

内容提要

本文以新企业为研究对象，基于新企业特征、中国传统文化及转型经济背景的视角，对创业导向维度及其水平进行了深入的研究，构建了关于新企业创业导向维度规模、创业导向整体水平及地区水平差异的假设，并通过实证方法进行检验。

文章首先从理论层面对创业导向、创业导向维度研究进行了大量总结，并在评述有关争议中提出关于创业导向维度规模的两个假设，表达本文在该问题的倾向。接着，文章结合处于企业生命周期初期的新企业和中国新企业所处的传统文化、转型经济背景提出关于创业导向的创新性、风险承担性、前瞻性、自主性和竞争侵略性水平的五个假设，它们均是对整体（全国）创业导向具体维度水平的考察。然后，文章立足于目前东部沿海与内陆地区存在的差异提出关于创业导向在两地区具有一定差异的一个假设。进一步地，论文根据所收集的 440 份调研数据（东部沿海 172 份、内陆地区 268 份），利用 SPSS13.0、AMOS4.0 软件进行探测性因子分析、验证性因子分析，对 8 个假设进行检验。最终得出结论，五维度量表具有较好的拟合度；全国范围内创业导向各维度水平不一；东部沿海与内陆地区在竞争侵略性维度上差异显著。

关键词：

新企业，创业导向，维度，地区对比

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 问题的提出及研究意义	1
1.2 研究方法和技术路线	4
1.2.1 研究方法	4
1.2.2 技术路线	4
1.3 论文结构	5
1.4 本章小结	6
第 2 章 创业导向及其维度研究	7
2.1 创业导向研究	7
2.1.1 创业导向的定义	7
2.1.2 创业导向的来源	7
2.1.3 基于研究层面的创业导向研究	9
2.1.4 基于研究视角的创业导向研究	10
2.1.5 基于研究对象的创业导向研究	11
2.2 创业导向维度研究	13
2.2.1 创业导向维度规模研究	13
2.2.2 创业导向维度内涵研究	16
2.2.3 创业导向维度度量	18
2.3 本章小结	24
第 3 章 中国新企业创业导向水平分析	26
3.1 企业生命周期理论	26
3.1.1 两个典型企业生命周期模型	26
3.1.2 新企业界定	27
3.2 中国企业家创业导向情景分析	31
3.2.1 传统文化根植性	31
3.2.2 转型经济背景	32
3.3 中国新企业创业导向水平相关假设的提出	34
3.3.1 中国新企业创业导向创新性、风险承担性、前瞻性水平考察	34

3.3.2 中国新企业创业导向竞争侵略性、自主性水平考察.....	37
3.3.3 中国新企业创业导向水平地区对比.....	40
3.4 本章小结	41
第 4 章 问卷调查与样本检验.....	42
4.1 问卷设计	42
4.1.1 量表说明.....	42
4.1.2 测量形式.....	43
4.2 数据收集过程描述	45
4.3 问卷回收情况	45
4.3.1 问卷数及回收率.....	45
4.3.2 问卷区位分布.....	45
4.4 样本同源分析	46
4.5 本章小结	48
第 5 章 数据分析与检验.....	51
5.1 描述性统计	51
5.2 创业导向维度规模考察	51
5.3 创业导向水平考察	61
5.3.1 创业导向整体水平考察.....	61
5.3.2 创业导向地区水平对比.....	62
5.4 本章小结	64
第 6 章 结论与展望.....	65
6.1 论文研究结论	65
6.1 有待进一步研究的问题	65
参考文献.....	67
研究生期间发表论文.....	75
摘 要	1
ABSTRACT	3
致 谢	

第1章 绪论

绪论部分主要介绍了问题提出及研究意义、研究方法、文章结构等问题，这是整篇论文¹研究的起点。

1.1 问题的提出及研究意义

2008，恰逢改革开放30年！当初旨在“为城市青年开拓新的就业门路，为农村大量剩余劳力寻找陌生出路”的政策，使“创业”一词走进千家万户，走进各行各业。在今天看来，它着实成就了千百万创业企业，吸纳了大量劳动力人口（见表1.1），创造了巨大财富（见表1.2），为社会作出了贡献（见表1.3），也成为中国百姓家喻户晓的亲切名词。

表1.1 我国私营企业历年发展情况²（1989-2007年）

年份	企业户数	从业人员		
		合计	投资者人数	雇工人数
1989	90581	1640051	214224	1425827
1990	98141	1702193	224131	1478062
1991	107843	1838950	241394	1597556
1992	139533	2318442	303095	2015347
1993	237919	3726293	513780	32125113
1994	432240	6483712	889296	5594416
1995	654531	9559700	1339600	8220100
1996	819252	11711333	1704519	10006814
1997	960726	13492639	2041832	11450807
1998	1200978	17090843	2538253	14450530
1999	1508857	20215478	3223818	16991660
2000	1761769	24064955	3953480	20111475
2001	2028548	27138644	4608348	22530296
2002	2435282	34093018	6228163	27864855
2003	3005524	42991366	7728322	35263044
2004	3650670	50172513	9486288	40686225

¹ 本论文系吉林大学管理学院与中山大学管理学院联合申请的自然科学基金项目（70732005）“基于资源观的新企业创建与早期成长机理研究”中的一部分，服务于新企业创业导向专题。

² 创业企业绝大部分是以私营企业为主（摘自《中国城市创业观察报告》，高建 颜振军 秦兰 程源，清华大学出版社，2007年9月1版，p3），故创业企业相关情况从私营企业数据可见一斑。

续表：

年份	企业户数	从业人员		
		合计	投资者人数	雇工人数
2005	4300916	58240656	11099344	47141312
2006	4980774	65862963	12716513	53146450
2007	5513120	72531108	13965217	58565891
平均增长率	25.64%	23.43%	26.12%	22.93%

资料来源：《中国民营经济发展报告 No.5 (2007-2008)》，76 页，表 2.

表 1.2 私营企业工业增加值情况 (1998-2006 年)

年份	全部工业增加值	私营工业企业增加值	
		绝对数 (亿元)	占全部比重 (%)
1998	34018.4305	509.63	1.5
1999	35861.4793	806.48	2.25
2000	40033.5929	1318.48	3.29
2001	43580.6161	2174.41	4.99
2002	47431.3083	3255.83	6.86
2003	54945.5274	5378.76	9.79
2004	65210.0291	8290	12.71
2005	76912.9	12855.55	16.71
2006	90351	18735.86	20.74
平均增长率	12.99	56.92	38.88

资料来源：《中国民营经济发展报告 No.5 (2007-2008)》，306 页，表 5.

表 1.3 私营经济的税收占全部税收的比重 (1989-2008 年 6 月)

年份	税收收入	私营经济	
		绝对数	占比
1989	1881.56	1.12	0.1
1990	1967	2	0.1
1991	2118.9	3.38	0.2
1992	2328.32	4.55	0.2
1993	3970.52	10.46	0.3
1994	4728.74	17.52	0.4
1995	5515.52	35.56	0.6
1996	5411.36	60.23	1.1

续表：

年份	税收收入	私营经济	
		绝对数	占比
1997	6861.2	90.49	1.3
1998	8656.66	163.84	1.9
1999	9687.87	254.96	2.6
2000	11855.78	414.42	3.5
2001	14910.68	660.94	4.4
2002	16633	945.6	5.7
2003	19991.8	1388.26	6.9
2004	25188.8	1994.83	7.9
2005	30308.78	2715.96	9
2006	36949.59	3505.22	9.5
2007	49449.29	4771.51	9.6
平均增长率	19.91%	59.09%	28.86%
2008年1-6月	32553.3	3080.06	9.5

资料来源：历年税务年鉴；《中国民营经济发展报告 No.5 (2007-2008)》。

2008年的GEM报告³称，中国的全员创业指数已从2002年的12.3%逐步上升到2007年的16.4%。不过，正如Arnold Cooper (2003)^[3]所说的那样，创业在实践上是很普遍的现象，但是在学术研究的发展上仍是一个很年轻的领域。中国的创业理论学术地位最近才得以确立（张玉利，2008^[132]）。

创业导向（Entrepreneurial Orientation，简称EO）作为描述创业过程的概念，引起了学者们的极大关注，是国内创业领域研究最为深入的问题之一（Wiklund, 1999: 37^[96]；张玉利，杨俊，2009^[131]）。目前，与创业导向相关的研究主要涵盖创业导向与组织绩效（如Wiklund, 1999^[96]； Zahra & Covin, 1995^[99]； 郑馨，2007^[134]）、与环境（如Zahra & Neubaum, 1998^[85]； Miller & Freisen, 1983^[23]）、与组织结构（如Zahra, 1991^[102]； Covin & Slevin, 1988^[17]）以及与市场导向（如Miles & Arnold, 1993^[63]； Becherer & Maurer, 1997）等变量之间的关系。其中，大量文章（如Lumpkin & Dess, 2001； Covin & Slevin, 2008^[47]； 焦豪等，2007^[118]）都应用实证研究以增强说服力。实证研究必然需要对创业导向进行量化分析，也就需要对其进行结构（construct）划分和维度测定。

³ GEM，英文全称为 Globe Entrepreneurship Monitor，中文全称为全球创业观察。GEM 是由英国伦敦商学院和美国百森学院共同发起成立的国际创业研究项目。2002 年，中国加入 GEM。目前参加 GEM 项目的国家和地区已超过 40 个，已成为世界各国人士认识创业活动、环境、政策等创业问题的重要信息来源。

在这一问题上，国外学者们观点不一，尚未形成共识，国内亦如此；出现的研究多是基于西方经济、文化背景而展开(Miller and Friesen, 1978^[67]; Miller, 1987; Covin and Slevin, 1989^[16]; Zahra and Covin, 1995^[99]; Knight, 1997^[34]; Zahra et al., 1999^[105]; Peng, 2001^[75]; McDougall and Oviatt, 2000^[60]; Ireland et al., 2001^[41]; Daily et al., 2002; Gartner and Birley, 2002^[29])，仅有极少是针对中国转型经济、传统文化背景 (Zhong Yang, Richard Li-Hua, Xiao Zhang & Yonggui Wang, 2007^[106])；本文将用中国新企业的数据对目前在西方广为应用的量表 (Miller 开发) 进行验证；并从传统文化、转型经济背景视角考察创业导向的整体水平情况和东部沿海与内陆的地区差异情况。

这样做，从理论上看，将深化对创业导向单个变量的研究；同时，也有助于考察西方量表在中国应用的可行性。从现实上看，了解当前中国新企业在创业导向水平的整体情况和不同地区间的差异程度，可为相关新企业政策制定提供一定的依据。

1.2 研究方法和技术路线

1.2.1 研究方法

本文在撰写过程中主要用到如下四种研究方法：1、文献查阅。在本文的写作过程中，检索了中国期刊网、万方数据库、维普中文科技期刊全文数据库、ProQuest 博硕士论文数据库、ProQuest 商学信息数据库、Academic Press 美国学术出版社电子期刊、EBSCO 学术信息、商业信息数据库、Elsevier Science 电子期刊全文库、Google 学术、南开大学创业中心网站所能检索到的全部的关于创业导向维度、转型经济、新企业的文献，以及在国家图书馆借阅的一些馆藏图书。2、实地访谈。选取新企业案例，对创业导向进行实地访谈。3、问卷调查。针对所设计调研问卷，在全国范围内选取 517 家企业样本进行问卷调研。4、实证研究。使用 SPSS13.0、AMOS4.0 统计软件对所调研的新企业样本数据进行因子分析(包括探测性因子分析和验证性因子分析)、回归分析，并对统计分析结果进行讨论。

1.2.2 技术路线

本文在跟踪国内外最新研究成果和分析相关理论的基础上，结合实地访谈和案例分析，形成论题及研究框架，提出关于创业导向及其维度的相关假设，在理论分析的基础上，结合问卷调查获取数据并进行实证研究，对数据分析结果进行讨论并得出结论。具体的研究思路如下图 1.1。

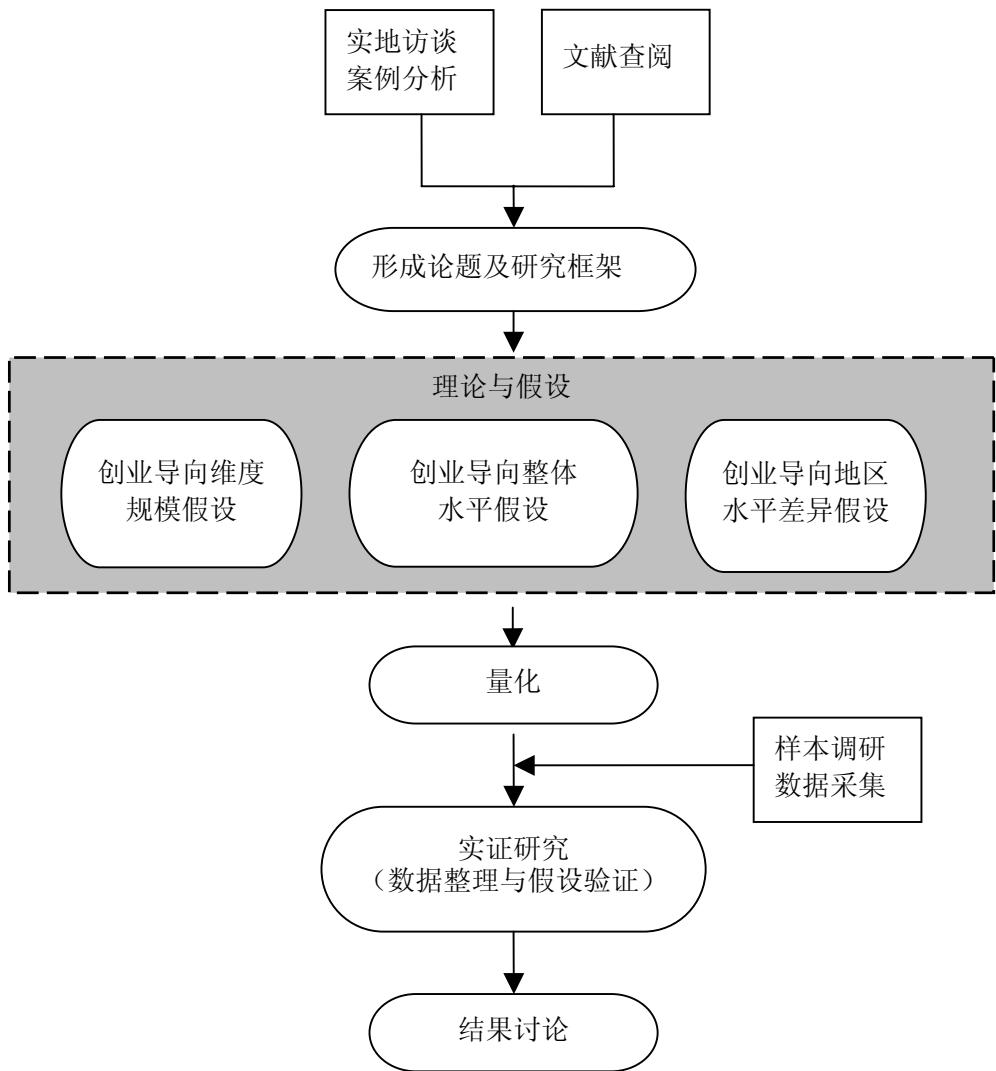


图 1.1 本文研究思路图

1.3 论文结构

本文共分六章。

第 1 章是全文的起点，介绍了文章的研究背景和研究意义，然后对论文的研究方法、技术路线和论文结构加以介绍。

第 2 章围绕创业导向理论来源、含义、研究层面、研究视角和研究对象对创业导向及其维度进行大量的综述，并从理论上提出关于创业导向的规模的两个假设。

第 3 章与第 2 章从理论上考察创业导向规模不同的是，它是结合企业生命周期理论与新企业所处中国情景对创业导向各维度各展开分析并提出相应的假设。

第 4 章是问卷调查和样本检验。介绍了问卷的设计、收集过程、收集结果以及样本的检验，为第五章的数据分析和检验奠定基础。

第 5 章为数据分析和检验，主要是检验此前提出的假设，并对检验结果作出解释。

第 6 章为最后一章，是全文的总结部分，这一部分主要对全文的研究进行总结，并对未来的研 究方向提出建议。

1.4 本章小结

中国三十年的创业史改变了百姓的生活，创业理论也在近年确立了其学术地位。创业导向作为描述创业过程的概念得到学者们的关注。本文将首先结合创业导向及其研究综述从理论上提出关于创业导向规模的假设，再从新企业特征及现实的中国情境（包括传统文化和转型经济）提出关于创业导向水平的假设。最后，利用 SPSS13.0、AMOS4.0 统计软件对假设加以验证。在这一过程中，本文借助了文献查阅、实地访谈、问卷调查、实证研究这 4 种主要的研究方法。

第2章 创业导向及其维度研究

2.1 创业导向研究

创业导向是什么？从何而来？是一种决策行为吗？如果是，这一行为的驱动力是来自于机会（机会观视角）还是资源（资源观视角）？它的操控者是创业者个人（认为创业导向属个体层面）还是创业企业（认同创业导向属公司层面）？如果是企业层面，那么关注的又是那一类企业呢？本节将围绕这样的逻辑对创业导向的研究作简单综述。

2.1.1 创业导向的定义

对创业导向（entrepreneurial orientation）的定义众说纷纭，没有统一。国外学者一般使用 Entrepreneurship (Baumol & Caves, 1993^[6])、Corporate Entrepreneurship (Zahra & Covin, 1995^[103]; Stopford & Baden-Fuller, 1994^[91])、Entrepreneurial Posture (Kickul & Gundry, 2000^[52])、Entrepreneurial Strategic Posture (Covin & Slevin, 1989^[16], 2006, 2007)、Entrepreneurial Orientation (Lumpkin & Dess, 1996^[56]) 等来表达。而国内学者则采用创业导向（薛红志, 2005^[126]；蔡莉、肖坚石和赵镝, 2008^[107]）、企业家精神（陈忠卫, 2009）、企业家导向（何倩、魏泽龙、李垣, 2007^[114]）等术语。

虽然术语不尽相同，但表达的意义却大同小异。为了澄清术语的混淆，Lumpkin 和 Dess (1996: 136)^[56] 把创业 (entrepreneurship) 与创业导向 (entrepreneurial orientation) 进行了区分。两者的差异，类似于 Bourgeois (1980)^[8] 在战略管理文献中提及的内容 (Content) 与程序 (Process) 的区别，即创业是指新进入行为 (内容 content)，关注“是什么” (what) 的问题，比如进入新市场或为已有市场提供新产品/服务等，阐述的是企业的事业范围、产品与市场及资源的部署等事宜；而创业导向是指这种行为如何操作 (程序 process)，解决的是“怎么做” (how)，关注导致新进入行为所关联的程序、实务与决策活动。这类似于 Jarillo (1990) 提出的创业管理概念，都反映了组织程序、方法和形式 Lumpkin (1996: 139)^[56]；比如创业者主动把握新产品市场机会，进行承担风险性的投资等。它包含了决策者的进入意图和行为，因为这一新进入机会往往可以通过“目的性行为”来把握 (Van de Ven & Poole, 1995^[92])。简言之，创业是静态的元素组成，创业导向则侧重动态的过程。

2.1.2 创业导向的来源

事实上，追根溯源，创业导向源于战略选择视角 (Child, 1972)。早在1973年，Mintzberg (1973: 45 & 49)^[71] 就提出的三种战略制定模式 (strategic-making mode)，

分别是创业模式 (entrepreneurial mode)、适应模式 (adaptive mode) 和计划模式 (planning mode)；认为创业模式是为了追逐机会而发起的前瞻性的、大胆的一种决策模式。1978年，Miles & Snow^[62]在《组织战略、结构和方法》一文中区分了4种战略决策模式，即探索者 (Prospector)、防御者 (Defender)、分析者 (Analyzer) 和反应者 (Reactor)；认为探索者一种致力于发现和发掘新产品和新市场机会的企业。1982，Miller & Friensen^[66]研究了创新和风险承担在两类企业中的不同，这两类企业就是Covin & Slevin (1989: 77)^[16]所提出的提出是企业的总体竞争导向——战略态势 (strategic posture)，即创业型 (entrepreneurial firm) 和保守型 (conservative firm) 企业；前者的战略决策和运营管理都呈现出“创业”特点。那么可以看出，这类企业的战略导向大体类似于Miles & Snow (1978^[62]) 所说的探索者 (prospector firm) 和 Mintzberg (1973: 45)^[71] 所说的创业企业战略制定模式相似 (见图2.1)⁴。虽然以上研究的侧重点不同，但都包含着创业导向的模式 (李乾文，2006^[121])。至此，创业导向在战略管理领域中初现端倪。

创业型的战略决策过程是某些组织表现出的一种重要的战略决策模式。Dess (1997) 年曾使用创业型的战略决策 (Entrepreneurial strategy making)，但 Lumpkin 和 Dess (1996)^[56] 使用的创业导向 (Entrepreneurial orientation) 则得到了较广泛的认同。(李乾文，2006^[121])

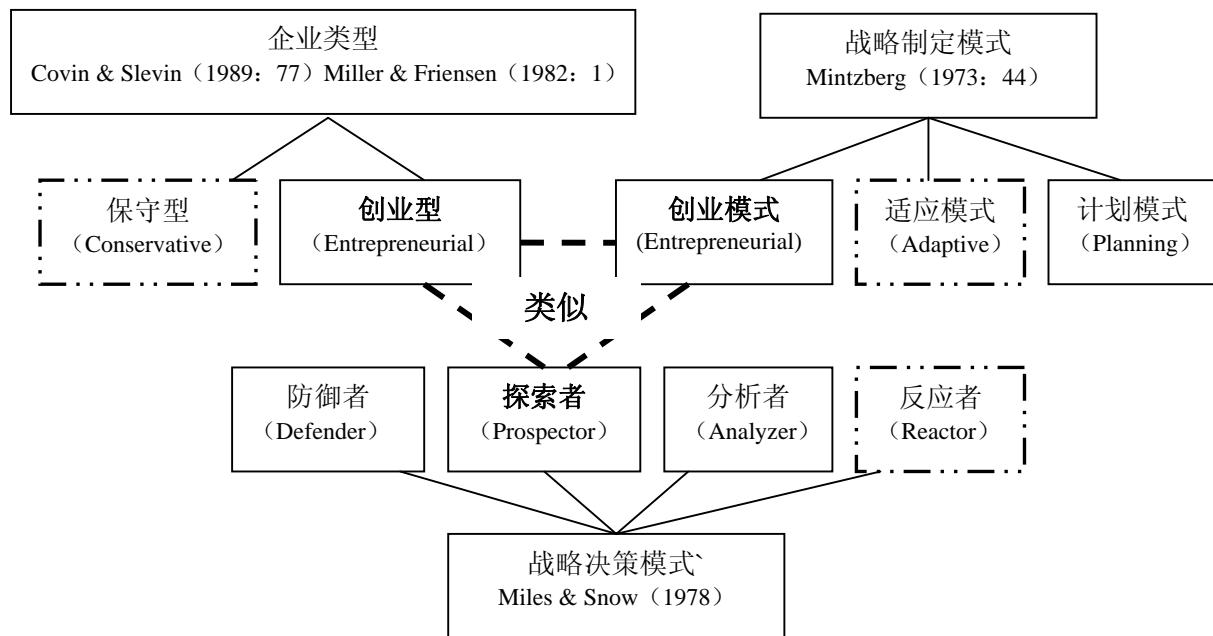


图2.1 三个模型对创业导向的研究

资料来源：作者根据Covin & Slevin (1989: 77)、Miller & Friensen (1982)，Mintzberg (1973: 44) 及Miles & Snow (1978) 文章整理形成。

