

# 创业决策的后效理论研究动态<sup>\*</sup>

孙春艳 王凤彬

**内容提要:**作为迥异于因果理论的新兴理论,后效理论根植于奈特的“真正”不确定性、韦克的“感知”理论以及马奇的“蠢人技艺”等思想。后效理论的诞生代表了对创业创新行为逻辑的理解出现了一个范式上的转变。本文从理论发展周期的角度评述后效理论从何而来、现处何处及去往何方,以求较系统和客观地反映其发展脉络和面貌。相关文献覆盖了理论建立与内涵阐释、后效逻辑在真实情境中的存在性、构念测量、因果关系、理论应用和推广,以及为该理论正名等六类。从理论体系内部发展和外部扩展两方面,本文提出了后效理论未来研究的议题及建议。

**关键词:**后效理论 创业决策逻辑 理论发展

在大众创业、万众创新的时代大潮下,创业创新研究变得愈益重要。后效(effectuation)<sup>①</sup>理论作为迥异于因果理论的新兴研究视角,代表了对创业创新行为逻辑的理解与分析出现了一个范式的转变(Perry et al,2012)。后效理论的创立者是师承诺贝尔经济学奖得主赫伯特·西蒙(Herbert Simon)的萨拉斯·萨拉斯瓦西(Saras Sarasvathy)博士。她继承西蒙对经济学传统理性选择理论的批判思路,关注经济学研究的认知和行为方面的微观基础。基于对创业家共性的观察,萨拉斯瓦西创建了后效理论,并将其定位和发展为一种关于在奈特不确定性下行动者如何做决策的理论(Sarasvathy,2001,2008)。尽管后效理论近年迅速引起了学界的注意,影响力在不断提升,但关于这一理论体系建立和发展的脉络及趋势却鲜有系统的总结梳理。从Sarasvathy(1998)将后效逻辑引入学术界视野迄今已有17年历史,但相关的综述性文章不仅数目不多,而且从可见的Perry et al(2012)和Arend et al(2015)的综述来看,存在着所评述论著不够全面、结论存在争议等问题。本文基于理论自身的发展周期,对后效理论从何而来、现处何处及去往何方进行评述,以求较系统和客观地反映其发展脉络和面貌,为国内

学者理解、追踪和借鉴这一新兴而富有生命力的理论提供一个便捷的窗口。

## 一、后效理论的始创:理论渊源与初创

### (一)理论渊源

据Sarasvathy(2001)回顾,后效理论的缘起是试图对早前一些理论和证据进行综合,其共性是均不太符合现有运用因果程序的决策范式,所以它最初被定位为一种具有耦合性的新的决策范式。对该理论创新产生影响的有一大批思想家,从19世纪末20世纪初的实用主义哲学家(如James,1912)到当代经济和管理领域的思想领跑者(如Simon,1959)等都包括在内。以下集中评述对后效理论研究问题与范围的界定非常关键的三种先前理论和思想。

1. 奈特的“真正”不确定性。后效理论被定义为主要解决在未来分布未知且预测失效的情境下如何做决策的问题。奈特(Knight,1921)识别了三种类型的不确定性:第一种是关于未来的分布已知,但实际将发生的具体曲线未知,即当前普遍接受的“风险”概念;第二种是关于未来的分布未知,不过可以通过研究历史曲线进行估计,即通常说的“不确定性”概念;第三种奈特称之为“真正”不确定性(true

<sup>\*</sup> 孙春艳、王凤彬,中国人民大学商学院,邮政编码:100872,电子邮箱:rucsuncy@163.com, wangfengbin@rbs.org.cn。  
基金项目:中国人民大学科学研究项目重大基础研究计划“中国大型企业组织体制转型及路径创造研究”(13XNL004)资助。  
感谢匿名审稿人的修改建议,文责自负。

uncertainty),即关于未来的分布不仅未知,而且是不可知的,后人将其称为“奈特不确定性”。对于分布已知和未知的不确定性,无论理论上还是实践中,都能使用预测技术来解决(Read et al, 2009b)。而奈特不确定性因为没有一个可辨识的分布,甚至在理论上也不存在这样一个分布,所以,不论是先验概率的计算,还是统计估计工具,都不适用于此(Sarasvathy & Kotha, 2001)。奈特不确定性质疑了传统的假设:基于历史数据可以对现象进行建模,从而精确地做出预测(Read et al, 2009b)。在奈特不确定性下,预测的精确度和有用性降为零。创业就属于这样一种典型的情境,创业者要生产的产品和面对的市场都是未知的,无法使用传统的预测逻辑,那么,他们是如何做决策的?对这一问题的探索,为萨拉斯瓦西去开创一种可以避开对预测逻辑依赖的异常形态的逻辑——后效逻辑提供了启发。

2. 韦克的“感知”理论。韦克(Weick, 1979)关于环境是被感知、生成的建构主义思想对后效理论有重要影响。他用自然选择过程来类比组织建构,认为生态变化、感知、选择和保留是组织建构的四个元素。其中,生态变化是指涉及人类和各种活动的经验流中所展示的不连贯性、差异或者其他引人注意的变化。对生态变化的感知是组织建构的关键部分。韦克(1979)认为,组织成员在创建环境(这个环境也会反过来影响组织成员)过程中发挥着积极的作用,远比“变异”一词所描绘的更加主动,因此在自然演化理论的变异与选择环节中间增加了“感知”(enactment)这一独特的元素。感知与生态变化密切相关。“当差异在经验流中发生时,为了更密切地关注这些变化,组织成员可以采取某个行为将那些突出的变化分离出来,这个行为就是感知的一种形式。另一种形式是,当组织成员做出一些引发生态变化的事情时,这种变化随后会抑制这个组织成员接下来要做的事情,从而反过来引发进一步的生态变化,以此类推。……感知是有机体直接参与到外部‘环境’并影响它的唯一过程,所有继感知之后发生的过程,都是在经行动者编辑后的‘质料’或者被感知所抽取出来的‘片段’基础上进行的工作”(韦克, 2009)。感知是一个建立关于行动的实质性和象征性的记录的社会过程,其结果是一个被感知的环境,它是由感知所促生的变化的产物,是一个有多种解释的、有序的、实质性的社会建构(Weick, 1988)。韦克强调,组织中的决策者影

