲求高度平衡技巧的领导艺术。沙恩(Shane)和文卡塔拉曼(Venkataraman)提出了创业机会的广义定义：作为一个商业领域，创业致力于理解创造新事物的机会是如何出现并被特定的个体所发现或创造的，这些人如何用各种方法去利用或开发它们，然后产生各种结果。加纳(Garner)通过使用德尔菲法对创业的概念进行了探究，认为创业的含义包

括创业家的个人特性和创业行为结果两方面。创业家个人特性包括人格特征、创新性、独特性、开拓新事业和谋求发展；创业行为结果则被理解为价值创造、追求利润、成为企业所有者和管理者以及创建组织。沙恩(Shane)从认知科学的角度研究创业者存储和使用信息的心智结构，从而说明其创造力和机会识别的基础。

国内许多学者也对创业进行了定义。复旦大学管理学院郁义鸿教授认为，创业是一个发现和捕捉机会并由此创造出新颖的产品或服务 and 实现其潜在价值的过程。首都经贸大学工商管理学院宋克勤教授认为，创业是创业者通过发现和识别商业机会，组织各种资源，提供产品或服务，以创造价值的过程。创业包括创业者、商业机会、组织和资源等要素。清华大学教授、中国创业研究中心副主任雷家马肃认为，创业是“发现、创造和利用商业机会，组合生产要素，创立自己的事业，以获得商业成功的过程或活动”。他强调创业的目的在于“取得商业成功，获得商业利润”。西北工业大学管理学院罗天虎教授认为，创业是一个开创事业和积累财富的过程。他认为可以从广义和狭义两个层次理解创业。广义的创业泛指人类一切带有开拓意义的社会变革活动；狭义的创业是个人或群体开展的以创造财富为目标的社会活动。在其编写的《创业学教程》中，将创业定义为“社会上的个人或群体为了改变现状，造福后人，依靠自己的力量创造财富的艰苦奋斗过程”。

综上所述，不难看出，就创业而言，经济学家强调的是创新、风险和信息；心理学家强调的是创业者的个性心理和认知特性；管理学家强调的是资源组织和价值创造。因此，就创业本身而言，它不是一个内涵确定、外延清楚的概念。

由此可知，创业心理学这个概念也是如此。它只是心理学在创业当中的应用，我们看到很多研究者只是对创业的某个领域或角度进行研究，并不去定义创业心理学。目前研究主要包括以下几个领域。

1. 从胜任力角度定义创业

钱德勒(Chandler)和汉克斯(Hanks)在研究中首先运用了创业胜任力这一术语，他们将创业胜任力定义为“识别、预见并利用机会的能力”。这种能力被看作创业的核心能力。托马斯(Thomas)和特雷莎(Theresa)认为，创业胜任力是一个高水平的个人特质，包括性格特征、技能和知识等，也可以被认为是创业者成功地在组织中执行工作的所有创业能力。巴伦(Barron)等人则从创业者与外部环境的互动过程来研究创业问题，并提出了创业社会胜任力的概念，将社会胜任力理论和社会资本理论相结合，为从组织层面来研究创业胜任力开辟了一个新视角。我国学者刘帮成等指出应从两个层面来界定创业胜任力，即个人层面和组织层面。冯华和杜红提出创业胜任力是指在企业创业过程中，一个绩效优秀的创业主体所具备的能够胜任企业创业任务并取得高的创业绩效所要求的知识、技能、能力和特质，集中表现为在创业过程中能够识别、追求机会，获取和整合资源的综合能力。其构成包括机会胜任力、组织胜任力、关系胜任力、战略胜任力、承诺胜任力、概念胜任力、情绪胜任力和学习胜任力等方面。

