

杨鹏鹏 · 著

企业家社会资本与企业绩效的关系实证研究

The Relationship between Entrepreneur's Social Capital and Firm's Performance: An Empirical Research

著者尝试构造了企业家社会资本、企业动态能力、企业绩效之间的结构关系模型。该模型把企业外部关系网络以及内部能力纳入到一个统一的分析框架，更加深入地分析了社会资本对于企业绩效的作用机理。以往大多数的研究仅仅讨论了企业的外部关系网络及其社会资本对于企业绩效的直接影响，尽管这些研究能够反映社会资本对企业绩效的整体影响，却不能有效地揭示外部社会资本对于企业绩效产生作用的机理。

陕西人民出版社

本研究受陕西省软科学研究计划资助(2005KR80)

本专著受西安外国语大学学术出版基金资助

企业家社会资本与企业绩效 的关系实证研究

杨鹏鹏 ● 著

陕西人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业家社会资本与企业绩效的关系实证研究/杨鹏鹏

著. —西安: 陕西人民出版社, 2008

ISBN 978 - 7 - 224 - 08673 - 7

I. 企… II. 杨… III. 企业管理 - 研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 155004 号

企业家社会资本与企业绩效的关系实证研究

作 者 杨鹏鹏

出版发行 陕西人民出版社(西安北大街 147 号 邮编:710003)

印 刷 陕西省乾兴印刷厂

开 本 787mm × 1194mm 16 开 13.5 印张

字 数 228 千字

版 次 2008 年 9 月第 1 版 2008 年 9 月第 1 次印刷

印 数 1 - 1000

书 号 ISBN 978 - 7 - 224 - 08673 - 7

定 价 12.00 元

序 言

我国民营科技企业，特别是小型民营科技企业自诞生以来，在成长环境制约多、内部资源匮乏的条件下却仍然保持着高速增长态势。这一现象似乎很难从传统理论的框架下得到解释。然而值得关注的是，小企业的发展往往更依赖其与各类外部主体建立的社会关系网络。由此，对上述现象的一种解释是：小型民营科技企业的社会资本可能是支撑企业快速发展的一个重要因素。为了更深入的了解企业家社会资本对企业绩效的影响，进而关注的问题是：对于小型民营科技企业，企业家社会资本对企业绩效如何产生影响其效果为何。

该研究根据由企业家社会资本形成的企业动态能力对企业绩效产生影响的建模及其分析，得到企业拥有的社会资本将影响企业自身动态能力的积累与提升，进而影响企业的绩效的相关结论。在此基础之上，通过在陕西省内六个主要城市展开的问卷调查所获得数据对提出的假设进行了实证检验。经验证据不仅对以往的理论观点，而且对一些拓展的新观点及其假设提供了有力的实证支持。

与以往的企业（家）社会资本对企业绩效的作用研究相比，其主要的，其中不乏创新之处的工作可归纳为如下几个方面：

针对小型民营科技企业的自身不足和转型经济背景下复杂多变的外部环境，尝试构造了企业家社会资本、企业动态能力、企业绩效之间的结构关系模型。该模型把企业外部关系网络以及内部能力纳入到一个统一的分析框架，提出了社会资本将影响企业的动态能力的积累，进而影响企业绩效的理论假设，并进行了实证检验，研究结论加深了对于社会资本影响企业绩效的认识。

研究证实了社会资本对企业动态能力提升和积累的重要作用，其中与技术和营销相关的社会资本对动态能力正向影响显著，而与政府和金融相关的

社会资本对动态能力的影响并不显著。这一结论在一定程度上弥补了国内外对动态能力研究的不足。

研究揭示了小型民营科技企业中，不同的动态能力的积聚对于绩效产生的不同影响：与技术相关的动态能力能够改善企业的市场绩效，但不能显著改善企业的财务绩效；与市场相关的动态能力则既能够改善企业的市场绩效，也能提升企业的财务绩效。差异化影响表明在我国经济转型过程中，技术型小微企业在技术研发投入方面应注意适度。

