

教育部人文社会科学规划基金 (10YJA630188)
上海市科技发展基金 软科学研究 (12692193100) 资助

大学生创业者自我效能、 资源、机会与商业模式的 匹配关系研究

翟庆华 叶明海◎著

The Fit between Entrepreneurial Self-efficacy,
Resource, Opportunity and Business Model:
Research on Graduate Entrepreneurial Activities



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

教育部人文社会科学规划基金 (10YJA630188)
上海市科技发展基金 软科学研究 (12692193100) 资助

大学生创业者自我效能、 资源、机会与商业模式的 匹配关系研究

翟庆华 叶明海◎著

The Fit between Entrepreneurial Self-efficacy,
Resource, Opportunity and Business Model:
Research on Graduate Entrepreneurial Activities



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

大学生创业者自我效能、资源、机会与商业模式的匹配关系研究/翟庆华, 叶明海著.
北京: 中国经济出版社, 2014. 12

ISBN 978-7-5136-3355-0

I. ①大… II. ①翟… ②叶… III. ①大学生—职业选择—研究 IV. ①G647.38
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 166907 号

责任编辑 丁楠

责任审读 霍宏涛

责任印制 马小宾

封面设计 久品轩

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京艾普海德印刷有限公司

经销者 各地新华书店

开本 710mm × 1000mm 1/16

印张 11.25

字数 167 千字

版次 2014 年 12 月第 1 版

印次 2014 年 12 月第 1 次

定价 32.00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010-68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010-68355416 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390) 服务热线: 010-88386794

创业是一项复杂的活动，是在一定的外部环境和产业特性条件下，将创业者自我效能、创业资源和创业机会，通过商业模式进行有效的组织，开创新事业的行为。创业对经济发展、促进科技成果转化有重要意义，同时也是大学生成才和择业的重要方式。

我国的大学生创业活动正在蓬勃兴起，但却面临着创业绩效差、成功率低等问题。对 192 家大学生创业企业的调查反映出，大学生创业成功率低的原因在于：对自身的能力、掌握的资源、将要进行的创业活动（包括行业状态、外部环境）等认识不足，同时缺少与之相匹配的商业模式。尽管创业者的能力水平和异质性资源对创业绩效有影响作用，但它们不会自动地转化为企业收益，商业模式在投入和产出之间充当价值转换器的作用。因此，大学生创业企业要存活并实现盈利，应选择和设计创业者、创业资源和创业机会特征相符合的商业模式。

与创业实践相比，创业研究是一个非常年轻的领域。大学生创业是我国创业研究领域中的热点问题，但相关研究主要集中在创业教育和大学生创业意愿等方面，对大学生创业活动的管理问题的研究很少。关注大学生这一特殊群体的创业活动，研究他们的创业管理过程对弥补我国的创业研究缺口具有重大价值。

本研究认为，对于大学生创业，创业者自我效能和拥有的资源是相对稳定的；创业进行的地域以及进入的行业特性也是确定的，因此行业特性和创业环境具有区域和时间上的稳定性；但商业模式具有一定的主观性，需要根据创业者自我效能、创业资源、创业机会和创业环境等要素差异进行优化选择和设计。因此，在系统研究创业者自我效能、创业资源、创业机会等要素对创业绩效的影响时，首先要考虑商业模式与创业者自我效

能、创业资源、创业机会的匹配问题。

本研究以权变理论、认知理论和自我效能、资源基础理论和创业机会观为理论基础,提出了创业者自我效能、创业资源、创业机会与商业模式匹配的创业模型。通过实证方法,以创业绩效作为判别标准,采取调节型匹配关系研究范式,实证研究了创业者自我效能、创业资源、创业机会与商业模式的匹配关系以及大学生创业企业选择商业模式的依据和行为倾向两个问题。

为了解决上述问题,笔者选择了上海市大学生科技创业基金会资助的215家大学生创业企业作为调查对象,通过现场调查和邮件调查两种方式,获得了157份有效数据。在数据处理过程中,综合使用了描述性统计分析、相关分析、多元回归分析等多种统计方法,依次检验了创业者自我效能、创业资源、创业机会与商业模式的相关性,不同商业模式类型下的创业绩效差异,创业者自我效能、创业资源、创业机会对创业绩效的影响,以及商业模式在上述路径中的调节作用。

