

宁波博士研究（人才）丛书

基于结构洞理论的企业家 社会资本的影响机制研究

姜卫韬 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

宁波博士研究(人才)丛书
宁波市人民政府发展研究中心资助出版

基于结构洞理论的企业家社会资本的影响机制研究

姜卫韬 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP)数据

基于结构洞理论的企业家社会资本的影响机制研究 /
姜卫韬著. —杭州: 浙江大学出版社, 2012. 7
ISBN 978-7-308-10179-0

I. ①基… II. ①姜… III. ①企业家—社会资本—研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 141527 号

基于结构洞理论的企业家社会资本的影响机制研究 姜卫韬 著

责任编辑	姚燕鸣
封面设计	姚燕鸣
出版发行	浙江大学出版社 (杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007) (网址: http://www.zjupress.com)
排 版	杭州中大图文设计有限公司
印 刷	杭州日报报业集团盛元印务有限公司
开 本	710mm×1000mm 1/16
印 张	15
字 数	220 千
版 次	2012 年 7 月第 1 版 2012 年 7 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-308-10179-0
定 价	36.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571) 88925591

总 序

朱 伟

国以才立,政以才治,业以才兴。对一个国家、一个城市来讲,人才资源是最重要的战略资源,人才优势是最可依靠的优势,人才竞争已成为国家和区域竞争的聚焦点。人才济济,乃成大业;人才蔚起,城市方兴。人才在转变经济发展方式、实现科学发展中的引领支撑作用愈加明显,人才工作在党委、政府全局工作中的基础性和战略性意义更加突出。

近年来,宁波各级党委、政府坚持把人才工作摆在更加突出的位置,全面贯彻落实科学人才观,加快实施人才强市战略,围绕构建以人才集聚高密度、人才素质高水准、人才结构高适应、人才机制高活力、人才产出高效能、人才发展高水平为标志的区域性人才高地,积极推进观念创新、政策创先、机制创活、载体创特、服务创优等一系列改革创新实践,人才工作呈现出总量快速增长、结构明显改善、素质逐步提升、效能不断增强的良好发展局面。到 2011 年年底,全市人才总量 109.1 万人,其中硕士、博士人才 2.6 万人,高技能人才 20 万人,高级职称人才 4 万人,有 22 人和 55 人分别入选国家、省“千人计划”。

同时应清醒地看到,当前宁波人才发展水平与经济社会快速发展的需求相比还有不相适应的地方,与先进城市相比还有一定的差距,特别是领军和拔尖人才比较紧缺、人才结构和空间布局不尽合理、人才发展的体制机制障碍尚未完全消除、人才创新创业环境有待进一步改善等。未来几年是宁波深化改革开放、加快转型升级的攻坚阶段,是大力实施“六个加快”战略、再创科学发展新优势的关键时期,人才发展面临着前所

未有的机遇,对人才工作也提出了更多更高的新要求。进一步加强人才理论研究,对于适应时代发展新形势,了解人才发展新特点,把握人才成长新规律,破解人才工作新难题,推动人才优先发展,显得尤为重要和紧迫。

根据宁波市人才工作的总体部署,去年市政府发展研究中心资助出版了“宁波人才研究丛书”,这是我市第一套以人才发展理论为研究对象的学术丛书,受到了市内外的广泛关注和好评,在人才理论界和实务工作领域产生了积极反响、发挥了很好作用。在此基础上,今年组织开展“宁波博士研究(人才)丛书”出版资助。这套丛书主要突出三个特点:一是标志性。资助出版的著作,是经过严格评审和精心挑选的“精品力作”,是宁波博士人才群体中人才研究工作者的标志性成果。二是学术性。资助出版的著作,是基于宁波人才工作实践基础上的理论性研究成果,观点鲜明、逻辑清晰、表述严谨,具备较高的学术水准和学术价值。三是创新性。资助出版的著作,选题、视角、观点和材料都较新,着力体现和反映人才研究的前沿动态、创新方法和完成成果,具有较强的理论创新意义。

相信本丛书的出版,对于进一步推动人才工作的理论创新和学术创作、丰富人才研究理论体系,以及进一步支持和鼓励人才研究工作者开展调查研究、提升成果质量都将起到积极的推动作用。希望宁波广大人才研究工作者以科学人才观为指导,把握当前人才工作新趋势,瞄准人才工作新热点,多出有深度、有影响、有分量的精品力作,为人才研究理论体系的丰富和发展做出更多更大的贡献;多出有见解、有价值、有实效的研究报告,为解决人才工作中遇到的现实问题提供更多更好的决策建议。希望广大人才工作者学习、吸收、利用好这些研究成果,用新理论指导解决人才实践新问题,用新知识推动人才工作上新台阶,为宁波基本建成现代化国际港口城市、提前基本实现现代化、建设社会主义“四好示范区”做出积极贡献。

