

移动支付对创业的影响

——来自中国家庭金融调查的微观证据

尹志超, 公雪, 郭沛瑶

[摘要] 创业活动的开展,推动了就业机会增加与产业结构优化升级,为经济增长提供了有力支撑。本文运用2017年中国家庭金融调查(CHFS)数据,研究移动支付对家庭创业决策和经营绩效的影响。考虑到模型可能存在内生性问题,本文选取是否拥有智能手机作为工具变量,使用工具变量法进行估计。研究发现,移动支付显著提高了家庭创业的概率和工商业项目的经营绩效,并且对创业成本高和受到信贷约束的家庭创业活动促进作用更大。移动支付显著提高了企业进行创新活动的概率,为经营绩效的改善提供了可能的解释;通过优化创业条件,移动支付使得家庭主动创业的概率提高。异质性分析表明,移动支付对相对落后地区家庭的创业决策与经营绩效的正向影响更大,显著提高了日常消费行业与微型企业的经营绩效。这可能是因为,这些地区基础设施建设较为落后、企业经营规模较小,致使他们创业成本相对较高、更易受到信贷约束,移动支付为创业者提供了节约成本、缓解信贷约束的新技术,因而对这些地区和企业的影响更为显著。基于以上分析,对如何更好地促进“大众创业、万众创新”提出了政策建议。

[关键词] 移动支付; 创业; 经营绩效; 成本; 信贷约束

[中图分类号]F270 **[文献标识码]**A **[文章编号]**1006-480X(2019)03-0119-19

一、引言

创新创业是中国供给侧结构性改革的重要组成部分(谢绚丽等,2018)。创业活动的开展不仅可以为经济发展注入新的活力,也可以优化升级产业结构,推动经济转型(胡金焱和张博,2014)。许多国家将创业作为刺激经济增长和创造就业的政策手段(李雪莲等,2015)。国务院印发的《关于推动创新创业高质量发展打造“双创”升级版的意见》提到,“‘大众创业、万众创新’对推动新旧动能转换和经济结构升级、扩大就业和改善民生、实现机会公平和社会纵向流动发挥了重要作用,为促进经济增长提供了有力支撑”。^①目前,中国正处于经济转型升级的重要时期,党中央、国务院高度重视创新创业,党的十九大报告明确提出“鼓励更多社会主体投身创新创业”的要求。

[收稿日期] 2018-10-08

[基金项目] 国家社会科学基金重点项目“互联网消费金融的发展、风险与监督”(批准号16AZD014)。

[作者简介] 尹志超,首都经济贸易大学金融学院教授,博士生导师,经济学博士;公雪,首都经济贸易大学金融学院博士研究生;郭沛瑶,首都经济贸易大学金融学院博士研究生。通讯作者:公雪,电子邮箱:gongxue-1988@163.com。感谢匿名评审专家和编辑部的宝贵意见,当然文责自负。

^① 资料来源:国务院印发《关于推动创新创业高质量发展打造“双创”升级版的意见》(国发〔2018〕32号)(http://www.gov.cn/xinwen/2018-09/26/content_5325522.htm)。

“大众创业”这一概念已经开始深入人心。根据2017年中国家庭金融调查(CHFS)数据,选择主动创业^①的家庭占创业家庭的68.68%。据《全球创业观察中国报告》(2016/2017)显示,在中国认为创业是一个好的职业选择的受访者有70.29%。各级政府积极响应党中央号召,结合当地实际出台鼓励创业的相关政策,目前各项工作已经初见成效。根据国家市场监督管理总局数据,截至2017年9月,中国实有民营企业2607.29万户,注册资本165.38万亿元,分别占总量的89.7%和60.3%;党的十八大以来,民营企业数量和注册资本对企业总量增长的贡献率分别达到98.9%和69.8%,是企业发展的主要推动力。^②民营企业的快速发展,在推动经济增长的同时,也创造了大量的就业岗位。创业活动为处于经济转型升级时期的中国做出了突出贡献。

但创业是有条件的,通常存在一个最低的资金门槛,家庭是否选择创业取决于其预期的创业绩效(张龙耀和张海宁,2013)。只有能够持续经营的创业活动才可以带来经济和社会效益,支撑创业者持续经营的一个重要动力是创业活动的收益水平。在中国,38.91%企业因为不盈利而停止经营。^③降低门槛、提高收益的一个重要途径是降低创业成本。逐步完善的市场环境和持续进步的科技水平为降低创业成本提供了很多有效途径。

移动支付与高铁、共享单车、网购被并称为新时代四大发明^④,这四项技术为人们的生活带来了极大的便利。如今,在大部分的日常交易场景,都可以看到移动支付的身影,移动支付与工商业经营活动存在着密不可分的关系。依托于互联网、大数据等技术的移动支付,有效地降低了金融交易的成本,拓展了金融服务的范围(谢平等,2014)。例如,凭借移动支付使用所产生的信用积分,创业者可以获得蚂蚁借呗、微粒贷等提供的小额借贷服务。这类小额借贷审核手续简单、不需要提供抵押物,节省了创业者为获取银行贷款而付出的成本,可以减轻家庭受到的金融约束,从而对创业产生激励作用。此外,互联网作为交流沟通的有效媒介,提供了信息传播的有效渠道,有助于发掘和把握更多商机,加强了创业成功的示范效应,从而创业(周广肃和樊纲,2018)。

本文使用2017年中国家庭金融调查(CHFS)数据,研究了移动支付对家庭创业决策和经营绩效的影响。实证结果表明,移动支付通过两种渠道促进了创业:降低创业成本和缓解信贷约束。移动支付也起到了促进企业创新和家庭主动创业的作用。异质性分析表明,因为移动支付降低了创业成本和难度,因此,它对创业成本较高地区(农村地区、西部地区、四五线城市)家庭创业的促进作用更显著,并且显著提高了这些地区创业家庭的经营绩效。此外,移动支付对微型企业和日常消费行业的企业经营绩效影响更为显著。

本文余下部分安排如下:第二部分梳理新型支付方式和创业的相关文献,第三部分为理论模型,第四部分介绍模型与变量,第五部分报告实证结果,第六部分进行异质性分析,第七部分进行稳健性检验,最后是结论和建议。

二、文献综述

目前尚未有文献直接给出新型支付方式可以降低创业成本的证据,但国外学者已经论证了

-
- ① 如果家庭从事自营工商业的原因是“从事工商业挣得更多”、“理想爱好/想自己当老板”、“更灵活,自由自在”,则定义为主动创业;如果家庭从事自营工商业的原因是“找不到其他工作机会”、“继承家业”、“社会责任,解决就业问题”,则定义为被动创业。
 - ② 资料来源:党的十八大以来全国企业发展分析(<http://www.cicn.com.cn/2017-10/26/cms101464article.shtml>)。
 - ③ 资料来源:清华大学二十国集团创业研究中心2018年发布的《全球创业观察中国报告》(2016/2017)。
 - ④ 资料来源:为什么移动支付被称为中国的新“四大发明”之一(https://www.sohu.com/a/199251575_99949244)。

ATM、银行卡等支付工具的出现对持有现金成本和居民持币行为的影响。Humphrey et al.(2001)认为电子货币的成本仅为纸币支付的1/2—1/3,推广电子支付的使用可在一定程度上提高社会福利;使用者对支付方式的定价十分敏感,纸质货币和电子货币不同的使用成本会对使用者的支付工具选择行为产生影响。Boeschoten(1998)使用荷兰1990—1994年“支付行为与电子货币调查”的数据发现,ATM的出现提供了可以节约取现时间的新技术,使得持有现金的成本相对提高,人们会选择提高取现频率而减少货币库存。Kalkkreuth et al.(2014)的研究表明,现金和银行卡的使用成本对现金的使用有重要影响。谢平和刘海二(2013)指出,移动支付和电子货币具有网络规模效应,使得移动支付体现出低交易成本优势,减少了人们对现金货币的需求。

新型支付方式还会在一定程度上促进消费。如果前一期的消费使得消费者财富立即减少,则会降低消费者下一期的消费意愿,银行卡等新型支付工具通过降低支付的透明度,促进了消费(Soman,2001;Soman,2003)。移动支付提供了多种支付渠道,其使用的便利性和消费者“心理账户”效应可能导致非计划购买和负债的增加(王晓彦和胡德宝,2017)。

