

社会网络、企业家学习与机会识别

SheHui WangLuo QiYeJia XueXi
Yu JiHui ShiBie

◎ 黎赔肆 / 著



经济科学出版社
Economic Science Press

F27
28

南华大学资助出版

湖南省重点学科管理科学与工程建设项目资助

社会网络、企业家学习 与机会识别

黎贻肆 著

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

社会网络、企业家学习与机会识别/黎贻肆著. —北京:
经济科学出版社, 2014. 8

ISBN 978 - 7 - 5141 - 4945 - 6

I. ①社… II. ①黎… III. ①企业家 - 学习方法
IV. ①F27

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 197632 号

责任编辑: 王柳松

责任校对: 王肖楠

责任印制: 邱 天

社会网络、企业家学习与机会识别

黎贻肆 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http://jjkxcs. tmall. com](http://jjkxcs.tmall.com)

北京汉德鼎印刷有限公司印刷

三河市华玉装订厂装订

880 × 1230 32 开 7.875 印张 210000 字

2014 年 8 月第 1 版 2014 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 4945 - 6 定价: 27.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 翻印必究)

目 录

1. 导论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究问题的提出	6
1.3 研究目的与意义	9
1.4 研究设计	12
2. 相关理论与文献评述	16
2.1 创业机会识别的有关研究	16
2.2 企业家学习的相关研究	18
2.3 企业家社会网络的相关研究	37
2.4 本章小结	56
3. 理论框架与研究假设	57
3.1 主要概念的界定	57
3.2 理论框架的提出	62
3.3 研究假设	67

3.4 本章小结	91
4. 问卷设计与小样本测试	92
4.1 问卷设计	92
4.2 小样本测试	110
5. 数据收集与处理	124
5.1 数据收集	124
5.2 数据描述性统计	127
5.3 数据的有效性分析	133
6. 研究假设检验	146
6.1 方差分析	146
6.2 相关分析	159
6.3 回归分析	161
6.4 本章小结	181
7. 拓展研究	182
7.1 文化框架转移视角下的海外归国人员中的 企业家社会网络特征演化	182
7.2 网络关系强弱与机会识别：海外归国人员中的 企业家与本土企业家的比较研究	190

8. 结论与展望	197
8.1 研究结论	197
8.2 研究结论的理论与实践含义	205
8.3 研究的局限性与展望	207
参考文献	211

导 论

本章主要阐述本书的研究背景、界定研究问题、“说明研究”目的和意义，交代研究方法和路径。

1.1 研究背景

创业被广泛认同为经济增长的重要引擎，也是创造就业机会的有效途径之一。创业活动已经成为发达国家和发展中国家重要的社会现象和经济现象，也是被欠发达国家用来刺激经济增长的手段之一。新兴的中小企业一直被认为在创业活动和经济发展中扮演着重要的角色。大量的证据表明，中小企业对 GDP 和就业的贡献斐然。在美国，蒂蒙斯（Timmons，1999）分析发现，1980～1989 年，95% 的财富由创业和创业者所创造。自改革开放以来，中国的经济乃至其他各个领域发生了翻天覆地的变化。民营经济迅速发展，已成长为中国经济增长的驱动力。截至 2013 年，中国中小微企业占全国企业总数的 99.7%，其中小型微型企业占 97.3%，提供城镇就业岗位超过 80%，创造的最终产品和服务相当于国内生产总值的 60%，上缴利税占 50%。中国发明专利的 65%、企业技术创新的 75% 以上和新产品开发的 80% 以上，都是由中小企业完成的（王继承，2013）。

与大型的成熟型企业相比，新企业拥有很少的成熟技术和“隐性”知识，以及其他有形和无形的资产，探索这样的资产对新企业独特竞争优势来源的开发是关键的。类似地，新企业的认知比大型成熟企业要弱得多，因而利用存在的技术和知识开发强势的市场位置也是非常关键的。因此，对新创企业和中小企业来说，探索式学习和利用式学习都非常重要。然而，随着全球化、信息化和技术的高速更新，使得企业必须持续不断地学习新的技术和技能，但同时留给企业去利用已经建构的技能和能力的时间大大缩短，这迫使企业必须在利用式学习和探索式学习两方面都做到优秀。作为企业的主要决策者，企业家需要通过学习来不断地更新和增强自己快速而有效地做出响应的能力。从企业家个体角度来说，如何既善于利用式学习，又擅长探索式学习是非常重要的。