2. 从创业认知角度定义创业

詹金斯(Jenkins)和约翰逊(Johnson)以及麦卡锡(McCarthy)、肖尔曼(Schoorman)和库珀(Cooper)的研究发现,创业者的认知因素和过程,即创业者预期、思考和决策的方式影响着有些创业者的成功,而不影响其他创业者。其中对判断的绝对自信和启发式认知的广泛应用等一系列影响创业成功的认知要素已经得到确认。巴格比(Bagby)、帕利克(Palich)和斯特茨(Stetz)研究了创业者的认知态度。文章对 752 位小公司所有者进行统计调查,结果表明在新创企业的成长过程中,创业者对待信息的态度比其他人更有活力,更加努力地寻求机会,更有发展的潜能。同时在对风险的偏好上与他人没有显著区别。苗青从认知图式(创业警觉性)、认知基础(以往知识)、认知风格(创新型认知风格)两个角度入手,探索了企业家认知特征对机会识别的影响方式。同时对 277 名企业家实施了问卷调研,结果发现,影响营利性识别的因素包括 4 个:创业警觉性、以往知识、警觉性和以往知识的交互作用、警觉性和创新型认知风格的交互作用;影响可行性识别的因素包括两个:以往知识、以往知识和创新型认知风格的交互作用。他指出,创新型认知风格并不具备创业和创业领域的专有属性,只是个体思维模式的一种倾向,与创业机会识别并不互为因果。

3. 从特质角度定义创业

国外学者从创业者特质角度研究创业的文献很多,早期关于创业者特质的研究引用最多的是麦克莱兰(McClelland)的成就需求理论和罗特(Rotter)关于控制源理论。麦克莱兰把成就需求作为创业者区别于非创业者的一个显著特质,并认为创业者具有一种很强的成就需求。罗伯特于 1966 年在其社会学习理论中提出控制源的概念:一个人在生活中对事件控制能力的自我感知。他将控制源分内控制源和外控制源两种。内控制源的个体相信他们的个体行动能够直接影响事件的结果;而外控制源的个体认为事件的结果不是他所能控制的,在他们的生命中,事件的结果取决于运气。托马斯(Thomas)和米勒(Mueller)将创业者个性特征和创业定位联系起来,并认为创业强度、牺牲和成就动机这三个与创业有关的个性特征形成了创业者的创业定位。成就需要一直是关于社会研究心理特征的一个重要源泉,虽然存在一些矛盾的发现,但成就需要仍然是个重要的创业特征,需要进一步更深层次地研究和理解。铃木(Suzuki)等人认为一些个人因素影响创业者发展新企业,这些个人因素主要包括某个创业者的成就动机、技巧、价值观、背景、接受的培训等。考伦卡(Korunka)等人在研究企业家和非企业家之间的区别时认为,应该至少存在 3 个个性方面的特征:对成就的高度需要、内部控制点、采取风险的倾向。另外,诸如个人主动性、先动性、动机(包括保证动机——保证自己的工作和自我实现动机、实现自己的方法)会影响企业的成功。保罗·威斯赫德(Paul Westhead)和迈克·莱特(Mike Wright)的研究把创业者分为初级创业者、连续创业者和高级创业者,并对他们的特征进行比较研究。文章对英国 644 家公司的创立者进行问卷调查,这些公司的商业经历为 1~50 年不等。统计结果表明,连续创业者和

高级创业者初次创业的年龄、个人背景和工作经历都有明显不同；同时，不同类型的创业者在创业的原因、创业动机和态度以及融资资源上也有很大区别。我国的郑海航博士在其领导的国家社会科学基金项目“新创企业改革中的新创企业家队伍建设研究”项目中认为：应该采用三个主要特征作为衡量创业者的特质。一是创新性，即研发独特的产品、生产流程或服务方式等方面的灵活敏感、首创精神；二是冒险性，即相应挑战、自信心，以及即使在失败概率很大的情况下也积极寻找或拓展机会的意愿；三是主动进取性，即对未来和环境积极主动做出回应，克服障碍和困难的创造力与坚定性。浙江大学管理学院的郑健仕在对浙江省 3937 家民营科技新创企业调查的基础上，对创业者特质进行实证研究，认为创业者的特质是创业者所具有的固有的特性，只有具有这些特质的人才能够成为出色的新创企业家，从而提高新创企业的绩效。创业者特质是指不同时代、不同环境或者同一时代、同一环境中新创企业家群体所具有的、与众不同的、能够提高新创企业绩效的素质特征及能力水平。浙江大学管理学院王重鸣教授对创业者做过大量研究。其学生何志聪在论文中提出创业者的特质应该包括三个方面：成就需要、内控制源和自我效能感。但结合国外学者的研究，更多的学者将自我效能感归为创业者动机。