响着环境对组织作用的过程,这意味着选择标准变得更多地嵌入在决策者(主观)而非环境(客观)之中。他认为,是具有感知能力的行动者在建设、重整、挑选乃至粉碎许多其所处环境的“客观”特征。当人们行动时,他们没有将变量随机化,而是介入秩序的生成之中,实实在在地创造着他们自己的约束(Weick, 1979)。通过这一体现行动者能动性的感知过程,环境不再是独立的、外生的,这一想法提供了后效逻辑思想的基本元素。

3. 马奇的“拙实”策略。企业行为理论家马奇对决策目标预先存在的假设提出了挑战,后效理论借鉴了这一思想。马奇在《蠢人技艺》(March, 1982)一文中指出:只要我们接受了(传统理性)选择理论的基本框架和它对于目标的预先存在性的假定,那么,在目标随后才知晓的情况下做决策的说法就是无厘头的。当我们挑战目标预先存在性的教条时,我们将被迫重新审视那些建立在目的、一致性和理性之上的上层建筑。其间涉及一些关于行动的思考方式,即行动在关于未来的价值偏好未知的情况下如何发生。他认为,应该开发一种不同的方法来解决这个规范性问题——当价值前提还没有(将来也绝不会)确定的时候,行动者应该如何作为。他设想可以将行动视为一种创造有趣目标的方式,就像将目标视为一种调整行动的方式那样。个体和组织可能没有做一件事的好的理由,但他们需要做这件事的方法。虽然并不总是这样,不经常这样,但有时是这样的——他们需要在思考之前行动(March, 1982)。马奇将应去开发的这种不同的方法称为“蠢人”技艺,以对应常见的所谓“智者”方法。不同于传统理性逻辑下的决策行为,这里涉及关于未来偏好的不确定性的处理,所以,新的方法必须由在目标模糊情况下进行决策的“似拙实巧”策略所组成。后效理论的目的,就是继之抽取出这样一些策略(Sarasvathy & Dew, 2005a)。

## (二)理论初创

后效理论创建阶段有两项研究堪称是奠基之作,即萨拉斯瓦西的博士学位论文《企业是如何产生的?一个前企业理论》(Sarasvathy, 1998)和期刊论文《因果逻辑与后效逻辑》(Sarasvathy, 2001)。前者对研究初衷、研究方法、数据分析和结果发现有较详细的叙述,后者是对深化和升华了的理论成果的全面阐释。

早在1995年,萨拉斯瓦西就开始了创业研究中

的一个独特旅程:在创业家中找寻某种可传授、可学习的专业知识要素。她希望能以一种理论上有趣和实证上可检验的方式,将创业家的专门知识内容进行详细说明(Sarasvathy,2007)。在这项研究中,她运用了有声思考协议分析法(think-aloud protocol analysis)<sup>®</sup>。被试由27名具有多个行业创业经验的创业专家组成,被要求解决将一个创意转变为一个成功的初创企业的过程中会遇到的10个典型的决策问题。此项研究的潜在逻辑是(Sarasvathy,2003):假定被试都是专家型创业者,他们解决问题的过程存在什么共同点?是否可以通过抽取这些共同点而建立一个关于创业专门知识的模型?当她针对第一个问题(为一个新产品确定目标市场)的分析进行到第20个创业者时,编码开始一致表明,存在一个关于创业家如何创建市场和企业的比较清晰的模式。这一模式的关键特征是,它与MBA项目中教导学生如何为其创意确定目标市场的原则和过程恰好是相反的:这些常规的原则和过程都是建立在因果或者预测推理方法的基础之上;而她所发现的创业路径与之不同,她称其为“后效推理”,以强调它为“因果关系反面”的特质。量化分析的结果显示,74%的参与者在至少63%的时间里遵循后效模型,44%的参与者至少在85%的时间里遵循后效模型(Sarasvathy et al,2001)。

萨拉斯瓦西发表于《美国管理学会评论》的著名论文(Sarasvathy,2001)是迄今为止最被广泛引用的后效理论论文。文章对后效逻辑的内涵、主要元素和行动原则进行了详细阐释,并将之与因果逻辑进行了明确对比。在因果逻辑下,欲求结果是既定的,关注点在于从可用手段集中进行选择,以达成欲求结果;而在后效逻辑下,可用手段是既定的,关注点在于从可能实现的结果集中进行选择,用既定手段达成所选结果。概言之,后效逻辑是从给定的一组手段和依情境而定的人的意愿出发,在决策者设想的一组可能实现的效果中进行选择,决策者的特征,如他们是谁,他们知道什么,他们认识谁,形成了手段的集合。并且,这里的手段和意愿都是随时间变化的。特定效果的被选是两个因素的函数,它们分别是决策者可接受的损失或风险的水平,以及决策者通过沿途的战略合作实现的对未来的控制程度(Sarasvathy,2001)。

### (三)理论定位

西蒙以有限理性为基础对传统理性选择理论的

实证效度进行抨击,以此引发了一系列以各种方式偏离理性和偏好的实践摸索与学术研究,后效理论的创立就是受到西蒙这项工作的鼓舞(Read & Sarasvathy,2005)。那么,后效理论是否是一种理性?所谓“对传统理性的偏离”又表现在哪里?Sarasvathy & Simon(2000)认为,后效理论回答了以下问题:当传统理性失去效力之时,也就是当环境不能独立地影响产出甚或游戏规则、未来不可预测、并且决策者不确定其目标和偏好之时,人们可以从哪里找到理性?

