反思创业认知研究
——情境效应的延伸讨论*

□ 杨　俊

摘　要：关注创业者如何思考和决策的创业认知研究是近年来创业研究领域的热点话题。Shepherd 等（2021）在文中讨论了社会机制与创业认知之间互动影响的可能性及其理论机制，所提出的研究问题对于深化后续研究有着重要的启发价值。本文沿着这一思路继续围绕社会情境的认知效应问题展开理论探讨，并结合中国情境与数字经济等新兴实践提出了研究展望和建议，以求推动和丰富针对这一主题的国内相关研究进展。

关键词：创业认知；社会情境；创业行为

一、引言

有这么一句俗语曾经很流行：“态度决定高度，思路决定出路。”这句话表述的道理非常简单，那就是特定情境下的认知理性是个体行事有效的重要基础。特别是对于创业活动而言，基于高度不确定性和高度资源约束等情境特征，创业者往往会形成不同于常规的信息处理过程、思维方式以及独特的决策方式（Baron，1998；Busenitz & Barney，1997），创业研究的认知学派应运而生，致力于归纳并识别具备共性规范和合理性的创业认知和决策特征进而探索其对创业行为的作用机制（Mitchell et al.，2002，2004，2007；Baron，2004），过去的 20 多年里，创业认知学派在创业领域形成不小震动，甚至可以说在很大程度上主导了创业研究的学术版图。

* 本文受国家自然科学基金重点项目“新创企业商业模式形成过程与成长路径”（71732004）、国家自然科学基金重大项目“大型企业创新驱动的创业研究”（72091311）的资助。

创业认知学派的研究成果有助于我们深入理解创业行为背后的认知成因，甚至对于创业思维和企业家精神培育也起到了突出作用（张玉利和张敬伟，2021）。概括起来，有关创业认知和决策的研究主要从两个方面做出了突出贡献：第一是基于创业情境的独特性，识别出了创业者相对于管理者的独特认知方式，验证了看似不合理的认知偏见的有效性。例如，创业者在归因时存在自我服务偏差（Baron，1998）；更多地使用代表性偏差、锚定效应、可得性偏差等启发式的认知捷径（Busenitz & Barney，1997）；过度乐观和自信（Hmieleski & Baron，2009）；更关注自身能力而非环境（Moore et al.，2007）；基于傲慢的偏见（Hayward et al.，2006），对信息进行盲目赋意和过度推断（Forbes，2005；Simon et al.，2000）；面对企业内外部的消极信息和反馈而过度坚持（McCarthy et al.，1993；Holland & Shepherd，2013）。这些研究成果让我们清晰地看到了创业者在思维方式上超越常人的不同，为难以解释的创业行为提供了富有洞见的学理阐释。

第二是揭示了创业者如何思考的认知过程规律。这类研究并不拘泥于解释独特创业行为的认知成因（例如，为什么成功创业者粗略估计却时常正确、管理者精确计算但往往错误?），而是试图去揭示创业者在开展创业行为中的思维过程与认知偏好。这类研究往往从概括和凝练创业行为的本质特征出发，透过认知科学的基本理论和研究方法来研究创业者，目的是归纳可以被教授的创业认知和决策过程（Mitchell et al.，2007）。Shepherd 教授是这方面的杰出代表，他与研究团队开展了极富有理论洞见的系列化研究（Grégoire & Shepherd，2012；Haynie et al.，2009；Haynie et al.，2012；Mueller & Shepherd，2014）。在其中，最具有代表性的是 Gregoire 和 Shepherd（2012），他们揭示了采用结构相似性思维过程的创业者往往更容易看到更具有创新性的机会，而这一思维过程与创业者先前知识结构关联密切。这些研究结果让我们看到无限希望和曙光，训练创业者自然有必要从已经识别到的思维要素抓起，似乎把这些思维要素组合起来就能实现创业思维的全过程培养。

