

# 社会创业者社会资本对机会识别的影响研究

汪 忠, 李 姣, 袁 丹

**摘 要:** 社会企业以社会目标为驱动力, 通过商业模式运作解决社会问题, 有助于建设和谐社会, 在就业、教育、扶贫等领域发挥重要作用。社会企业在资源获取的困难制约其可持续发展, 而创业者社会资本是获取外部信息和资源的主要途径, 有助于其识别机会从而获取资源。基于社会资本理论, 将创业警觉性作为中介变量, 采用实证研究分析社会创业者社会资本对机会识别, 得出社会创业者社会资本对机会识别有显著正向影响; 创业警觉性在社会创业者社会资本与创业机会之间起部分中介作用。社会创业者应重视社会资本、提升创业警觉性和展开多维度的创业机会, 有助于识别有价值的创业机会, 提升社会创业实践的有效性和成功率, 获得可持续发展。

**关键词:** 社会创业者; 社会资本; 机会识别; 创业警觉性; 中介作用

**中图分类号:** F275.6 **文献标识码:** A **文章编号:** 1671-0169(2017)02-0140-10

**DOI:**10.16493/j.cnki.42-1627/c.2017.02.015

## 一、引 言

社会企业的发展自 2004 年正式开始在国内起步, 随后作为促进社会治理和包容性发展的新生力量不断崛起, 社会地位也日益提高, 并逐渐受到政府的关注和重视。作为社会创新最活跃主体与重要推动力量, 社会企业是兼顾社会、经济双重属性的创业组织, 在创业过程中面临着资源匮乏问题。社会资本是实际或潜在资源的积累, 社会创业者可通过社会资本的创造, 触及政府难以解决的社会问题, 形成独特的竞争优势; 还可通过社会资本的连锁反应, 追寻更多的人力物力及金融资本, 形成良性循环, 创造丰富的社会——经济效益<sup>[1]</sup>。

创业机会是创造性整合资源, 以满足市场需求, 创造价值的一种可能性。Wasdani 等 (2014) 指出, 创业者的个人社会资本在不同阶段会对创业机会识别产生差异化的影响<sup>[2]</sup>。如今, 以社会网络、分工和共享为特征的社会生产格局改变了以往基于大规模资金和资本投入的创业模式, 逐步将创业者的焦点引向创业环境中的社会关系、互惠合作、信任等社会资本要素。中国是一个关系本位社会, 本文从社会资本理论视角出发, 将创业机会识别的研究领域拓展到社会企业中, 对社会企业的创立和成长具有较强的理论和实践意义。

基金项目: 国家自然科学基金“以社会企业为主体的社会创业生态系统形成与演进: 模式、机制及实证研究”(71172195); 湖南大学资政研究专项“社会创业生态系统建设理论与实践研究”(531107050855)

作者简介: 汪忠, 管理学博士, 湖南大学工商管理学院副教授 (湖南长沙 410082); 李姣, 湖南大学工商管理学院硕士研究生

## 二、理论分析与研究假设

### (一) 文献回顾

创业者的社会资本水平决定其发现与识别机会可能性的大小,也决定创业者获取外界支持的数量。社会企业置身于一种既合作又竞争的特定领域内,其中有政府部门、非营利组织、传统商业企业、科研院所或其他社会创业组织,彼此间频繁进行着市场、人才、技术方面的信息交流,构成了一张复杂的社会关系网络。在社会网络被工具性的应用并产生价值时,社会网络就会被资本化为社会资本。社会创业者社会资本是社会企业内寻求各种创业机会的创业者将创业活动嵌入到所处社会网络中,并为创业者所利用,创造社会与经济效益的各种社会关系。

社会企业作为一种新型创业组织,与传统商业企业同台竞技,必须与其他相关创业组织在空间上聚焦,进行频繁交流与密切联系,构建共同的行为规范、信任及价值理念,均是创业者社会资本的外在表现形式。

创业者社会资本是机会识别行为中重要的因素,个体拥有的社会资本为机会识别提供潜在获取外在信息资源的途径,决定机会的形成乃至企业的创建。社会资本有效扩充创业者获取稀有资源的途径,有助于创业者获取更多的无形资源,如信誉和能力。另外,受自身信息组合的吸收能力的限制,个体在创业决策中有赖于通过社会资本增强对外交流,从而获取必要的信息与建议。社会资本具有声誉和信号效应,能够将积极地社会网络活动转变为后续盈利的业务机会<sup>[3]</sup>。

