

# 众创空间小微企业主的创业能力研究

彭屹松, 胡京飞

(湖南财政经济学院会计学院, 湖南长沙, 410205; 湖南财政经济学院公共管理学院, 湖南长沙, 410205)

**[摘要]** 对长株潭地区25所众创空间的720名小微企业主的抽样调查进行实证研究, 研究发现: 一是小微企业主创业能力由个人能力、社会能力和创新精神三个维度构成; 二是小微企业主创业意愿强烈, 但他们的社会能力、个人能力不足, 这制约了小微企业主的创业行为和创业业绩。根据实证研究结论, 文章提出提升小微企业主创业能力的对策: 加强校企深度合作, 积极寻求工商、城管等部门的支持, 开展众创空间“一站式服务”的创业教育、培训、服务等。

**[关键词]** 众创空间; 小微企业主; 创业能力

**[中图分类号]** G647

**[文献标识码]** A

**[文章编号]** 1674-893X(2019)04-0066-04

随着我国政府将“大众创业、万众创新”设定为经济增长的新引擎, 创业服务市场需求急速放大, 众创空间这一新的创业服务主体也进入了高速发展阶段。众创空间是充分运用互联网和物联网等开源技术, 通过市场化机制、政府支持等途径构建的低成本、便利化、全要素、开放式的新型创业服务平台。2016年, 各级政府出台一系列关于加快众创空间发展服务实体经济转型升级的指导意见, 要求建设产学研紧密结合的众创空间。其中小微企业与高校打造的众创空间起到了中流砥柱的作用。目前我国约有1170万家小微企业, 占全国企业总数的77%左右。一方面, 小微企业是创新创业发展的生力军、就业的重要渠道、创新的重要源泉, 小微企业在促进就业、促进经济增长、科技创新等方面具有不可替代的作用。然而, 小微企业依然普遍存在着生存周期短、不能持续发展等问题, 这是需要攻克的难题。另一方面, 近年来, 每年约有近700万大中专学生进入就业市场, 而经济新常态下的中国经济难以接纳如此多的大中专学生都到大型企业事业单位就业, 解决大中专学生就业问题是各级党和政府的头等大事。为此, 国务院、科技部、教育部都在部署深化创业教育改革, 努力造就“大众创业、万众创新”的生力军, 这一系列政策都强调大众创业要通过哺育面向大众的众创空间, 打造“大

众创业、万众创新”的服务平台, 一批批小微企业顺势而生。据不完全统计, 每个众创空间拥有小微企业约30家, 其中, 大多数小微企业主由在校和刚毕业的大学生构成, 小微企业激发了广大小微企业主的创造活力, 培育了包括小微企业主在内的各类创新人才和创新团队, 让创业和就业融为一体, 并形成经济发展的新引擎。

## 一、国内外研究回顾

国外众创概念起源较早, 众创运动源于“DIY”(自己动手做)文化, 虽然“DIY”文化具有深远的历史背景和发展轨迹, 但众创项目进入社会大众视野则是近十年出现的现象。如美国的Techshop、Fab Lab、Makerspace、C-base、Metalab, 德国的Hackspace如火如荼创建起来<sup>[1]</sup>。众创项目的兴起, 成为推动社会创新生态系统优化升级的新引擎, 在提升全民科学素养、营造创业氛围等方面发挥着不可替代的重要作用。

在国内, 2015年“众创空间”一词正式出现在中央文件中。2016年2月, 国务院办公厅又印发纲领性文件——《关于加快众创空间发展服务实体经济转型升级的指导意见》, 提出建设一批有效满足大众创业需求、具有较强行业化服务能力, 同时又具备低成本、便利化、开放式等特点的众创空间。以北京、天津、上海、浙江等地为代表, 各省市陆

**[收稿日期]** 2019-02-09; **[修回日期]** 2019-04-23

**[基金项目]** 湖南省社会科学基金项目“众创空间与高校创业教育共生机制研究”(16JD07); 湖南省社会科学评审委员会基金项目“小微企业与高校众创空间共同成长机制研究”(XSP17YBZC013); 湖南财政经济学院科研项目“影响城乡居民人均收入增长的社会足迹研究”(k201304)

**[作者简介]** 彭屹松(1973—), 男, 湖南新化人, 博士, 湖南财政经济学院会计学院副教授, 主要研究方向: 会计教育, 联系邮箱: 369787698@qq.com; 胡京飞(1976—), 女, 湖南新化人, 湖南财政经济学院公共管理学院高级职业指导师, 主要研究方向: 创业管理

