

DOI: 10.16538/j.cnki.fem.2017.07.003

## 创业直觉研究的演进和主要内容述评

方世建, 秦玲玲

(中国科学技术大学 管理学院, 安徽 合肥 230026)

**摘要:** 创业直觉以无意识、迅速、整体关联以及情境依赖为特征。创业直觉的研究才刚刚起步且很不成熟。本文从当代直觉研究切入, 进入创业直觉研究, 概述创业警觉到创业直觉概念的演进, 探究影响创业直觉的六个前置因素, 然后从创业过程、创业者、企业三个层面分析创业直觉的后果, 继而从认知续线体、双重过程观、经验推断三个理论构面综合探讨直觉判断与分析判断在决策特别是创业决策中的作用。由于创业直觉判断和创业机会密切关联, 最后从创业机会内涵深入剖析切入, 对文章内容进行了总结评价和进一步的解释。

**关键词:** 决策; 创业直觉; 经验推断; 分析判断

**中图分类号:** F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2017)07-0033-18

### 一、引言

启蒙运动高举“自由”和“理性”之旗帜, 拉开了人类社会现代化之序幕。自此理性得到张扬, 科技进步、工业革命、现代化突飞猛进。理性推理一统天下, 笛卡尔“大写的人”成为理性旗帜下推动着社会经济快速发展的主体动力。直觉思维和理性思维本是人类思维的两翼, 理性思维如日中天, 对直觉思维的关注和研究被逐渐淡化。经康德、黑格尔, 理性被推到极致, 直到19世纪末, 尼采的思想震撼了理性大厦, 可能的彼世的可靠性和合理性面对生命的力量, 发明的感知性消失了。进入20世纪后, 不论是在科学研究还是在社会实践中, 直觉思维再次受到人们的重视。弗洛伊德以无意识肯定了冲动: 不再存在什么肯定无疑的东西。不确定性推开了直觉探究的大门。爱因斯坦说“直觉思维是科学创造成功的首要因素, 物理学家的最高使命就是要得到那些普遍的基本定律, 由此世界体系就能用单纯的演绎法建立起来。要通向这些定律, 并没有逻辑的道路, 只有通过那种对经验的共鸣的理解为依据的直觉, 才能得到这些定律”。直觉思维在科学研究中又受到了青睐。社会实践中, 百年市场风云和新科技革命浪潮中涌现出一批杰出的企业家。不论是美国的乔布斯, 还是中国的马云等都认为他们的成功决策离不开直

收稿日期: 2017-02-28

基金项目: 国家自然科学基金项目(71172214)

作者简介: 方世建(1955—), 男, 中国科学技术大学管理学院教授;

秦玲玲(1989—), 女, 中国科学技术大学管理学院研究生。

觉思维。理论研究上,近几十年来,学者们在哲学、心理学、艺术、管理学等诸多领域对直觉展开了多方位、多层次的探讨,涌现出很多重要的研究成果,为创业领域的直觉研究奠定了基础,一个崭新的研究领域已经逐渐显现。本文以直觉思维的复兴为起点,拟从直觉研究的基本内容梳理入手,切入创业警觉概念,铺陈开创业直觉的相关内容,将目前尚处于碎片化的创业直觉研究成果进行汇聚、深入、精炼,为未来研究形成一个系统性的研究参考框架。

笔者在商业资源数据库(Business Source Premier)、科学指引数据库(ScienceDirect)以及威利在线图书馆(Wiley Online Library)上以“intui”和“entrepreneur”为关键词进行全文的布尔搜索,发现文献近千篇。尽管其中关于创业直觉(entrepreneurial intuition)的文献近年来呈现出增长的趋势,但所占比例仍相当之少。学者们对创业直觉的概念、来源与后果也缺乏系统清晰的阐释。鉴于此,本文试图对创业直觉现有文献进行系统分析,呈现目前创业直觉研究概观。全文分为七个部分:第一部分是引言,第二部分介绍直觉的概念和特征,第三部分概述创业警觉到创业直觉概念的研究演进,第四部分探究影响创业直觉判断的六个前置因素,第五部分从三个层面考查创业直觉判断的后果,第六部分综合探讨分析判断和直觉判断的相关理论,最后一部分为结语。

## 二、直觉的概念和特征

直觉在哲学、心理学、艺术、管理等研究领域已然形成大量文献,但学术界迄今未形成一致的定义。本文首先梳理文献中的直觉概念,然后进入创业直觉的探讨。

### (一)直觉的概念

学术上对直觉概念的研究分为许多视角,包括哲学、心理学和管理学等都对直觉进行过探讨。西方哲学家通常认为直觉是进行认知的最简单最直接的方式(Osbeck, 2001; Wild, 1938)。在东方,许多佛教徒认为直觉是获得真知的方法,是“通往更广阔和更富裕的世界的大门”(Guenther, 1958)。心理学对直觉的研究主要集中于心理认知方向,总结出四个主要特点:直接性、突发性、非逻辑性和或然性(李海涛, 2015)。Barnard(1938)是管理学领域直觉研究的开创者,他认为高级管理者通常在很大程度上依赖于对形势的直觉判断,要求快速决策并进行复杂的判断。

事实上,学术界对直觉的定义一直未能达成一致,笔者收集到直觉的定义多达二十余条,包括来自国外权威词典如牛津词典、美国词典以及国内外各种文献中的定义,删除了其中基本重复的定义,最终保留具有代表性的直觉定义,见表1。

表1 直觉的定义

来源	直觉定义
牛津词典	不经过推理过程的干预而由心灵达到对物体的直接领悟
美国词典(企鹅出版集团)	未经过理性的论证过程便能知道或感觉的行为或能力
Jung(1933:567—568)	能够以无意识但有意义的方式传递感知、探索未知、感知不明确的可能性的一种心理功能
Burke和Miller(1999:92)	基于决策者先前经验和情感输入的认知结论
Raidl和Lubart(2001:219)	一种感知过程,主要通过潜意识地将信息的不相关要素联系起来构建而成
Dane和Pratt(2007:33)	通过快速的、非意识的与整体的关联而产生的情感控制的判断
Evans(2010:313)	一种知识来源,不同于更富逻辑、分析或理性的推理模式,是在缺乏推理下的即刻领悟
Baldacchino等(2015:212)	主要是一种无意识的、关联的、迅速的且情境依赖的信息处理方式

资料来源:根据相关文献整理。

表1显示,学术界很大程度上已经将直觉归于认识论的范畴,认为直觉是一种非理性、非逻辑、非意识的思维方式。直觉能够基于情感,调动一切已有的知识、经验,对观察对象做出敏锐的洞察、迅速的识别、直接的理解和整体的关联。它不仅是一种认知方式、思维过程,还是一种情感和意志的活动,作为一种心理现象贯穿于日常生活与科学研究之中。

## (二)直觉的特征

目前尽管无法就直觉的定义达成共识,但学者们一致认为直觉具有一些明显的特征。对直觉定义的系统分析可以总结出直觉有五种具体特征。

第一,直觉的典型特征是非意识性。例如,Jung(1933)认为直觉是以无意识方式传达感知的一种心理功能。Shirley和Langan-Fox(1996)指出直觉是基于不完全信息、未进行有意识理性思考的一种确信知晓的感觉。Hogarth(2001)认为直觉或直觉型反应能在几乎没有明显付出努力的情况下达成,并且一般没有意识性觉知,几乎不涉及有意识的思考。Osbeck(2001)从哲学角度定义直觉,即直觉是不通过其他推理或表征而直接的理解。直觉的产生与有意识思考无关(Dane和Pratt,2007),它超越有意识思考,产生一种“知其然”而“不知其所以然”的感觉(Hodgkinson等,2009)。

第二,直觉判断具有整体性和关联性。相对于以规则为基础的分析过程,直觉过程具有整体性和关联性。该过程是一个匹配的过程,即环境刺激与一些固有的(非意识的)分类、模式或特征相匹配,不同的学者用不同的名称表征这一匹配过程,如意识(Wild,1938)、理解(Rorty,1967)、识别(Simon,1996)、见解(Osbeck,1999)。Bowers等(1990)将直觉描述为对一致性(模式、意义和结构)的初步感知,并将直觉和模式识别明确联系起来。直觉判断涉及识别特征与模式(Klein,1998)而不是通过逻辑思考产生联系,因此它被概念化为整体的(Epstein,1990;Shapiro和Spence,1997)。Glockner和Witteman(2010)将直觉视为关联学习的结果,从而引入“关联直觉”这一术语。Raidl和Lubart(2001)将直觉描述为“关联信息不相关元素的过程”。由于直觉这种关联元素的作用,很多人认为直觉具有关联性(Epstein,1994;Epstein等,1996;Kahneman,2003)。

