

# 社会资本视角下个体知识共享意向的影响因素研究

——以企业孵化器中的新创企业家为例

胡佳雯, 陈智高

(华东理工大学 商学院, 上海 200237)

**摘要:**在前人关于知识共享研究的基础上,以孵化器中的新创企业家为例,透过社会资本视角,构建个体知识共享意向影响因素理论模型。实证研究表明,孵化器中新创企业家知识共享意向的重要影响因素是知识感知价值、相互间信任、自我满足、共享规范、乐于助人,而互惠的相关性不显著。

**关键词:**新创企业家;孵化器;知识共享;社会资本;企业孵化器;个体意向

**DOI:**10.3969/j.issn.1001-7348.2011.03.031

**中图分类号:**G302

**文献标识码:**A

**文章编号:**1001-7348(2011)03-0130-04

## 0 引言

企业孵化器中的在孵企业之间存在大量知识活动,产生的知识溢出效应维系多个在孵企业聚集,而由“搭便车”产生的知识溢出负效应又制约在孵企业间的集群效应,影响初创企业的可持续发展<sup>[1]</sup>。在专业孵化器中,互为依存、互为竞争的新创企业家间如何分享知识、促进知识创新,哪些因素影响到他们的知识共享意向有待进一步的实证研究。在孵化器这个社会网络中,新创企业家的知识共享必然受到社会因素的作用。社会资本指社会网络和可以在该网络中获得的资源<sup>[2]</sup>,它可为复杂个体行为中经济视角难以解释的部分提供理论支撑。在心理学研究领域,“意向模型”是良好地预测或解释个人行为的模型。行为意向指一个人采取某种行为的意愿强度<sup>[3]</sup>。因此,在社会资本视角下,孵化器中新创企业家间知识共享意向的影响因素研究有其现实背景和理论依据。

## 1 孵化器中新创企业家知识共享意向的假设和理论模型

基于 Szulanski 的交流模型, Sarker 等<sup>[4]</sup>识别出影响知识共享的 5 个因素,即被共享的知识因素、知识发送方因素、知识接受方因素、共享渠道因素、情景因素。

由于知识发送方及接受方同处于知识共享的个体层面,本文将归纳为个体维度,将情景因素归为群体维度。由于本文专注于个体角度,因此,略去共享渠道因素。故本文归纳出 3 个维度来考察孵化器中新创企业家知识共享意向的作用机制:知识维度、个体维度和群体维度;用知识共享意向(KSI)即个体共享知识的主观意向作为因变量,考察知识共享意向的影响因素。

### 1.1 知识维度

知识感知价值(PVK)。Ford 和 Staples<sup>[5]</sup>第一次提出知识感知价值(perceived value of knowledge)的概念并试探性地建立了测度方法。知识感知价值是个体感知到其拥有的知识的价值。在孵企业处于初创阶段,其创业知识可以分为组织知识、技术知识和管理知识三类,涵盖组织构建、政策法规、人力资源、融资、经营、待转化技术和技术转化知识<sup>[6]</sup>。当被共享的知识有一定的价值、产生收益时,才能激发企业家的共享意向。基于此有如下假设:

假设 1:孵化器中,新创企业家的知识共享意向(KSI)与知识感知价值(PVK)正相关。

### 1.2 个体维度

Leonard 等<sup>[7]</sup>从社会学和心理学角度提出个体动机的 4 个来源,即内在过程动机、目标内化、外在刺激、个体对环境的适应性。本文专注于个体角度,暂不考

收稿日期:2010-07-13

作者简介:胡佳雯(1985—),女,上海人,华东理工大学商学院硕士研究生,研究方向为知识管理;陈智高(1953—),男,上海人,华东理工大学商学院教授、博导,研究方向为信息系统与知识管理。

考虑个体与环境的作用。由此,提出影响新创业企业家知识共享意向的3个变量,即内在过程动机、功能性动机、自我概念动机。这3个变量对孵化器中企业家间的关系和网络稳定性发挥重要作用,而网络关系是社会资本的基本方面,因为一个行为者的社会关系网络为社会资本的互动创造机会<sup>[2]</sup>。