而现实中，中国企业家的学习情况并不令人满意：

1. 企业家个人学习能力早期增长缓慢，后期虽有加快提升，但不能有效地转化为组织创新绩效

根据中国企业家调查系统（2003）在1997年和2002年对企业家自我认知的最强和最弱的3项能力的调查（在9项能力中分别选出自认为最强和最弱的3项能力），我们发现：1997年，学习能力在最强能力中排名第8位，在最弱能力中排名第5位；2002年，学习能力在最强能力中排名第7位，在最弱能力中排名第6位（见表1.1）。这不仅说明企业家学习能力不强，而且1997~2002年之间基本上没有得到改善。

企业家调查系统（2003）还发现，企业家对自身的学习状况不满意，满意程度情况为：很满意占6.4%；比较满意占32.8%；一般满意占36.7%；不太满意占20.1%；很不满意占4%，也就是说，满意率只有39.2%。

企业家调查系统（2006）的调查特别关注企业家个人学习、组织学习与创新绩效的关系。企业经营者对自身能力的评估显示出有较强水平（见表 1.2）。调查还进一步显示，组织学习能力虽然比个体学习能力显著要低，但是就对企业创新绩效的影响而言，组织学习能力要强。这表明，个体学习能力并没有经由组织学习能力，进而有效地转化为组织创新绩效。

表 1.2 经营者个人学习能力情况 单位：%

	非常弱 (1 分)	弱 (2 分)	较弱 (3 分)	一般 (4 分)	较强 (5 分)	强 (6 分)	非常强 (7 分)	均值
发现能力		0.1	2.5	18.7	43.5	31.5	3.7	5.50
发明能力		0.2	1.9	18.9	31.5	40.6	6.9	5.63
选择能力		0.2	2.5	18.3	41.2	33.4	4.4	5.57
执行能力		0.2	2.8	17.1	37.4	36.7	5.8	5.55
推广能力		0.0	1.5	19.2	40.3	35.1	3.9	5.54
反思能力	0.0	0.2	1.3	14.8	33.9	42.6	7.2	5.69
获取知识能力	0.0	0.1	2.2	17.5	36.4	38.2	5.6	5.61
传递知识能力	0.1	0.9	7.8	29.2	37.1	21.6	3.3	5.19
知识管理能力	1.2	5.8	19.1	32.5	25.9	13.5	2.0	4.59
综合学习能力			1.0	22.5	56.6	19.5	0.4	5.48

资料来源：中国企业家调查系统编著，2006 中国企业家成长与发展报告——企业家人学习、组织学习与企业创新。北京：机械工业出版社，2006 年，第 8 页。

2. 偏重自我主导学习

与 1996 年基本上只调查企业家的正式学习（包括正规大专院校学习、“五大”学习、短期培训和国外进修）相比，中国企业家调查系统（2006）主要调查了企业家的非正式学习途径（见表 1.3）。从表 1.3 可以看出，企业家获取经营管理知识的有效途径中，自我主导的学习方式（包括亲身实践、总结反思、参加培训、读书刊和看影像资料）占了绝大部分，而与人交流、从

社会网络中学习偏低。帕夫利卡等 (Pavlica et al., 1998) 将这种倾向成为孤立于其周围人群“的企业家”称为“智力罗宾逊 (intellectual Robinson Crusoe)”。