研究表明:在不考虑商业模式的作用时,创业者自我效能、创业资源和创业机会对创业绩效具有正向的促进作用。当考虑商业模式的类型时,采用商业模式的创业企业绩效要明显好于无商业模式类型的样本,采用新奇型商业模式的创业企业绩效与采用效率型商业模式的创业企业绩效之间没有显著性差异。这说明商业模式自身并不存在着优与劣。创业者自我效能、创业资源和创业机会与商业模式的匹配才是影响绩效高低的原因。在创业者自我效能、创业资源和创业机会引致创业绩效这一路径关系中,商业模式具有调节作用,这说明它们之间存在着匹配关系。通过对创业企业选择、设计商业模式的依据和行为倾向进行分析发现,行为倾向与能够引致高绩效的行为之间是存在差异的。

本研究的理论贡献主要表现在三个方面。首先,从系统的视角出发,将创业者自我效能、创业资源、创业机会和商业模式同时纳入分析架构,将权变理论中匹配的思想作为本研究的核心逻辑,构建创业者自我效能、创业资源、创业机会与商业模式匹配的创业模型。这一模型对创业实践和开展系统的创业研究均具有指导意义。其次,克服了商业模式和创业机会的测量困难,实证研究了商业模式在创业者自我效能、创业资源和创业机会引致创业绩效的路径中的调节作用机理,反映了创业者自我效能、创业

资源和创业机会与商业模式之间的匹配关系。最后，探究了商业模式在引致创业绩效路径中的调节作用方式。这一研究发现对明确商业模式作为价值创造与转化工具的工作方式，以及深化对商业模式的研究具有重要价值。

在管理实践上，首先可以通过对创业者自我效能、创业资源、创业机会和商业模式的匹配来评价创业活动和预测创业绩效。这对创业者做出科学创业决策、风险投资，政府机构做出科学的甄选决定具有参考价值。其次，创业企业需要选择和设计与创业者自我效能、创业资源和创业机会相匹配的、类型清晰的商业模式。对于已经选定和设计的商业模式，通过创业者自我效能、创业资源和创业机会与该种商业模式的匹配关系，可以发现缺口，进行有针对性的弥补。最后，要重视商业模式选择倾向与引致高绩效行为之间的差异，避免进入行为误区。

第1章 绪论

1.1 研究背景 / 003

1.1.1 实践背景 / 003

1.1.2 理论背景 / 005

1.2 研究问题与论文结构 / 007

1.2.1 研究问题 / 007

1.2.2 研究结构 / 008

1.3 研究方法 / 010

1.3.1 文献研究 / 010

1.3.2 实证研究 / 010

1.4 技术路线 / 011

1.5 研究价值 / 011

第2章 概念界定与基础理论

2.1 主要概念界定 / 015

2.1.1 创业的概念 / 015

2.1.2 创业者的概念 / 016

2.1.3 大学生创业和大学生创业者 / 017

2.1.4 大学生创业企业 / 018

2.2 创业研究应用的相关理论 / 019

2.2.1 国际上创业研究应用的相关理论 / 020

2.2.2 我国创业研究应用的相关理论 / 023

2.2.3 国内外相关理论的比较 / 023

2.3 本书的理论基础 / 025

2.3.1 认知理论与自我效能 / 025

2.3.2 资源基础理论 / 027

2.3.3 创业机会观 / 028

2.3.4 权变理论 / 030

2.4 本章小结 / 032

第3章 文献综述

3.1 创业者自我效能相关研究综述 / 035

3.1.1 创业者自我效能的内涵及相关研究 / 035

3.1.2 创业者自我效能的维度和测量方式 / 036

3.1.3 大学生创业者的自我效能 / 038

3.2 创业资源的相关研究综述 / 039

3.2.1 创业资源的内涵及类型 / 039

3.2.2 创业资源的相关研究 / 040

3.2.3 大学生创业中的创业资源研究 / 045

3.3 创业机会的相关研究综述 / 045

3.3.1 机会的概念和内涵 / 046

3.3.2 创业机会的来源 / 047

3.3.3 创业机会的类型、维度和评价 / 049

3.4 商业模式 / 051

3.4.1 商业模式的概念与内涵 / 051

3.4.2 商业模式构成要素 / 053

3.4.3 商业模式的测量 / 055

3.4.4 商业模式的类型 / 056

- 3.5 匹配的相关研究综述 / 058
- 3.6 创业绩效的相关研究综述 / 059
 - 3.6.1 创业绩效的内涵 / 059
 - 3.6.2 创业绩效的维度和测量 / 060
 - 3.6.3 大学生创业中的创业绩效研究 / 063
- 3.7 文献综述总结 / 063