国内外学者就影响创业的因素进行了多方面的研究,主要可以概括为三个方面:企业家特征、社会资本和环境及相关政策。首先,企业家的个人特征对创业决策及成功概率均有影响。男性比女性更容易成为创业者(Raijman,2001)。企业家能力可在一定程度上替代创业的初始财富,聪明的创业者所需的初始创业资本更少,更容易成为自我雇佣劳动者;企业家能力与企业规模也存在正相关关系(Evans and Jocanovic,1989;Colombo et al.,2004;Buera,2009)。尹志超等(2015)基于中国家庭金融调查数据,研究发现金融知识水平的提高对家庭参与创业活动有显著的正向影响,并且会促进家庭的主动创业。其次,社会网络也会对家庭的创业行为产生影响。社会网络可以传递信息,缓解信息不对称问题,有助于创业者发现新的创业项目,是进行创业学习的重要平台;并且社会网络丰富的人拥有更多的民间借贷渠道,为因受到金融约束而抑制了创业的家庭提供资金支持,所以社会网络与创业决策息息相关,并会影响企业经营结果(Davidsson and Honig,2003;张玉利等,2008;刘兴国等,2009;马光荣和杨恩艳,2011;胡金焱和张博,2014)。家庭背景与工作环境是社会网络的重要组成部分,杨婵等(2017)发现,农民的社会精英家庭背景提高了其创业的概率;李雪莲等(2015)认为,有职务的公务员家庭创业的概率更高;杨震宁等(2013)则指出,虽然社会网络使得创业者更容易获得创业资源和知识,但过度嵌入则会导致创业认知偏差,会对创业资源获取产生中介抑制作用。此外,一个国家或地区的环境以及政策对当地家庭的创业情况有着十分重要的影响。创业氛围、外商直接投资均会对创业活动产生影响(蒋剑勇和郭红东,2012;张开迪等,2018)。政策支持可以弥补环境带来的劣势。尤其在农村地区,政策支持可以减少农民的创业成本,有效地弱化金融排斥现象,从而提高农民的创业意愿(朱红根和康兰媛,2013)。张龙鹏等(2016)通过理论分析发现行政审批强度高的地区居民创业意向较低。

综观现有文献可以发现,目前国内外对于支付方式如何影响家庭创业的研究十分不足。本文将利用具有全国代表性的中国家庭金融调查数据,探究移动支付对家庭创业决策和经营绩效的影响。本文的创新之处主要体现在以下三个方面:①使用2017年中国家庭金融调查数据,从微观层面实证检验移动支付对创业的影响;②在讨论移动支付对家庭创业决策影响的基础上,进一步探讨了移动支付对创业家庭经营绩效的影响;③以创业成本、信贷约束为切入点,深入探究移动支付影响创业的机制。

三、理论模型

创业不仅可以为经济增长提供动力,还可以为发展中国家解决就业问题提供出路 (Mel and Woodruff, 2007)。当今中国面临着大学生就业难、劳动密集型行业亟待转型升级等问题,创业对经济增长显得尤为重要(吴晓瑜等, 2014)。

Timmons (1999)认为,创业过程是商业机会、创业者和资源三个要素共同作用的结果。刘常勇 (2002)所创建的创业模型从创业者的角度出发,指出当创业者具有创业倾向和企业家能力时,就能够发现和把握机会,进而整合团队和资源,在创业网络这一小环境和社会大环境共同影响下,进行创业行为。“大众创业、万众创新”给创业者提供了良好的外部环境和机会,此时,资源的作用显得尤为重要。

本文从资金需求的角度出发,考察资源对于创业的重要性。从个体的角度看,创业是一个职业选择问题。相较于接受雇佣,选择创业意味着需要投入更多的成本。开始创业时,需要面临初始成本;创业项目持续时,需要承担经营管理成本、融资成本等;只有当创业项目的预计收入大于其投入成本时,创业才是一个理性选择。成本问题使得创业存在资金要求,这无疑为创业设置了一个准入门槛,当家庭自身财富有限并受到信贷约束而无法获得外部融资,满足不了创业资金需求时,家庭只能空有创业动机,无法有效将其转化为创业决策。由此可以看出,信贷约束和创业成本是影响家庭创业决策的两个重要因素。

为了更清楚地看出信贷约束和创业成本对创业的影响,根据 Evans and Jovanovic (1989)的研究,本文构建了一个静态模型:考虑个体在期初有两种职业选择,创业或者是被雇佣。如果选择被雇佣,则得到的收入为 w ,而在选择创业的情况下,可以得到营业收入为:

$$y = \pi \theta k^\alpha \nu \quad (1)$$

其中, θ 是企业家才能, k 是创业初期需要投入的资金, α 是资本产出的弹性系数 ($0 < \alpha < 1$), π 代表创业成功的概率,个体会根据当前的宏观环境等,自主判断创业成功的概率。在这里假设当企业失败时,期初的资本投入无法收回,即企业投资失败时,收入为 0。 ν ^①为随机扰动项。所以在期末,选择创业的个体可以得到的净收入为:

$$Y^e = y + (1+r)[z - c(z, m) - k] \quad (2)$$

其中, r 为利率, z 为创业者的初始禀赋, $c(z, m)$ 代表 k 以外的其他成本,包括企业融资成本、经营管理成本等。本文假设此类成本 c 是关于个体初始禀赋 z 和移动支付 m 的函数,并满足 $\frac{dc(z, m)}{dz} > 0$ 且 $\frac{d^2c(z, m)}{dz^2} < 0$,即成本对初始禀赋满足边际递减规律。从成本绝对量看,初始禀赋较小的个体,资金需求较少,承担的其他成本较少,而禀赋较大的个体与之相反;从成本占比看,与禀赋较大的个体相比,禀赋较小的个体因获取外部融资的压力较大,成本占禀赋的比例较大。同时, c 是关于 m 的减函数,这是因为移动支付依托货币电子化技术,有效降低了金融交易成本,也使得金融服务更加普及(谢平和刘海二, 2013; 谢绚丽等, 2018)。如果 $z - c(z, m) < k$,则创业者需要通过借入资金来进行资本的投入。 $(1+r)(k + c(z, m) - z)$ 是创业者在期末需要偿还的金额,本文假定个体可获得的外部融资是初始禀赋的函数,即 $f(z)$,所以个体可以投入的资本量 k 需要满足:

$$0 \leq k \leq z - c(z, m) + f(z) \quad (3)$$

^① 根据 Evans and Jovanovic (1989),这里的随机扰动项满足对数正态分布,反映了独立同分布的生产率冲击。

于是个体在选择创业时,面临的最大化问题是:

$$\max_{k \in [0, z-c(z,m)+f(z)]} \pi\theta k^\alpha + (1+r)(z-c(z,m)-k) \quad (4)$$

可求出 k 的最优解为:

$$k^* = \left(\frac{\pi\theta\alpha}{1+r}\right)^{1/(1-\alpha)} \quad (5)$$

当 k 满足(3)式时,企业家才能满足的条件是:

$$\theta \leq \frac{1+r}{\pi\alpha} (z-c(z,m)+f(z))^{1-\alpha} \quad (6)$$

如果不满足上述(6)式的条件,则表示最优投资的资本量 $k^* > z-c(z,m)+f(z)$,意味着创业者将会面临信贷约束。此时,创业者可投入的最大资本量为 $z-c(z,m)+f(z)$,个体选择创业时得到的营业收入为:

$$y = \begin{cases} (\pi\theta)^{\frac{1}{1-\alpha}} \left(\frac{\alpha}{1+r}\right)^{\frac{\alpha}{1-\alpha}} \nu, & \theta \text{ 满足(6)式} \\ \pi\theta(z-c(z,m)+f(z))^\alpha \nu, & \text{其他} \end{cases} \quad (7)$$