第三,感觉、情绪和情感也在直觉判断中起重要作用。在许多双重过程理论中情感明确地与直觉系统的运作相联系,如认知—经验自我理论中的经验系统就与情感和体验相关(Epstein,1994)。直觉的同义词“本能情感”、“本能反应”(Hayashi,2001;Shapiro和Spence,1997)或者“骨子里的感觉”(Barnard,1938),反映了直觉判断的情感部分。Sinclair和Ashkanasy(2005)认为直觉是一种非连续性的信息处理模式,包括认知和情感要素。类似地,Dane和Pratt(2009)将直觉描述为“情感控制的判断”。

第四,在直觉判断中经验和专家知识起重要作用。许多直觉研究学者将直觉与特定领域的经验和专家知识联系起来(Epstein,2010)。为区分各种直觉形式,Miller和Ireland(2005)关注了一种“自发表现专家知识”的直觉形式并且认为其内涵是“在部分潜意识下直接应用与情境相关的先前学习”。类似地,Sadler-Smith和Shefy(2004)认为,随着时间的推移,经验和分析开始“固化……形成熟悉地路径与习惯性反应”并进一步构成“直觉型专家知识”的基础。

第五,速度是直觉判断的重要特征。学者们最为感兴趣的一个直觉特征就是它的速度(Bastick,1982;Burke和Miller,1999;Kahneman,2003;Khatri和Ng,2000;Myers,2002)。大多数研究认为直觉判断相当快,尤其是与分析判断过程相比。速度之重要性在哲学家给出的直觉概念中可见一斑(Wild,1938)。比如,Rorty(1967)认为直觉判断是“瞬间的理解”。Osbeck(2001)在回顾直觉的哲学起源时认为速度是直觉的典型特征,同时注意到Locke和Hume(2001)将直觉视为“对观点间联系的瞬间感知”。管理理论家很早就认识到直觉的速度特征。

Barnard(1938)认为直觉是“非逻辑的心理过程”的组成部分,该过程可以“瞬间处理大量经验或复杂的抽象概念”。从学术视角来看,直觉是迅速的不仅被认为理所应当,同时也成为在工作中开发和运用直觉的主要动机(Agor,1986;Burke和Miller,1999;Khatri和Ng,2000;Klein,2003)。

### 三、创业直觉的概念演进

在对企业家市场过程行为的研究中,Kirzner(1973,1979)提出了创业警觉的概念。Kirzner(1979)认为,由于市场非均衡,存在一些被他人忽视的机会,创业警觉指的是某些个体不需要去搜寻而能注意到这种机会的能力。后来的学者们认为,创业警觉是能够推动机会识别过程的认知发动机,由一系列与众不同的感知与信息处理技能构成(Gaglio和Katz,2001)。警觉性是一种主动行为的心态,这种心态是以众多的认知能力与过程为基础的,如先前知识和经验、模式识别、信息处理技能和社会互动等(Ardichvili等,2003;Gaglio和Katz,2001;Shane,2003)。警觉性是一种心态历程,有助于个体更容易地注意到变化、转换、机会和被忽视的可能性(Kirzner,1973,1979,1985)。警觉的创业者在市场上不断地进行信息扫描与搜索,不断地关联先前不相关的信息,直到评估确认商业机会存在为止(Tang等,2012)。

Scott Shane是当代创业研究最重要的学者之一,他不仅是全球创业研究奖的得主,而且还是AMR(Academy of Management Review)十年最佳论文奖等大奖的得主,他的最重要的贡献是提出了创业者—机会耦合理论。他对创业机会的研究思想源自于奥地利学派的代表人物Kirzner的市场过程理论。奥地利学派认为机会是客观存在的,机会的发现是主观的,这种主观发现的起点在于创业者的警觉性。创业者—机会耦合理论复兴了特质论,建立了新的创业研究框架,定义创业为“对未来产品和服务的机会的发现、评价和开发(Eckhardt和Shane,2003)”。这意味着创业过程由三阶段构成:(1)机会识别(Baron,2006):创业者运用充分的先前知识并用新奇的和创造性的方式将现有的想法结合起来发现新机会;(2)机会评价(Keh等,2002):创业者运用认知和情感资源对所发现机会的可能创造的价值进行评价;(3)机会开发(Shane和Venkataraman,2000):具有创业动机、认知能力和社会能力、技能和资源的创业者对可行的机会进行开发。机会的识别、评价是创业过程的起点。

一般而言,创业机会识别方式有两种,一是系统搜寻(Fiet,2002),二是灵光一闪的意外发现,也就是“创业警觉”(Gaglio和Katz,2001)。认知行为理论认为系统搜寻以分析判断为主导(Gustafsson,2006)。与系统搜寻相对应,创业警觉和创业直觉都是意外的发现机会。在创业机会评价过程中,直觉也起了重要作用。创业直觉就是学者们在对创业过程三阶段的深入研究中提出来的。在笔者搜索的三个数据库中,从1999年到2016年有7篇文献明确提出了创业直觉的概念。Crossan等(1999)最先提出了创业直觉的概念,他们引入创业直觉的概念特指一类直觉,指称整合独立要素和知识以创造新组合的行为(Crossan等,1999)。Crossan等(1999)认为这类直觉较少的依赖个体的知识基础,而主要依赖他们识别市场缺口和辨别机会可能性的创造性能力,它不同于所谓的“专家直觉”以及另一种强调基于个体复杂知识基础识别机会表现形式的直觉(Dutta和Crossan,2005)。Crossan等(1999)将这类直觉称为创业直觉,因为这类直觉有助于形成创业想法和辨识创业机会,特别是在决策没有先例可循的情况下。Mitchell等(2005)给出的不是普适于多个学科的直觉定义,而是创业领域中具体的创业直觉定义。他们认为创业直觉与机会识别内在相关,它是一种动态过程,创业警觉性认知通过这一动态过程与主体的具体领域(文化、行业、特定环境、技术)能力相互作用从而萌发了如何创造新价值的机会的意识。事实上,创业警觉与直觉的研究在许多方面十分相近,创业警觉的概念自Kirzner提出之后,经

过几十年的发展,取得了很多成果,但近十几年来研究进展缓慢,与此同时直觉的研究在哲学、认知科学、心理学、管理学等众多领域取得了丰富的新成果,为创业直觉研究提供了许多可资借鉴的思路和方法,直接推动了创业领域中创业直觉的研究,超越了创业警觉研究的范畴。因此Mitchell等(2005)使用的创业直觉概念似乎比创业警觉概念从长远来看研究前景要好得多。Dane和Pratt(2009)认为创业直觉概念与创造性直觉相似,他们将创造性直觉定义为“以新组合方式将独立要素整合起来的一种综合性创造行动”。Blume和Covin(2011)也使用创业直觉这一术语,他们认为创业直觉是“创业过程中所发生的许多相关的事态”,但并未解释与过程相关的究竟是哪些事态。Akinci和Sadler-Smith(2012)认为,创业直觉是受情感控制的对可行商业机会进行的识别,通过对先前没有得到关联的线索和记忆客体进行自然而然的、迅速的、非意识的、整体的关联而涌现出新的意义模式并产生重要的思维跳跃,进而出现创造新价值的有潜力的机会。Sadler-Smith认同Akinci和Sadler-Smith(2012)关于创业直觉的情感受控特征,他将创业直觉定义为创业机会识别、评价过程中情感控制的判断,对创业机会的识别和评价是自然而然的、迅速的、非意识的、关联式信息处理的过程(Sadler-Smith, 2016)。

现有研究表明,创业直觉概念与创业警觉概念在很多研究对象上都有相似之处。二者都是一种信息处理过程,能够动态地不断地关联不相关的信息,推动机会识别的过程。但是二者的研究也存在明显的不同。下表给出了创业警觉研究到创业直觉研究的主要概念。

表 2 创业直觉概念演进的相关定义

概念	来源	定义
创业警觉	Kirzner(1979)	个体不需要去搜寻而能注意到被他人忽视的机会的一种能力
创业警觉	Gaglio和Katz(2001)	作为认知引擎能够推动机会识别过程,是一系列与众不同的感知与信息处理技能的集合
创业警觉	Tang等(2012)	由三个不同的元素构成,即:个体不断地进行信息扫描与搜索,不断地关联先前不相关的信息,直到评估确认商业机会存在为止
创业直觉	Mitchell等(2005)	一种动态过程,创业警觉性认知通过这一动态过程与领域(文化、行业、特定环境、技术)能力相互作用从而萌发了如何创造新价值的机会的意识
创造性直觉	Dane和Pratt(2009)	以新组合方式将独立要素整合起来的一种综合性创造行动
创业直觉	Blume和Covin(2011)	创业过程中所发生的许多相关的事态
创业直觉	Akinci和Sadler-Smith(2012)	是受情感控制的对可行商业机会进行的识别,通过对先前没有得到关联的线索和记忆客体进行自然而然的、迅速的、非意识的、整体的关联而涌现出新的意义模式并产生重要的思维跳跃,进而出现创造新价值的有潜力的机会
创业直觉	Sadler-Smith(2016)	创业机会识别、评价过程中情感控制的判断,对创业机会的识别和评价是自然而然的、迅速的、非意识的、关联式信息处理的过程

