

企业社会资本的概念与测量： 一个综合理论分析框架

社会
2008·6
Society
第28卷

尉建文

摘要：本文采用“网络闭合”和“结构洞”两种社会资本的理论视角，提出“信任”和“网络位置”是企业社会资本的最主要特征的观点，并从组织和群体两个层面及企业内部和外部两个部分对企业的社会资本测量进行了分析。在本文所提出的企业社会资本测量的分析框架中，在组织层面上，将企业看作是网络中的节点，关注企业的正式关系以及网络结构特征；在群体层面上，将企业社会资本看作是“班底”的内部信任程度以及他们在人际关系网络中的位置。

关键词：企业社会资本 网络闭合 结构洞 概念与测量

如今，在社会科学的诸多研究领域，社会资本正日益成为一个广为流行的概念，越来越多的社会学家、管理学家、经济学家引入社会资本的概念以寻求各自研究领域中所面临的难题的答案。在前期的诸多研究中，社会资本被引入到有关家庭、社区、青少年行为、公共卫生、民主与管理、经济发展，以及集体行动等问题的研究之中。但最近几年，随着组织层面社会资本研究的逐渐升温，学者们已逐渐关注组织间和组织内部网络对于组织社会资本的影响。Nahapiet 和 Ghoshal(1998)对于社会结构和企业智力资本及价值创造之间相互关系的探讨激发了大量的相关研究。边燕杰、丘海雄(2000)在《中国社会科学》发表了题为《企业的社会资本及其功效》的文章，较早地提出了企业社会资本的概念并探讨了测量方法的问题。随后，刘林平(2006)在《社会学研究》上发表了一篇商榷的文章，并提出了自己的企业社会资本概念与测量方法。本文基于以上研究，就企业社会资本的概念与测量提出自己的

尉建文 中央财经大学社会学系讲师

感谢中央财经大学校级课题“企业家的社会资本与企业绩效之关系研究”和社会学重点学科建设课题的资助。

看法,作进一步的探讨。

一、文献综述与研究述评

(一)主要观点综述

企业社会资本的概念与测量,在社会学、经济学和管理学界都有大量研究,归纳起来大概有三种观点,在社会学的研究领域中,主要有“关系网络说”和“交易成本说”,在管理学的研究领域中,大多主张“三维度说”。

第一种观点是社会学领域中颇为流行的个体关系网络说。边燕杰、丘海雄(2000)认为,企业的社会资本是行动主体与社会的联系以及通过这种联系摄取稀缺资源的能力;并进一步将企业的社会联系分为三类:纵向联系、横向联系和社会联系。所谓纵向联系是指企业与上级领导机关、当地政府部门以及下属企业部门的联系;横向联系指的是企业与其他企业的联系;社会联系,尽管没有明说,实际上指的是企业除纵向、横向联系之外的其他社会联系(参见刘林平,2006)。边燕杰等采用了三个指标对此进行了测量。第一个指标是企业法人代表是否在上级领导机关任过职;第二个指标是企业的法人代表是否在跨行业的其他任何企业工作过及出任过管理、经营等领导职务;第三个指标是企业法人代表的社会交往和联系是否广泛。

第二种观点是交易成本说。刘林平(2006)提出,要从“效用性”和“生产性”来理解社会资本,进而来测量社会资本。他区分了企业经济活动中三种投入:物质资本的投入、人力资本的投入和社会资本的投入,并提出用花费在社会关系上的费用来衡量企业社会资本的投入。他认为,企业的社会资本,就是企业动用了的、用来从事生产经营活动的社会网络或社会资源。它本质上是企业为了其生产经营活动建构自己的关系网络的交易费用。他提出用企业中的非技术性干股(比较固定的社会关系的表征)和公关费用来测量企业的社会资本。

第三种观点是三维度说。在管理学界,谈到企业社会资本的测量,最为代表性的是 Nahapiet 和 Ghoshal(1998)所提出的概念。他们在研究社会资本、智力资本与企业价值创造之间的关系时,将社会资本分为结构性维度(structural dimension)、关系性维度(relational dimension)和认知性维度(cognitive dimension)三个维度。社会资本的结构维度指