只有创业的收入大于被雇佣的收入时,个体才会选择创业,即:

$$\max[\pi\theta k^\alpha + (1+r)(z-c(z,m)-k)] \geq w + (1+r)z \quad (8)$$

结合(7)、(8)式可得, θ 应当满足以下条件:

$$\frac{1}{\pi} w^{1-\alpha} \left(\frac{1+r}{\alpha}\right)^\alpha (1-\alpha)^{\alpha-1} \leq \theta \leq \frac{1+r}{\pi\alpha} (z-c(z,m)+f(z))^{1-\alpha} \quad (9)$$

或:

$$\theta > \max \left\{ \begin{aligned} &\frac{1+r}{\pi\alpha} (z-c(z,m)+f(z))^{1-\alpha}, \\ &\frac{1}{\pi} [w(z-c(z,m)+f(z))^{-\alpha} + (1+r)(z-c(z,m)+f(z))^{1-\alpha}] \end{aligned} \right\} \quad (10)$$

在没有受到信贷约束时, θ 满足(9)式。当受到信贷约束时, θ 满足(10)式。在此,考虑一种极端情况,当 $z-c(z,m)+f(z)$ 趋于 ∞ 时, θ 只需满足:

$$\theta \geq \frac{1}{\pi} w^{1-\alpha} \left(\frac{1+r}{\alpha}\right)^\alpha (1-\alpha)^{\alpha-1} \quad (11)$$

$f(z)$ 为获得的外部融资,是影响个体创业决策的重要因素,获得贷款越多的个体所受到的融资约束越小,更可能选择创业。以移动支付用户信用为基础,移动支付服务商又推出了小额借贷功能。这种小额借贷的发放依托于贷款人在移动支付使用过程中产生的大量行为数据,使得风险评估的成本降低,也弥补了小微企业经营记录缺乏的不足,从而缓解信贷约束,促进创业(谢绚丽等,2018)。此外,作为移动支付的载体,微信同时具有社交媒介职能,可以为个体创造更丰富的社会资源,丰富个体的融资渠道。故本文提出:

假说 1:移动支付缓解了信贷约束对创业的抑制作用。

在没有移动支付时,成本 $c(\cdot)$ 仅是关于初始禀赋 z 的函数,当禀赋已知时,成本所占比例为 $c(\cdot)/z$ 。根据前文分析,成本满足边际递减规律,当 $z \rightarrow \infty$ 时, $c(\cdot)$ 对 z 的变化不再敏感,成本不再是创业的限制条件。在引入移动支付后,由于 $c(\cdot)$ 在 $(0,R)$ 上关于 m 单调递减,所以当 $m > 0$ 时, $c(z,m) < c(z,0)$,即移动支付降低了企业所需要承担的成本,使成本所占的比例减小,这种作用在禀赋较小时更加明显,即移动支付对禀赋较小个体的创业活动有更显著的激励作用。综上,移动支付通过降低

成本,放宽了创业市场的准入限制,鼓励了创业,这一效果对本身受到资本约束较为严重的个体而言更为明显。故本文提出:

假说 2:移动支付通过降低成本放宽了创业市场的准入限制。

如前所述,移动支付的使用降低了创业的成本,为更多创业者提供了机会。根据(2)式,成本的降低意味着经营绩效的提高,即 Y^e 增加。移动支付为电子商务、线上交易提供了可能,而线上交易的发展,更是打破了地域的限制,创业者可以通过互联网将其商品或服务销往世界各地,拥有更为广泛的客户资源。创业者之间可以通过网络形成集群效应,互通有无,实现资源的优化配置。此外,移动支付提高了交易双方的支付效率,提高了消费者支付和经营者收款的便利程度,节约了双方交易成本(包括银行柜台等待时间、往返银行时间及费用、跨行取款手续费、收取假币、现金被抢劫偷盗的风险以及为防范这些风险而付出的成本等)。成本的降低、支付效率的改善,提高了交易的便捷性和产品的销量。从厂商理论的角度出发,在原有交易规模上,成本的降低使得经营绩效提高。故本文提出:

假说 3:移动支付可以提高创业项目经营绩效。

四、模型与变量

1. 模型设定

本文使用 Probit 模型估计移动支付对家庭创业决策的影响,模型设定如下:

$$\begin{aligned} \text{Entrepre}^* &= \alpha \text{Payment} + \beta \mathbf{X} + \varepsilon \\ \text{Entrepre} &= 1(\text{Entrepre}^* > 0) \end{aligned} \quad (12)$$

其中,随机误差项 $\varepsilon \sim N(0, \sigma^2)$; Entrepre^* 表示潜变量; Entrepre 表示家庭是否经营工商业项目,经营为 1, 否则为 0。 Payment 表示移动支付,如果家庭拥有移动支付工具则为 1, 否则为 0。 \mathbf{X} 表示控制变量。

进一步地,为了估计移动支付对工商业经营绩效的影响,构建模型如下:

$$\text{Performance} = \alpha \text{Payment} + \beta \mathbf{Z} + \mu \quad (13)$$

其中, Performance 表示工商业经营绩效,分别用营业收入和盈利水平来衡量。 \mathbf{Z} 是控制变量, μ 是随机误差项。

2. 内生性分析

模型(12)中的移动支付可能因为遗漏变量和逆向因果而存在内生性问题。当家庭经营工商业项目时,为了提高收款的便利性,该创业家庭有可能开始使用移动支付,因此,不能忽视创业与移动支付之间的逆向因果关系。此外,是否使用移动支付工具可能会受到个人习惯、接受新鲜事物的能力、当地民风等因素的影响,而这些因素不可观测。

模型(13)中,一方面,商家为了降低经营成本、提高经营绩效,可能会选择使用移动支付作为收款工具,移动支付和经营绩效之间可能存在逆向因果关系;另一方面,是否使用移动支付也受不可观测因素的影响,因此,估计结果可能由于逆向因果和遗漏变量的影响而有偏。

本文使用工具变量法处理内生性问题,选取的工具变量为是否拥有智能手机。只有拥有智能手机才有可能使用移动支付工具,因而一个家庭是否使用移动支付工具与是否拥有智能手机是相关的,但智能手机却不会对家庭的创业决策和创业者的经营绩效产生直接影响。故该工具变量理论上可行。

3. 数据

本文使用的数据来自西南财经大学2017年在全国范围内开展的第四轮中国家庭金融调查(CHFS)。CHFS样本覆盖了除西藏、新疆、港澳台地区以外的29个省(直辖市、自治区)、353个县(区)、1417个社区(村),共获得了40000多户家庭的微观数据。中国家庭金融调查收集了家庭人口统计特征、资产与负债、保险与保障、收入与支出等各方面的信息。在资产部分,详细询问了家庭是否有工商业经营项目,并进一步询问了工商业项目经营情况;在负债部分,询问了家庭购物时的一般支付方式,这为本文研究移动支付和创业提供了非常好的数据支持。

4. 变量设定

(1)解释变量。帅青红(2015)指出移动支付通过移动通信设备、利用无线通讯技术来进行货币价值转移,以清偿债权债务关系。移动支付的特点包括:以移动通信设备为载体,主要表现为手机;运用无线通信技术;以电子货币为基础等(谢平和邹传伟,2012)。中国家庭金融调查问卷询问了家庭在购物时通常所使用的支付方式,包括:①现金;②刷卡(包括银行卡、信用卡等);③通过电脑支付(包括网银、支付宝等);④通过手机、iPad等移动终端支付(包括支付宝APP、微信支付、手机银行、Apple pay等);⑤其他。根据以往文献的定义,本文将答案中包含选项④的定义为拥有移动支付工具并使用家庭是否拥有移动支付工具作为工商业经营项目中是否使用移动支付的替代变量。如果家庭经营工商业项目,尤其是当项目为小微企业时,可以认为其所拥有的移动支付工具会被用作经营中的收款工具。

(2)被解释变量。参照以往文献(尹志超等,2015),如果家庭从事工商业生产经营项目,包括个体户、租赁、运输、网店、经营企业等,则令家庭创业等于1,否则为0。并且根据创业动机,将家庭创业区分为主动创业和被动创业。本文所研究的创业不包括农户的农业生产经营活动。经营绩效的衡量,主要使用了创业的营业收入和净利润两个指标。