⁴ 对应地，保守型 (conservative firm)、适应模式 (adaptive mode) 和反应者 (Reactor) 同属一类。

2.1.3 基于研究层面的创业导向研究

Lumpkin & Dess (1996: 138)^[56]曾指出：在研究创业导向时，对研究层面 (level of analysis) 的考虑是非常重要的。正如前面所说的那样，创业导向是一种战略决策 (如何操作)。那么，任何决策必有其决策主体，而这一决策主体是“人”还是“组织”？对这一问题的认识催生大批学者从个体和企业这两个不同的研究层面对创业导向展开研究。

在早期，学术界创业导向以个体层面的研究居多。从心理学上，学者们将创业导向界定为创业者共有的人格倾向，如风险承担 (Begley & Boyd, 1987^[7])、成就动机 (McClelland, 1976^[58]) 和内部控制 (Brockhaus & Horwitz, 1986^[10]) 等，认为这些特质是经济增长的“星星之火” (Berger, 1991)。也有从社会特性来阐述创业特征，比如将新企业视为像孩子一样，新进入类似于移民 (Bird, 1989)。这种观点源于对战略决策主体——“人”的强调。因为个人动机不同，企业追求也不同。也就是说，组织的创立者和管理者对企业行为影响很大。确实，例如，在“吸引—选择—磨合”式的组织中，创立者会选择那些与他们分享价值观的人。新人也会选择与自己价值观相符的组织 (Schneider, Goldstein & Smith, 1995^[84])。正所谓“志同而道合”、“物以类聚，人以群分”。这样一来，创立者的价值观就在组织文化中扩散和传承，极大地影响着企业文化，甚至可以说是组织文化的源头。这样的结果是，新组织中不论是组织结构还是制定的战略都会多少带有个人倾向。那么，认为个人特质将影响组织的创业导向 (Lumpkin & Erdogan, 2000) 似乎也就顺理成章。

尽管创业者对企业至关重要，但正如Low & MacMillan^[53]在《创业的过去与将来》一文中所指出的那样，仅关注创业者的研究是令人失望的。最终支配创业的是企业而不是个人，因为只有企业才能为创新投入更多资源 (Schumpeter, 1942)。近20年来，创业研究的重心已经从以往聚焦于创业者 (个人) 转向关注企业创建过程以及新企业成长 (Gartner, 1989^[30]; Bygrave & Hofer, 1991^[13]; Cunningham & Liseheron, 1991^[20]; Covin & Slevin, 1991^[18]; Hernandez, 1995^[36]; Wiklund, 1999: 37^[96]; Fayolle, 2000)。其中，Lumpkin & Dess (1996: 138)^[56]明确指出新进入 (new entry) 作为一种重要的创业行为 (Covin & Slevin, 1991^[18]; Alexandrova^[1], 2004)，主要是企业层面现象 (Khandwalla, 1977^[46]/1987)。Miller (1983^[23]) 提出的三个创业维度，即创新性、前瞻性和风险承担性，也正体现了是创业过程而不是其背后的创业角色 (Wiklund, 1999: 38;)^[96]才是被关注的焦点。其他一些学者 (例如，Khandwalla, 1977^[46]/1987; Miller, 1983^[23]; Burgelman, 1984^[12]; Jennings & Lumpkin, 1989, Slevin & Covin, 1990; Stevenson & Jarillo, 1990^[90]; Barringer & Bluedorn, 1999: 422^[5]) 也认同这种“企业行为”观点。

的确，什么人在创业并不重要，重要的是创业过程本身 (Aloulou^[2], Lyon & Cerag,

2005: 24)。创业效果属企业层面现象已得到论证 (Covin & Slevin, 1991^[18]: 8; 郑馨, 2007^[134])。

2.1.4 基于研究视角的创业导向研究

对创业导向的研究中,学者们的研究视角 (perspective) 不尽相同,但是较有影响的是基于机会的观点、资源基础观以及两者的结合。

2.1.4.1 机会研究视角

早在 1970 年, Drucker (1970: 10)^[76]就提出创业需要的是能够把握机会的人而不是解决问题的人。后来, Mintzberg (1973: 45)^[71]在阐述战略制定模式之一的创业模式特点时,也指出创业导向 (strategy-making) 受机会搜寻所驱动。Bygrave and Hofer (1991) 认为创业导向 (entrepreneurship) 是发现机会的行为、活动和为开发机会而创建组织。其他一些学者 (如 Stevenson & Gumpert, 1985^[89]; Stevenson, 1988; Stevenson & Jarillo, 1990^[90]; Bygrave & Hofer, 1991^[13]; Shane & Venkataraman, 2000^[86]) 也认为追求机会是创业导向 (entrepreneurship) 的一个重要内容 (Wassim Aloulou, 2005^[2])。

没错! 我们很容易在现实中找到机会创业的佐证。1975 年 2 月, 刚念完二年级课程的比尔·盖茨因为认识到软件发展机遇, 放弃学业, 建立了当时名不见经传的微软公司, 却成就了当今全球最大的软件公司; 杨致远感受到互联网的机会, 停止研究生学业, 创办了全球第一门户搜索网站——雅虎公司。这样的例子在国内也比比皆是, 张朝阳从美国回到国内创建了门户网站搜狐, 李彦宏推出了以百度为品牌的中文搜索引擎等等, 都同样都是因为机会⁵。 “数据会说话”! 《全球创业观察中国报告 (2007)》显示: 2002 年, 中国的创业类型结构是生存型创业占 60%, 机会型创业占 40%。弹指一挥间, 这组数字在 2007 年分别为生存型创业占 39.6%, 机会型创业占 60.4%。这标志着中国创业活动在向机会型创业发展, 而且这样的转变基本得到确立。⁶这又是对机会观点的有力支撑。

2.1.4.2 资源基础观研究视角

“巧妇难为无米之炊”⁷, 资源于企业何等重要! 1959 年, 霍普金斯大学的英籍女学者彭罗斯^[128] (Penrose) 在专著《企业成长理论》(The Theory of the growth of the Firm) 上指出资源是企业的增长动力和源泉。文章将企业定义成为一组资源的集合, 并对资源与能力作了区分; 认为企业的成长包括了企业在开拓现有资源和发展新资源之间的

⁵ 江苏省中小企业金湖网, 2008-09-25.

⁶ 机会型创业一般是指创业者通过发现或创造新的市场机会, 为追求更大发展空间而选择创业的形态。

⁷ 出处: 宋·陆游《老学庵笔记》卷三: “晏景初尚书, 请僧住院, 僧辞以穷陋不可为。景初曰: ‘高才固易耳。’僧曰: ‘巧妇安能作无面汤饼乎? ’”

平衡（在 working paper 中）。该两个观点对资源基础观的战略理论作出重要贡献。1984 年，Wernerfelt^[95]《企业的资源基础论》（A resource-based view of the firm）的发表意味着资源基础论的诞生。

Barney (1991)^[4]将独特的资源作为企业竞争优势的来源进行分析。Covin & Slevin (1991: 15)^[18]认为创业导向（posture）是耗费资源的（Romanelli, 1987），拥有富足资源的组织有更强的能力去从事创业行为。例如，科技人员比重高的企业要比比重低的企业更有能力实现创新。也就是说，原有资源基础是创业的重要元素之一。至此，资源基础观的战略理论在创业研究中的主要基调确定了。

可以看到，资源基础观的研究一般是针对于成熟企业的，但其实早期的资源观研究已承认创业是资源基础观研究框架中的一个复杂的部分（Rumelt, 1987^[83]；Conner, 1991；朱仁宏和陈灿, 2005^[135]）。近来，国内学者也开始这方面的探索。蔡莉、肖坚石和赵镝（2008^[107]）从资源视角论证创业导向对资源利用的关系时正是以新企业为对象。

2.1.4.3 机会和资源基础观相结合的研究视角

虽然机会观与资源观是研究创业导向的两个不同视角，但两者并不对立。Hitt et al. (2001: 480)^[61]结合这两个视角，提出创业行为是创造新资源或者整合现有资源以开发或销售新产品、打入新市场、提供新服务或吸引新顾客。同样地，Wiklund (1998b: 2)^[97]认为创业导向（entrepreneurship）是企业以能对市场产生影响的方式进行新资源整合从而把握机会。Aloulou^[2] (2005: 24) 提及的“利用机会和整合新资源的过程是受创业导向”与该观点一致。

2.1.5 基于研究对象的创业导向研究

2.1.5.1 创业导向研究多以家族企业为对象

在创业研究中，出现不少文章（Zahra, Hayton & Salvato, 2004^[104]；Lucia Naldi, Mattias Nordqvist, Karin Sjöberg, Johan Wiklund, 2007^[54]；储小平和李怀祖, 2002^[110]；蒋铁柱, 2006^[117]；王林, 2007 等）以家族企业为对象，其中不乏（李新春, 2008）是对创业导向的研究。

在西方发达国家，家族企业是主流的企业组织形式。美国 90% 的企业由家族控制，据美国《商业周刊》调查显示，在标准普尔 500 指数的成分股公司当中，有 177 家属于家族企业。英国大公司中 76% 是家族企业；德国家庭企业比重达八成；澳大利亚 80% 的非上市公司是由家族控制的。在亚洲，家族企业也占据了相当的比重。韩国家族企业比例为 48.2%；泰国的五大金融集团都是家族企业，总产值占 GDP 的 50%；在印度，

500 家大公司有 75% 由家族控制。拉丁美洲家族企业占所有私人公司的 80%~90%。在中国，九成以上民营企业为家族企业⁸。

从而可见，家族企业在企业总数中占绝大多数。同样地，它在创业企业中也举足轻重。那么，把家族企业的研究研究透了，也就明了了多数创业企业的情况。也就是说，家族企业的研究结果对创业企业的情况是具有代表性和说服力的。这样，学者们频频以家族企业为研究对象也就不足为奇。

2.1.5.2 创业导向研究多以成熟企业为对象

尽管目前对新企业与成熟企业的界限到底是根据雇员人数还是投资额，抑或是企业年龄来判断尚无定论，哪怕是其中最易于操作的根据年龄判定新老的方法，学界对其年龄界限也未形成共识，从 3 年半（GEM 报告等）到 12 年（Haiyang Li, 2001; McDougall & Robinson, 1990^[59]; Zahra, 1993^[101]; 林嵩, 2005）不等均有文章认同（后面将详细讨论）。

《全球创业观察报告》（GEM, Global Entrepreneurship Monitor）把 3 个月到 42 个月的企业称为新企业，《2008 年度居民创业状况调查报告》⁹中国英国商会创业及创新奖评选委员会等都沿用这样的时间界定（安海婷致词）。Covin & Slevin (1989: 78)^[16]则同意 Pickle & Abrahamson (1976^[77]) 在《小企业管理》（Small Business Management）专著中的“经营年限超过 5 年的企业已经度过了最重要时期；它们属成熟企业而不是新企业”一说。而“8 年之说”的支持者 (McDougall & Robinson, 1990^[59]; Biggadike, 1979^[79]) 给出的理由是，成立时间少于 8 年的企业具有很强的不稳定性。而 10 年呢？Shepherd (1999) 认为企业成立 10 年以上才可获得稳定的企业绩效。Bantel & Ettington (1994) 的界定似乎更加模糊，他们认为 5 至 12 年的企业是成年企业（adolescent），但还算不上是成熟（mature）企业，因为这些企业虽已度过死亡率很高的时期，但也不像其它企业那么稳定。由此可见，学术界在这一问题上同样出现“丛林现象”¹⁰。但退一步讲，按照 10 年以上为成熟企业的界定，那在创业、创业导向的相关研究中，以成熟企业为对象（如姜彦福, 2005）就已占很大比重；若按照少于 10 年的年龄边界看，则这一比重将更大。即新企受到的关注没有成熟企业多。

这一现象首要的原因可能在于，成熟企业具有更强的稳定性，更便于揭示规律，也更能体现企业的一般特性，所以更受学者青睐；而新企业以其高出生率伴高死亡

⁸ 《中国民营企业发展报告 2007》，黄孟复，社会科学文献出版社，2008.

⁹ 《青年报》朱文娟记者。

¹⁰ 二战以后，研究管理理论的各种学派呈现了“百家争鸣、百花齐放”的繁荣景象。美国管理学家哈罗德·孔茨形象地称之为管理理论丛林。后来，人们常把对某一概念众说纷纭的现象成为“丛林现象”

率“来也匆匆，去也匆匆”的不稳定局面让研究工作显得困难。另外，从研究工作的开展方面看，数据的获取难度可能也是原因之一。研究中常涉及到问卷填写，这一工作本身往往会因为耗费时间以及填写人对企业信息泄露的担忧而遭到拒绝，造成回收的困难。为了提高回收率从而保证问卷的数量，研究人员不得不通过各种“关系”获得受访者的支持，这样就会导致一个问题：调研的随机性是具有一定的“选择性”的，即“选择”那些与研究者有“关系”的企业。那么，成熟企业拥有更强大的社会网络，比新企业更容易进入到这个“关系圈”，相应地，更容易进入研究的数据取样范围。在中国，调研并不像国外可以通过企业黄页、官方数据库等渠道获取数据，那么，“更多关注老企业，极少研究新企业”的现象更为显著。

尽管研究新企业有一定的难度，但新企业目前的情况还是引起了学术界的关注。企业无法生存又何言发展？对新企业的关注正如科学家们对人类起源的研究一样重要，它有助于揭示那些在成熟企业身上无法看清的机理。

2.2 创业导向维度研究

在创业研究中，维度划分一直是个争议较大的议题。学术界对创业导向是多维的还是单维的（维度规模）以及创业导向含有几个维度（维度数）尚未形成共识。

2.2.1 创业导向维度规模研究

1983年，Miller D.^[23]在《The correlates of entrepreneurship in three types of firms》一文中（p771）指出，创业企业是指那些从事产品—市场创新，承担一定程度风险并首先以“前瞻性”的创新行为将竞争对手击垮的企业（即同时具备3方面特征）。反之，那些不创新、不承担风险、模仿竞争对手行为而不是以领导者的身份出现的企业则为非创业企业。同时，他通过144个企业数据质疑了文章开头假定的创业导向是个多维的概念（Toulouse, 1980; Kets de Vries, 1977^[45]），得出结论为，创业导向虽含有三个子维度（创新性、风险承担性和前瞻性），但由于其三个子维度的变化方向是一致的（共变的）、相互联系的（在simple firms和planning firms中的两组系数分别为0.74, 0.74, 0.72和0.70, 0.68, 0.72）（p788），所以，创业导向是单维的，可以将三个子维度合起来应用（aggregate）。随后，Covin 和 Slevin（1988^[17], 1989^[16]）认同并继承了Miller的这些观点。他们采用来自美国西部宾夕法尼亚25个行业（主要是制造业）161家涉足单一行业且至少经营5年、平均员工数为73之间的独立企业（1996: 137）再次证明创业导向的单维度性。同样地，Frese, Brantjes & Hoorn（2002）以87个企业为有效样本通过探测性因子分析，得到创业导向为单维度结构的结论。

以上的观点把创业导向看成是由三个子维度组成的单维度结构，它意味着：仅当这三个子维度同时都具备时，该企业才能称为创业企业。对此，Lumpkin 和 Dess 认为，有些创业企业在新进入过程中只具备其中的某几种特性，那样的定义将无法涵盖一些创业企业。为说明此观点，他们拿创业导向与绩效关系来举例：风险承担性与绩效是曲线关系，而创新性与之却为正相关，同为创业导向的子维度，两者相互关系（曲线与正相关）却并不一致；另外，环境敌对性对前瞻性与绩效关系起正调节作用，而对创业导向与绩效关系却为负调节作用，总体（创业导向）与局部（子维度）的关系（一正一负）甚至相悖。Kreiser, Marino & Weaver (2002^[48])、Rauch et al. (2004^[78])、Richard et al. (2004^[81])、Stetz et al. (2000^[88])、Hunter & Schmidt (1990^[38]) 等学者也通过实证研究证明了创业导向各维度是可以独立变化的。

尽管任何社会科学理论都是一般性、准确性和简洁性的统一 (Weick, 1979^[94])，单维度确实在简洁性上比多维度更胜一筹，不过无法否认的是，每个维度只能描述创业现象的一个方面 (Gartner, 1985: 697; Kreiser, Marino & Weaver, 2002^[48])，单维度观点掩饰了每一个子维度对变量的贡献，是不清晰的。

无论创业导向是单维的还是多维的，都必须共同面对一个同样给研究带来不便 (Lumpkin & Dess, 1996: 135)^[56] 的问题，那就是创业导向包含几个维度/子维度¹¹（下面称为维度）？具体是什么？

作者根据部分学者在研究时所使用的创业导向维度情况整理了图 2.2，可以看到“风险承担性” (risk-taking 或 venturing)、“创新性” (innovativeness)、“前瞻性” (proactiveness)、“竞争侵略性” (competitive aggressiveness)、“自主性” (autonomy)、“分析性” (analysis)、“柔性” (flexibility)、“集权性” (centralization)、“成长性” (growth) 等都曾作为维度出现过，不同学者对创业导向具体维度的观点大都是这些维度的不同组合，因此他们所认定的维度数从 1 个到 5 个不等。但其中，使用较为频繁的是创新性、风险承担性、前瞻性、竞争侵略性和自主性。可以说，这五个维度相对其它维度得到较多认同，尤其是前三个维度基本已得到共识，争议主要集中在是否包含竞争性和自主性。

所以，事实上，在创业导向维度问题上，以 Lumpkin 和 Dess 为代表和以 Covin 和 Slevin 为代表的两派学者的分歧除了前面所提到的共变性问题之外，就是这里所说的 3 维度还是 5 维度。而让人难以相信的是，这两种不同的观点，却是来自于对 Miller (1983: 780)^[23] “创业企业具有风险承担性、创新性和前瞻性。他们愿意接手高风

¹¹ “多维派”称之为维度；“单维派”称之为子维度。

险高回报项目并会大胆、积极地追踪机会。创业组织常常主动挑战竞争对手，也经常是新产品的市场领先者”一说的不同理解。

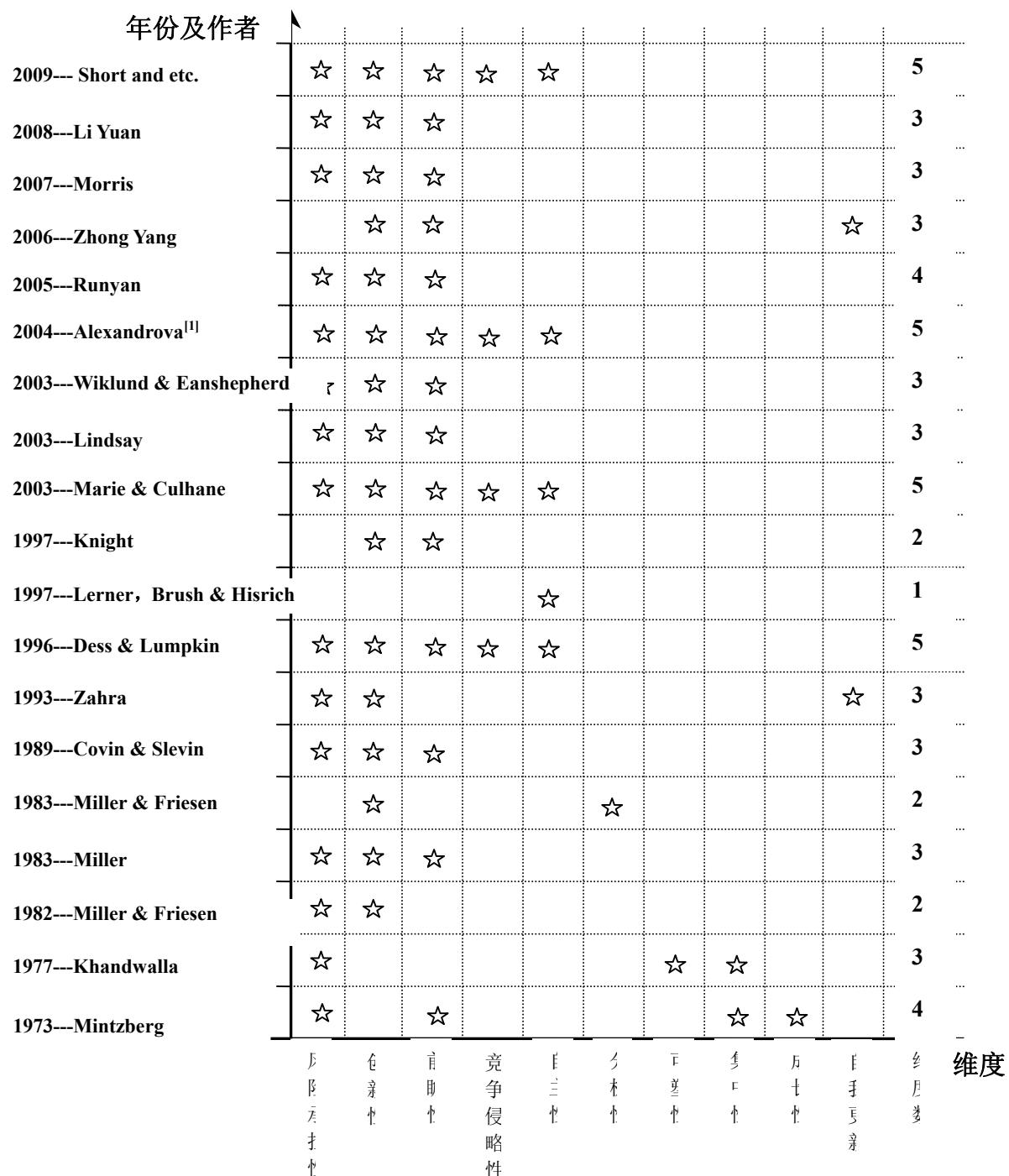


图 2.2 创业导向维度使用情况

来源：作者根据上述文献整理形成。

2.2.2 创业导向维度内涵研究

如上所言，创新性、风险承担性、前瞻性、竞争侵略性和自主性这五个维度目前在学术界使用较为频繁，对前三个维度的争议不大，异议主要集中在竞争侵略性和自主性。以下是对这五个方面的研究综述。

2.2.2.1 创新性 (innovativeness)

“创新”一词最早是由美国经济学家熊彼特在《经济发展理论》¹² (1912) 一书中提出的。后来，德鲁克在继承和发展的基础上，对创新的来源、特点、原则进行了深入的剖析（《创新与企业家精神》，1985），为创业学的研究奠定了基础。Covin & Miles (1989^[16]) 指出，创业不可能离开创新而存在。创新促进企业成长 (Short, Payne, Brigham, Lumpkin & Broberg, 2009^[87])。它反映了企业在熟悉的能力和实践外接受新想法、新事物、新尝试以及可能带来新产品、新服务或新技术的流程创造的倾向 (Shepherd & Wiklund, 2005^[24]; Lumpkin & Dess, 1996: 142^[56])。研发 (R & D) 是它的重要来源之一 (Neely & Hii, 1998^[73])。在这里，创新只包含了技术、产品—市场方面。本文认为，管理作为一种新的企业生产要素，应纳入创新性的考察范围。这里，将创新性定义为创业企业为了更好地成长而表现出的对各种新事物（新想法、新尝试等）的接受倾向。