Santos 等对 245 名新创企业创业者进行调查,运用结构方程模型分析得出机会识别与企业创办需要考虑创业机会的可行性和盈利性<sup>[4]</sup>。

不同于以寻租和最大化利益为前提的传统创业机会,社会创业以社会价值为使命,以商业化运营为手段的这种特殊手段——目的关系使得其机会属性有所差异<sup>[5]</sup>。某种程度而言,社会创业的机会是凸显社会和经济双重价值底线的志愿、私营和公共机构组织的创新性活动机会,基于双重底线的基本原则,需考虑到社会创业机会的社会性<sup>[6]</sup>。社会性识别强调社会企业创业者对社会匹配的追求以及社会责任的承担,能够积极敏锐地洞察社会需求,率先将社会困境转变为市场机会,凸显机会存在的社会价值<sup>[7]</sup>。社会企业运用创新手段解决社会问题,在创业过程中兼顾社会、经济、环境三重效益,具有鲜明社会导向性的本质决定其创业机会识别中含有的社会性特征,得到多数学者认可。

### (二) 社会创业者社会资本与机会识别作用机理

社会资本不是一个单一、可操作的静态概念,它具有丰富的内涵与多样的形式,且不同形式的资本间存在迥异性。微观层次的社会资本是个体通过构建社会关系网络获得所需资源(如信息、知识、社会支持或影响等)的途径,创业者行为嵌入此特定网络中并受其影响和制约。社会创业者的社会资本即隶属微观层面的社会资本。根据网络视角下成熟的社会资本三维度理论,考虑网络中人际关系和社会网络特征,本研究将社会创业者社会资本划分为结构社会资本、关系社会资本和认知社会资本。具体而言,结构社会资本囊括网络连带、社会连带和网络构型等关系结构,是社会创业者的行为活动结构性镶嵌于某一社会网络的结果,体现社会创业者所拥有社会关系的规模和稳定性;关系社会资本囊括信任、规范、期望、义务等,是一种关系性嵌入,反映社会创业者与各利益相关者间的信任程度和亲密性;认知社会资本囊括共有编码、共同语言及价值观等,表现为嵌入到网络中的文化传统、认知范式等,反映社会创业者与各利益相关者间的相互理解与认可<sup>[8]</sup>。

结构社会资本多以社会网络的形式表现,作为信息和资源的有效获取载体,网络为创业者衡量所识别出的创业机会是否可以带来预期收益提供依据。创业者通过其能触及更丰富多样化的信息,增加获取关键外部资源的概率,识别更多潜在的创新性机会。创业者通过网络架构与成员进行信息

与资源交换,对所筛选出的机会进行探讨交流,淘汰可行性不足的机会,完善留下机会,确保最终选取创业机会具备可操作性和独特性。

关系社会资本反映网络关系中主体进行资源转让或与他人合作的意愿度,有助于信任机制的产生,促进创业者与弱联系间的资源交互功能,提升创业者资源获取能力与资源配置效率<sup>[9]</sup>。

创业者对高信任水平网络关系的创业机会进行开发时,会秉承一定的负责任态度,对收益进行衡量,一般都会取得比较可观的盈利<sup>[10]</sup>。相互信任的关系有利于创业者降低融资成本,缓解创业主体的资金压力,提升盈利的可能性与持续性<sup>[11]</sup>。

认知社会资本指网络中价值理念和认知范式,被实例化在共享的准则、代码、场景、范例中,主要表现为观点的共享、价值观的一致及语言的统一。共享的愿景与共同的价值观推进企业内部创新共识的形成,有助于员工间的相互理解和想法交换<sup>[12]</sup>。创业者的认知社会资本水平越高,与其他创业者享有的愿景与语言相似度更高,显著加快异质性知识整合,有助于识别盈利性创业机会以服务组织自身发展与贡献社会<sup>[13]</sup>。因此:

假设 1: 社会创业者的社会资本对创业机会识别有正向影响。

### (三) 创业警觉性的中介作用

个体由于创业警觉性的作用发现未满足市场需求进而识别机会,是影响创业机会发现与否的前提条件。高创业警觉性的个体更有可能发现机会<sup>[14]</sup>。

创业者的社会关系越稠密、质量越有保障,其对潜在的创业机会的警觉性越高。结构社会资本能为创业者占有关键资源通道,拥有关键信息通道的创业者具备更高水平的创业警觉性,有助于创业者熟知与洞察环境中的变化,并能迅速寻找与形成新的目的架构。关系社会资本降低交易成本,促进隐性知识的转移及其他信息资源的流动,促成知识共享。匹配的认知社会资本使创业者以相同的方式进行编码与信息解读,减少信息搜索和解读成本,使创业者在信息流中捕捉到有用的信息。这种对信息的积累、传递与选择正是创业者创业警觉性能力的完整映射。创业者拥有的创业资源越丰富,越容易从中获得信息、技术和资金的支持,甚至形成新旧信息的碰撞,对创业警觉性产生显著的正向影响<sup>[15](P20-26)</sup>。因此:

假设 2: 社会创业者社会资本对创业警觉性有正向影响。

机会识别的本质就是洞察具有潜在商业价值的初始创意,其前提是创业者具备警觉性和洞悉潜在商机的知觉。具有较高的创业警觉性的行为主体会对所处环境中的各种信息高度敏感,发现厂商与消费者之间问题、市场上未满足的需求或新的资源组合方式,由此发现机会的可能性较大<sup>[16]</sup>。

创业机会识别依赖于创业者发挥警觉性对周边信息进行发掘和评估<sup>[17]</sup>。当变化的市场环境不断对外发射信号时,高水平创业警觉性的行动者更有可能对信息进行捕捉与感知,将新信息与现有认知框架中的创业机会原型进行匹配,摒弃掉不重要的信息,只保留反映潜在商业机会的信息,增加了机会识别的可能性。高创业警觉性的个体往往更具辨别真伪的潜质,能够准确地离析出机会的隐含报酬。另外,作为个体的一种特质,创业警觉性能够以某种方式帮助个体在既有知识信息流中辨识到解决市场供需平衡的新方案,或创造性的开发出尚未出现的新产品和服务。因此:

假设 3: 社会创业者创业警觉性对创业机会识别具有正向影响。

创业机会识别是创业过程的起点,先验知识、社会网络、创业警觉性是创业机会识别的影响因素,创业警觉性在其中发挥中介作用<sup>[18]</sup>。创业者通过社会资本能更好地触及市场信息、商业动态、创业知识或其他更丰富的信息资源,在创业警觉性的作用下,更有效的对信息过滤和创新性的吸收整合,最大化资源价值,为评判机会的潜在价值和可操作性提供依据。对创业者而言,社会资本是其与外部信息交流的主要渠道,促进对关键资源的获取及认知能力培养<sup>[19]</sup>。警觉性高的个体容易迸发出突破性的创意,对创业机会更敏感,更能感知到商业环境中潜在机会的存在。创业者在机会

识别的过程中, 需要保持创业的警觉性, 在高速增长的信息知识中不断挖掘出新的有用信息和资源形成创业机会<sup>[20]</sup>。Ardichvili 等从理论上推测出, 社会资本、创业警觉性和创业机会识别三者之间存在某种内在联系 (如图 1 所示), 社会资本通过创业者的警觉性最终影响到创业机会的识别, 提出以创业警觉性为中介变量的创业机会识别和开发理论模型<sup>[21]</sup>。

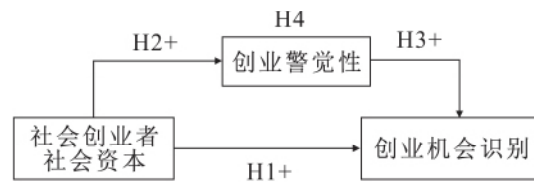


图 1 研究模型

假设 4: 创业警觉性在社会创业者社会资本与创业机会识别之间起中介作用。

### 三、研究设计

#### (一) 样本选择与数据特征

本次调研采用问卷调查获取所需数据。考虑国内社会企业发展的滞后性和地区性, 以及实证检验中问卷发放的可行性、回收的有效性与样本的典型性等综合条件, 本研究调查问卷发放群体选定两种群体: 英国大使馆文化教育处社会企业家技能培训的学员及他们所熟悉的社会企业家发放; 参与青年恒好公益创业行动的项目组织负责人, 其践行社会创业三年以上。问卷发放主要通过纸质问卷和在线调查的方式进行, 历时三个月, 共发放问卷 247 份, 回收问卷 198 份, 回收率 80.16%, 有效问卷 169 份, 有效回收率达 68.42%。从表 1 看出, 社会创业者的性别、年龄、文化程度、所处企业规模、成立年限、所属领域和所在地区方面, 分布具有一定的广泛性和代表性。

