



# 创业团队异质性对机会识别的影响 ——社会网络的中介作用

杨隽萍, 包诗芸, 陈佩佩, 许 多

(浙江理工大学经济管理学院, 杭州 310018)

**摘 要:** 整合高阶理论与社会网络理论, 构建了创业团队异质性、社会网络与机会识别关系的理论模型, 并利用 481 家新创企业的调研数据对理论假设进行了实证检验。结果表明: 创业团队外部异质性与内部异质性对新创企业的机会识别和社会网络构建均具有积极影响; 企业社会网络联系与中心性能够正向影响机会识别, 且在创业团队异质性与机会识别二者间起部分中介作用。该研究拓展了高阶理论和社会网络理论在创业领域的应用, 同时也为新创企业如何提升机会识别效果提供了建议。

**关键词:** 机会识别; 创业团队异质性; 企业社会网络; 新创企业

中图分类号: F270

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851 (2019) 08-0337-07

## Impact of entrepreneurial team heterogeneity on opportunity recognition: The intermediary role of social network

YANG Junping, BAO Shiyun, CHEN Peipei, XU Duo

(School of Economics and Management, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

**Abstract:** A theoretical model of the relationship among entrepreneurial team heterogeneity, social network and opportunity recognition was constructed by integrating upper echelon theory and social network theory. And, the survey data from 481 new ventures were used for empirical test. The results show that external heterogeneity and internal heterogeneity of the entrepreneurial team have significantly positive influence on opportunity recognition and social network construction of new ventures. The social network contact and network centrality have a positive effect on opportunity recognition, and also play a partial intermediary role between entrepreneurial team heterogeneity and opportunity recognition. The research extends the application of upper echelon theory and social network theory in the field of entrepreneurship, and offers new ventures some advice on how to enhance opportunity recognition effect.

**Key words:** opportunity recognition; entrepreneurial team heterogeneity; enterprise social network; new venture

机会识别是创业活动的起点,亦是创业成功的关键。识别机会的结果直接影响着企业的绩效,关系着企业未来的发展。其中,机会是指创业主体探寻到的潜在价值<sup>[1]</sup>,机会识别则是对该潜在价值进行挖掘的过程。在机会识别过程中,高阶理论认为,

创业主体的团队异质性会对机会识别行为产生重大影响。较高的异质性意味着团队成员的认知基础存在较大差异<sup>[2]</sup>,这使得创业团队能够获取不同成员收集的异质性信息<sup>[3]</sup>,进而为企业识别新机会提供基础。然而目前关于团队异质性与企业机会识别的

收稿日期: 2019-01-14 网络出版日期: 2019-06-11

基金项目: 国家自然科学基金项目(71872167); 浙江省科技厅软科学项目(2018C35086)

作者简介: 杨隽萍(1971—),女,吉林长春人,教授,博士,主要从事创业风险管理与控制方面的研究。

关系研究相对较少,以往学者更多考察团队异质性和新创企业绩效的影响<sup>[4-5]</sup>,忽视了其与企业具体经营行为的作用关系。

同样,创业团队也是企业机会识别的战略决策者,团队异质性和企业识别机会也会产生显著影响<sup>[6]</sup>。因此,有必要探究不同结构特征的创业团队与机会识别的关系,从而为企业识别潜在机会提供理论指导。此外,创业团队的结构特征也往往决定着企业资源的获取和开发利用,在一定程度上影响了企业社会网络的构建,进而影响机会识别的效果。

鉴于此,本文整合高阶理论与社会网络理论,探究创业团队的异质性和新创企业机会识别的影响,并剖析企业社会网络联系与中心性特征在二者之间发挥的作用,以期对创业团队的组建以及企业网络的构建提供借鉴与参考。

## 一、理论分析与研究假设

### (一)创业团队异质性与机会识别

创业团队异质性,是指创业团队成员在性别、年龄、教育水平、经验、认知观、价值观等方面表现出来的差异<sup>[7]</sup>。异质性按特征是否易于观测,可分为外部异质性和内部异质性<sup>[8]</sup>。其中,外部异质性指创业团队成员在年龄、工作经验、教育背景等社会属性方面的差异;内部异质性则主要表现为价值观、信念等心理方面的差异。