个体之间联结的模式,包括网络联系、网络结构形式和可使用的组织(appropriable organization);关系性维度指通过关系创造和利用的资产,包括如信任、规范和认可、义务和期望等属性;认知维度指表征双方之间可通过共有的语言、编码和叙述进行沟通、理解、解释等。后来,很多国内外管理学者在研究企业社会资本时大多延用三维度说(Tsai & Ghoshal, 1998; 韦影, 2005; 周小虎, 2006)。

(二) 研究评述

以上关于企业社会资本的研究,主要存在三个方面的问题。

第一,概念上存在的争议。由于社会资本概念本身的复杂性和争议性,这就使得企业社会资本的概念也存在非常大的争议。企业社会资本的主要争议在于它是一种资源还是一种能力。Nahapiet 和 Ghoshal(1998)将企业层面的社会资本定义为,嵌入于、可利用的并源于个体或社会单元拥有的关系网络中的实际的和潜在的资源。刘林平(2006)认为,社会资本是动用了的、用来从事生产性的经济活动的社会网络或社会资源。边燕杰和丘海雄(2000)将企业社会资本定义为,企业通过与经济领域中的各个方面建立起的各种网络来摄取稀缺资源的一种能力,正如企业的金融资本和人力资本一样,企业的社会资本也需要经过积累和再生产,它是企业发展不可缺少的要素之一。

第二,测量层次的混淆或忽略。测量层次是界定和测量社会资本研究中非常重要的一个问题。这涉及到如何看待企业,如何看待企业之间正式和非正式关系的问题。本研究认为,企业的社会资本是一个群体或组织层面上的问题,但在以往的研究中,大多对此问题混淆或忽略。边燕杰等在其研究中用企业家的社会资本来取代它,显然出现了测量的层次谬误。个体社会资本的测量与组织社会资本的测量,所强调的内容存在着很大的差异,对个人“使用的社会资本”的测量,研究者们主要集中于以下三个方面:对于非正式网络途径的选择、社会网络中流动的资源 and 关系人的特征。在测量集体社会资本时,通常分为几个基本的结构面向,分别是信任、公共参与和社会连接、社会网络结构、社会规范等(罗家德、赵延东, 2005)

第三,在经验的层面,缺乏企业间横向可比性。把对社会资本的计量与对物质资本和人力资本的计量统一起来,都用金钱作为衡量的尺度,使得这三种资本的投入可以互相比较,可以很好地与经济学形成对

话,可以与经济资本、人力资本形成对比。但是却忽略了一个问题,如何在横向上比较不同企业的社会资本。以刘林平(2006)的研究为例,把企业的社会资本量化为非技术性干股(比较固定的社会关系的表征)和公关费用,那么是否就可以说,一个企业非技术性干股越多、公关费用越多,那么这个企业的社会资本就越高?这显然是一个值得好好商榷的问题。社会学和管理学领域的各种研究也面临着类似的问题。

二、社会资本理论的整合与启示

通过以上对于企业社会资本的论述,可以发现,所有相关的研究的理论脉络都是来自于社会资本的理论。因此,要想建构合理的企业社会资本的概念,首要的就是厘清社会资本的概念与内涵。

(一)社会资本的隐喻

学界对社会资本存在着多种界定。布迪厄(Bouredieu, 1992: 119)认为,社会资本是来源于社会结构的资源,“它是真实或虚拟的资源的总和,对于个人和团体来说,由于要拥有的持久网络是或多或少被制度化了的相互默认和认可的关系”;科尔曼(Colman, 1998)则从社会结构的功能方面来定义社会资本,他认为社会资本是“许多具有两个共同之外的主体。它们都是由社会结构的某些方面组成,而且它们都有利于行动者的特定行为——不论它们是结构中的个人还是法人”;普特南(Putnan, 1993: 167)沿循科尔曼的传统来定义社会资本,他认为“社会资本指的是社会组织的特征,例如信任、规范和网络,它们能够通过推动协调的行动来提高社会效率”;R.S.博特(Burt, 1992: 8)认为,社会资本是处于竞争优势的“结构洞”。