表 1 样本结构分布情况 (N=169)

个人背景变量	分类	比例 (%)	个人背景变量	分类	比例 (%)
性别	男	56.80	企业规模	10 人以下	10.06
	女	43.20		10—30 人	35.50
年龄	25 岁及以下	9.48		31—50 人	40.83
	26—34 岁	21.30		50 人以上	13.61
	35—44 岁	42.01	所属领域	教育文化	24.26
	45 岁及以上	27.21		扶贫开发	12.43
文化程度	高中及以下	11.83		环境保护	11.24
	大中专	20.12		医疗卫生	6.51
	大学本科	44.38		老人和残障	13.61
	硕士及以上	23.67		妇女儿童	21.31
成立年限	1 年以内	34.32		其他	10.64
	1—3 年	36.09	所在地区	东南沿海	32.54
	3—5 年	20.12		华北及东北部	23.08
	5 年以上	9.47		中部	28.40
		西部		15.98	

#### (二) 变量测量

量表采用 Likert5 点计分的方式, 要求受访者根据实际情况判断各题项与本人符合程度, 1—5 分别代表非常不同意、不同意、不确定、同意、非常同意。

(1) 创业者社会资本。Nahapiet 和 Ghosllal<sup>[22]</sup>认为社会资本是创业者通过关系网络获取的实际和

潜在资源的总和,并从结构维度、关系维度、认知维度三方面进行度量。此种划分方式囊括个体之间连带的社会网络(结构维度)、通过规范和认同建立的信任(关系维度)、心理认知(认知维度),清晰地描述创业者通过社会互动进行资源交换的意愿、获取资源的机会以及对网络资源获取行为的认知能力。在此基础上,本研究主要参考 Klyver 和 Schott<sup>[23]</sup>、崔祥民<sup>[24]</sup>对社会资本的测量,将社会创业者社会资本分为了三个维度,分别是结构社会资本、关系社会资本和认知社会资本。

(2) 创业警觉性。本研究创业警觉性量表主要采用了 Busentiz<sup>[25]</sup>和 Chang 等<sup>[26]</sup>创业警觉性量表,二者均将创业警觉性视为一维的。同时在结合本土化的需要的基础上,对题项进行适当的改编和筛选,最终得出本研究关于创业警觉性测量的 5 个题项。

(3) 社会创业机会识别。本文选取黄金睿<sup>[27]</sup>的创业机会识别量表,此量表是在综合 Bhave、Medin、Ardichvili、Baron 等国外学者的研究,同时充分考虑中国文化背景对创业者的影响,基于结果视角来衡量与评价机会本质和属性,是较为完善的创业机会识别量表。随后考虑到本研究对象的特殊性,借鉴王皓白<sup>[14]</sup>修订的社会创业机会识别量表,适当增加和改编部分题项,最终从可行性、盈利性、社会性三方面进行测量。

(4) 背景变量。本研究中包括社会企业创业者的性别、年龄、受教育程度、创业动机,以及社会企业的成立年限、规模、所属领域、所在地区。随后,根据已有的研究成果,另选取社会企业创业者的性别、年龄、文化程度三个背景变量作为本文的控制变量<sup>[28]</sup>。

### (三) 统计方法

本研究采用 SPSS16.0 和 AMOS17.0 统计软件,对问卷的相关变量进行探索和检验。对于量表的信度,本研究通过计算各量表的 Cronbach' $\alpha$  系数来检验,其值大于 0.7 表示具有较好的信度。对于量表的效度,本研究主要采用探索性因子分析和验证性因子分析来检验。在利用 SPSS16.0 进行探索性因子分析前,首先需根据量表的 KMO 值和 Bartlett 的球形检验值,判断是否能够展开因子分析,  $KMO > 0.6$ ,  $Sig. \leq 0.01$ , 累计贡献率  $\geq 50\%$ ; 然后,利用主成分分析法进行探索性因子分析,判断题项的共同度与因子载荷是否达到标准,载荷量大于 0.5; 最后,运用 Amos17.0 软件的验证性因子分析以判断各量表的结构效度。

本研究主要运用 Pearson 相关分析法来厘清各变量间的相互关系,以创业者社会资本为自变量,创业机会识别为因变量,进行多重线性回归分析,从而验证创业者社会资本与创业机会识别之间的关系,并利用多层回归分析检验创业警觉性在创业者社会资本与创业机会识别之间的中介作用。