高阶理论认为,成员间的异质性提升了团队的认知基础,从而有助于团队在识别新机会的过程中产生不同的见解。从外部异质性来看,性别的差异使得团队成员能够从不同市场需求考虑潜在商机<sup>[9]</sup>,年龄的差异使得企业在稳步发展的同时又能吸收年轻人独特的创新力,有效地提升了企业的机会识别。此外,团队成员之间存在较显著的知识和经验差异,使得企业在识别潜在商机时拥有丰富的知识存量。基于图式理论,当团队拥有高经验的异质性时,意味着其储存的图式越多,有效信息的集聚越迅速<sup>[10]</sup>,企业因此能够大大提升机会识别的概率。

从团队的内部异质性来看,团队成员在价值观、态度和信念等方面的差异也有助于企业更好地进行机会识别。一方面,内部的异质性避免了思维的固化<sup>[11]</sup>,同时又提高了团队整体认知结构的复杂度,解决了企业机会识别过程中“面不够宽”的问题。另一方面,机会识别的过程也是团队成员认知冲突的过程,认知冲突导致团队成员为此进行争辩和商讨,

使得信息的交流以及思想碰撞更为有效<sup>[12]</sup>,这也利于企业识别出较佳的商业机会。因此,基于以上分析,本文提出如下假设:

假设 1a:创业团队外部异质性和企业机会识别正相关。

假设 1b:创业团队内部异质性和企业机会识别正相关。

### (二)创业团队异质性与企业社会网络

企业社会网络是企业与供应商、客户、其他企业、银行、政府机构等个体或组织之间在交易、资源互换等一系列行为过程中所建立的关系的集合<sup>[13]</sup>。高阶理论认为,企业社会网络构建会受到其创业团队异质性特征的影响。从外部异质性看,团队成员知识结构、工作经验、专长背景等方面的较大差异拓宽了企业网络的覆盖面<sup>[14]</sup>,促使企业能够与更多的组织来往,吸收更多的社会支持和认可<sup>[15]</sup>,这不仅有助于加强社会网络主体间的联系,也有利于提升企业在社会网络中的地位。从内部异质性看,由于价值观、偏好、信念等差异,团队成员对从网络中获取的信息也有着不同的认知和见解<sup>[16]</sup>。为了调和团队成员可能存在的不同意见,高异质性的团队主动与外部多元化组织联系,从而获取更多有价值的资源。也正是由于内部异质性的存在,新创企业能够从不同角度去分析市场行情,发掘更多的潜在价值来驱动创业者积极地进行价值创造<sup>[17]</sup>,从而提升企业的竞争优势,提高其在社会网络中的地位。因此,本文提出以下假设:

假设 2a:创业团队外部异质性和网络联系正相关。

假设 2b:创业团队外部异质性和网络中心性水平正相关。

假设 2c:创业团队内部异质性和网络联系正相关。

假设 2d:创业团队内部异质性和网络中心性水平正相关。

### (三)企业社会网络与机会识别

社会网络是新创企业进行机会识别的重要渠道<sup>[18]</sup>,网络联系和网络中心性是衡量企业社会网络的重要指标<sup>[19]</sup>。

网络联系反映的是企业与其他组织之间联系的频繁、密切以及相互信任的程度<sup>[20]</sup>。企业通过建立联系紧密的社会网络有助于提升机会识别的效果:一方面,网络联系扩大了企业的信息来源<sup>[21]</sup>,提高了企业掌握市场动态的准确性,进而有利于企业快

速识别潜在商机;另一方面,通过网络联系也易使企业间形成信任互惠的关系,继而保证了获取信息的质量,提升了机会识别的效果。

网络中心性则是指企业处于社会网络中心的程度,反映了企业的重要性以及对资源获取和控制的程度<sup>[22]</sup>。企业在网络中心的位置对于机会识别至关重要:其一,较高的网络中心性水平意味着企业可通过较短的路径获取较有价值的资源,在降低搜索成本的同时又能提高获取信息的速率<sup>[23]</sup>;其二,处于较高网络中心位置的企业往往能收获更高质量的信息资源<sup>[24]</sup>,从而利于提升机会识别的效果。因此,本文提出如下假设:

假设 3a:网络联系与企业机会识别正相关。

假设 3b:网络中心性水平与企业机会识别正相关。

#### (四) 社会网络的中介作用

高阶理论认为,创业团队作为新创企业的高管,其特征对企业产出的影响具有过程性<sup>[25]</sup>。高异质性的创业团队能够给企业提供更多的信息获取途径<sup>[26]</sup>,增加了企业社会网络的宽度和复杂度,从而有效提升了机会识别的效果。

从网络联系特征看,一方面,团队成员工作背景、知识结构等外部差异使得企业能够与不同的外界主体进行交流,继而形成多样化的网络联系,利于企业快速了解市场变化<sup>[27]</sup>,知晓顾客需求<sup>[28]</sup>,进而提升机会识别概率。另一方面,由于价值观等内部异质性,团队成员对信息的关注点以及对问题的认知往往存在差异。这种分歧会导致团队成员们不得不与更多的外界主体沟通,以获取更多有效的信息,调和团队内部的矛盾,进一步丰富企业的社会网络联系,从而为识别新机会奠定基础。基于上述分析,本文提出以下假设:

假设 4a:网络联系中介了创业团队外部异质性与机会识别之间的正向关系。

假设 4b:网络联系中介了创业团队内部异质性与机会识别之间的正向关系。

从网络中心性看,团队外部异质性拓宽了企业的交流渠道,使企业在网络结构中能够形成多元的信息优势,占据较高的网络地位。而企业在社会网络中的地位一旦提高,意味着其能接触并掌握更多的关键资源<sup>[23]</sup>,从而提升机会识别的效果。此外,由于团队成员内部异质性的特征给企业带来了更为复杂的认知结构,使得企业在通过网络搜集信息的过程中能够基于不同视角不同层次去审视所获的资

源,这有利于企业形成信息质量优势,提升企业网络地位,从而成功识别商机。因此,本文提出以下假设:

假设 5a:网络中心性中介了创业团队外部异质性与机会识别之间的正向关系。

假设 5b:网络中心性中介了创业团队内部异质性与机会识别之间的正向关系。

综上分析,本文提出了创业团队异质性与企业社会网络和机会识别研究的理论模型,如图 1 所示。

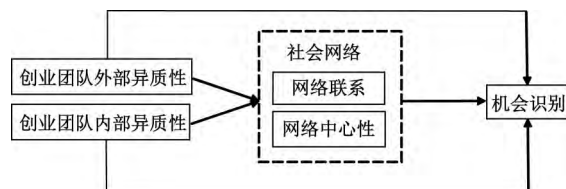


图 1 创业团队异质性、企业社会网络与机会识别理论模型

## 二、研究设计

### (一) 数据收集

本次问卷调查针对创业团队展开,研究数据主要来源于江浙沪地区的新创企业,研究对象为新创企业的创始人或是创业的核心成员。为确保问卷发放对象的准确性,本研究按照新创企业成立时间低于 8 年的标准对企业创立年限进行了限制。本次调研共发放问卷 737 份,收回 602 份。经筛选,剔除创业团队人数少于 2 人以及非核心成员填写的问卷,最终搜集有效问卷 481 份,回收率达 65.27%。在有效样本中,本文调研的创业团队规模以 5 人及以上的成员组合为主(占 61.75%),2 至 4 人创业的团队有 184 个(占 38.25%)。从企业成立年限看,大部分企业成立时间在 3 年以上(占 76.72%);从企业规模来看,员工人数大多在 200 人及以下(占 64.45%);从所属行业来看,涉及制造、生物医药、建筑房产、IT 等行业,但总的来说 IT 和制造行业占据多数。

