

网络嵌入与社会创业导向对企业绩效影响研究

汪忠¹ 唐苗²

(湖南大学 工商管理学院, 湖南 长沙 410000)

摘要: 社会创业作为创新性以商业手段解决社会问题, 以创造社会价值和经济价值为使命, 可持续解决社会问题的新兴创业形式, 已成为创业领域研究热点。但现有的社会创业研究主体大多局限于非盈利性组织, 鲜少对企业的社会创业活动进行剖析, 且研究内容也大多聚焦于社会创业的过程和结果, 而对社会创业的前因分析较少。立足于我国战略转型与变革, 基于创业理论和组织变革理论, 以商业企业为主体, 通过文献梳理, 选取社会创业的核心变量——社会创业导向为核心, 网络嵌入为前因变量, 企业绩效为结果变量, 以此构建研究模型, 通过问卷调查和数据分析, 对企业社会创业导向的形成和作用机制进行探索, 得出结论如下: (1) 网络嵌入对社会创业导向有显著正向影响, (2) 网络嵌入对企业绩效有显著正向影响, (3) 社会创业导向对企业绩效有正向促进作用, (4) 社会创业导向在网络嵌入和企业绩效间起到部分中介作用。

关键词: 企业社会创业; 社会创业导向; 网络嵌入; 企业绩效

中图分类号: C939

文献标识码: A

0 引言

建设国家现代化治理体系和提高国家现代化治理能力是实现国泰民安的两大抓手, 是推动“人人有责、人人尽责、人人享有”的社会治理共同体建设的有效途径。企业作为具备经济和社会二元复合属性的市场主体, 在推动新时代高质量发展和参与社会治理的过程中发挥越来越重要的作用^[1]。随着产业结构升级和信息化程度加深, 企业也愈发认识到承担社会责任对获取资源和提高竞争优势的重要性^[2]。然而, 由于可持续导向的企业家精神缺乏、企业的本源利己主义、管理过程中的委托代理问题以及机会主义行为等问题, 导致企业社会责任缺失与异化^[3]。这促使企业必须突破传统思维模式, 将社会属性和经济属性相融合, 实现承担社会责任从“利他”向“双赢”转变。

社会创业作为近年来全球兴起的创业模式, 为实现这一转变提供了很好的思路。社会创业作为创新性以商业手段解决社会问题、实现创造社会价值和商业价值双重使命的新型创业模式, 在新兴经济背景下对促进社会价值创造和刺激社会变革方面具有积极作用^[4]。但值得注意的是, 现有社会创业研究主体大多局限于非盈利组织或者社会企业^[5-6], 研究内容也主要集中在社会创业者特质^[7-8]、社会创业过程^[9-10]、社会创新和社会影响^[11]等议题, 鲜少对组织层面商业企业社会创业的前因以及其对企业绩效的影响展开研究。基于此, 本文立足于企业的社会创业实践, 立意于研究企业如何通过网络嵌入以支持其形成社会创业导向, 并最终实现企业的二元绩效提升。

1 文献回顾与研究假设

1.1 文献回顾

1.1.1 社会创业

社会创业作为新兴领域,在最近十几年收到学术界广泛关注。社会创业被视为实现社会和谐和经济发展的重要手段,正在成为传统机构设置的一个可行的替代方案,能有效解决贫困、失业、受教育程度低等社会问题^[12]。但对于社会创业的定义一直没有统一结论。Nicholls (2010)指出“对于社会创业这个术语的实际含义并没有明确的共识”^[13]。Choi 和 Majumdar (2014)甚至认为,社会创业是一个“本质上有争议的概念”,这也解释了为什么很难找到社会创业的普遍定义,以及为什么它会在不同的方面产生不同的含义^[14]。表 1.1 列举了现阶段对社会创业的代表性定义,主要从社会创业者特征、社会创业过程、社会创业目标三个方面论述。

分析现阶段对社会创业概念的界定可以大致分为两个广义和狭义两个方面。狭义上,社会创业是非盈利性组织以商业化方式创造社会价值的过程。狭义的定义将社会创业局限于专属非盈利性组织的社会活动,重点在社会创业形式上,而非结果。广义上社会创业是兼顾社会价值和经济效益的创新活动,不局限创业形势,而是注重创业结果。在广义定义下,除了非盈利性组织,社会创业也可以公司社会创业的形式应用于盈利性组织内部,具有更强的应用性和适应性^[15]。本文认为,社会创业的重要性体现于以商业模式可持续性创造社会价值,实现社会和经济双元绩效提升,真正关键的是创业结果,而不是局限创业主题,因此,本文采用广义的社会创业定义,并针对商业企业社会创业活动开展进一步研究。

表 1.1 社会创业代表性定义

作者	定义
Austin et al. (2006)	社会创业是创新性的社会价值创造活动,可以由非盈利性组织、企业、政府部门或混合组织进行。
Zahra et al. (2009)	社会创业是识别和利用机会的活动,可以通过创建新的企业或管理现有组织从而增加社会财富。
Nga & Shamuganathan (2010)	社会创业者是社会创业活动的创立者和维护者,通过以可持续性的方式构建社会网络从而实现创新性和财务回报。
Bacq & Janssen (2011)	通过商业活动和广泛获得资源来识别、评估和利用社会创业机会,从而创造社会价值的过程。
Luke & Chu (2013)	为实现社会目标而开展的创业活动,它可有效改变社会需要的现有满足方式。
Doherty et al. (2014)	与追逐商业利润最大化的商业创业不同,社会创业首先关注的是社会效益。
Carraher & Welsh (2015)	社会创业是创新性使用和重组资源以追逐机会,进而促进社会变革、满足社会需要的过程。
Sengupta & Sahay (2017)	社会创业者利用通过风险创新,为社会创造商业利润和社会价值,他们具有他人导向的特征,要同时满足社会目标与经济目的。