尽管创业认知学派贡献不小，但冷静地反思后可以发现，在繁荣背后却潜藏着危机。回顾创业研究历程，创业特质论因假设创业者拥有异于常人的人格特质而备受批评，其中最尖锐也最有力量的批评就是：如果将研究识别到的一长串特质清单汇聚到某位创业者身上，那么这样的创业者可能就不再是普通人，而是主观想象出来的神一般的存在（Gartner，1988）。在这里，倒不是说创业认知学派会陷入创业特质论的困境，基于创业认知学派将认知与行为相关联的事实，这不现实也不可能。但值得我们警觉的是，情境不同故认知独特，这是创业认知研究得到学术界认同并追随的基本判断，如果在研究中仅将情境视为研究所关注认知变量的前提或背景，但并没有将情境有效地嵌入研究模型，那么这一认知变量在脱离情境支撑的情况下是否还会产生预期的洞见？例如，不确定情境诱发认知偏见，但确定情境下诱发的认知偏见的可能性并不一定会比不确定性情境低，只不过对于后者，坊间会将其描述为“脑子不开窍、不会转弯、固执甚至偏执……”基

于情境分析的深化和细化，创业认知研究越来越微观化，思维和行为之间的联系并没有边界，在无限细分背后累积的海量知识碎片是否以及如何能拼凑出创业者如何思考和行动的认知地图？进一步地，已有研究识别出了大量行之有效的认知偏见，如果把这些偏见全部汇集到某位创业者身上，这位创业者又会是什么样的创业者，在现实中真的会存在吗？思维必然有客观基础，如果不能识别到思维背后的客观基础，那么即使不会成为玄学也可能会成为鸡汤式学问。事实上，Grégoire 等（2011）早已经提出了这样的警示，创业认知研究不能拘泥于识别特定情境下的认知有效性，还应该注重探索这种行之有效的认知从何而来。但近年来创业认知研究在这方面的努力还很不够。

问题来了不可怕，可怕的是我们意识不到问题的存在。本文以 Shepherd 等（2021）在《管理学季刊》上发表的《瞄准靶心，搭弓射箭——创业者社会构念与认知构念的连接机制》一文为基础展开进一步的讨论。这是一篇理论性文章，旨在探讨“创业认知的社会成因及其互动机制”这一基本而重要的问题，具体而言，这篇文章并没有展开构念层次可能的关系讨论，讨论的焦点在于创业者的社会性构念与认知性构念之间存在内在联系的理论机制，主要提炼出了创业者社会性构念塑造或影响认知性构念的社会感知、社会互动、社会支持和社会沟通四种机制，并在此基础上构建了创业者的社会性构念影响认知性构念以及认知性构念反过来影响社会性构念的理论模型。

这篇文章的学术价值一方面体现在首次提出创业认知的社会机制问题并阐述了创业认知的社会性成因及其潜在机制，另一方面为克服当前创业认知研究忽视情境效应的研究设计产生了重要启发。本文沿着这篇文章的思路，继续围绕创业认知的社会机制问题展开延伸理论探讨，并结合中国情境的社会特征与数字经济等新兴实践提出了研究展望和建议，以求推动和丰富针对这一主题的国内相关研究进展。必须要指出的是，本文的讨论仍然沿袭这篇文章的基本逻辑，注重对可能方向或问题的讨论，并不涉及具体的构念间关系的建构。

二、创业认知研究应注重探索社会情境诱发的认知效应

创业认知研究脱生于创业情境。Baron（1998）认为创业者较非创业者在风险偏好、创造性、成就欲望等人格心理特征方面不存在差异，但创业者和管理者，或者说成功创业者和一般创业者之间在思维方式和认知风格等方面却存在着明显差异，这在很大程度上归结为创业者所面临的情境以高度不确定性、新奇性、高度资源约束、高度时间压力等为主要特征。后续研究进一步强调了创业活动的独特性并非来自于行为表现，本质上来自于其内生的情境特殊性诱发的独特认知和思维（Venkataraman et al., 2012）。基于创业情境的独特性，什么样的认知过程或方式更加有效就成为创业认知研究关注的核心问题。但是已有研究一方面忽视了创业认知从何而来，特别是可能影响或塑造创业认知可得性的社会机制；另一方面过分拘泥于关注微观创业情境的影响但忽视

了可能影响微观创业情境的情境因素的作用机制。

如果说不确定性和资源约束是创业情境的基本特征，那么在微观层次，不同创业活动之间的创业情境差异可能取决于创业活动的属性，例如，相对于模仿性创业，创新性创业可能面临更高的不确定性和更强的资源约束（Baumol，1990）。为什么有的创业者会选择开展创新性创业而放弃模仿性创业呢？按照创业认知研究的主流观点，选择开展创新性创业的创业者可能更多地依赖启发式等存在大量偏差的认知过程。换句话说，基于启发式决策，创业者才能冲动地甚至是盲目地选择承担创新性创业所蕴含的高度不确定性（Busenitz & Lau，1996）。那么，国家或地区间在创新性创业比例上存在着差异，这是长期存在的客观事实（Chowdhury et al.，2019）。对于创新性创业更加活跃的国家或地区，究竟是因为这些国家或地区内更善于或更习惯依赖启发式等存在大量偏差来做出创业决策的人群比例更高，还是因为在这些国家或地区内诱发启发式等存在大量偏差认知过程的创新性水平可能要高于其他国家或地区？对于前者，可能需要从特定创业认知的社会形成机制中找答案；对于后者，可能要探索影响微观创业情境的情境因素的作用机制。