2.2.2.2 风险承担性 (risk-taking)

“风险” (risk) 一词源自意大利古语 “riscare” 。它是指未来损失的不确定性 (Rosenb J. S., 1972; Crane F. G., 1984^[19])。创业作为一种商业活动，处在变化莫测的市场环境中，其未来结果难以准确预测，损失在所难免、随时可能发生。创业者与雇员的不同之处在于，他们甘愿冒这种不确定性和风险 (Cantillon, 1734)，这种担当我们称之为风险承担。风险承担性就是创业者对收益未知项目的承担倾向 (Li Yuan, 2008^[98])。Falbe & Larwood (1995^[27]) 的研究表明，创业家比非创业家在风险承担性上的得分高；另一项研究 (Heaton & Lucas, 2000^[35]) 则说，冒险者通常可以得到高于平均水平大约10%的回报。这一“风险与收益共存”的一般规律正是创业者、创业组织风险承担性的基础。

在创业组织中，风险承担性表现一般可以从组织在面对机会（项目选择）、日常工作及威胁（不确定环境）时的倾向上进行评估。

¹² 创新是指建立一种新的生产函数，也就是说，把一种从来没有过的关于生产要素和生产条件的“新组合”引入生产体系。包括：1) 开发新产品，或者改良原有产品；2) 使用新的生产方法；3) 发现新的市场；4) 发现新的原料或半成品；5) 创建新的产业组织。

2.2.2.3 前瞻性 (proactiveness)

早在1959年, Penrose就强调了前瞻性的重要性, 他指出有远见的创业者在创业过程中显得格外重要, 因为他们可以比别人先看到机会。Miller 和 Friesen (1978^[67]) 认为前瞻性是企业为适应环境变化而主动引进新的产品和技术。Venkatraman (1989^[93]) 将前瞻性定义为追求新机会, 一方面引进新产品和新品牌; 另一方面, 战略性地让那些早已成熟或处于生命周期后期的产品/生产线下马。在此基础上, Lumpkin & Dess于2001年提出“前瞻性是企业所具备的面对未来需求和改变市场环境的洞察力, 它是一个市场引领者远见卓识的特征”。通常, 一个极具前瞻性的企业常是市场中的“领导者” (leader); 反之, 毫无前瞻性的企业则必是“跟随者” (follower)。通俗地说, 前瞻性是反映企业是“目光短浅者”还是“颇具眼光者”的一个重要指标。

2.2.2.4 竞争侵略性 (competitive aggressiveness)

Miller (1983: 771)^[23]对创业企业这样描述: 它们致力于产品市场创新、承担风险性项目、提出“前瞻”的创新以击倒竞争对手。依据这一概念中的“以击倒竞争对手”, 竞争侵略性这一维度被提出来了。

但是, 有些学者 (Covin & Slevin) 认为前瞻性与竞争侵略性是等同的。比如 Covin and Slevin (1989a^[16], 1991^[18]) 虽然认同 Miller (1983^[23]) “创业导向以频繁和深入的技术创新和产品创新, 侵略性的竞争导向和高层管理人员强烈的风险承担性为特征”的说法, 但却认为具备前瞻性的企业与对手竞争时表现出的是竞争侵略性; 也将创业导向理解为竞争侵略性地和前瞻性地面对对手的倾向。再如 Knight (1997: 214)^[34]认为, 前瞻性是指以主动、积极 (aggressive) 的姿态来应对竞争对手。这里, 前瞻性与竞争积极性貌似相近、界限模糊。

基于此, Lumpkin 和 Dess 在《两个创业导向维度与绩效关系》 (Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance) 一文 (2001) 中指出, 虽然对企业间竞争的前瞻性判断是至关重要的, 但这并不代表我们可以弱化前瞻性与竞争侵略性这两个维度间的差异。文章通过 13 个行业 94 家企业数据验证了它们是不共变的、独立的、不同的, 应视为两个维度而不是一个。

本文认为, 前瞻性刻划的是企业对机会 (主动) 的反应, 而竞争侵略性则强调对威胁 (被动) 的反应; 前者是描述企业如何去与潜在对手 (假想敌) 争夺未来市场, 而后者则指与竞争对手如何争夺现有市场以在竞争中胜出。因此, 前者体现的是一种未雨绸缪的战略属性, 反映对未来可能出现情况的一种事先的战略部署, 而后者是与“活生生的”、现实的对手的“搏斗”中所表现出的“以强硬态度压倒对方”, 可以是“偷袭”或者直接“硬闯”竞争对手的“地盘”, 也就是Miller (1983^[23]) 在对创业

企业定义时所说的“新进入者通常需要与已有企业进行头碰头的激烈竞争”，比如以降价或者牺牲利润来抢占别人的市场份额（Venkatraman, 1989a^[93]）。这样从理论上看，前瞻性与竞争侵略性分别解释创业导向的两个不同方面。

假设1：竞争侵略性与前瞻性分别描述创业导向的两个方面。

2.2.2.5 自主性（autonomy）

自主性维度同竞争侵略性一样，是Lumpkin和Dess在继承Miller & Friesen (1982^[66]) 和Covin & Slevin (1989^[16]) 创业导向三个维度的基础上新提出的两个维度。正如Bird (1988) Katz 和 Gartner (1988^[31]) 提到的那样，新企业必须是可以根据自己的意愿去执行特定的行为以谋求发展，因为层层官僚和组织惯性不利于企业新进入（Kanter, 1983^[44]），所以新进入需要个人、团队和领导者都可以自由地为组织服务（Burgelman, 1983: 241^[12]）。因为人们只有思想独立了，一旦形成好的想法以后才有可能去保护、推广和实现它，而不是任由组织层级和条条框框所忽视、摒弃甚至扼杀；也只有这样，创业才得以健康发展下去。它是从独立性角度去解释创业导向的，与创新性、风险承担性、前瞻性、竞争侵略性不同。因此，提出

假设2：自主性从另一方面（除创新性、风险承担性、前瞻性、竞争侵略性外）对创业导向进行解释。

2.2.3 创业导向维度度量

2.2.3.1 创业导向经典量表

尽管创新性、风险承担性、前瞻性、竞争侵略性和自主性维度相对得到较大认可，但是由于大家对各自的定义有所不同，所以在维度的具体条目设计上还是存在一定的分歧。不过，幸运的是，通过总结各量表的使用情况（见表2.1）可以看出由Khandwalla (1977^[46]) 开发，后经Miller & Friesen (1982^[66]) 和Covin & Slevin (1989^[16]) 修改的量表是目前最为广泛应用的三维度量表（Kreiser Marino & Weaver, 2002: 71）^[48]；其次则属在此基础上修改的Lumpkin & Dess (2001) 五维度量，本文称其为“经典量表”。

表2.1 部分文献的量表使用情况

A & T	Khandwalla		Miller & F			C & S			L & D			其它		
	1976	1977	1983	1980	1982	1983	1984	1986	1988	1989	1991	1996	1997	2001
1977 Khandwalla	✓													
1982 M & F				✓										
1983 M & F				✓										
1988 C & S				✓			✓							
1989 Covin & Slevin	✓	✓		✓										
1991 Covin	✓	✓		✓										
1991 Miles			✓											
1993 Naman & Slevin	✓			✓			✓							
1995 Zahra & Covin	✓			✓										
1996 Barney and etc.														
1996 Kassiecih and etc.					✓									
1997 Knight			✓				✓							
1997 Lerner etc.														
1997 Lumpkin & Dess						✓								
1999 Wilkund						✓			✓					
2000 Lumpkin& Grdogan			✓	✓				✓		✓				
2000 Knight			✓				✓		✓					
2001 Lumpkin & Dess			✓	✓			✓		✓	✓ ^a				
2002 Marino								✓		✓				
2004 Alexandrova ^[1]											✓			
2004 Dickson							✓				✓		✓	
2005 Wilkund														
2005 Dirk De Clercq														
2006 Covin & Slevin, G	✓			✓			✓							
2007 Jin Tong Tang	✓			✓			✓							
2007 Morris								✓						
2008 Covin & Slevin, G	✓	✓		✓			✓			✓				

来源：作者根据上述文章中关于创业导向量表设计的叙述整理而成。

2.2.3.2 经典量表的演变

A: 1977年量表

1977年, Khandwalla^[46]在《组织设计》(The design of organizations)一书中提出创业导向包含创新性、可塑性、集权性,并开发了量表。其中,创新量表成为测量创新性的经典度量。但是这里的创新仅指产品/服务创新情况,即产品生产线(product lines)、产品设计(designs)和所提供的服务(services)上的创新,而没有包括技术和管理上的创新。本文认为,管理作为一种新的企业生产要素,应纳入创新性的考察范围(2.2.2.1)。

B: 从1977年到1982年量表变化

1982年, Miller & Friensen^[66]《Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic momentum》一文在承袭这一创新量表的基础上,增加了对创业导向的风险承担性测度,但并未认同可塑性、集权性作为创业导向维度。

尽管“集权性”一词也在文中出现,但它用于测量组织结构,与创新有关:集权不利于企业创造性地解决问题,分权却让资源更便于为创新项目服务(Thompson, 1969: 25)。而“分析性”一词则作为决策制定变量出现,同样与创新性有关。作者认为,当企业遇到问题时,越是刨根究底就越可能找到创新方案,也越可能发现和利用机会。

文章增加了风险承担性维度,因为作者认为创业模式是指企业大胆创新,并在他们的产品——市场战略中承担一定的风险,即风险承担是创业模式的一大特征,纳入创业导向维度。在他们的量表中,该维度从两个方面测定,即风险承担倾向性

(Risk-taking proclivity)和面对环境时的大胆作为(Environmental boldness),这一观点得到了后人的认可和发展。

C: 从1982年到1989年量表变化

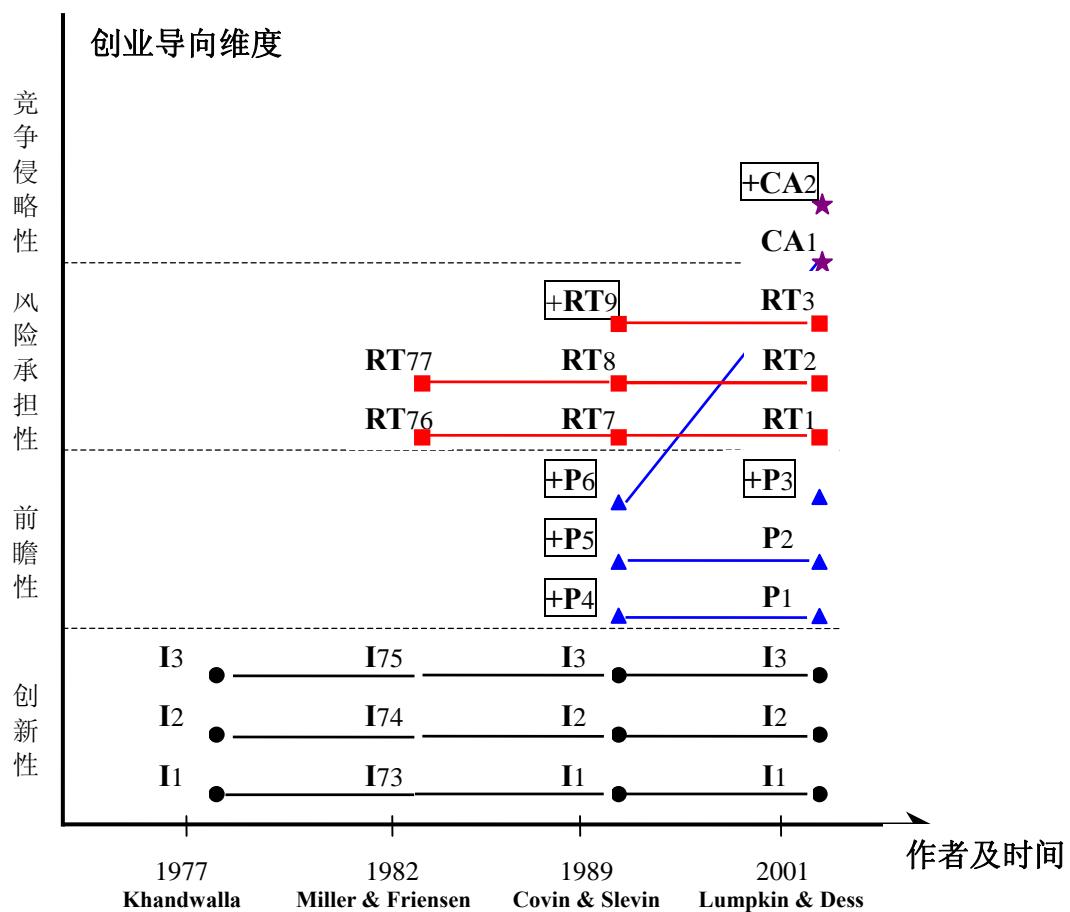
1989年, Covin & Slevin^[16]在认同Miller & Friensen创业导向单维度观点的基础上,保留了风险承担性的其中两个条目,增加了另一个;同时增加了前瞻性维度。

在保留的风险承担性两个条目中,他们作了小小的修正。强调风险承担倾向性来自高层管理人员(“请问在贵公司中,高层管理人员.....”);增加了决策制定类型(decision-making style)条目,这一修正得到了Lunmpkin & Dess (2001)的认同和验证,但是Marino (2002)却在他的研究中将之删除,因为该研究的样本因子分析显示这一条目与面对环境时的大胆作为有严重的交叉载荷,我们也将对这一问题进行检验。在前瞻性量表中, Covin & Slevin从新技术(New techniques)、竞争行为(Competitive actions)和竞争姿态(Competitive posture)三方面设计问题。

D: 从1989年到2001年量表变化

2001年,五维度的代表者 Lunmpkin & Dess 对量表作了较大修改,从而与 Covin & Slevin 在创业导向问题上再持不同观点。他们认为竞争姿态(Competitive posture)描

述的是企业面对威胁而不是机会时的姿态（领导还是跟随），因此将这一条目从原来（Covin & Slevin, 1989^[16]）用于对前瞻性的测量换成是对竞争侵略性的测量（见前面论述），另外增加了面对竞争的态度（强硬、有意还是置之不理）条目，两者一起测定竞争侵略性。而在前瞻性测量方面，增加了对为未来行动倾向（Tendency to Act in future）条目，这样“一减一增”（减：竞争姿态，Competitive posture；增：对未来行动的倾向，Tendency to Act in future），仍为三条目，即新技术（New techniques）、竞争行为（Competitive actions）和对未来行动的倾向（Tendency to Act in future）。以上论述，详见图



资料来源：作者根据 Khandwalla (1977)、Milles & Friensen (1982)、Covin & Slevin (1989:P86,2008:P376)、Lumpkin & Dess (2001) 文章整理形成。

注：Lumpkin & Dess (2001) 未给出自主性量表；

画框表示新增条目；

直线表示条目发展过程（详见 2.2.4.2 叙述）；

I (Innovation)：创新性；

RT (Risk-taking)：风险承担性；

P (Proactiveness)：前瞻性；

CA (Competitive Aggressiveness)：竞争侵略性。

图2.3 经典量表的发展简图

表2.2 经典量表条目发展中的六处变化详解

Items	Khandwalla (1977)	Milles & Friensen (1982)	Covin & Slevin (1989:P86,2008:P376)	Lumpkin & Dess (2001)	Marino (2002:P94)
条目数[维度数]	9[3]	5[2]	9[3]	11 (4)	8[3]
Product lines	I-1	I-74	I-2	I (86, 89a)	I-2
Product changes	I-2	I-75	I-3	I (86, 89a)	I-3
R & D leadership	I-3	I-73	I-1	I (86, 89a)	I-1
New techniques			P-5	P (86)	P-5
Competitive actions			P-4	P (86)	P-4
Tendency to Act in future			P		
Competitive posture		P-6	CA (89a)		P-6
Effort			CA		
Risk-taking proclivity		RT-76	RT-7	RT (86, 89a)	RT -7
Environmental boldness		RT-77	T-8	RT (86, 89a)	RT -8
Decision-making style			RT-9	RT (86, 89a)	明 显 的 交 叉 载 荷, 删 除

资料来源：作者根据 Khandwalla (1977)、Milles & Friensen (1982)、Covin & Slevin (1989:P86,2008:P376)、Lumpkin & Dess (2001) 及 Marino (2002:P94) 整理形成。

2.3 本章小结

追根溯源，创业导向源于战略选择视角，是一种战略选择模式。目前，学界对创业导向的定义众说纷纭，使用术语不尽相同，没有统一。Lumpkin 和 Dess 对创业与创业导向进行了区分，在一定程度上澄清了两者差异。从研究层面上看，近 20 年来，创业研究的重心已经从以往聚焦于创业者（个人）转向关注企业创建过程以及新企业成长。从研究视角上看，基于机会的观点、资源基础观以及该二者结合的视角在研究中较为流行。从创业导向研究对象上看，多以家族企业、成熟企业为对象。

创业导向维度规模和维度数同样是争议较大的议题。在具体的维度上，创新性、风险承担性、前瞻性、竞争侵略性和自主性这五个维度相对其它维度得到较多认同，尤其是前三个维度基本已得到共识，争议主要集中在是否包含竞争性和自主性。相应地，量表度量方面，由Khandwalla (1977^[46]) 开发，后经Miller & Friesen (1982^[66]) 和 Covin & Slevin(1989^[16]) 修改的量表是目前最为广泛应用的三维度量表(Kreiser Marino & Weaver, 2002: 71) ^[48]；其次则属在此基础上修改的Lumpkin & Dess (2001) 五维度量。本文倾向于支持后者。

第3章 中国新企业创业导向水平分析

3.1 企业生命周期理论

新企业之所谓“新”，是相对“老”而言。从新到老，由盛转衰，企业也像生物机体一样有它自己的生命年轮（Nelson, 1982; Winter, 1984），这就是企业生命周期的基本观点。理论界关于企业生命周期的研究始于上世纪 50 年代，繁荣于七八十年代，90 年代末出现了新的高潮，迄今为止，已有 20 余种生命周期模型问世（李柏洲, 2006）。其中最典型的是 Greiner 的成长阶段模型和 Ichak Adizes 的企业生命周期。

3.1.1 两个典型企业生命周期模型

1) Greiner 成长阶段模型

1972 年，Greiner E. L. 在《组织成长的演变和变革》一文中提出的成长阶段模型认为，组织成长发展有五个必经阶段（后来增加到六个），即创造阶段（creativity）、指令阶段（direction）、授权阶段（delegation）、协调与监督（co-ordination）阶段、协作阶段和外部组织解决方案阶段（collaboration，后增加）。其中，创造阶段是指组织诞生初期，它的特点是企业家精神培育、信息收集、艰苦创业以及低回报。这一阶段正是本文所关注的新企业所处的阶段。遗憾的是，文章没有给出直观地判断（比如各阶段的企业年龄界限）企业所在阶段的方法。但是，模型却体现了一个重要的观点，即随着组织的成长，规模是不断扩大的（见图 3.1）。这将抽象的阶段与直观的规模建立起了联系。那么，难以从企业年龄上识别出新企业的问题也许可以间接地从企业规模这一角度得到一点答案。

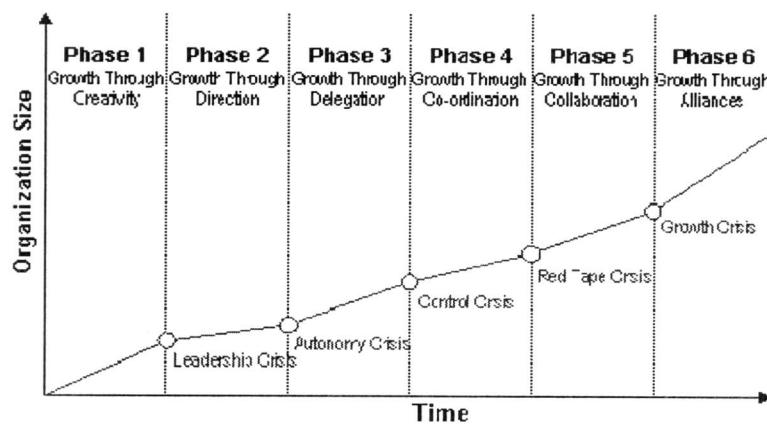


图 3.1 Greiner 企业成长模型

资料来源：<http://www.12manage.com>

2) Ichak Adizes 企业生命周期

1979 年，著名的管理学家 Ichak Adizes 根据灵活性和可控性的内部关系将企业生命周期分为 3 个阶段 10 个时期（见图 3.2）。即成长阶段、再生与成熟阶段和老化阶段。

其中，成长阶段包括孕育期（Courtship）、婴儿期（Infancy）和学步期（Go-Go），再生与成熟阶段包括青春期（Adolescence）、盛年期（Prime）稳定期（Stable）贵族期（Aristocracy），老化阶段则包含官僚化早期（Recrimination）、官僚期（Bureaucracy）和死亡期（Death）。

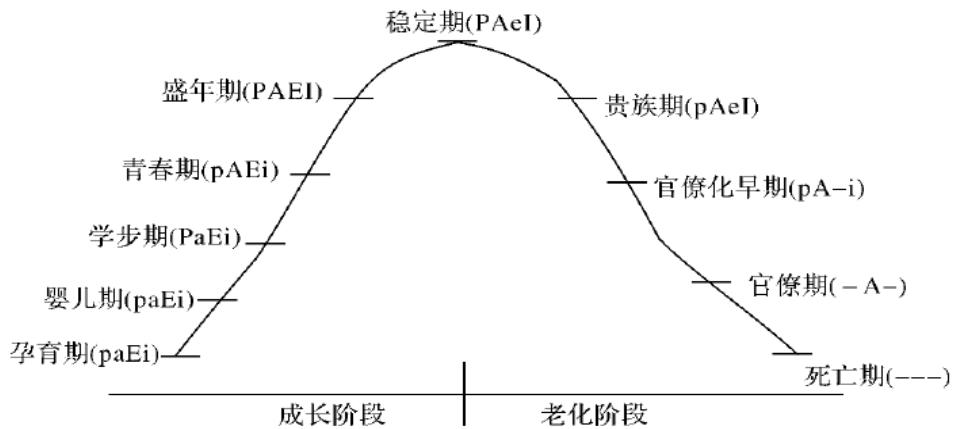


图 3.2 Ichak Adizes 企业生命周期图

资料来源：中国中小型高科技企业成长性评价

这里所说的成长阶段就是本文所要重点关注的。理论认为，企业在不同的时期具有不同的特征，关注的重点也不尽相同。在孕育期创业者的重心放在构思未来的可能性的判断上，制订雄心勃勃的计划；接着（婴儿期）创始人每天不停地工作，想自己干完所有的事。当组织处于学步期，创业者相信自己做什么都是对的，因为所有的事情在他们眼里全是机会。值得一提的是，在整个成长阶段阶段，创业者更愿意按照个人而不是职能来组织企业。因此，绝大部分决策出自他们而不是组织判断。

模型的另一重要的观点是，随着生命周期的演进，灵活性（flexibility）下降，而企业的可控性（control）一直增高，到官僚期达到顶峰，随后开始下降，企业进入衰亡。但是，商业组织不一定像生物那样必定经历老化和灭亡。它们有可能达到并长期保持巅峰状态，但也有可能在较长的一段时间内停滞不前。这对下文将提到的新企业界定有重要意义。