1. 后效理论与理性。经济学中,理性被定义为追求效用最大化。不过,西蒙(Simon,1978)指出,经济学家其实并没有将自身局限于这一“强”意义上的狭窄定义,不少经济学文献反而广泛地使用了“弱”意义上的理性定义,比如,关于比较制度分析的文献是以制度或行为模式的“效用功能”作为其理性基础,而这就是一种“弱”意义上的理性定义。类似地,其他社会科学中也放宽了对理性的定义。Sarasvathy(1998,2001)认为,后效逻辑“不是一组任意和冲动的结论”,而是一种为了做出有效决策而采用的系统启发法,“是以自己的方式对新事物产生的混乱环境的理性应对”。从这个方面来说,后效逻辑符合更广泛使用的“弱”意义上的理性定义,其理性基础在于其所具有的功能——处理新事物产生的混乱环境中的不确定性。

如西蒙(Simon,1978)主张的,理性应当不仅被视为思考的产物,也应当被视为思考的过程。经济学以前仅仅关注实质理性(substantive rationality),即合适的行动路线被选择的程度,而忽略了过程理性(procedural rationality),即由于人类认知能力和时间、精力的局限,人们进行行动选择的过程的有效性,它更关注行动者在复杂、动态的环境下处理不确定性的能力。Sarasvathy(1998)将后效逻辑视为一种被试在创业过程中囿于有限理性而使用的系统启发法,从这个内涵来讲,后效逻辑无疑是一种过程理性,用于应对环境中的奈特式不确定性,是对在创业过程中如何创造新事物的行动原则的总结。借用马奇在《决策是如何产生的》(2013)中的观点来推断,后效逻辑是一个创业家确立身份、并使行为规则与已识别的不确定性情境相符合的过程。

由此可见,后效逻辑是一种理性,可归于过程理性的范畴,与有限理性论直接相关。

2. 后效理论与因果理论。后效逻辑虽然是一种理性,但其却偏离了传统的理性选择理论即因果理性(亦称预测理性)。遵循因果理性的行动者通常假设,环境是外生的和独立的,未来是可以通过统计估计工具进行预测的,并且预先存在清晰给定的目标和偏好,所以可以通过“预测”和“计划”来处理不确定性。所谓的“三思而后行”就反映了这种结果导向的思维。后效逻辑倡导者认为因果理性在许多实际情况下并不适用,而强调后效理性(亦称控制理性)。他们主张,许多时候,环境是内生的和可建构的,未来是不可预测的,人们在行动之前可能没有明确的目标和偏好,所以要注重当下的“行动”和“控制”,也就是马奇所言“个体和组织需要在思考之前行动”(March, 1982),因此是行动导向的思维。

具体而言,后效逻辑在如下四个核心原则上与因果逻辑构成了鲜明对比:(1)决策标准是可承受的损失,而非期望的回报;(2)对外部企业的态度是战略联盟,而非竞争分析;(3)竞争力在于对情境的利用,而非对已有知识的利用;(4)根本逻辑是控制逻辑,即去控制一个不可预测的未来,而非预测逻辑,即试图预测一个不确定的未来。故而,因果逻辑在自然科学领域更为普遍,适用于静态的、线性的和独立的环境,而后效逻辑在人类行为领域更为常见,适用于动态的、非线性的和生态的环境。就最终结果而言,因果逻辑的产出是通过竞争战略获得的现有市场的市场份额,后效逻辑的产出是通过联盟和其他合作战略创造的新市场(Sarasvathy, 2001)。

至于二者的关系上,后效理性与因果理性应是一种并行的理性逻辑,地位等同,彼此不是对立互斥,而是可以相互补充的。两者有各自适用的情境,随着情境的变化,人们要变换指导其决策或行动的理性逻辑。

## 二、后效理论的发展:研究进展

Sarasvathy(1998)在首次提出后效逻辑框架时曾指出未来可研究的四个领域:(1)前企业(pre-firm)过程在经济领域的作用;(2)后效理论和人类的心理特征的关系;(3)后效理论向普适理论的发展;(4)后效理论对企业成败的作用。之后的研究大部分围绕着这个设想。

我们通过 Google Scholar 搜索发现,截至 2015

年底,可搜索到的后效研究英文文献至少有 287 篇。截至 2016 年 7 月 31 日,作为最有影响力的后效理论著作,Sarasvathy(2001)在谷歌学术上的引用量已近 2700 余次。为追求所研究文献的完整性和代表性,我们在 Google Scholar、ProQuest、JSTOR、ScienceDirect 上以 effectuation 为主题词进行搜索,同时利用对每篇核心文献的参考文献进行滚雪球式的追踪搜索,再考虑相关性、研究质量和内容重复度等标准,对搜索到的文献进行二次筛选和甄别,最终选取了目标文献共 66 篇。数据分析显示,这些文献中包含理论文章 32 篇和实证文章(含综合使用理论研究方法和实证研究方法的文章)34 篇。实证文章仅比理论文章多出 2 篇,其中有 32 篇使用了一手数据,另 2 篇为二手数据(分别是元分析和二手案例研究)。从具体形式看,这些实证文章中有 6 篇实验研究(均采用了有声思考协议分析方法),1 篇实验研究和定量分析相结合,2 篇实验研究和案例研究相结合,13 篇案例研究,9 篇定量分析,3 篇定性研究和定量分析结合。

Edmondson & McManus(2007)认为,管理研究理论的发展是一个从既有成熟理论到新理论创生的连续过程。所谓成熟期的研究,就是已经提出了较为完备的构念(construct)模型和理论体系,且为后继的研究者发展及应用,精细度不断增加,并产生了由一系列获得广泛认同的点滴知识组成的大量研究成果。而新生期的研究,则是为有关“如何”和“为什么”等新问题提出暂定的答案,且仅建议性地在相关现象之间建立某种新的连接。位于成熟理论和新生理论之间的,是一种中级成熟度的理论,它提出关于现象的临时性解释,并经常表现为引入了一个新构念且在它和已有构念之间建立联系。根据上述对理论成熟度的划分,我们将一项研究所处的阶段和状态相应地区分为初级、中级和高级。