本文认为除了关注微观创业情境的作用，创业认知研究还应注重探索社会情境可能诱发的认知效应。这一探索可能至少包括两个重要方向：第一是可能影响或塑造创业认知可得性的创业者社会情境。在选择创业之前，创业者的家庭背景和社会地位、学习和工作经历及其所形成的人际网络等构成了创业前创业者所嵌入的社会情境，这些社会情境是创业者在个人生活、成长和工作中与外界紧密互动的关键场景或环节，这些场景或环节在塑造创业者社会感知方面可能会起到非常重要的作用，让创业者形成对自我、他人以及社会群体特征的个性化判断与参考框架（Shepherd et al.，2021），进而塑造创业者的创业认知风格，即习惯或偏好采用特定方式而不是其他方式来观察、解释并与环境互动（Shepherd et al.，2017）。简而言之，创业者在创业前所嵌入的社会情境可能会影响其审视潜在机会的视角（例如，从未来收益还是潜在损失角度看机会）、影响其对机会价值的判断（乐观判断还是悲观判断），甚至可能影响其收集和处理信息的思维习惯（直觉式还是分析式）。基于这些机制，不仅可能影响到创业者是否选择创业以及开展什么样的创业，还可能会影响到其在创业过程中的行为选择。已有研究为此提供了证据，例如，Kish－Gephart 和 Campbell（2015）发现 CEO 童年家庭的阶层地位会影响其在战略决策中的风险承担偏好；Zhang 等（2013）发现相对于高阶层地位的创业者，低阶层地位的创业者更注重正式商业计划书的合法性和资源整合价值。

第二是关注可能影响微观创业情境感知的宏观社会情境因素。Shepherd 等（2021）强调了创业者社会性构念与认知性构念之间存在交互的潜在机制，但其理论探索基本仍立足于微观层次的社会情境，并没有考虑到宏观层次的社会情境的可能影响。事实上，近期研究展现出的新动向是不再拘泥于从制度特别是从正式制度角度来解释国家或地区间的微观主体行为差异，而是注重从历史和文化等社会情境角度

来解释行为差异的深层次成因。例如，Chen（2013）发现语言结构可能会对个体偏好储蓄还是偏好消费产生重要而有效的解释力度。在现实中感知，因国家或地区内的制度和文化差异，不同国家或地区之间的人群在思维方式上可能会存在着显著差异。换句话说，基于制度和文化等宏观社会情境的影响，特定国家或地区内的创业者可能存在着约定俗成的集体认知，而这一认知可能会对创业决策和创业过程中的行为选择产生潜在而深远的影响。例如，创业者的亲社会动机是创业者重要的社会属性（Shepherd et al.，2021），但这一社会属性可能与更加宽松、富于信任和宽容失败的宏观情境之间紧密关联（Coleman，1990）。概括起来，如果我们关注可能影响微观创业情境感知的宏观社会情境因素，有可能会对于国家或地区间创业活动数量与结构差异的研究增添认知视角的理论解释。

创业认知研究很有必要朝向社会情境的认知效应方向努力，这是克服当前创业认知研究看似逼近创业情境但实际脱离创业研究的关键途径。表面上看，Shepherd 等（2021）是在探索基于社会学派的创业研究与基于心理学派的创业研究之间发生联系的潜在机制，但隐藏在作者文字背后的深层次判断是，创业认知并不仅是虚无缥缈的思维活动，这一思维活动有着深刻的经济社会基础，培养创业思维也不能拘泥于训练创业认知，而要从根本上去识别并改变有利于塑造积极认知的经济社会情境。在文中提出的六个研究问题本身就在隐喻社会情境的认知效应分析的重要性和必要性。