3.1.2 新企业界定

创业导向创新维度经典量中，我们发现 Miller & Friensen (1982^[67]) 这样提问“请问贵公司在过去 5 年中……”，而 Marino (2002) 则将对受访者的提问则改为“请问贵公司在过去 3 年中……”。仔细研读发现，前者的研究以成熟企业为对象，选取的是平均雇员数为 2270 的样本企业，所以使用“5 年”；而后者的研究对象则为中小企业，采用平均雇员数为 30 至 65 的企业数据，故使用“3 年”。由此可见，研究对象新老程度不同时，所设计的问卷以及所选取的企业样本是有所区别的。由于本文的研究对象为新企业，因此，找到与研究匹配的新企业数据就成为本文关注的一大重点。

但是，正如前面说过的那样，学术界在新老企业界限问题上争议很大，难以形成共识。所以，单纯靠本来就存在分歧的年龄标准来判定所调研企业是否属于新企业是难以令人信服的。上面的 Greiner 理论启发本文，从企业规模的角度去探寻这一问题也许可行，但是有一定的逻辑缺陷。因为新企业多为中小企业（据 Greiner 理论），但是中小企业中不乏有成立多年但是没有发展或者发展不大的老企业（据 Ichak Adizes 理论）。

于是，本文将首先用“规模”去识别大部分的新企业（如图 3.3，SM 部分），然后排除其中不为新企业的中小企业（如图 3.3，SMO 部分）。这样，模糊的年龄标准对问题解决的影响就缩小了（由原来的 N 部分缩小为 SMO 部分）。

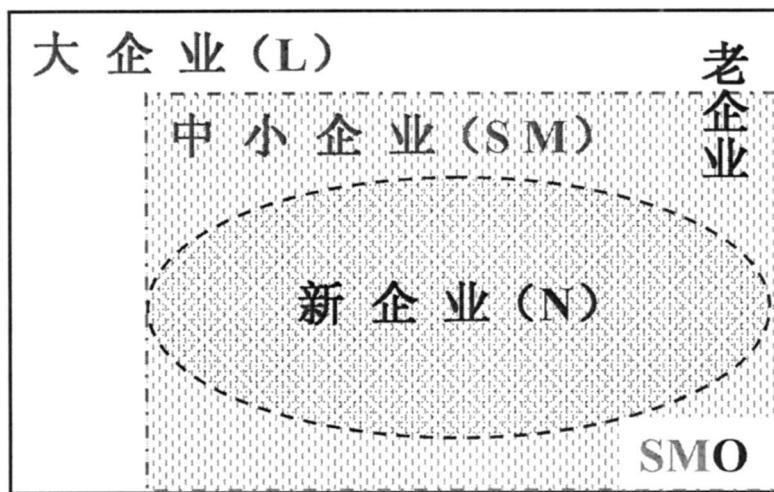


图 3.3 按规模及年龄划分企业结果示意图

1) 用规模标准识别出中小企业

基于 Greiner 企业成长模型中的“年龄与规模正相关”假设，本文认为企业与生物体一样，一般情况下，新企业具有较小的规模，以中小企业为主；当然不排除有“巨婴”企业的存在，但是这种情况比较少见，在本文研究中忽略不计。

谈到中小企业，Marchesnay & Julien(1990^[57]) 说“小即是美(small is beautiful)”。事实上，何谓“小”与何谓“美”一样，各有各的标准。对中小企业的界定，国际上一般根据实收资本、企业职工人数和一定时期（通常为一年）的经营额来判定。美国一般把雇员不超过 500 人、营业额不超过 600 万美元的企业称为中小企业。英国博尔顿委员会最初把制造业、零售业、批发业、建筑业、采矿业、汽车业、服务业、公路运输业、饮食业等 9 个部门，规定为雇员不到 200 人为中小企业，后又改为不超过 100 人。也有人认为，符合下列三个条件中的两个就可以称为中小企业，即（1）营业额不超过 100 万英镑；（2）资产总负债不超过 70 万英镑；（3）平均每周雇员不超过 50 人。在加拿大，制造业年销售额低于 200 万加元、雇员少于 50 人的企业为中小企业；零售

业净销售额低于 100 万加元、雇员不足 50 人的企业为中小企业。在德国，工业部门中，职工人数在 500 人以下，年周转额在 1 亿马克以下的企业为中小企业；商业和其他服务性行业中，职工人数在 50 人以下，年周转额在 200 万马克以下的为中小企业。在意大利，虽无明确的法律规定，但统计上一般认为：企业雇员在 500 人及以上的视为大企业，雇员在 499 人及以下的则视为中小企业。法国政府则规定雇员 500 人以下的企业为中小企业。在日本，工业、矿业、运输业中，其资本额或出资额为 1 亿日元以下，经常雇用人员为 300 人以下的企业为中小企业；商业零售业、服务业资本额或出资额为 1000 万日元以下，经常雇用人员为 50 人以下的企业为中小企业；经营批发业 3000 万日元以下的公司，经常雇员 100 人以下的企业为中小企业。在韩国，雇佣人数在 300 人以下的制造业、矿业和运输业企业，200 人以下的建筑业企业，20 人以下的商业服务业企业，只要不是财阀所属企业，均可视为中小企业¹³。

在中国，根据《中华人民共和国中小企业促进法》规定，中小企业标准可依据企业职工人数、销售额或资产总额等指标来制定，具体情况如表 3.1 所示。根据这一界定，我国的中小企业户数比例为 99.14%，英国、法国为 99.8% 和 99.6%（根据其本国界定算得，下同），美国、日本、德国的中小企业户数比例也都在 99% 以上（见表 3.2）；中小企业销售收入比例为 67.63%，APEC 成员体中小企业销售收入比例一般在 60%~70% 之间；中小企业职工人数比例为 78.99%，APEC 成员体中小企业职工人数比例一般在 70%~80% 之间（见表 3.3）。

表 3.1 小企业分类标准

行业	界 定 标 准		
	(或) 职工数	(或) 销售额	(或) 资产总额
工业	2000 人以下	30000 万元以下	40000 万元以下
建筑业	3000 人以下	30000 万元以下	40000 万元以下
批发和零售业	零售业：500 人以下	15000 万元以下	
	批发业：200 人以下	30000 万元以下	
交通运输、邮政业	交通运输业：3000 人以下	30000 万元以下	
	邮政业：1000 人以下	30000 万元以下	
住宿和餐饮业	800 人以下	15000 万元 以下	

资料来源：根据《关于印发中小企业标准暂行规定的通知》，国经贸中小企【2003】143 号文件整理

¹³ 参考《我国中小企业界定标准》，中国中小企业研究（<http://www.sme2000.com.cn>）

表 3.2 中国与部分西方国家中小企业户数比例对比

国家	中国	英国	法国	美国	日本	德国
比例	99.14%	99.8%	99.6%	>99%	>99%	>99%

表 3.3 中国与 APEC 成员体关于中小企业销售收入比例、职工人数比例对比

地区	销售收入比例	职工人数比例
中国	67.63%	78.99%
APEC 成员体	60%~70% 之间	70%~80% 之间

与国际比较的结果显示，这一划定标准具有国际可比性，也充分考虑了我国国情。进一步地，在这一界定中的有三种标准可供选择。由于销售额和资产总额在调研中可能引起对方的心理防御（认为可能泄露重要的企业信息）从而影响其填写的准确性，所以本文采用企业职工数这一标准来识别。

2) 根据年龄剔除中小型老企业

根据规模来挑选新企业的方法确实是方便的、直观的，它已经解决了本文研究所需面对的“挑选企业”难题的大半，接下来只需要将“混进”中小企业中的老企业剔除就可以。正如前面所说，新旧企业的年龄界限在理论界一直是个争论不已的话题，从 3 年到 12 年不等均有支持者（前面已说过）。也正因为如此，本文才绕而用“规模”来处理该问题的大半。在众多的争议中，可以看到，应用较广的是在 3.5~10 年。到此，暂且认为界限值是在这一区间内。

从《商学院》杂志曾提到：在美国，40% 的创企业存活不到一年，2/3 以上的企业存活不到 5 年，仅有 25% 的企业生存了 8 年¹⁴。而《中国民营企业发展报告》蓝皮书统计结果显示：有 60% 的民企在 5 年内破产，有 85% 的在 10 年内消亡。《全球创业观察 2006》报告称中国的新企业成活率在 35 国中列第 12 位，美国列第 31 位。从大体上看，无论是中国还是美国，在成立 1~10 年期间，企业每年的死亡率大概在 5%。以这个数据推算，3 年即是约 50% 的企业倒闭的时刻，这接近蓝皮书“中国民企平均寿命只有 2.9 年”的统计结果；3.5 年意味着 45%-50% 的企业能存活到 3.5 年。若以 4 年为划分标准，因则表示有 60% 的企业已经在竞争中败北，而剩下的 40% 应该说已经度过“60 及格线”，而这及格线相当于是成熟的标志。所以，本文以 4 年来对中小企业进行新老区别。也许，有人说平均寿命才 2.9 年，4 年已经超过了平均年龄。这样的想法忽略了中国企业的特殊性。在中国，78 年才开始有了私营企业，最老的私营企业也才有

¹⁴ 创业邦网站 <http://news.cyzone.cn>，《如何确立你的创业基因》，2007-6-10

30岁，再加上新出生企业数量之大，这就拉低了平均年龄。

综上所述，本文对新企业的定义：一是，企业员工数量符合《中华人民共和国中小企业促进法》规定；二是，企业年龄一项答案为4年以下（即2005年2月至2009年2月创立）。

3) 对一个常受质疑问题的解释

在研究中，由于收集的样本都是来自现实存在的，活着的企业。所以，常有人指出，这样的调研只能反应“成功”新企业的情况，而不能解释一般企业（包括那些失败企业）。

事实上，因为调研是在一个点上发生的事件，根据“万物都是运动”的规律，我们知道在该点出现的状态是会随时空而改变的。在调研的当时尚存在的企业也许在你离开后的第二天步入衰退，在不超过4岁的某一天难逃破产的厄运。那么，可以说这一企业既是存活的，又是死亡的（将来），当然可以解释包括失败企业在内的一般企业规律，因为他本身既是成功的（调研当时），又是失败的（将来）。

3.2 中国企业创业导向情景分析

3.2.1 传统文化根植性

1) 引子一：“达娃之争”是深谋远虑还是背信弃义？

1996年，准备奋战全国市场的娃哈哈集团在上市未果的情况下，四处寻觅资金，最后与法国达能集团合作，并最终由对方持有51%的绝对控股地位。合作时，双方在《商标转让协议》中约定：“中方将来可以使用（娃哈哈）商标在其他产品的生产和销售上，但这些产品项目必须交由娃哈哈与其合营企业的董事会考虑”。这相当于说，娃哈哈使用自己的商标生产和销售产品，还要经过达能同意或者与其合资¹⁵。后来的“达娃之争”正源于此条文。1999年前后，宗庆后建立了一批与达能没有合资关系的公司（简称非合资公司），生产娃哈哈品牌的产品。达能方面认为，非合资公司都是宗庆后私自设立，大量股份被宗庆后和他的女儿和夫人持有。这些合资公司有89家，远远超过现有“合资公司”数量，并且都利用“娃哈哈”商标，严重影响了“合资公司”的经营业绩；并以此为由向宗庆后提出诉讼并欲以低价强行并购娃哈哈，同时利用舆论（绿卡门）、恫吓（偷税门）、法律（起诉）“三板斧”给予施加压力。至此，宗庆后才意识到这一个十年前就预设好的“圈套”，才恍然大悟：自己“待之以礼”的合作伙伴一开始便已抱有很大的“侵略野心”。

在该“达娃之争”事件中，有人“指出了达能的背信弃义”。西方的评论更倾向于对达能深谋远虑的赞赏。源于彼此文化对竞争的不同理解（3.3将详细介绍）。

¹⁵ 摘自人民网 2008-4-17 13:05:46

2) 引子二：助教诉苦，苦何在？

曾看过这样一则报道：中国女足瑞典籍助教皮娅，在接受瑞典报纸《Nerikes Allehanda》采访时诉苦“在中国最大的问题是无法适应中国的等级观念，不适应事事都要听从领导安排，事事都要通过多曼”¹⁶。这里，西方人眼里“无法令人忍受”的、“不平等”的“请示”现象，在国人看来是多么的“理所应当”。追根究底，就是西方自主文化与中国传统等级观差异所造成。西方自主足球队是一个组织，企业同样是组织，国内外企业中也会出现这样的差异现象。

3) 创业活动依托于民族文化

社会认知论的一般原理认为，人的行为活动不是完全由内部力量所驱动。人，是具有社会属性的动物，总是生存在一定的社会环境中，依托其民族文化背景而成长。文化影响个体，个体承载文化。

根据文化人类学的观点，“文化的体系不仅是行为的产物，也是为今后的行为创造条件的要素”（Kroeber & Kluckhohn^[49]），特定的民族文化“近乎顽固地一代又一代地传承下去（Hofstede, 1980a）^[37]，经过历史的积淀后内化为群体价值体系，通过家庭潜移默化、学校教学、组织团体活动等多种途径向个人渗透，从而影响个人价值体系。个人价值体系支配其决策行为，所以，带有民族文化色彩的价值观念会在个性及行为中表现出来。相应地，文化因素影响创业活动。人们在从事创业活动的过程中，也会表现出价值体系的文化背景。一方水土，一方文化。文化基础不同，组织成员的价值观也会不同，这种差异性将会影响到创业过程的方方面面。作为描述创业过程的创业导向也会相应地表现出这种区别。西方文化以基督教为基础；中国则以儒家思想为主流文化。基督文化崇尚民主、自我，推崇竞争、征服，而儒家文化以“礼”、“和”为核心价值观，两者各有特色。在国际理论界，创业导向的研究成果多以对西方文化为背景。本文则将从传统文化的视角来考察中国的创业导向情况。

3.2.2 转型经济背景

中国的经济改革，正在改变着这个千年古国，改变着世界经济的面貌和世界看待中国的眼光。西方经济学者们感叹：中国在无视西方经济学家们开出的处方的情况下，走出了一条独特的转型之路。（Blanchard, 1991; Sachs, 1992）独特的经营环境，对中国企业的战略决策和行为产生着至关重要的影响。（张映红，2005^[130]）

3.2.2.1 转型经济定义

根据青木昌彦和钱颖一（1994）的定义，转型过程由计划经济制度、转型过程以

¹⁶ 资料来源：体坛周报 2007-10-12 19:35；多曼斯基，2007.4-2007.10 中国女足国家队主教练

及后转型制度构成。转型经济是指那些正在进行经济体制改革，而其改革目标又是变集权的计划经济体制为市场经济体制的国家（华民，1998^[115]）。转型经济具有不稳定性、混合性、矛盾的特殊性等特征（梁文群、张永红，2005^[122]）。综上，简单地说，转型经济是指从计划经济体制向市场经济体制的经济转型过程（彭熠，2008^[123]）。

3.2.2.2 中国转型经济历史回顾

中国的转型经济大体上分为三个阶段（张映红，2005^[130]）：第一阶段是1978年至1984年的转型启动阶段。“如果现在再不实行改革，我们的现代化事业和社会主义事业就会被葬送。”邓小平一语道破改革的紧迫性和重要性。党第十一届中央委员会第三次全体会议作出把工作重点转移到社会主义现代化建设和实行改革开放等一系列重大决策，中国经济转型拉开帷幕。该阶段改革中心在农村。1978年12月，安徽省凤阳县小岗村18户农民代表联名签订了分田和包产到户的契约，此举成效显著，后得到邓小平同志热情的肯定。中央自从1982年起（到1986年），每年都发1号文件，稳定“联产承包责任制”，并将此推向全国农村并将土地承包期延长至15年以上¹⁷。城市方面的改革，深圳、珠海、汕头和厦门四个对外经济试办特区（后称经济特区），大连、秦皇岛、天津、烟台、青岛、连云港、南通、上海、宁波、温州、福州、广州、湛江、北海这14个沿海城市由北到南连成一线，成为中国对外开放的“14+4”前沿地带。企业层面上，以扩大经营自主权、放权让利为主。从生产经营计划、产品销售、产品价格、物资选购、资金使用、资产处置、机构设置、人事劳动管理方面落实企业经营自主权，并先后实施了“拨改贷”、“利改税”等措施以促进企业独立核算的意识。第二阶段，从1984年至1991年底，为经济转型和改革全面展开阶段，重心自农村转向城市¹⁸。这个阶段的改革强调“抓大放小”，以价格改革、工资改革为突破口，以国有企业改革为中心环节，开展经济环境治理和经济秩序整顿。对企业实施了多项“放权（自主权）让利”的政策，进行了租赁经营、承包经营、股份制等多种形式的试点，设法使国有企业成为真正的市场主体。与此同时，非国有经济得到法律保障，迅速发展，在整个国民经济中的比重越来越高。对外开放进一步扩大到了珠三角、长三角和闽南三角地带。第三阶段从1992年至2002年底，改革纵深发展。涵盖到金融、教育、住房、保险、贸易领域。国有企业改革仍是重点，其战略指导思想是建立现代企业制度和从战略上调整国有经济布局。第四阶段，即完善社会主义市场经济体制阶段（2002年党的十六大至今），主要是科学发展观的提出和形成注重社会各方面关系的和谐。另

¹⁷ 1984年1月1日中共中央发出《关于1984年农村工作的通知》，提出延长土地承包期一般应在15年以上

¹⁸ 1984年《中共中央关于经济体制改革的决定》阐明了以城市为重点的整个经济体制改革的必要性、紧迫性

外，随着经济发展，贫富差距拉大，东部与内陆地区差距拉大也是目前主要面对的问题。

3.3 中国新企业创业导向水平相关假设的提出

如上两节（3.1 和 3.2）所述，新企业处于企业生命周期早期，不同于成熟企业；中国企业受中国的特殊情景所塑造，不同于国外企业。那么，中国新企业创业导向也必然有其特殊表现。以下将结合上两节的内容就它们的创业导向水平提出相应假设。

3.3.1 中国新企业创业导向创新性、风险承担性、前瞻性水平考察

1) 中国新企业资源匮乏

新企业资源匮乏不仅是中国新企业面临的问题，也是一般新企业的特点。刚开始起步的新企业在人力、财务、物质、技术、组和声誉（根据 Dollinger 对创业资源的分类，1995^[25]）等各方面的资源约束很强（肖坚石，2008）。它们无法像老企业一样拥有良好的渠道、充沛的资金、人们所信赖的品牌、坚实的客户基础和富足的人才资源（Seth Godin¹⁹）。

资金 在筹资上，由于老企业可以用历史财务记录向借款人证实其企业实力，具有一定的说服力，因此它们比“零历史记录”的新企业更容易筹借到资金。对于百年老企业福特汽车制造商，筹措 2 亿美元来开发一款新车简直是小菜一碟。而这是当它还在“小米加步枪”的创业阶段，还在靠参加“外卡”赛车来吸引投资人眼球时所难以实现的。

人力资源 从求职者角度看，他们一般都期望到成熟企业中工作。相对于新企业，老企业发展成熟，制度完善，能提供稳定环境和优厚报酬，员工的权益有所保障，再加上名气响亮可以作为日后再就业的敲门砖。因此，在人才招聘中，老企业往往更具吸引力，更受求职者的青睐。据网易科技报道²⁰称：谷歌（Google）平均每天可以接到 1300 多份求职简历，每年慕名前来求职的人数几乎达到 50 万人。试问，在十年之前²¹，当 Larry Page 和 Sergey Brin 还在偏远的加州门洛帕克（Menlo Park）6 平方米车库里开始第一步时，当 Google 还只是拥有 4 台电脑以及 10 万美元的新企业时，难道能也对人才有这么大的吸引力？历史已经给出否定答案。²²

渠道 销售渠道对消费品企业来说，至关重要。产品上不了商店货架就卖不出去。资源充足的成熟企业雇得起很多销售人员，它们众多的产品共同分担昂贵的广告费用，

¹⁹ <http://www.changethis.com/8.BootstrappersBible>

²⁰ 网易科技报道 2008-05-09 04:04:39

²¹ Google 成立于 1998 年 9 月 7 日

²² Google 在成立四年后，员工数约为 500，现在为 19604 人（2008 年 6 月 30 日数据）

同时可以高效地为许多零售商补充货品；而新企业却力不从心。拿国内老企业大宝化妆品（1999年成立）和新企业金都芳林化妆品（2006年成立）来说，也许后者的产品更适合某些消费者的肤质，而且价格更优惠，但由于它却不能像大宝公司一样，支付所谓的“货架费”来把产品铺满超市的货架，在晚餐时间播放电视广告，派出成百上千的销售代表到全国各地的日用品店推销，所以不能把产品放到广大消费者面前。

品牌资产 品牌资产是企业随时间一点点精心经营而成的。老企业在这方面拥有巨大的优势。以中国的第三方支付市场为例，支付宝成立于2003年10月，虽然如今已稳坐最大的独立第三方支付平台冠军宝座，但在它羽翼未丰的04年，易趣（2004）曾说“支付宝只不过是国内的小丑角色，十个淘宝加十个拍拍也别想和我争²³。”事隔5年后的今天，支付宝业已成熟，它以惊人的品牌资产向世人证实了那句经典回应：“易趣说的这番话是要负责任的，是要被惩罚的。”的确，当支付宝刚刚成立，很少有人能够这么信任它，将大笔大笔的交易金额托付给这个虚拟的第三方。而如今，支付宝日交易达到4.5亿人民币，日交易笔数达到200万，已接近整个第三方交易的85%²⁴。可见，企业的品牌资产是建立在客户信任的基础上，而这是要历经时间的磨练后才能熠熠生辉。在这一点上，新企业难以与之匹敌。

客户资源

顾客至上！客户是企业利润的来源，然而客户资源的积累并非一朝一夕。相较于新企业，成熟企业在这方面拥有巨大的优势。如百度，在历经十年磨练后，已经为超过28.4万家的客户²⁵提供服务，这就意味着它可以轻而易举地利用这样的资源（客户基础）来推销任何一个广告。这样的客户资源对新企业而言只能是一种憧憬。一家羽翼未丰的小公司只能从头开始开发新客户。

2) 中国新企业位于需求层次底层

“位于需求层次底层”是新企业的普遍情况，理所当然，中国新企业亦是如此。

成熟企业的首要问题是发展，新企业的首要问题的生存。著名的马斯洛需求层次理论（Maslow's hierarchy of needs）认为，人类的需求分成生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求、和自我实现需求五类，依次由较低层次到较高层次排列。根据企业生命周期理论，组织具有类似生物的某些属性。本文认为，企业在成长的过程中也存在类似的需求层次²⁶。

²³ 资料来源：爱莱芜论坛 2008-10-10

²⁴ 数据来源：证券日报 2008-09-23 09:12

²⁵ 数据来源：新快报 2009.02.20 09:57

²⁶ 这一想法尚未找到相关的文献支撑，本文认为其需求层次大致为生存需要、拓展需要、企业文化需要（愿景）、

活着才有希望！企业首先必须生存才有后期的发展可能 (Drucker, P. F., 1954^[26])，它是企业走向未来的起点，所以说，生存是企业基本“生理需要”，是最根本、最重要的。对于新企业来说，生存不仅是重要的，还是迫在眉睫的。原有的底子就薄，加之创业初期各项资源的需求大，存量不多的资源在一点一点地消耗，随时都有倒闭的可能。形象地说，新企业不是被利润诱导着向前进，而是被倒闭逼迫着向前挪。对它们来说，已经不是“不进则退”，而是“不进则亡”。迅速摆脱这一状态是对新企业来说是紧迫的。这种生存的重要性和紧迫性也在无形之中给新企业以莫大的压力，从而导致新企业逐利心切，往往把任何事物都看成是机会 (Ichak Adizes, 1979)。只要能给企业带来利润以维持目前的生存状态，对新企业来说都是“救命稻草”。