(1)内在过程动机:乐于助人(EHO)。受到该动机激发共享知识的个体认为,知识共享行为能带来愉悦等内在奖励。研究表明,知识共享者通过表现利他主义行为获得一种满足感,此种满足感来源于帮助别人的内在享乐感<sup>[5-8]</sup>。在孵企业家往往具备高等学历和较好的综合素质,因此具有出于乐于助人而进行知识共享的个性特点,得到如下假设:

假设2:在企业孵化器中,新创业企业家的知识共享意向(KSI)与乐于助人(EHO)正相关。

(2)功能性动机:互惠(RCP)。互惠源于个体对外在回报的追求。从社会资本的角度看,孵化器中的新创企业对回报的预期立足于企业的长期发展,以建立良好的社会关系为目的。新创企业家预期得到的回报越高,就越有意进行知识共享。故有如下假设:

假设3:在企业孵化器中,新创业企业家的知识共享意向(KSI)与互惠(RCP)正相关。

(3)自我概念动机:自我满足(SS),受内在的自我形象和外在的自我效能共同作用。自我形象指个体对自我的感知,这种感知是通过与参照群体的社会交互产生的。自我形象有助于新创企业家在孵化器社会网络中赢得和巩固地位,将企业家的社会资本转化为在孵企业的社会资本。研究表明,知识共享者能通过帮助他人的行为获得尊重和赢得更好的形象<sup>[8,9]</sup>。在进行知识共享时,自我效能指个体对其能贡献出对他人有价值的知识的信心。人们对自己的贡献会产生一种自我价值感的预期,这种自我价值感能够有效地促进个体行为<sup>[10]</sup>。因此有如下假设:

假设4:在企业孵化器中,新创业企业家的知识共享意向(KSI)与自我满足(SS)正相关。

### 1.3 群体维度

Nahapiet和Ghoshal<sup>[11]</sup>将社会资本分为结构、关系和认知3个维度,其中关系维度指通过关系创造和利用的资产,包括信任、规范等属性。本文的群体维度从新创企业家间的信任和共享规范入手,探索社会资本与知识共享意向的关系。

(1)相互间的信任(TST)。相互间的信任使得“我们开放自己接受所有的可靠的沟通和交流,高信任水平的成员更愿意承担交换互动的风险”<sup>[11]</sup>。Andrews和Delahay<sup>[12]</sup>认为,如果知识接受方感受到提供方的可靠性,以及提供方感受到接受方的可信性,他们就能分别在知识的获取和共享过程中起到重要的促进作用。成立时间少于3年的早期新兴企业由于经验缺乏和资

源匮乏,更倾向于重视相对稳定的渐进式公司创业、强关系、探索式学习和利用式学习<sup>[13]</sup>。知识共享作为组织学习的一部分,可以理解为,处于初创早期的企业家倾向于选择信任度高的强关系(如有合作关系的)企业家进行知识共享,而尽量避免同现有的和潜在的竞争者进行知识共享。因此,有如下假设:

假设5:在企业孵化器中,新创业企业家的知识共享意向(KSI)与相互间的信任(TST)正相关。

(2)共享规范(PSN),被视为另一种重要的社会资本。孵化器中的共享规范代表新创企业家们对知识共享行为达成的共识。已有的研究表明,共享规范能促进合作和知识共享<sup>[14]</sup>。当在孵企业家享受孵化器中知识溢出所产生的规模经济时,企业向孵化器溢出的知识具备公共物品的属性而成为知识共享的成本,这样“搭便车”现象将遏制新创企业家知识共享的意愿<sup>[1]</sup>,因而需要强有力的共享规范来保障知识共享的公平性。因此,有如下假设:

假设6:在企业孵化器中,新创业企业家的知识共享意向(KSI)与共享规范(PSN)正相关。

### 1.4 新创企业家知识共享意向的理论模型

本文提出的企业孵化器中新创企业家知识共享意向影响因素的理论模型见图1。知识维度下识别出知识感知价值;个体维度基于自我概念的动机模型识别出乐于助人、互惠和自我满足;群体维度下基于社会资本关系识别出相互间的信任和共享规范。本文提出6个假设,得到6个自变量。