依据上述标准对所有 66 篇文献进行分类梳理,我们发现后效理论发展期有以下特点:第一,在理论建立和内涵阐释 19 篇文章中,研究方法以理论分析为主(11 篇),采用有声思考协议分析的实验研究(7 篇)多出现在理论建立时期,该类研究大多处于初级阶段;第二,有关后效逻辑在真实情境中存在性的 7 篇文章均为实证研究,且都采用案例研究的方法,研究处于初级阶段;第三,核心构念的量表开发文章有 3 篇,采用了定量的实证分析或者定量与定性相结

合的方法,处于初级的研究阶段;第四,前因后果类研究文章有17篇,一般为实证定量研究,研究方法趋于多样化,包括案例、元分析、问卷调查等,处于中级研究阶段;第五,后效理论的应用和推广文章有12篇,可分为理论(6篇)和实践(6篇)两类,都处于中级的研究阶段;第六,对后效逻辑的评价类文章有15篇,以理论思辨为主,处于中级的研究阶段。概言之,就后效理论的总体研究进展而言,目前还处于理论发展的中级阶段。以下部分将对所选文献的研究内容、方法、贡献和其所处的研究阶段等进行评述。

### (一)初级阶段研究着力点之一:理论建构与内涵阐释

在后效理论新生期,研究的主题或是对关键概念进行阐释,或是对初步框架中的细节进行梳理,或是将静态的描述发展为动态的模型,所以这类研究大都处于初级阶段。在这一阶段,研究的主体内容是萨拉斯瓦西等采用有声思考协议分析法对不同决策主体为新产品确定目标市场的过程进行的考察和对比,具体的考察对象包括27位专家创业者(Sarasvathy, 1998)、37名MBA学生(Sarasvathy et al, 2001; Dew et al, 2009)以及37位具有很少创业专门知识的经理人员(Read et al, 2009b)。研究发现,在该虚拟的创业情境中,专家创业者较多使用后效逻辑做出决策,而MBA学生和经理人员在做出决策时更为偏好因果逻辑。这四个部分的实证研究是后效逻辑思想建立和发展的基本源泉,描绘出后效逻辑的基本内涵、关键要素和使用边界。

根据Sarasvathy(2007)的说明,Sarasvathy(1998)建立了后效理论的雏形,该理论的主要元素得以从这项研究中提取。但明显地,该研究是将后效理论视为前企业阶段如何进行市场营销的理论的,其构成原则也是用营销的语言构建的。文中虽然指出了后效逻辑是因果逻辑的反面,但是对二者的区别却没有详加说明,而二者的区别恰恰是后效理论的内涵和问题空间(problem space)得以阐明的关键。到Sarasvathy(2001)时,后效理论已升华为一种关于创业者如何进行决策的理论,与因果理论也进行了详细的对比,其理论地位得到提升,内涵也更加丰富和具有普适性,可能的应用主体涵盖了个人、企业、行业、经济体四个层次,后效理论的基石由此得到奠定。Dew(2003)和Sarasvathy & Dew

(2005b)则建立了后效逻辑的动态模型,即将新市场的产生视为涉及新的利益相关者网络构建的过程,该网络由一种后效型的承诺发起,并在运作中开启了扩展资源与聚约束条件的两个循环,由此引致了新市场的产生。至Sarasvathy(2008)专著出版时,后效逻辑思想的理论体系初见成熟。该书的核心内容是三个概念的理论化:因果和后效思维比较,后效逻辑的过程,后效逻辑的原则。在与因果逻辑的更为全面和精细的比较中,后效逻辑的内涵不仅变得更加丰富,其行动原则也由最初的四个发展为五个,且以更富趣味的方式被重新命名,分别为:手中鸟原则(新增,强调从手段出发),可承受损失原则,疯狂的被子原则(强调合作与联盟),柠檬原则(强调对情境和偶然性的利用),飞行员原则(强调控制而非预测)。

后效逻辑思想内涵不断丰富的另一途径,是借助该视角构建和发展相关的新式理论。其一是西蒙关于新市场是如何产生的理论,简称“市场行为理论”。在后效逻辑视角下,供给和需求的关系是圆形的,以此代表相互作用和偶然性,正是借助后效转化过程,即供给和需求的试验性来源的相互作用过程,新市场得以产生(Augier & Sarasvathy, 2003)。其二是关于企业设计的理论,它着力解释现有企业理论所解释不了的创业成功(而非在企业层面上界定的成功)等问题,因而被认为是构建后效理论的有益尝试(Sarasvathy, 2004)。其三是前已述及的马奇的“蠢人技艺”,即在关于未来的价值偏好不确定的预设中,后效逻辑思想帮助确定了“似拙实巧”策略,具体包括三个逻辑:身份的逻辑,行动的逻辑,承诺的逻辑(Sarasvathy & Dew, 2005a)。其四是关于创业企业行为的理论,它阐明了与企业行为理论相对应的三个核心理念:在目标模糊时积累利益相关者承诺;通过非预测性策略获得控制;以扩展适应导向为主(Dew et al, 2008)。总体而言,后效逻辑提供了新的理论视角,帮助以上四个理论得以建立或深化,这些理论继而也丰富了后效理论的内涵,因此两者是相辅相成的关系。

### (二)初级阶段研究着力点之二:真实情境中后效逻辑存在性检验及构念测量

在后效理论新生期,实证研究虽然大多是虚拟创业情境下的实验研究,但也出现了一些基于真实创业(创新)情境的研究。这些研究或者证明了后效逻辑的真实存在,或者对后效逻辑的相关构念进