3) 中国新企业在不完善、不稳定政策环境中生存

■ 环境变化频繁增加企业对未来预测的模糊性

正如 3.1.3 所说，改革是个复杂的过程，从“计划经济”到“市场经济”，从“吃大锅饭”到“按劳分配”，从国家拨款到企业贷款，在这一“摸着石头过河”的探索过程中，伴随的是政策的频繁变化。同时，由于在向市场经济转型过程中，政府在一定程度上直接介入经济活动，使得企业与政府之间有着千丝万缕的联系 (王淑萍, 2008^[124])。所以，在中国，政策、制度等环境的变化对企业也产生了很深的影响。

如前所述，新企业由于“涉世未深”、资源匮乏，对市场的适应已经有一定难度，再加上它们还需去面对政策所带来的不确定影响，进一步加深了企业对未来预测的模糊性。

■ 制度不完善致使企业利润导向错误

经济转型需要一个非常漫长的时期，30 年的改革只是“万里长征的第一步”。政策的最终完善也不是能够一触而就的易事，需要一个逐渐完善的过程。然而，它对企业的成长取向、创业导向确实存在一定的不利影响。

就高技术企业来说。根据 Miller 和 Friesen (1978^[67]) 的说法，前瞻性是企业为适应环境变化而主动引进新的产品和技术。要想让一个企业在资源薄弱的初创阶段斥资“引进新的产品和技术”是需要有利润驱动的。即，新的产品和技术带来的收入高于引进成本。但在法治尚不很健全的中国，当企业花了血本引进技术尚未享受到成果时，很可能陷入两难境地。一方面，利益很容易被猖獗的盗版所侵害。另一方面，当侵害既成事实，要求补偿时，成本又比较高且未能保证胜诉，加上司法资源紧张，诉讼的时间成本和精力成本都比较高。

社会责任需要。这里仅关注第一阶段的生存需要。

■ 监管不到位致使企业利润导向错误

另外，监管不到位同样成为许多“行业潜规则”的诱因。而这些潜规则同盗版类似，都成为企业前瞻性行为的顾忌。2008年轰动全国的“毒牛奶事件”就曝光了添加三聚氰胺的奶业潜规则。“守则”企业挣个满钵，而“不守则”（比如北京三元牛奶）企业却举步维艰。

从该例子中，我们可以看到，不完善的制度中，一方面使前瞻性企业利益无法得到保障，另一方面，使非前瞻性企业“低成本，高回报”。与此同时，监管不到位使“潜规则”企业存在侥幸心理。

综上，新企业未能拥有与成熟企业等量的资源，甚至差距甚远，但在市场面前，它们却要被同等对待。于是，就要求它们必须以较少的资源耗费获得较大的资源增量，这无形中刺激了企业创新动机，“逼”它们勇于接受一切可能带来新产品、新服务或新技术的流程的新想法、新事物、新尝试（见2.2.2.1）。因此，创新性水平将会较高。

资源匮乏对新企业的创业导向风险承担性同样影响较大。一方面，企业承担风险性大的项目需要可以与之匹配的各方面资源，这是新企业的弱项其“无力为之”；另一方面，对成熟企业而言风险不高的企业对新企业来说很可能存在较高风险，因为项目一旦失败对刚刚起步的新企业来说将会是致命一击。一般的决策者都会以谨慎的态度应对，企业“无心为之”。因此，风险承担性水平会受到一定的限制，

对于创业导向的前瞻性而言，一方面新企业资源匮乏，再加上企业迫于“不进则亡”的压力，极有可能只着眼于眼下的、现实的机会，以获得可能的收益来尽快改变资源匮乏的局面，而不会更多地关注未来的机会；另一方面，政策的多变、制度的缺失、监管的不足让逐利心切的企业在实实在在的眼前利益要与消耗资源且结果未知的前瞻性行为面前难以抉择。所以，前瞻性水平不会很高。基于此，这里提出：

假设3：中国新企业具有较高的创新性。

假设4：中国新企业风险承担性维度水平不高。

假设5：中国新企业前瞻性维度水平不高。

3.3.2 中国新企业创业导向竞争侵略性、自主性水平考察

1) 对比西方“争”文化考察“和”文化所培育的中国创业导向竞争侵略性水平

从西方的发展看，一方面，随着庄园经济的发展，游牧经济得到了飞速的发展，游牧经济的扩张性也越来越突显出来。在这种生产方式下，“争”也就不可避免的成为其文化中的关键。另一方面，从文化角度看，基督教文化在鼓励人们去“争”的同时表现出极强的征服欲。基督教义宣扬，自然与人对立，人类必须征服自然才能生存下去。《马太福音》耶稣对门徒说“你们要去，使万民作我的门徒，奉父子圣灵的名，

给他们施洗”则是向信徒传达了把福音传遍整个世界，即要把整个世界都“基督化”，使之成为全人类的共同信仰的野心和抱负，则尽显基督教强烈的扩张性和攻击性。而那场以“拯救圣地”为名（号召基督教徒和天主教徒夺回被伊斯兰教控制的耶路撒冷），对东部地中海沿岸各国进行了近 200 年侵略性远征的“十字军东征”、中世纪罗马天主教对异端进行大规模的残酷迫害成为“侵略性”观念的历史铁证。科学时代的西方文化中，达尔文的进化论、弗洛伊德理论同样强调“争”。社会达尔文主义视人类社会如同生物界一样，物竞天择，适者生存；优胜劣汰，弱肉强食。弗洛伊德理论指出攻击与破坏属人的本能之一，影响人类行为。受这些文化的影响，再加上“浮士德精神²⁷”的驱动，西方社会相信竞争是社会进步的必要条件，狼性文化得到推崇。于是，各个层面都充满了竞争性，个人与个人争、企业与企业争、个人与企业争、个人与政府争，无一不争，认为只有斗争才能维护权益。

然而，盛有礼仪之邦美誉的中国却截然不同。公元前 230 年至前 221 年，当秦王嬴政扫平六合，统一中国，中国封建专制制度拉开帷幕。此后，自给自足的封建自然经济（又称小农经济）占据了主导地位。农耕经济以土地为生命依托，以天地日月四时为虔诚信仰，追求风调雨顺，社会长治久安，最不乐见天灾人祸，最不情愿背井离乡。因此，上至王公贵族下至平民百姓，都不希望外侵他国，只求安居乐业。甚至，当外族入侵时，也只是“御敌于国门之外”。闭关锁国、万里长城就是这种战略选择的历史见证。今天的企业在与西方企业较量中也表现出类似的行为，一般是立足于把自己做好，较少主动进攻对手，即使是进攻也较少是侵略性地、霸气十足地将对方置于死地。这一切，与固守、内敛的中国传统文化的竞争观一脉相承。

首先，对于竞争，基于“性善论”²⁸的中国文化一般主张“非攻”、“不争”、“和”思想；“不争”不是示弱，不是无能，“不争”的根本目的是达到大争，这种“争”是无形的“争”，是“战胜而争不形”。这些观点在儒、墨、道等主要学派中都能找到渊源。墨家认为“兼相爱，交相利”（爱和利一样都是相互的），所以倡导“非攻”，（反对进攻性战争）；儒家倡导“中和”、“礼之用，和为贵”²⁹，因为“万物并育不相害，道并行而不相悖”（《中庸》）；主张人与人之间和睦相处，因为“人生而有欲，欲而不得则不能无求，求而无度量分界则不能不争。争则乱，乱则穷”³⁰（“争”会导致社会混乱）。道家在谈“争”时，强调修身养性，信奉“天之道，不争而善胜”，故曰“夫唯不争，故无尤”³¹（与世无争，不会招惹怨恨），“以其不争，故天下莫能与之争”（与世无争，天下的人没有办法和他相争）（66）。其次，即使要争，也要“礼

²⁷ 是一种永不满足，不断进取的精神。

²⁸ 孟子曰“人之初，性本善”，“无辞让之心，非人也”。

²⁹ 《论语·颜渊》

³⁰ 《荀子·礼论》

³¹ 老子《道德经》第 8 章

争”、“仁争”，而不是侵略性的“争”。“君子无所争，必也射乎！揖让而升，下而饮。其争也君子。”是说，君子为人处世应该做到温、良、恭、谨、让，这不代表君子一定要与世无争，恬淡隐退，君子可以应该为了一切正当的社会利益乃至个人利益去竞争，但竞争时要像射箭比赛那样“揖让而升，下而饮”。这样，即使竞争也不会成为仇人，对手也能握手言欢同道之间也可以合衷共济。

文化传承不息！当今，为人处世中“忍一步风平浪静，退一步海阔天空”，家庭观念中的“家和万事兴”，企业经营中的“和气生财”、“化敌为友”、“化对手为协作伙伴”等都是对“温良敦厚、宽容忍让”之传统文化的继承。

秉持人本向善观的中国文化，教诲人们要与人为善，面对竞争也要谦恭礼让、化敌为友（见3.2.2）。在此背景中成长的新企业，在面对竞争时更倾向于“仁义”、“委婉”、“绕而为之”、“手下留情”；它不像基于“原罪说”的西方狼性文化那样告诫人们，他人是具有攻击性的，竞争是促进社会进步的（达尔文学说），人们应不断地与他人竞争（浮士德精神）。因此，中国整体的创业导向竞争侵略性水平可能不会有太高的表现。基于此，这里提出，

假设6：中国整体的竞争侵略性维度水平不高。

2) 对比西方“平等观”考察等级观念下的中国新企业创业导向自主性水平

西方文化强调平等，从基督文化可以找到渊源。在西方，人们相信上帝“不偏待人”（罗马书³²，2:7-11）、“不以貌取人”（申命记³³，10: 17），“若按外貌待人，便是犯罪，被律法定为犯法的”（雅各书³⁴，2: 9），“所有人都平等”，“谁也不比别人高贵和纯洁”（约³⁵8:8—11）。“不分犹太人、希腊人，自主的、为奴的，或男或女，因为你们在基督耶稣那里都成为一。”（加拉太书³⁶3: 28）与之不同，中国文化倡导的等级观念源远流长不仅拥有三千年的历史，还有儒家学派的理论体系支撑（高海燕、邓红，2008³⁷）^[112]。

“孔教之精华曰礼教”。“礼”无疑是儒家哲学的重要范畴，因此，儒教又被称为礼教。礼教之核心为“三纲五常”、“三从四德”，“三纲之根本义，阶级制度是也”。的确，儒家以“礼”作为维护社会秩序的基本规范，推崇“君君，臣臣，父父，子子”、“治国以礼”这样一个秩序井然的社会，倡导“君子思不出其位”³⁸，认为“礼崩乐坏”，主张“贵贱有等，长幼有差，贫富轻重皆有称”、“仁者，人也；亲亲为大。义者，宜也；尊贤为大。亲亲之杀，尊贤之等，礼之所由生也。意思是说，个人

³² 《罗马书》，又译《罗马人书》，全称为《保罗达罗马人书》，简称《罗》是《新约圣经》里保罗书信。

³³ 《圣经》分六十六卷，其中第五卷书是申命记（Deuteronomy）。

³⁴ 《雅各书》是新约圣经中的第20卷

³⁵ 《约翰福音》是《新约圣经》的四福音书（其它为《马太福音》、《马可福音》和《路加福音》）之一。

³⁶ 《加拉太书》是圣经全书第48本书

³⁷ 北京大学心理系 等级观念与职业选择

³⁸ 意思是君子考虑事情只能考虑自己的，而不能考虑上级的。

和其他任何人交往时，都应当从“亲疏”、“尊卑”两个社会认知向度来衡量彼此之间的角色关系。这种价值观念促成了中国社会的“树等级，论亲疏”、“别贵贱，序尊卑”现象，“guanxi”（关系），“上级”（领导）等词汇应运而生。根深蒂固的“等级”价值观支配着人们的行为，难以逾越。“忠臣不危其君，孝子不非其亲”，“君不仁，臣不可以不忠”。即使像诸葛亮这样绝对聪明之人也摆脱不了这种迂腐的等级伦理，忠心侍奉昏君阿斗；被尊称为“武圣”的岳飞在明知朝廷奸臣用事的乱命（十二道金牌急令岳飞“措置班师”）之后，仍然摆脱不了君臣层级思想束缚，放弃抗金战斗，不仅自己含冤而死，也导致国家沦陷。

这，就是文化的力量！世代相传，业已固化，便习以为常，自然而然，无所不在。就连餐饮之中，谁主谁客，尚有固定座位与敬酒次序。当今，驰骋职场的人们，又有几人敢于跨越“上下级”的等级鸿沟去表达自己的想法？如前所述，文化是一种社会现象，不仅散于社会生活的每一个角落，而且延续于整个历史长河。创业存在于社会生活之中，同样根植于文化。从企业所依托的民族文化来把握创业导向将更为深刻（Lee, Peterson, 2000^[50]; Kreiser, Marino & Weaver, 2002^[48]）。

2) 等级观念下的新企业自主性水平

在中国企业中，员工与领导的关系更倾向于“君臣式”，层级分明，地位悬殊，讲求“下级服从上级”，也并不少见。在职场，请领导吃饭，给领导送礼已经成为大家心照不宣“潜规则”。而不像在西方国家所认为的那样，上下级之间则更像是“同事”，领导只是一种职位符号。

强烈的等级观念在企业中对创业导向的自主性有一定的限制。当组织中的个人有好的想法产生时，常常需要顾及领导的意见，要向“领导请示”，逐级通过后才能让想法公诸于世，但伴随着这一过程的往往是激情的泯灭和时机的流逝。倘若遇上想法与领导相左，则实现起来困难更大。也就是说，其创业导向自主性受制约等级观念。基于此，这里提出假设：

假设7：中国新企业创业导向自主性水平不高。

3.3.3 中国新企业创业导向水平地区对比

在中国的经济转型中，地区不平衡表现显著（杨为民，1992；魏后凯，1997；胡鞍钢，2003；林毅夫；2003）。东部地区较好的经济发展态势除了得天独厚的地理环境之外，更得益于经济转型政策。

中国的经济转型是在“渐进式增量”改革的思路指导下进行，中央采取了非均衡的地区经济发展战略。改革伊始，为推行“向东倾斜，梯度推进”的经济发展战略，我国制定了一系列的促进东部沿海地区快速发展的特殊政策，包括投资方面、税收豁免、财政自主权、更大的管理经济的权力等，极大地提高了东部地区吸引国内外资源

和要素的能力，由此奠定了东部地区高速增长的制度基础。

另外，作为我国经济建设基本方针的重要内容的对外开放也是从东部地区展开。从首期创办的深圳、珠海、汕头、厦门经济特区，到 14 个沿海港口城市的开放，再到长江三角洲和环渤海湾等沿海经济开放区的开辟等，均是在东部地区进行，向经济发达国家的开发带动了这一地区的经济发展。对于中西部地区，直到 90 年代才获得对外开放的机会，但由于中西部地区面对的开放对象大都比较落后，与其进行经济交流和合作的层次较低，对中西部地区经济的带动作用十分有限。（肖灿夫，2008^[125]）

这导致东南沿海地区取得了制度创新和市场化改革的先行优势（张映红，2005^[130]；高志刚，2002^[113]），这从反应创业活跃程度的私营企业户数情况上可见一斑。据《中国民营经济发展报告 No.5（2007-2008）》数据显示（图 3.4），东部私营企业户数比重达到 62.53%。那么，作为描述创业过程的创业导向在不同的地区之间可能存在差异。这里提出，

假设 8：在中国东部沿海和内陆地区新企业创业导向水平存在一定程度的差异。

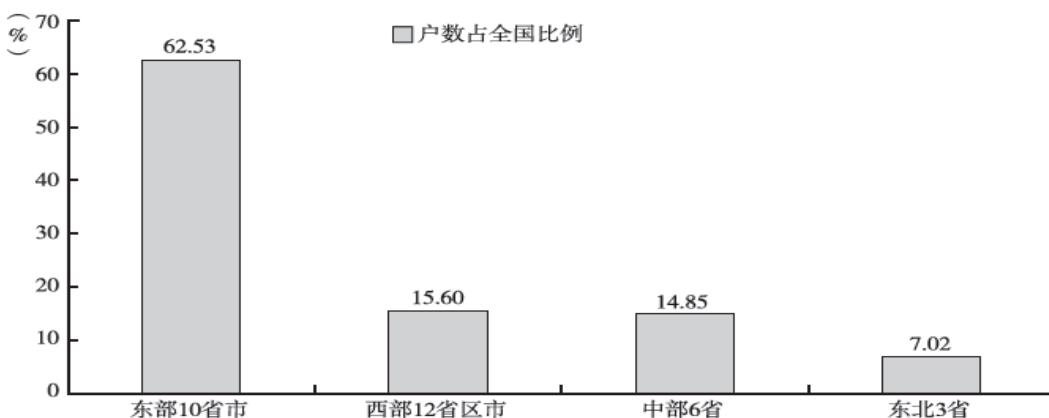


图 3.4 2007 年四大区域私营企业户数占全国比重

注：东部 10 省市（北京、天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东、海南）

西部 12 省区市（内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆）

中部 6 省（山西、安徽、江西、河南、湖北、湖南）东北 3 省（辽宁、吉林、黑龙江）

资料来源：《中国民营经济发展报告 No.5（2007-2008）》，83 页，图 7.

3.4 本章小结

在本章中，首先基于企业生命周期理论明确了新企业在其中的阶段，同时明析了新企业的定义：一是，企业员工数量符合《中华人民共和国中小企业促进法》规定；二是，企业年龄一项答案为 4 年以下（即 2005 年 2 月至 2009 年 2 月创立）。同时，结合企业生命周期理论、中国新企业所处的传统文化、转型经济背景提出关于创业导向的创新性、风险承担性、前瞻性、自主性和竞争侵略性水平的五个假设，它们均是对整体（全国）创业导向具体维度水平的考察。然后，文章立足于目前东部沿海与内陆地区存在的差异提出关于创业导向在两地区具有一定差异的一个假设。

第4章 问卷调查与样本检验

4.1 问卷设计

4.1.1 量表说明

本文问卷中INNOV1、INNOV2、INNOV3、RT1、RT2、RT3、PROACT1、PROACT2、PROACT3、CA1、CA2条目采用的是由Khandwalla (1977^[46]) 开发, 后经Miller & Friesen (1982^[66]) 和Covin & Slevin (1989^[16])、Lumpkin & Dess (2001) 修改的量表, 自主性维度AUTON1、AUTON2、AUTON3采用的是肖坚石 (2008) 整理形成的量表, 另外增加了1个创新性的条目INNOV4。因为在经典的创业导向量表³⁹中, 创新性仅包含对技术产品、服务创新以及技术创新的测量, 但本文认为管理作为一种新的企业重要元素被挖掘出来以后, 应纳入创新性的考察范围。毕竟, 在企业中, 管理与技术一样都是企业前进的引擎。另外, 在问卷的翻译中尽量用了中国传统的语言, 如“采取‘礼’、‘和’的态度对待竞争对手”。

表4.1 创业导向条目设计

INNOV 创新性

- INNOV1 ·企业更倾向于经营已被市场接受的产品/服务 (技术)
 - 更强调研发、技术领先和创新
 - INNOV2 ·在最近三年内, 企业没有推出新产品/服务 (产品)
 - 推出许多新产品/服务
 - INNOV3 ·企业在产品/服务方面的改进只是小部分改良 (产品)
 - 在产品/服务方面的改进属大幅度的创新
 - INNOV4 ·企业没有相应的措施鼓励有关市场、组织、管理及制度创新想法的形成
 - 通常会采取一些措施, 使有关市场、组织、管理及制度等创新想法自下而上的形成
-

RT 风险承担性

- RT1 ·企业更倾向于选择那些只能带来正常或一定回报率的低风险项目 (机会)
 - 倾向于选择那些有机会获得高额回报, 但风险很大的项目
 - RT2 ·在日常经营中, 企业更倾向于通过谨慎的、渐进的行动逐步摸索前进 (即“摸着石头过河”的方式) (日常)
 - 倾向于通过大胆的、迅速的行动来实现目标
-

³⁹ Khandwalla (1977) 开发, 后经 Miller & Friesen (1982) 和 Covin & Slevin (1989)、Lumpkin & Dess (2001) 修改的量表

续表:

RT3 ·在面对不确定情境时,企业倾向于采取谨慎的、观望的态度,以求稳妥(威胁)

·倾向于采取大胆的、积极的姿态,以把握潜在的机会

PROACT 前瞻性

PROACT1 ·企业在与同行竞争中,通常是对手先采取行动(比如降价)之后企业再跟进或回应

通常是企业先采取行动,之后竞争对手再跟进或回应

PROACT2 ·企业倾向于作为“追随者”,经常等同行先推出新产品/服务进入新市场或引用新的管理模式、新的技术之后再跟进

·倾向于作为“领导者”,经常比同行率先推出新产品、抢先进入新市场或率先引用新的管理模式、新的技术

PROACT3 ·创业者忙于日常事务,无暇预先掌握机会、应对变化,事后迫于环境压力才行动

·经常审视产业发展趋势,率先掌握机会,提早行动应对变化

CA 竞争侵略性

CA1 ·企业更倾向于采取“礼”、“和”的态度对待竞争对手倾向于采取强硬手段消灭竞争对手

CA2 ·企业在市场上很少采取竞争行动(频率)经常向竞争对手发起挑战

AUTON 自主性

AUTON1 ·企业员工不能畅通无阻的实现关于产品/服务的新设想
如果企业的员工有关于产品或服务的新设想,他/她可以自由地实现

AUTON2 ·企业没有相应的措施鼓励员工创新想法的形成
通常会采取一些措施,使创新想法自下而上的形成

AUTON3 ·创造性对企业成长的促进作用并不明显
创造性对企业成长的促进作用极大

4.1.2 测量形式

问卷法是目前国内外实证研究经常采用的数据获取方法,这种方法的优点是简便、灵活,最重要的是能够获得详实可靠的第一手资料。

问卷内容 问卷共分为三部分。第一部分是问卷卷首语,主要是向被调查者介绍了调查者身份、问卷的调查目的、调查内容、保密承诺、感谢辞以及联系方式;第二部分是问卷正文,包含填写说明、对企业及填写者基本背景了解以及问卷具体问题;最

后是结束语，提示填写者检查问卷填写是否完整并致谢。整份问卷共1页，正反打印，以便回收。

问卷类型 本问卷为结构型问卷，即全部是客观型问题。它是一种最常用、最普遍的问卷形式，具有问卷的一般特点和优势，便于回答、节省时间、易于操作、信息量大、便于资料的整理和统计分析。当然，受调查者自由发挥的空间比较小是它的缺点。

量表结构 本问卷量表采用平行结构量表。李克特量表（Likert Scale）是由美国社会心理学家（Likert R.A.）于20世纪30年代提出的一种等距量表，是社会调查领域中使用最多的量表之一。常用的Likert量表有5级和7级量表，考虑到填写方便，本文采用5级量表，从左至右分别为1, 2, 3, 4, 5，分别表示从“完全不符合”到“完全符合”。