研究企业家个体的方法代之以研究企业家社会关系网络的方法，较好地解释了小型民营科技企业的资源能力体系的社会复杂性和自身竞争优势的因果模糊性；有利于揭示“小型”“民营”“科技型”企业与环境持续适应与匹配的机理；同时对企业家社会资本的分类和测量也是一个有益的尝试。

本书是杨鹏鹏在其博士学位论文的基础上修改和充实后形成的。在2004年开题时，国内关于企业家社会资本的研究还不多见，作为导师，见证了其撰写过程的艰辛，经过两年的不懈努力，终于如愿以偿。在攻读博士学位期间，杨鹏鹏撰写了近十篇论文，其中一篇被人大复印资料转载，也为同行多次引用。毕业后他继续作博士后研究，学而不厌的精神可喜可佩，祝愿他在新的岗位上再创佳绩。

万迪昉

2008年7月

目 录

第一章 绪论	(1)
1.1 研究背景	(1)
1.1.1 实践背景	(1)
1.1.2 理论背景与现有研究存在的问题	(8)
1.2 研究的主要问题及研究对象的界定	(11)
1.2.1 本文研究的主要问题	(11)
1.2.2 研究对象界定	(13)
1.3 主要内容与研究框架	(16)
第二章 文献综述	(19)
2.1 社会资本的概念及其相关理论	(19)
2.1.1 社会资本的涵义与分类	(19)
2.1.2 企业社会资本与企业家社会资本	(23)
2.1.3 社会资本理论及社会网络分析	(28)
2.2 企业家社会资本与企业绩效的关系	(32)
2.2.1 企业家社会资本对企业绩效的主要作用分析	(32)
2.2.2 企业家社会资本与企业绩效的关系	(34)
2.3 企业动态能力及其对企业绩效的影响	(41)
2.3.1 企业动态能力理论	(41)
2.3.2 企业动态能力对企业绩效的影响	(42)
2.3.3 总结与评价	(43)
2.4 本章小结	(44)
第三章 模型构建与假设的提出	(45)
3.1 企业家社会资本影响企业绩效的机理分析：基于动态能力的观点	(45)

3.1.1 企业家社会资本对企业动态能力的影响分析	(46)
3.1.2 企业动态能力对企业绩效的影响	(50)
3.2 模型要素的概念界定与分类	(51)
3.2.1 企业家社会资本的概念界定与分类	(51)
3.2.2 企业动态能力	(58)
3.2.3 企业绩效	(60)
3.3 模型的构建	(61)
3.4 研究假设的提出	(62)
3.4.1 企业家社会资本与企业动态能力的关系	(62)
3.4.2 企业动态能力与企业绩效的关系	(68)
3.5 本章小结	(72)
第四章 实证研究及结果	(73)
4.1 样本的选取及调研过程	(73)
4.1.1 样本的选取	(73)
4.1.2 问卷的设计过程	(74)
4.1.3 调研的基本过程	(75)
4.2 变量的测量	(76)
4.2.1 企业家社会资本的测量	(76)
4.2.2 企业动态能力的测量	(81)
4.2.3 企业绩效的测量	(82)
4.3 度量指标的进一步优化及问卷分析	(83)
4.4 统计分析方法的选择	(85)
4.4.1 结构方程模型的检验	(87)
4.4.2 本研究的统计分析程序	(89)
4.5 统计分析结果	(89)
4.5.1 描述统计	(89)
4.5.2 度量模型分析：信度与效度的检验	(90)
4.5.3 结构方程的检验	(98)
4.5.4 路径系数与假设检验结果	(100)
第五章 讨论	(102)
5.1 企业家社会资本与企业动态能力的关系	(102)