资料来源:根据相关文献整理。

#### 四、影响创业直觉判断的前置因素

在创业决策中哪些因素影响直觉判断的产生和利用,这些因素如何作用于判断过程?学者们对此进行深入挖掘并识别出影响创业者直觉判断的前置因素,主要有:直觉型专家知识、直觉型认知风格、躯体状态、情感启发式、任务特征因素、环境特征因素。

##### (一)直觉型专家知识

专家知识对创业决策行为和绩效的影响基于两项假设:(1)专家知识是“特定领域中可以重复使用的一套相关任务与问题集合,它能够经得起客观绩效的检验”(Lewandowsky等,

2007);(2)特定商业机会在其“潜力”被发现之前,作为一种潜在线索存在于创业环境中(Baron和Ward,2004)。更普遍的是,具有创业导向的个体倾向主动行动并获得风险成就,这种行动与企业绩效相关(Krauss等,2005),因而“创业的”也就是“警觉的”(Kirzner,2009)。

研究表明专家可以做出高度准确的直觉判断(Dreyfus和Dreyfus,1986;Klein,1999,2003;Prietula和Simon,1989;Simon,1987,1992,1996)。根本原因在于专家模式具有两个本质特点:(1)是一种高度复杂的认知结构;(2)这种认知结构适合于特定的领域,在其边界条件之内能做出有效决策。具有这些特点的专家模式即为复杂适配域模式(CDRS,Dane和Pratt,2007)。基于特定域的、复杂的模式匹配过程,识别复杂线索集潜在意义的能力是专家绩效的一种典型属性(Klein,1999)。“直觉型专家知识”的信息基础(Sadler-Smith和Shefy,2004)形成十分缓慢(一般需要10多年学习并获得经验,Ericsson和Ward,2007)而一旦形成即刻能用(Lieberman,2007)。这一论断受到创业研究中两大发现支持:第一,“成功创业者以专家思维为特征,这种专家思维是基于一套特定的(深入的)认知结构和信念而形成的(Krueger,2000)”；第二,有经验的创业者其心智模式(图式或原型)比新手创业者更加复杂(Baron和Ensley,2006)。

直觉型专家知识的认知基础是复杂适配域模式(CDRS,Dane和Pratt,2007),宽泛来说等同于Krueger(2000)所指的“深度认知结构”、Baron和Ensley(2006)所指的“原型”以及Blume和Covin(2011)所指的“域相关知识”。复杂适配域模式作为显性和隐性学习的结果,它需要(Reber,1993)在“良性”(Evans和Stanovich,2013)、“高效”(Kahneman和Klein,2009)或“适宜”(即利于学习)(Hogarth,2010)的环境中历经一段长期的发展而形成(Lieberman,2007;Simon,1987)。构成复杂适配域模式的图式、原型和脚本使得一名专家关注任务的关键属性并识别相关问题的线索(Baron和Ensley,2006;Baron和Ward,2004)。Gregoire等(2010)认为有经验的创业者在接收到信息时“会考虑这一信息与情境的相融之处,在此情境中信息才可能是有意义的”。在发现可行创业机会时,掌握复杂适配域模式在一段较长时期中将可能重复产生有利之处(Baron和Ensley,2006),因而避免了创业中的偶然成功。学习、经验、复杂适配域模式以及可行创业机会的发现之间的相互作用进一步构建了复杂适配域模式,因此在给定领域,掌握复杂适配域模式的个体将始终比未掌握的个体发现更多的创业机会。

## (二)直觉型认知风格

有效的创业直觉不仅取决于专家思维模式而且还取决于创造性认知,没有创造性认知就难以识别市场空白/缺口、发现可能的新奇点、连接各种线索要点从而识别新的商业机会(Tang等,2012)。创业者信息处理模式(思维方式或认知风格)中的个体特征对调节专家知识与机会识别之间的关系起重要作用(Sadler-Smith,2016)。

认知风格是个体表征、组织与信息处理的习惯性方式中的个体特征(Messick,1984)。它们在制定决策与解决问题时的效能依任务要求而定(Miller,1987),从而也证明了“不同决策方式的质量不同”(Salas等,2010)。学术界已经十分关注各种创业者机会识别的认知风格(Cools等,2009;Kozhevnikov,2007),发现其中一些认知风格不利于发散性思维过程,而另一些认知风格则有利于发散性思维过程并有助于产生新想法。后一种发散性思维过程与创业的创造性方面密切相关,如“需求点”、“解决方案点”以及“心智创意”(Linton和Walsh,2008)。发散思维能力是创造性思维和创意生成能力的一种有效的综合表示(Runco,1991);在创业情境下,Dimov(2007b)认为创业者认知风格可能决定创业机会识别时思维收敛和发散的程度。因此,认知风格有助于解释为何某些个体能够识别其他人看不清的创业机会。

直觉型认知风格以非常规的发散性思维、流畅的认知、组合表面无关因素(Simonton,1980)、产生多重答案、变化视角、转化已知与承担风险(Cropley,2006)、全面思考、“木中见林”

和“判断问题轻重”为特征(Sternberg, 2006)。直觉型认知风格是创造性的重要前提(Raidl和Lubart, 2001; Sinclair, 2010)。Simonton(1980)认为直觉是能够进行创造性整合的能力,这种整合需要基于“身体、情感以及各种各样的内隐关系”(可能要求明显地不具理性基础的内在感觉),在认知边界范围内进行开放的联想性运作。因而,可以认为直觉型认知风格扩增了创业机会识别过程中的直觉型专家知识。进而,具有复杂适配域模式以及直觉型认知风格的个体相对于具有复杂适配域模式与分析型认知风格的个体将识别更多新的商业机会(Sadler-Smith, 2016)。

### (三) 躯体状态

人们在决策过程中面对外部刺激,身体、大脑会做出一定的反应,产生一定的情绪变化,有些是可以被观察到的外部表征(如面部表情),有些是不能被观察的身体内部变化(如心跳),这些反应就是躯体状态,其中能被观察到的称为躯体标记,它能够调节人们在不确定和复杂情境中的决策行为(Damasio等, 1991)。

现代脑科学和神经科学取得了许多重大的可借鉴的成果。科学家们进行了一系列实验,结果发现:大脑杏仁核(与情感对决策影响有关的区域)损伤病人与杏仁核没有损伤的病人(标准病人)的行为与心理反应不一致,标准病人在遭受风险或获得回报时,将产生相关的躯体反应并获得经验,杏仁核损伤的病人将不会产生躯体反应。进一步表明存在通常所指“内在感觉”的躯体标记信号,有助于躯体状态指导决策行为远离潜在不利选择而转向有利选择(Dunn等, 2010)。依此研究成果看待创业现象,以躯体标记为表现形式的直觉型情感,能够提供一种自发接近/避免目标信号,这作为一种机制,可以缩小以风险决策为特征的新创企业环境中选择的范围(Sadler-Smith, 2016)。

创业直觉是一种自发意识,表述为“对实体的喜欢感或风险感”(Betsch, 2008)。面对某一现象或实体,创业者产生直觉型情感反应,隐喻为“内在感觉”、“预感”(Epstein等, 1996),表现为“身体系统的细微变化”(Dunn等, 2010),生成选择/接近或拒绝/避免特定创业机会的标准(Sadler-Smith, 2016)。

### (四) 情感启发式

已有学者对情感与决策研究中双重过程理论展开研究,认为在风险和不确定性情境下理解情感在决策制定中的作用十分重要。Slovic等(2002)将情感定义为人的一种态度的体验,表达对象是否满足主体需要的感受状态。决策行为在许多情况下是依赖于情感的,这种对情感的依赖是复杂的和不确定性的现象(Slovic等, 2002),情感作为一种启发式,是自发地对对象进行直觉地判断评估的方式(Evans和Stanovich, 2013)。在创业机会的判断中,情感作为信息体现其重要性。