(3)其他变量。参照以往文献(张龙耀和张海宁,2013;尹志超等,2015),本文选择的控制变量包括:户主特征变量(年龄、性别、受教育年限、婚姻状况、风险态度^①)、家庭特征变量(家庭规模、家庭小孩数量、家庭劳动力数量、家庭不健康人数、家庭有房、家庭工商业外资产)、家庭社会网络变量(家庭转移性支出)、地区商业氛围(县区个体工商户、民营企业就业人数占该县区总就业人数的比重)、工商业经营项目特征(参与项目时投资)。处理数据时,剔除了存在缺失值的样本,并删除了受访者及其家庭成员未积极参与创业项目日常管理的样本,最后剩余有效样本39730户。在创业样本中,估计移动支付的使用对营业收入的影响时,有效样本为5324户;估计对盈利水平的影响时,有效样本为3886户。

分组描述性统计结果表明,49.09%的创业家庭拥有移动支付,而在非创业家庭中,拥有移动支付的仅占23.98%,创业家庭拥有移动支付的比重远高于非创业家庭。如图1所示,拥有移动支付的创业家庭营业收入和盈利分别为46.75万元和17.46万元,均高于没有移动支付的创业家庭。在是否从事创新活动、是否为主动创业方面,两组家庭也存在差异。总体而言,拥有移动支付家庭的经营表现要优于没有移动支付的家庭。^②

① 问卷中衡量风险态度的问题为:如果你有一笔资产,将选择哪种投资项目?1.高风险、高回报项目;2.略高风险、略高回报项目;3.平均风险、平均回报项目;4.略低风险、略低回报项目;5.不愿意承担任何风险。本文将选项1和2定义为风险偏好,选项3定义为风险中性,选项4和5定义为风险厌恶。

② 限于篇幅,变量的描述性统计结果详见《中国工业经济》网站(<http://www.ciejournal.org>)公开附件。

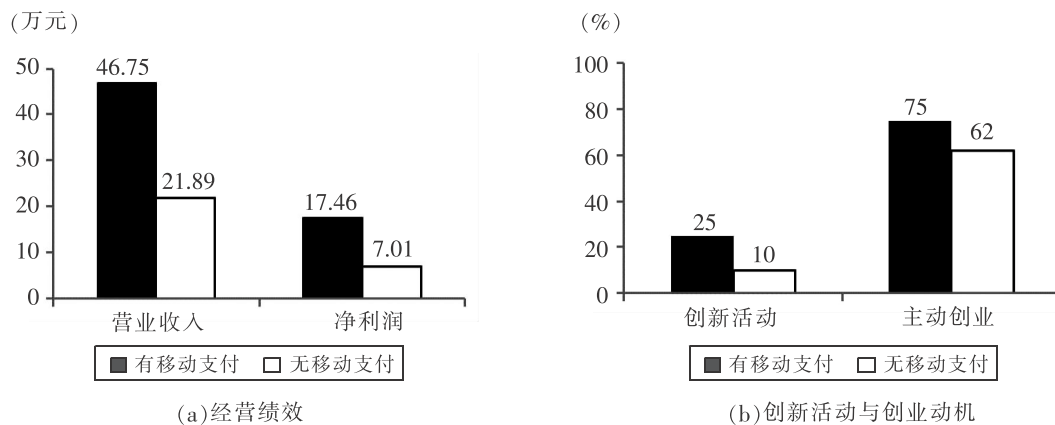


图 1 不同创业家庭经营表现

五、实证结果及分析

1. 移动支付与创业决策

表 1 第(1)列报告了移动支付对家庭创业选择影响的基本结果。在控制户主特征变量、家庭特征变量、家庭社会网络变量、地区商业氛围后^①,移动支付的边际影响约为 0.04,且在 1%的水平上显著,这表明拥有移动支付的家庭创业的可能性更高。

此外,与尹志超等(2015)研究结果一致:户主年龄系数为正,户主年龄平方的系数为负,两者都在 1%的水平上显著,说明随着年龄的增长,家庭创业的概率先上升后下降;户主为男性的家庭更有可能选择创业;户主受教育年限越高,家庭选择创业的概率越低;婚姻可能为家庭带来更丰富的资源,因而已婚户主创业概率更高。偏好风险的户主更愿意承担创业的风险,因而选择创业的可能性更大。家庭规模、家庭小孩数量、家庭劳动力数量对家庭创业选择的影响均显著为正,而家庭不健康人数则会对家庭创业选择造成显著的负向影响。这是因为家庭人口规模大,家庭所拥有的资源也会较多,而劳动力数量多使得家庭的生活负担较轻,这都为创业提供了有利条件(张龙耀和张海宁,2013)。家庭小孩数量多,为了给孩子提供良好的教育、医疗等环境,家庭可能需要通过创业来获取更多的收入。而家庭不健康人数越多,则该家庭的负担越重,更为脆弱,不能承担创业所带来的风险,因而选择创业的可能性会降低。有房会降低家庭创业的概率,这可能是由于高房价使得房产投资的吸引力大于创业,从而对创业产生了替代作用(吴晓瑜等,2014)。张龙耀和张海宁(2013)研究了家庭财富与创业选择概率之间的线性关系,发现财富水平越高的家庭选择创业的概率越高,为了避免内生性问题,本文使用了家庭工商业外资产作为控制变量,发现资产水平对家庭创业也会有促进作用。家庭的社会网络对家庭创业会产生促进作用(马光荣和杨恩艳,2011),本文以家庭转移性支出作为社会网络的替代变量证实了这一观点。丰富的资源和有利的创业扶持政策会使得一个地区商业氛围更为浓厚,也为创业提供有利条件,促进该地区的创业活动。而农村地区由于资金短缺、个人能力受限、社会保障制度不健全导致的风险承受能力差等原因,创业的可能性更低(尹志超等,2015)。

然而,第(1)列的估计结果可能因为遗漏变量和逆向因果而存在内生性问题。为此,本文在第

^① 限于篇幅,控制变量的具体结果详见《中国工业经济》网站(<http://www.ciejournal.org>)公开附件。

(2)列中以是否拥有智能手机作为工具变量,进行了两阶段工具变量估计^①。第(2)列报告了Wald检验结果,在1%的水平上拒绝了移动支付不存在内生性的假设。在两阶段工具变量估计结果中,一阶段估计的F值为578.95,工具变量的t值为28.09。由于F值大于10%偏误水平下的临界值为16.38(Stock and Yogo,2005),故拒绝了弱工具变量假设。第(2)列两阶段工具变量估计结果中移动支付的边际影响为0.28,在1%的水平上显著。这进一步表明,移动支付是家庭创业决策的重要影响因素。

表1 移动支付与家庭创业

创业	Probit	IVprobit
	(1)	(2)
移动支付	0.0439*** (0.0040)	0.2821*** (0.0378)
控制变量	控制	控制
N	39730	39716
一阶段F值		578.95
一阶段工具变量T值		28.09
Wald检验		38.40 (0.0000)

注:*,**,***分别表示在10%、5%、1%水平上显著,括号内为异方差稳健标准差。表中报告的是边际效应。

2. 移动支付与经营绩效

移动支付的出现,给人们的支付行为带来了极大的改变,电子货币在很大程度上代替了纸质货币的流通手段职能。移动支付为消费者提供了支付的便利,在未随身携带现金的情况下,消费者更有可能选择能够使用移动支付进行付款的商家消费。此外,移动支付也节约了商家的交易成本,使得商家不再需要承担银行柜台等待时间、往返银行时间及费用、跨行取款手续费、现金被抢劫偷盗的风险以及为防范这些风险而付出的成本等。从迎合消费者支付习惯和节约商家成本这两个角度看,移动支付的使用可以提高工商业项目的经营绩效。

表2报告了移动支付对创业家庭经营绩效影响的估计结果。第(1)、(2)列因变量为营业收入,第(3)、(4)列因变量为净利润。第(1)、(3)列的估计中移动支付可能存在内生性问题,因此,本文在第(2)、(4)列中以是否拥有智能手机作为工具变量,进行了两阶段工具变量估计。第(2)、(4)列DWH检验结果分别在10%和1%的水平上拒绝了移动支付不存在内生性的假设,说明其具有内生性。在两阶段工具变量估计中,一阶段估计F值分别为62.46、49.72,大于经验值16.38;t值分别为12.86、10.61,故拒绝了弱工具变量假设。