1.1.2 社会创业导向

鉴于社会创业的定义与内容研究暂未有定论,学者们通过深入分析公司创业和创业导向相关研究,开始将社会创业分为一组子概念^[16-17],并将社会创业导向定义为社会创业的核心构念^[18]。通过解析创业导向概念研究历程,可以更好地理解社会创业导向内涵。

Miller (1983)指出,公司创业应该具备创新、超前和风险承担特征^[19]。随后, Lumpkin 和 Dees (1996)提出创业导向能够对企业成立并发展创业活动起引导作用,反映了企业创新创业的强度或倾向^[20-21]。以往对创业导向的研究主要关注于经济价值,缺乏对社会性因素

的考量。随着人们对社会目标的关注,创业活动逐渐与社会价值创造相融合,因此从创业导向演变为社会创业导向是一种必然的趋势。创业导向的理论框架和实证结果为开发社会创业导向提供了理论基础。Mort(2006)通过多案例分析指出社会创业的维度构念应该包括创新、变革和风险管理^[22]。盛南(2009)认为社会创业导向体现了社会效益和经济效益在企业中的整合策略,是企业社会创业的关键特征和要素^[23]。胡杨成和郭晓虹(2014)认为社会创业导向是个体或者组织以持续创造社会价值为目标,通过创造性整合和利用资源,达到识别新进入机会、采取新进入行动目标,这个过程中应该具备创新、行动领先和冒险意识等特征^[24]。Dwivedi 和 Weerawardena(2018)指出,社会创业导向旨在创造社会价值、解决社会问题,代表个人的行为倾向和企业的战略姿态,反映了企业将社会效益和经济效益相结合的程度^[18]。

基于对学者们现有的研究分析,本文认为社会创业导向是是对创业导向的创新和继承,既需要有商业创业导向的创新精神和冒险精神,又要将社会价值和商业价值相结合,表现为企业或者个人为了满足利益相关者需求,通过整合和利用资源、识别社会创业机会,追求社会和经济双重目标的倾向。

1.1.3 网络嵌入

“网络嵌入性”概念最早由 Polanyi(1944)在经济领域中研究发现,他提出企业的经济活动是社会制度下进行的,因此经济理论要用制度的框架来分析^[25]。Granovetter(1985)进一步将网络嵌入的概念进行拓展,提出关系性嵌入概念,即经济个体的行为与社会关系网络中的其他经济体或组织的行为紧密相连、相互影响^[26]。与关系性嵌入关注网络中各主体之间关系强度不同,Zukin等(1990)认为研究网络嵌入性是为了找出社会结构、文化环境、政治制度和个体认知等因素对经济活动造成的影响,这种影响不仅取决于关系强弱,网络中各主体所处的位置以及其在网络中的地位也同样起到非常重要的作用,并提出了结构性嵌入的概念^[27]。之后学者们将关系性嵌入和结构性嵌入视为网络嵌入的两个重要维度,并广泛引用。之后 Halinen 和 Tornroos(1995)和 Uzzi(1996)等学者相继提出,网络嵌入性的核心是社会网络关系以交易体系的形式对经济活动产生影响,使经济主体逐渐依赖社会网络关系,以达到从中获取异质性资源的目的^[28-29]。通过网络嵌入还可以促使组织成员相互学习与交流,成员的行为目的也不再仅从自身角度出发,而是受到网络和自身的双重影响^[30]。与此同时,企业通过网络嵌入有利于通过加强与社会网络中其他经济主体的合作,从而提高竞争优势^[31]。近年来,国内学者也对“网络嵌入”的定义提出了各自的看法。许冠南(2011)提出网络嵌入性是体现为经济个体在社会网络中的位置、与网络成员之间的关系,并以此获取资源、对企业绩效产生影响^[32]。此外,企业在社会网络中的创新行为不仅受到关系和结构的影响,还会因社会环境的转变而变化^[33]。

至今,海内外学者已从各个角度出发界定了“网络嵌入性”的内涵。虽然表达方式有所差异,但内容本质上都认为:经济主体嵌入与社会网络之中,其行为受网络特性影响。由于本文的研究主要关注于企业不同类型嵌入性对形成社会创业导向的影响,因此选取网络嵌入的两个重要维度关系嵌入和结构嵌入进行具体探讨。

1.1.4 企业绩效

宏观上,企业绩效是对企业经营状况的评判依据,其中商业企业被基本假定为是追求利润最大化的组织,其企业绩效一般指的是一段时间内企业运营的经济效益和管理者业绩。其

中,企业的收益能力、资产运营水平、债务偿还能力和未来发展潜力等方面衡量的是企业运营的经济效益;管理者业绩则主要表现为在经营过程中管理者对企业成长和发展的贡献^[34]。