第4章 理论建构与研究假设

- 4.1 创业者自我效能、资源、机会与商业模式匹配的创业模型 / 071
 - 4.1.1 经典创业模型的比较分析 / 071
 - 4.1.2 创业者自我效能、资源、机会与商业模式匹配的创业模型 / 075
- 4.2 基于绩效标准的分析框架 / 078
- 4.3 研究假设 / 080
 - 4.3.1 创业者自我效能与创业绩效 / 080
 - 4.3.2 创业资源与创业绩效 / 081
 - 4.3.3 创业机会与创业绩效 / 084
 - 4.3.4 商业模式的调节作用 / 085
- 4.4 理论模型总结 / 087
- 4.5 本章小结 / 089

第5章 实证研究设计

- 5.1 变量的测量 / 093
 - 5.1.1 创业者自我效能的测量 / 093
 - 5.1.2 创业资源的测量 / 094
 - 5.1.3 创业机会的测量 / 095
 - 5.1.4 商业模式的测量 / 096
 - 5.1.5 创业绩效的测量 / 097

- 5.1.6 控制变量 / 098
- 5.2 调查问卷的设计与修正 / 098
 - 5.2.1 调查问卷的设计 / 099
 - 5.2.2 预调研与问卷修正 / 099
- 5.3 数据的发放与回收 / 100
 - 5.3.1 数据收集 / 100
 - 5.3.2 回收率 / 101
 - 5.3.3 样本的描述性统计 / 101
- 5.4 数据分析方法与工具 / 104
 - 5.4.1 分析方法 / 104
 - 5.4.2 匹配的检验方法 / 106
 - 5.4.3 分析工具 / 108
- 5.5 本章小结 / 108

第6章 假设检验

- 6.1 变量的描述性统计 / 111
- 6.2 数据的信度和效度检验 / 112
 - 6.2.1 信度检验 / 112
 - 6.2.2 效度检验 / 114
- 6.3 实证分析 / 118
 - 6.3.1 实证分析的步骤与逻辑 / 118
 - 6.3.2 变量的相关性分析 / 119
 - 6.3.3 商业模式的类型及其作用分析 / 122
 - 6.3.4 商业模式的调节作用分析 / 127
- 6.4 本章小结 / 131

第7章 研究结论与展望

- 7.1 研究结论 / 135
 - 7.1.1 创业者自我效能、创业资源和创业机会影响创业绩效 / 135

7.1.2	商业模式以调节作用方式影响创业绩效 / 136
7.1.3	创业者自我效能、资源和机会与商业模式存在着匹配关系 / 136
7.1.4	创业企业选择和设计商业模式的依据和行为倾向 / 137
7.2	理论贡献 / 138
7.2.1	以匹配思想为核心逻辑构建了创业模型 / 138
7.2.2	探究了商业模式在引致创业绩效中的作用方式 / 139
7.2.3	实证研究了创业者自我效能、资源和机会与商业模式之间的匹配关系 / 139
7.3	管理启示 / 140
7.3.1	以创业者自我效能、资源、机会及其与商业模式的匹配来评价和预测创业活动 / 140
7.3.2	创业企业应选择或设计清晰的商业模式 / 140
7.3.3	创业企业要避免盲目模仿和复制他人的商业模式 / 141
7.3.4	行为倾向与引致高绩效行为之间有差异 / 141
7.4	研究局限与展望 / 142
7.4.1	研究的对象和样本的数量 / 142
7.4.2	变量的选取和测量 / 143
7.4.3	研究方法的选择 / 143
7.4.4	匹配的测量方法 / 144
参考文献 / 145	
附录 大学生创业企业调查问卷 / 163	