问卷发放方式 根据五种常用方式的比较结果，当面发送效果最佳但成本高，其次为专门发送，故本文采取这两种发送方式相结合。

表4.2 不同问卷发放方式的二点比较

特点	当面发送	邮寄发送	专门发送	报刊发送	网上发送
调查范围	比较窄	比较广	比较窄	比较广	比较广
影响力	很大	比较小	比较大	很小	很小
样本代表性	很高	比较高	比较高	比较低	比较低
控制力	很大	比较小	比较大	很小	很小
回收率	很高	比较低	比较高	很低	比较高
有效性	很高	比较高	比较高	比较低	比较低
反馈时间	很快	比较慢	比较快	比较慢	很快
经济成本	很高	比较高	比较高	比较低	很低
人力成本	很高	比较低	比较高	很低	很低

资料来源：《问卷编制指导》赵世明，王君著，教育科学出版社，2006年10月1版，P27-28。

调研对象 本文调研地点的选取与待验证的假设有关。前文根据壮行经济背景提出创业导向的地区对比假设，所以在调研时，选取了北京、天津、河北、辽宁、山东、上海、江苏、浙江、福建、广东和海南的数据作为东部地区数据，其他未内陆地区。这一划分是以“七五计划”关于“三大地带”的划分和“西部大开发”关于西部省区的界定为依据的（肖灿夫，2008^[125]）。

4.2 数据收集过程描述

调研活动分两个阶段。第一，初步培训阶段。对参加调研的人员进行集中培训，由问卷设计人员和试调研人员对其他人员进行培训，讲解调研过程，提醒注意事项，而且为了减少调研过程中的理解误差，将调研人员分成6个小组，每小组两人，各调研小组由一名调研经验较丰富的人员与一名调研经验较少的人员组成。第二，正式开展调研活动。在调研之前一般先通过电话与被调研企业取得联系，进行预约。在获得准确的调研时间后，派调研小组前往被调研企业与企业家面对面交流的方式，当场填写问卷，即时回收。对于电子邮件部分，也全是在发放后在线等待以及时回收。调研活动从2008年12月开始，到2009年3月结束，整个调研工作历时2个月。

4.3 问卷回收情况

4.3.1 问卷数及回收率

通过3个月的调研，截至本文进行实证分析时，共发出问卷800份，收回问卷有517份，回收率为64.63%；其中东部地区201份，内陆地区313份。提出填写缺失、不属于创业企业（如国企、事业单位）、成立时间大于10年的77份问卷，最后有效问卷为440份（东部沿海172份，内陆268份），详见表4.3。这里值得一提的是，本文主要是对新企业进行研究，但由于研究资源的限制，也对许多成熟的企业进行了调研，对于这些企业，主要用的是回溯分析的办法，让回答者回溯至企业刚成立的时期，填写当时的企业情况（肖坚石，2008）。对问卷回答率的控制上，根据弗洛德（2004: 135^[111]）“回答率应在75%以上”的说法，对于回答数超过不低于12道题的问卷均认为有效。

表4.3 问卷的发放与回收情况

类别	发放问卷	回收问卷	有效问卷	回收率	有效率
总数	800	517	440	64.63%	85.11%
东部沿海	300	201	172	67.00%	85.57%
内陆	500	313	268	62.60%	85.62%

4.3.2 问卷区位分布

根据研究需要，本次收集的所有问卷也分成东部沿海和内陆地区两部分，表4.4是对具体区位分布的描述。

表 4.4 问卷区位分布表

区位	企业数	百分比	累计百分比
东部沿海 172	福建	132	30.00
	北京	11	2.50
	广东	15	3.41
	浙江	4	0.91
	江苏	3	0.68
	上海	3	0.68
	辽宁	2	0.45
	山东	2	0.45
内陆地区 268	吉林	250	56.82
	宁夏	4	0.91
	河南	4	0.91
	黑龙江	3	0.68
	湖北	2	0.45
	河南	2	0.45
	山西	3	0.68

4.4 样本同源分析

由于本次问卷调查同时采用了两种收集问卷的方法：传统邮件与电子邮件（E-mail）。为验证它们是否来自于同一个群体，即母体相同，本文应用SPSS13.0软件对样本来源进行独立样本T检验。

如表4.5所示，利用传统邮件和电子邮件回收的问卷在创新性、风险承担性、前瞻性、竞争侵略性和自主性上有一定的差异，但是差异不明显，可以认为这两组样本都来自同一母体。

表4.5 变量特征的独立样本T检验 (传统邮件与电子邮件)

	Levene's Test for Equality of Variances			t-test for Equality of Means						95% Confidence Interval of the Difference		
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	MD	SED	Lower	Upper			
INNOV1	EVA	17.124	.060	1.261	.438	.208	.204	.162	.523			
	EVNA	12.191	.061	1.102	101.546	.273	.204	.186	.572			
INNOV2	EVA	.564	.489	.438	.573	.083	.083	.147	.371			
	EVNA	3.922	.048	1.571	100.975	.626	.083	.169	.418			
INNOV3	EVA	.489	1.571	.438	.117	.209	.209	.133	.053			
	EVNA	7.100	.008	1.384	102.122	.170	.209	.151	.471			
INNOV4	EVA	1.006	-.1006	.438	.315	-.121	-.121	.120	.091			
	EVNA	17.206	.060	-.907	104.059	.366	-.121	.133	.357			
RT1	EVA	1.307	.1307	.438	.192	.183	.183	.140	.092			
	EVNA	1.111	1.111	99.417	.269	.183	.183	.164	.144			
RT2	EVA	.575	-.342	203	.733	-.053	-.053	.155	.359			
	EVNA	.315	-.341	199.220	.733	-.053	-.053	.155	.359			
RT3	EVA	1.202	1.202	.438	.230	.172	.172	.143	.458			
	EVNA	1.056	1.056	101.915	.293	.172	.172	.163	.453			
PROACT1	EVA	.692	.944	.438	.345	.129	.129	.137	.495			
	EVNA	.894	.894	108.658	.373	.129	.129	.145	.394			
PROACT2	EVA	.179	.816	.438	.415	.116	.116	.142	.416			
	EVNA	.765	.765	107.644	.446	.116	.116	.151	.399			
PROACT3	EVA	.019	-.1207	.438	.228	-.170	-.170	.141	.415			
	EVNA	1.203	-.1098	104.830	.275	-.170	-.170	.155	.415			
CA1	EVA	.274	-.406	203	.685	-.060	-.060	.147	.394			
	EVNA	6.956	.009	1.935	.438	.054	.054	.253	.405			
CA2	EVA	2.766	.097	1.528	.438	.127	.127	.192	.440			
	EVNA	6.382	.012	1.416	106.542	.160	.160	.192	.462			
AUTON1	EVA	.806	.806	.438	.421	.118	.118	.146	.510			
	EVNA	.717	.717	102.928	.475	.118	.118	.164	.405			
AUTON2	EVA	1.410	.042	.438	.159	.203	.203	.144	.443			
	EVNA	4.161	1.275	104.368	.205	.203	.203	.159	.485			
AUTON3	EVA								.518			
	EVNA								-.112			

注: EVA: Equal variances assumed EVNA: Equal variances not assumed Std. Error Difference SED: Std. Error of the Difference MD: Mean Difference

4.5 本章小结

本章是对问卷从设计到回收的情况介绍。

问卷设计上，条目 INNOV1、INNOV2、INNOV3、RT1、RT2、RT3、PROACT1、PROACT2、PROACT3、CA1、CA2 条目采用的是由 Khandwalla (1977^[46]) 开发，后经 Miller & Friesen (1982^[66]) 和 Covin & Slevin (1989^[16])、Lumpkin & Dess (2001) 修改的量表，自主性维度 AUTON1、AUTON2、AUTON3、采用的是肖坚石 (2008) 整理的量表。另外增加了 1 个创新性的条目 INNOV4。

问卷测量采用五级结构式问题，利用传统邮寄和电子邮件发放方式（同一样本检验结果显示两种方式无显著差异），共回收有效数据440份，其中东部沿海地区172份，内陆地区268份。其中东部。内陆的划分是以“七五计划”关于“三大地带”的划分和“西部大开发”关于西部省区的界定为依据。

第5章 数据分析与检验

5.1 描述性统计

本节主要应用SPSS13.0 分成三类（全国、东部沿海地区、内陆地区），对各个条目的最大值、最小值、均值、标准差作了统计分析，所得结果如表5.1所示。

表5.1 问卷条目描述性统计结果

条目	有效样本			最 小 值	最 大 值	均值			标准差		
	全 国	东 部 沿 海	内 陆			全 部	东 部 沿 海	内 陆	全 部	东 部 沿 海	内 陆
INNOV1	440	172	268	1	5	2.84	2.67	2.94	1.307	1.237	1.341
INNOV2	440	172	268	1	5	3.27	3.34	3.22	1.181	1.115	1.222
INNOV3	440	172	268	1	5	3.16	3.33	3.05	1.075	1.049	1.078
INNOV4	440	172	268	1	5	3.03	2.99	3.05	.968	.895	1.014
RT1	440	172	268	1	5	2.88	2.91	2.87	1.126	1.176	1.095
RT2	440	172	268	1	5	3.03	3.15	2.95	1.177	1.158	1.184
RT3	440	172	268	1	5	2.94	2.92	2.95	1.153	1.160	1.150
PROACT1	440	172	268	1	5	3.07	2.98	3.12	1.103	1.062	1.127
PROACT2	440	172	268	1	5	3.23	3.10	3.32	1.140	1.145	1.132
PROACT3	440	172	268	1	5	3.32	3.30	3.33	1.137	1.092	1.166
CA1	440	172	268	1	5	2.86	2.97	2.80	1.145	1.179	1.120
CA2	440	172	268	1	5	3.04	3.22	2.93	1.057	1.075	1.031
AUTON1	440	172	268	1	5	3.17	3.17	3.17	1.015	1.021	1.013
AUTON2	440	172	268	1	5	3.29	3.34	3.25	1.175	1.161	1.185
AUTON3	440	172	268	1	5	3.32	3.37	3.28	1.159	1.077	1.209

5.2 创业导向维度规模考察

前文（见 2.2）已经提及创业导向研究中，其维度的划分一直是个争议较大的问题，其中争议最大的是创业导向维度是否包含 Lunmpkin 和 Dess (2001) 在 Khandwalla (1977^[46])、Miller & Friesen (1982^[66]) 及 Covin & Slevin (1989^[16]) 基础上提出的竞争侵略性和前瞻性维度。在 2.2.2.4 及 2.2.2.5 对两者内涵总结时，本文提出了假设 1 和假设 2。下文将加以验证。其原理为：拿假设 1 来说，竞争侵略性若与前瞻性同是对创业导向某一方面的解释，那么在探测性因子中，当加入竞争侵略性条目时，结果仍将归为三个因子；若两者分别都是对创业导向不同方面的解释，则结果将增加一个因子。

同理，自主性类似。验证性因子分析则通过各类指标对探测性因子分析的结论进一步检验。

5.2.1.1 探测性因子分析

表5.2 三因子探测性因子分析结果

	Component		
	创新性	风险承担性	前瞻性
INNOV1	.819	.037	.093
INNOV2	.726	.128	.212
INNOV3	.662	.329	.103
INNOV4	.889	.065	.207
RT1	.012	.751	.114
RT2	.229	.802	.079
RT3	.147	.722	.210
PROACT1	.110	.195	.590
PROACT2	.217	.175	.745
PROACT3	.130	.022	.793

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a Rotation converged in 4 iterations.

表5.2数据显示，各因子载荷均大于0.5，且大部分大于0.6，具有较好的拟合效果，三维度指标能很好地反映创业导向与维度的结构关系。

表5.3 四因子探测性因子分析结果

	Component			
	创新性	风险承担性	前瞻性	竞争侵略性
INNOV1	.823	.041	.075	.058
INNOV2	.724	.125	.193	.107
INNOV3	.641	.315	.127	.139
INNOV4	.891	.069	.200	.054
RT1	.003	.746	.124	.068
RT2	.223	.797	.067	.107
RT3	.160	.732	.180	.026
PROACT1	.109	.185	.528	.197
PROACT2	.222	.179	.732	.069
PROACT3	.137	.034	.813	-.025
CA1	.122	.049	-.050	.866
CA2	.113	.135	.341	.678

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a Rotation converged in 5 iterations.

Rotated Component Matrix(a)

表5.3数据显示，各因子载荷均大于0.5，且大部分大于0.6，具有较好的拟合效果，四维度指标能很好地反映创业导向与维度的结构关系。

表5.4 五因子探测性因子分析结果

	Component				
	创新性	自主性	风险承担性	前瞻性	竞争侵略性
INNOV1	.836	.031	.044	.149	.050
INNOV2	.686	.270	.116	.125	.104
INNOV3	.596	.280	.312	.007	.162
INNOV4	.872	.194	.061	.192	.049
RT1	-.010	.077	.743	.106	.078
RT2	.196	.181	.786	.047	.089
RT3	.151	.077	.725	.215	.022
PROACT1	.127	.032	.181	.660	.120
PROACT2	.219	.102	.173	.753	.082
PROACT3	.054	.479	-.005	.632	.005
CA1	.147	-.085	.064	.021	.853
CA2	.065	.302	.124	.216	.678
AUTON1	.117	.738	.064	.113	.271
AUTON2	.245	.756	.121	.115	-.071
AUTON3	.240	.721	.220	.109	.004

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a Rotation converged in 6 iterations.

表5.4数据显示，各因子载荷均大于0.5，且大部分大于0.6，具有较好的拟合效果，五维度指标能很好地反映创业导向与维度的结构关系。

本小节（5.2.1.1）探测性因子分析结果均显示，无论是三因子、四因子还是五因子均能很好地反映创业导向与维度的结构关系。为进一步对这三者进行比较，5.2.1.2 将进行验证性因子分析。

5.2.1.2 验证性因子分析

为了进一步检验指标与概念维度的确定关系，本文利用 AMOS4.0 软件对调研数据进行了验证性因子分析。

1) 模型界定

图 5.1、5.2、5.3 是关于创业导向维度的 3 个竞争性因子模型。

如图 5.1，模型 1 为创业导向三因子模型：它由 3 个相互关联的因子（INNOV、RT、PROACT）构成；共有 10 个观察变量，每一个观察变量只属于一个引子且有一个非零因子负荷；每一个观察变量有一个测量误差，测量误差之间彼此不相关。

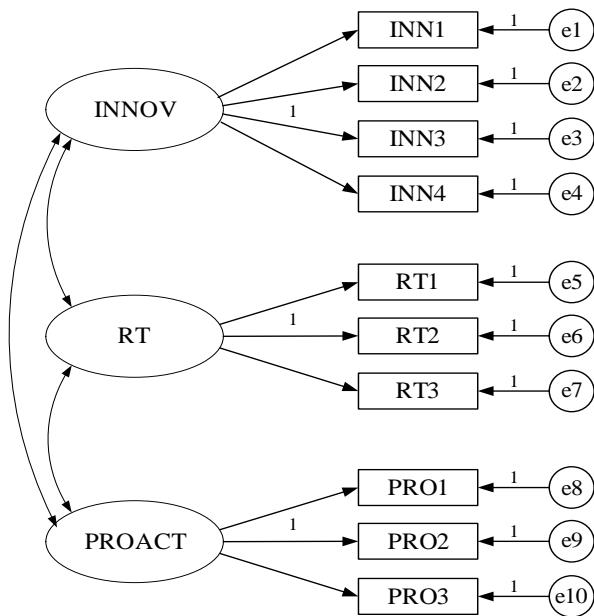


图 5.1 模型 1 (M1) ——创业导向三因子模型

如图 5.2, 模型 2 为创业导向四因子模型: 它由 4 个相互关联的因子 (INNOV、RT、PROACT、CA) 构成; 共有 12 个观察变量, 每一个观察变量只属于一个引子且有一个非零因子负荷; 每一个观察变量有一个测量误差, 测量误差之间彼此不相关。

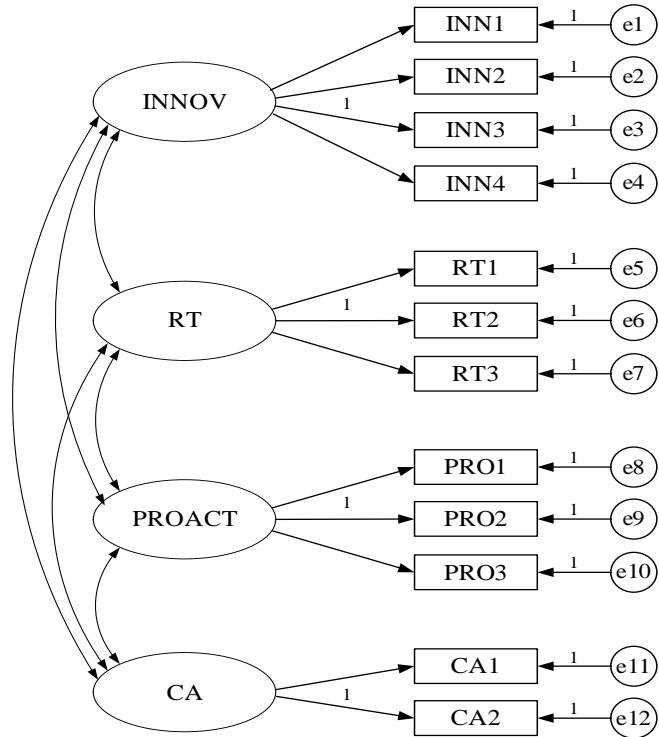


图 5.2 模型 1 (M1) ——创业导向四因子模型

如图 5.3, 模型 3 为创业导向三因子模型: 它由 5 个相互关联的因子 (INNOV、RT、PROACT、CA、AUTONOMY) 构成; 共有 15 个观察变量, 每一个观察变量只属于一个引子且有一个非零因子负荷; 每一个观察变量有一个测量误差, 测量误差之间彼此

不相关。

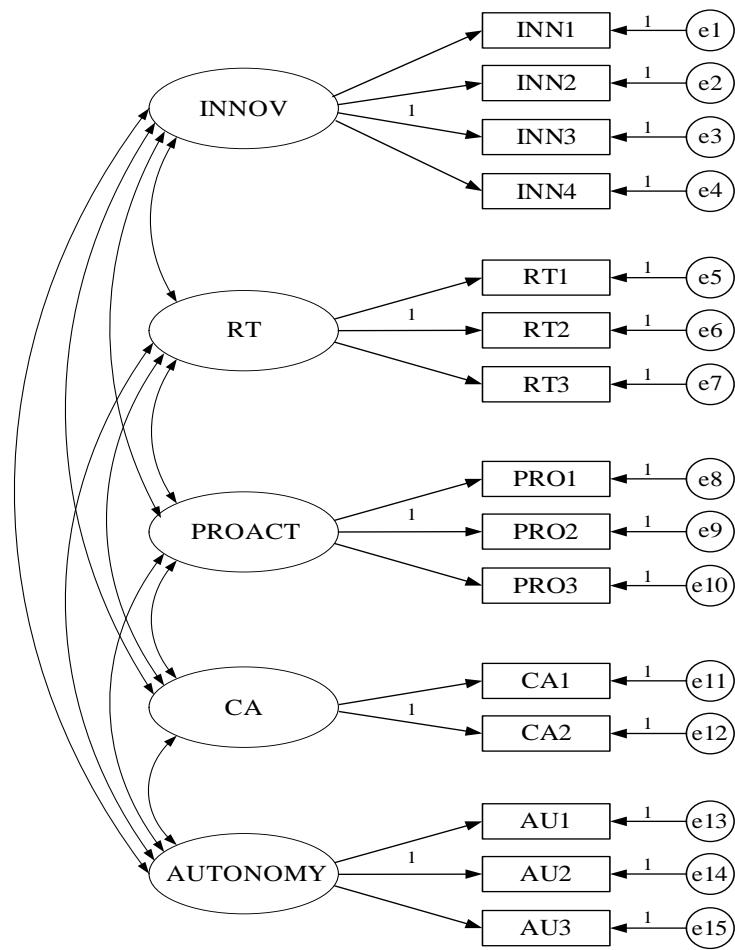


图 5.3 模型 1 (M1) —— 创业导向五因子模型

2) 基本拟合标准

表 5.5、5.6 和 5.7 为模型 1 的因子负荷、测量误差和潜在变相相关关系。

表 5.5 模型 1 因子负荷

	估计值	标准误	临界比	P 值
INN1<-- INNOV	1			
INN2<-- INNOV	0.844	0.047	18.044	0
INN3<-- INNOV	0.842	0.036	6.759	0
INN4<-- INNOV	0.539	0.057	21.793	0
RT1<-- RT	1			
RT2<-- RT	0.411	0.162	8.71	0
RT3<-- RT	0.871	0.146	8.734	0
PRO1<-- PROACT	1			
PRO2<-- PROACT	0.6	0.233	6.864	0
PRO3<-- PROACT	0.442	0.184	6.763	0

表 5.6 模型 1 测量误差

	估计值	标准误	临界比	P 值
INNOV	0.961	0.105	9.139	0
RT	0.383	0.073	5.253	0
PROACT	0.266	0.064	4.188	0
INN1	0.743	0.053	13.896	0
INN2	0.708	0.049	14.503	0
INN3	1.095	0.072	15.206	0
INN4	0.366	0.043	8.579	0
RT1	0.883	0.072	12.345	0
RT2	0.618	0.082	7.534	0
RT3	0.707	0.075	9.387	0
PRO1	0.947	0.074	12.768	0
PRO2	0.616	0.09	6.857	0
PRO3	0.878	0.078	11.195	0

表 5.7 模型 1 潜在变项相关系数

	估计值	标准误	临界比	P 值
INNOV<--> RT	0.472	0.024	2.957	0
RT<--> PROACT	0.566	0.033	4.978	0
PROACT<--> RT	0.3	0.025	4.006	0

由表 5.5、5.6、5.7 可知，模型 3 没有负的误差变异；测量误差均达显著性水平；潜在变项相关系数介于 0.3 与 0.566 之间；因子载荷介于 0.411 与 0.871 之间，没有很大的标准误差。因此，模型 3 较好地符合基本拟合标准。

表 5.8 模型 2 因子负荷

	估计值	标准误	临界比	P 值
INN1<-- INNOV	1			
INN2<-- INNOV	0.844	0.047	17.996	0
INN3<-- INNOV	0.842	0.036	6.753	0
INN4<-- INNOV	0.539	0.057	21.669	0
RT1<-- RT	1			
RT2<-- RT	0.411	0.16	8.856	0
RT3<-- RT	0.871	0.14	8.83	0
PRO1<-- PROACT	1			
PRO2<-- PROACT	0.6	0.204	7.357	0
PRO3<-- PROACT	0.442	0.172	7.038	0
CA1<-- CA	1			
CA2<-- CA	0.9	0.539	3.657	0

表 5.9 模型 2 测量误差

	估计值	标准误	临界比	P 值
INNOV	0.957	0.105	9.115	0
RT	0.389	0.073	5.323	0
PROACT	0.284	0.064	4.413	0
CA	0.19	0.067	2.824	0
INN1	0.746	0.054	13.898	0
INN2	0.711	0.049	14.504	0
INN3	1.096	0.072	15.205	0
INN4	0.37	0.043	8.585	0
RT1	0.877	0.071	12.341	0
RT2	0.598	0.081	7.404	0
RT3	0.729	0.074	9.892	0
PRO1	0.929	0.073	12.747	0
PRO2	0.656	0.081	8.093	0
PRO3	0.872	0.076	11.492	0
CA1	1.119	0.09	12.42	0
CA2	0.376	0.193	1.953	0