与商业创业不同,社会创业具有以下典型特征:(1)以创造社会价值和经济价值为目的,(2)以解决社会问题为导向,(3)以组织创新为手段,(4)将社会目的和经济目的相结合,相互支撑、平衡发展。因此衡量社会创业对企业绩效的影响时需要同时考虑社会和经济二元绩效。其中,社会绩效表现为其解决社会问题、创造社会价值,并为此提供相对应的产品或服务;经济绩效表现为在创造社会绩效的过程中借助商业手段获取的收益,从而实现可持续地创造社会效益^[35]。随着社会创业研究与实践的兴起,对社会创业的绩效评估成为亟待解决的难题,绩效评价成为社会创业组织必须研究的八大内容之一^[36]。社会创业对企业绩效的影响取决于个人的期望以及创业者的能力,同时也会受到环境、战略等多种因素影响,因此对应该纳入社会创业过程中的影响因素,如机会识别、资源获取等。

现有研究社会创业对企业绩效的影响文献中,学者们基本都将企业绩效分为社会绩效和经济绩效两个维度衡量。基于此,本文认为在社会创业过程中,同时创造经济绩效和社会绩效是实现社会创业活动可持续成长的必要前提,也是社会创业行为区别与商业创业行为的重要意义,因此本文将企业绩效分为社会绩效和经济绩效两个维度作为因变量进行研究。

1.2 研究假设

1.2.1 网络嵌入对企业绩效的作用

Timmons(1991)提出,创业过程起始于识别和利用创业机会,由创业者和创业团队主导,而创业资源在创业过程中则发挥着不可或缺的支撑和“续航”作用。随着信息时代的发展,经济市场中企业与企业之间的联系逐渐紧密,而建立起高质量且健康的社会网络也成为了企业持续经营、提高企业绩效的重要策略,企业嵌入社会网络的程度越深,就越有利于对外部关键性资源的探索与获取。其中,企业通过和外部建立较强的关系嵌入,可以构建优质的资源搜寻通道,降低资源获取的时间成本和经济成本,提高企业的经济绩效。与此同时,随着企业间合作和信任的加深,企业间的距离逐步拉近,有利于促使企业产生公共利益意识、形成社会创业动机和建立企业间互相监督的协同环境,有助于企业创造和提高社会绩效。在结构性嵌入方面,企业可以通过在社会网络中占据中心位置,从而提高资源获取的便利性和对关键性资源的敏锐度,有利于提高企业掌握多方利益相关者诉求、识别和评估未被满足的社会需求,并转化为企业的经济绩效和社会绩效^[37]。据此本文提出如下假设:

H_{1a}: 网络嵌入对企业经济绩效有显著的正向影响;

H_{1b}: 网络嵌入对企业社会绩效有显著的正向影响;

1.2.2 网络嵌入对社会创业导向的作用

企业社会创业无论是创业模式、创业目标还是创业效益都跟传统创业有着较大差别,是对企业传统商业模式的变革与创新。由此,社会创业导向反应了企业组织变革的战略倾向性,也就是体现了组织创新产品、技术、市场,修改资源配置的意愿和决策倾向。资源基础观认为,充足的、有价值的、稀缺的资源是企业发生变革的重要前提,其中难以模仿和替代的异质性资源更是企业维持创新和竞争力必不可少的因素,因此本文认为企业具备通过有效途径积极搜寻外部资源填补因变革造成的资源缺口的能力是组织产生变革倾向的重要促成因素。

事实表明,企业的网络嵌入,无论是结构性嵌入还是关系性嵌入,都能帮助企业获取外部资源,并对社会创业导向的社会引领、互惠协同和资源拓展三个维度均具有促进作用。首

先,关系嵌入有助于企业以较低的代价获得想要的资源,从而在新项目开发或者新技术引入方面,具有一定的成本优势^[38]。此外,关系嵌入也带动了网络资源的流动,有助于企业与其他网络成员进行互补性合作,从而增强企业实施社会创业导向的能力和外部条件^[39],实现互惠协同;其次,企业通过结构嵌入占据较为有利的网络位置,不仅可以获得丰富的网络资源,提升企业的风险承担能力,还能够发挥“桥梁”作用^[40],提高企业拓展边缘性资源、识别尚未被满足的社会需求的能力,从而有助于实现资源拓展和社会引领。以上分析充分说明,网络嵌入的两个维度——关系嵌入和结构嵌入,均能对企业形成和实施社会创业导向起到促进作用,据此本文提出如下假设:

H₂: 网络嵌入对社会创业导向有显著的正向影响;

1.2.3 社会创业导向对企业绩效的作用

社会创业以创造经济价值和社会价值双重价值为目的,社会创业导向作为企业社会创业的核心构念,与经济绩效和社会绩效有着密不可分的联系。一方面,社会创业导向倡导的社会引领有助于提高企业行为的社会合法性,使企业更容易获得利益相关者和目标受众情感上的信任,从而建立良好的合作关系和企业形象。且企业对社会需求的敏锐挖掘和满足有利于企业先动优势,占领蓝海市场,最终体现为企业经济绩效的增长。资源基础观认为,企业的异质性资源是企业创造经济效益的关键因素,而社会创业导向所强调的资源拓展可以通过对不受重视的边缘性资源的整合的利用降低资源的获取成本,而且难以被竞争对手效仿,形成竞争优势。社会创业导向所强调的互惠协同维度更是有利于企业拓展社会网络,激励利益相关者进行专用资源投资,从而获取异质性资源,最终体现为经济绩效的提升^[41]。另一方面,企业通过对边缘性资源(如老年人劳动力等人力资源)的挖掘整合,关注社会问题、满足社会需求,既缓解了社会创业的资源稀缺性,又有助于提高社会效益、促进社会发展,同时还能通过创造性开发“蓝海”占领利基市场,从而可持续性创造社会价值,实现企业社会绩效的持续增长。且企业社会创业导向强调互惠协同、合作共赢,能够有效建立合作关系,降低社会运行成本,促进社会绩效提升。据此,提出如下假设:

H_{3a}: 社会创业导向对企业的经济绩效有显著的正向影响;

H_{3b}: 社会创业导向对企业的社会绩效有显著的正向影响;

1.2.4 社会创业导向的中介作用

社会创业导向是企业的社会创业倾向和战略态度,能够在资源充足的前提下引发一系列的社会创业行为,从而产生企业的社会绩效和经济绩效。正如本文提出,网络嵌入影响社会创业导向的成功实施,就在于通过各种不同形式的网络嵌入可以开发、获取或整合企业社会创业过程中所需的各种资源,最终提升企业绩效。在当今竞争日益激烈的外部环境中,企业的竞争优势就来源于这些独特的网络嵌入,即这些不同网络嵌入所带来的关键资源^[42]。如果企业能不断通过网络嵌入挖掘和获取外部资源,那么企业开展资源拓展、社会引领和互惠协同的能力就会加强,就越能为创造社会价值和经济价值,即社会创业导向是网络嵌入转化为企业绩效的重要“桥梁”。据此,提出如下假设:

H₄: 社会创业导向在网络嵌入和企业绩效间起中介作用。

经过上述分析和假设,提出本文的理论模型(见图1),试图探索网络嵌入、社会创业导向和企业绩效之间的作用机理。



图 1 理论模型

2 研究设计

2.1 数据收集与样本描述

准确、有效的数据是进行科学研究的前提，为了确保所收集的数据质量，本文根据研究问题特性确定研究样本的选择标准。首先，由于本文研究的是网络嵌入对企业社会创业导向的影响，因而在研究对象的选择上应选择社会创业更为活跃及明显的一些行业；其次，由于构建社会网络需要一定时间，所以对样本企业的成立年限应进行一定的控制。综上所述，本研究按照以下原则选择研究样本（1）成立并正式运营3年以上的企业，（2）样本企业集中在金融（小微金融）及农业（扶贫与三农等领域）等社会创业行为活跃的企业，也有部分企业来自其他类别，不做固定限制，（3）问卷交由对企业情况充分了解的的中高层管理者填写，如创始人、总经理等。

问卷通过线上电子问卷与线下纸质问卷相结合的形式发放，主要来源为以下三个部分：

（1）本人参加由上海财经大学主办的《社会创业家研修班》以及第三届社会创业家颁奖大会等活动时现场邀请参会的社会创业家填写问卷。（2）在导师授课的MBA、EMBA课堂上邀请企业管理者参与问卷填写。（3）本人所在的科研团队专注于研究社会创业领域，我们在进行社会创业实践调研和参与培训活动时结识的大多是践行社会创业的企业管理者，因此可以以电子问卷的形式线上邀请符合样本选择要求的对象参与调研。为确保问卷质量，本人在进行问卷发放时都会对问卷填写的相关事宜进行详细介绍，确保问卷发放对象能够高质量完成问卷填写。

共发放问卷 280 份，回收问卷 226 份，剔除无效问卷后得到有效问卷 192 份，回收率和有效率分别为 81%和 85%。在数据分析和检验之前对样本分布进行统计分析，以此检验样本的有效性和代表性，如表 1 所示对研究结果可能产生影响的样本特征如企业规模、企业性质、所属行业等方面进行了统计分析。

表 1 样本分布统计 (N=192)

项目	分类指标	频率	百分比	项目	分类指标	频率	百分比
工作 年限	1-3 年	27	14.1	企业 年龄	3-5 年	36	13.5
	4-6 年	41	21.3		6-10 年	85	42.7
	7-9 年	78	40.6		11-15 年	43	25.5
	10 年及以上	46	24.0		15 年以上	28	18.3

	50人以下	9	4.7				
企业规模	50-100人	23	12.0		农林牧渔业	42	21.9
	101-500人	69	35.9		制造业	11	5.6
	501-1000人	58	30.2		金融业	39	20.3
	1000人以上	33	17.2	企业	批发零售业	12	6.3
企业性质	民营企业	79	41.1	所属	住宿餐饮业	16	8.3
	国有企业	34	17.8	行业	建筑与房地产业	13	6.8
	外资企业	26	13.5		信息传输、计算机服务和软件业	27	14.1
	合资企业	28	14.6		交通运输、仓储和邮政业	3	1.6
	其他	25	13.0		其他行业	29	15.1

2.2 变量测量

网络嵌入。回顾现有研究，本文依据 Zaheer 等（1998）、Dhanaraj 等（2004）、王志玮（2008）等学者的测量方式，将网络嵌入分为关系嵌入和结构嵌入两个维度，其中，关系嵌入从信任、信息共享和联结程度三个方面测量；结构嵌入从网络规模、网络密度、网络稳定性和网络中心度四个方面测量，共设计 12 个题项。

社会创业导向。对社会创业导向的测量本文参考盛南和王重鸣（2008）、盛南（2009）的做法，用资源拓展、社会引领和互惠协同三个维度，每个维度用 4 个条目进行测量。

企业绩效。对社会绩效和经济绩效的测量，本文使用 Liu 等（2014）、Cheah 等（2019）及 Bhattaxai 等（2019）的测量方式，其中经济绩效从利润、销售收入、市场占有率及资产回报率四个方面进行测量；对社会绩效的测量从获得较好的企业声誉与信誉、提供更为社会性或环境友好的产品与服务及组织活动中贯彻社会战略三个方面进行衡量。