在控制户主特征变量、家庭特征变量、家庭社会网络变量、地区商业氛围、工商业经营项目特征后,移动支付的估计系数分别为0.87和1.05,分别在10%和1%的水平上显著,说明移动支付提高了创业者的营业收入和盈利水平,促进了经营绩效的提高。

从控制变量^②看,户主为男性对营业收入和净利润均有正向影响。户主已婚和家庭规模与营业收入存在显著正相关关系。家庭不健康人数和有房则均会有显著负向影响。家庭工商业外资产、参与项目时投资、与营业收入和净利润都存在显著正相关关系。

① 两阶段估计结果样本量的降低是因为工具变量存在缺失值,下表同。

② 控制变量的具体结果详见《中国工业经济》网站(<http://www.ciejournal.org>)公开附件。

表 2 移动支付与经营绩效

经营绩效	营业收入		净利润	
	OLS (1)	2SLS (2)	OLS (3)	2SLS (4)
移动支付	0.0958 (0.0852)	0.8727* (0.4644)	0.1426*** (0.0388)	1.0480*** (0.2571)
控制变量	控制	控制	控制	控制
N	5324	5322	3886	3885
一阶段 F 值		62.46		49.72
一阶段工具变量 T 值		12.86		10.61
DWH 检验		2.8370 (0.0922)		13.7014 (0.0002)

注: *、**、*** 分别表示在 10%、5%、1% 水平上显著, 括号内为异方差稳健标准差。下表同。

3. 移动支付影响创业的机制检验

根据理论模型, 移动支付影响创业的主要机制包括: 一是提高了金融服务的可得性, 降低了成本; 二是减轻了信贷约束对创业的抑制作用。这两者一方面降低了创业门槛, 为更多拥有创业意愿的家庭提供机会; 另一方面, 创业成本的降低也促进了经营绩效的提高, 有利可图使得更多家庭愿意参与创业。

一直以来, 中国金融机构发展的城乡二元结构问题严重, 欠发达地区的金融配套服务相对落后。此外, 融资难问题也一直是制约小微企业发展的重要因素。传统金融机构所提供的金融服务在城乡之间和不同规模企业之间是分配不均的, 这制约了欠发达地区创业活动的开展, 也使得小微企业在市场竞争中处于不利地位, 有碍于其经营绩效的提高。相较于传统金融机构, 移动支付借助互联网技术, 通过电子货币实现了支付、转账等功能, 货币电子化降低了金融交易成本, 使得金融服务更加普及(谢平和刘海二, 2013)。移动支付工具可同时绑定多张银行卡, 提高了支付清算的效率, 降低了交易成本(刘海二, 2014)。商家也无需向银行申领 POS 机等刷卡设备, 减少了由此产生的成本费用。由此可见, 移动支付工具通过提高金融服务的可得性和支付效率, 在很大程度上打破了成本对创业者的约束, 给拥有创业动机却缺乏创业资金的家庭提供了机会和资源。

表 3 第 (1) — (4) 列检验了移动支付是否对成本较高地区的创业活动促进作用更为显著。第 (1)、(2) 列以与银行网点和金融服务网点^①距离作为成本的替代变量, 如果家庭所在社区距离最近的银行网点和金融服务网点的公里数大于均值, 定义为距网点远, 赋值为 1, 否则为 0。第 (3)、(4) 列以社区银行网点和金融服务网点覆盖率作为成本的替代变量, 社区银行网点和金融服务网点数量小于均值的定义为覆盖率低, 赋值为 1, 否则为 0。距离银行网点和金融服务网点远, 或者这两类网点的覆盖率低, 意味着创业者所在地区金融资源相对稀缺, 其为获取贷款而付出的成本将更高。在表 3 第 (1) 列中, 引入移动支付和距银行网点远的交互项, 可以发现, 当家庭距银行网点远时, 移动支付对创业的促进作用更为显著。第 (2) 列中, 引入移动支付与距金融服务网点远的交互项, 可以发现, 移动支付对距金融服务网点远的家庭创业促进作用更为显著。第 (3)、(4) 列中, 分别引入移动支

^① 银行网点指必须有银行工作人员办理业务的营业网点, 包括农村信用社、邮政储蓄等。金融服务网点包括自助银行、ATM 机等自助服务点, 以及惠农金融服务点等, 不包括有银行工作人员办理业务的营业网点。该处数据来源为 2015 年中国家庭金融调查(CHFS), 因社区/村行政区划内金融服务网点数量短期内不会发生巨大变化, 故该数据的使用有其合理性。

表 3 移动支付影响创业的机制

创业	Probit	Probit	Probit	Probit	Probit
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
移动支付	0.0375*** (0.0053)	0.0407*** (0.0051)	0.0319*** (0.0071)	0.0327*** (0.0072)	0.0417*** (0.0041)
移动支付×距银行网点远	0.0302*** (0.0116)				
距银行网点远	-0.0368*** (0.0065)				
移动支付×距金融服务网点远		0.0255* (0.0149)			
距金融服务网点远		-0.0299*** (0.0074)			
移动支付×银行网点覆盖率低			0.0168* (0.0086)		
银行网点覆盖率低			-0.0362*** (0.0059)		
移动支付×金融服务网点覆盖率低				0.0160* (0.0086)	
金融服务网点覆盖率低				-0.0290*** (0.0059)	
移动支付×信贷约束					0.0800*** (0.0198)
信贷约束					0.0146 (0.0104)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制
N	25971	25968	26018	26010	39730

注：表中报告的是边际效应，控制变量与表 1 一致，下表同。

付和银行网点覆盖率低、金融服务网点覆盖率的交互项，发现当家庭所在社区银行网点或金融服务网点覆盖率低时，移动支付对创业有更显著的促进作用。这说明，移动支付有效提高了成本较高家庭的创业概率。

已有文献发现当家庭自有财富水平有限，或外部金融市场不能为创业行为提供金融支持时，家庭可能会因为资金受限而无法创业（马光荣和杨恩艳，2011；张龙耀和张海宁，2013；胡金焱和张博，2014）。微信支付、支付宝服务商在支付服务的基础上推出了小额借贷功能。如前所述，这种小额借贷在很大程度上缓解了创业者的信贷约束，尤其对小微企业而言。同时，作为移动支付强大技术支撑的互联网，又是一种高效的信息传播媒介，并具有较强的社会互动性（周广肃和樊纲，2018）。在众多创业模型中，都提到了商业机会这一要素的重要性，互联网技术提高了信息传播的速度和深度，缓解了信息不对称带来的商机贻误。社会互动的加强也可能给家庭提供更丰富的借贷渠道。

表 3 第(5)列通过引入移动支付与信贷约束^①的交互项，检验了移动支付是否可以缓解正规信

① 问卷中的问题为：您家为什么没有尝试从银行/信用社申请贷款获得所需资金？1.申请过被拒；2.不知道如何申请贷款；3.估计贷款申请不会被批准；4.申请过程麻烦；5.贷款利息太高；6.还款期限或方式不符合需求；7.不认识银行/信用社工作人员；8.没有抵押或担保人。本文将选项 1 和选项 3 定义为受到正规信贷约束。

贷约束对于创业的抑制作用。结果表明,移动支付对受到信贷约束的家庭创业的促进作用更为显著。如上所述,这可能是由于伴随着移动支付的出现,创业者的融资渠道得以丰富,社会互动的加强也带来了多方面的效应,从而缓解了正规信贷约束对创业的抑制作用。

创业与创新总是同时被提及,由此可见创新对于创业活动的重要性。谢绚丽等(2018)认为数字金融作为金融基础设施,给创新提供了基础。技术层面的有益创新有助于企业降低生产成本,提高生产效率;体制层面的适当创新有助于提高企业的管理效率,使企业健康正常的运转,从而提高企业的经营绩效。移动支付的使用是否会对企业的创新行为产生影响,从而对企业的经营绩效造成影响?表4给出了检验结果。问卷中关于工商业经营项目创新的问题为:与去年相比/今年上半年,该项目在产品、技术、组织、文化、营销、服务等方面是否有创新活动?如研发、新点子、新做法等。将选择是的定义为1,选择否的定义为0。根据表4的回归结果,移动支付促进了企业的创新活动,边际影响约为0.26,在1%的水平上显著。