情感启发式是指在判断与决策的过程中,个体会有意识或无意识的以已有的情感信息输入为基础,对所面临的情况做整体感知的一种直觉判断方式。具体来说,是指个体面对的事物和事件映射在大脑里,产生的意象会激起不同水平的情感体验,这种不同的体验会对所有的表征做出积极或消极的标记,然后根据这些被标记的体验来做出判断和决策(Finucane等, 2000; Slovic等, 2002, 2007)。在一系列研究情感对直觉判断影响作用的实验中, Slovic等(2002, 2007)发现如果某人感知某一客体或活动是喜欢的(受正面刺激),他们会将感知的风险评估为低等级而将感知的收益评估为高等级;某人感知某一项目或活动是不喜欢的(受负面刺激),他们将感知的风险评估为高等级而将感知的收益评估为低等级(Finucane等, 2000)。情感启发式理论认为这些反应是决策者躯体状态的重要一部分,当决策并判断时,人们直觉上检阅其情感体验,并利用此信息指导决策(Slovic等, 2004)。

可以认为躯体标记和基于直觉产生的情感信息能够用于评价创业机会[由与感知的风险和收益(喜欢或不喜欢)相关的受正、负面刺激的躯体状态所组成],这类情感信息引导对风险或收益(高或低)的评价以及随后的新创企业行为(接近或避免)。情感启发式是躯体标记与机会评价的中间环节,与躯体状态负面刺激相对应的创业机会将被评估为高风险和低收益;与躯体状态正面刺激相对应的创业机会将被评估为低风险和高收益(Sadler-Smith, 2016)。直觉型情感赋予决策者一种特性,尽管不一定适合达成目标,但这种直觉型情感低付出启发式信息处理成为可能(Evans和Stanovich, 2013)。

#### (五)任务特征因素

问题结构会影响直觉判断的有效性。Shapiro和Spence(1997)认为,问题依其在结构连续体的位置而定。结构连续体由两端及其连线表示,一端牵涉的问题是智力型问题,另一端牵涉的问题是判断型问题。判断是针对问题根据任务来进行的。智力任务涉及“明确客观的成功标准,这一标准是特定概念体系中定义、规则、操作以及各种关系的总体”,而判断任务,可能涉及“政治的、道德的、美感的或是行为判断方面的问题,这些都涉及价值判断,因人而异,是没有客观标准或明确解决方案的”(Laughlin, 1980)。分析性策略对于定义明确的问题解决有效,但对于定义模糊的问题的解决则难以奏效(Claxton, 1998; Hayashi, 2001)。直觉作为一个整体把握而判断事物的过程,有助于把模糊定义问题的不同元素整合成对问题解决的一致认知。研究表明对智力型任务适于使用分析方法,而对于不存在明确客观准则的判断型任务,适于使用直觉判断。趋近智力端的任务使用分析方法更有效,而趋近判断端的任务使用直觉判断更有效,中间端取决于判断者的偏好进行权衡(Dane和Pratt, 2007)。也就是说,任务相关的问题结构判断性越强,直觉判断的有效性越强(见图1)。文献上常把趋近对应直觉判断端的问题称为低结构化问题,而把趋近对应分析判断端的任务称为高结构化问题,问题结构的高低根据是否能够清晰定义而定的。

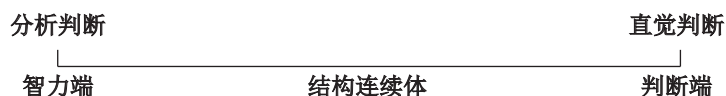


图1 任务的判断类型

事实上,创业者所遇到的问题的重要性、不确定性以及问题的感知是不同的(Dayan和Elbanna, 2011)。这三个方面的不同反映在结构连续体上的位置不同。研究表明问题的重要性与直觉判断的使用呈负相关,越是重要的任务,个体越为慎重,越可能倾向于尽可能使用分析判断。问题的不确定与直觉判断呈正相关,问题的不确定程度越高,越是无法明确定义,其判断性越强,越可能使用直觉判断。个体对问题的感知与对象的判断标准有关系,对于无法建立客观明确标准的判断,个体感知是有差异的,无法进行分析判断,因而倾向于使用直觉判断(Gustafsson, 2006)。

值得注意的是,创业决策任务往往会受所嵌入的情境而发生变化,认知方式也随之而变。在高度不确定的创业环境下,由于时间的紧迫性,创业者必须在短时间内收集大量不完善的信息以进行决策。基于这一角度,可以认为环境不确定性会使创业任务越来越偏离结构化问题与标准操作程序,产生的不是成功的单一客观准则,而是大量的模糊的可替代方案。在这样的形势下,决策情境会从智力任务端移到判断任务端,于是,此时可能会引发更有效的直觉判断(Dane和Pratt, 2007)。因此,创业环境的高度不确定性以及时间压力会使得许多创业任务的结构判断性更强,从而倾向于使用直觉判断。

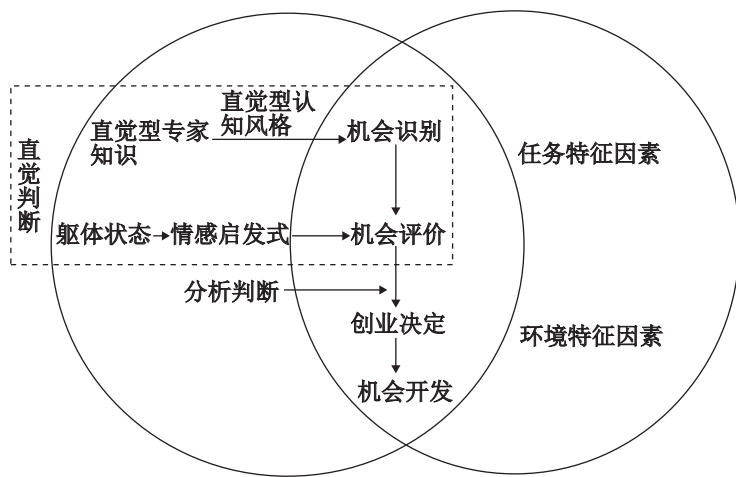


## (六)环境特征因素

对于不同的情境,决策判断所需要的认知方式也不同,研究表明具有高度不确定性的环境以及动荡环境都能引发直觉判断。在高不确定性环境下,创业者在决策时更可能采用直觉判断,而低不确定性环境下,更有可能进行分析判断(Gustafsson,2006)。值得注意的是,在环境不确定度一定的情况下,只有专家创业者具备在直觉判断与分析判断之间切换的能力。而在动荡环境(学术上也称为松散结构环境)中,面对涌现出的新动向、新势态没有先例可以借鉴(Agor,1986),能够获取的数据数量有限而且质量较差(Frantz,2003),关联的情况十分复杂(Patton,2003),因果关系不明确,由此Dayan和Di Benedetto(2011)指出动荡环境中更容易产生直觉判断。

进一步的研究发现,创业情境中直觉判断的效果依据决策环境的有效性或良性而定。环境“高效用与低效用”的等价术语是“良性与敌对”,良性环境包含能够被个体直觉机制高效使用的有用线索,而这一线索无法被其他个体的直觉机制使用,不包含此种线索的环境则为敌对环境(Evans和Stanovich,2013)。Kahneman和Klein(2009)认为,当客观可识别的线索和事件之间,或线索和结果之间存在稳定关系时,决策情境或环境会促进直觉判断产生很高的效用。而在某些新兴商业领域中,由于无法充分收集商业环境中的线索与结果之间稳定且可预测的关系的证据,用以支持准确的直觉判断,因而这种环境的效用可能很低并且无法支持有效的直觉判断。高效用(良性)环境中,基于直觉评价的商业机会可能代表着更准确的评价;在低效用环境中,成功的直觉判断更可能取决于运气和“幸运的预感”(Sadler-Smith,2016)。

基于以上所述影响创业直觉判断的六种前置因素,可以概括出创业过程中直觉前置因素的作用机制模型(见图2)。



资料来源:根据相关文献整理。

图2 创业直觉前置因素作用机制模型

图2中,第一个模块(两圆的重叠部分)表示的是创业过程的三个阶段,依次为创业机会识别、机会评价、创业决定及至机会开发。创业直觉的六种前置因素会影响这一过程中的直觉判断。直觉识别、评价的机会可能会经分析判断进而决定创业与否。

第二个模块(左侧的圆)表示创业过程中的直觉判断和分析判断,虚线框表示影响创业者直觉判断的四个内在前置因素(直觉型专家知识、直觉型认知风格、躯体状态、情感启发式)在创业过程中的作用机制。掌握复杂适配域模式的创业者快速、自发地应用直觉型专家知识识别

创业机会,这一结果将因为偏好直觉型认知风格而得到增强。紧随直觉识别商业机会之后的是机会评价,创业者基于躯体标记和情感启发式进行机会评价,情感启发式在躯体标记与机会评价之间进行协调,与躯体状态负面刺激相对应的创业机会将被评估为高风险和低收益;伴随受正面刺激的躯体状态的创业机会将被评估为低风险和高收益。情感启发式是自发、迅速的且先于随后介入的分析过程。在直觉识别的机会被躯体标识和情感启发式评价之后,分析判断有可能会介入并在机会评价中起作用,这取决于创业者的偏好以及创业环境的时间压力和动荡性。这一判断的结果形成创业者的决策(如,是否开始创建企业),这一决策将决定直觉识别和评价的创业机会开发的成败与否。

