

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

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 Dirrheimer, 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所处的社会环境因素。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

及其对企业发展的影响时,既要深入分析其自身的内在因素,也要充分考察外在的环境因素。在已有研究着重讨论内在因素而假设环境因素对企业家是同质的基础上,需要转换研究视角,进一步拓展研究视野。其中一个引人注目的流派是基于社会资本(Social Capital)理论,从企业家的关系能力来探讨企业的成长(Park and Luo, 2001; Peng and Heath, 1996; Shan and Hamilton, 1990; Tsang, 1996; Guthrie, 1998; Li and Atuahene-Gima, 2001; 边燕杰、丘海雄, 2000)。该流派认为,在中国社会背景下,通过建立良好的关系网络、积累充足的社会资源是促进企业成长的重要途径,如 Peng 和 Heath (1996) 以及 Shan (1990) 等人的研究表明,关系基础的战略(战略联盟与政府网络)促进了企业效益的增加,边燕杰和丘海雄(2000)也验证了社会资本与企业生产力之间的正相关关系。

“社会资本”(Social Capital)作为一个现实性和解释性都很强的社会学概念,已经被广泛应用于经济学和管理学研究。根据 Woolcock (1998) 的研究,“社会资本”概念的正式提出最早可追溯到海尼凡(L. J. Hanifan, 1916)。以后经过詹姆斯·科尔曼(James S. Colman)、罗伯特·普特南(Robert Putnam)、波茨(Alejandro Portes)等人的发展,社会资本理论已成为具有重要影响的跨学科理论。关于社会资本的概念,目前理论界尚未形成统一的认识,一般认为,个体的社会资本是其调动网络资源的能力,所谓“企业家社会资本”(Entrepreneurial Social Capital)就是企业家调动其关系网络中的社会资源以获取利益的能力。本书将在第三章深入探讨企业家社会资本的本质,并界定其内涵。

在经济领域,人们常常发现,一个企业的成败往往与经营者是否拥有广泛的社会交往和联系紧密相关。通过这种交往和联系,企业可以获得价值连城的信息,捕捉令企业起死回生的机遇,摄取稀缺的资源,争取风险小而获利大的生产项目,从而在愈来愈激烈的竞争中扬长避短,立于不败之地。从这个意义上说,企业家社会资本是对新古典经济学“管理成为生产中第四要素”的一个补充。一方面,在传统的经济学解释范式中,信息的获得、社会网络支持等与社会环境有关的作用要素往往被假定为零成本或基础平等的,事实上在现实经济运

行中,正是这些要素经常发挥着至关重要的作用。另一方面,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。例如,机会的及时获得,需要占据有利的关系网络位置以及拥有高效率的非冗余的网络联系;而经营方向的正确选择更是要求企业家不仅能够收集充分的市场信息,而且能预测可调动的企业内部和外部的各种资源。

因此,运用企业家社会资本来解释纯粹经济要素之外的社会环境作用因子,为我们更系统更充分地认识企业家在企业经营发展中的作用提供了一个新的视角。

从另一个角度看,20世纪90年代以来,因特网产生了一种崭新的经济现象,它不仅带动以信息业为中心的新产业发展,而且也使传统产业的生产 and 交易发生了前所未有的变化。在新经济中,个体以网络方式连接于社会群体之中,个体的经济价值是通过群体网络来体现的。同时,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重要因素。因此,新经济强化协作的价值,突出关系的资源,表现群体的范式功能。在此背景下,对企业家的选拔和使用,既要考虑其智力资本也要考虑其社会资本。

综上所述,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。

二、问题提出

决定企业家社会资本容量的大小,影响企业家社会资本效率的高低的因素是多方面的。现有文献表明,学者们在分析企业家社会资本的影响因素时所采取的研究思路主要是,通过研究企业家社会资本的形成过程、更新机制、计量方法等,从中发掘在不同的环节上决定企业家社会资本的容量及效率的因素