三、中国情境下开展相关研究的启示

不少调查证据表明，改革开放以来，我国创业活动日趋活跃，教育水平与工作经验等指标显示创业者队伍素质在持续改善，创业环境也在持续改进，但我国创业活动质量并没有因此而得到显著改善，反而在创新性创业活动比例、创业存活率等指标方面仍然落后于发达国家。在当下乃至未来，高质量创业是高质量发展的重要微观基础，高质量创业是技术、商业模式等多要素创新驱动的创业活动，往往具有更高的价值创造潜力（陈晓红等，2020），如何切实提高我国创业活动质量和水平具有高度的紧迫性。除了受环境和制度等方面的影响，创业认知是诱发创业行为的关键前因（Bird et al.，2012），在这一背景下，基于中国情境开展这方面的研究具有重大的理论和实践价值。为此，本文进一步归纳和提炼了 Shepherd 等（2021）给国内学者开展相关研究带来的三点重要启示。

第一，基于我国社会文化背景探索我国创业创新性不强的微观认知成因。机会质量在很大程度上决定了创业活动质量。机会识别本质上是一种“目的-手段”关系的模式识别过程（Baron & Ensley，2006），而这种模式识别过程在很大程度上是创业者采用不同思维过程来处理信息的结果，在相似信息条件下，擅长采用结构连接思维的创业者更可能依据已有信息识别出创新性更高的机会（Grégoire & Shepherd，2012）。在我国，创业者又更倾向于采用什么样的连接思维过程来识别创业机会？我国创业者

有没有可能采用与西方创业者不同的连接思维过程来识别创业机会？而有无可能正因为连接思维过程的差异导致我国创业者更难以识别到价值创造潜力更高的机会？进一步地，结合我国社会文化背景，中国人更偏好非线性思维，而西方人更偏好线性思维，结构连接思维本质上需要透过现象看到看似不相关事物之间的深层次联系，直观判断，中国人应该在机会识别方面存在优势，因为非线性思维更有助于思维发散和联想，那么，为什么我国创业者又在事实上更多地把握模仿性机会创业？又是什么因素导致或阻碍了我国创业者采用结构连接思维过程而不是其他过程来识别机会？结构连接思维过程发挥作用的边界条件又是什么？

第二，关注中国经济转型的环境对创业者认知的影响。改革开放以来，我国的创业者队伍发生了很大的变化，从改革开放初期的农民创业者到 20 世纪 90 年代体制内下海创业者、20 世纪末再过渡到以高学历为代表的海归创业者（张玉利和谢巍，2018），创业者队伍的变化反映出我国经济转型的环境变化，被迫或受勇气驱动的农民创业者时代以短缺经济为重要特征，以关系和资源为典型的下海创业者意味着创业竞争的粗放和创业的制度障碍（Xin & Pearce，1996），以知识和国际化视野为关键的海归创业者意味着创业竞争的升级和优化。更为重要的是，前一代创业者面临的经济转型环境可能是后续创业者成长过程中所嵌入的社会情境，表面上看创业者队伍差异很大，但身在时代洪流，创业者在思维和认知上也镌刻着时代的烙印，可能不同代际创业者之间都有着共通的时代烙印，这方面的研究还没有得到足够重视。已有不少研究提供了相关证据，例如，Li 和 Liang（2015）发现中国创业者的亲社会动机会诱发其争取成为人大代表或政协委员的行为；Sonja 等（2017）发现中国 CEO 风险规避倾向是诱发其关系依赖行为的重要原因。未来研究很有必要将代际纳入分析视野，从行为差异分析入手，进一步剖析不同代际创业者在思维和认知方面的特征，同时将其与不同代际创业者的成长环境相关联，有助于勾勒中国经济转型的环境动态性特征影响甚至是塑造不同代际创业者思维和认知的内在机制，这方面的研究可能非常有助于我们认识到我国创业者行为特征的“环境-认知”成因，为已有经济转型环境的制度分析研究提供重要补充。

第三，注重总结并提炼新生代创业者认知特征及其社会情境基础。改革开放 40 多年是中国经济社会深刻变革的 40 多年，伴随改革开放成长起来的企业家因代际差异而展现出了行为认知和决策差异，以往研究更多的是强调环境对企业家创业和管理决策的影响或约束作用，但并没有重视不同代际企业家成长过程中所嵌入社会情境差异所诱发的创业认知差异。在实际调研中感受到，特别是近年来涌现的新生代创业者在创业过程中的行为选择上表现出了高度的独特性，他们更善于利用新技术来实现价值创新甚至是创造，在创业团队选择上敢于甚至是善于与陌生人共同创业，在市场思维方面的边界意识更加模糊……尽管我们直观判断，新生代创业者的思维方式不同，并且这一不同可能更多地来自其成长环境，但鲜有研究为此提供扎实的学理证据。针对新生代创业者开展比较定性研究有可能会产生重要的理论洞见，