5.1.1 企业家政府社会资本与企业动态能力的关系	(102)
5.1.2 企业家金融社会资本与企业动态能力的关系	(104)
5.1.3 企业家市场社会资本与企业动态能力的关系	(105)
5.1.4 企业家技术社会资本与企业动态能力的关系	(107)
5.2 企业动态能力与企业绩效的关系	(110)
5.2.1 企业市场动态能力对企业绩效的影响关系	(110)
5.2.2 企业技术动态能力对企业绩效的影响关系	(112)
5.3 理论贡献与实践意义	(115)
5.3.1 理论贡献	(116)
5.3.2 实践意义	(119)
第六章 结论	(122)
6.1 本文的主要结论	(122)
6.2 本文的主要创新点	(123)
6.3 本研究的局限性	(124)
6.4 进一步的研究展望	(125)
参考文献	(127)
附录 1: 企业家的含义探析	(149)
附录 2: 企业家社会资本及其与企业绩效的关系	(155)
附录 3: 企业家社会资本及其与企业情报竞争力关系的实证研究	(168)
附录 4: The integration of internal resource and social capital and its influence on corporate competitive advantage	(177)
附录 5: 社会资本与西部县域经济发展	(190)
附录 6: 伊斯兰文化对西部中小企业成长的影响作用解析	(197)
后记	(206)

第一章 绪 论

民营科技企业诞生 20 多年来,连续 13 年以 30% 的增幅实现着超常规的发展。这一持续的高成长业绩,是在经济全球化、市场动态化、需求个性化、竞争白热化、政策不完善的环境下,且自身资源相对匮乏、人才短缺、融资能力差等不利的内部因素制约下取得的。理论界在对民营科技企业高成长的因素和过程的研究探索中,企业(家)社会资本的解釋视角被普遍认可和接受,认为小型民营科技企业(家)利用自身社会关系网络获取资源和学习知识是成功的关键。但,相关研究中对小型民营科技企业(家)的社会资本如何影响企业绩效缺乏理论和实证的研究。因此,从理论和实证两个方面探析小型民营科技企业(家)社会资本的作用机理具有一定的理论和实践意义。

1.1 研究背景

1.1.1 实践背景

a. 小型民营科技企业的快速发展及其贡献

从第一家民营科技企业在北京中关村诞生以来的 20 多年里,我国的民营科技企业取得了长足的发展(见下页表 1-1),已成为推动我国技术进步和国民经济发展的强大动力。

由表 1-1 可以看出,我国民营科技企业的资产总额和总收入两项指标均以 30% 左右的年增长率超高速发展。这种增长速度,在我国经济发展史上是罕见的。民营科技企业的发展在一定程度上推动了国家及区域经济增长和科技进步。

1) 民营科技企业的持续健康发展,已成为国民经济和区域经济的增长点

“在很大程度上,在中国壮观的经济发展背后的驱动力是一个充满活力的私营经济的重新崛起”(亚洲开发银行,2003)^[1]。民营企业和乡镇企业成为国民经济的重要组成部分(Ng, 2000)^[2]。它们在工业总产值中的比重迅速增加,到 1998 年已达到将近 70% (Lau & Busenitz, 2001)^[3]。而这其中,民营

科技企业的贡献功不可没。民营科技企业由于体制活，管理到位，产权机制到位，先天适应自由竞争的环境，在市场经济条件下如鱼得水，得到了长足的发展。民营经济成为拉动经济发展的主要动力和 GDP 新的增长点。以科技型企业为“发展极”，为我国经济实现跨越式发展提供了动能。在全国诸多高新技术产业开发区中，民营科技企业一般要占到 60% 以上，有些甚至达到 80% - 90%。民营企业，特别是民营中小企业的发展与区域经济的相互影响这个结论也得到了多年数据的证实（刘定平，2004）^[4]。

表 1-1 全国民营科技企业 1996 - 2006 年发展情况简表（因数据原因未连续列入）

项目 \ 年份	1996	1998	2000	2001	2003	2006
企业数（户）	46488	70052	86100	100950	124937	150595
资产总额（亿元）	5218	10625	19865	24813	44688	75667
总收入（亿元）	3785	7670	14639	18471	37105	76267
长期职工数（万人）	236	397	559	644	961	1389
技术性收入（亿元）	224	421	804	881	1719	3514
全年净利润（亿元）	257	469	1006	1074		4040
缴税总额（亿元）	174	368	780	1016		3597
出口创汇（亿美元）	64	115	260	320		2135
研究开发费用（亿元）		342	406	485	792	1640
总收入过千万的企业	4163	6354	9951	12151	24707	38337
总收入过亿元的企业	675	1630	2808	2627	5175	10682