控制变量。在控制变量的选择上，本文将企业性质、企业所在行业、企业规模、企业经营年限等会对研究结果产生影响的组织因素设置为控制变量，并设定一些客观题目对其进行测量。

3 研究结果与分析

3.1 信效度分析

本研究通过 SPSS26.0 软件对问卷量表进行信度分析，检验结果如表 2 所示。各变量 Cronbach's α 系数分别是网络嵌入（0.895）、社会创业导向（0.852）和企业绩效（0.839），变量 Cronbach's α 系数均大于 0.8，总量表信度较高。各维度 Cronbach's α 系数在 0.765-0.861 之间，均大于 0.7，各分量表信度较高。由此表明，本研究采用的量表具有较好的稳定性和一致性，量表的信度较好。通过 KMO 检验和 Bartlett's 球体检验，所有量表 KMO 值 > 0.7，显著性 < 0.01，各测量量表的因子载荷值均高于 0.6，说明量表的效度较高。

表 2 问卷信效度分析结果

变量	因子	题项	最小因子载荷	Cronbach's α	KMO	Total variance explained
网络嵌入	关系嵌入	RE1	0.708	0.837	0.785	51.449
		RE2	0.615			
		RE3	0.748			
		RE4	0.708			
		RE5	0.625			
		RE6	0.617			
	结构嵌入	SE1	0.697	0.834		
		SE2	0.701			
		SE3	0.745			

	SE4	0.747			
	SE5	0.756			
	SE6	0.747			
	RD1	0.753			
资源	RD2	0.788	0.845		
拓展	RD3	0.774			
	RD4	0.638			
社会	SL1	0.621			
创业	SL2	0.744	0.823		
导向	SL3	0.772		0.728	57.890
	SL4	0.751			
	MC1	0.744			
互惠	MC2	0.840	0.861		
协同	MC3	0.803			
	MC4	0.622			
	E1	0.801			
经济	E2	0.798	0.846		
绩效	E3	0.644			
	E4	0.615		0.752	60.552
企业	S1	0.838			
绩效	S2	0.704	0.765		
	S3	0.694			

3.2 共同方法偏差检验

本研究采用Harman单因素检验方法对所有题项进行未旋转的探索性因子分析，结果表明共有7个特征值大于1的因子被提出，且第一个因子解释总异变量的14.830%，小于Podsakoff等学者提出的40%的标准，因此本研究不存在严重的共同方法偏差。

3.3 相关性分析

本研究使用 SPSS 26.0 进行 Pearson 相关性分析，验证网络嵌入、社会创业导向和企业绩效的相关性程度，以此验证部分假设成立，为后续的回归分析做参考。如表 3 所示网络嵌入（包含关系嵌入和结构嵌入）、社会创业导向（包含资源拓展、社会引领和互惠协同）和企业绩效（包含经济绩效和社会绩效）两两之间均存在显著正相关关系，这与本文的研究模型假设初步吻合。

表 3 核心变量之间的相关性分析

	1	2	3	4	5	6	7
1 关系嵌入	1						
2 结构嵌入	0.243**	1					
3 资源拓展	0.178*	0.228**	1				
4 社会引领	0.384**	0.390**	0.260**	1			
5 互惠协同	0.238**	0.144*	0.137*	0.245**	1		
6 经济绩效	0.246**	0.218**	0.549**	0.249**	0.277**	1	
7 社会绩效	0.285**	0.266**	0.484**	0.525**	0.233**	0.427**	1

注：**p<0.01，*p<0.05，n=192

3.4 假设检验

本文采用层次回归方法进行假设检验。

(1) 主效应分析。为检验网络嵌入对企业绩效的影响，构建模型 3-4、模型 7-8，将经济绩效和社会绩效分别作为因变量，然后加入控制变量（企业年龄、企业性质、企业规模

和企业领域)，最后将自变量网络嵌入加入回归方程，回归分析情况如表4所示。模型4显示网络嵌入 ($\beta=0.449, P<0.01$) 对企业经济绩效有正向影响，由此假设 H_{1a} 成立。模型8显示网络嵌入 ($\beta=0.426, P<0.01$) 对企业社会绩效有正向影响，假设 H_{1b} 成立。从回归系数来看，网络嵌入对企业经济绩效的作用更大。

(2) 中介效应分析。构建模型1-2验证网络嵌入对社会创业导向的影响。模型2以社会创业导向为因变量，网络嵌入为自变量，结果显示网络嵌入 ($\beta=0.336, P<0.01$) 与社会创业导向正相关， H_2 成立。模型5和模型9分别以经济绩效和社会绩效为因变量，社会创业导向为自变量，模型5结果显示社会创业导向对企业经济绩效有显著正向影响 ($\beta=0.553, P<0.01$)，假设 H_{3a} 成立；模型9显示社会创业导向对企业社会绩效有显著正向影响 ($\beta=0.644, P<0.01$)，假设 H_{3b} 成立。在模型4和模型8的基础上加入社会创业导向 (中介变量) 构成模型6和模型10。相较于模型4，模型6结果显示，网络嵌入 (自变量) 对企业经济绩效 (因变量) 的正向影响显著性从 ($\beta=0.449, P<0.01$) 下降到 ($\beta=0.246, P<0.05$)，说明社会创业导向在网络嵌入和经济绩效之间起部分中介作用， H_{4a} 通过验证。相较于模型8，模型10结果显示，网络嵌入 (自变量) 对社会绩效 (因变量) 的回归系数由 ($\beta=0.426, P<0.01$) 下降到 ($\beta=0.283, P<0.05$)，说明社会创业导向在网络嵌入和社会绩效之间起部分中介作用， H_{4b} 通过验证。