### (二) 变量测量

#### 1. 创业团队异质性

本文借鉴 Harrison 等<sup>[8]</sup>的研究,将创业团队异质性分为外部异质性和内部异质性两个维度。外部异质性的量表主要参照张秀娥等<sup>[29]</sup>、彭学兵等<sup>[30]</sup>以及赵文红等<sup>[31]</sup>的研究,通过创业者或创业核心成员评价团队中成员的年龄差异、教育背景差异、知识专长以及工作经验等方面的差异来确定整个创业团队的异质性程度,包括“团队成员年龄差异大”“团队成员学历背景差异大”“团队成员拥有非常不同的工

作经验”等7个题项。而内部异质性则采用张宏<sup>[32]</sup>等学者普遍采纳的指标,通过被访者评价团队成员们对生活和工作的价值观差异、对企业目标的认识差异以及是否具有相似的集体观念等内容来判断团队的内部异质程度。

## 2. 社会网络

本文研究的社会网络是新创企业的社会网络,在回顾以往研究基础上,最终选取网络联系和网络结构中的中心性指标进行测量。网络联系主要反映了社会网络中各组织间联系的频繁、亲密以及信任程度。借鉴 Granovette<sup>[33]</sup>、龙静<sup>[34]</sup>的研究,从企业与供应商、顾客等合作伙伴、银行等金融机构以及工商、税务等管理机构的联系频繁程度和亲密信任程度方面进行衡量。网络中心性则体现了企业在社会网络结构中的地位以及主导性。企业越接近于网络中心位置,将更能占据信息资源的控制优势。关于网络中心性,本研究借鉴龙静<sup>[34]</sup>和 Freeman<sup>[35]</sup>的研究,从企业的合作伙伴、企业的影响力以及企业信息获取三方面进行网络中心性评价。

## 3. 机会识别

机会识别是企业在感知市场需求后,对有市场潜力且具有高收益的机会进行挖掘的过程。本文借鉴了 Ucbasaran 等<sup>[36]</sup>及古继宝等<sup>[25]</sup>的研究,从企业识别商业机会的数量、可行性、多样性以及创新性方面进行测量,旨在关注企业机会识别的效果。

## 4. 控制变量

考虑到新创企业的行为和结果产出可能受企业特征的影响,本文在借鉴赵文红等<sup>[31]</sup>的研究基础上,选取企业年龄、员工人数、资产规模作为企业层面的控制变量。此外,本研究还限制了创业团队的人数,因为团队规模对最终的组织产出也会造成一定影响<sup>[37]</sup>。

## (三)信度和效度

本研究采用 Cronbach's  $\alpha$  系数对量表进行可靠性检验,结果表明各量表较符合内部一致性信度要求。其中,创业团队异质性的 Cronbach's  $\alpha$  系数值为 0.886,外部异质性是 0.853,内部异质性是 0.850。社会网络的系数值为 0.849,网络联系达到了 0.857,网络中心性为 0.719。机会识别效果的 Cronbach's  $\alpha$  系数值为 0.667,相对较低但也在可接受的范围之内。再将各变量进行验证性因子分析,结果显示创业团队异质性( $\chi^2/df = 4.285$ ,  $GFI = 0.981$ ,  $CFI = 0.988$ ,  $RMSEA = 0.056$ )、社会网络( $\chi^2/df = 2.499$ ,  $GFI = 0.958$ ,  $CFI = 0.967$ ,  $RMSEA = 0.088$ )和机会识别( $\chi^2/df = 4.152$ ,  $GFI = 0.945$ ,  $CFI = 0.959$ ,  $RMSEA = 0.081$ )模型的总体效度也较好,除了个别值略高于临界值以外,其他指标都在标准范围以内,因此问卷整体的信效度满足研究要求。

## (四)共同方法偏差

对于问卷中共同方法偏差的处理,采用 Harman 单因素法对本研究进行检验。结果发现,数据在未进行旋转的情况下,第一个因子的方差解释度为 34.183%。可见,本研究不存在共同方法偏差问题。

# 三、研究结果

## (一)相关分析

通过相关性分析,各主要变量的分析结果如表1所示。自变量创业团队外部异质性、内部异质性均与因变量机会识别显著正相关,且外部异质性与内部异质性本身之间也存在着相关性。此外,企业社会网络联系和中心性作为中介变量,与机会识别呈正相关关系,同时也会受到创业团队异质性的影响。