尽管不同的学者对社会资本有着不同的界定,但是它们之间还是存在着某种共性。林南(Lin, 2001: 24)认为,“布迪厄、科尔曼、我、弗莱普、博特、艾利克森、波茨和其他的一些学者都赞同这样一种观点,那就是社会资本是由嵌入在社会关系和社会结构的诸种资源构成的,这些资源可以被行动者用于增及其目的性的活动的成功的可能”。如此,我们就找到了讨论社会资本共同的基础,社会资本作为社会结构,是一种优势的隐喻,它可以促发竞争优势有利于个体或群体去达到目标(Burt, 2000)。关于社会资本的各种定义之间虽然有所差异,但从中可以提炼出学者们对社会资本认识上的一致意见:社会资本是能够促进

社会行为者之间合作的一种生产性的资源，它使行为个体通过社会网络或其他社会结构中的联系获取利益，网络、信任、规范等是社会资本的核心构成要素。

（二）社会资本从何而来

在明确了社会资本的概念之后，接下来我们要解决的问题是，什么样的社会结构可以产生社会资本？这也是把社会资本概念应用到企业层面的至关重要的问题。根据 R.S.博特(Burt, 2002)的研究，社会资本来源于两种社会结构，一是结构洞(structural hole)；二是网络闭合(network closure)。

1. 作为结构洞的社会资本

结构洞作为社会资本的论述，最早可以追溯到齐美尔和 R.K.默顿。齐美尔认为，通过各种各样甚至存在矛盾和冲突的关系可以产生个体的自主性；R.K.默顿认为，结构洞与传统经济学关于垄断权力和市场控制产生竞争优势的网络模型的观点很一致。在上世纪 70 年代，作为中间人机会功能的社会资本出现，并在社会学领域中得到认可。比较有名的如格兰诺维特的弱关系的强度、弗里曼的中心性间距、K.S.库克和爱默森的排他性交易伙伴的收益，以及博特的复杂网络创造的结构自主。在 R.S.博特(Burt, 1992)发表的《结构洞》一书中，对于这个观点作了全面阐述。结构洞之所以能够产生社会资本在于两个方面的优势，一是信息优势，即结构洞可以区隔非冗余性的信息，因此资源是增加的，而非重叠的；二是控制优势，也就是第三方优势，它可以从作为中间人的位置上获取收益。

2. 作为网络闭合的社会资本

与结构洞的观点不同，科尔曼(Coleman, 1990)却看到了作为中间人的风险，提出了网络闭合的观点。他认为，闭合的网络，也就是说在一个相互交往的网络中，任何人都逃不过其他人的注视，从概念操作化的术语说，也就是高密度的网络是社会资本的来源。网络闭合具有两个方面的优势：一是信息获取的优势，即社会资本的一个重要形式是嵌入在关系中的信息潜能。一个人从朋友那里得到信息，要比去读报要节约时间。二是信任优势，即网络的闭合有利于交易，由于网络中人们彼此信任，可以减少交易的风险。

3. 理论的整合与研究启示

在以后的研究中,R.S.博特对作为开放网络(即结构洞)和网络闭合的观点进行了概念上的整合和经验验证。他认为,这两者不是对立或竞争的社会资本范式,相反认为它们是相互补充的。一方面,开放网络范式以结构洞的分析为典范,如果联系超越了群体,就会增加群体及其成员的价值;另一方面,当群体内部的资源是充分的且被用于群体或个体成员的获利时,封闭网络也是有效的(参见张文宏,2003)。由此可见,无论对于个体、群体还是组织而言,只要群体内部网络是闭合的,而在外部的网络结构中处于结构洞的位置上,那么它的社会资本就是最大的。这也是本研究的理论基础。