表 5.10 模型 2 潜在变项相关系数

	估计值	标准误	临界比	P 值
INNOV<--> RT	0.472	0.024	2.923	0
RT<--> PROACT	0.566	0.034	5.119	0
PROACT<--> CA	0.3	0.036	3.206	0
RT<--> CA	0.472	0.033	3.067	0
INNOV<--> CA	0.422	0.017	1.298	0
INNOV<--> PROACT	0.403	0.025	4.08	0

由表 5.8、5.9、5.10 可知，模型 3 没有负的误差变异；测量误差均达显著性水平；潜在变项相关系数介于 0.3 与 0.566 之间；因子载荷介于 0.411 与 0.9 之间，没有很大的标准误差。因此，模型 4 较好地符合基本拟合标准。

表 5.11 模型 3 因子负荷

	估计值	标准误	临界比	P 值
INNOV1<-- INNOV	1			
INNOV2<-- INNOV	0.844	0.046	18.503	0
INNOV3<-- INNOV	0.842	0.037	7.1	0
INNOV4<-- INNOV	0.539	0.051	23.662	0
RT1<-- RT	1			
RT2<-- RT	0.411	0.164	8.952	0
RT3<-- RT	0.871	0.14	8.84	0
PROACT1<-- PROACT	1			
PROACT2<-- PROACT	0.6	0.188	7.482	0
PROACT3<-- PROACT	0.442	0.183	7.401	0
CA1<-- CA	1			
CA2<-- CA	0.9	0.783	3.219	0
AUTON1<-- AUTON	1			
AUTON2<-- AUTON	0.759	0.113	11.164	0
AUTONOMY3<-- AUTON	0.769	0.113	11.273	0

表 5.12 模型 3 测量误差

	估计值	标准误	临界比
INNOV	0.998	0.106	9.444
RT	0.378	0.072	5.288
PROACT	0.274	0.062	4.416
CA	0.148	0.059	2.521
AUTON	0.442	0.065	6.794
INNOV	0.705	0.05	14.159
RT	0.685	0.046	14.776
PROACT	1.084	0.071	15.249
CA	0.324	0.037	8.863
INN1	0.888	0.071	12.555
INN2	0.563	0.079	7.1
INN3	0.748	0.072	10.397
INN4	0.939	0.072	13.041
RT1	0.752	0.074	10.231
RT2	0.785	0.073	10.773
RT3	1.16	0.089	13.033
PRO1	0.171	0.27	0.633
AUTON1	0.585	0.051	11.589
AUTON2	0.676	0.065	10.33
AUTON3	0.627	0.063	9.909

表 5.13 模型 3 潜在变项相关系数

	估计值	标准误	临界比	P 值
INNOV<--> RT	0.472	0.026	3.335	0
RT<--> PROACT	0.566	0.032	5.067	0
PROACT<--> CA	0.3	0.033	2.825	0
CA<--> AUTONOMY	0.472	0.036	2.887	0
PROACT<--> AUTONOMY	0.422	0.038	6.081	0
RTT<--> AUTONOMY	0.403	0.035	5.798	0
INNOV<--> AUTONOMY	0.472	0.032	5.152	0
RT<--> CA	0.566	0.028	2.703	0
INNOV<--> CA	0.624	0.016	1.536	0
INNOV<--> PROACT	0.724	0.028	4.439	0

由表 5.11、5.12、5.12 数据可知，模型 3 没有负的误差变异；测量误差均达显著性水平；潜在变项相关系数介于 0.3 与 0.724 之间；因子载荷介于 0.411 与 0.9 之间，没有很大的标准误差。因此，模型 3 较好地符合基本拟合标准。

3) 整体模型拟合度

表 5.14 为创业导向三个竞争性因子模型的整体拟合指标。从绝对拟合指标看，模型 3 的 $CMIN=87.537$, $P=0.036$ ，若以 $\alpha=0.01$ 为显著水平，则表示理论模型与观察资料拟合较好； $GFI=0.917$ ，大于 0.9； $RMSEA=0.059$ ，介于 0.05 与 0.08 之间，表示模型拟合不错，并且其值落入 90% 的置信区间 (0.051, 0.075)， $PCLOSE=0.732>0.5$ 表示模型可以接受。理论模型 $ECVI=0.547$ ，其值比饱和模型和独立模型的 $ECVI$ 值都小，并落入 90% 的置信区间 (0.217, 0.647)，模型值的拟合效果好。从相对拟合指标看，模型 3 $NFI=0.915$, $IFI=0.907$, $TLI=0.908$, $CFI=0.929$ 均大于 0.9，而模型 1、2 则均未大于 0.9。模型 3 的相对拟合效果好。从简约拟合指标看， $PGFI=0.598>0.5$, $PNFI=0.644>0.5$, $AIC=107.537$ 其值比饱和模型和独立模型的 AIC 值小， $BCC=110.563$ 其值比饱和模型和独立模型的 BCC 值小， $CMIN/DF=1.344$ ，其值大于 1.0，小于 2.0， $BCC=110.563$ 。而模型 1、2 在各项指标上均未能显示优势。因此，模型 3 的简约拟合效果好，即五因子模型比三因子、四因子模型具有更好的拟合效果。

表 5.14 创业导向三个竞争性因子模型的整体拟合指标

		M3 (5)	M2 (4)	M1 (3)	判断依据
绝对拟合指标	CMIN	87.537	335.076	298.647	
	DF	80	48	32	
	P	0.036	0	0	
	GFI	0.917	0.899	0.894	>0.9
	RMSEA	0.059	0.117	0.138	0.05-0.08 不错;
	RMSEA90%CI	(0.039, 0.109)	(0.105, 0.129)	(0.124, 0.152)	
	PCLOSE	0.732	0	0	
	ECVI	理论模型	0.547	0.9	0.785
		饱和模型	1.156	0.355	0.251 置信区间内
		独立模型	0.854	5.112	4.777 置信区间内
相对拟合指标	ECVI90%CI	(0.217, 0.647)	(0.776, 1.041)	(0.667, 0.92)	
	NFI	0.915	0.84	0.856	>0.9 越接近 1 越好
	IFI	0.907	0.868	0.87	>0.9
	TLI	0.908	0.817	0.815	>0.9
	CFI	0.929	0.867	0.869	>0.9
	PGFI	0.598	0.553	0.52	>0.5
	PNFI	0.644	0.618	0.609	>0.5
	AIC	理论模型	107.537	395.076	344.647
		饱和模型	640	156	110
		独立模型	789.466	2244.035	2097.133
					比饱和模型和独立模型的 AIC 值小
简约拟合指标	BCC	理论模型	110.563	396.907	345.829
		饱和模型	649.078	160.761	112.827
		独立模型	790.601	2244.768	2097.647
					比饱和模型和独立模型的 BCC 值小
	CMIN/DF	1.344	6.981	9.333	1.0-2 良好

综上,通过本节(5.2)探测性因子分析与验证性因子分析,本节得出以下结论:1)无论是三维度指标、四维度指标及五因子指标都能很好地反映了创业导向与维度的结构关系。2)假设1通过,即竞争侵略性与前瞻性分别从两个方面对创业导向进行描述。同时,假设2也通过,表明自主性从创新性、风险承担性、前瞻性和竞争侵略性以外的方面对创业导向进行了描述。3)支持了Covin, Green & Slevin (2006)所指出的“不能说Lumpkin & Dess (1996^[56])与Miller (1983^[23])提出的关于创业导向不同维度规模的观点是相互对立、矛盾的”。

5.3 创业导向水平考察

前文(3.3)通过大量分析,对创业导向全国范围内的水平情况提出了5个假设。其间,提到创业导向水平的高低问题。这里的“高”与“低”不是相对老企业而言,更不是相对国外企业而言,而是相对新企业自身的情况。由于量表采用的是5级李克特表,3分为均线,低于三分为“低”,高于3分为“高”。

5.3.1 创业导向整体水平考察

表5.15 整体创业导向维度情况

		样本数	最小值	最大值	均值	标准差
具 体 维 度	创新性	440	1.00	5.00	3.0739	.90773
	风险承担性	440	1.00	5.00	2.9500	.90753
	前瞻性	440	1.00	5.00	3.2061	.83729
	竞争侵略性	440	1.00	5.00	2.9534	.89136
	自主性	440	1.00	5.00	3.2583	.90734
	有效样本数	440				

根据调研数据,利用SPSS13.0软件对所有样本创业导向水平的均值分析结果显示:全国范围看,前瞻性较高($3.2061 > 3$)、自主性维度水平($3.2583 > 3$)较高,假设5(前瞻性)、假设7(自主性)未通过。创新性较低($3.0739 < 3$)、风险承担性4($2.9500 < 3$)、竞争侵略性维度水平较低($2.9534 < 3$)。假设6(竞争侵略性)通过,假设4(风险承担性)未通过。

前文一方面从新企业资源匮乏的角度,认为企业可能迫于“不进则亡”的压力着眼于眼下的、现实的机会,而不会更多地关注未来的机会;另一方面,从转型经济制

度不完善的现状提出假设 5。数据结果显示，该假设未通过。从中国传统“等级”文化的角度提出该假设，但是未得到数据的支持。这可能是数据本身的代表性存在一定的问题，由于调研资源有限，在一些省市未拿到有效问卷，这可能对结果产生了一定的影响。因此，该问题有待应用更具全国代表性的数据加以验证。

5.3.2 创业导向地区水平对比

表5.16 东部与内陆地区创业导向对比

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.254	1	.254	.670	.414
Within Groups	166.048	438	.379		
Total	166.302	439			

根据调研数据，利用 Spss13.0 软件对东部沿海及内陆地区创业导向水平的方差分析的结果（见表 5.6）显示，地区间的创业导向水平有一定的差异，但是差异不显著（ $Sig.=0.414>0.05$ ），假设 8 未通过（两地创业导向水平有一定的差异）。针对差异程度较小的原因，本文认为，从数据上看，地区间创业导向水平未表现显著差异有可能是维度之间的不同方向的差异中和的结果导致，为了验证这一原因，本文根据两地数据，利用方差分析技术，对创业导向的五个维度进行了比较（表 5.7、5.8、5.9、5.10）。

表5.17 东部地区创业导向各维度水平情况

	样本数	最小值	最大值	均值	标准差
创新性	172	1.00	5.00	3.0858	.82513
风险承担性	172	1.00	5.00	2.9922	.92959
前瞻性	172	1.00	5.00	3.1279	.77848
竞争侵略性	172	1.00	5.00	3.0930	.88361
自主性	172	1.00	5.00	3.2926	.83477
有效样本数	172				

表5.18 内陆地区创业导向各维度水平情况

	样本数	最小值	最大值	均值	标准差
创新性	268	1.00	5.00	3.0662	.95843
风险承担性	268	1.00	5.00	2.9229	.89379
前瞻性	268	1.00	5.00	3.2562	.87068
竞争侵略性	268	1.00	5.00	2.8638	.88639
自主性	268	1.00	5.00	3.2363	.95188
有效样本数	268				

表5.19 东部与内陆地区创业导向各维度水平方差分析

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
创新性	Between Groups	.040	1	.040	.048	.826
	Within Groups	361.684	438	.826		
	Total	361.724	439			
风险承担性	Between Groups	.504	1	.504	.611	.435
	Within Groups	361.063	438	.824		
	Total	361.567	439			
前瞻性	Between Groups	1.725	1	1.725	2.469	.117
	Within Groups	306.037	438	.699		
	Total	307.762	439			
竞争侵略性	Between Groups	5.504	1	5.504	7.023	.008
	Within Groups	343.291	438	.784		
	Total	348.795	439			
自主性	Between Groups	.332	1	.332	.403	.526
	Within Groups	361.082	438	.824		
	Total	361.414	439			

表5.20 东部与内陆地区创业导向具体维度水平对比

	东部沿海地区 (N=172)	两地比较	内陆地区 (N=268)	F value
创新性	3.0858	>	3.0662	.048 (.826)
风险承担性	2.9922	>	2.9229	.611 (.435)
前瞻性	3.1279	<	3.2562	2.469 (.117)
竞争侵略性	3.0930	>	2.8638	7.023 (.008)
自主性	3.2926	>	3.2363	.403 (.526)

注：本表根据表 5.6-5.8 数据编制而成。

结果表明，在创业导向前瞻性上，东部沿海地区的水平略低于内陆地区；在创新性、风险承担性、自主性方面，东部沿海地区的水平均高于内陆地区，并且在竞争侵略性上维度上的差异显著 ($F=7.023$, $sig.=0.008$)。

5.4 本章小结

本章利用 SPSS13.0 对文章前三章的假设做了检验。探测性因子分析和验证性因子分析结果显示，五维度创业导向具有较好的数据拟合度，即假设 1、2 通过。具体维度的表现上看，数据显示：全国的创业导向之创新性、风险承担性和竞争侵略性水平较低，即说明假设 3、7、5 通过，但假设 4、6 未通过；地区对比结果显示，在东部沿海和内陆地区的创业导向存在一定的差异（假设 8 未通过），但是差异不显著；为了探寻其原因，文章进一步做了具体维度的方差分析，结果发现，两地在竞争侵略性维度上的差异显著。

第6章 结论与展望

6.1 论文研究结论

本文结合了企业生命周期理论、中国传统文化及转型经济背景对新企业的创业导向维度规模及维度水平进行了实证研究,得出以下结论(见简表6.1):

在维度规模方面,1)三维、四维、五维度创业导向量表在中国都是有效的;2)五维度创业导向量表具有较好的拟合度。在维度整体水平方面,1)风险承担性和竞争侵略性水平不高;2)创新性、自主性、前瞻性维度水平较高。在维度地区水平方面,1)创业导向在东部沿海地区和内陆地区具有一定的差异,但差异不显著;2)在创业导向维度之竞争侵略性上,东部沿海地区的水平显著高于内陆地区;其他维度水平上两者差异不显著。

表 6.1 结论

考察方面	对应假设	东部沿海高于内陆	全国
量表规模	假设1、2		五维度拟合度好
创新性	假设3		高
风险承担性	假设4		低
前瞻性	假设5		高
竞争侵略性	假设6		高
自主性	假设7		低
创业导向总体水平	假设8	是, 但不显著 是, 但不显著 是, 但不显著	
创新性		已进一步验证	否
风险承担性			否
前瞻性			是, 显著
自主性			
竞争侵略性			

6.1 有待进一步研究的问题

本文的文献阅读过程到后来的写作过程,是一个不断发掘问题的过程,但是由于时间和现有研究资源的约束难以一一解决,这些就成为本文结束后要进一步研究的问题:

- 1)作者在数据收集期间的企业访谈中发现,许多创业者反应在企业刚刚成立时创

业导向各维度水平普遍较低，随着年龄的增长大致伴随其水平的提升。那么，创业导向水平与年龄之间是否存在正相关关系？用纵向研究方法来研究这个问题

2) 本文虽然从中国传统文化、转型经济背景对创业导向进行研究，但这只是其中一章的内容，受限于篇幅，未能对其展开全面的、深入的剖析，而这个研究内容对中国企业创业导向形成根源的把握颇具意义，应作为下一步研究的问题。

3) 这是个一直困扰作者的问题：创业导向维度在不同的地区具有相同的维度规模或者有所差异？创业导向维度是企业创业的属性，还是一个动态变化的过程？“在建筑类学科中，城市规划原本隶属于建筑学专业，随着学科的发展，城市规划从建筑学中独立出来，形成与建筑学平级的城市规划专业。”是不是创业导向的发展也与此类似？即创业导向原本只含有创新性、风险承担性和前瞻性维度。随着创业活动本身的发展，自主性和竞争侵略性维度才从其中独立出来；或者这两个维度原本就存在，只是没有被学者们意识到而已。

参考文献

- 【1】Alexandrova M.. Entrepreneurship in a Transition Economy:The Impact of Environment on Entrepreneurial Orientation. University of National and World Economy, 2004, 2.
- 【2】Aloulou Lyon and Cerag. A conceptual approach of entrepreneurial orientation within small business context. Journal of Enterprising Culture, Singapore: Mar 2005, 13 : 21.
- 【3】Cooper A.. Entrepreneurship: the past, the present, the future. In Acs Z, and Audretsch D, eds. Handbook of Entrepreneurship Research[C]. Boston/Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 2003 : 141~160.
- 【4】Barney J.. Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management Studies, 1991, 17(1) : 99-120.
- 【5】Barringer B. R., and Bluedorn A. C.. The relationship between corporate entrepreneurship and strategic management. Strategic Management Journal, 1999, 20 : 421-444.
- 【6】Baumol W.J.. Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs, Cambridge, MA: MIT-Press, 1993.
- 【7】Begley T. M., And Boyd D. P.. Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and small business. Journal of Business Venturing, 1987, 2 : 79-93.
- 【8】Bourgeois L.J.. A conceptual integration. Academy of Management Review, 1980, 5(1): 25-39.
- 【9】Bourgeois L.J.. On the measurement of organizational slack. Academy of Management Review, 1981, 6(1) : 29.
- 【10】Brockhaus, Horwitz and DL Sexton. The art and science of entrepreneurship. Ballinger Cambridge, Mass, 1986.
- 【11】Burgelman R.. Managing the internal corporate venturing process, MIT Sloan Management Review, 1984, 2 : 33-49.
- 【12】Burgelman & Robert A.. Corporate Entrepreneurship and Strategic Management: Insights from a Process Study. Management Science, Linthicum: 1983, 29(10) : 1349-1365.
- 【13】Bygrave, W. D., and Hofer, C. W.. Theorizing about entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice, 1991, 16: 13-22.
- 【14】Chicha, J., P.A. Julien and M. Marchesnay . Strategieformulierung und-anwendung in kleinen und mittleren unternehmen. Internationales Gewerbeearchiv, 1990,38 : 188-201.
- 【15】Child J.. Organizational structure, environment and performance: The role of strategic. choic. Sociology, 1972, 6 : 1-22.

- 【16】 Covin, J. G., Slevin and Dennis P.. Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, Chichester: 1989, 10(1/2) : 75-88.
- 【17】 Covin, J. G., Slevin and Dennis P.. The Influence of organization structure on the utility of an entrepreneurial top management style. *The Journal of Management Studies*, Oxford: 1988, 25(5) : 217-235.
- 【18】 Covin, J. G., Slevin, Dennis P.. A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior entrepreneurship. *Theory and Practice*, Waco: Fall 1991, 16 : 7-26.
- 【19】 Crane, F. G.. An economical data logging system for field experiments. *British Geomorphological Research Group, Technical Bulletin*, 1984, 31.
- 【20】 Cunningham, J. B., and Lischeron J. Defining Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 1991: 45-61)
- 【21】 Daniel F.. Jennings and James R. Lumpkin. Functioning Modeling Corporate Entrepreneurship: An Empirical Integrative Analysis. *Journal of Management*, 1989, 15(3) : 485-502.
- 【22】 Miller D. & Friesen. P. H.. Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic. *Strategic Management Journal* (pre-1986), Jan-Mar 1982, 3,1, ABI/INFORM Global :1.
- 【23】 Miller D. & Friesen. P. H.. Strategy-making and environment: The third link. *Strategic Management Journal* (pre-1986), Jul-Sep 1983, 4,3, ABI/INFORM Global: 221.
- 【24】 Shepherd D. A. & Wiklund. J. Entrepreneurial Small Businesses : A Resource-based Perspective. *Edward Elgar Pub*, 2005, 8 : 258.
- 【25】 Dollinger M. J. and Harper Row. *Entrepreneurship: Strategies and Resources*[M]. Boston: Mass Irwin ,1995.
- 【26】 Drucke, P.F.. An Introductory View of Management. *The Practice of Management*, New York, 1954.
- 【27】 Falbe, C. and Larwood, L.. The context of entrepreneurial vision. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 1995 : 187-202.
- 【28】 Fayolle A.. Processus entrepreneurial et recherches en entrepreneuriat : vers une approche dynamique et globale des situations entrepreneuriales. *Memoire D HDR University de Grenoble II*, 2000.
- 【29】 Gartner W. B. and Birley S.. Introduction to the special issue on qualitative method in entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 2002, 17(5) : 387-395.
- 【30】 Gartner W. B.. Some suggestions for research on entrepreneurial traits and characteristics. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Fall 1989, 14(1) : 27-38.
- 【31】 Gartner, F. R., Johnson, F. D. and Morgan, P.. Cattle abortion from ponderosa pine needles: ecological and range management considerations. *Westview Press*, Boulder, Colo., 1988 : 428.

- 【32】 Gartner, W. B.. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation." *Academy of Management Review*, 1995, 10(4).
- 【33】 Gartner, W. B. And Kenneth J. Burger. Entry Strategies in the Robotics Industry.In J. A. Hornaday, J. A. Timmons, and K. H. Vesper (Eds.). *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College, 1983 : 118-138.
- 【34】 KnightG. A.. Firm Orientation and Strategy under Regional Market Integration: A Study of Canadian firms. *The International Executive (1986-1998)*, May/Jun 1997,39,3, ABI/INFORM Global: 351.
- 【35】 Heaton, J. C. and Lucas D. J.. Portfolio choice and asset prices: The importance of entrepreneurial risk. *Journal of Finance*, 2000, 55 : 1163-1198.
- 【36】 Hernandez-Garcia, V.. The diet of the swordfish *Xiphias gladius* Linnaeus, 1758, in the central east Atlantic, with emphasis on the role of cephalopods. *Fish. Bull.*, 1995, 93 : 403-411.
- 【37】 Hofstede G.. *Culture's Consequences:International Differences in Workrelated Values*. Beverl Hills, 1980: 83-227.
- 【38】 Hunter, J. E., and Schmidt, F L.. Dichotomization of continuous variables: The implications for meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 1990, 75 : 334-349.
- 【39】 Ichak Adizes. How to Slove the Crisis Mismanagement Crisis. Mדור Institute, California, 1979.
- 【40】 Ichak Adizes. Organizational passages: Diagnosing and treating life cycle problems of organizations[J]. *Organizational Dynamics*, Summer 1979 : 2 - 25.
- 【41】 Ireland, R. D., Hitt, M. A., Camp, S. M., and Sexton D. L.. Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth. *Academy of Management Executive*, 2001, 15(1) : 49-6.
- 【42】 Jeffrey G. Covin, Kimberly M. Green and Dennis P. Slevi. Strategic process effects on the entrepreneurial orientation-sales growth rate relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Waco: 2006, 30(1) : 57.
- 【43】 Jones, J.A.A. and Crane, F.G.. Pipeflow and pipe erosion in the Maesnant experimental catchment. *Catchment Experiments in Fluvial Geomorphology* (eds T.P. Burt & D.E. Walling), 1984 : 55-72.
- 【44】 Kanter, R. M.. *The Change Masters: Innovations for productivity in the American corporation*. New York, NY, 1983.
- 【45】 Kets de Vries M.F.R.. The entrepreneurial personality: a person at the cross-roads. *Journal of Management Studies*, 1977, 14 : 34-58.
- 【46】 Khandwalla P.. Generators of pioneering innovative management: Some Indian evidence[J].*Organization Studies*, 1977, 8(1) : 39~59.
- 【47】 Kimberly M.Green, Jeffrey G. Covin and Dennis P. Slevin. Exploring the relationship between strategic reactivity and entrepreneurial orientation: The role of structure-style fit. *Journal of Business Venturing*, New York: 2008, 23(5) : 356.