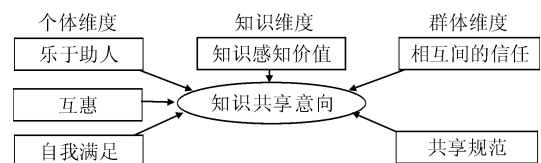


图1 企业孵化器中新创企业家知识共享意向影响因素的理论模型

## 2 研究方法和数据分析

为验证图1的6个假设,本文采用问卷调查法收集数据、进行实证分析。本研究调研问卷采用LIKERT的5级量表测量:从“非常同意(5)”到“非常不同意(1)”。2009年5月和11月,分两次向上海市主要企业孵化器和科技园中的新创企业家发放71份问卷,回收59份回答完整的问卷,回收率达到83.1%,有效问卷共计46份。其中,年龄为21—40岁的新创企业家占89.1%,男性占50%;全为大专以上学历,硕士及以上学历占47.8%;员工人数在14名以下的企业占39%,15—65名员工的占57.6%,100—200名员工的占3.4%;隶属化工业的企业占22.2%,IT业的占18.5%,电子和生物的各占14.8%,其它为咨询、材料、机械等行业。

这里将“知识共享意向(KSI)”作为因变量,将上述6个变量作为自变量,建立如下回归方程:

$$KSI = \beta_0 + \beta_1 PVK + \beta_2 EHO + \beta_3 RCP + \beta_4 SS + \beta_5 TST + \beta_6 PSN + \epsilon$$

本研究使用 SPSS 作为数理统计分析工具。数据分析包括：描述性统计、信度分析、逐步多元回归分析。得到方程的复相关系数(R)为 0.85,表明方程中自变量与因变量知识贡献意愿的相关程度为 0.85,判定系数(R Square)判定线性回归的拟合程度为 0.722,证明方程的回归效果良好。方差分析结果  $F = 20.804, P = 0.00$ ,按  $\alpha = 0.01$  水平显著。

统计分析的详细结果如表 1 所示,经过五步逐步回归得到的多元线性回归方程为:

$$KSI = -1.133 + 0.258 PVK + 0.201 TST + 0.443SS + 0.199 PSN + 0.266EHO$$

自变量 PVK(知识感知价值)、TST(相互间的信任)、SS(自我满足)、PSN(共享规范)、EHO(乐于助人),经 t 检验 P 值分别为 0.077、0.079、0.019、0.054、0.081,按  $\alpha=0.1$  水平均显著,与因变量 KSI(知识共享意愿)有线性相关关系。而互惠与知识共享意向之间没有显著相关关系。

表 1 相关系数(Coefficients)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.133	0.598		-1.895	0.065
知识感知价值	0.258	0.142	0.230	1.817	0.077
相互间的信任	0.201	0.111	0.195	1.803	0.079
自我满足	0.443	0.181	0.248	2.445	0.019
共享规范	0.199	0.101	0.210	1.984	0.054
乐于助人	0.266	0.148	0.230	1.793	0.081
互惠	0.058			0.549	0.586

Predictors: (Constant),知识感知价值,相互间信任,自我满足,共享规范,乐于助人 Dependent Variable: 知识共享意向。

### 3 结果讨论

对模型检验结果的总结如表 2 所示。理论模型中的 6 个假设经过多元线性回归分析通过 5 个。结果表明孵化器中影响新创企业家知识共享意向的变量是知识感知价值、相互间信任、自我满足、共享规范、乐于助人,而互惠的相关性不显著。

表 2 企业孵化器中知识共享行为假设检验结果

变量类别	变量名称	研究假设	显著性检验	是否支持假设
知识因素	知识感知价值	H1	0.077*	是
个体因素	乐于助人	H2	0.081*	是
	互惠	H3	0.586	否
	自我满足	H4	0.019**	是
群体因素	相互间的信任	H5	0.079*	是
共享规范	H6	0.054*	是	