一方面丰富对于创业者所嵌入社会情境如何诱发创业认知的理论认识，另一方面还有助于增加有关宏观社会情境如何与创业者所嵌入社会情境互动进而共同塑造并变革创业认知的深层次机制的认识。

四、结语

20 世纪末至今，创业认知研究快速兴起并迅速成为创业研究的主流学派，基于心理学科的理论和方法，相关研究注重探索创业者如何思考和决策的微观机理，取得了丰硕的研究成果。但是，尽管“情境不同故认知独特”是创业认知研究兴起的重要背景，但已有研究拘泥于微观创业情境并不断将创业情境细化，研究越来越微观化，高度碎片化的知识反而削弱了创业认知研究对创业现象的解释力度。从这一点意义上看，Shepherd 等（2021）的研究不仅是促进基于心理学的创业研究与基于社会学的创业研究对话，而且是在倡导并呼应创业认知从何而来、社会情境如何塑造并影响创业认知等更具有挑战性的研究问题和方向，进一步丰富并拓展了我们对于“情境如何影响认知”这一话题的研究视野，必然会对国内相关研究工作起到重要的推动作用。

接受编辑：李海洋
收稿日期：2021 年 7 月 19 日
接受日期：2021 年 7 月 22 日

作者简介：
杨俊（E-mail：yangjun_0708@zju.edu.cn），浙江大学管理学院教授，博士生导师。

参考文献

［1］Dean A. Shepherd、Holger Patzelt、Marc Gruber、Sacheta Nadkarni：《瞄准靶心，搭弓射箭——创业者社会构念与认知构念的连接机制》，《管理学季刊》，2021 年第 3 期。

［2］陈晓红、蔡莉、王重鸣、李新春、路江涌、杨俊、葛宝山、赵新元、吴刚：《创新驱动的重大创业理论与关键科学问题》，《中国科学基金》，2020 年第 2 期。

［3］张玉利、谢巍：《改革开放、创业与企业家精神》，《南开管理评论》，2018 年第 5 期。

［4］张玉利、张敬伟：《理解创业：情境、思维与行动》，机械工业出版社 2021 年版。

［5］Baron，R. A. 1998. Cognitive mechanisms in entrepreneurship：Why and when entrepreneurs think differently than other people. *Journal of Business Venturing*，13（4）：275-294.

［6］Baron，R. A. 2004. The cognitive perspective：A valuable tool for answering entrepreneurship's basic “why” questions. *Journal of Business Venturing*，19（2）：221-239.

［7］Baron，R. A.，& Ensley，M. D. 2006. Opportunity recognition as the detection of meaningful patterns：Evidence from comparisons of novice and experienced entrepreneurs. *Management Science*，52（9）：1331-1344.

［8］Baumol，W. J. 1990. Entrepreneurship：Productive，unproductive and destructive. *Journal of Political Economy*，98：893-921.

［9］Bird，B.，Schjoedt，L.，& Baum，R. 2012. Editor's Introduction. Entrepreneurs' Behavior：Elucidation and Measurement. *Entrepreneurship Theory and Practice*，36（5）：889-913.

[10] Busenitz, L., & Barney, J. B. 1997. Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*, 12 (1): 9-30.

[11] Busenitz, L. W., & Lau, C. 1996. A cross-cultural cognitive model of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20: 25-39.

[12] Chen, M. K., 2013. The effect of language on economic behavior: Evidence from savings rates, health behaviors, and retirement assets. *American Economic Review*, 103 (2): 690-731.

[13] Chowdhury, F., Audretsch, D. B., & Belitski, M. 2019. Institutions and entrepreneurship quality. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43 (1): 51-81.

[14] Coleman, J. S. 1990. *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

[15] Forbes, D. P. 2005. Managerial determinants of decision speed in new ventures. *Strategic Management Journal*, 26 (4): 355-366.

[16] Gartner, W. B. 1988. Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12 (4): 1-22.

[17] Grégoire, D. A., & Shepherd, D. A. 2012. Technology-market combinations and the identification of entrepreneurial opportunities: An investigation of the opportunity-individual nexus. *Academy of Management Journal*, 55 (4): 753-785.