表4 移动支付对创新活动的影响

创新活动	Probit (1)	IVprobit (2)
移动支付	0.0861*** (0.0113)	0.2601*** (0.0824)
控制变量	控制	控制
N	5324	5244

进一步地,如果移动支付能够降低创业成本、缓解信贷约束、改善企业的经营绩效,那可能会给更多家庭带来创业的激励,使更多家庭积极响应“大众创业、万众创新”的号召,主动投身创业活动。如前所述,本文将创业按照创业动机区分为主动创业和被动创业。表5报告了移动支付对家庭创业动机影响的估计结果。第(2)列为两阶段估计结果,移动支付的边际影响约为0.22,在5%的水平上显著,表明移动支付可以为家庭创造更有利的创业条件,从而使其更有可能主动创业。

六、移动支付对创业影响的异质性

1. 移动支付对创业决策影响的异质性

表6分析了移动支付对城乡、不同地区、不同城市等级家庭以及不同行业创业决策的影响。第(1)列中,加入了移动支付和农村地区的交互项,结果表明移动支付对农村地区家庭创业活动的促进作用大于城市地区。第(2)列中,以东部地区为参照组,回归结果表明,与中部和东部地区相比,移动支付对西部地区家庭创业活动促进作用更大。第(3)列中,按照新一线城市研究所公布的城市排行榜,将城市划分为一线、新一线城市;二、三线城市和四、五线城市三组,以一线、新一线城市为对照组,可以发现移动支付与二、三线城市交互项系数并不显著,而移动支付与四、五线城市交互项显著为正,且在5%的水平上显著,说明相较于其他更为发达的城市,移动支付对四、五线城市家庭的创业活动促进作用更大。

此外,移动支付在不同行业中发挥的作用也会有所不同。例如,移动支付在日常消费场景中使用较为频繁,但在制造业、建筑业等行业中发挥的作用则十分有限。本文按照行业属性,将工商业项目分为了日常消费和非日常消费两类。其中日常消费行业包括:批发和零售业、住宿和餐饮业、居民

表 5 移动支付对创业动机的影响

主动创业	Probit (1)	IVprobit (2)
移动支付	0.0496*** (0.0140)	0.2167** (0.0856)
控制变量	控制	控制
N	5302	5301

表 6 移动支付对创业决策影响的异质性

创业	Probit	Probit	Probit	Probit	Probit
	(1)	(2)	(3)	(4)日常消费	(5)非日常消费
移动支付	0.0352*** (0.0044)	0.0331*** (0.0052)	0.0343*** (0.0071)	0.0319*** (0.0036)	0.0110*** (0.0024)
移动支付×农村	0.0454*** (0.0091)				
农村	-0.0567*** (0.0051)				
移动支付×西部地区		0.0252*** (0.0085)			
移动支付×中部地区		0.0203** (0.0085)			
西部地区		-0.0064 (0.0119)			
中部地区		-0.0237* (0.0121)			
移动支付×二三线城市			0.0067 (0.0087)		
移动支付×四五线城市			0.0204** (0.0089)		
二三线城市			0.0220*** (0.0071)		
四五线城市			0.0241*** (0.0078)		
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制
N	39730	39730	39730	39730	39730

服务和其他服务业以及文化、体育和娱乐业。回归结果显示,移动支付对涉及日常消费行业的创业影响大于非日常消费行业。

分样本回归结果得出了同样的结论。如表 7 所示,在农村样本中,移动支付显著提高了家庭创业的概率,边际影响约为 0.28,大于城市样本的 0.25。基于似无相关模型的检验(SUEST)结果表明,两组系数之间的差异在 10%的水平上显著。此外,移动支付对四、五线城市家庭创业概率的影响最大,边际影响为 0.36,且在 1%的水平上显著。SUEST 结果表明,不同城市发展水平分组系数两两之间存在显著差异。

表 7 移动支付对创业决策影响的异质性(分样本)

创业	农村样本	城市样本	一线、新一线城市	二、三线城市	四、五线城市
	IVprobit (1)	IVprobit (2)	IVprobit (3)	IVprobit (4)	IVprobit (5)
移动支付	0.2835*** (0.0516)	0.2506*** (0.0470)	0.3332*** (0.0746)	0.1975*** (0.0621)	0.3569*** (0.0606)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制
SUEST	3.34*		3.95**		
				4.34**	
N	12668	27048	10737	14260	14719

综上所述,移动支付对农村家庭、西部地区家庭、四五线城市家庭创业活动的促进作用更大,这可能是因为这些地区经济发展水平较为落后,交通、金融网点等配套设施尚未完备,致使其创业成本较高,并且更容易受到信贷约束。而如前所述,移动支付具有金融普惠特性,能够有效降低成本,对受到信贷约束家庭的创业活动促进作用更为显著。此外,移动支付更常应用于小额支付,所以在不同行业间发挥的作用也有所差异。

2. 移动支付对经营绩效影响的异质性

表 8 展示了移动支付对经营绩效影响的异质性分析。回归结果显示,移动支付对农村地区创业家庭营业收入有显著促进作用,系数约为 2.85,且在 1%的水平上显著;对城市创业家庭营业收入则没有显著影响。根据城市等级分组的 OLS 结果中,移动支付对一线、新一线以及二、三线城市创业家庭营业收入没有显著影响;对四、五线城市有显著的促进作用,且在 1%的水平上显著,两阶段结果与此基本一致。从地区看,对中西部地区创业家庭营业收入有正向影响,对东部地区则无显著影响;两阶段工具变量估计结果中,中西部地区移动支付系数大于东部地区。这可能是由于欠发达地区缺乏交通优势和区位优势,银行和金融服务网点较少,创业规模相对较小,难以形成集聚效应,导致其创业成本较高。而移动支付通过降低创业成本,为创业者提供更有利的经营条件,提高了其经营绩效。综上所述,移动支付对创业成本较高、便利程度较差地区的工商业经营项目营业收入正向影响更大。

微型企业规模较小,抗风险能力较弱,对成本的变动会更为敏感,其面临的资金约束问题也更为严重。因而,移动支付可能对其影响更大。根据国家统计局印发的《统计上大中小微型企业划分办法(2017)》,本文将微型企业定义为从业人员在 10 人以下的企业。回归结果显示,移动支付提高了微型企业营业收入,且在 10%的水平上显著,而对非微型企业则无显著影响。如前文所述,移动支付较常被应用于日常消费行业。根据行业属性分组的回归结果显示,移动支付对涉及日常消费的创业项目经营绩效有显著的正向影响,而对非日常消费行业的创业项目经营绩效则没有显著影响。

七、稳健性检验

为了验证上文结果的稳健性,接下来对上文估计结果进行稳健性检验。^①

本文使用另外两个工具变量:是否网购、网购支出占家庭总消费支出的比重作为工具变量进行回归分析。随着现代通信技术的发展,移动支付已经取代互联网支付成为了最为主要的第三方支付

^① 稳健性检验结果详见《中国工业经济》网站(<http://www.ciejournal.org>)公开附件部分。

表 8 移动支付对经营绩效影响的异质性

城乡						
营业收入	农村		城市			
	OLS (1)	2SLS (2)	OLS (3)	2SLS (4)		
移动支付	0.3296** (0.1642)	2.8461*** (0.9431)	0.0228 (0.0983)	0.0494 (0.5222)		
控制变量	控制		控制			
N	1147		1146		4177	
城市发展水平						
营业收入	一线、新一线城市		二、三线城市		四、五线城市	
	OLS (1)	2SLS (2)	OLS (3)	2SLS (4)	OLS (5)	2SLS (6)
移动支付	0.1695 (0.2207)	0.3522 (1.0811)	0.0736 (0.1257)	1.7848*** (0.6074)	0.4628*** (0.1369)	1.8824*** (0.6759)
控制变量	控制		控制			
N	1203		2144		1977	
地区						
营业收入	东部		中西部			
	OLS (1)	2SLS (2)	OLS (3)	2SLS (4)		
移动支付	0.1845 (0.1200)	1.6998*** (0.5412)	0.3915*** (0.1240)	1.8279*** (0.6770)		
控制变量	控制		控制			
N	2684		2684		2640	
企业规模						
营业收入	微型企业		非微型企业			
	OLS (1)	2SLS (2)	OLS (3)	2SLS (4)		
移动支付	0.0584 (0.0871)	0.0812* (0.4917)	0.2290 (0.2959)	2.8596 (1.8654)		
控制变量	控制		控制			
N	4540		4538		784	
行业属性						
营业收入	日常消费		非日常消费			
	OLS (1)	2SLS (2)	OLS (3)	2SLS (4)		
移动支付	0.1976** (0.973)	1.2100** (0.5057)	-0.1543 (0.1731)	-0.4323 (1.1400)		
控制变量	控制		控制			
N	3686		3685		1638	