前 言

企业家社会资本是对于新古典经济学“管理成为生产中第四要素”的一个补充。企业家编织、运营和发展与企业有关的各种人际关系网络已经越来越成为企业家制定和组织实施企业经营中各种决策的重要基础。特别是在20世纪90年代以来的新经济中,企业环境的异质性提高、容量加大,出现“超竞争”,信息、关系等各种隐性资源取代质量、价格而成为左右竞争成败的关键因素。因此,无论从微观层面上企业家在企业经营发展中的关键作用看,还是从宏观层面上新经济对企业家获取竞争优势的要求看,增加企业家社会资本的容量,提升企业家社会资本的效率,从而构建有利于企业发展的环境网络已经成为企业家的核心工作之一。

众多学者通过大量的理论和实践研究,证明了企业家社会资本在很大程度上取决于企业家在关系网络中的位置是否有利,以及企业家是否拥有丰富的社会资源。然而,什么是关系网络中的有利位置,什么是丰富而有效的社会资源,如何优化关系网络,如何有效增加社会资源,以及如何采取有效策略提高企业家社会资本的运用效率等,现有研究成果对此并没有给出清晰的答案。

针对上述问题,本书以社会网络分析(SNA)的重要代表理论——结构洞理论作为理论依据,以竞争的社会结构为切入点,将网络分析的观点与企业管理学的思想相结合,从理论上深入探讨企业家社会资本的内在影响机制,建立基于结构洞理论的企业家社会资本影响机制理论结构模型。在此基础上,本书以企业家作为调查对象,在借鉴国内外研究成

果和实地访谈的基础上,设计调查问卷。经过小样本测试后,大样本调查选择了湖北省、广东省、重庆市、浙江省4个省市进行简单随机抽样,共发放问卷500份,获得有效样本235个。在数据处理过程中,运用确定性因子分析、结构方程模型等方法,在检验数据信度及效度的同时对假设和模型进行分析和验证。

本书的主要研究结论包括:

1. 企业家社会资本的核心是获取企业家机会的能力,这种能力充分体现在以下3个层面上。在结构层面上,企业家关系网络提供的控制利益代表的是一种获取企业家机会的显性能力,是企业家社会资本在结构层面的表现,因此,企业家关系网络是企业家社会资本的结构性构成因子。在资源层面上,企业家社会资源提供的信息利益也是一种获取企业家机会的显性能力,是企业家社会资本在资源层面的表现,因此,企业家社会资源是企业家社会资本的资源性构成因子。在策略层面上,企业家机会策略的有效性体现了一种获取企业家机会的隐性能力,它是企业家社会资本在策略层面的表现,因此,企业家机会策略是企业家社会资本的策略性构成因子。

2. 在竞争的社会结构中处于结构自治地位的企业家是连接各方的“桥梁”,拥有更多的控制利益和信息利益。因此,结构自治在结构层面上提升了获取企业家机会的能力,是企业家社会资本的结构性影响因子。从资源层面看,经过非冗余性优化而形成的“效率—效力”资源结构能给企业家带来高质量的异质性控制利益和信息利益,从而在资源层面上提升了获取企业家机会的能力,所以,非冗余性是企业家社会资本的资源性影响因子。从策略层面来看,以结构洞信号和“第三方策略”为内涵的结构洞策略有效改善了企业家识别机会、开发机会的心智过程,从而在策略层面上显著提升了企业家机会策略的效果,是企业家社会资本的策略性影响因子。

3. 在基于结构洞理论的企业家社会资本的影响机制中主要包括 3 种作用路径和作用过程,分别是:影响因子与构成因子之间的因果作用机制、影响因子之间的相互作用机制、构成因子之间的因果作用机制。这 3 种作用机制反映了包括 3 个影响因子和 3 个构成因子在内的 6 个潜变量在结构、资源、策略等 3 个层面上的互动演化过程,这种互动演化的核心就是控制利益、信息利益和策略有效性。具体来说,首先,结构自治与企业家关系网络提供的控制利益、企业家社会资源提供的信息利益都是显著正相关,但与企业家机会策略的有效性不是显著正相关;非冗余性对企业家关系网络提供的控制利益、企业家社会资源提供的信息利益、企业家机会策略的有效性三者均产生显著的因果作用;结构洞策略与企业家机会策略的有效性之间也存在显著的因果关系。其次,结构自治与非冗余性之间是显著相关的,但两者与结构洞策略之间并没有显著的相关性。最后,企业家关系网络提供的控制利益、企业家社会资源提供的信息利益会对企业家机会策略的有效性产生显著影响。