4. 从创业动机角度定义创业

高日光等人采用探索性因素分析法，探讨了当代大学生创业动机的心理结构，提出自我实现、追名求富、社会支持和家庭影响四因素模型，同时指出激发大学生的创业动机，除了强调心理需求之外，外界环境的影响也是不可忽略的重要条件。顾桥等人提出了简单的创业动机模型和复杂的创业动机模型。简单的创业动机模型包括经济性和社会性两个维度，经济的需要主要是指生理和安全方面的需要，包括衣、食、住、行以及疾病、安全和职业，这是人最基本的需要，而解决这类需要的唯一和基本的手段是经济手段，可以说，创业的原始和基本的动机源于经济利益的驱动；社会需要主要是指尊重和自我实现的需要，包括地位、认可、赞赏、尊重、独立、自信、成就、潜能、价值等，这类需要是在基本需要得到满足后衍生出来的需要。经济性需要和社会性需要是相互联系的。创业的复杂动机模型有三个维度：创业者发展、企业发展、创业动机。创业企业的发展维度揭示了企业发展的生命周期规律，创业者的发展维度说明创业者的发展要经历初次创业、企业实践以及依赖团队创业的过程，这是一种较全面的三维动机模型，它反映了创业者在创业过程中的生命周期、企业的生命周期与创业动机的空间关系。何志聪在前人研究的基础上指出企业家创业动机可以从成就导向、控制导向和保障导向三个维度来衡量，并且创业动机对于企业经营绩效有着直接的影响。成就导向越强，企业的成长性越高，但企业的获利性并没有呈现越高的趋势；控制导向与企业获利性呈正相关；保障导向与企业的成长性、获利性均呈负相关。卡茨(Katz)和加特纳(Gartner)在他们的模型中把“动机性”当作创业型企业的一个显著特征。格林伯格(Greenberger)和塞克斯顿(Sexton)把企业家的“愿景”定义为引导新公司

发展的一种显著力量。伯德(Bird)认为,在公司创立时创业者的动因就决定了初创公司的模式和发展方向,还有随之而来的企业组织的成功。发展(包括制订计划)、增长和改变都是建立在这些动机之上的。同样,勒民德(Learned)指出在创新过程中,动机性和倾向性是创业的关键变量。赫伦(Herron)和萨皮恩泽尔(SaPienza)在他们的企业创新模式中论证了企业家“抱负水平”的重要性。沙恩(Shane)和文卡塔拉曼(Venkataraman)最近的研究已经相对地接受了这样一个观点:由于动机性的个体差别,人们在创业过程中表现出不同的意愿和能力,从而影响创业的过程。帕利克(Palich)和巴格比(Bagby)认为在创业成果的不确定性面前,人们对投资的风险都有不同的看法。创业过程成功的可能性会比较低,尽管存在这种成败的可能性,那些愿意从事创业的人比那些被这种不确定性所阻止的人可能更加乐观,或者具有更高的自我效能感。罗杰(Roger)等人以大量的创业者样本为依据,用相关性来研究四个动机因素(内部动机、外部动机、独立自主、家庭取向)和三个绩效变量(利润、销售额、风险资金获取)之间的关系,结果发现,外部动机(如个人收入、舒适的生活)与公司的销售额和个人获取的利润呈高相关,而内部动机(如挑战、个人成长和社会承认等)与销售额、利润和个人所得呈负相关,自主与独立的需要与公司的利润呈正相关。