资料来源：www.mykj.gov.cn 提供的资料统计整理而成，其中 2003 年数据引自王新佳，民营科企成为高新产业主力军 [N] 中国高新技术产业导报，2004 - 08 - 24。

2) 小型民营科技企业是技术创新的生力军，在一定程度上推动了科技进步

民营科技企业作为高新技术产业化的生力军，是我国发展知识经济的先行者。在迎接知识经济的机遇与挑战的过程中，民营科技企业起着引导潮流、开路先锋的作用。创新在科技型小企业的成长发展中具有更加重要的意义。小企业与大企业相比在创新方面不仅不差而且还具有一定的优势，美国小企业管理局曾对八万多项创新成果进行分析，发现其中约有 55% 是小企业作出的贡献。另据考察，二十世纪美国的许多重大创新如飞机、个人计算机、生物合成胰岛素、人造革、录音机等都是由小企业完成并推向市场的（唐菊裳，

1999)^[5]。Acs & Audretsch (1988)^[6]的研究也证实几乎有一半的创新是由小企业完成的。可以说,科技型小企业最重要的作用就是通过创新推动高科技产业的成长发展,从而促进经济增长方式的转变和产业结构的调整和升级,对整个经济起到带动和示范作用。他们提供技术含量高的产品与服务,满足了广大用户的需要。

而小型民营科技企业的快速成长是在不利的外部环境压力和自身约束条件下取得的。

b. 小型民营科技企业的生存发展环境

1) 技术快变带来生产与竞争方式转型

信息技术和网络技术迅猛发展,使企业组织产生了根本性的变革。组织扁平化、网络化、业务流程重组、供应链管理、敏捷制造、精益生产、即时生产等管理和组织技术应运而生,极大地推动了组织间的融合进程。与此同时,企业间的竞争方式也发生了显著的变化,如行业整体由强调价格竞争转向非价格竞争,行业整体的竞争结构关系也发生变化,这就迫使企业在资源配置方式、业务流程方面发生根本性的变化,而在这一变化过程中会面临诸多的不确定性,从而形成巨大的风险。对小型科技企业而言,产品和营销的差异化至关重要,因为差异使得中小企业获得了一定范围和时间上的垄断地位。但是,彻底的产品差异化大大增加了要素和产品市场的复杂性,为了维持可持续发展,就需要企业必须尽可能把核心竞争力之外的业务活动进行外包,即与存在交易成本经济学所说的“专用性投资交易”的结合。

当原有的市场开始衰落、新技术突飞猛进、竞争对手成倍增长、产品生命周期日益缩短的时候,只有那些持续创造新知识,将新的知识迅速传遍整个组织并迅速开发出新技术和新产品的企业才能获取成功。技术创新和知识学习是小型科技企业在应对技术快变压力和市场竞争压力,从而获得持续竞争优势的重要途径(Larsson, 1998)^[7]。与传统的生产要素存在的“边际报酬递减”规律相反,知识具有“边际报酬递增”效应。然而,我国科技型企业技术创新过程中,因缺乏及时而准确的市场信息、研发投入的短缺和新知识的获取难度的增加已成为企业技术创新的最主要的障碍。

2) 需求多变要求企业营销方式的转变

随着生活水平的普遍提高,人们的消费倾向日趋多样化,而白热化的卖方竞争和技术的飞速发展又给这种多样化需求提供保证和可能。市场上商品的同质化程度越来越高,随着互联网的发展,消费者可选择的余地越来越大,消费者对商品的偏好变得捉摸不定,渠道资源日益变得难以控制。买方市场