表4 回归分析结果

解释变量	被解释变量									
	社会创业导向		经济绩效				社会绩效			
	模型1	模型2	模型3	模型4	模型5	模型6	模型7	模型8	模型9	模型10
企业年龄	-0.013	-0.044	-0.37	-0.124	-0.119	-0.117	0.014	0.025	0.040	0.043
企业性质	0.008	0.022	-0.003	-0.013	-0.021	-0.016	0.027	0.077	0.063	0.069
企业规模	0.003	0.017	-0.016	-0.059	-0.060	-0.062	0.002	0.004	0.001	-0.003
企业领域	-0.014	-0.015	-0.022	-0.221	-0.202	-0.199	-0.035	-0.195	-0.145	-0.140
网络嵌入		0.336**		0.449**		0.246**		0.426**		0.283**
社会创业导向					0.553**	0.461**			0.644**	0.397**
R^2	0.020	0.248	0.068	0.322	0.491	0.393	0.045	0.345	0.482	0.338
Adjusted R^2	-0.001	0.222	0.048	0.289	0.466	0.363	0.024	0.319	0.449	0.257
F 值	0.938	16.869**	3.391	19.713**	33.711**	23.153**	2.182	16.738**	28.778**	18.447**

注：*表示显著性水平 $P<0.05$ ，**表示显著性水平 $P<0.01$

4 结论与启示

4.1 研究结论

本文基于理论分析，选取网络嵌入作为前因变量，探索企业社会创业导向的形成和作用机制。在大量的文献阅读基础上，构建本研究的理论模型，提出具体的研究假设，采取问卷形式在国内获取 192 份有效数据进行实证检验，得出结论如下：

(1) 网络嵌入对企业绩效具有显著的正向影响。实证结果表明,网络嵌入对企业绩效的两个维度经济绩效和社会绩效均有显著的正向影响,且网络嵌入对企业经济绩效的正向影响大于嵌入对企业社会绩效的正向影响。原因可能是社会创业作为新兴创业形式在企业间推行时间较短,即使企业正在向兼顾社会效益和经济效益转移,但在面对资源分配时还暂时无法做到均衡配置,这也反映了企业在社会创业过程中需要克服使命偏离问题,始终遵从创造社会价值和经济价值双重使命。

(2) 网络嵌入对社会创业导向具有显著的正向影响。实证结果表明,网络嵌入对社会创业导向有显著的正向影响,因此企业通过网络嵌入形成友好的合作氛围和触角范围广泛的社会网络,有助于企业敏锐洞察社会需求中的潜在价值,并通过挖掘整合边缘性资源,领先将社会需求与商业模式相结合,解决社会问题,实现互惠协同。

(3) 社会创业导向对企业绩效具有显著正向影响。实证结果表明,社会创业导向对企业的经济绩效和社会绩效均有显著的正向影响。社会创业的使命是实现社会价值和商业价值,因此企业形成社会创业导向对企业绩效具有促进作用。资源拓展体现企业对边缘资源的探索精神,通过对边缘资源的拼凑整合可有效减轻因资源稀缺性造成的劣性竞争,有助于企业突破资源束缚,从而促进企业经济绩效的提升。互惠协同倡导企业关注利益相关者需求,且以合作共赢的方式维护自身和利益相关者的利益,长此以往能够促进专用性资源在关系网中的流通,在善意归因的驱动下企业更倾向于向利益相关者乃至社会群体提供更好的支持与服务,从而提高企业的社会绩效。社会引领要求企业将社会需求与商业模式相结合,为解决社会问题注入内生动力,既能促进社会进步,促进企业社会绩效的提升,更能在领先识别社会创业机会、获取先动性优势的驱动下高效整合和优化企业资源开拓市场“蓝海”,促进企业经济绩效。

(4) 社会创业导向在网络嵌入和企业绩效中起到部分中介作用。实证结果表明,网络嵌入在加入社会创业导向之后仍显著作用企业的经济绩效和社会绩效,但其影响程度有所下降,说明其对企业绩效的作用在一定程度上是通过社会创业导向实现的。说明企业通过开发形成社会创业导向能够充分利用网络嵌入带来的正向效应,弥补社会创业带来的资源缺口,从而促进企业实现提升经济绩效和社会绩效双重使命。一方面,通过资源拓展可以有效挖掘出社会网络中边缘性资源的潜在价值,并通过资源整合和创新性优化,为企业社会创业提供资源保障。另一方面,通过关系嵌入和结构嵌入建立良好的合作网络是企业开展经营活动中秉持“互惠协同”原则的必要前提,而企业以实现社会价值为使命也有助于获取社会网络中其他成员的认同与支持,提高组织合法性。因此,社会创业导向是网络嵌入转化为企业绩效的有效路径。

4.2 理论意义与启示

(1) 目前对于社会创业的研究大多集中在对非盈利性组织的案例和理论研究,对商业企业的社会创业活动也大多停留在社会创业活动对企业绩效等作用机制的实证分析,缺乏对形成社会创业导向的前因变量以及结果变量的探索,本文从网络嵌入视角出发,探索其与社会创业导向的关系,并进一步研究通过社会创业导向对企业绩效产生的影响,不仅发现网络嵌入有利于企业形成社会创业导向,而且社会创业导向还能对企业绩效产生积极效应,此研究结论一方面在一定程度上弥补了现有组织层面社会创业导向的前因变量和结果变量的研究不足,为关于社会创业的理论研究提供实证支撑。另一方面解答了实践中企业面临的“如何进行社会创业?”以及“社会创业对自身是利是弊?”的问题,为企业突破传统商业思维

