

基于社会资本视角的产业集群 对创业者的孵化作用

胡蓓, 杨辉

(华中科技大学 管理学院, 湖北 武汉 430074)

摘要:通过文献分析和半结构化访谈,对产业集群特点、创业者社会资本和创业者成长三者之间的关系进行了分析,从社会资本视角梳理分析出产业集群促进创业者成长的3条途径,即机会识别、资源获取和知识传播,结合对产业集群特点的分析,建立了基于社会资本视角的产业集群对创业者的孵化作用模型,对于解释产业集群对创业者的影响和孵化机理提供了一定的理论依据,也为下一步的实证检验打下了基础。

关键词:社会资本;产业集群;创业者;孵化

DOI:10.3969/j.issn.1001-7348.2011.07.014

中图分类号:F062.9

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2011)07-0067-03

0 引言

20世纪80年代之后,产业集群已经逐渐成为一个国家或地区赢得竞争优势的重要来源,对合理化经济布局、优化资源配置具有重要推动作用。同时,产业集群内集聚了大量的创业者和具有企业家才能的管理者,为产业集群的升级和持续发展提供了必要的人力资本保障。为什么产业集群内聚集了这么多优秀的创业者和企业家?为什么在产业集群内创业者比在非产业集群拥有更高的成功率?产业集群对创业者成长有没有促进作用?这些问题引起了很多学者的关注,普遍认为企业家的成功创业与其嵌入的地区社会经济环境是难以分开的,产业集群中比较健全的创业机制集中体现了这种优越的环境和创业平台,但是具体的作用机理很少有人涉及,本文将从社会资本角度作出一些解释,揭示产业集群对创业者的影响和作用机理。

最早对社会资本概念进行研究的是社会学家布迪厄、科尔曼、普特南。近些年来从社会资本角度研究创业问题,已经成为创业管理研究中的一个重要趋势。目前,对于社会资本还缺乏统一的定义,本文参考国内外学者对社会资本的定义,将创业者社会资本定义为“企业建立在信任和规范基础上的各种社会关系的范围与质量以及在此基础上获取外部资源的能力”^[1],并将创业者的社会资本划分纵向关系资本、横向关系资

本和社会关系资本。其中,纵向关系指企业与客户和供应商之间的关系;横向关系指企业与竞争对手和其它企业之间的关系;社会关系指企业与大学和科研机构、政府部门、金融机构、中介组织、行业协会和风险投资机构等之间的关系。

1 产业集群对创业者的孵化作用模型

创业者成长作为一个不断进行组织创新并逐步走向成功的社会过程,毫无疑问会受到环境因素的制约^[2]。产业集群作为一种特殊的产业经济环境,对创业者成长具有一定的孵化作用。产业集群是通过什么样的途径和机理促进创业者社会资本进一步影响创业者成长和创业绩效的呢?本文通过对产业集群的创业者进行半结构化深度访谈,并仔细阅读大量国内外文献,从社会资本视角梳理分析出产业集群促进促进创业者成长的3条途径,即机会识别、资源获取和知识传播,结合对产业集群特点的分析,建立了基于社会资本视角的产业集群对创业者的孵化作用模型,(见图1)。

2 产业集群对创业者社会资本的影响

产业集群作为一种生产组织形式,最重要的外在表现是它的空间集聚性,可以促进企业之间的信任,减少企业间的交易成本,这是建立集群优势的重要途径。

收稿日期:2010-09-13

基金项目:国家自然科学基金项目(70872034)

作者简介:胡蓓(1954—),女,湖北武汉人,华中科技大学管理学院教授、博士生导师,研究方向为人力资源管理;杨辉(1981—),男,河南商丘人,华中科技大学管理学院博士研究生,研究方向为人力资源管理。

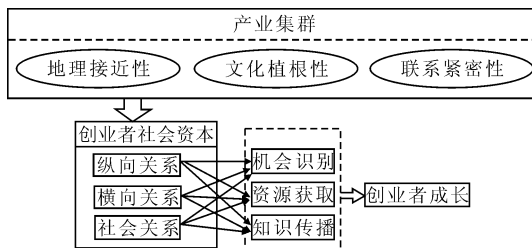


图1 基于社会资本视角的产业集群对创业者的孵化作用模型

对于创业者来说,地理接近性,文化根植性和联系紧密性极大地提高了创业者的社会资本。产业集群内部的企业、产业、协会、大学、科研院所、政府部门之间错综复杂的社会关系网络形成了纵横交错的社会资本^[8]。