行了测量,将其归于研究的初级阶段。概言之,在对新企业建立(Sarasvathy & Kotha, 2001; Mainela & Puhakka, 2009)、新行业出现(Dew, 2003; Harting, 2004;)或教育项目发展(Harmeling et al, 2004; Harmeling & Sarasvathy, 2011)的观察中,一批学者不约而同地发现了现实中践行的后效逻辑。比如Sarasvathy & Kotha(2001)以一家互联网企业“Real Networks”的建立为例,展示其如何运用后效逻辑三项原则(可承受的损失、战略伙伴关系和利用突发事件)去处理奈特不确定性,在这一过程中找到了后效逻辑5个关键构念存在的证据。Dew(2003)研究了一个商业组织网络如何起源于一个“垃圾桶”样式并运用后效逻辑通过一系列利益相关者承诺而成长的,这直接导致了无线射频识别(RFID)行业的出现。Harmeling & Sarasvathy(2011)通过对两个创业教育项目成立和发展的研究,证明了偶然性在创业过程中的作用,以实证支持创业教育者使用了后效逻辑。这些研究的实质是对后效逻辑在真实情境中的存在性进行检验,从而帮助后效理论摆脱了既有学者对其仅可能存在于虚拟创业决策中的诟病(Baron, 2009; Arend et al, 2015)。

与此同时,有学者开始着手开发相关的测量量表。其中,Chandler et al(2011)开发的体现因果和后效逻辑的测量量表被广为引用,他们使用一个单维构念对因果逻辑进行测量,而对后效逻辑的测量则是一个构成型的多维构念,拥有三个关联的子维度(实验、可承受的损失和灵活性)和一个与因果逻辑相同的维度(事前承诺)。另有两篇研究则不仅对后效逻辑这一构念进行了测量,而且将这一逻辑的使用与绩效结果之间建立了关联(Brettel et al, 2012)。比如Read et al(2009a)对9897家新创企业的数据进行元分析,不仅从以往研究中提取变量对后效逻辑进行测量,而且将后效三原则与新创企业绩效做了正向的连接。相关构念测量量表的开发为后效理论实证量化研究的发展开辟了道路,其重要性不言而喻。但仍然存在如下两个问题:一是,有些很重要的构念如“通过联盟创造新市场”没有得到测量,这可能跟较少被试有机会参与创造新市场导致的研究数据获取不足有关(Arend et al, 2015);二是,从后续的研究来看,量表的应用程度并不高,这可能是该理论总体上实证研究尤其是量化研究不足的一个主要原因。

### (三)中级阶段研究着力点之一:后效逻辑的前因与后果探索

随着实证研究的进一步深化,相当一部分研究者开始致力于探索后效逻辑的前因后果。这些实证文章综合运用了实验、案例、问卷调查和元分析等多种研究方法。研究结果发现,经验(Allen, 2003; Read & Sarasvathy, 2005; Politis, 2008; Wiltbank et al, 2009; Nelson, 2012)、社交媒介的使用(Fischer & Reuber, 2011)、创业者的职业动机(Gabrielsson & Politis, 2011)和身份(Alsos et al, 2016)等会影响创业者运用后效逻辑与否。涉及前因探索的文章中,有半数以上研究了行为主体的创业经验是否影响后效逻辑的使用,但这类研究的必要性值得成为一个被审视的问题,原因是后效逻辑原本就始于对创业专家(即有丰富经验的创业家)共性的研究(Sarasvathy, 1998),创业经验的影响毋庸置疑。涉及后效逻辑使用结果的研究,大都将新创企业的绩效作为因变量(Read, 2005; Read & Sarasvathy, 2005; Forster & York, 2008; Read et al, 2009a; Nelson, 2012; Parida et al, 2016; Guo et al, 2016),这类研究使后效研究主题超越了简单对后效逻辑在创业情境中存在性的证明,而发展到这一逻辑所具有的行动启示及效应等方面,从而促使后效理论从一个仅对创业行为进行描述的理论扩展成为一个能识别出对绩效产生影响的因素或变量的解释性理论,理论的正当性因此得到提升(Brettel et al, 2012)。

鉴于上述研究建立起了后效逻辑使用与其他相关变量之间的联系,因而可将它们归为理论发展的中级阶段。其主要不足是,对作为后效逻辑使用情境的变量关注甚少(只有3篇例外)。后效逻辑无疑具有其特定的适用情境,后效逻辑运用与绩效结果关系的方向和强弱,应该会受到情境变量的调节。所以,清楚识别相关的调节变量,使该理论的边界得以进一步明晰,这是未来研究可以着力的方向。

### (四)中级阶段研究着力点之二:后效逻辑的应用和推广

在建立后效理论与其他理论与构念关系的过程中,其理论应用空间也随之拓展。一方面是运用后效逻辑去理解一些实践现象,比如新产品开发(Brettel et al, 2012; Coviello & Joseph, 2012))、“天生”全球企业早期的发展(Andersson, 2011)、“计划外”的国际化现象(Kalinic et al, 2014)、社会

创业(Akemu et al, 2016)、大公司创新者的两难困境(Dew & Sarasvathy, 2004),甚至与创业无直接关系的制造业创新情形(Brettel et al, 2014);另一方面是运用后效逻辑视角发展创业领域之外的理论,比如借鉴后效逻辑思想以预测与控制的二维思想来发展战略管理领域的相关分类框架(Wiltbank et al, 2006),对创新的积极效益和消极的外部性问题形成更全面认识(Dew & Sarasvathy, 2007),开发战略创业的思想(Sarasvathy, 2007),改进衡量创业意图的量表(Valliere, 2015),对奥地利学派企业思想进行新的评价(Sarasvathy & Dew, 2013),等等。

此类研究所处的都是中级阶段,它们试图将后效逻辑与各种各样的实践情境和理论思想对接,既直接证明了其有用性和价值,也拓展了后效逻辑思想对创业之外领域理论发展或修正的意义。通过这些研究,后效逻辑渐渐超越了作为创业理论的适用范围限制,而发展成为一个在奈特不确定性情境下进行决策和行动的理论(Brettel et al, 2012),理论成熟度得到进一步提升。