第 1 章

▪ CHAPTER 1 ▪

绪 论

1.1 研究背景

经过近四十年的发展,创业不仅是实践中的热门词汇,创业研究也已成为管理学研究中的一个重要理论分支。创业研究的实践价值和理论研究进展为本书的选题和研究奠定了基础并提供了依据。

1.1.1 实践背景

创业是推动经济发展,提高国家综合竞争力的重要力量,是将技术进步转化为现实生产力的桥梁,是国家自主创新成功与否的重要标志,也是大学生成才和择业的重要方式。

中国的创业活动十分活跃,全球创业观察发布的数据显示,中国早期创业活动指数(TEA,衡量一个经济体中创业者数量在18—64岁成年人中所占的比例)由2002年的12.3上升到2009年的18.8(Kelly et al., 2012),多年来始终位居全球前列。

大学生作为最具活力和创造力的群体,具有较高的文化素质和技能水平,蕴含着巨大的创业潜力。创业不仅可以改变大学生的命运,改变企业的命运,而且可以改变国家的命运。20世纪90年代中后期,留学生回国创办高科技企业引发了大学生创业热潮。随着国家及各级政府相关鼓励扶持政策出台和就业方式的多元化发展,越来越多的大学生开始认同自主创业,投身自主创业,创业成为具有较高文化素质和技能水平的大学生成才和择业的重要方式。

大学生创业热情高涨,创业活动蓬勃兴起。据2009年开展的上海市大学生创新创业调研的结果显示,65%的在校大学生对创业很有兴趣,74%的在校大学生曾经考虑过创建企业。截至2011年3月,上海市大学生科技

创业基金会累计受理大学生创业项目申请 1384 项, 批准 415 项, 注册企业数 305 家。

然而, 我国大学生创业总体人数少、企业规模小、成功率低。在美国, 大学毕业生自我雇用率达 9.7%; 哈佛商学院三分之一毕业生成功自主创业; 斯坦福学子直接或间接创办了硅谷中约 70% 的高技术公司。英国和新加坡的大学生创业率也分别达 5% 和 8.6% (Wang & Wong, 2004)。相比较而言, 在我国, 有创业经历的大学生仅占总人数的 1.94%, 仅有 22.98% 的创业企业在健康发展, 这一数字低于我国整体的创业成功率 30%。^①

通过对上海市 192 家大学生创业企业的调研, 大学生创业成功率低是因为: 有专业知识和技能, 但对自身特质及环境认识不足, 且缺少资源, 无法有效匹配商业模式。管理学大师彼得·德鲁克曾指出, 当今企业间的竞争, 不是产品之间的竞争, 而是商业模式之间的竞争。从众多创业成功的例子中, 不难发现除了创业者自身的能力外, 拥有异质性资源以及创业商业模式成为产生创业绩效的重要原因。资源不会自动转化成利润, 商业模式充当了企业投入和产出之间的桥梁。可以说, 商业模式是一个价值转化调节器, 调节创业者自我效能、创业资源和创业机会引致企业绩效的作用强度。

众所周知, 不存在放之四海而皆准的商业模式。现实中, 创业者简单地模仿成功企业的商业模式, 这种单纯的模仿是很危险的。正如战略管理大师迈克尔·波特在《什么是战略》中所言, 企业开发出大量的管理工具和技巧, 带来了运营效率的提高, 同时也带来了发展的趋同, 却对商业模式缺乏足够的重视。对于大学生创业者而言, 必须以系统和权变的思维进行分析思考, 避免简单模仿造成趋同竞争。为了获得长期的成功, 创业企业的商业模式需要与创业者的特征、创业资源和创业机会相匹配。也就是说, 创业企业需要选择或设计与自身特征相符合的商业模式。

我国的大学生创业实践仍处于探索阶段, 大学生创业研究是具有中国

^① 数据来源: 教育部高校学生司 2009 年发布的《高校毕业生自主创业研究成果报告》。

情境的理论问题,已经成为我国创业研究的核心之一。但相关研究多关注于创业教育与人才培养,对大学生创业管理问题的研究远不能满足指导实践和发展理论的要求,迫切需要开展问题导向的、系统和深入的理论研究,为当代大学生应对多变的经济社会环境、实现创业商业模式创新提供建议。