## 四、结果分析与讨论

### (一) 信度和效度的检验

由表 2 可知,本研究所涉及量表的 Cronbach' $\alpha$  系数都超过了 0.7,介于 0.746—0.887 之间,均达到信度系数的要求。创业者社会资本总量表和创业机会识别总量表 Cronbach' $\alpha$  系数分别为 0.863、0.780,也远大于可接受水平 0.7。由此表明,本研究中的各测量项目和量表均有比较高的稳定性和一致性,各量表的信度良好。

由表 2 可看出,创业者社会资本、创业机会识别、创业警觉性  $KMO > 0.75$ ,  $sig < 0.01$ , 累计贡献率分别为 68.741%、70.403%、68.741%,均大于 50%,验证问卷有效性。由表 3 验证性分析可得知,创业者社会资本、创业机会识别具有较好的结构效度。对于创业警觉性量表的效度分析,由于其是单维度变量,只需采用探索型因子分析进行验证。

表2 测量题项和因子载荷

变量	子维度	题项	因子载荷	Cronbach's 系数	
创业者社会资本 $\alpha=0.863$ KMO=0.811 Sig. =0.000	结构社会资本	社会交往和联系比较广泛	0.681	0.746	
		创业过程中提供帮助的人	0.695		
		积极地从未曾接触的客户或机构中获取新信息	0.708		
	关系社会资本	创业者社会资本	经常帮圈子里的朋友处理一些他们棘手的事情	0.746	0.887
			联系双方能够真诚合作	0.691	
		认知社会资本	联系双方能够相互尊重	0.913	
			联系双方能够信守承诺	0.913	
			持有相似的价值观念	0.704	
			拥有共同的语言和话题	0.777	
			彼此间相互理解	0.835	
创业机会识别 $\alpha=0.780$ KMO=0.752 Sig. =0.000	社会性识别	提供社会紧缺的产品/服务	0.686	0.777	
		与政府的政策导向和产业规划相符	0.852		
	可行性识别	创造了某类社会问题的有效解决方法	0.839	0.776	
		能获得新项目所需的必备资源	0.716		
		有成熟的解决方案,可操作性强	0.787		
	盈利性识别	创业者机会识别	具备独特性,难以被竞争对手模仿	0.907	0.766
			顾客能接受其产品或服务,并愿意付费购买	0.827	
		成本较低,并具有一定的附加值	0.803		
		市场广阔,可以带来持久的收入	0.840		
		投入较多的时间琢磨新的商业想法	0.799		
创业警觉性 KMO=0.799 Sig. =0.000	创业警觉性	本能地寻找潜在机会	0.843	0.823	
		始终保持对信息的关注	0.850		
		经常从与他人的交往中获取新信息	0.738		

表3 验证性因子分析

变量	绝对拟合度					增值拟合度			
	$\chi^2/df$	GFI	RMR	RMSEA	PGFI	IFI	NFI	TLI	CFI
评价标准	<5	>0.9	<0.05	<0.1	>0.5	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9
创业者社会资本	1.502	0.950	0.037	0.055	0.553	0.987	0.963	0.982	0.987
创业机会识别	1.900	0.944	0.037	0.073	0.503	0.957	0.913	0.933	0.956
是否拟合	是	是	是	是	是	是	是	是	是

## (二) 数据分析与结果

表4中的数据显示,所有变量间的相关关系均在0.01水平上显著。具体而言,创业者社会资本及其三个维度与创业机会识别及其三个维度存在显著的正相关关系;创业者社会资本的三个维度与创业警觉性呈显著正相关关系;创业警觉性与创业机会识别有显著的正相关关系。

表4 各个变量之间的相关分析

变量	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. 创业者社会资本	1								
2. 结构社会资本	0.859**	1							
3. 关系社会资本	0.606**	0.281**	1						
4. 认知社会资本	0.736**	0.381**	0.578**	1					
5. 创业警觉性	0.767**	0.731**	0.350**	0.501**	1				
6. 创业机会识别	0.524**	0.424**	0.320**	0.407**	0.556**	1			
7. 可行性识别	0.573**	0.483**	0.424**	0.489**	0.581**	0.465**	1		
8. 社会性识别	0.591**	0.485**	0.424**	0.444**	0.613**	0.486**	0.529**	1	
9. 盈利性识别	0.519**	0.475**	0.283**	0.424**	0.560**	0.393**	0.429*	0.341**	1