表1 均值、标准差与相关性分析

变量	均值	标准差	外部异质性	内部异质性	网络联系	网络中心性	机会识别
外部异质性	3.666	0.711	1	—	—	—	—
内部异质性	3.872	0.689	0.551***	1	—	—	—
网络联系	3.852	0.805	0.474***	0.394***	1	—	—
网络中心性	4.076	0.732	0.475***	0.448***	0.483***	1	—
机会识别	3.762	0.582	0.475***	0.503***	0.403***	0.362***	1

注: \*、\*\*、\*\*\* 分别表示在 5%、1% 和 0.1% 的水平上显著,下同。

## (二)回归分析

运用层级回归分别对模型 1—13 进行实证检验,得出表 2 所示的回归分析结果。其中,模型 1 的回归结果中只包含了全部的控制变量;模型 2 和模型 3 则是在已有控制变量的基础上,加入了团队外

部异质性、团队内部异质性这两个自变量对因变量进行回归;模型 4—7 分别是控制变量和自变量对社会网络这一中介变量的回归模型;模型 8—9 为中介变量社会网络对因变量机会识别的回归模型;模型 10—13 则为包含中介效应的全效应模型。

表2 层次回归模型结果

变量	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	模型11	模型12	模型13
成立时间	0.085	0.031	0.086*	0.083*	0.136*	0.053	0.113**	0.032	0.048	0.130	0.054	0.023	0.070
员工人数	0.006	-0.017	0.017	-0.020	0.012	-0.008	0.026	-0.003	0.001	-0.160	0.026	-0.015	0.015
资产规模	0.061	0.038	0.033	-0.046	-0.047	0.007	0.004	0.061	0.051	0.440	0.055	0.037	0.034
团队人数	0.156**	0.126**	0.085*	0.007	-0.020	0.102*	0.066	0.140**	0.111**	0.124**	0.093*	0.110**	0.075
外部异质性	—	0.467***	—	0.464***	—	0.469***	—	—	—	0.359***	—	0.391***	—
内部异质性	—	—	0.491***	—	0.394***	—	0.448***	—	—	—	0.395***	—	0.424***
网络联系	—	—	—	—	—	—	—	0.398***	—	0.228***	0.244***	—	—
网络中心性	—	—	—	—	—	—	—	—	0.347***	—	—	0.162***	0.154***
Adj-R <sup>2</sup>	0.022	0.238	0.264	0.228	0.171	0.233	0.211	0.179	0.139	0.277	0.307	0.257	0.281
F值	12.016	76.034	84.770	72.042	50.385	73.965	64.922	53.260	39.882	62.354	71.974	56.237	47.986

采用逐步回归的方法对模型进行检验,结果如表2所示。从模型2—3中可以看出,创业团队外部异质性和内部异质性对机会识别的回归系数均显著为正( $\beta=0.467, 0.491, P<0.001$ ),表明这两个自变量确实对因变量机会识别是具正向作用的,即较高的外部异质性和内部异质性均有利于机会识别效果的提升,因此本文假设1a、假设1b得到验证。从模型4、5可看出,创业团队的外部异质性和内部异质性对企业的网络联系产生了显著的正向效应( $\beta=0.464, 0.394, P<0.001$ ),模型6、7中可知,创业团队的外部异质性以及内部异质性对企业的网络中心性也产生了正向影响( $\beta=0.469, 0.448, P<0.001$ ),这表明当企业拥有异质性的创业团队结构特征时将更有利于企业社会网络的构建,假设2a、假设2b、假设2c、假设2d得到验证。模型8、9显示的是企业社会网络的联系性、中心性与机会识别的关系,结果表明企业社会网络联系与中心性这两个维度均对机会识别有显著正影响( $\beta=0.398, 0.347, P<0.001$ ),网络联系的增强和网络中心性的提高,能够丰富网络中参与主体的数量和类型,整合并利用更多的资源,从而提高机会识别的效果,假设3a、假设3b也得到了验证。