续出台文件,支持众创空间的发展。国内学者陈夙、项丽瑶、俞荣建<sup>[2]</sup>以杭州梦想小镇众创空间为例,将众创空间创业生态系统分为创业精神、创客生态圈、资源生态圈、基础平台与创业政策等四个维度,并分析了众创空间创业生态系统的生态系统代谢、多层次创业网络嵌套、异构创业资源整合、创业能力建构以及用户价值创造等五个核心机制。雷海栋<sup>[3]</sup>分析了众创空间开展“互联网+ 众创空间”创业教育的可行性,并提出了建立“众创教育”模式的相应对策。

由于在 2011 年才有微型企业的划分标准,学界专门针对小微企业创业问题的研究较少。小微企业创业举步维艰的原因很复杂,外部原因来自市场、政策(比如税收政策)、融资等方面,比如在供需趋于饱和的经济环境中,多数小微企业陷入低端无序的竞争之中。而就内部原因来说,小微企业的产品同质化严重,人员素质参差不齐,管理水平普遍较低。一般而言,小微企业以机械制造业、服务贸易业、配件加工业居多。这些行业对工种技术要求高,劳动强度也大,但收入水平普遍较低。这种情况导致小微企业岗位不稳定,员工流动性大,导致用工、招工难局面。一般而言,企业难以改变外部宏观环境,只有通过不断创新,才能创造出新的需求。但小微企业资源有限,大多数小微企业并没有研发实力,而众创空间不需要太多资源,成为小微企业提升自我、招募人才的有力武器<sup>[4-5]</sup>。

## 二、问卷设计与调查

### (一)问卷设计

为了调查众创空间内的小微企业主的创业能力,我们设计了《众创小微企业主创业能力评价问卷》,先对众创空间小微企业主创业能力的构成要素进行了综合性定性分析,分析资料一部分来自国内外重要文献对创业能力的论述,一部分来自对众创空间小微企业主创业成功典范的访谈。在此基础上,我们编制了《众创小微企业主创业能力评价问卷》,该问卷有小微企业主的创新创业精神、个人能力、社会能力三个维度共 10 个问题的评价量表,见表 1。采用 Likert 5 级量表的形式对 10 个题项进行评价,其中“1=完全不符合;2=不太符合;3=一般符合;4=比较符合;5=完全符合”。

### (二)样本分析

本文的调查对象为长株潭各类众创空间内的小微企业主。在选择调查对象时,考虑到长株潭众创空间的分布情况,我们以电子调查问卷的方式对小微企业主进行问卷调查。我们向来自长株潭分属

于国家、省、市共 25 所众创空间的 750 名小微企业主进行了调查,回收调查问卷 732 份,其中有效问卷 720 份,问卷回收率为 97.60%,有效率为 96%。在问卷基本信息部分设计了关于众创属性、小微企业主的性别与年龄、小微企业的行业性质与营业额等问题,通过对有效问卷的分析,得到研究样本的特征数据,见表 2。

表 1 众创空间小微企业主创业能力评价表

指标能力	能力描述
创新创意思维能力	勤于思考,经常有一些创新创意想法
风险意识能力	突破常规,愿意承担风险
机会准备能力	善于发掘机会、创造机会
挫折承受能力	理性面对失败,很好地调整心态
资本调动能力	能动用复合的资本和他人资本
开发能力	能够开发新产品、新材料
营销能力	有着丰富的营销策略、较好地推广产品
服务能力	有着强烈的服务意识、做好售后服务
组织能力	有领导号召力,能获取别人的支持
管理能力	了解公司的管理与运作程序

表 2 研究样本特征统计数据

样本类别	样本数(个)	百分比(%)	
性别	男	320	44.44
	女	400	55.56
行业	餐饮	150	20.83
	水果	95	13.19
	杂货	68	9.44
	印刷	100	13.89
	物流	120	16.67
	电子维修	80	11.11
	眼镜护理	40	5.56
	美容美发	67	9.31
	小计	720	100.00
	营业额	50 万元以下	380
50 万元~100 万元		300	41.67
100 万元~500 万元		40	5.56
小计		720	100.00

从研究样本基本特征可以看出,众创属性差别不大,女性从事小微企业经营的人数比男性多。在行业类型上,主要是服务类型,特别是与小微企业主生活息息相关的餐饮、物流、印刷服务居多。营业额以 100 万元占绝大多数,占比 94.45%。