第三个模块(右侧的圆)是创业过程中影响创业者直觉判断的两个外在前置因素(任务特征因素、环境特征因素),这两种因素同时也影响创业者的分析判断。其中对于任务特征因素:创业过程中的各种任务各具不同的结构,会影响决策者选择与之相对应的认知方式,趋近于结构连续体判断端的任务,决策者越倾向于使用直觉判断;越趋近于结构连续体智力端的任务,决策者越倾向于使用分析判断,而对位于判断端与智力端之间的任务所采用的认知方式取决于决策者的认知偏好。对于环境特征因素:创业过程受到环境及其变化的影响,不同的创业环境使得决策者倾向于采用不同的认知方式,在高度不确定的环境和动荡环境中决策者更倾向于采用直觉判断,并且在良性的环境中的线索能够被决策者的直觉机制高效利用,此时,基于直觉对机会所做的评价,准确度可能更高。

## 五、创业直觉判断的后果影响

创业者直觉判断对创业者发展和创业过程的影响十分明显,但国外相关文献还较少。笔者搜寻了与创业直觉相关的近三十篇文献,归纳起来,这些文献的研究结果主要体现在三个方面:创业过程层面、创业者层面和企业层面。

### (一)创业过程层面

创业过程层面的文献研究主要集中在机会的识别与机会的评价以及机会判断的过程。在机会识别方面,许多学者认为商业机会来自于直觉到的未被满足的需求,以及如何满足需求的朦胧的想法(Dimov, 2007b; Dutta和Crossan, 2005; Vaghely和Julien, 2010)。Dutta和Crossan(2005)认为机会的识别和创造均与直觉相关。这些学者认为直觉引发了创业者广泛的想象、搜寻机会的过程,产生众多的初始想法,在实践中不断得到精炼,进一步形成明确的商业机会。Dimov表明直觉是初始商业想法的引发器,而这些初始商业想法受意向激发驱动,由先前知识(Dimov, 2007a)和环境影响(Dimov, 2007b)进行形塑,在学习过程中得到不断发展。Vaghely和Julien(2010)提出创业者基于分析和直觉进行信息处理以识别和创造机会,通过试错式信息处理进行意义建构和机会建构,同时结合基于经验的各种信息处理模式识别机会。Baldacchino(2013)发现直觉与识别机会的数量和创造性呈正相关,而且识别高度创造性机会需要多样性认知策略,包括分析判断和直觉判断。在机会评价方面,Sadler-Smith(2016)基于双重过程理论建立的创业直觉模型表明,可以运用躯体标记与情感启发式来评价创业机会,进而指导风险或收益的评价以及随后的创业行为。在机会判断过程方面,Sarasvathy(2008, 2009)的效果逻辑理论认为,个体基于自身的初始条件(“我是谁”、“我知道什么”、“我认识谁”)产生一个关于机会的初步想法,在实践中进行试错,根据实际行动效果的反馈,决定下一次的行动方向。值得注意的是,效果逻辑中的判断不仅仅依赖于直觉判断,更多的是结合分析进行的准理性判断。

### (二)创业者层面

创业者层面的文献研究主要集中在四个方面,第一是创业者所感知的创业活动的适合度

与满意度,第二是创业者的自我效能感,第三是创业者对企业的成长期望,第四是创业者的成长。Brigham等(2007)研究直觉偏好对工作满意度的影响,发现当直觉型管理者在非结构化环境中工作时感到更满意,而分析型管理者则更偏好于在结构化环境中工作,由此表明个体的直觉偏好与其工作环境之间适配度的重要性,其中结构化环境有确定的规则,其特征能用确定的语言和模型来描述,非结构化环境的特征是无法用确定的语言、程序、规则来准确描述。Kickul等(2009)指出直觉型创业者更可能在新创企业的早期阶段(机会识别)有高度的自我效能感,而分析型创业者更可能在企业新创的后期阶段(机会评价和开发)有更高的自我效能感。这两种研究都认为直觉型创业者可能对具有更高水平不确定度的创业环境和活动感到更适宜,更倾向于使用直觉判断。Dutta和Thornhill(2008)研究了创业者对直觉的偏好如何影响企业的增长意向,研究表明创业者对环境的感知与企业增长意向之间的关系取决于他们的认知风格,尤其是当直觉型认知风格的创业者感知到的竞争性环境比之前更有利时,他们将不断向上调整企业的增长意向,即增加企业的增长幅度,而当感知到竞争性环境比之前更不利时,创业者向下调整企业的增长意向,即减少企业的增长幅度。相反,分析型认知风格创业者的企业增长意向相应于对竞争性环境不断变化的感知是基本不变的。Nielsen和Lassen(2012)基于建构主义理论,提出了一个创业者身份建构模型,认为创业者的身份和创业行动是在创业过程中同时发生、动态互构的。创业者建构自身身份起点是从机会的判断开始,而初始的机会判断常常是直觉判断,这实际上解释了为什么许多当代伟大的创业者都认为在自己的创业成长中直觉判断至关重要。

### (三)企业层面

企业层面的文献研究主要集中在四个方面:财务绩效、企业的创业能力、战略决策、新产品开发。在财务绩效方面,20世纪80年代和90年代的文献主要集中于研究直觉判断对风险投资和天使投资的影响,而后Sadler-Smith(2004)研究了创业者的认知风格对小企业绩效的影响并指明创业者对直觉的偏好与财务绩效之间存在重要的正向关系。在不确定情境下进行决策,如何能把握趋势、成功的创业者是否具有特殊的能力?Chaston和Sadler-Smith(2012)的研究试图对此进行回答,他们在研究中假设创业者对直觉的偏好可能会使得企业形成更高的创业导向(即,决策者承担商业风险、赞成变革与创新以及激烈竞争的倾向)和更强的创业能力(即,创业者能够充分利用商业资产所必需的“技能和知识集”),关于第一个假设并没有得到实证的支持,第二个假设得到了实证支持。在高速变化的环境中,直觉判断能够让创业者有更多机会关注环境细节与变化、参与实践,而且新创企业战略决策是一种低结构化的判断型任务,在不断变化的不确定的创业环境中直觉判断有助于战略决策,提升战略绩效和竞争水平(Eisenhardt, 1989; Shepherd和Rudd, 2012)。同样的,在不确定的变动环境中,直觉判断和即兴行为更能应对高速变化的模糊的产品创新环境,提高行动执行力、加快新产品的开发速度、提升成功可能性,避免机会的转瞬即逝(Eisenhardt和Tabrizi, 1995; Samra, 2008)。

## 六、分析判断和直觉判断

人类的决策与推理不仅仅依赖于直觉判断,还需要分析判断。事实上人对于环境具有调适性,因不同的决策环境而倾向直觉判断或分析判断,在许多情况下,分析判断与直觉判断相互交织在一起。因此在研究人类的认知与判断过程中,只是独立的讨论直觉判断是不全面的,有必要综合考量直觉判断与分析判断。事实上,心理学对信息处理的研究有两种观点:一种是单一过程观,一种是双重过程观。单一过程观是指人们基于单项心理过程感知信息并做决策(Allinson和Hayes, 1996; Hayes等, 2003)。双重过程观在心理学和认知科学中颇具正统性,并得到了神经科学研究的支持(Lieberman, 2007)。近几十年来,这两种观点渗透到其他各个研究领

域,特别是管理学和创业学研究中。这两种观点共有一个很重要的构念,即直觉的构念。直觉判断往往还涉及经验推断,对经验推断的研究目前也已取得许多重要的研究成果。

### (一)认知续线体理论

Hammond(1978,2000)发现,人们在做决策判断时,根据所判断对象的性质不同,会产生不同的认知,导致不同的判断结果,据此,他提出了认知续线体理论(cognitive continuum theory)。该理论是典型的单一过程观,认为分析与直觉不是二分的,而是由分析(一端)、准理性(中间)而至直觉(另一端)的一条续线,人类认知通常兼具直觉与分析,只是比重多少以及结构的深浅不同。大部分决策过程中的认知方式多为有限信息下的准理性判断,准理性即为直觉与分析的混合模式。根据Hammond等人(1987)的观点,人类的认知因任务的结构和环境的结构等的不同而导引不同的认知模式。决策是任务性质和决策者认知过程的联合函数(Gustafsson,2006),根据Shane和Venkataraman(2000)、Davidsson(2003)和Sarasvathy等(2003)的观点,创业任务是一种以新颖和更具盈利性的方式带给市场新商品和新服务的过程。这是由创业者通过创立企业来完成的。任务可以被分成引发分析的任务、引发直觉的任务和引发准理性的任务(简称为分析型任务、直觉型任务和准理性型任务)。分析型任务在稳定的情况下成功完成的可能性较高,而直觉是高度不确定情况下自然主义决策的一种属性,直觉型任务在高度不确定情况下完成的可能性更高。因而可以将分析型任务与低不确定性相联系,将准理性型任务与中等不确定性相联系,将直觉型任务与高不确定性相联系(Gustafsson,2006)。