2.1 地理接近性

绝大多数产业集群萌芽于本地,在集聚的空间内,由当地血缘、亲缘、地缘关系结成的创业者社会网络,大大丰富了创业者的社会资本。此外,地理位置的接近为集群内创业者的沟通与交流提供了便利条件,通过与集群内合作伙伴、科研机构、政府部门之间发生正式与非正式交流,使得创业者有更多机会结识集群内的各方面人员,有助于建立以信任、合作、嵌入为基础的集群式创业者社会网络,这些复杂的关系网络构成了集群内创业者丰富的社会资本,为创业活动的开展提供了有利条件。

2.2 文化根植性

文化是一种“粘合剂”,集群文化是建立在共同的社会文化背景和心理习惯的基础上的,有利于集群内人员建立信任。集群内创业者在进行长期的频繁社会交往过程中,集群文化所体现的共同价值观、风俗习惯和道德准则的共同意识,有助于创业者与那些具有共同的地域忠诚、共同的思想经历、相同的休闲偏好的集群内各个网络节点的人员,形成交流和沟通的共同语言,逐渐建立稳定的社会关系网络,丰富集群内创业者的社会资本。

2.3 联系紧密性

在产业集群的大环境下,政府部门、科研机构、金融机构、竞争厂家、合作厂家、行业协会和中介机构等众多机构集聚在特定的空间内,集群内创业者通过这些机构之间的频繁的接触和紧密的联系,建立一种高度的信任和依赖关系,在长期的竞争与合作过程中,这种信任和依赖关系逐渐被强化,形成了创业者稳定的社会关系网络和丰富的社会资本,这种社会资本使创业者在进行创业活动的过程中更容易获取创业资源和创业信息,这是产业集群之外的创业者不可比拟的优势。

3 社会资本促进创业者成长的途径

3.1 机会识别

创业机会识别是创业研究的关键问题,什么样的人能发现在繁杂多变的市场环境中识别出有价值的创业机会呢?社会资本理论认为,创业者的社会资本是创业机会信息的主要来源,个人的社会资本越丰富,个体所接触到的信息数量也就越多,质量也就越高,识别出创业机会的可能性就越大。国外大量的研究发现,社会资本是获取创业机会信息的重要渠道,利用社会资本是创业者识别机会的重要途径。Hill通过实证检验创业者的社会资本对创业机会识别具有促进作用,社会资本丰富的创业者与单独行动的创业者在机会识别上有显著的差异。国内的学者张玉利、杨俊等^[3]的研究表明,创业者社会交往面广,交往对象趋于多样化,与高社会地位个体之间的关系密切的创业者,更容易发现创新性更强的机会。

创业者的社会资本在机会识别中的作用已经被越来越多的人所认可,目前的研究主要是研究关系强度、网络规模、网络密度等个体网络特征与机会识别之间的联系,对于什么样的社会资本构成特征的个体,更容易发现创业机会给出合理的解释。Granovetter以互动频率、感情强度、亲密程度和互惠交换4个维度将关系分为强关系和弱关系^[4]。产业集群内的创业者与非产业集群内的创业者相比,拥有更多的强联系和弱联系,也更有可能会识别出有价值的创业机会。强联系大部分存在于亲戚、朋友或者亲密的合作者之间,他们之间能够频繁见面、密切交流,弱联系主要是由工作、学习或者相互合作而产生的,虽然彼此之间没有强联系那样紧密,但可以提供更大的交流平台。由于地缘的接近性,集群内的创业者往往与其他创业者和创业相关机构的人员具有强联系。由于联系的紧密性,创业者也容易建立广泛的弱联系,这些都能够使创业者在信任的基础上更好地获得创业信息。同时集群内创业者也拥有更大的网络规模,有助于接触到更丰富的多样性信息,从而发现更具有创新性的机会。

3.2 资源获取

在创业过程中,创业者往往不可能掌握开发机会所必需的所有资源,资源获取因此被公认为创业过程中最为关键的任务。蔡莉和柳青^[5]将创业资源归纳为人力资源、物质资源、技术资源、财务资源、市场资源和组织资源6种类型。创业者的社会资本是创业资源的重要来源,通过创业者的社会资本,创业者不仅能以较低的成本获得资源,而且能获得他人难以获得的稀缺资源。大量的研究表明:创业资金、首份订单、核心员工都主要来自于创业者的社会资本。而且创业者的社会资本存