在总结本书研究成果的基础上,对结论的实践应用进行了讨论。首先,对实践应用的意义进行了辨析。其次,分析了研究结论应用的逻辑基础。最后,提出了企业家社会资本的增殖策略,并进一步指出,企业家在构建自身高效的社会资本时,应该着重考虑非冗余性,扩大社交圈;同时,要培养高度的机会敏感性,针对不同的情境,灵活运用不同的方法,创造性地获取企业家机会。

本书由宁波市人民政府发展研究中心资助出版,在此表示感谢。

关键词: 企业家社会资本;结构洞理论;影响机制;企业家机会;增殖策略

ABSTRACT

The entrepreneurial social capital(ESC) is a supplementary to the words in the Neo-Classical Economics that “management becomes the fourth element in the production”. Entrepreneurs’ weaving, running, and developing kinds of social networks related to the enterprises has increasingly become the important foundation of entrepreneurs making and carrying out business decisions. Especially in the neo-economics since 20st century 90s, the environmental heterogeneity and capacity of the enterprises has improved; ultra-competition appears; information and relationship instead of quality and price, becoming the key factors of competition success or failure. Thus, according whether entrepreneurs’ key role in buisness on the micro-level or entrepreneurs getting competitive advantage in the neo-economics on the macro-level, increasing the capacity and raising the efficiency of ESC for constructing network favorable to the enterprises development has become one of the entrepreneurs’ core works.

Many scholars have proved through theoretical and practical studies that ESC is determined by two factors as follows: whether the entrepreneur occupies favorable sites in networks, and whether the entrepreneur owns abundant social resources. However, what does the favorable site and abundant social resources mean? How to optimize network and effective increase social resources? What strategies should be used to improve efficiency of ESC? etc. No distinct answers could be found in existing researchs.

Aiming at such problems, this paper takes the Theory of Structural Holes—the important representative of SNA as the theoretical basis, takes the social structure of competition as the enter-point, combines SNA with the ideas of enterprise management science, makes a further discussion on influence

mechanism of ESC theoretically, constructs the theoretical model of influence mechanism of ESC basing on the Theory of Structural Holes. Based on it, the paper designs questionnaires aiming to entrepreneurs learning from the existing researchs and on-site conversations, and revises original data by pretest. Four regions, Hubei, Guangdong, Chongqing, Zhejiang are selected in formal survey. 500 questionnaires are launched from the simple random sampling and 235 effective return. Confirmatory factor analysis, structural equations modeling analysis, etc are applied in the data processing, testing data's reliability and validity, validating the model and hypotheses.

The conclusion of this paper includes the following points:

1. The core of ESC is the capability for obtaining entrepreneurial opportunity(COEO), and is fully reflected on the following 3 levels. On the structural and resources level, the control benefits of the entrepreneurial relation network and the information benefits of the entrepreneurial social resources is the external ability of COEO, is ESC on the structural and resources level. Therefore, the entrepreneurial relation network is the structural component factor and the entrepreneurial social resources is the resources component factor of ESC. On the strategic level, the validity of the entrepreneurial opportunity strategy is the internal ability of COEO, is ESC on the strategic level. Hence, the entrepreneurial opportunity strategy is the strategic component factor of ESC.

2. In social structural of competition, the structural autonomy for network and the nonredundancy for resources could yield more control and information benefits to entrepreneurs, enhance COEO on the structural and resources level. So, the structural autonomy and the nonredundancy is the structural and resources influence factor of ESC. The structural hole strategy including hole signature and tertius strategy improve effectively the cognitive process of distinguishing and exploiting opportunity, so as to promote effects of the entrepreneurial opportunity strategy on the strategic level and is the strategic influence factor of ESC.

3. The model of influence mechanism of ESC basing on the Theory of

Structural Holes include three kinds of acting path and function process, such as causal mechanism between component factors and influence factors, interacting mechanism among influence factors, and causal mechanism among component factors. These mechanisms reflect mutual process among six latent variables on the structural, resources and strategic level which core is control benefits, information benefits and strategy validity. Firstly, the structural autonomy has an obviously positive correlation with the control benefits of the entrepreneurial relation network and the information benefits of the entrepreneurial social resources, however, not with the validity of the entrepreneurial opportunity strategy. The nonredundancy has an obviously causal effect on those three component factors of ESC. The structural hole strategy has an obviously causal effect on the validity of the entrepreneurial opportunity strategy as well. Secondly, there are significant correlation between the structural autonomy and the nonredundancy. But there is no evidence showed that they have significant correlation with the structural hole strategy. Finally, the control benefits of the entrepreneurial relation network and the information benefits of the entrepreneurial social resources has a strong positive correlation with the validity of the entrepreneurial opportunity strategy.