注:\*\*  $p < 0.01$ , \*  $p < 0.05$ ,  $n = 169$

根据相关分析结果,本研究进一步使用层次回归分析法来验证研究假设。首先运用 VIF 统计量考察了多元回归分析法中的多重共线性影响问题。分析结果显示,创业者社会资本、结构社会资本、关系社会资本、认知社会资本、创业警觉性这几个变量的 VIF 值分别为 1.099、1.331、1.536、1.648、1.077,均处于 1—5 间,且较接近 1。另外,创业者社会资本的各维度之间的相关系数介于 0.281—0.578 之间,创业机会识别的各个维度之间的相关系数介于 0.341—0.529 之间,呈中低度相关,均没有超过 0.75 的共线性标准。由此,说明研究中的多重共线性问题并不严重。

在对各变量进行简单描述性统计以及相关系数统计的基础上,构建模型进行回归分析。模型 1 至模型 6 的结果如表 5 所示。

表5 社会创业者社会资本对创业警觉性和创业机会识别的影响

自变量	因变量					
	创业警觉性			创业机会识别		
	M1	M2	M3	M4	M5	M6
性别	-0.025	-0.023	0.038	0.039	0.051	0.047
年龄	0.275**	0.095	0.246	0.127	0.100	0.093
文化程度	-0.178*	0.048	-0.161	-0.011	-0.066	-0.028
创业者社会资本		0.765**		0.507**		0.234*
创业警觉性					0.532**	0.356**
F	4.213**	62.375**	3.359*	16.835**	19.290**	16.893**
R <sup>2</sup>	0.071	0.603	0.058	0.291	0.320	0.341
$\Delta R^2$	0.054	0.594	0.040	0.274	0.303	0.321

注:\*\*  $p < 0.01$ , \*  $p < 0.05$ ,  $n = 169$

如表 5 所示,模型 4 证实社会创业者社会资本与创业机会识别存在显著关系,社会创业者社会资本对创业机会识别的标准化系数  $\beta = 0.507$ ,显著性水平  $p < 0.01$ ,由此可以证明社会创业者社会资本对创业机会识别产生正向作用,假设 1 得到验证。模型 2 验证假设 2,社会创业者社会资本对创业警觉性的标准化系数  $\beta = 0.765$ ,显著性水平  $p < 0.01$ ,具有正向作用。0.765,显著性水平  $p < 0.01$ ,具有正向作用。模型 5 验证假设 3,创业警觉性对机会识别的标准化系数  $\beta = 0.532$ ,显著性水平  $p < 0.01$ ,具有正向促进作用。

为了检验创业警觉性的中介作用,在模型 4 的基础上,加入创业警觉性变量,构建模型 6。由

模型 6 中可以看出, 在引入创业警觉性变量后, 创业者社会资本对创业机会识别的促进作用有所降低, 标准化系数  $\beta$  由 0.507 到 0.234, 显著性水平由  $p < 0.01$  下降到  $p < 0.05$ , 同时创业警觉性与创业机会识别的标准化系数  $\beta = 0.356$ ,  $p < 0.01$ , 显著正相关。因此证明创业警觉性在社会创业者社会资本与创业机会识别关系中起部分中介作用, 所以 H4 得到验证。另外, 创业者社会资本通过创业警觉性对创业机会识别所起的中介效应占创业者社会资本对创业机会识别总效应的比值为  $E = ab/c_1 = 0.765 \times 0.356 / 0.507 = 0.537$ 。

## 五、研究结论与讨论

### (一) 主要结论及贡献

本文通过对国内社会企业进行调查, 先通过 Pearson 相关分析验证变量间的相关关系与显著水平, 再采用回归分析方法, 实证检验社会创业者的社会资本对机会识别具有显著正向影响; 创业警觉性在社会企业创业者社会资本与创业机会识别间其部分中介作用, 中介效应的比值为 0.537。