束缚、开展社会创业起到借鉴意义。

(2) 本研究验证了社会创业导向能够在网络嵌入与企业绩效之间发挥部分中介作用,进一步解释了网络嵌入转化为企业绩效的作用路径和机制,一定程度上丰富了网络嵌入理论的研究成果,并且为我国企业的社会创业实践提供参考和借鉴价值。

(3) 本研究实证结果表明企业的性质并不能对企业形成社会创业导向产生显著影响,侧面反映了国有企业对解决社会问题缺乏内生动力,而是以承担社会责任的形式在面对社会需求,因此在社会创业导向上与民营企业、合资企业以及外资企业并无差别。这一结论对政府制定相关政策激发国有企业以商业形式为解决社会问题注入活力起到启示作用。

4.3 局限与展望

本研究虽然得出了一些有价值的研究结论,但仍存在不足:

(1) 由于我国企业社会创业活动还较为稀缺,加上自身信息获取能力以及时间有限,因此只在湖南、上海、浙江、广州等地,向可获取信息范围内评估符合要求的企业管理者发放问卷,因此所得数据样本存在一定的局限性,未来可以扩大样本量对研究结论进一步验证。

(2) 本研究使用问卷调查的方式获取截面数据进行分析,未来可以考虑收集时间序列数据或案例分析对企业社会创业导向的形成和影响进行动态分析,从而探究社会创业导向形成和影响过程的阶段特征以及影响因素。

(3) 本研究将社会创业导向的形成和作用机制整合,探索了一条从网络嵌入到企业社会创业导向,继而对企业绩效产生影响的作用路径。但实际其在企业内部的运行机制还存在许多影响因素的作用,本文只做了初步探索,未来可以继续引入环境、组织、个人等影响因素做进一步探索。

参考文献

- [1] 阳镇, 尹西明, 陈劲.新冠肺炎疫情背景下平台企业社会责任治理创新.管理学报, 2020, 17(10): 1423-1432
- [2] 白旻, 王仁祥.企业社会责任如何影响企业持续创新.中国科技论坛, 2020(01): 107-115
- [3] 肖红军, 阳镇.共益企业:社会责任实践的合意性组织范式.中国工业经济, 2018, 37(7): 174-192
- [4] Manlio Del Giudice, Alexeis Garcia-Perez, Veronica Scuotto, et al. Are social enterprises technological innovative? A quantitative analysis on social entrepreneurs in emerging countries. Technological Forecasting & Social Change, 2019, 148
- [5] Kuratko D F, Mc Mullen J S, Hornsby J S, et al. Is your organization conducive to the continuous creation of social value? Toward a social corporate entrepreneurship scale. Business Horizons, 2017, 60(3): 271-283
- [6] Lepoutre J, Justo R, Terjesen S, et al. Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: the Global Entrepreneurship Monitor social entrepreneurship study. Small Business Economics, 2013, 40(3): 693-714
- [7] Hockerts K. Determinants of social entrepreneurial intentions. Entrepreneurship Theory and Practice, 2017, 41(1): 105-130
- [8] Lortie J, Castrogiovanni G J, Cox K C. Gender, social salience, and social performance: how women pursue and perform in social ventures. Entrepreneurship & Regional Development, 2017, 29(1-2): 155-173
- [9] Bacq S, Eddleston K A. A Resource-Based View of Social Entrepreneurship: How Stewardship Culture Benefits Scale of Social Impact. Journal of Business Ethics, 2018, 152: 589-611
- [10] Weidner K, Weber C, Göbel M. You Scratch My Back and I Scratch Yours: investigating inter-partner legitimacy in relationships between social enterprises and their key partners. Business & Society, 2019, 58(3): 493-532
- [11] Cherrier H, Goswami P, Ray S. Social entrepreneurship: Creating value in the context of institutional complexity. Journal of Business Research, 2018, 86: 245-258
- [12] Nguyen Hoang Tien, Ho Thien Thong Minh, Le Doan Minh Duc, et al. Social entrepreneurship and corporate sustainable development. Evidence from Vietnam. Cogent Business & Management, 2020, 7: 1
- [13] Nicholls A. The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-Paradigmatic Field. Entrepreneurship theory and practice, 2010, 34(4): 611-633
- [14] Choi N, Majumdar S. Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. Journal of Business Venturing, 2014, 29(3): 363-376
- [15] 戴维奇. 理解“公司社会创业”: 构念定位、研究梳理与研究议程. 科学学与科学技术管理, 2016, 37(04): 35-44
- [16] Macke J, Sarate J A R, Domeneghini J, et al. Where do we go from now? Research framework for social entrepreneurship. Journal of cleaner production, 2018, 183: 677-685
- [17] Sengupta S, Sahay A, Croce F. Conceptualizing social entrepreneurship in the context of emerging economies: An integrative review of past research from BRIICS. International Entrepreneurship and Management Journal, 2018, 14(4): 771-803
- [18] Dwivedi A, Weerawardena J. Conceptualizing and operationalizing the social entrepreneurship construct. Journal of Business Research, 2018, 86: 32-40
- [19] Miller D. The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. Management Science, 1983, 29(7): 770-791. doi:10.1287/mnsc.29.7.770
- [20] Lumpkin G T, Dess G G. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. Academy of Management Review, 1996, 21(1): 135-172
- [21] Covin J G, Slevin D P. A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. Entrepreneurship: Theory & Practice, 1991, 16(1): 7-25. doi:10.1177/104225879101600102
- [22] Mort, G. S., Weerawardena, J. & Carnegi, K. Social entrepreneurship: Towards conceptualization. International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, 2006, 8(1): 76-88
- [23] 盛南. 社会创业导向及其形成机制研究: 组织变革的视角: [浙江大学博士学位论文]. 杭州: 浙江大学, 2009, 133-135
- [24] 胡杨成, 郭晓虹. 社会创业导向、知识管理能力与NPO绩效关系研究? . 技术经济, 2014, 33, (10):