[18] Grégoire, D. A., Corbett, A. C., & McMullen, J. S. 2011. The cognitive rerspective in entrepreneurship: An agenda for future research. *Journal of Management Studies*, 48: 1443-1477.

[19] Haynie, J. M., Shepherd, D. A., & McMullen, J. S. 2009. An opportunity for me? The role of resources in opportunity evaluation decisions. *Journal of Management Studies*, 46 (3): 337-361.

[20] Haynie, J. M., Shepherd, D. A., & Patzelt, H. 2012. Cognitive adaptability and an entrepreneurial task: The role of metacognitive ability and feedback. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28 (6): 505-518.

[21] Hayward, M. L., Shepherd, D. A., & Griffin, D. 2006. A hubris theory of entrepreneurship. *Management Science*, 52: 160-172.

[22] Hmieleski, K. M. & Baron, R. A. 2009. Entrepreneurs' optimism and new venture performance: A social cognitive perspective. *Academy of Management Journal*, 52 (3): 473-488.

[23] Holland, D. V. & Shepherd, D. A. 2013. Deciding to persist: Adversity, values, and entrepreneurs' decision policies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37 (2): 331-358.

[24] Kish-Gephart, J. J., & Campbell, J. T. 2015. You don't forget your roots: The influence of CEO social class background on strategic risk taking. *Academy of Management Journal*, 58 (6): 1614-1636.

[25] Li, X. H., & Liang, X. Y. 2015. A confuscian social model of political appointments among Chinese private-firm entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 58 (2): 592-617.

[26] McCarthy, A. M., Schoorman, F. D., & Cooper, A. C. 1993. Reinvestment decisions by entrepreneurs: Rational decision-making or escalation of commitment?. *Journal of Business Venturing*, 8: 9-24.

[27] Mitchell, R. K., Busenitz, L., Bird, B., Gaglio, C. M., McMullen, J. S., Morse, E. A., & Smith, J. B. 2007. The central question in entrepreneurial cognition research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (1): 1-27.

[28] Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., Mc-

Dougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, B. 2002. Entrepreneurial cognition theory: Rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27 (2): 93-104.

[29] Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, B. 2004. The distinctive and inclusive domain of entrepreneurial cognition research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28 (6): 505-518.

[30] Moore, D. A., Oesch, J. M., & Zietsma, C. 2007. What competition? Myopic self-focus inmarket-entry decisions. *Organization Science*, 18 (3): 440-454.

[31] Mueller, B. A., & Shepherd, D. A. 2014. Making the most of failure experiences: Exploring the relationship between business failure and the identification of business opportunities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 6: 1-31.

[32] Shepherd, D. A., McMullen, J. S., & Ocasio, W. 2017. Is that an opportunity? An attention model of top managers' opportunity beliefs for strategic action. *Strategic Management Journal*, 38 (3): 626-644.

[33] Simon, M., Houghton, S. M., & Aquino, K. 2000. Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies. *Journal of Business Venturing*, 15 (2): 113-134.

[34] Sonja, O., Victor, N., & Hakan, H. 2017. Risk aversion and guanxi actitivites: A behavioral analysis of CEOs in China. *Academy of Management Journal*, 60 (4): 1504-1530.

[35] Venkataraman, S., Sarasvathy, S. D., Dew, N., & Forster, W., 2012. Reflections on the 2010 AMR Decade Award: Whither the promise? Moving forward with Entrepreneurship as a Science of the Artificial. *Academy of Management Review*, 37 (1): 21-33.

[36] Xin, K. R., & Pearce, J. L., 1996. Guanxi: Connections as substitutes for formal instutitional support. *Academy of Management Journal*, 39 (6): 1641-1658.

[37] Zhang, Y. L., Yang, J., Tang, J. T., Kevin, A., & Xue, H. Z. 2013. Prior experience and social class as moderators of the planning-performance relationship in China's emerging economy. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 7 (3): 214-229.

Reflection on Entrepreneurial Cognition Research

—Extending the Context Effect

Jun Yang

(School of Management, Zhejiang University)

Abstract: There has been an increasing amount of research on entrepreneurial cognition in recent years. The paper by Shepherd et al. (2021) theoretically discusses how the social context affect entrepreneurial cognition, and suggests six research questions for the future research. Following their theoretical discussion, the article discusses the cognitive effect of social context, and suggests some research implications for the future research on this topic in the China's context.

Key Words: entrepreneurial cognition; social context; entrepreneurship