表 1.3 企业经营者获取经营管理知识的有效途径 单位: %

	亲身实践	与人交流	总结反思	参加培训	读书刊和看影像资料	其他途径
总体	69.9	30.2	47.1	25.5	21.1	0.4
国有企业	70.9	27.2	43.2	31.4	21.5	
私营企业	73.6	37.8	43.8	21.4	14.9	2.0
股份制企业	69.3	29.5	48.3	24.5	22.7	0.3
外资企业	67.1	36.2	48.3	24.8	14.8	
大型企业	72.2	26.7	49.2	26.9	20.3	
中型企业	71.8	27.1	47.8	25.5	21.0	0.5
小型企业	66.5	36.5	45.4	24.8	21.7	0.4

资料来源: 中国企业家调查系统编著, 2006 中国企业家成长与发展报告——企业家个人学习、组织学习与企业创新. 北京: 机械工业出版社, 2006 年, 第 9~10 页。

以上情况表明, 有关企业家学习存在两个很明显的问题: 一是, 企业家学习是如何影响企业绩效的。既然, 企业家学习没有通过组织学习对企业绩效产生更为显著的影响, 那么企业家学习产生的直接结果是什么。有研究指出, 企业家学习能改善企业家当前和未来的能力 (黎赔肆、丁栋虹, 2006), 这些能力包括概念能力、承诺能力和机会能力等, 或许直接研究企业家学习与这些能力的关系更能看出企业家学习的价值; 二是, 企业家学习能力虽在不断地提高, 但是社会网络作为企业家知识信息最重要的来源之一, 却没有受到企业家应有的重视。因此, 有必要弄清楚社会网络在企业家学习中起到的作用。

1.2 研究问题的提出

企业家学习在创业研究的理论界和企业家开发的实践环节日益成为一个重要的领域。但最近 10 年，不断有学者总结指出，对企业家学习的研究不够充分，如，帕丽提斯（Politis，2005）和雷（Rae，2006）先后指出，企业家学习仍然是一个没有被充分理解的领域，科普（Cope，2005）也指出，还没有一个有效的概念框架来解释企业家是怎样学习的。最近，蔡莉等（2012）在文献分析的基础上总结出“学者们并没能就企业家学习的内涵以及与企业家学习相关的重要问题达成共识”。

关注企业家学习最多的领域是创业教育，创业教育和培训长期以来被认为在改善未来企业家的数量和质量方面具有重要的意义。不过，苏利文（Sullivan，2000）早就意识到，传统的教育方法和计划并不可能全部解决企业家真正的需要，雷和卡斯韦尔（Rae & Carswell，2001）也指出，经院式的创业教育理论与自然条件下的创业实践之间存在不小的差异。斯托里和威斯赫德（Storey & Westhead，1996）通过对相关文献的分析指出，企业家的正式培训和小企业绩效之间没有明显的关联。张建琦和赵文（2007）基于中国的实证研究表明，教育和培训对企业家能力没有直接的影响，孙早和刘庆岩（2006）的实证研究也表明，以学习来测量的企业家能力对民营企业发展的贡献并不显著。

佩奇（Paige，2002）则明确指出，中小企业主主要依赖于非正式的学习，经验学习是主要的学习活动。事实上，经验是企业家学习的主要来源（Cope，2003）。不仅如此，诸多企业家经验学习研究的学者特别关注学习的过程模式，早期经典的模式之一是由帕丽提斯（Politis，2005）提出的企业家经验学习的过程

模式——利用式学习和探索式学习，并强调要平衡这两种学习模式。帕丽提斯和格里森（Politis & Gabriellsson, 2005）进一步实证检验了企业家探索式学习和利用式学习与企业家知识间的关系。但是，如同古普塔和史密斯（Gupta & Smith, 2006）等学者所指出的那样，对个体来说利用式学习和探索式学习是两种排他的学习模式。也就是说，企业家在某一时候只能是以一种学习模式为主导，那么企业家该如何平衡这两种模式呢？既有文献还没有给出充分地研究。

而且，既有的经验学习理论，主要基于柯布（Kolb, 1984）的经验学习模型，而这个模型基本上是认知性质的，忽视了社会关系的影响，在这些学习观下的学习者是帕夫利卡等（1998）笔下的孤立于其他人的“智力罗宾逊”或是霍尔曼等（Holman, et al., 1996）所称的“孤立元素（isolated monad）”。