三、企业社会资本概念与测量

(一)企业社会资本的内涵

以往的研究中存在三种主要的视角来看待企业的社会资本。第一种视角是将企业间的联系或企业在联系网络中的位置视为社会资本。由于机会和有价值信息的共享,基于信任的重复交易关系对长期的伙伴而言是有益的(Burt, 1992)。Koka 和 Prescott (2002)将战略联盟视为社会资本。Chung 等(2000)认为,企业通过参与合作发展社会资本,而来自于直接和间接合作经验的社会资本在联盟形成中起到重要作用。第二种视角是将企业内部之间或个人之间的联系或互动并由此产生的信任,视为企业社会资本。罗家德、赵延东(2005)在组织社会资本的研究中,也提出组织内的信任是企业资本最核心的特征。张其仔(2000)以企业中个人之间合作程度的高低来测量企业的社会资本,并得出结论存在于工人与管理者之间的社会资本对企业的盈亏有显著影响。第三种是综合了内外部的视角,认为企业社会资本包括内外两大方面的社会关系网络,它们均由纵向、横向以及社会等三个维度的联系构成(Tsai & Ghoshal, 1998)。

本研究延续内外综合的视角,将企业社会资本定义为:建立在信任和规范基础上的,企业内外部关系网络中可利用的实际和潜在的资源。企业社会资本的核心是网络结构和信任以及潜在在网络中的资源。关系网络分为内部和外部两个部分,也就是说,本研究将把握社会资本的本质和核心要素,兼顾内外部视角,从网络结构、信任和资源三个方面,

从组织和群体的层面,分别从内部和外部两个角度来企业的社会资本进行测度。具体而言,一是在组织层面上,主要借用“结构洞”的视角,把企业看作是市场网络的节点,研究企业的正式关系及其带来的社会资源;二是把企业看作是一个群体,研究他们内部的信任和外部的关系网络,以及嵌入其中的社会资源。

(二)组织的层次:企业作为市场网络中的节点

在组织的层面上,企业被看作是市场网络中的节点。我们主要研究企业在市场网络中的位置,也就是说关注企业之间的正式联系(企业与客户、供应商及其他企业,如科研院所、高校及技术中介组织的联系,以及与政府部门、银行、行业协会的联系)及其它们在市场网络结构中的位置。R.S.博特用“网络约束”(network constraint)来测量它们的社会资本,“网络约束”指的是个体在网络中冗余性联系的程度(Burt, 1992)。一般来说,网络约束包括三个维度:网络规模(size)、网络密度(density)和网络层级(hierarchy)。

1. 网络规模就是个体在网络中联结的个数

更多的联系,则意味着可以接收到更多的多元化信息。如果跨结构洞的网络是社会资本的来源,那么网络规模和社会资本之间就会是正向相关。对企业而言,企业客户的数量也就是企业与上下游客户(包括各种客户或者政府)的联系,这种联系越多,企业在结构中越处于有利的位置,企业的社会资本就会越高。

2. 网络密度是网络闭合是指各种联系的平均强度

在一个高密度的网络里,行动者易于沟通,因此可以很容易地交易,也便于对抗那些违反共同信仰或规范的个人或行为。如果跨结构洞的网络是社会资本的来源,那么网络密度低,社会资本就会越高;如果网络闭合是社会资本的来源,那么网络密度越高,社会资本就会越高。对于企业而言,它们和上下游企业之间的关系越强,则社会资本越高。因此,用交易的频率来测量企业间的密切程度。企业与上下游企业交往的频率越高,则社会资本越高。

3. 网络层级是网络闭合的另外一种形式

网络密度是个体之间平均的连接,而层级则是大多数个体都同少数的个体连接,甚至只有一两个。网络约束测量的是网络的冗余性程度,而层级测量的则是网络中连接到一个节点的集中程度。如果闭合

作为社会资本,那么社会资本与网络层级正相关。如果跨结构洞的网络是社会资本的来源,那么网络层级社会资本之间就会是负相关。对于企业一般而言,同行企业数量越多,竞争越激烈,网络的集中性程度就越底,反之则集中化程度高。