### (五) 中级阶段研究着力点之三:为后效理论正名

在后效理论发展的中级阶段,研究的另一个着力点是后效理论正名,主要是指后效理论的拥护者就各种针对后效理论的误解或质疑进行回应,或者直接做出正面的评价。其议题包括三部分:其一是关于后效逻辑和过度信任的关系(Goel & Karri, 2006; Sarasvathy & Dew, 2008a; Karri & Goel, 2008);其二是关于后效理论和对奥地利学派有重要贡献的拉赫曼(Lachmann)创业思想的联系(Chiles et al, 2007; Sarasvathy & Dew, 2008b; Chiles et al, 2008);其三是回应阿伦(Arend et al, 2015; 2016)等对后效理论合法性质疑的反驳性文章。作为一种新的科学思想和范式,学术界对后效理论存在认知上的误区,是一种再正常不过的现象。这类文章通过引入争论或回应,使后效理论能够“正本清源”,并在听取反面意见中收获“集思广益”之效,这对后效理论的进一步发展利大于弊。

对后效理论的批评,主要表现在以下四方面:(1)实证研究的效度。批评之一是,后效理论创生阶段实验研究中的创业者并未参与真实的创业情境(Fischer & Reuber, 2011),研究所描绘的核心群体“专家创业者”在事实上可能并不存在(Baron,

2009; Arend et al, 2015)。二是实验研究中的两个对照组有诸多不同,不能将两组被试偏好逻辑的差异仅仅归因于创业经验的多寡(Baron, 2009);三是现有的非实验性实证研究几乎没有控制环境不确定性等干扰因素(Perry et al, 2012)。(2)假设合理性。主要是对后效逻辑是手段导向和驱动的假设提出质疑。如Arend et al(2015)认为,这种假定过分严格且不确切,其一是它将创业者的选择限制在仅仅依赖现时可得资源上,其二是人类决策不能不受目标的指引,纯粹的手段驱动的决策是不存在的。(3)理论测试难题。被试可能并不理解一个不确定的未来与一个不可预测的未来有什么不同,且很少有被试真正参与过创造一个新市场,这使得“通过联盟创造新市场”这样的维度不能得到准确测量(Arend et al, 2015)。(4)理论对实践的切合性。比如,后效理论的语言不易被实践者理解,各要素之间的关系只是被描述而没有被解释,因果关系指向不明,无法有效指导实践者等(Arend et al, 2015)。针对以上的批评,后效理论拥护者反驳说,试图用一套基于方差理论的、实证主义的评价标准对作为过程理论的、实用主义的后效理论进行评价,是既不公道也不正确的(见Read et al, Reuber et al, Gupta et al, Garud & Gehman, 2016)。

### 三、后效理论的未来:研究走向及生命力

立足于后效理论的发展现状,创业决策领域在后效逻辑这一过程理性框架之内有待深化研究的议题主要有以下四方面:(1)关注并检验不同人群在使用因果和后效两种逻辑上的不同,包括具体原则、广度和深度上存在的差异(Sarasvathy, 2007);(2)行动者会在何时及如何转换使用后效或因果逻辑?为什么?(3)在什么情境下后效逻辑的行为模式有助于提高企业绩效?(4)就更长远的发展来说,创业领域研究者面临的挑战是,如何将这一理论向前推进,从而建立一门切实有助于企业发展和兴盛的可行的创业科学(Sarasvathy & Kotha, 2001)。

在创业领域之外,后效理论如何延续其生命力?固然,后效理论是从创业领域而来,当前也主要应用于创业领域,但是它作为对经济学传统理性选择理论进行批判的产物,其应用空间和理论效力绝非仅限于创业领域。展望后效理论的发展前景,未来可以在以下四个方面进行延伸研究:



1. 由个体层面上升到组织和制度层面。如 Sarasvathy(2001)指出,后效理论的应用主体可以是三个层次——个体、企业或群体、经济体,但现有研究仅集中在创业者个体层面,针对企业或群体、经济体层次的研究尚少。依据 Sarasvathy(2007)的判断,对已建组织中后效逻辑的研究是一个有前途的、新颖但迄今未开发的领域。当前已有少量学者进行了这方面尝试(见 Wiltbank et al, 2006; Brettel et al, 2012)。

2. 应用于战略管理和战略创业领域。考虑到创业领域和战略管理领域的相似性,即两者都与人类的有意为之和自然出现的动议有关(Sarasvathy, 2007),可以推断,战略管理领域或与其与创业领域的交叉部分,可能是后效逻辑大有作为之地。简言之,创业与新企业和新市场的创建有关,而战略管理与企业在竞争环境中的生存和成长有关。战略创业作为两者的交叉领域,在这方面的任何研究必须深入分析企业如何作用于其可感知的环境,而不是简单地将企业置于所谓的外在环境中(Sarasvathy, 2007)。后效逻辑已经显示出是社会建构主义在前瞻性经济活动中的一种有益的应用。

3. 扩展于制度创业领域。除了战略创业之外,已建组织内或者重塑组织间关系的制度创业均涉及新制度的创生过程,其间存在着与新企业创生中所面临的奈特不确定性相类似的情境。不论是新制度还是新企业,在新事物创生之初,都没有明确的目标,只能由识别了决策情境和自身身份的行动者,在后效逻辑或明或暗的指引下,着眼于眼前的手段,在思考之前先行动起来,并善于利用随时出现的机会和问题对后续的行动进行调整或聚焦。这种相似性决定了后效逻辑可推广应用于分析制度创业的相关问题。不仅如此,凡跟创造性活动有关的领域,都应该是后效逻辑可应用的领域。