51-58

- [25] Polanyi K. The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time. Boston, MA: Beacon Press, 1944
- [26] Granovetter M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 1985, 91(3): 481-510
- [27] Zukin S, Dim Aggio P. Structures of Capital: The Social organization of Economy. Cambridge, MA: Cambridge University Press, 1990
- [28] Halinen A, Tornroos J A. The Meaning of Time in the Study of Industrial Buyer-Seller Relationships. *Business Marketing: An Interaction and Network Perspective*, 1995
- [29] Uzzi B. The Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 1997, 42(1): 35-67
- [30] Gulati R. Alliance and networks. *Strategic Management Journal*, 1998, 19(4): 293-317
- [31] Figueiredo P. N. The role of dual embeddedness in the innovative performance of MNE subsidiaries: Evidence from Brazil. *Journal of Management Studies*, 2011, 48 (2): 417-440
- [32] 许冠南, 周源, 刘雪锋. 关系嵌入性对技术创新绩效作用机制案例研究. *科学学研究*, 2011, 29 (11) : 1728-1735
- [33] 杨君. 高新技术企业网络嵌入性、知识获取与企业创新绩效关系研究: [北京交通大学硕士学位论文]. 北京: 北京交通大学, 2018, 11-14
- [34] 李纪明. 资源观视角下企业社会责任与企业绩效机制研究: 一个理论框架及其在浙江的实证检验. 浙江: 浙江大学出版社, 2012: 79-80
- [35] Dacin M T, Dacin P A, Tracey P. Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization science*, 2011, 22(5): 1203-1213
- [36] Helen Haugh. A research agenda for social entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, 2005, 1(1)
- [37] 何中兵. 集群企业社会创业时空环境规制与时空竞争力: [武汉大学博士学位论文]. 武汉: 武汉大学, 2016, 25-27
- [38] Wang C., Altinay L. Social Embeddedness, Entrepreneurial Orientation and Firm Growth in Ethnic Minority Small Businesses in the UK. *International Small Business Journal*, 2012, 30(1): 3-23
- [39] 正云, 罗瑾. 产业网络双重嵌入与新创企业创新追赶. *科学学研究*, 2019, 37 (2) : 267-275
- [40] Lowik S., Rossum D., Kraaijenbrink J., et al. Strong Ties as Sources of New Knowledge: How Small Firms Innovate through Bridging Capabilities. *Journal of Small Business Management*, 2012, 50(2): 239-256
- [41] 张书军, 张芳. 社会创业导向与企业绩效. *珞珈管理评论*, 2017(02): 1-16
- [42] 朱秀梅, 费宇鹏. 关系特征、资源获取与初创企业绩效实证研究. *南开管理评论*, 2010(3) : 125-135

The Impact of Network Embeddedness and Social Entrepreneurship Orientation on Firm Performance

Wang Zhong¹ Tang Miao²

(School of Business Administration, Hunan University, Changsha, Hunan 410000, China;)

Abstract: Social entrepreneurship, as a new form of entrepreneurship that solves social problems by innovative commercial means, takes creating social value and economic value as its mission, and solves social problems in a sustainable way, has become a research hotspot in the field of entrepreneurship. However, most of the existing research subjects of social entrepreneurship are limited to non-profit organizations, and rarely analyze the social entrepreneurship activities of enterprises. Moreover, most of the research content also focuses on the process and results of social entrepreneurship, while the antecedents of social entrepreneurship are less analyzed. Based on the

strategic transformation and transformation in our country, based on the theory of entrepreneurship and organizational change theory, to business enterprise as the main body, through literature review, select the key variables of social entrepreneurship social entrepreneurship orientation as the core, the embedded network as the dependent variable, business performance as outcome variables, to build a research model, through the questionnaire survey and data analysis, the formation and mechanism of social entrepreneurship orientation to the enterprise to explore, come to the conclusion as follows:(1) network embeddedness has a significant positive effect on social entrepreneurship orientation; (2) network embeddedness has a significant positive effect on firm performance; (3) social entrepreneurship orientation has a positive promoting effect on firm performance; (4) social entrepreneurship orientation plays a partial mediating role between network embeddedness and firm performance.

Keywords:Enterprise social entrepreneurship;Social entrepreneurship orientation;Network embedding;Enterprise performance

作者简介:第一作者:汪忠,联系方式:13786140106, Email: 1724040642@qq.com, 联系地址:湖南省长沙市岳麓区湖南大学工商管理学院, 邮编: 410082;

通讯作者:唐苗,联系方式:17700566200, Email: 1036619995@qq.com, 联系地址:湖南省长沙市岳麓区湖南大学工商管理学院, 邮编: 410082;