注:控制变量与表 2 一致。

方式^①。目前大部分网购行为都是通过移动支付实现的,因而是否网购与是否拥有移动支付密切相关,但是否网购不会对家庭的创业决策产生直接影响。此外,网购较多的人可能更需要移动支付,而消费习惯并不会对家庭创业行为产生直接影响。更换工具变量后,移动支付依然对家庭创业决策有显著的促进作用,说明本文的结论是稳健的。尽管本文的工具变量通过了工具变量检验,也不能确保其完全可靠。Conley et al.(2012)提出的置信区间集合方法(UCI)和近似零方法(LTZ)提供了解决办法,这两种方法通过放松工具变量的排他性约束,假定工具变量是近似外生的,来考察不同程度下的工具变量估计结果的变化。基于 UCI 方法得出的移动支付系数的置信区间为(0.0375,0.4851),基于 LTZ 方法得出的结果也表明,在近似外生的情形下,移动支付依然对创业有显著的促进作用,本文的结果是稳健的。

为了最大限度地克服逆向因果的问题,该部分对创业进行了重新定义,此处的创业仅包含了创业年限晚于拥有智能手机年限的样本。使用是否网购作为工具变量进行估计,移动支付对创业决策和经营绩效的影响结果依然稳健。

移动支付扩大了消费者基础,打破了创业的地域、空间等限制,减少了店铺租赁购买的成本,因此可能降低创业者的成本,提高其经营绩效。这可能对网络店铺经营者更有利,而在实体店经营中,移动支付可能仅作为收款工具发挥作用,那它是否依然可以对创业家庭经营绩效有促进作用?估计结果表明:仅考虑移动支付对实体店经营绩效的影响,结果依然是稳健的。

因为家庭创业以小微企业为主,所以区县级特征可能对其影响更大,本文使用了区县级地区固定效应进行回归,结果表明移动支付依然对创业有显著促进作用。进一步地,在原有控制变量的基础上,控制了父母的社会网络,探究父母社会网络是否会对家庭的创业及经营绩效产生影响。参照以往文献(尹志超等,2015),本文以父母是党员和父母是单位部门负责人及以上作为父母社会网络的替代变量,发现父母社会网络对企业经营绩效并无显著影响。在对其进行控制后,移动支付依然对创业和经营绩效有显著促进作用,上文结果是稳健的。

此外,本文还分别剔除了营业收入上下 1%和 5%的样本,移动支付依然对营业收入和净利润有显著促进作用,且在 1%的水平上显著。说明上文的结果是可靠的,不受极端值的影响。

八、结论与建议

《关于推动创新创业高质量发展打造“双创”升级版的意见》指出:“要通过打造‘双创’升级版,进一步优化创新创业环境,大幅降低创新创业成本,提升创业带动就业能力,增强科技创新引领作用”。移动支付的出现是科技创新的产物,它在很大程度上改变了人们的消费习惯,为消费者和创业者提供了交易便利。更重要的是,作为数字普惠金融的重要组成部分,移动支付依托大数据、互联网等技术,提高了金融交易的效率、降低了金融服务的成本、减少了信息不对称现象、弥补了传统金融机构的不足,给实力薄弱的微型企业和发展落后的地区提供了更有效、成本更低的金融服务。

基于 2017 年中国家庭金融调查数据,本文研究了移动支付对家庭创业决策和经营绩效的影响。实证结果表明,移动支付通过降低成本、缓解信贷约束,显著提高了家庭创业的概率;同时也提高了工商业项目的经营绩效。进一步地分析发现,移动支付的使用提高了企业进行创新活动的概率,并且因为移动支付可以为家庭创造更有利的创业条件,从而使其更有可能进行主动创业活动。为了避免内生性的影响,本文以是否拥有智能手机作为工具变量,进行了两阶段工具变量估计,估计结果进一步证实了这一结论。

^① 资料来源于艾瑞咨询《2017 年中国第三方移动支付行业研究报告》。

移动支付大大提高了金融服务的可得性、降低了融资成本、缓解了信贷约束对创业的抑制作用,因而它对成本较高地区家庭创业活动及其经营绩效正向影响更大。微型企业规模较小,受到的成本和信贷约束更为严重,移动支付对该类企业创业活动的影响更为显著。从行业属性的角度看,移动支付主要对日常消费行业的创业活动及经营绩效产生影响。根据本文的实证结果,提出以下政策建议:

(1)鼓励科技创新。“科学技术是第一生产力”,要鼓励科技创新,实现创新支持创业、创业带动就业。积极打造和发展创新创业技术平台,实现信息资源整合,保证创新创业信息的透明度;加强对科技创新产品的鼓励、扶持力度,举办各类创新创业大赛,为科技创新产品和产业提供展示的平台;鼓励行业领军企业加大科技投资,带动该行业的升级转换;将创新创业知识纳入国民教育体系,加强相关课程体系建设和师资力量培训,鼓励成功的创业者深入课堂与学生分享经验,使大众创业、万众创新的观念深入人心;完善知识产权保护政策,保护创新创业积极性。

(2)降低创业门槛,拓宽融资渠道,鼓励主动创业。营造公平有序竞争的市场环境,进一步转变政府职能,清理、规范收费项目,增加公共产品和服务供给,给创业者提供更多机会;鼓励银行进行金融产品和服务创新,为创业企业提供更好的金融支持,同时,丰富融资渠道,支持互联网金融的发展,加强对网络借贷平台的监管,为创业者提供更好的资金支持;简化创业市场准入程序,提高办事效率,提高创业企业信息透明度;给予有创业意向的家庭或个人提供技术、政策等指导,帮助其完成高质量创业,通过创业解决就业问题。

(3)加强基础设施建设,加强对农村地区、西部地区、城市化程度较低地区的政策倾斜力度。目前,中国城乡、区域经济发展水平较不均衡,落后地区发展经济和解决就业问题的需求更为迫切,而工商业的发展离不开发达便利的基础设施建设,发达的交通网络是实现商品互通的必需品。因此,应加强落后地区的基础设施建设;因地制宜,在落后地区扶持发展可开发利用当地资源的创业园区,政府应做好前期规划,给予入驻创业企业一定的政策优惠,吸引有实力、有前景的企业入驻,以此带动整个园区的发展,创业园区的发展同时可以提供一定的就业岗位;提供技术支持和引导,鼓励当地家庭结合地方特点实现电子商务交易,依托互联网,实现低成本、高效率的创业。

(4)加大对小微企业的扶持力度。在2017中国中小企业发展大会暨第十一届中国中小企业节上,国家发展和改革委员会秘书长李朴民指出:“当前中小微企业占中国企业数量的99%,完成了70%以上的发明专利,提供了80%以上的新增就业岗位”^①。然而小微企业在初创期因资金薄弱、规模有限,往往较为脆弱,需要政府予以扶持。各级政府应积极为小微企业的发展营造公平有序的环境,在条件允许的情况下,可在水、电、办公用房等方面给予一定的优惠,减轻小微企业负担;落实税收政策优惠,对于符合创新创业政策的企业,适当减轻其税务负担;与金融机构进行沟通,鼓励金融机构向有发展前景的小微企业发放贷款,在合规范畴内,鼓励双方建立长期合作关系,避免因信贷约束限制小微企业发展。积极“招才引智”,鼓励技术型人才和管理型人才走进小微企业,为其提供先进的技术支持和管理经验;完善小微企业行业监管,建立行业自律机制,保证小微企业的健康、长远发展。