(三)群体的层次:企业作为群体的关系网络

R.S.博特(Burt,2000)在整合结构洞和“网络闭合”的社会资本理论时提出,群体内网络闭合同时拥有非冗余性信息的群体,它的绩效最高,如图1所示。

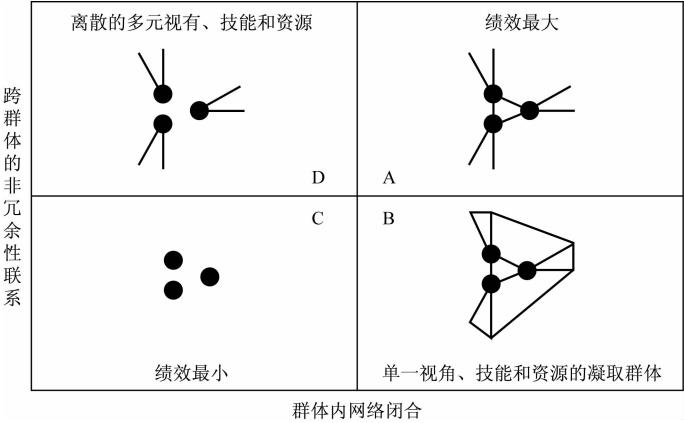


图1:“结构洞”和“网络闭合”的理论综合示意图

注:笔者略有改动。●代表群体的成员;——代表成员之间的联系。

在此,我们把企业看作是一个群体,借用 R.S.博特的这个图示来测量企业的社会资本。问题在于,一是作为群体的企业或社会组织的网络是复杂的、纵横交错的,很难测量;二是企业中个体网络与组织网络、公私之间的网络交叉纠缠在一起,很难分清(刘林平,2006)。

面对这些困难,我们提出两点可行性的方法。一是用企业“班底”¹的概念来取代企业的全体成员。如此而言,我们就可以用个体社

1 “班底”是台湾学者陈介玄(2001)提出的一个说法。它是指在企业内起着重要作用的人物。关于班底成员如何确定,笔者提出两种可行性的方法。一是整体网络分析法,对于所有的企业成员进行调查,确定企业中在咨询网、情感网和情报网中处于核心位置的成员。这种方法比较科学,但在实际的操作过程中会有很多的麻烦,特别是对于大企业来说,更是困难。二是主观认定法,既可以是企业自己来认定他们的重要人物,也可以是学者根据企业发展的核心要素(人、财、市场等)来认定。企业管理这些要素的员工,就可以看作是企业的班底。这种方法简单易操作,也大致能够反映企业的班底。

会资本的测量方法来测量企业的社会资本。二是仅仅测量“班底”的个人关系网络,而非企业的正式关系。企业社会资本在群体的层次上,包括三方面的内容:群体内的网络闭合、跨群体的非冗余性联系和嵌入在关系网络中的资源。

首先,就群体内的社会资本而言,根据以上所述,网络闭合是群体内社会资本的来源。那么,在使用社会网络分析方法测量个体“拥有”的社会资本时,网络规模、网络的密度(网络成员之间联系的紧密程度)就显得尤为重要。由此,我们可以提出以下两个指标:群体内关系网络规模和群体内关系网络的密度,而且企业“班底”的关系网络规模越大,群体内关系越密切,企业的社会资本就越高。

其次,就群体外的社会资本而言,测量外部关系网络,既要表现它的结构洞位置的特性,又要测量出关系网络中蕴含的社会资本。在此可以借用边燕杰的测量方法,运用社会网络规模、网顶、网差和网络构成4个指标来测量企业“班底”个人层次的社会资本。边燕杰对于网络规模、网顶、网差和网络构成4项指标的操作化测量,既强调了社会资本即社会网络资源的观点,又包括了网络关系和网络结构的观点。

网络规模和网顶可以测量“班底”外部群体的社会资本。规模大的网络比规模小的网络拥有的关系、信息和人情桥梁较多;网顶高,意味着网络内拥有权力大、地位高、财富多、声名显赫的关系人多。网差和网络构成可以测量外部群体的网络非冗余性的联系:网差大说明网络成员从事不同的职业,处于不同的职位,资源和影响是互补性的;网络构成合理,则是指与资源丰富的社会阶层有着千丝万缕的联系。