贝克曼和豪恩席尔德（Beckman & Haunschild, 2002）进一步指出，尽管一些企业家可以从自身的经验中学习，而另外一些企业家则很难这样做，特别是那些经验有限的企业家，如新创企业和中小企业的企业家。因此，这些企业家常常关注其他人的经验，特别是自己网络中他人的经验。

网络方法认为，企业家的技能和知识主要是通过企业外部社会关系获得的，企业家学习是一个涉及企业内外各种各样合作者的集体性过程。从斯迈勒（Smilor, 1997）、迪金斯和菲涅尔（Deakins & Freel, 1998）、迪金斯等（2000）以及苏利文（2000）的研究中可以发现，企业家广泛地从顾问、顾客、供应商、竞争者、金融机构、亲朋好友等企业外部成员中学习。道恩（Down, 1999）直接指出，小企业主主要是通过他们的个人网络和商业网络来开发其能力的。

一些文献研究了不同类型的外部网络成员对企业家学习的价值。然而，这些研究典型地只关注单一类型外部人员对企业家学习的作

用，因而忽视这些外部成员的整体网络特征对企业家学习的影响。另外一些文献从各种网络维度考察了外部网络对企业家学习的影响。

这些研究增进了我们关于网络对企业家学习影响的了解。但是，这些研究有几点不足：①他们只关注企业家是否学习和学习了多少，而忽视企业家是怎样学习的，例如，网络是否以及如何影响企业家不同的学习模式。②由于存在不同的网络理论，以往研究大多试图证明其中一种更有合理性。然而，正如塞柏特等（Seibert, et al., 2001）所指出的，事实上不同的网络维度并不是互不相容的，而可以一起发挥作用。③对于竞争性的网络观点（如，伯特的结构洞和科尔曼的社会资本），以前的研究往往试图证明其中之一更为合理，但是，不同的观点可能适用于不同的学习模式。

根据前述企业家学习的现实情况和理论研究的现状，本书关注下列问题：

第一，从企业家社会网络整体特征角度，不同的网络维度是如何影响企业家学习的？有关维度在影响企业家学习上是否存在相互制约或互补关系？具体考察的维度包括网络的结构维度、治理维度和内容维度。

第二，在组织层面，吉马和莫里（Gima & Murray, 2007）研究发现高层管理团队的社会网络影响企业的探索式学习和利用式学习，在企业家个体层面的研究较为罕见。对新创企业和中小企业的企业家来说，一方面，由于企业可资利用的知识有限，如果企业家自身又缺乏创业经验和管理经验，那么充分利用外部网络知识是非常重要的；另一方面，不断开发和探索新的技术和知识对企业建立竞争优势也是不可或缺的。可见，利用式学习和探索式学习对中小企业家来说也是必要的。我们关注的是，企业家是否可以通过建构不同的网络来平衡利用式学习和探索式学习，因此，在控制了企业家自我经验（管理经验、产业经验和创业经验）和其他可能影响学习的因素后，本书将考察企业家社会网络

不同维度和竞争性理论下的网络变量与企业家的探索式学习和利用式学习之间的关系。

第三,在企业家自我经验学习的实证研究中,机会识别被认为是学习的直接结果,如帕丽提斯和格布里森(2005)和科贝特(Corbett, 2002; 2007)考察了企业家不同的学习模式与机会识别之间的关系。在网络学习的相关研究中,既有文献或者直接考察网络与企业家机会识别之间的关系,或者考察网络对企业绩效的影响。本书将关注在社会网络的作用下,企业家探索式学习和利用式学习是如何影响企业家机会识别的?以前研究,如辛格等(Singh, et al., 1999)、厄兹根(Ozgen, 2003)、阿雷纽斯和克勒克(Arenius & Clercq, 2005)、普哈卡(Puhakka, 2006)、厄兹根和巴伦(Ozgen & Baron, 2007)、华沃顿和布鲁内托(Wharton & Brunetto, 2007)认为,企业家社会网络对企业家机会识别有直接影响,因此,本书还将考察企业家利用式学习和探索式学习是否在企业家网络与识别机会之间起到中介作用?