4. 对决策逻辑本身的研究与创新。这是构建决策领域宏大理论方面的展望。后效逻辑与因果逻辑是否填满了决策逻辑这一全集?人类是否只按照这两种决策逻辑来行事,还是有未知的行事原则?这仍然是一个没有确定答案的问题。未来研究者可以像后效逻辑的发现者那样,致力于在已有决策逻辑无法覆盖的领域创造新知,让我们对世界和人类自身的认识更加丰富、准确。

## 注:

①目前国内学界对“effectuation”一词的译法并不统一,主要有四种:后效、手段导向、效果推理、因果倒置。本文从其核心内涵“目标不明确、效果是后来逐渐知晓的”出发,并综合考虑 effectuation 一词的英文释义“使产生(效果)”,将之译为“后效”。

②这是一种广泛应用于认知科学中、用以研究专家决策制定行为的方法,它要求被试在制定决策时边思考、边口头报告其思考的内容(Ericsson & Simon, 1993)。

## 参考文献:

- 詹姆斯·马奇, 2013:《决策是如何产生的》中译本,王元歌、章爱民译,机械工业出版社。
- 卡尔·韦克, 2009:《组织社会心理学》中译本,贾柠瑞、高隽译,中国人民大学出版社。
- Akemu, O. et al(2016), “Social enterprise emergence from social movement activism: The Fairphone case”, *Journal of Management Studies* 53(5):846-877.
- Alsos, G. A. et al(2016), “Entrepreneurs’ social identity and the preference of causal and effectual behaviors in start-up processes”, *Entrepreneurship & Regional Development* 28(3-4):234-258.
- Andersson, S. (2011), “International entrepreneurship, born globals and the theory of effectuation”, *Journal of Small Business & Enterprise Development* 18(3):627-643.
- Arend, R. J. et al(2015), “Effectuation as ineffectual: Applying the 3E theory – assessment framework to a proposed new theory of entrepreneurship”, *Academy of Management Review* 40(4):630-651.
- Arend, R. J. et al(2016), “Effectuation, not being pragmatic or process theorizing, remains ineffectual: Responding to the commentaries”, *Academy of Management Review* 41(3): 549-556.
- Augier, M. & S. D. Sarasvathy(2003), “Management as a science of the artificial”, <http://effectuation.org>.
- Baron, R. (2009), “Effectual versus predictive logics in entrepreneurial decision making: Differences between experts and novices”, *Journal of Business Venturing* 24(4):310-315.
- Brettel, M. et al(2012), “Corporate effectuation: Entrepreneurial action and its impact on R&D project performance”, *Journal of Business Venturing* 27(2):167-184.
- Brettel, M. et al(2014), “Effectuation in manufacturing: How entrepreneurial decision-making techniques can be used to deal with uncertainty in manufacturing”, *Procedia CIRP* 17: 611-616.
- Chandler, G. N. et al(2011), “Causation and effectuation processes: A validation study”, *Journal of Business Ven-*



- turing 26(3):375–390.
- Chiles, T. H. et al(2007), “Beyond creative destruction and entrepreneurial discovery: A radical Austrian approach to entrepreneurship”, *Organization Studies* 28(4):467–494.
- Coviello, N. E. & R. M. Joseph(2012), “Creating major innovations with customers: Insights from small and young technology firms”, *Journal of Marketing* 76(6):87–104.
- Dew, N. (2003), “Lipsticks and razorblades: How the Auto ID Center used pre-commitments to build the Internet of Things”, Doctoral Dissertation, University of Virginia.
- Dew, N. & S. D. Sarasvathy (2007), “Innovations, stakeholders & entrepreneurship”, *Journal of Business Ethics* 74(3):267–283.
- Dew, N. et al(2008), “Immortal firms in mortal markets? An entrepreneurial perspective on the ‘innovator’s dilemma’”, *European Journal of Innovation Management* 11(3):313–329.
- Dew, N. et al(2009), “Effectual versus predictive logics in entrepreneurial decision-making: Differences between experts and novices”, *Journal of Business Venturing* 24(4):287–309.
- Edmondson, A. C. & S. E. McManus(2007), “Methodological fit in management field research”, *Academy of Management Review* 32(4):1155–1179.
- Ericsson, K. A. & H. A. Simon(1993), *Protocol Analysis: Verbal Reports as Data*, MIT Press.
- Fischer, E. & A. R. Reuber(2011), “Social interaction via new social media: (How) can interactions on Twitter affect effectual thinking and behavior”, *Journal of Business Venturing* 6(1): 1–18.
- Forster, W. & J. York(2008), “The effects of effectual logic: Nascent entrepreneurial performance and effectuation”, *Frontiers of Entrepreneurship Research* 28(10), Article 4.
- Garud, R. & J. Gehman(2016), “Theory evaluation, entrepreneurial processes, and performativity”, *Academy of Management Review* 41(3):544–549.
- Goel, S. & R. Karri(2006), “Entrepreneurs, effectual logic, and over-trust”, *Entrepreneurship: Theory and Practice* 30(4):477–493.
- Gabrielsson J. & D. Politis(2011), “Career motives and entrepreneurial decision-making: Examining preferences for causal and effectual logics in the early stage of new ventures”, *Small Business Economics* 36(3):281–298.
- Guo, R. et al(2016), “Effectuation and causation in new internet venture growth”, *Internet Research* 26(2):460–483.
- Gupta, V. K. et al(2016), “A process perspective on evaluating and conducting effectual entrepreneurship research”, *Academy of Management Review* 41(3):540–544.
- Harmeling, S. S. & S. D. Sarasvathy(2011), “When contingency is a resource: Educating entrepreneurs in the Balkans, the Bronx, and beyond”, *Entrepreneurship: Theory and Practice* 37(4):1–32.
- Harmeling, S. et al(2004), “That my neighbor’s cow might live: Effectuation, entrepreneurship education, and economic development in Croatia”, in: S. A. Zahra, *Annual Entrepreneurship Research Conference*, Babson College.
- Harting, T. (2004), “Entrepreneurial effectuation in a corporate setting: The case of Circuit City’s Carmax unit”, Paper presented at the Babson Kauffman Entrepreneurship Research Conference, Glasgow, Scotland.
- James, W. (1912), “The experience of activity”, in: *Essays in Radical Empiricism*, University of Nebraska Press.
- Kalinic, I. et al(2014), “‘Expect the unexpected’: Implications of effectual logic on the internationalization process”, *International Business Review* 23(3): 635–647.
- Karri, R. & S. Goel(2008), “Effectuation and over-trust: Response to Sarasvathy and Dew”, *Entrepreneurship: Theory and Practice* 32(4):739–748.
- Knight, F. H. (1921), *Risk, Uncertainty and Profit*, Houghton Mifflin.
- Mainela, T. & V. Puhakka(2009), “Organising new business in a turbulent context: Opportunity discovery and effectuation for IJV development in transition markets”, *Journal of International Entrepreneurship* 7(2):111–134.
- March, J. G. (1982), “The technology of foolishness”, in: J. G. March & J. P. Olsen(eds.), *Ambiguity and Choice in Organizations*, Universitetsforlaget.
- Nelson, T. E. (2012), “Experience, effectuation and something good: Does the use of effectuation lead to positive outcomes”, Doctoral Dissertation, University of Louisville.
- Parida, V. et al(2016), “Influence of subjective interpretation, causation, and effectuation on initial venture sale”, *Journal of Business Research*, <http://dx.doi.org>.
- Perry, J. T. et al(2012), “Entrepreneurial effectuation: A review and suggestions for future research”, *Entrepreneurship: Theory and Practice* 36(4):837–861.
- Politis, D. (2008), “Does prior start-up experience matter for entrepreneurs’ learning? A comparison of novice and habitual entrepreneurs”, *Journal of Small Business and Enterprise Development* 15(3):472–489.
- Read, J. S. (2005), “An investigation of entrepreneurial expertise: Theory, strategy and performance”, Doctoral Dissertation, University of Washington.