1.1.2 理论背景

创业研究是一个较为年轻的领域。在学术研究中,大企业一直被认为是经济发展的中流砥柱,是就业岗位和创新的主要来源。直到20世纪70年代西方国家大企业危机以来,创业企业这种完全不同于以往基于规模效应的企业形式才吸引了学者的目光。

创业研究伊始,经济学和心理学为学者们提供了研究的理论基础。从经济学角度出发,创业在社会以及经济发展中的作用得到了进一步明确并获得学者们的公认:创业是就业岗位最重要的来源;创业企业能够产生创新。从心理学角度出发,创业者在创业活动中产生的作用也受到学者的关注。创业者特质,即“谁是创业者”“他们和普通人或企业的管理者有何差异”成为创业研究的核心问题。创业者特质理论试图用创业者的个人特质来判别一个人成为创业者的可能性,这一方面的研究取得了丰硕的成果。但是也需要指出,创业者特质的研究也产生了一系列相互冲突甚至矛盾的研究结论,最终也没能够清晰地解释创业者的哪些特质能够导致创业行为。许多学者开始质疑对创业者特质的研究,认为创业者群体本身是高度异质化的,特质论试图寻找的能够定义创业者的“特质”并不存在(Rauch & Frese, 2007),是一个“死胡同”。Gartner (1988)甚至提出,“谁是创业者”是一个错误的研究问题,学者们不应局限于从创业者的角度去研究创业。

战略学派恰好为创业研究提供了另一个视角。随着战略管理领域的学者越来越多关注创业现象,从公司层面研究创业行为和创业企业绩效逐渐成为创业研究的重心。其中资源基础理论是战略流派在创业研究中应用最为广泛的理论(Barney, 1991)。它认为公司的资源,尤其是独特的、不易

被模仿的资源是企业的竞争优势，是导致企业绩效差异的主要原因。基于资源基础理论，学者们开始探索创业企业的财务资源、人力资源和社会资源等是如何影响创业行为和创业企业绩效的。研究表明，财务资源是创业活动开始的重要前提，是企业维持运营及发展的基本条件。人力资源如教育程度、经验等对制定企业决策、决定企业发展方向有重要影响。而社会资源则在一定程度上决定了企业是否能够利用关系网络中内嵌的资源来辅助企业成长。

2000年以来，创业机会也成为创业研究的核心问题之一。Shane 和 Venkataraman (2000) 的研究将创业者与发现创业机会、开发创业机会联系起来，认为二者的结合是创业活动产生的前提条件。他们的研究不仅使学者们开始反思创业研究的核心概念，也使得奥地利经济学派的“机会观”成为创业研究中炙手可热的问题。学者们从“机会观”出发，探索了机会的发现与创造，机会的特性以及机会对创业行为和创业绩效的影响。创业机会的发现与识别是创业过程的开始，是促使创业者形成创业意愿的首要因素。市场新颖性是创业机会的首要特征，具有市场新颖性的创业机会对创业绩效有显著影响作用 (Dahlqvist & Wiklund, 2012)。

纵观创业研究发展过程，学者们从不同视角对解释创业活动和预测创业绩效做出了种种尝试。然而，从上述的单因素角度出发，并不能全面解释创业现象。因为在创业实践中，上述各因素并不能被清晰地分解开来，而是综合作用于创业企业的绩效。因此，需要对上述因素进行整合，全面考虑上述因素的作用。

与此同时，商业模式作为企业内部的价值转换调节器，能够对上述各因素作用的发挥产生影响。虽然学者们对商业模式的研究很滞后 (Morris et al., 2005)，但商业模式在创业研究和创业理论构建过程中的重要性已经得到学者们的认可 (徐松屹, 2007)。研究表明，拥有不同创业者自我效能、创业资源和创业机会的企业，需要选取与自身资源条件相匹配的商业模式，才能够将上述因素的作用发挥到最大。对于大学生创业，创业者自我效能和行为能力、拥有的资源是相对稳定的，创业进入的行业特性也是确定的，创业环境具有区域上和时间上的稳定性；但商业模式具有一定