### 三、调查结果与分析

#### (一)小微企业主创业意向分析

众创空间会让一个正在或刚走出“象牙塔”的小微企业主的奇思妙想变成产品并产生价值。小微企业主在成为小微企业主之前必须先要具备创业意向,只有具备创业意向的潜在创业者才可能真正从事创业活动。从调查的总体情况来看,小微企业主创业热情比较高。针对“是否有创新创意思维能力”这一问题,50.52%的被调查者回答有创业意向,还有10%的被调查者正在创业,11.08%的被调查者回答不确定,只有28.40%的被调查者回答完全没有创业意向。可见,由于中央及各级地方政府出台了一系列鼓励创新创业的政策,这使得小微企业主的创业热情空前高涨。

#### (二)小微企业主创业能力分析

为了测试小微企业主的创业能力,我们利用上述得到的创新创业精神、个人能力、社会能力三个维度10个问题的评价量表,通过被调查者的自我评估,来衡量小微企业主上述能力的高低(见表3)。平均分在1~1.99之间,表示“低”;平均分在2~2.99之间,表示“中下”;平均分在3~3.99之间,表示“中上”;平均分在4~5之间,表示“高”。

##### 1. 三种创业能力对比

总的来看,被调查者在所给的问题上的平均分为3.18,说明被调查的小微企业主总体创业能力为中上水平。在三种创业能力中,得分最高的是创业精神,分值为3.65,其次是个人能力,分值为3.38,社会能力得分最低,分值为2.90。因此,三个子维度能力排名依次是创新精神>个人能力>社会能力。

##### 2. 个人能力

个人能力包括承受挫折能力、资本调动能力、开发能力、营销能力。已有研究表明,个人能力是创业者的个人特质,是创业初期内在的持续的动力源泉。从调查结果来看,小微企业主个人能力得分为3.32,为中上水平。其中承受挫折能力是创业者不可或缺的能力,创业过程中会面临不可预知的风险,只有具备良好的心理素质和承受挫折的能力,才能市场中经受大风大雨的洗礼,才能比竞争对手生存更久。资本调动能力是个人能够动用个人、家庭财产或者他人财产的能力。开发能力是创业者开发新产品、新技术的能力,是能够保持小微企业在市场中领先竞争对手的能力;营销能力是创业者营销产品的能力,在现代市场经济中,必须具备利用互联网、物联网销售产品的能力。从表3可以看出,小微企业主的营销能力得分是3.67,为中上水

平,且高于总体平均值。此外,67%的被调查者具有在众创空间、创业社团中工作的经历;56%的被调查者有过实习或社会实践的经历,说明校内外实践活动对小微企业主创业能力的提升具有积极的促进作用。

表3 小微企业主创业能力的描述性统计

能力	极小值	极大值	均值	标准差
勤于思考,经常有一些创新创意想法	1	5	3.81	0.857
突破常规,愿意承担风险	1	5	3.56	0.863
善于发掘机会、创造机会	2	5	3.60	0.761
理性面对失败,很好地调整心态	1	5	3.21	0.921
能动用复合的资本和他人资本	1	5	3.45	0.932
能够组织生产产品、注重质量	1	5	3.18	0.897
有着丰富的营销策略来推广产品	1	5	3.67	0.961
有着强烈的服务意识,并做好售后服务	1	5	3.06	0.912
有领导号召力,能获得别人的支持	1	5	2.66	0.956
了解公司的管理与运作程序	1	5	2.98	0.878
小计			3.37	0.898

##### 3. 社会能力

社会能力主要包括组织能力和管理能力。社会能力主要表现为小微企业主对适应社会和驾驭社会的能力。从调查结果来看,小微企业主行业社会能力得分为2.82,为中下水平。这反映出小微企业主的社会组织和管理能力还比较低,这是因为大部分小微企业主比较年轻,缺乏社会工作经验,也缺乏自信和相关专业知识。

##### 4. 创新精神

创新精神主要包括创新思维、冒险倾向和机会挖掘等意识。调查结果显示,小微企业主创新精神得分均值为3.65,该分值排在第一位,这说明小微企业主有强烈的创新创业愿望,有较强的创业意识和冒险精神。

#### (三)小微企业主创业能力的影响因素分析

根据问卷调查的基本信息部分,我们对小微企业主创业能力的影响因素进行了分析,以进一步了解众创空间的属性、小微企业主的性别、小微企业的行业背景与营业规模等因素对小微企业主创业能力的影响。

##### 1. 众创类型与创业能力

为了解不同类型的众创小微企业主在总体创业能力和各维度创业能力有无显著差异,我们采用单因子敏感度方法分析。结果显示国家、省属、市属和区属备案的四种类型的众创小微企业主总体创业能力敏感度低,其总体创业能力得分均值从大