- 【48】 Kreiser, P. M., Marino, L. D., and Weaver, K. M.. Assessing the psychometric properties of the entrepreneurial orientation scale: A multi-country analysis, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2002.
- 【49】 Kroeber A., & Kluckhohn C.. *Culture*. New York: Meridian Books, 1952.
- 【50】 Lee, S.M., & Peterson S.J.. Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. *Journal of World Business*, 2000, 35(4) : 401-416.
- 【51】 Likert R. A.. Techniques for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 1932, cxl: 1-55.
- 【52】 Lisa K. Gundry. Pursuing technological innovation: The role of entrepreneurial posture and opportunity recognition. DePaul University FER.
- 【53】 Low M.B., & MacMillan I.C.. Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of Management*, 1988, 14 : 139.
- 【54】 Lucia Naldi, Mattias Nordqvist, Karin Sjöberg, and Johan Wiklund. Entrepreneurial Orientation, Risk Taking, and Performance in Family Firms. *Family Business Review*, 2007.
- 【55】 Lumpkin T., & Dess G.. Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and life cycle[J]. *Journal of Business Venturing*, 2001, (16) : 429~451
- 【56】 Lumpkin, G T., Dess & Gregory G.. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance[J]. *Academy of Management Review*, 1996, 21(1) : 135-172.
- 【57】 Marchesnay, Michel and Pierre-André Julien. The Small Business: as a Transaction Space. *Entrepreneurship and Regional Development*, 1990, 2(6), 267-277.
- 【58】 McClelland D. C., & Burnham D. H.. Power is the great motivator. *Harvard Business Review*, 1976, 54(2) : 100-110.
- 【59】 McDougall, P., & Robinson, R. B.. New Venture Strategies: An Empirical Identification of Eight‘Archetypes of Competitive strategies for Entry. *Strategic Management Journal*, 1990, 11 : 447-467.
- 【60】 McDougall, P.P., & Oviatt B.M.. International entrepreneurship: The intersection of two research paths. *Academy of Management Journal*, 2000, 43 : 902-908.
- 【61】 Michael A. Hitt et al.. *Strategic Management-Competitiveness and globalization*, South-Western College Publishing, 2001.
- 【62】 Miles R. and Snow C.. *Organizational strategy, structure and process*[M]. New York: McGraw-Hill, 1978
- 【63】 Miles, Morgan P., Arnold, Danny R., Thompson and Donald L.. The interrelationship between environmental hostility and entrepreneurial orientation. *Journal of Applied Business Research*, Laramie: Fall 1993, 9: 12-24.

- 【64】 Miller D. and Friesen. P.H.. Innovation in conservative and entrepreneurial firms: two models of strategic momentum. *Strategic Manage. J.* 3, 1982 : 1-25.
- 【65】 Miller D. The correlates of entrepreneurship in three types of firms, *Management Science*, 1983,29:770
- 【66】 Miller, D. and Friesen P.. The longitudinal analysis of organizations: A methodological perspective[J]. *Management Science*, 1982, 28 : 1013~1034.
- 【67】 Miller, D. and Friesen PH.. Archetypes of strategy formulation. *Management Science* 1978, 24(9): 921-933.
- 【68】 Miller, D.. Configurations revisited. *Strategic Manage. J.* 17, 1996 : 505-512.
- 【69】 Miller, D.. Strategy making and structure: analysis and implication for performance. *Acad. Manage. J.* 30, 1987, 1: 7-32.
- 【70】 Miller, D. & Friesen P. H. Archetypes of strategy formulation. *Management Science*, 1983, 24 : 921-33.
- 【71】 Mintzberg, H.. Strategy making in three modes[J]. *California Management Review*, 1973, 16(2): 44-53.
- 【72】 Mintzberg H.. The manager's job: Folklore and fact. *Harvard Business Review*, 1975,53(4), July-August, 49-61.
- 【73】 Neely A. and Hii J.. Innovation and Business Performance: A Literature Review,The Judge Institute of Management Studies. University of Cambridge, Cambridge, 1998.
- 【74】 Patricia Phillips McDougall, Benjamin M Oviatt. *Academy of Management Journal*, Briarcliff Manor: 2000, 43(10) : 902-909.
- 【75】 Peng M. W.. How entrepreneurs create wealth in transition economies. *Academy of Management Executive*, 2001, 15 : 95-108.
- 【76】 Drucker P.F. *Technology, management & society*. New York, Harper & Row, 1970.
- 【77】 Pickle, H.B. & Abrahamson, R.L.. *Small Business Management*, NY:Wiley and Sons, 1976.
- 【78】 Rauch, A., Wiklund, J., Frese, M. and Lumpkin, G. T.. *Entrepreneurial Orientation and Business Performance: cumulative Empiricl Evidence*. Paper presented at the babson_Kauffman Entrepreneurship Research Conference, University of Strathclyde, Glasgow, Scotland, 2004.
- 【79】 Biggadike R.. The risky business of diversification. *Harvard Business Review*, 1979, 79(5) : 103-111.
- 【80】 Richard C. Becherer and John G. Maurer. The Moderating Effect of Environmental Variables on the Entrepreneurial and Marketing Orientation of Entrepreneur-Led Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Fall 1997, 22(1) : 47-58.

- 【81】 Richard, O.C., Barnett, T., Dwyer, S. and Chadwick, K.. Culture diversity in management, firm performance, and the moderating role entrepreneurial orientation dimensions. *Academy of management journal*, 2004, 47(2) : 255-266.
- 【82】 Rodney C. Shrader, Benjamin M. Oviatt, Patricia Phillips McDougall. How new ventures exploit trade-offs among international risk factors: Lessons for the accelerated internationalization of the 21st century. *Academy of Management Journal*, Briarcliff Manor: 2000, 43(12) : 1227 -1248.
- 【83】 Rumelt. Theory, Strategy and Entrepreneurship, *The Competitive Challenge*, D. Teece, (ed.), Ballinger, 1987.
- 【84】 Schneider, B., Goldstein, H. W., and Smith, D. B.. The attraction-selection-attrition framework: An update. *Personnel Psychology*, 1995, 48 : 747-773.
- 【85】 Zahra S.A. & Donald Neubaum. Environmental adversity and the entrepreneurial activities of new ventures. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Norfolk: Fall 1998, 3 : 123 -141.
- 【86】 Shane & Venkataraman. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 2000, 25(1) : 217-226.
- 【87】 Short, J. C., Payne, G. T., v K. H., Lumpkin, G.T., and Broberg, J. C.. Family Firms and Entrepreneurial Orientation in Publicly Traded Firms: A Comparative Analysis of the S&P 500. *Family Business Review*, 2009, 22(1) : 9- 24.
- 【88】 Stetz, P.E., Howell,R., Stewart, A.Blarir,J.D. and Fottler M. D.. Multidimensionality of entrepreneurial firm-level processes: Do the dimension covary? In PD. Reynolda, E. Autio C.G. Brush, W.D. Bygrave, S. Manigart, H.J. Sapienza, & D.L. Sexton (Eds), *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA: Babson College, 2000 : 653-667
- 【89】 Stevenson H.H. & Gumpert. The heart of entrepreneurship. *Harvard Business Review*, 1985 : 85-94.
- 【90】 Stevenson, H.H. & Jarillo J.C.. A Paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management, *Strategic Management Journal*, 1990, 11 : 17-27.
- 【91】 Stopford J. M., & Baden-Fuller F.. Creating Corporate Entrepreneurship[J]. *Strategic Management Journal*, 1994, 15 : 521-536.
- 【92】 Van de Ven A. & Poole M.. Explaining Development and Change in Organizations. *Academy of Management Review*, 1995.
- 【93】 Venkatraman N.. The concept of fit in strategy research: towards verbal and statistical correspondence. *Academy of Management Review*, Venkatraman, 1989a, Vol.14(3) : 423-444.
- 【94】 Weick K.. *The social psychology of organizing*. 2nd ed. New York: McGraw-Hill, 1979.

- 【95】 Wernerfelt, B.. A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 1984, 5.
- 【96】 Wiklund J.. The sustainability of the entrepreneurial orientation-performance relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1999, 24(1) : 37-48.
- 【97】 Wiklund, J.. Small firm growth and performance: entrepreneurship and beyond. Doctoral dissertation, Jönköping: Jönköping International Business School, 1998, 3.
- 【98】 Yuan Li, Yongbin Zhao, Justin Tan and Yi Liu. Moderating Effects of Entrepreneurial Orientation on Market Orientation-Perfo. *Journal of Small Business Management*, Jan 2008, 46,1, ABI/INFORM Global : 113.
- 【99】 Zahra S.A. & Covin J.G.. Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: a longitudinal analysis. *Journal of Business Venturing*, 1995, 10: 43-58.
- 【100】 Zahra, S.A.. Domestic and international focus, technology strategy and company performance. Paper presented at the Academy of Management, Las Vegas, Nevada. 1992.
- 【101】 Zahra, S.A.. Environment, corporate entrepreneurship and company performance: A taxonomic approach. *Journal of Business Venturing*, 1993, 8 : 319-340.
- 【102】 Zahra, S.A.. Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship:An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 1991, 6: 259-285.
- 【103】 Zahra, S.A., Covin and Jeffrey G.. Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis. *Journal of Business Venturing*, New York: 1995, 10(1): 43-59.
- 【104】 Zahra, S.A., Hayton, James C., Salvato and Carlo. Entrepreneurship in family vs.non-family firms: A resource-based analysis of the effect of organizational culture. *EntrepreneurshipTheory and Practice*, Summer 2004 : 363-381.
- 【105】 Zahra S., Sisodia, Rajendra, Matherne and Brett. Exploiting the dynamic links between competitive and technology strategies. *European Management Journal*, London: 1999, 17(4) : 188 -204.
- 【106】 Zhong Yang, Richard Li-Hua, Xiao Zhang and Yonggui Wang. Corporate entrepreneurship and market performance: an empirical study in China. *Journal of Technology Management in China*, 2007, 2 : 2.
- 【107】 蔡莉,肖坚石,赵镝. 基于资源开发过程的新创企业创业导向对资源利用的关系研究.科学学与科学技术管理[J]. 2008 (1) .
- 【108】 陈文婷,李新春. 上市家族企业股权集中度与风险倾向、市场价值研究--基于市场化程度分组的实证[J]. 中国工业经济. 2008 (10) .
- 【109】 陈忠卫. 创业团队企业家精神的动态性研究[M]. 北京: 人民出版社.2007 (11) .
- 【110】 储小平,李怀祖.家族企业变革剖析[J]. 经济理论与经济管理,2002 (10) .
- 【111】 弗洛德. 调查研究方法[M]. 重庆: 重庆大学出版社. 2004: 43.

- 【112】高海燕,邓红.等级观念与职业选择[J]. 人才开发. 2008 (4) .
- 【113】高志刚. 区域经济差异理论述评及研究新进展[J]. 经济师[J]. 2002 (2) .
- 【114】何倩 ,魏泽龙,李垣. 企业家导向、市场导向与企业绩效[J]. 中国统计. 2007 (11) .
- 【115】华民. 面对欧元,中国该如何选择[J]. 国际经济评论, 1998 (Z6) .
- 【116】蒋铁柱. 企业党建与公司治理的融合[J]. 社会科学. 2006 (1) .
- 【117】蒋铁柱.家族企业第二次创业[M]. 山西: 山西人民出版社. 2006.
- 【118】焦豪,周江华,谢振东. 创业导向与组织绩效间关系的实证研究--基于环境动态性的调节效应[J]. 科学学与科学技术管理. 2007 (11) .
- 【119】中国中小型高科技企业成长性评价 李柏洲 经济管理出版社 2006.10: 50
- 【120】李炳穆.理想的图书馆员和信息专家的素质与形象[J]. 图书情报工作, 2000 (2) .
- 【121】李乾文.创业型战略的兴起及实施[J]. 商业研究,2006 (16) .
- 【122】梁文群,张永红. 转型经济中我国政府的经济职能探讨[J]. 经济师. 2005 (5) .
- 【123】彭熠. 我国农业上市公司非农化经营成因分析[J]. 中南财经政法大学学报. 2008 (2) .
- 【124】王淑萍. 我国转型期腐败现象的制度分析--基于寻租理论的视角[J]. 新西部. 2008 (10) .
- 【125】肖灿夫. 东部地区与中西部地区经济差距影响因素分析[J].北方经济. 2008 (5) .
- 【126】薛红志. 试论竞争战略对创业导向-绩效关系的影响[J]. 外国经济与管理. 2005 (12) .
- 【127】薛红志. 营销职能的创业化--创业导向与市场导向的融合. 外国经济与管理 [J],2005 (06) .
- 【128】伊迪丝·彭罗丝(Edith Penrose)(英)著, 赵晓译. 企业成长理论[M]. 上海: 上海人民出版社. 2007.
- 【129】张家明. 中外家族企业的比较研究[J]. 北方经济. 2006(23).
- 【130】张映红. 公司创业战略: 基于中国转型经济环境的研究. 清华大学出版社[M]. 2005.7.
- 【131】张玉利 杨俊. 试论创业研究的学术贡献及其应用[J]. 外国经济与管理 2009 (1) .
- 【132】张玉利. 赵都敏新企业生成过程中的创业行为特殊性与内在规律性探讨[J]. 外国经济与管理. 2008 (30) .
- 【133】赵世明, 王君著. 问卷编制指导[M]. 教育科学出版社. 2006: 8-9.
- 【134】郑馨. 公司创业导向的诠释和研究维度[J]. 科学学与科学技术管理. 2007 (12) .
- 【135】朱仁宏,陈灿.创业研究前沿理论探讨: 理论流派与发展趋势[J]. 科学学研究. 2005.

摘要

论文题目：新企业创业导向研究

专业名称：技术经济及管理

导师姓名：蔡莉教授

创业在实践上是很普遍的现象，但其理论学术地位最近才得以确立。作为描述创业过程的创业导向近年来备受学界关注。它源于战略选择视角，是一种战略决策，随着对决策主体认识的变化，创业导向研究的重心已经从个人层面转向企业层面。进一步地看，创业导向的研究以家族企业、成熟企业居多。

随着研究的深入，创业导向的实证研究越来越受到学者青睐。实证研究必然需要对创业导向进行量化分析，也就需要对其维度加以测定。于是，创业导向维度划分及测量成为创业导向维度研究中的热门话题，但同时也是争议焦点。创业导向维度的规模如何、包含的维度有哪些等等在学界众说纷纭。以 Miller 和 Covin 为代表的学者认为创业导向是由创新性、风险承担性、竞争侵略性三个共变维度构成，以 Lumpkin 为代表的学者在此基础上增加了自主性和竞争积极性两个维度，并认为其维度之间是非共变的。相应地，维度的模糊导致了测量量表的不统一。不过，值得庆幸的是，由 Khandwalla 开发，后经 Miller 和 Friesen 和 Covin 和 Slevin 修改的三维度量表，以及在此基础上由 Lumpkin 和 Dess 修改的五维度量表是目前最为广泛应用的两套量表。本文倾向于后者的五维度观点。

在创业导向的维度水平上，本文从三个视角两个层面来分析并提出假设。三个视角是新企业特征、中国传统文化、转型经济，两个层面为整体（全国范围）和地区（东部沿海与内陆地区）。

首先，从新企业特征视角上看，1) 企业具有一定的生命周期，在每一个生命周期阶段表现出不同的特征。企业在刚成立不久的一段时间内，资源匮乏是一大显著特征。a.就创新性而言，企业资源匮乏的现状急需企业以较少的资源消耗换取最大的资源增量，创新是重要途径之一，新企业也将相应表现出较高的创新性。b.就风险承担性而言，新企业在资源较为薄弱时，“无力”也“无心”为之。因为，一般来说，大风险项目对与之匹配的各方面资源具有较高要求，这是新企业的弱项，企业“无力”承接；同时，高风险项目的失败对刚刚起步的新企业来说可能会是致命一击，一般新企业都会倾向于谨慎小心行事，“无心”承接该类项目。2) 企业通生物类似，在不同阶段会有不同的需求层次，新企业以最底层生存需求为主。对它们来说，抓住眼下的机会更为现实，对未来的关注会相对少些，前瞻性水平将有限。

其次，从中国传统文化背景看，1) 中国文化的等级观念源远流长，社会经济活动中表现了这种文化的根植性。在企业中，员工与领导的层级分明，讲求服从，一旦组织成员有好的想法，通常需要先通过层层领导的认可才能公诸于世，但往往伴随着这一过程的是激情的泯灭和时机的流逝。对自主性水平有较大的约束。2) 中国传统文化倡导“以和为贵”，对竞争主张“非攻”、“不争”、“和”思想，认为“夫唯不争，故无尤”、“争则乱，乱则穷”。现代企业经营讲求“和气生财”也是这一观念的体现。在面对竞争时，企业往往以“礼让”态度倾向为主，竞争侵略性不高。

第三，从转型经济背景看，1) 转型经济的政策不稳定，增加了企业对未来机会识别的模糊性；再加上政策不完善且监管不严，前瞻性的外部保障受到挑战。两方面共同都对企业的前瞻性有一定程度的制约。2) 转型经济秉持的“增量式”改革导致了地区发展的不均衡，创业导向在衡量创业这一重要经济活动过程时，将表现出一定的地区差异。

在实证部分，本文对前人的量表进行研究，并结合本次调研的实际特点对已有量表进行修改。论文的调研以国家自然科学基金为依托，通过三个月的调研，最终得到有效问卷为 440 份（东部沿海 172 份，内陆 268 份）。对调研所获数据用 SPSS13.0、AMOS4.0 软件进行统计分析，对假设进行检验，其中的 5 条假设得到了支持，3 条假设未通过。

文章的最终结论为：1) 在维度规模方面，a. 三维、四维、五维度创业导向量表在中国都是有效的；b. 五维度创业导向量表具有较好的拟合度。2) 在维度整体水平方面，a. 风险承担性和竞争侵略性水平不高；b. 创新性、自主性、前瞻性维度水平较高。3) 在维度地区水平方面，a. 创业导向在东部沿海地区和内陆地区具有一定的差异，但差异不显著；b. 在创业导向维度之竞争侵略性上，东部沿海地区的水平显著高于内陆地区；其他维度水平上两者差异不显著。

关键词：

新企业，创业导向，维度，地区对比

ABSTRACT

Title: Research on Entrepreneurial Orientation in New Venture

Major: Technology Economics and Management

Adviser: Cai Li Professor

Entrepreneurship is very prevalent in the practice, while infant in the theory. Entrepreneurial orientation, a strategic decision that derives from Strategic Choice, has caused pretty attention for its description the venture action. With the research development, scholars have made enterprise-level as entrepreneurial orientation's top priorities rather than individual-level, and pay more attention on family firm and mature firms.

Empirical research of entrepreneurial orientation has played a critical role in the study since it meets the need of in-depth study. It is controversial on the dimensions of entrepreneurial orientation. Miller and Covin, as a representative of many scholars believe that entrepreneurial orientation is composed by innovativeness, risk-taking and proactiveness. Lumpkin, as a representative of same scholars support the view that it should be added two uncovering dimension: autonomy and competitive aggressiveness. Consequently, the unclear dimensions lead to the different views on the measurement. Fortunately, the three-dimension measuring scale that developed by Khandwalla and modified by Miller & Friesen and Covin & Slevin and five-dimension measuring scale that modified by Lumpkin & Dess basing on three-dimension measuring scale are the most prevalent in the study. This paper back on the latter.

Entrepreneurial orientation dimension level would be analyzed and hypothesized from three perspectives which refers new firm characteristics, Traditional Chinese Culture and Transitional Economy and two level which refers to whole unite (National in Scope) and districts (eastern coast and inland area).

1. New Firm Characteristic

Firstly, a firm shows different features in different lifecycle stage. New firms always show the marked characteristic resources shortage. Concerning on innovativeness, we can find that new firms provide more innovativeness because it is vital to gain the maximal resource increment with minimal resource consumption. Concerning on risk-taking, we can find that new firms are incapable and unwilling to handle risk-taking business because of the weak resource. The requirement of risk-taking business always in a high level. New firms cannot meet their needs. In addition, a new firm may suffer a lot or even bankrupt from the failure of taking the risk-taking business. Secondly, like animal, firm have different needs in various period. New firms make the survival demand in the first place and concentrate more

on catching on the immediate chance than on prospective opportunity for the practical consideration.

2. Traditional Chinese Culture Background

Firstly, sense of hierarchy has a long history and influence people in the social activities. Subordinates obey their leaders in most time, thus only when a idea approved by all the leaders can it be public. In such case, the culture concept blocks the stuff passion and firm opportunity. That causes the autonomy level low. Secondly, the concept “Harmony is most precious” is advocated in the traditional Chinese culture. Firms emphasize on “Harmony brings wealth” following the same thinking and tend to courtliness to their competitor with low invasion level. That causes the autonomy level low.

3. Transitional Economy Transform Background

Firstly, the instability of transitional economy policies confused the firms when they learn the future chance. In addition, the imperfect policies and supervise challenge the external guarantee. Both of these factors restrict the prospective level. Secondly, incremental economic development leads to the unbalance in different districts. Therefore, regional differences is shown when the scholars measure the entrepreneurship activities in entrepreneurial orientation learning.

In empirical research, this paper learn the previous measuring scale and combine the key point of practical characteristics in this investigation to modify the previous measuring scale. Basing on the National Natural Science Foundation, final valid 400 questionnaires are gained in 3 months that include 172 questionnaires about eastern coast and 268 questionnaires about inland area, which are use to statistical analysis by SPSS13.0 and AMOS 4.0 with the result that five hypothesizes approved and three hypothesizes unapproved by testing.

Conclusion: 1. Concerning the dimension scale, firstly, three-dimension, four-dimension and five-dimension measuring scale of entrepreneurial orientation are all valid in the situation of China. Secondly, five-dimension measuring scale owns good fitness. 2. Concerning the whole dimension level, firstly, the level of risk-taking and competitive aggressiveness is not very high. Secondly, the level of innovativeness, autonomy, perspective ness is high. 3. Concerning the entrepreneurial orientation level, there are some differences in eastern coast and inland area with a low level. Secondly, concerning the competitive aggressiveness, its level of eastern coast area is pretty higher than that of inland area while other dimension levels are almost the same.

Key words:

new venture, dimension, district difference

致 谢

时光荏苒，两年的研究生生涯即将结束，我深信它将是我一生中非常美好的回忆，长春--见证我七年成长的第二故乡，吉林大学--给我知识的母校，管院基地--我的家，寝室--这个充满温暖的地方……还有一切的一切，都将镌刻在我心中，永生难忘。

在此，特别感谢我的导师蔡莉，她把我带进了严谨的学术研究中，不断给我挑战自我的机会，鼓励和帮助我在各方面取得进步。老师为人正派、做事严谨、刚柔并济、言行举止落落大方，对我的成长影响颇深，愿我们的蔡老师学术硕果累累、永远美丽如今；感谢创业团队的每一名成员，李雪灵、朱秀梅、苗淑娟、崔启国、赵嫡、柳青（“淘宝师兄”）、陈巍（“导演师兄”）、余翔、肖坚石、战婷婷、许利毅、范凤霞（“花粉”）、尹苗苗、张浩然（“搜霸王”）、夏荣威、周立媛、单标安、袁帅……祝大家蒸蒸日上，也祝愿我们的创业团队继续茁壮成长。另外，感谢 431 寝室以及白七舍的姐妹们在生活中对我的帮助，祝愿你们一生幸福。感谢我的伯父徐毅鹏一家多年来对我的关心和帮助。感谢父母给了我生命并辛勤劳作培养我，祝愿你们平安健康。感谢我的“拉风小辣妹”CC，你是上天赐予我最好的礼物，祝贺你终于实现了美国之梦。

感谢一切关爱我的人，你们的支持和鼓励给予我无限的温暖、勇气和力量。谨以本文献给你们！