Sarasvathy等(2003)以Knightian对不确定性的分类为出发点,根据不确定性水平提出了新的机会分类,即机会识别、机会发现和机会创造。机会识别:如果需求方和供应方都明显存在,那么使其整合到一起的机会就会被“识别”,然后通过现有的公司或新创公司来完成供应方和需求方之间的匹配。这种概念的机会伴随着现有市场的开拓而发生。此时,机会识别是发生在低不确定水平下的。机会发现:如果需求和供给只有一方存在,不存在的一方必须在匹配完成之前被“发现”出来。这种概念的机会是伴随着现有市场和潜在市场的开拓发生的。此时,机会发现的过程发生于中等不确定水平情况下。机会创造:如果供给方和需求方都不明显存在,那么其中的一个或者两个都要被“创造”。这种概念的机会是伴随着新市场的创造而发生的。此时,机会创造是发生在高度不确定的情况下。

Gustafsson(2006)基于不确定程度将Hammond(1978,2000)的认知续线体理论与Sarasvathy等(2003)提出的有关创业机会的分类学说结合起来并进行扩展,创业者可以通过比较每种机会的不确定性水平,并相对应地选择直觉、准理性和分析推理等决策模式进行机会的开发和利用。由于高度不确定性与机会创造相联系,中等不确定性与机会发现相联系,低不确定性与机会识别相联系。Gustafsson(2006)根据Hammond(1987)等提出的程序,将创业任务(机会创造、机会发现、机会识别)的性质与Knight提出的不确定性水平以及Hammond(1978,2000)的认知性质相比较,可以看到:(1)作为高不确定性任务的机会创造可以被当成引发直觉判断;(2)机会发现(中等不确定性的任务)可以被当成引发准理性判断;(3)机会识别(低不确定性/确定性任务)可以被当成引发分析判断。各种机会类型、不确定性水平和引发的认知模式之间的关系通过表3可以表示出。

表3 机会类型和引发的认知模式

文献	机会创造	机会发现	机会识别
环境不确定性程度(Knight)(Sarasvathy等(2003))	极高(“Knight不确定”);结果、概率未知	中等;结果已知存在,概率随时间推移是可知的	低;结果、概率都是已知的
认知模式(Hammond等,1978,2000)	直觉	准理性	分析

资料来源:根据相关文献整理。

笔者根据现有文献,借由认知续线理论用来表示创业者的机会判断,整理出创业者机会判断的认知续线图(见图3)。图中包括六个向度:认知模式、应用于创业决策、机会存在性、环境不确定程度、认知过程的隐含性、理论定位,以及三个构面:机会识别、机会发现、机会创造。

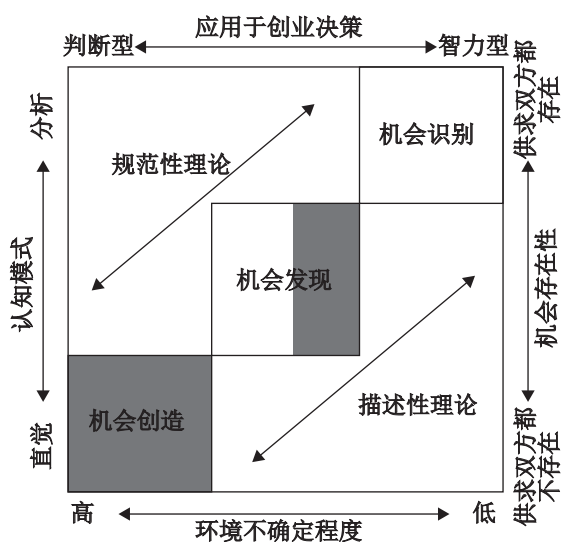
具体而言,创业者机会判断的认知续线图的六个向度含义为:(1)认知模式:从直觉至准理性再至分析的认知续线;(2)应用于创业决策:在以机会为起点的创业决策过程中,从趋近于智力型的机会识别到趋近于判断型的机会创造;(3)机会存在性:创业者判断机会的存在性,从识别明显存在的供给方和需求方到发现需求和供给中不存在的那一方,再到创造都不存在的供给方或需求方;(4)环境不确定程度:创业者机会判断所处环境不确定程度从高到低,高不确定性对应机会创造,中等不确定性对应机会发现,低不确定性对应机会识别;(5)认知过程的隐含性:创业者机会判断的认知过程存在模糊性,图中所示灰色区块即为机会判断所隐含的认知活动,越倾向直觉型认知的机会判断,隐含的认知活动越多;(6)理论定位:机会判断较倾向规范性理论还是描述性理论。

由三个构面构成的三种机会判断模式分别为:(1)机会识别。可明确确定机会判断中相关变量间的因果关系,倾向使用分析型认知,需求方与供给方都存在,隐含认知的程度最低,最倾向规范性理论。(2)机会发现。机会判断中相关变量间的因果关系较不明确,倾向准理性判断,需求方与供给方只存在一方,需要创业者做出相关的隐含判断,隐含判断程度根据实际问题以及创业者的偏好而定。(3)机会创造。机会判断中相关变量间的因果关系十分不明确,倾向使用直觉型认知,需求方与供给方都不存在,完全依据隐含的判断认知活动,最倾向描述性理论。

## (二)双重过程观

从20世纪80年代开始,一些人类认知的双重过程理论已经在心理学研究的各个分支中得到发展。这些理论都基于一个共同的假设:个体基于两种不同却又互补的认知系统处理信息,即直觉系统和分析系统(Evans, 2010)。这一基本的“人类思维二分法”(Allinson和Hayes, 1996)指的是对立的自发与控制(Schneider和Shiffrin, 1977),对立的以关联为基础与以规则为基础(Sloman, 1996; Smith和DeCoster, 2000),对立的经验与理性(Epstein, 1994; Epstein等, 1996; Pacini和Epstein, 1999),对立的隐性与显性(Reber, 1993),对立的直觉与分析(Reber, 1993),对立的反身与反映(Lieberman, 2007)等。

学者们对双重过程理论中直觉系统和分析系统的作用顺序和作用方向作了深入研究。关于作用顺序有两种观点,即“平行—竞争”观(Sloman, 1996)与“预设—介入主义”观(Sloman, 1996)。前者假定“直觉系统和分析系统并行进行”(Evans和Stanovich, 2013),而后者假定“当人们面对突发新问题时,直觉反应被迅速、不费力气地激起”而“随后的分析系统也许会、也许不会介入”自发型的直觉判断过程。直觉系统与分析系统在决策或推理过程作用的方向并不确定。当两种系统的作用方向一致时,决策或推理的结果既合于理性又遵从直觉,而当两个系统



资料来源:根据相关文献整理。

图3 创业者机会判断认知续线图

的作用方向不一致时,则存在竞争关系,占优势的一方则可以控制行为结果(Kahneman和Frederick,2002;Sloman,2002)。Kahneman(2002)认为,在两者的竞争中,往往直觉系统会更占优势。认知繁忙或认知懒惰、调整不足、直觉信心等因素被用于解释为何直觉系统常常比分析系统更占优势(Epley和Gilovich,2004,2006;Epley等,2004;Gilbert,2002;Petty和Wegener,1999;Simmons和Nelson,2006)。

许多创业直觉研究都是基于单一过程观或者双重过程观,对此我们总结了与直觉相关的创业文献背后的理论基础(单一过程观或者双重过程观),在表4中给出,其中有5篇是单一过程观,7篇是双重过程观,6篇隐含地赞同双重过程观。

表4 单一过程观与双重过程观创业直觉文献分布

单一过程观	双重过程观	双重过程观(隐含地赞同)
1. Allinson等(2000)	1. Sadler-Smith(2004)	1. Crossan等(1999)
2. Gustafsson(2006)	2. Dane和Pratt(2009)	2. Dutta和Crossan(2005)
3. Brigham等(2007)	3. Blume和Covin(2011)	3. Mitchell等(2005)
4. Dutta和Thornhill(2008)	4. Groves等(2011)	4. Dimov(2007a)
5. Kickul等(2009)	5. Chaston和Sadler-Smith(2012)	5. Dimov(2007b)
	6. Baldacchino(2013)	6. Vaghely和Julien(2010)
	7. Sadler-Smith(2016)	