以创业团队的外部异质性和网络联系、内部异质性和网络联系、外部异质性和网络中心性以及内部异质性和网络中心性分别为解释变量,企业机会识别为被解释变量依次进行回归分析,结果(模型10—13)显示,网络联系的回归系数分别为0.228和0.244( $P<0.001$ ),网络中心性的回归系数分别为0.162和0.154( $P<0.001$ ),均是显著的。创业团队外部异质性的回归系数则从模型2的0.467( $P<0.001$ )分别降低至模型10的0.359( $P<0.001$ )和模型12的0.391( $P<0.001$ ),创业团队内部异质性的回归系数也从模型3的0.491( $P<0.001$ )分别降

低至模型11的0.395( $P<0.001$ )和模型13的0.424( $P<0.001$ ),但都通过了显著性水平检验。由此可见,企业社会网络的两个维度(网络联系和网络中心性)在创业团队异质性与机会识别之间均起部分中介作用,从而假设4a、假设4b、假设5a、假设5b得到支持。

为了进一步明确社会网络中介效应的大小,本研究采用Bootstrap法进行再次检验。结果显示,在创业团队外部异质性到企业机会识别的路径中,网络联系的中介效应为0.089,中介结果在置信区间内不包括0( $LLCI=0.046, ULCI=0.143$ ),网络中心性的中介效应为0.069,中介结果也未包含0( $LLCI=0.028, ULCI=0.123$ )。可见,社会网络的两个维度在团队外部异质性与机会识别间确实具有中介作用,假设4a、假设5a得到检验。在创业团队内部异质性到机会识别的路径中,网络联系与网络中心性的中介效应分别为0.081和0.065,且二者中介结果的置信区间( $LLCI=0.042, ULCI=0.130; LLCI=0.023, ULCI=0.114$ )也均不包含0,表明社会网络在团队内部异质性与机会识别间同样发挥中介作用,假设4b、假设5b也得到了证实。

#### 四、结论与启示

##### (一)研究结论

以高阶理论和社会网络理论为基础,本研究构建了创业团队异质性、企业社会网络与企业机会识别之间的理论模型,并通过481家新创企业的有效调研数据,实证检验了三者之间的作用关系。具体研究结论如下:第一,创业团队异质性对企业机会识别有正向影响。较高的外部异质性为企业拓宽了搜集信息资源的渠道,较高的内部异质性提升了企业对所获信息资源开发利用的价值,为企业机会识别提供了有利条件。第二,创业团队异质性对企业社

会网络的构建具有积极影响。外部异质性扩大了企业的交际圈,内部异质性则提升了团队整体的认知水平,这对增加企业社会网络的广度和深度均有促进作用。第三,企业社会网络的联系与中心性水平对机会识别具有正向影响。企业拥有丰富的网络联系加速了资源的流动与转移,企业占据网络中心度高的位置有利于提炼高质量的信息,继而助于提升企业机会识别的效果。第四,社会网络在创业团队异质性影响机会识别的过程中起部分中介作用。当企业拥有显著外部异质性的团队时,成员之间与外界互动会使得自身的网络联系不断增强,网络中心性水平不断提高,从而利于机会识别。当企业拥有高内部异质性的创业团队时,对信息理解和关注点的不同使得成员们更为主动地搜集更多的资源来调和彼此间矛盾的观点,为企业社会网络的构建带来了一定的优势,进而对企业识别潜在机会产生了积极影响。

## (二)研究启示

本文主要有两方面的理论创新:第一,从创业团队结构特征出发,本文将团队异质性细分为外部异质性和内部异质性,多维度考察团队异质性与企业机会识别的关系,弥补了以往研究中拘泥于挖掘创业团队单一维度异质性的不足。事实上,较之于外部异质性,成员间的内部异质性影响机会识别的作用更大。外部的异质性更多的是从资源的累积来达到较好的识别效果,而内部异质性对机会识别的影响则是由创业者们思维的碰撞以及认知的交互产生,后者对市场形势的分析以及信息的把握更为深刻。第二,本研究整合高阶理论与社会网络理论,探索性地将企业社会网络作为团队异质性影响企业机会识别行为的中介变量。研究发现,创业团队的异质性会提升企业的社会网络,进而更有利于机会的识别。这一结论不仅丰富了对企业社会网络前因变量的探究,也开拓了创业团队异质性机会识别作用机制的研究框架,弥补了以往研究的不足。