四、简要总结

企业社会资本测量的困难之处在于两点,一是如何把社会资本的理论真正应用到企业层面之上,而不是简单的叠加;二是企业社会资本的测量层次问题,也就是把企业看作是企业家个人还是看作是一个由企业构成的群体抑或一个组织。本文从整合社会资本的理论出发,提出从组织和群体的层面来测量企业的社会资本。在组织的层面上,企业的社会资本可以表现为:企业的上下游客户(包括各种客户或者政府)的数量、企业与上下游企业交往的频率和同行企业的数量;在群体的层面上,企业的社会资本可以表现为:“班底”内部关系网络的规模、

密度;“班底”内部关系网络的层级;“班底”外部关系网络的社会网络规模、网顶、网差和网络构成。群体层次与组织层面的社会资本两者并不是相互冲突相互矛盾的,而是相互补充相互支撑的,因此在实际的应用中,可以把这两者结合起来,如此就能够更好地测量企业的社会资本。当然,本研究仅仅是一个企业社会资本的理論的分析框架,属于理論分析的范畴,至于如何具体地由企业社会资本的概念找到合适的指标进行操作化,还有待于进一步的研究。

参考文献

- 边燕杰、丘海雄. 2000. 企业的社会资本及功效[J]. 中国社会科学(2).
- 边燕杰. 2004. 中国城市中的关系资本与饮食社交:理论模型与经验分析[J]. 刘翠霞、林聚任,译. 开放时代(2).
- 陈介玄. 2001. 班底与老板:台湾企业组织能力之发展[M]. 台北:联经出版社.
- 林闽钢. 2002. 社会学视野中的组织间网络及其治理结构[J]. 社会学研究(2).
- 刘林平. 2006. 企业的社会资本:概念反思和测量途径——兼评边燕杰、丘海雄的《企业的社会资本及其功效》[J]. 社会学研究(2).
- 罗家德、赵延东. 2005. 社会资本的层次及其测量方法[G]//李培林、覃方明,主编. 社会学:理论与经验. 北京:社会科学文献出版社.
- 韦影. 2005. 企业社会资本对技术创新绩效的影响:基于吸收能力的视角[D]. 杭州:浙江大学博士学位论文.
- 张其仔. 2000. 社会资本与国有企业绩效研究[J]. 当代财经(1).
- 张文宏. 2003. 社会资本:理论争辩与经验研究[J]. 社会学研究(4).
- 周小虎. 2006. 企业社会资本与战略管理——基于网络结构观点的研究[M]. 北京:人民出版社.
- Bourdieu, Pierre and Wacquant. 1992. *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Burt, Roland S. 1980. "Models of Network Structure." *Annual Review of Sociology* 6: 79 - 141.
- . 1992. *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- . 2000. "The Network Structure of Social Capital." In *Research in Organizational Behavior*, Volume 22, (eds.) by Robert Sutton and Barry Staw. Greenwich, CT: JAI Press.
- Coleman, James. 1998. "Social Capital in the Creation of Human Capital." *American*

Journal of Sociology 9: 95 – 120.

- Chung, S.A., H. Singh. et al. 2000. “Complementary, Status Similarity and Social Capital as Drivers of Alliance of Formation.” *Strategic Management Journal* 21: 1 – 22.
- Granovetter, Mark. 1973. “The Strength of Weak Ties.” *American Journal of Sociolog* 78: 1360 – 1380.
- Koka, B. R. and J. E. Prescott. 2002. “Strategic Alliance as Social Capital: A Multidimensional View.” *Strategic Management Journal* 23: 795 – 816.
- Lin, Nan. 1982. “Social Resources and Instrumental Action.” In *Social Structure and Network Analysis*, (eds.) by Peter Marsden and Lin Nan. Beverly Hills: Sage Publ.
- . 2001. *Social Capital*. New York: Cambridge University Press.
- Nahapiet, J. and Ghoshal, S. 1998. “Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage.” *The Academy of Management Review* 5: 586 – 96.
- Putnam, Robert. 1993. “The Prosperous Community: Social Capital and Public Life.” *American Prospect* 13.
- Tsai, W. and S. Ghoshal. 1998. “Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Networks.” *Academy of Management Journal* 41: 464 – 476.

责任编辑：路英浩