到小可以得出以下排序: 省属小微企业主>市属小微企业主>国家小微企业主>区属小微企业主。各类型众创小微企业主的创业能力未因备案级别不同而有显著差异, 这主要是因为创业能力评价量表侧重个体能力和社会能力的衡量。

## 2. 性别与创业能力

为了解不同性别的小微企业主的总体创业能力和各维度创业能力有无显著差异, 我们采用独立样本平均数的 T 检验统计分析。结果显示: 不同性别的小微企业主在“愿意承担风险”方面存在显著差异, 男性得分均值为 3.88, 女性得分均值为 3.34, 这在一定程度上反映出男性更倾向于追求有挑战性的创业, 而女生更倾向于追求稳定性创业。不同性别的小微企业主在“承受挫折能力”方面存在显著差异, 男性得分均值为 3.46, 女性得分均值为 3.05。除此之外, 不同性别的小微企业主在其他能力方面无显著差异。

## 3. 行业与创业能力

为了比较不同行业的小微企业主的创业能力和创业意向, 本文把小微企业主从事的服务行业细分为餐饮、物流、印刷、维修、美容等 8 个小行业, 采取单因素平均数方差统计分析。

从创业能力来看, 结果显示: 不同行业的小微企业主在“市场营销策略”和“公司的管理与运作程序”方面存在显著差异, 并且餐饮行业显著高于其他行业, 这主要是由于餐饮行业需要小微企业主系统地学习掌握营销管理知识与公司的管理技能, 特别是做到一定规模后, 需要顾客口碑, 所以, 提升品牌知名度和顾客满意度才能持续发展。除此之外, 其他行业的创业能力无显著差异。

## 4. 营业额与创业能力

一般来说, 营业额与创业能力成正向关系。在同一个行业中, 有的小微企业主的企业营业规模大, 能开几家连锁店, 其营销能力、管理能力也高; 有的小微企业主的企业规模小, 开一家店都难以维持, 自然其创业能力也比较低。

## 四、结论

本文设计了《众创小微企业主创业能力评价问卷》, 选取长株潭地区部分众创小微企业主进行抽样调查, 并采用 SPSS20 软件对小微企业主的创业能力构成维度及小微企业主创业能力现状进行了实证研究。研究发现: ①小微企业主创业能力由个人能力、社会能力和创新精神 3 个维度构成; ②小微企业主创业意愿强烈, 3 个维度的平均得分排名

依次是创新精神、个人能力和社会能力; ③从影响因素分析来看, 营业额和行业对小微企业主的创业能力有显著影响, 但众创类型对小微企业主的创业能力影响不显著。目前, 众创与创业指导服务供需之间存在矛盾, 小微企业主对创业指导服务需求强烈, 但许多众创空间开展的创业指导服务吸引力不够, 不能满足小微企业主对创业指导服务的需求。为此, 本文从以下几个方面提出完善众创创业教育工作、提升小微企业主创业能力的对策建议。

一是众创空间要加强校企合作深度。众创空间要更加积极地引入企业等社会力量的支持, 为小微企业创业者营造良好的创业氛围和条件。

二是众创空间建设必须在科学规划、合理布局的指导下, 突出产业聚集、产业配套和产业协作, 主要依靠引入企业和市场力量建设标准营业场所, 而不是任意租赁开辟场所。考虑到小微企业更新迭代的速度, 众创空间入驻以租赁为主要方式, 在合理确定租金、确保租金较低的原则下, 积极寻求工商、城管等部门的支持, 吸引各类小微企业进入众创空间开展经营。

三是众创空间要突出“一条龙”“一站式”服务, 积极为小微企业创建创业辅导、市场开拓、人员培训、法律咨询、融资服务等公共服务平台, 并提供优质服务, 促进小微企业升级转型。建立创业项目企业化运作机制, 推动小微企业主创业团队将创业项目(或专利)产品化。

## 参考文献:

- [1] MUHAMMADR K. Mapping entrepreneurship ecosystem of saudi arabia[J]. World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, 2013, 9(1): 28-54.
- [2] 陈凤, 项丽瑶, 俞荣建. 众创空间创业生态系统: 特征、结构、机制与策略——以杭州梦想小镇为例[J]. 商业经济与管理, 2015(11): 36-42.
- [3] 雷海栋. 众创“互联网+众创空间”创业教育模式探讨[J]. 安徽农业科学, 2016, 44(7): 300-303.
- [4] 刘锋. 小微企业微创新动力机制研究[J]. 经济论坛, 2015(6): 121-126.
- [5] 王辉, 常阳. 大学生创业能力构成及实证研究[J]. 当代教育论坛, 2017(1): 81-87.

[编辑: 胡兴华]