此外,本研究对创业管理实践也具有一定启示:其一,新创企业在组建创业团队时,可多吸纳异质性的成员,借助彼此之间的资源、知识、经验、认知等来实现企业机会识别的创新性和高质量。其二,新创企业应加强与上下游企业、工商税务等政府机构、科研院所、教育机构以及银行等金融机构的密切联系,善于利用多样化的网络联系获取丰富的信息资源以提升机会识别的概率。其三,新创企业须不断调整其在网络结构中的位置,努力提高中心性水平以提

升机会识别的效率。

## (三)研究局限

本文研究局限主要有以下三方面:第一,本文从网络联系和网络结构两方面衡量企业社会网络这一变量时,只关注了网络结构中的中心性这一指标,缺少对结构洞的研究。尽管中心性一定程度上反映了结构洞的多少,但结构洞的中介位置是中心性所不能替代的。第二,本文问卷调研的数据是创业核心成员对团队的评价数据,可能在测量创业团队内部异质性时存在主观偏差,因此未来研究可采用跨层级的分析方法,从个体到企业多层级进行探讨。第三,本文调研搜集的新创企业样本属于截面数据,相对纵向研究而言,难以反映新创企业机会识别的动态变化,未来可以采取跟踪、访谈等方式进行动态研究,从而使研究结论更具说服力。

## 参考文献:

- [1] 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, 38(1): 160-165.
- [2] 胡望斌,张玉利,杨俊. 同质性还是异质性:创业导向对技术创业团队与新企业绩效关系的调节作用研究[J]. 管理世界, 2014(6): 92-109.
- [3] Hambrick D C, Humphrey S E, Gupta A. Structural interdependence within top management teams: A key moderator of upper echelons predictions[J]. Strategic Management Journal, 2015, 36(3): 449-461.
- [4] Stam W, Arzlanian S, Elfring T. Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta-analysis of contextual and methodological moderators[J]. Journal of Business Venturing, 2014, 29(1): 152-173.
- [5] 程江. 创业团队异质性对创业绩效的影响研究综述[J]. 外国经济与管理, 2017, 39(10): 3-17.
- [6] 张艳,张建琦. 社会网络和高层管理团队异质性对民营企业企业家机会搜寻能力的影响研究[J]. 管理学报, 2016, 13(12): 1801-1807.
- [7] Horwitz S K, Horwitz I B. The effects of team diversity on team outcomes: A meta-analytic review of team demography[J]. Journal of Management, 2007, 33(6): 987-1015.
- [8] Harrison D A, Price K H, Gavin J H, et al. Time, teams, and task performance: Changing effects of surface-and deep-level diversity on group functioning[J]. Academy of Management Journal, 2002, 45(5): 1029-1045.
- [9] 谢觉萍,王云峰. 创业女性机会识别与创业过程管理多