本文的理论价值在: (1) 丰富现有的社会企业理论研究。国内关于社会企业的研究比较有限, 且主要针对其划型标准、商业模式、绩效评价等问题进行探讨, 从研究方法而言, 国内有关社会企业的研究多滞留与规范性分析与描述性分析等, 实证研究尚少。本文主要运用实证研究的方法探索社会企业创业者社会资本对创业机会识别的影响, 从研究内容和研究方法两个角度充实现有的社会企业理论研究, 有助于社会企业的概念和理论做进一步的树立。(2) 深入分析创业者社会资本对创业机会识别的作用机制, 丰富现有的创业理论。政府有关部门今年不断出台扶持社会企业的优惠政策, 需要有创业者社会资本的相关理论指导, 完全释放创业者优势, 在瞬息变化的市场环境中准确识别创业机会, 为创业奠定基石。本研究借鉴国内外研究成果, 引入创业警觉性这一中介变量, 采用理论分析和实证分析相结合的方法验证社会企业创业者社会资本对创业机会识别的影响机制, 拓展现有的创业理论。

本研究对于社会企业如何增强创业者的社会资本、创业警觉性以及提高创业机会的识别能力有一定的借鉴意义。具体而言:

(1) 重视社会资本在创业实践中的作用。在社会创业过程中, 在结构资本方面创业者应重视社会网络的构建与拓展, 积极寻求业务合作伙伴, 主动拓宽以业缘为联系的社会网络; 在关系社会资本方面, 创业者应注重诚信交往, 积极塑造以诚信和信任为基础的合作与沟通, 降低交易成本, 促进关系圈内各成员的有效交流; 在认知社会资本方面, 创业者应加强与个联系对象的知识共享, 培养相似的兴趣爱好和价值观, 促进彼此间的相互学习。

(2) 注重创业警觉性的培养和提升。创业机会识别绝非偶然事件, 可通过有意识的提高机会识别的警觉性能力来实现。社会企业的创业者有必要鉴定对创业活动的信心, 广泛涉猎信息, 培养市场敏锐度和独特思维, 重视自身创业警觉性的提高。

(3) 开展多维度的创业机会评价。社会企业的创业者在对创业项目进行选择与评估时, 应尽量避免单一指标评价, 而应结合自身的社会使命与可持续强度对所识别出的创业机会的社会性、可行性和盈利性进行综合权衡。除了对创业机会的可能成效与潜在收益进行判断, 也不能忽视其社会价值导向。

### (二) 进一步讨论及研究展望

本研究立足创业机会识别的效果, 凸显创业的“创”阶段, 基于社会资本视角对创业机会进行探索型研究, 但依然存在不足和探讨之处。首先, 本研究虽然选取社会企业作为研究对象, 但自身资源的有限, 造成在样本的选择上仍然存在一定局限性, 并没有完全做到随机抽样, 只能根据已获

取的资源选取我国部分地区或城市的社会企业为调查对象。以后的研究可尝试着细化各地区、各行业的样本数据,进一步探讨不同地区、行业领域的社会企业创业者社会资本对创业机会识别的影响。其次,单一的中介变量。除了创业警觉性,并不排除存在其他中介变量在创业者社会资本与创业机会识别的关系之间发挥中介效应。未来的研究可探讨在创业者社会资本与创业机会识别之间还存在哪些中介变量或调节变量,研究这些变量间的内在联系与影响机制。