1.3 研究目的与意义

1.3.1 研究目的

本书主要目的是,考察企业家的社会网络对企业家学习模式(利用式学习和探索式学习, Exploitative and Exploratory Learning)的影响,探讨企业家能否通过构建不同的外部网络来平衡利用式学习和探索式学习,为企业家建构学习网络提供依据。具体目的可分解为:

(1) 研究不同社会网络维度对企业家探索式学习和利用式

学习的影响机制；

(2) 研究不同网络维度在影响企业家学习上是互补关系还是替代关系；

(3) 研究企业家学习模式与机会识别之间的关系。

1.3.2 研究意义

1.3.2.1 理论意义

第一，对组织学习理论的贡献，主要体现在两个方面：(1) 创业学习最近成为创业研究的一个新兴领域，在实证研究方面，更多的焦点放在组织层面。但从学习角度来讲，既有研究考察了企业的社会网络与企业层面学习（能力）之间的关系，但对企业家社会网络和企业家人个体学习之间的关系缺乏研究，本书的研究将有助于弥补这一空缺。(2) 企业家学习理论认为，企业家可以从经验学习，从“干中学”，从社会网络学，也认识到企业家利用式学习和探索式学习的重要性，但关于网络与企业家学习模式关系的实证研究尚不够充分。本书将企业家学习区分为利用式学习和探索式学习，是对企业家学习理论的深化。

第二，对企业家网络理论的贡献，主要有三个方面：(1) “网络成功假说”认为，利用外部网络能使企业家及其企业获得更多、更有价值或更便宜的资源、知识和信息。但是，企业家利用网络的方式（是利用网络来获得声誉、寻找顾客、建立影响渠道、获得财务和其他资源，还是利用网络进行学习等）及利用程度并没有完全地揭示出来，以至于“网络成功假说”得不到一致的支持。本书考察了企业家学习在社会网络与机会认知之间的传导机制。(2) “网络成功假说”在研究企业家社会网络对企业绩效的影响时，极少考察网络变量之间可能的互补作用和替代作用。本书

整合不同的网络理论，能够发现网络对企业家学习的完整情况。(3) 关于社会网络中的信任问题，既有研究一般假定信任对因变量有正面的影响或正向调节其他变量与因变量的关系。但是，麦卡里斯特 (McAllister, 1997)、戈尔和卡里 (Goel & Karri, 2006)、扎赫拉等 (Zahra, et al., 2006) 诸多学者指出，信任是一把“双刃剑”，过度信任也会带来不利的一面。这表明信任发生作用具有权变性。笔者认为，信任可能促使企业家利用式学习和探索式学习，但是，过度信任可能抑制企业家探索式学习。

第三，对创业和企业家理论的贡献。本书在控制了企业家以前的知识（包括一般人力资本和特殊人力资本）对机会识别影响 (Shane, 2000) 的基础上，从社会网络学习视角探讨企业家是怎样通过学习来改善机会识别能力的，这有助于进一步了解企业家机会识别的问题。

1.3.2.2 实践意义

企业家个体学习的研究还处于理论探索阶段，经验研究极少，这本身就限制了这些研究在实践中的应用价值。本书的研究可以提供以下实践参考价值：

第一，社会网络可为企业家提供多元的利益，如，低成本资源、信息与知识的获取，社会声誉的建立，客户和销售渠道的建立等。相同的网络结构和特征对不同的利益获取方式有不同的影响，不同的网络结构和特征对同样的利益获取方式也有不同的影响。因此，对某一特定的利益获取方式，识别一个有利于企业家改善其效率的特定的社会网络结构有重要的意义。本书考察企业家社会网络与企业家两种学习模式之间的关系，探讨企业家能否通过构建不同的网络来平衡利用式学习和探索式学习。这对于企业家的社会网络活动有重要的参考价值。

第二，为企业家培训模式和培训内容的选择提供参考。对企