- 案例研究[J].科技进步与对策,2016,33(4):144-148.
- [10] 于东平,段云龙,张新启.企业家一般人力资本与其机会识别能力的关系:机理分析与案例研究[J].技术经济,2016,35(4):52-58.
- [11] Alexiev A S, Jansen J J P, Van D B, et al. Top management team advice seeking and exploratory innovation: The moderating role of TMT heterogeneity [J]. Journal of Management Studies, 2010, 47 (7): 345-450.
- [12] 华斌,陈忠卫.高管团队凝聚力、冲突与组织绩效:基于创业过程的研究[J].当代财经,2013(12):69-78.
- [13] 叶英平,卢艳秋.社会关系视角的网络权力与网络惯例形成[J].经济管理,2016,38(7):167-176.
- [14] 刘刚,李超,吴彦俊.创业团队异质性与新企业绩效关系的路径:基于动态能力的视角[J].系统管理学报,2017,26(4):655-662.
- [15] 朱丽,柳卸林,刘超,等.高管社会资本、企业网络位置 and 创新能力:“声望”和“权力”的中介[J].科学学与科学技术管理,2017,38(6):94-109.
- [16] 白景坤,红艳,屈玲霞.动态环境下上市公司高管团队的异质性如何影响战略变革:基于沪深两市中小企业板上市公司数据的实证分析[J].宏观经济研究,2017(2):157-168.
- [17] Heavey C, Simsek Z. Transactive, memory systems and firm performance: An upper echelons perspective [J]. Organization Science, 2015, 26(4): 941-959.
- [18] 许多.创业团队异质性、社会网络对机会识别的影响研究[D].杭州:浙江理工大学,2019.
- [19] 刘冰,符正平,邱兵.冗余资源、企业网络位置与多元化战略[J].管理学报,2011,8(12):1792-1801.
- [20] 詹坤,邵云飞,唐小我.联盟组合的网络结构对企业创新能力影响的研究[J].研究与发展管理,2018,30(6):47-58.
- [21] Todo Y, Matous P, Inoue H. The strength of long ties and the weakness of strong ties: Knowledge diffusion through supply chain networks[J]. Research Policy, 2016, 45(9): 1890-1906.
- [22] 刘善仕,孙博,葛淳棉,等.人力资本社会网络与企业创新:基于在线简历数据的实证研究[J].管理世界,2017(7):88-98.
- [23] 王建刚,吴洁.网络结构与企业竞争优势:基于知识转移能力的调节效应[J].科学学与科学技术管理,2016,37(5):55-66.
- [24] 陈逸同,董正英.企业网络中心性与绩效的倒U型关系:创业导向的中介作用及环境不确定性的调节作用[J].科技管理研究,2018,38(12):192-204.
- [25] 古继宝,陈兆锋,吴剑琳.创业者社交主动性对新创企业机会识别的影响:有调节的中介效应模型[J].科学学与科学技术管理,2017,38(5):169-180.
- [26] 买忆媛,杨阳,叶竹馨.转型经济体制下创业团队的先前经验、无力感与适应能力[J].管理学报,2015,12(17):1028-1037.
- [27] Chen M H, Chang Y Y, Lee C Y. Creative entrepreneurs' guanxi networks and success: Information and resource [J]. Journal of Business Research, 2015, 68 (4): 900-905.
- [28] Gedajlovic E, Honig B, Moore C B. Social capital and entrepreneurship: A schema and research agenda[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2013, 37 (3): 455-78.
- [29] 张秀娥,孙中博,王冰.创业团队异质性对创业绩效的影响:基于对七省市264家创业企业的调研分析[J].华东经济管理,2013,27(7):112-115.
- [30] 彭学兵,陈小波,杨隼萍.创业团队异质性与新创企业成长绩效关系的实证研究:团队整合的中介作用[J].人类工效学,2014,20(4):12-16.
- [31] 赵文红,薛朝阳.创业团队异质性、认知合法性与资源获取关系研究[J].管理学报,2017,14(4):537-544.
- [32] 张宏.创业团队价值观异质性、团队冲突与团队凝聚力关系研究[J].科学管理研究,2014(2):90-93.
- [33] Granovetter M S. The strength of weak ties [J]. American Journal of Sociology, 1973, 78 (6): 1360-1380.
- [34] 龙静.创业团队内、外社会网络对创新的交互效应[J].科学学与科学技术管理,2015,36(5):148-159.
- [35] Freeman L C. Centrality in social networks' conceptual clarification [J]. Social Networks, 1979, 1 (3): 215-239.
- [36] Ucbasaran D, Westhead P, Wright M, et al. Does entrepreneurial experience influence opportunity identification? [J]. The Journal of Private Equity, 2003, 7(1):7-14.
- [37] 侯楠,杨皎平,戴万亮.团队异质性、外部社会资本对团队成员创新绩效影响的跨层次研究[J].管理学报,2016,13(2):212-220.

(责任编辑:陈丽琼)