On the foundation of summarizing achievements, the paper also discusses their applications and practices. Firstly, the paper discriminates the practical application significance. Then, the logical basis of the results appliance is analyzed. Finally, the author puts forward the proliferation strategy of ESC, and indicates that it is important for entrepreneurs to construct efficient ESC that the nonredundancy should be emphatically considered, the social sphere should be expanded, and super-sensitivity for opportunity should be cultured, the different strategy should be used flexibly in view of different situations to obtain entrepreneurial opportunity creatively.

Key Words: entrepreneurial social capital, Theory of Structural Holes, influence mechanism, entrepreneurial opportunity, proliferation strategy of ESC

目 录

第一章 导 论	1
第一节 问题的提出	1
一、研究背景	1
二、问题提出	4
第二节 研究目的和意义	6
一、研究目的	6
二、研究意义	7
第三节 研究思路和方法	8
一、研究思路	8
二、研究方法	9
第四节 研究内容和结构安排	10
一、研究内容	10
二、结构安排	12
第二章 文献综述	14
第一节 企业家社会资本理论	14
一、社会资本理论的主要内容及评述	14
二、有关企业家社会资本内涵的研究综述	21
三、有关企业家社会资本决定因素的研究综述	25
第二节 结构洞理论	29
一、社会网络分析	29

二、结构洞理论的缘起和主要内容	31
第三节 本书的研究视角	33
第三章 企业家社会资本的内涵与构成因子分析	37
第一节 基于结构洞理论的企业家社会资本本质的分析	37
一、结构洞理论视角下的竞争范式	37
二、企业家的社会资本与企业家的金融资本、人力资本的区别	41
第二节 企业家社会资本概念的再界定	45
一、企业家的内在实质属性	45
二、企业家社会资本的定義	49
第三节 企业家关系网络	53
第四节 企业家社会资源	57
第五节 企业家机会策略	61
一、企业家机会识别	62
二、企业家机会开发	64
第四章 基于结构洞理论的企业家社会资本的影响因子分析	70
第一节 结构自治	70
一、约束	71
二、第二级结构洞	73
三、结构性影响因子	74
第二节 非冗余性	77
一、效率—效力成长模型	78
二、资源性影响因子	83
第三节 结构洞策略	86
一、结构洞信号	87
二、策略行动	89
三、策略性影响因子	94

第四节 理论结构模型的构建	98
第五章 变量的测量与小样本测试	102
第一节 变量的测量	102
一、企业家社会资本构成因子的测量	103
二、企业家社会资本影响因子的测量	109
第二节 问卷设计	114
第三节 问卷的小样本测试	115
一、小样本分析方法	115
二、小样本分析结果	117
第六章 大样本调查和数据分析	120
第一节 数据的获取、样本描述与统计分析方法	120
一、数据收集	120
二、样本描述	122
三、统计分析方法	123
第二节 测量的信度、效度和确定性因子分析	125
一、企业家关系网络提供的控制利益的信度、效度和确定性因子 分析	125
二、企业家关系网络提供的控制利益的信度、效度和确定性因子 分析	127
三、企业家社会资源提供的信息利益的信度、效度和确定性因子 分析	130
四、企业家机会策略的有效性的信度、效度和确定性因子 分析	132
五、结构自治的信度、效度和确定性因子分析	134
六、非冗余性的信度、效度和确定性因子分析	135
七、结构洞策略的信度、效度和确定性因子分析	137

第三节 假设检验:结构方程模型分析	140
一、理论模型分析	140
二、研究假设验证结果	142
第四节 实证结果讨论	146
一、影响因子与构成因子之间因果作用机制的探讨	146
二、影响因子之间相互作用机制的探讨	155
三、构成因子之间因果作用机制的探讨	157
第五节 研究结论	158
第七章 企业家社会资本增殖策略	162
第一节 对研究结论实践应用意义的辨析	162
一、结构洞理论评述	162
二、结构洞理论争鸣与思考	164
第二节 本书研究成果应用的逻辑基础	169
第三节 企业家社会资本增殖的三种策略	171
一、补洞策略——联系紧密化	172
二、寻洞策略——联系差异化	175
三、析洞策略——联系细分化	178
第四节 企业家社会资本增殖策略的实质	181
第五节 企业家社会资本增殖策略的优选	183
第八章 总结与展望	185
第一节 研究总结	185
第二节 研究中的不足与后续研究展望	188
附录 A 调查问卷	190
附录 B 数据的描述性统计和正态分布	202
参考文献	205