5. 从创业价值观角度定义创业

伯利(Birley)和威斯赫德(Westhead)对英国 405 个企业主经理进行了调查。因素分析产生出七个因素:认可的需要、独立的需要、个人发展的需要、社会福利事业考虑、知道的致富方法、减税和角色模型。有研究者对挪威的 372 个商业学院毕业生选择进入公司当雇员的原因和他们进行创业的原因进行了研究。他对从选择自己创业和选择成为组织的雇员之间的 11 类原因进行了等级的归类:安全、经济机会、权威、自主权、社会环境、工作负荷、挑战、自我实现、整个过程的分享、避免负责任和职业生涯。他发现,与组织雇员相比,自己创业的个人更可能选择经济机会、权威、自治权、挑战、自我实现和整个过程的分享。盖特·伍德(Gate Wood)等人对 142 名小企业发展中心(SBDC)的准创业者客户选择开始创业的原因进行调查,将回答归类为:市场需要(29%),自主权与独立(18%),赚更多钱的期望(18%),期望将知识、经验用于实践(16%),自主创业的乐趣(7%)和证明自己能做好(5%)。张进辅教授认为创业价值观可以从创业价值目标、创业价值手段和创业价值评价三个方面来进行考察。创业价值目标包括社会利他(通过创业来为社会做贡献,为他人谋福利);利益实惠(通过创业来获得物质方面的利益);名声虚荣(通过创业获得声誉、面子上的满足);自我发展(通过创业使自我更加完善,发展更加健全);精神追求(通过创业来获得纯精神上的满足)。创业价值手段包括三方面的行为特性:合法性(创业手段正规合法)、灵活性[创业手段如资源获得经营方式)的灵活多样]、创新性(创业手段具有新颖创造性)。创业价值评价包括外部评价(对创业这个事物的评价)、内部评价(相对创业而对自身做出的评价)。张进辅依据这三个维度,编制了大学生创业价值观问卷,研究得出大学生创业

价值观总体上可归纳为创业价值目标的多元化、创业手段不平衡、创业评价积极这三个主要特点。

6. 从创业自我效能感角度定义创业

自我效能感与创业管理领域相结合,被重新定义了一个名词——创业自我效能感或者创业效能感。谢尔(Cherer)认为,创业效能感是指一个人能够成功地扮演创业者角色和完成创业任务的信念强度。创业研究者主要从创业者对潜在的自我信心、效能的感知,及其对创业绩效的预测效果等方面进行了有关创业的大量研究。研究表明,创业效能感在创业过程中起着稳定积极的作用,对创业绩效有着良好的预测作用。机会识别是创业过程中的关键行为,创业效能感影响个体的机会识别能力。创业效能感对创业者个人特征和创业行为策略具有中介作用,对预测创业行为具有积极作用,并被认为是影响潜在创业者的关键的先决条件之一。加特纳(Gartner)等人也证明,个人选择成为创业者是由于拥有更高的创业效能感。有研究者通过实证研究,认为效能感十分适合引入创业领域,属于特定任务构建并认为效能感和行为二者的关系在充满风险和不确定的情境下能最好地被论证。路桑斯(Luthans)等人认为创业效能感“是创业者的一种信念和自信,具体是指创业者对其能力能够影响所处环境并且通过相应行为获得成功的自信”。创业效能感作为创业偏好的测量指标,决定着人们对活动的坚持性,影响着创业者的目标承诺,对创业意向的有着显著影响荣格(Jung)等人对创业效能感与创业意图及行为之间的关系做了更深入的研究,并考虑了社会文化差异的影响。结果表明,创业效能感整体上与创业意图和行为呈显著正相关。具体对于学生样本来说,机会识别和创新环境两个创业效能感分量表的得分与他们的创业意图和实际准备行为呈显著正相关。创业效能感影响着个体对创业机会的识别与捕捉,并通过机会识别和目标承诺的中介作用,影响企业的绩效,对于新创企业绩效有积极的影响。福特斯(Fortes)对创业者的创业自我效能与企业整体绩效进行了考察,结果证实了创业者的创业自我效能对创业整体绩效有正面促进作用。鲍里斯(Boris)通过研究在南亚的多文化社会、不同文化价值观影响下,创业效能感反映创业意向,证明了创业效能感比文化价值能更好地影响创业意向。王重鸣、龚志周在研究电子商务创业压力与创业绩效的关系中发现,创业压力可以通过影响创业者们的创业效能感而最终影响他们是否决定持续创业的生存绩效。同时研究还表明了具有中等水平创业效能感的创业者们比具有高水平或低水平创业效能感的创业者们采用的创业压力管理策略更为积极。这一结果实际上暗示了,创业者们的创业效能感除了能够作为关键中介变量影响创业生存绩效外,还可以通过直接影响他们对创业压力管理策略的选择而在客观上间接影响创业成长绩效。