资料来源:根据相关文献整理。

### (三)经验推断

判断与决策中经验推断往往最常用,研究成果也最丰富。西蒙与卡尼曼对经验推断均做过深入研究,他们都是诺贝尔经济学奖得主。西蒙与纽厄尔最早将“经验推断”(heuristics)概念引入解决问题的研究,认为个体基于一定的知识和经验获取关键信息,从初始状态直觉性地历经适中数量的知识状态到达目标状态,而忽视对其他区域的搜索(Simon和Newell,1971),这一过程即是经验推断的选择性搜索过程。卡尼曼则通过直觉判断来理解需要判断的客体的属性,这一过程是通过理解形成的经验推断类型来完成(Tversky和Kahneman,1974)。经验推断指的是个体基于经验和知识积累所做出的决策(Endres和Woods,2006)。这些不同的经验推断方法有:(1)易得性启发式(the availability heuristics)。它常用于判断某事件发生的概率。人们对某一类事件或现象出现的概率的估计往往是根据心理上回忆联想到这类现象的容易程度进行主观的判断。Slovic等(2004)认为情感启发式可作为易得性启发式的潜在解释,个体在回忆联想时所提取的还有对这一现象的情感体验(李燕,2015),通常可以将这二者结合起来解释个体如何进行风险评估。(2)代表性启发式(the representativeness heuristics)。人们的许多判断是关于两个事物之间的因果关系。当人们根据事物的某些显著特征对其进行归类的时候,如果这些特征与某类经历过的事物的代表性特征相类似,那么就能直觉地判断该事物属于这一类。(3)锚定和调整性启发式(anchoring and adjustment heuristics)。人们对于不确定数值的估计往往是基于对初始值或起始点进行适当调整(如在随机过程中“取舍”某一环节加以推断)的结果,而不是进行系统分析做出的判断,起始点可以是实践本身提供的,也可以是在估计过程中局部发生的。但是无论哪种情况,起始点都会对估计值产生决定性影响(Kahneman和Tversky,1979)。Manimala(1992)的研究表明,企业家在决策过程中经常使用这些包含认知偏见的经验推断方法,将复杂的决策问题简化为简单的判断。

不论在理论研究还是实证研究中,学者们都已将经验推断大量应用于创业研究。学术研究表明,创业者与非创业者对经验推断的使用往往不同。Busenitz和Barney(1997)通过研究创业

者和大型组织管理者的两种偏见和经验推断:过度自信和代表性启发式,发现相比于大型组织中的管理者,创业者在决策时更倾向于使用经验推断。Read等(2009)的研究表明,不确定决策情境下,没有创业经验的管理者使用与预测逻辑相关的传统技术,而专家创业者往往应用非预测逻辑或效果逻辑,主要基于可获得的工具和手段做决策。同时,不同地区、不同国家的发展程度、制度、文化背景等不同,造成经验推断的初始条件不同,从而其中的创业者对经验推断的使用不同,Tipu和Arain(2011)研究表明发展中地区和国家的创业者更倾向于使用锚定启发式制定商业计划、管理财务等,对临时雇员也更不信任。以经验推断方式表现的直觉判断对不确定情境下的创业决策起到巨大作用但经验推断方法的使用也是有条件的、有技巧的,有时也会产生较大偏差,学者们认为这些偏差主要可能来自于过度自信、过度乐观、控制错觉等(Cossette, 2014)。

## 七、结 语

在高度风险、时间紧迫、强烈的个人承诺和深度的情感参与为特征的创业情境下,单纯的分析判断不足以支撑成功的创业决策。作为分析判断的补充,直觉判断恰恰在这种特殊情境下发挥重要作用。按理说创业直觉早就应该成为创业研究最重要的主题之一,但是由于直觉的潜意识特质难以捉摸,学者们很长时间不知研究从何下手,而中国学者几乎没有开始这方面的研究。可喜的是,近十几年来创业直觉研究已经受到学者们的关注,形成了一些有价值的文献。本文对这些文献中直觉的概念和特征、创业直觉的概念演进、前因和后果以及分析判断和直觉判断的相关理论进行了系统的总结回顾。由于文章涉及的内容比较复杂,难以理解,在文章的最后,我们对一些问题给出进一步的说明和补充,以期对创业直觉的研究有一个比较全面的了解。

1. 创业过程的最初阶段是“机会识别”,Davidsson(2003)将机会定义为以技术可能性、知识和以购买力为支撑的尚未得到满足的人类需求为形式的一种无法估量的存在的客观状态。这一定义的精彩之处在于:一是肯定机会是一定条件下的客观存在,二是这种客观存在无法估量。这一定义在国际创业学界广为人知,影响很大,但中文的相关文献中至今无人提及,特别是学者们普遍忽视了机会客观存在状态的不可估量性。机会的这种无法估量的特征超越了主观和客观的二分,既承认机会是客观存在的,也承认需要主观评价,但同时也表明机会是变化着的存在状态,是难以估价的。这就意味着机会不是完全能够把握的确定的客观存在,这种客观存在因时、因情境、因人而异且不断变化,因此分析判断常常失误,直觉判断被更多地采用。

2. 机会是客观的,还是主观的,还是主观与客观的结合?这一直是创业学术界争论的焦点之一。在给出创业机会定义后,Davidsson(2003)试图调和这两个相反的观点,引入了一个概念——风险思想。一方面,风险思想是主观的,是个体心智的创造物,另一方面,它是特定的、可变化的、受创业者心智感知的客观实体。创业者事先不可能知道其风险思想是对机会的存在状态的正确感知还是错误感知。Davidsson的理论得到Eckhardt和Shane(2003)一定的支持,他们认为创业风险的产生不仅是因为机会本身,而且还是机会和有进取心的创业者相互作用的结果。这样,风险思想就意味着不确定性的存在,也就意味着直觉判断有存在的必要性。

3. Kirzner(2009)提出的创业警觉研究针对的是市场非均衡中产生的尚未被别人发现的(或别人发现过程中遗漏的)市场机会(gap)。创业警觉是一种心态历程,其中的机会是客观的,不考虑情境的变化。而创业直觉研究接续了创业警觉对机会的研究,将研究对象扩展到时间压力和不确定情境下的机会的判断,它是一种感觉和思维方式,是一种自然而然的、非意识的、整体关联的快速决策方式。相比之下,由于不一定受到时间和不确定性的约束,创业警觉比创业直觉判断要从容得多,特别是当机会的时间之窗开启得很短时,直觉判断似乎是唯一的方式。创业直觉研究易于借鉴当代哲学、心理学、认知科学、管理学领域中关于直觉的研究成果,从这

个角度看研究前景,创业直觉更优于创业警觉。

4. 直觉判断中常常使用经验推断,一般包括易得性启发式、代表性启发式、锚定和调整性启发式。这三种启发式通常被归于经验推断,而情感启发式被视为情感体验,一般的研究常常将前三种启发式归为一起进行探讨,而单独探讨情感启发式,实际上将四种启发式归为一起探讨也不是不可以。但本文还是分开讨论情感启发式,原因在于相比其他启发式,情感启发式在创业学中得到的研究最多,特别是作为创业直觉的前因,它与人的精神状态及躯体状态密切相关。情感启发式中的情感反应是精神状态和躯体状态的一部分,今天学术上所说的“entrepreneurship”一词的实际含义是创业精神指导下的行动,创业激情是创业精神的重要内涵,它显示出创业行动的自主性(autonomy),也称自律,这与管理中服从权威的他律(heteronomy)是完全不同的。这种自主性的激情和直觉是创业成功的重要因素。

5. 以直觉思维为基础的经验推断法有助于不确定环境下的快速判断,但它也可能会导致严重的偏差。这一问题在认知心理学、行为金融学、经济学中已经做了大量讨论。研究表明,在涉及行为主体的经济决策过程中,认知偏差普遍存在且具核心作用。而且由于市场环境、制度和传统文化的差异性,即使是同一种认知偏差,在不同的市场中,在不同的决策者身上,也可能表现出较大的差异。然而由于经验推断被引入创业学研究并不久,其所带来的偏差问题尚未得到相应的关注。在创业实践中,经验推断的偏差涉及风险与创业成败。创业者常常十分自信,可能会忽略那些不能支持自身信念的信息,认为自己能够更大限度地掌控事态,从而更乐观地高估创业前景,低估风险,导致不必要的损失。因此,未来的创业直觉研究中应该兼顾经验推断及其认知偏差两方面。