## 参考文献

- [1] 汪忠,吴倩,胡兰等.基于DEA方法的社会企业双重绩效评价研究[J].中国地质大学学报(社会科学版),2013,(4).
- [2] Wasdani,K. P.,M. Mathew. Potential for opportunity recognition along the stages of entrepreneurship[J]. *Journal of Global Entrepreneurship Research*,2014,(1).
- [3] Ramezanpour,S.,S. Amiriyani,A. N. M. Shirazi. Investigation of the relationship between entrepreneurial opportunity recognition and entrepreneurial capitals[J]. *International Journal of Asian Social Science*,2014,(5).
- [4] Santos,S. C.,A. Caetano,R. Baron et al. Prototype models of opportunity recognition and the decision to launch a new venture——Identifying the basic dimensions[J]. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*,2015,(4).
- [5] 刘振,杨俊,张玉利.社会创业研究——现状述评与未来趋势[J].科学学与科学技术管理,2015,(6).
- [6] 王皓白.社会创业动机、机会识别与决策机制研究[D].杭州:浙江大学,2010.
- [7] 盛南,王重鸣.社会创业导向构思的探索性案例研究[J].管理世界,2008,(8).
- [8] 芮正云,庄晋财,罗瑾琨.社会资本对获取创业知识的驱动过程结构——基于创业者能力视角[J].科学学与科学技术管理,2016,(1).
- [9] 任胜刚,彭宇柯,赵天宇.关系社会资本的交互效应对新创企业发展绩效影响的纵向案例研究[J].管理学报,2015,(10).
- [10] Walter,J.,C. Lechner,F. W. Kellermanns. Knowledge transfer between and within alliance partners: private versus collective benefits of social capital[J]. *Journal of Business Research*,2007,(7).
- [11] Granovetter,M. Economic action and social structure: The problem of embeddedness[J]. *The American Journal of Sociology*,1985,91(3).
- [12] 王国顺,杨坤.社会资本、吸收能力对创新绩效影响的实证研究[J].管理科学,2011,(5).
- [13] 王国红,周建林,邢蕊.社会资本、联合价值创造与创新孵化绩效关系研究[J].预测,2015,(3).
- [14] Hills,G. E. Opportunity recognition by successful entrepreneurs: A pilot study[J]. *Frontiers of Entrepreneurship Research*,1995,(47).
- [15] 李国彦,李南.大学生创业者个体因素对创业警觉性的影响研究——基于社会创业政策的调节作用[J].教育发展研究,2014,(19).
- [16] Kirzner,I. M. *Perception,Opportunity and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship*[M]. Chicago: University of Chicago Press,1979.
- [17] 王沛,陆琴.创业警觉性、既有知识、创业经历对大学生创业机会识别的影响[J].心理科学,2015,(1).
- [18] Lim,W. L.,S. R. Xavier. Opportunity recognition framework: Exploring the technology entrepreneurs[J]. *American Journal of Economics*,2015,(2).
- [19] Omrane,A. Entrepreneurs' social skills and access to outside vital resources: The role of social capital[J]. *International Journal of Entrepreneurship & Small Business*,2015,(3).
- [20] Gaglio,C. M.,J. A. Katz. The psychological basis of opportunity identification: Entrepreneurial alertness[J]. *Journal of Small Business Economics*,2001,(2).
- [21] Ardichvili,A.,R. Cardozo,S. A. Ray. Theory of entrepreneurial opportunity identification and development

- [J]. *Journal of Business Venturing*, 2003, (1).
- [22]唐莉芳. 社会资本对网络群体行为的影响的理论和实证分析[J]. *商业经济与管理*, 2016, (2).
- [23]Klyver, K., T. Schott. How social network structure shapes entrepreneurial intentions[J]. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 2011, (1).
- [24]崔祥民, 梅强. 产业集群内创业者社会资本对创业机会价值影响研究[J]. *软科学*, 2011, (12).
- [25]Busenitz, L. W. Research on entrepreneurial alertness[J]. *Journal of Small Business Management*, 1996, (4).
- [26]Chang, W. L., W. G. H. Liu, S. W. Chiang. A study of the relationship between entrepreneurship course and opportunity identification: an empirical survey[J]. *Asia Pacific Management Review*, 2014, (1).
- [27]黄金睿. 环境特性、创业网络对创业机会识别的影响研究——以服务业为例[D]. 长春: 吉林大学, 2010.
- [28]Ucbasaran, D., P. Westhead, W. Wright. The Extent and nature of opportunity identification by experienced entrepreneurs[J]. *Journal of Business Venturing*, 2009, (2).

## Effect of Social Entrepreneur' s Social Capital on Entrepreneurship Opportunity Recognition

WANG Zhong, LI Jiao, YUAN Dan

**Abstract:** As the driving force of social goals, social enterprises solve social problems through the operation of the business model, play an important role in employment, education, poverty alleviation and other fields, contributing to build a harmonious society. Social enterprises have difficulty in resource acquisition which restricts their sustainable development. The social capital of entrepreneurs is the main way to obtain external information and resources, which helps them to identify opportunities to obtain resources. Based on the theory of social capital, taking entrepreneurial alertness as intermediary variables and using empirical analysis method, the paper analyzes social entrepreneurs' social capital effect on opportunity recognition. It is concluded that the social entrepreneur's social capital has a significantly positive effect on opportunity recognition; entrepreneurial alertness plays a partial mediating role between social entrepreneurial social capital and entrepreneurial opportunities. Social entrepreneurs should pay enough attention to social capital, enhance the entrepreneurial alertness and carry out multi-dimensional entrepreneurial opportunities so as to identify valuable business opportunities and enhance the effectiveness of the practice of social entrepreneurship and success rate to achieve sustainable development.

**Key words:** social entrepreneur; entrepreneur social capital; opportunity recognition; entrepreneurial alertness; mediating effect

(责任编辑 刘传红)