\*、\*\*、\*\*\* 分别表示在 0.1、0.05 和 0.01 显著性水平上支持假设。

#### 3.1 与假设一致的结论

在多元线性回归中,通过 sig. 所在的区间,判定对知识共享意向有促进作用的变量如下:

(1)知识感知价值对知识共享意向存在显著的正相关关系。知识感知价值对知识共享的影响在  $\alpha=0.1$  的水平下显著,对企业孵化器中新创企业家知识共享意向有明显的促进作用。可见,实践中新创企业家间的知识共享是获取知识行之有效的外部手段之一。这对于创建企业家知识共享平台具有积极的意义。孵化器有必要建立一个知识管理系统,为在孵企业提供全面专业的知识库,设立网络论坛,开展各项活动,供企业家交流、共享知识。

(2)相互间的信任对知识共享意向存在显著的正相关关系。相互间的信任在  $\alpha=0.05$  的水平下显著,是企业孵化器中新创企业家知识共享较重要的促进变量。管理者要为信任创造有利的环境,这种环境是开放分享的组织文化以及相互之间共同的情感和认同,它是决定知识管理成效的关键<sup>[15]</sup>。调查访问发现,新创企业家间交流沟通较少、多为弱关系,社会关系网络不完善,社会资本未得到充分的开发利用。孵化器应加强网络服务能力,为新创企业家搭建正式和非正式交流的平台,加深企业家间的信任和合作。形式可以采用开办网络论坛,定期组织讲座培训、交流座谈,或沙龙活动等等。

(3)自我满足对知识共享意向存在着非常显著的正相关关系。自我满足在  $\alpha=0.05$  的水平下显著,对知识共享意向的贡献最高。在孵企业家通过有效的知识共享,个人价值被予以肯定,一方面在孵化器中塑造良好的个人外在形象,社会地位得到提升,不断积累个人和企业的社会资本;另一方面,被加强的自信心继续推动知识共享。企业家的个人形象是企业形象的直接代表,良好的企业形象有助于企业赢得合作机会,打通融资、产销、营销障碍。故孵化器应当在孵企业建立展示平台,提供企业家和企业的信息并即时更新。例如开设专区展示知识共享的优秀成果和有关优秀企业的新闻公告,定期对在孵企业进行评估,公开嘉奖优秀企业,尤其突出在知识共享方面作出杰出贡献的企业。

(4)共享规范对知识共享意向存在较为显著的正相关关系。共享规范在  $\alpha=0.1$  的水平下显著。新创企业家认为在孵企业需要共享规范来约束企业家们的共享行为,使其成为知识共享的安全保障。建立具有剩余索取权的第三方知识管理者或者称为监督者以及相应的制度机制,是进行知识交易的有效保障<sup>[16]</sup>。所以孵化器应担当组织者和监督者的责任,加强共享规范的工作,促成开放的共享文化。

(5)乐于助人对知识共享意向存在着显著的正相关关系。乐于助人在  $\alpha=0.1$  的水平下显著,对新创企业家知识共享意向的贡献很高。故孵化器可以邀请孵化成功的企业开设专题讲座,为初创企业提供咨询;组织慈善活动亦有利于加强乐于助人的氛围,使新创企业赢得良好的公益形象,提升其在更大网络内的社会地位。

### 3.2 与假设不一致的结论

调查发现,新创企业家间接触有限,在孵企业间尚未形成一个完善的社会网络,因而难以预计以社会交换为基础的回报和以经济利益为基础的回报。另一方面,可以解释为“互惠是一般性的”。一般性互惠是指个体共享知识不是得到知识接受者回报,而是获得第三方回报。直接互惠的不存在削弱了传统社会交换所暗示的互惠的影响<sup>[17]</sup>。可见,孵化器有必要为在孵企业的交流合作提供更多条件。

## 4 结论

本文从认知角度挖掘社会资本对孵化器中新创企业家知识共享意向的影响因素。通过实证研究得出知识感知价值、相互间信任、自我满足、共享规范、乐于助人与孵化器中新创企业家知识共享意向间有显著的相关性,而互惠的相关性不显著。