6. 近30多年来,中国经济的增长对世界经济增长贡献的份额最大,而中国经济的增长中,创业的民营企业贡献份额也是最大。初创的民营企业是如何进行判断决策的?从大的分类看,决策判断方式主要是两种:直觉判断和分析判断。中国初创民营企业的决策判断主要是直觉判断,几乎不存在理性的分析判断。这样说的理由是分析判断的基础是知识,而当时绝大部分初创民营企业的创始人文化水平都很低,不具备分析判断的基础知识。与此同时,他们中的大多数人都胸中都汹涌着摆脱贫困的强烈冲动,正是这种激情和直觉生成了中国人的创业智慧。在改革开放的背景下,经过艰苦的奋斗创造了中国初创民营企业的辉煌。实践中,中国创业做出了举世瞩目的成就。但是在理论方面,学者们迄今为止似乎构建不多,形成了理论和实践严重分离的局面。可能的理由是,我们没有建立自己的理论,一直在拿国外的理论及其观点来审视中国的创业实践,或者用中国的实践数据来验证国外的理论。事实上,国外的现有理论是在他们的实践中提炼出来的,其理论假设前提以及创业发生的机理和中国创业实践都存在着较大的偏差。我国的经济的发展过程中,初创民营企业决策判断中直觉研究的实际意义非常之大,但学者们始终没有将它提到研究的议程中来。理论上迄今为止还几乎是空白,从这一角度看,今后我们在实践上、认识论上、方法论上以及本体论上多层面来研究中国创业企业的决策判断必然是未来的研究重点。由于中国创业企业实践的丰富性及其特色为理论工作者提供了丰富的资源和营养,可以预计未来中国学者一定会在直觉思维和分析思维两方面都取得与中国创业企业实践相匹配的重要成果。

#### 主要参考文献

- [1]Akinci C, Sadler-Smith E. Intuition in management research: A historical review[J]. International Journal of Management Reviews, 2012, 14(1): 104-122.
- [2]Allinson C W, Hayes J. The cognitive style index: A measure of intuition-analysis for organizational research[J]. Journal of



- Management Studies, 1996, 33(1): 119–135.
- [3]Baldacchino L, Ucbasaran D, Cabantous L, et al. Entrepreneurship research on intuition: A critical analysis and research agenda[J]. International Journal of Management Reviews, 2015, 17(2): 212–231.
- [4]Baron R A. Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs “connect the dots” to identify new business opportunities[J]. Academy of Management Perspectives, 2006, 20(1): 104–119.
- [5]Baron R A, Ensley M D. Opportunity recognition as the detection of meaningful patterns: Evidence from comparisons of novice and experienced entrepreneurs[J]. Management Science, 2006, 52(9): 1331–1344.
- [6] Betsch T, Glöckner A. Intuition in judgment and decision making: Extensive thinking without effort[J]. Psychological Inquiry, 2010, 21(4): 279–294.
- [7] Blume B D, Covin J G. Attributions to intuition in the venture founding process: Do entrepreneurs actually use intuition or just say that they do?[J]. Journal of Business Venturing, 2011, 26(1): 137–151.
- [8] Brigham K H, De Castro J O, Shepherd D A. A person-organization fit model of owner-managers’ cognitive style and organizational demands[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2007, 31(1): 29–51.
- [9] Chaston I, Sadler-Smith E. Entrepreneurial cognition, entrepreneurial orientation and firm capability in the creative industries[J]. British Journal of Management, 2012, 23(3): 415–432.
- [10]Cossette P. Heuristics and cognitive biases in entrepreneurs: A review of the research[J]. Journal of Small Business & Entrepreneurship, 2014, 27(5): 471–496.
- [11]Cropley A. In praise of convergent thinking[J]. Creativity research journal, 2006, 18(3): 391–404.
- [12]Dane E, Pratt M G. Exploring intuition and its role in managerial decision making[J]. Academy of Management Review, 2007, 32(1): 33–54.
- [13]Dayan M, Elbanna S. Antecedents of team intuition and its impact on the success of new product development projects[J]. Journal of Product Innovation Management, 2011, 28(s1): 159–174.
- [14]Dimov D. From opportunity insight to opportunity intention: The importance of person-situation learning match[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2007a, 31(4): 561–583.
- [15]Dimov D. Beyond the single-person, single-insight attribution in understanding entrepreneurial opportunities[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2007b, 31(5): 713–731.
- [16]Dutta D K, Crossan M M. The nature of entrepreneurial opportunities: Understanding the process using the 4I organizational learning framework[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2005, 29(4): 425–449.
- [17]Dutta D K, Thornhill S. The evolution of growth intentions: Toward a cognition-based model[J]. Journal of Business Venturing, 2008, 23(3): 307–332.
- [18]Eisenhardt K M. Making fast strategic decisions in high-velocity environments[J]. Academy of Management journal, 1989, 32(3): 543–576.
- [19]Eisenhardt K M, Tabrizi B N. Accelerating adaptive processes: Product innovation in the global computer industry[J]. Administrative Science Quarterly, 1995, 40(1): 84–110.
- [20]Epstein S. Demystifying intuition: What it is, what it does, and how it does it[J]. Psychological Inquiry, 2010, 21(4): 295–312.
- [21]Epstein S, Pacini R, Denes-Raj V, et al. Individual differences in intuitive–experiential and analytical–rational thinking styles[J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1996, 71(2): 390–405.
- [22]Evans J S B T, Stanovich K E. Dual-process theories of higher cognition: Advancing the debate[J]. Perspectives on Psychological Science, 2013, 8(3): 223–241.
- [23]Finucane M L, Alhakami A, Slovic P, et al. The affect heuristic in judgments of risks and benefits[J]. Journal of behavioral decision making, 2000, 13(1): 1–17.
- [24]Grégoire D A, Barr P S, Shepherd D A. Cognitive processes of opportunity recognition: The role of structural alignment[J]. Organization Science, 2010, 21(2): 413–431.
- [25]Hodgkinson G P, Sadler-Smith E, Burkeet L A, al. Intuition in organizations: Implications for strategic management[J]. Long

- Range Planning, 2009, 42(3): 277–297.
- [26]Hogarth R M. Intuition: A challenge for psychological research on decision making[J]. *Psychological Inquiry*, 2010, 21(4): 338–353.
- [27]Kahneman D, Klein G. Conditions for intuitive expertise: A failure to disagree[J]. *American Psychologist*, 2009, 64(6): 515–526.
- [28]Kickul J, Gundry L K, Barbosa S D, et al. Intuition versus analysis? Testing differential models of cognitive style on entrepreneurial self-efficacy and the new venture creation process[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, 33(2): 439–453.
- [29]Kirzner I M. The alert and creative entrepreneur: A clarification[J]. *Small Business Economics*, 2009, 32(2): 145–152.
- [30]Linton J D, Walsh S T. Acceleration and extension of opportunity recognition for nanotechnologies and other emerging technologies[J]. *International Small Business Journal*, 2008, 26(1): 83–99.
- [31]Mitchell J R, Friga P N, Mitchell R K. Untangling the intuition mess: Intuition as a construct in entrepreneurship research[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2005, 29(6): 653–679.
- [32]Read S, Dew N, Sarasvathy S D, et al. Marketing under uncertainty: The logic of an effectual approach[J]. *Journal of Marketing*, 2009, 73(3): 1–18.
- [33]Sadler-Smith E. The role of intuition in entrepreneurship and business venturing decisions[J]. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 2016, 25(2): 212–225.
- [34]Sinclair M. Misconceptions about intuition[J]. *Psychological Inquiry*, 2010, 21(4): 378–386.
- [35]Tang J T, Kacmar K M, Busenitz L. Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities[J]. *Journal of Business Venturing*, 2012, 27(1): 77–94.
- [36]Vaghely I P, Julien P A. Are opportunities recognized or constructed?: An information perspective on entrepreneurial opportunity identification[J]. *Journal of Business Venturing*, 2010, 25(1): 73–86.

## A Review of the Evolution and Main Contents of Entrepreneurial Intuition Research

Fang Shijian, Qin Lingling

(*School of Management, University of Science and Technology of China, Hefei 230026, China*)

**Abstract:** Entrepreneurial intuition is characterized by unconsciousness, rapidity, holistic association, and contextual dependence. The research on entrepreneurial intuition has just started and lacks exploration. This paper begins with the contemporary research of intuition. Then it outlines the evolution from the concept of entrepreneurial alert to entrepreneurial intuition, explores the six antecedents of entrepreneurial intuition, analyzes the outcomes of entrepreneurial intuition, namely entrepreneurial process outcomes, entrepreneur-level outcomes, firm-level outcomes, and discusses the role of intuitive judgment and analytical judgment in decision making, especially in entrepreneurial decision making, from three theoretical perspectives of cognition continuum, dual process view and empirical deduction. Finally, due to the close relationship between entrepreneurial intuition judgment and entrepreneurial opportunities, it summarizes, evaluates and explains the content beginning with the deep analysis of entrepreneurial opportunities.

**Key words:** decision-making; entrepreneurial intuition; heuristics; analytical judgment

(责任编辑: 墨 茶)