第一章 导 论

第一节 问题的提出

一、研究背景

企业的发展离不开企业家,一个优秀的企业家或企业家群体是企业成功的重要条件。国内外企业发展史和优秀企业家的业绩已经雄辩地证明了这个论点。福特汽车公司在 20 世纪初因亨利·福特的卓越的企业家才能开发的 T 型车而使该公司成为业界领袖;IBM 公司在 20 世纪 90 年代初曾经下滑到谷底,1994 年新的首席执行官郭士纳上台后,大刀阔斧进行了改革,使 IBM 不到 5 年的时间便再创辉煌;已有 120 多年历史的美国通用电气公司(简称 GE 公司),一直兴盛不衰,连续 5 年位居“全美最受推崇公司”排行榜的首位,它的成功也与第 8 任董事长兼首席执行官的杰克·韦尔奇的杰出表现分不开。在我国,一批耳熟能详的一流企业的盛衰枯荣背后,同样离不开优秀企业家的身影。众所周知的长虹、海尔、春兰、联想、TCL 等国内著名企业之所以能迅速崛起,具有强大的市场竞争能力,关键在于这些企业拥有像倪润峰、张瑞敏、陶建幸、柳传志、李东生等这些杰出的企业家。

著名的巴特莱法则认为,企业领导人员约占职工总数的 20%,他们对企业的贡献却占总业绩的 80%,而其余 80%的人完成的业绩仅占业绩的 20%。这其中企业家的作用又如何呢?日本松下公司总裁松下幸之助认为,企业的兴衰 70%取决于企业家。企业家是企业成败的主体或关键因素。

长久以来,理论界在研究企业家对企业成长与发展的影响时,主要集中在

3个方面:一是从激励的角度来研究企业家(Alchian and H. Demsetz, 1972; Holmstran and Tirole, 1987; 尤金·法马, 1980; Harris and Raviv, 1989; Jensen and Murphy, 1990), 探讨如何有效地激发企业家内在的动机, 促进其更出色地完成目标, 例如, 通过赋予“剩余索取权”来激励企业家等;二是从制度背景来研究企业家(加里·D. 利贝卡普, 2000; Acemogle and Johnson, 2005; Cable and Durrheimer, 1983; Cable and Yasuki, 1985; Hilary Ingham, 1992; North, 1990), 指出在经济转型过程中, 制度环境的不确定性与开放市场的竞争共同决定了企业家的创新意愿, 而企业的成长则是内生于这种意愿的;三是从企业家精神的视角来研究企业家, 这一流派汇集了大量的文献, 例如, Xavier Richet(2001)分析了转型经济中企业家精神的培养与发育; Hiroshi Mannari(2001)比较了 19 世纪 80 年代至今各阶段企业家精神的内涵及其变化对企业的影响; Lumpkin 和 Dess(1996)在总结美国组织经验的基础上提出了西方学者普遍接受的企业家精神的五大构成要素:冒险、创新、独立性、变革、竞争性进攻;马歇尔认为企业家精神是一种心理特征, 主要包括“果断、机智、谨慎和坚定”以及“自力更生、坚强、敏捷并富有进取心”, “对优越性具有强烈的愿望”(彭正龙, 崔凯, 2007); 而 William B. Gartner(1988)提出了企业家精神的新组织创建观; Robert W. Hornaday(1992)构建了企业家精神的三维框架观; William D. Bygrave(1999)论述了企业家精神的创业过程观; 以及 G. T. Lumpkin 和 Gregory G. Dess (1996)阐释了企业家精神的创业型导向观等。

上述研究主要是将企业家自身的内在素质作为研究对象来展开讨论, 而基本上不涉及企业家所身处的社会环境因素。这样就引出了新的问题:企业家在经营企业的过程中, 需要与社会环境频繁地互动, 既要从环境中获取资源, 又要受到环境的制约。企业家能力的发挥, 以及企业家对企业成长的关键性作用都离不开社会环境这个大背景。那么, 除了企业家自身的素质以外, 社会环境的外部因素又是怎样影响企业家对企业的经营管理的呢? 而企业家在与外部互动的过程中, 又可以从外界获取哪些对己有利的资源, 以及应该如何获得机会、突破制约呢? 近年来, 不少学者意识到了这些问题, 实际上在研究企业家能力