理论上,本文扩充了孵化器中新创企业家之间知识共享的实证研究。结合证实部分以往的研究结论,社会资本能够很好地解释影响新创企业家知识共享意向的因素,为以后的研究作出探索性的尝试。实践上为当下企业孵化器的知识服务提供了思路和要求。孵化器要从帮助新创企业充分开发利用孵化器中的社会资本入手,提高服务质量,为新创企业家建立完善的知识交流平台,培育开放的共享文化,促进新创企业家间共享知识,最终达到成功孵化新创企业的目标。

### 参考文献:

- [1] 高天光. 孵化器内企业集群的知识溢出问题[J]. 科学学与科学技术管理, 2006(6):145-147.
- [2] ADLER P S, KWON S W. Social capital: prospects for a new concept[J]. Academy of Management Review, 2002; 27(1): 17-40.
- [3] 孙红萍, 刘向阳. 个体知识共享意向的社会资本透视[J]. 科学学与科学技术管理, 2007(1): 111-114.
- [4] SARKER S, etc. Knowledge transfer within information systems

- development teams; Examining the role of knowledge source attributes[J]. Decision Support Systems, 2007, 43(2): 322-335.
- [5] FORD D P, STAPLES D S. Perceived value of knowledge; the potential informer's perception[J]. Knowledge Management Research and Practice, 2006(4): 3-16.
- [6] 王婉, 陈智高. 基于知识结构的孵化器服务能力分析[J]. 科技进步与对策, 2009, 26(18): 119-122.
- [7] LEONARD N H, BEAUVAIS L L, SCHOLL R W. Work motivation; the incorporation of self-concept-based processes[J]. Human Relations, 1999(52): 969-998.
- [8] CONSTANT D, KIESLER S, SPROULL L. What's mine is ours, or is it? A study of attitudes about information sharing [J]. Information Systems Research, 1994(5): 400-421.
- [9] CONSTANT D, SPROULL L, KIESLER S. The kindness of strangers; the usefulness of electronic weak ties for technical advice[J]. Organization Science, 1996, 7(2): 119-135.
- [10] 周文霞, 郭桂萍. 自我概念的研究概述及发展趋势探讨[J]. 中国人民大学学报, 2006(1).
- [11] NAHAPIET J, AND GHOSHAL S. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage[J]. Academy of Management Review, 1998, 23(2): 242-266.
- [12] ANDREWS K M, DELAHAY B L. Influence on knowledge process in organizational learning; the psychosocial filter [J]. Journal of management studies, 2000, 37: 797-810.
- [13] 蒋春燕, 赵曙明. 组织学习、社会资本与公司创业——江苏与广东新兴企业的实证研究[J]. 管理科学学报, 2008, 11(6): 61-76.
- [14] JARVENPAA S L, STAPLES D S. The use of collaborative electronic media for information sharing; an exploratory study of determinants[J]. Journal of Strategic Information Systems, 2000, 9(2/3): 129-154.
- [15] 黎常. 信任对知识管理的促进机制研究[J]. 科技进步与对策, 2009, 26(1): 147-151.
- [16] 王力民. 企业内外部知识共享与创新的协同发展模式研究[J]. 情报科学, 2008, 26(7): 988-999.
- [17] 李梦俊, 赵越岷, 陈华平. 关于组织成员转移知识意向影响因素的实证研究[J]. 科技管理研究, 2008, 28(11): 217-219.

(责任编辑:高建平)

## Research on the Effect Factors on Individual Knowledge Sharing Intention in the Social Capital Perspective

Hu Jiawen, Chen Zhigao

(School of Business, East China University of Science and Technology, Shanghai 200237, China)

**Abstract:** On the basis of former knowledge sharing research, with the social perspective, this paper develops a theoretical model of stimulating entrepreneurs' knowledge sharing intention in business incubator. Theoretical model verified by the empirical research, it is concluded that the key factors are the perceived value of knowledge, trust, self-satisfaction, norms sharing and being helpful, except mutual benefit. Finally, it is proposed some suggestion to improve entrepreneurs' knowledge sharing in business incubator.

**Keywords:** Entrepreneur; Incubator; Knowledge Sharing; Social Capital; Business Incubator; Individual Motivation