量越大,获得创业资源的能力和概率就越大。创业资源的获取量与创业者的社会网络的质量正相关,因此,那些拥有高质量社会网络的人更可能成为企业家^[6]。

产业集群背景下的创业者通过血缘关系及日常交往中建立的社会资本为创业者以较低的成本获取创业资源提供了有效途径。由于人缘、地缘、血缘和共同的文化背景和制度环境,创业者易与产业集群内部政府部门、科研机构、金融机构等掌握关键创业资源的人员建立起较高水平的信任关系,在创业过程中能够以较低的成本获取创业资源,克服创业初期资源不足的弱点,这也是创业者获得成功的关键因素之一。大量的研究也都证明了这一点:创业者通过与政府部门建立各种联系,建立彼此间信任的关系,从负责资助的政府部门处获得资金资助。同时,创业者通过与金融机构建立良好关系,增加获取资金的数量和机会,也降低资金的获取成本。产业集群环境使创业者与集群内其他人员建立起高强度的信任和承诺关系,这种关系对创业者的社会资本具有很大的促进作用,同时也强化了创业初期创业者社会资本在获取资源上的作用,对创业者取得创业成功和创业者成长具有很大的推动作用。

3.3 知识传播

创业者知识已经成为创业的重要要素之一,创业者提升自身素质能力,创业者、新创企业的成长,很大程度上依赖于知识的流动性及创业者对知识的整合能力。英国学者 Polanyi 按照知识的表达方式,将知识分为显性知识和隐性知识两大类。所有的知识都可以通过组织的正式或非正式渠道来转移。但是显性知识与隐性知识有不同的传播特点,而隐性知识是高度个人化的知识,它包含个人的诀窍、经验、思维模式,它的转移很难通过正式的渠道转移。社会资本的建立能有效地促进隐性知识与显性知识的转移,社会资本也为隐性知识的传播提供了有效的途径。创业者通过社会资本建立起来的关系资产,如信任、熟悉和共识,使交往的各方都愿意提供有价值的隐性知识,而且建立的社会资本越强,彼此的信任感越强,传播的隐性知识的量越大就越有价值。

产业集群是由众多企业和相关机构在长期的互动作用中形成的一种社会关系网络。在这种社会关系网络中,创业者与相关主体之间,由于地理位置的邻近性、信任关系的维持以及相同的社会文化背景,创业者可以通过相互信任、相互合作建立良好的社会资本,以促进隐性知识的传播。首先,产业集群为创业者提供了一个覆盖面广、互动频繁的关系网络,为创业者之间的非正式交流活动提供了便利,这使得创业者通过非正式渠道分享知识变得容易,以此促进隐性知识的传播。其次,

产业集群内部建立的信任沟通机制,对促进创业者知识传播也具有积极的意义,信任对传播主体分享知识的意愿具有关键影响。创业者通过长期建立和培育起来的社会资本,如信任、熟悉和共识,使交往的各方都愿意向对方提供有价值的知识,产业集群作为一个协作、互惠、互动的网络,可以促进内部成员之间的信任水平,以此促进隐性知识的传播。最后,产业集群之间的共同愿景、共同语言对于促进知识的传播也具有积极的影响。共同愿景就是产业集群内部成员的共同目标,因为集群内部成员具有共同的愿景,这些都会增加集群内部成员之间互动的积极性,可以促进隐性知识的交换,同时集群内部成员具有共同的语言,更多的知识才能被转移。集群内的创业者通过良好的社会资本接收和整合更多的知识,以此来促进自身和企业的成长。

4 结语

产业集群作为一种生产组织形式,地理接近性,文化根植性和联系紧密性很大程度上促进了创业者的社会资本,并从机会感知、资源获取和知识传播 3 个方面促进创业者成长。本文通过文献分析和半结构化访谈,建立了基于社会资本视角的产业集群对创业者的孵化作用模型,对于产业集群对创业者的孵化机理能够提供一定的解释,在此框架基础上将进一步提出研究假设,进行问卷设计和后续的实证研究,检验该模型的合理性。

参考文献:

- [1] H. YLI-RENKO, E. AUTIO, V. TONTTI. Social capital, knowledge, and the international growth of technology-based new firms[J]. *International Business Review*, 2002, 11(7): 279-304.
- [2] 蔡宁,刘志勇. 企业家成长环境理论及其启示[J]. *外国经济与管理*, 2003, 25(10): 2-7.
- [3] 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
- [4] GRANOVETTER M. The strength of weak ties[J]. *American Journal of Sociology*, 1973, 78(6): 1360-1380.
- [5] 蔡莉,柳青. 新创企业资源整合过程模型[J]. *科学与科学技术管理*, 2007, 28(2): 95-102.
- [6] 李惠斌,杨雪冬. 社会资本与社会发展[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2000: 1-20.
- [7] 柏遵华,聂鸣. 产业集群背景下的社会资本与产业集群互动研究[J]. *科技进步与对策*, 2004(10): 7-9.

(责任编辑:赵贤瑛)