- Read, S. & S. D. Sarasvathy(2005), "Knowing what to do and doing what you know: Effectuation as a form of entrepreneurial expertise", *Journal of Private Equity* 9(1):45—62.
- Read, S. et al(2009a), "A meta-analytic review of effectuation and venture performance", *Journal of Business Venturing* 24(6):573—587.
- Read, S. et al(2009b), "Marketing under uncertainty: The logic of an effectual approach", *Journal of Marketing* 73(3):1—18.
- Read, S. et al(2016), "Response to Arend, Sarooghi, and Burkemper(2015): Cocreating effectual entrepreneurship research", *Academy of Management Review* 41(3):528—536.
- Reuber, A. R. et al(2016), "Deepening the dialogue: New directions for the evolution of effectuation theory", *Academy of Management Review* 41(3):536—540.
- Sarasvathy, S. D. (1998), *How Do Firms Come to Be? Towards a Theory of the Prefirm*, Doctoral Dissertation, Carnegie Mellon University.
- Sarasvathy, S. D. (2001), "Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency", *Academy of Management Review* 26(2): 243—263.
- Sarasvathy, S. D. (2003), "Entrepreneurship as a science of the artificial", *Journal of Economic Psychology* 24(2): 203—220.
- Sarasvathy, S. D. (2004), "Making it happen: Beyond theories of the firm to theories of firm design", *Entrepreneurial Theory and Practice* 28(6):519—531.
- Sarasvathy, S. D. (2007), "Empirical investigations of effectual logic: Implications for strategic entrepreneurship", <http://effectuation.org>.
- Sarasvathy, S. D. (2008), *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*, Edward Elgar.
- Sarasvathy, S. D. & H. A. Simon(2000), "Effectuation, near-decomposability, and the growth of entrepreneurial firms", Paper presented at the first annual Technology Entrepreneurship Research Policy Conference, University of Maryland, College Park.
- Sarasvathy, S. D. & N. Dew(2005a), "Entrepreneurial logics for a technology of foolishness", *Scandinavian Journal of Management* 21(4):385—406.
- Sarasvathy, S. D. & N. Dew(2005b), "New market creation through transformation", *Journal of Evolutionary Economics* 15(5):533—565.
- Sarasvathy, S. D. & N. Dew(2008a), "Effectuation and over-trust: Debating Goel and Karri", *Entrepreneurship: Theory & Practice* 32(4):727—737.
- Sarasvathy, S. D. & N. Dew(2008b), "Is effectuation Lachmannian? A response to Chiles, Bluedorn, and Gupta (2007)", *Organization Studies* 29(2):239—245.
- Sarasvathy, S. D. & N. Dew(2013), "Without judgment: An empirically-based entrepreneurial theory of the firm", *Review of Austrian Economics* 26(3):277—296.
- Sarasvathy, S. D. & S. Kotha(2001), "Effectuation in the management of Knightian uncertainty: Evidence from the Real Networks case", <http://effectuation.org>.
- Sarasvathy, S. D. et al(2001), "Effectual entrepreneurial expertise: Existence and bounds", <http://effectuation.org>.
- Simon, H. A. (1959), "Theories of decision making in economics and behavioral science", *American Economic Review* 49(3):253—283.
- Simon, H. A. (1978), "Rationality as process and as product of thought", *American Economic Review* 68(2):1—16.
- Valliere, D. (2015), "An effectuation measure of entrepreneurial intent", *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 169:131—142.
- Weick, K. E. (1979), *The Social Psychology of Organizing*, Addison-Wesley.
- Weick, K. E. (1988), "Enacted sensemaking in crisis situations", *Journal of Management Studies* 25(4):305—317.
- Wiltbank, R. et al(2006), "What to do next? The case for non-predictive strategy", *Strategic Management Journal* 27(10):981—998.
- Wiltbank, R. et al(2009), "The role of prediction in new venture investing", *Frontiers of Entrepreneurship Research* 29(2), Article 3.

(责任编辑:李仁贵)