本文从生产端的角度出发,研究发现移动支付通过降低成本和缓解信贷约束,从而促进了创业。事实上,移动支付提高了支付效率、增强了支付的便利程度、丰富了商品信息传播的渠道,间接

^① 资料来源:国家发展和改革委员会:70%以上的发明来自中小微企业(http://www.sohu.com/a/208682323_100015436)。

导致了消费的增加。因而从消费端的角度考虑,移动支付也可能通过刺激消费来促进了创业。在未来的研究中,可以从更广义的视角去建立一般化的模型,通过理论和实证对移动支付促进创业的机制进行补充说明。

[参考文献]

- [1]胡金焱,张博. 社会网络、民间融资与家庭创业——基于中国城乡差异的实证分析[J]. 金融研究, 2014,(10): 148-163.
- [2]蒋剑勇,郭红东. 创业氛围、社会网络和农民创业意向[J]. 中国农村观察, 2012,(2):20-27.
- [3]李雪莲,马双,邓翔. 公务员家庭、创业与寻租动机[J]. 经济研究, 2015,(5):89-103.
- [4]刘常勇. 创业管理的12堂课[M]. 中国台湾台北: 天下文化出版社, 2002.
- [5]刘海二. 互联网金融的基础设施:移动支付与第三方支付[J]. 国际金融, 2014,(5):72-77.
- [6]刘兴国,沈志渔,周小虎. 社会资本对创业的影响研究[J]. 中国科技论坛, 2009,(4):102-106.
- [7]马光荣,杨恩艳. 社会网络、非正规金融与创业[J]. 经济研究, 2011,(3):83-94.
- [8]帅青红. 电子支付与结算[M]. 大连: 东北财经大学出版社, 2015.
- [9]王晓彦,胡德宝. 移动支付对消费行为的影响研究:基于不同支付方式的比较[J]. 消费经济, 2017,(5):77-82.
- [10]吴晓瑜,王敏,李力行. 中国的高房价是否阻碍了创业[J]. 经济研究, 2014,(9):121-134.
- [11]谢平,刘海二. ICT、移动支付与电子货币[J]. 金融研究, 2013,(10):1-14.
- [12]谢平,邹传伟. 互联网金融模式研究[J]. 金融研究, 2012,(12):11-22.
- [13]谢平,邹传伟,刘海二. 互联网金融手册[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2014.
- [14]谢绚丽,沈艳,张皓星,郭峰. 数字金融能促进创业吗? ——来自中国的证据[J]. 经济学(季刊), 2018,(4): 1557-1580.
- [15]杨婵,贺小刚,李征宇. 家庭结构与农民创业——基于中国千村调查的数据分析[J]. 中国工业经济, 2017,(12):170-188.
- [16]杨震宁,李东红,范黎波. 身陷“盘丝洞”: 社会网络关系嵌入过度影响了创业过程吗[J]. 管理世界, 2013,(12): 101-116.
- [17]尹志超,宋全云,吴雨,彭嫦燕. 金融知识、创业决策和创业动机[J]. 管理世界, 2015,(1):87-98.
- [18]张开迪,吴群锋,高建,李纪珍. 外商直接投资对大众创业的影响[J]. 中国工业经济, 2018,(12):79-96.
- [19]张龙鹏,蒋为,周立群. 行政审批对创业的影响研究——基于企业家才能的视角[J]. 中国工业经济, 2016,(4): 57-74.
- [20]张龙耀,张海宁. 金融约束与家庭创业——中国的城乡差异[J]. 金融研究, 2013,(9):123-135.
- [21]张玉利,杨俊,任兵. 社会资本、先前经验与创业机会——一个交互效应模型及其启示[J]. 管理世界, 2008,(7):91-102.
- [22]周广肃,樊纲. 互联网使用与家庭创业选择——来自CFPS数据的验证[J]. 经济评论, 2018,(5):134-147.
- [23]朱红根,康兰媛. 金融环境、政策支持与农民创业意愿[J]. 中国农村观察, 2013,(5):24-33.
- [24]Boeschoten, W. C. Cash Management, Payment Patterns and the Demand for Money [J]. De Economist, 1998, 146(1):117-142.
- [25]Buera, F. J. A Dynamic Model of Entrepreneurship With Borrowing Constraints: Theory and Evidence[J]. Annals of Finance, 2009,5(3-4):443-464.
- [26]Colombo, M. G., M. Delmastro, and L. Grilli. Entrepreneurs' Human Capital and the Start-up Size of New Technology-based firms[J]. International Journal of Industrial Organization, 2004,22(8-9):1183-1211.
- [27]Conley, T. G., C. B. Hansen, and P. E. Rossi. Plausibly Exogenous [J]. Review of Economics and Statistics, 2012,94(1):260-272.
- [28]Davidsson, P., and B. Honig. The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs[J]. Journal of Business Venturing, 2003,18(3):301-331.

- [29]Evans, D. S., and B. Jovanovic. Some Empirical Aspects of Entrepreneurship [J]. *American Economic Review*, 1989,79:367–397.
- [30]Humphrey, D. B., M. Kim, and B. Vale. Realizing the Gains from Electronic Payments: Costs, Pricing, and Payment Choice[J]. *Journal of Money Credit and Banking*, 2001,33(5):215–234.
- [31]Kalckreuth, U. V., T. Schmidt, and H. Stix. Choosing and Using Payment Instruments: Evidence from German Microdata[J]. *Empirical Economics*, 2014,46(3):1019–1055.
- [32]Mel, S. D., and C. Woodruff. Returns to Capital in Microenterprises: Evidence from a Field Experiment[R]. *Policy Research Working Paper*, 2007.
- [33]Rajzman, R. Determinants of Entrepreneurial Intentions: Mexican Immigrants in Chicago [J]. *Journal of Socio-Economics*, 2001,30(5):393–411.
- [34]Soman, D. Effects of Payment Mechanism on Spending Behavior: The Role of Rehearsal and Immediacy of Payments[J]. *Journal of Consumer Research*, 2001,27(4):460–474.
- [35]Soman, D. The Effect of Payment Transparency on Consumption: Quasi-Experiments from the Field [J]. *Marketing Letters*, 2003,14(3):173–183.
- [36]Stock, J. H., and M. Yogo. Testing for Weak Instruments in Linear IV Regression[R]. *NBER Working Paper*, 2005.
- [37]Timmons, J. A. *New Venture Creation*[M]. Singapore: Mc Graw-Hill, 1999.

The Impact of Mobile Payment on Entrepreneurship—Micro Evidence from China Household Finance Survey

YIN Zhi-chao, GONG Xue, GUO Pei-yao

(School of Finance, Capital University of Economics and Business, Beijing 100070, China)

Abstract: The entrepreneurship has promoted the creation of job opportunities, and the optimization and upgrading of industrial structure, thus providing strong support for economic growth. Based on the data collected in China Household Finance Survey (CHFS) in 2017, this paper studies the impact of mobile payment on household entrepreneurial decisions and business performance. Taking into account the possible endogeneity in the model, an instrumental variable method is employed where ownership of smartphone is set as the instrumental variable. The study showed that mobile payment significantly increasing the probability of household entrepreneurship and enhancing business performance. Moreover, it plays a greater role in promoting entrepreneurship activities of households with high start-up costs and credit constraints. Mobile payment improves the probability of enterprises' innovative activities, this provides a possible explanation for the improvement of business performance. By optimizing entrepreneurial conditions, it also increases the probability of household initiative entrepreneurship. Heterogeneity analysis shows that mobile payment has a greater positive effect on households' entrepreneurship decision-making and business performance in relatively backward areas, and it significantly improves the business performance of daily consumption industry and micro-enterprises. A possible explanation is presented in the paper, as that supporting facilities in aforesaid regions are relatively lagging behind, the business scale is relatively small, resulting in relatively high cost for entrepreneurship; financial constraints also play a role. Development of mobile payment facilitates reduction, if not removing at all, at least to a noticeable degree, of inhibitions in both aspects. Based on the above analysis, the paper endeavors to put forward policy suggestions on better promotion of the “mass entrepreneurship and innovation” campaign.

Key Words: mobile payment; entrepreneurship; business performance; cost; credit constraints

JEL Classification: D10 D90 L19

〔责任编辑:许明〕