(二)创业心理学的内涵及外延

顾名思义,创业心理学就是创业和心理学这两个概念的结合体,想要了解创业心理学就必须从创业和心理学这两个概念入手。多年来,随着世界经济的快速发展与国

内政策的逐渐开放，国内经济迎来了蓬勃发展的阶段。因此，创业成为热门话题，有关创业的知识例子更是层出不穷。想要更为全面深入地了解创业就必须使用心理学的角度对其进行研究。同样，心理学作为一门科学，虽然发展了短短一百多年，但是已经应用在多个领域，为人类做出了卓越的贡献。从科学心理学的角度对创业进行研究分析必将对创业者和创业行为带来一个科学有效的引导。我们知道心理学是研究人的行为和心理活动规律的科学。创业是创业者对自己拥有的资源或通过努力对能够拥有的资源进行优化整合，从而创造出更大经济或社会价值的过程。创业是一种劳动方式，是一种需要创业者运营、组织、运用服务、技术、器物作业的思考、推理和判断的行为。因此我们可以将创业心理学定义为：研究创业者的创业活动和创业者在创业过程中的心理规律的科学。心理学视角研究创业的主体是创业者，创业者是一切创业活动的主体，创业者的核心创业特质（风险偏好、创新性、成就动力、自我效能感等）对创业的意愿、创业的绩效和创业的成败都有非常重要的作用，但目前的研究仅仅是从某一个层面研究创业者。

二、创业及其要素分析

（一）什么是创业

就创业个体来说，不同创业者对创业行为的认识和体验有较大的差异性。但其中也存在相同或者近似的方面，也就是我们所说的共性方面。在此，我们就创业者个人经历对创业选择的影响和创业者受教育程度对创业质量的影响这两个问题做简要讨论。

1. 创业者个人经历

从创业者个人层面来看，每个创业者的个人成长经历不同。成长经历涵盖范围非常广泛，可以被认为是个体在时间维度上经历的不同，其中也包含地域上的差异。个体成长经历包括童年经历、家庭生活经历、受教育经历、工作实践经历等。

在个人成长经历的各个方面中，日常生活经历是非常重要的因素。此处所说的日常生活经历主要是指生活最基本的方面，包括衣食住行。个人日常生活很大程度上具有稳定性。例如，创业者对口味、颜色具有偏好，对穿衣着装存在着特殊的需求，以及对交通工具的选择。这种稳定的差异性在一些研究者的创业模型中也会得到体现。

例如，在餐饮行业，来自广州的创业者和来自天津的创业者会由于自身“吃”方面经历的限制，对什么是好吃的必然会有不同的标准，标准上的差异进而会影响个体在创业时的选择。地域差异是导致日常生活经历差异的重要原因，不同地域存在地理位置、自然条件、经济、社会条件、文化背景等方面的差别。正如中国一句俗语，十里不同音，百里不同俗。

2. 创业者的受教育程度

现有研究都已经注意到了创业者受教育程度对创业结果的重要性，但在具体的效