的形成使消费者地位不断提升,进而促使消费行为发生变化。企业不仅要以低成本方式生产优质产品,而且要以最快的速度响应顾客的个性化需求;不仅要向顾客提供优质的物质产品,而且要向他们提供与之配套的服务和心理的满足。过去,我们都认为企业通过提供满足消费者的需求是企业市场营销的核心任务,科特勒也认为“需求管理”是企业市场营销管理的核心,但是随着企业营销环境的改变,这一传统的营销观念受到了挑战。这种挑战带来的是“以需求管理为中心”的传统营销观念逐渐被“以创造关系资源为中心”的新营销观念所取代(郑昭、晁钢令,2004)^[8]。

3) 转型经济背景下的小型民营科技企业具体环境

除了上述所有企业普遍面对的环境压力外,对处于经济转型期的小型民营科技企业同时还面临着许多具体的环境压力。

其一,政策法律方面的缺失

虽然国家制定了各种促进民营科技企业发展的优惠政策,但是很多时候在政策的实施过程中却打了折扣。比如,外商在税收上可以享受“三免两减”,民营科技企业却不能享受这些政策;国有企业贷款容易,民营科技企业却很难得到贷款;国有企业相对容易分得上市指标,而民营科技企业要申请上市却很难。

转型时期的中国,除了“法律缺乏综合征”(World Bank, 1997)^[9]还存在另外一些问题,“纸上的法规远不同于具体实施的法规”;因此“执法问题是中国法律体系在下个世纪面临的最大挑战”(World Bank, 1997)^[9]。虽然国际相关机构都呼吁“取消特权,为所有企业找平游戏场地,凡对外国公司的优惠政策一律扩延到所有国内私营企业”(亚洲开发银行,2003)^[11],但在一段时间内这种差别将仍难以消除。

其二,社会服务支持体系不健全

针对小型民营科技企业的社会化服务体系不健全,信息、技术、劳动力等中介组织发展不完善。地方政府对新形势下如何管理和服服务缺乏认识也缺乏经验。与此同时,合乎企业要求的中介服务组织缺乏,使企业在信息获取、人才培养、市场策划、引进资金等方面得不到有效的支持,缺乏及时而准确的市场信息已成为影响企业技术创新成败的主要因素之一。此外,人才市场和技术市场的建设滞后,一方面造成技术转让和交易的困难,另一方面造成企业和人才之间交流的信息不对称。正如边燕杰所言,企业对外部信息的依赖程度的提高与外部信息高度的不对称的矛盾是转型期中国企业发展的主要矛盾之一。

其二, 信用缺失与融资困难

我国长期处于自然经济状态, 没有形成商业社会中的市场信用文化传统, 社会信用发育程度不高, 市场交易中的信用缺失现象非常普遍, 也非常严重。信用缺失恶化了企业的经营环境, 困扰着企业的生存与发展。信用缺失增加了交易成本; 信用秩序混乱使企业资金运行受阻; 据专业机构统计分析, 在发达市场经济中, 企业间的逾期应收账款发生额约占贸易总额的 0.25% - 0.5%, 而在中国, 这一比率高达 5% 以上, 且呈逐年上升趋势, 严重地降低了企业的资金运行效率; 信用缺失制约了中国企业尤其是中小企业的发展。中小企业由于规模小, 实力弱, 资金缺乏, 银行贷款应是其融资的主要方式, 但由于信用缺失, 信用环境差, 出现了中小企业贷款难、担保难、抵押难的现象 (方晓霞, 2004)^[10]。

资金的短缺已成为困扰、制约民营科技企业进一步发展的主要因素和瓶颈, 严重削弱了民营科技企业发展的后劲。

其四, 小型民营科技企业面临超强竞争的经营环境

除上述环境压力外, 这种超强竞争的经营环境还体现在: 一是市场准入不平等。民营资本可进入的经营领域远不如国有企业, 也不如外资企业广泛。比如最近广电总局数字付费电视频道的融资政策将进一步紧缩, 之前被一致认可的民营资本也将被挡在数字电视频道运营的大门之外。有些项目允许民营进入, 但条件苛刻。二是没有一个公平的竞争环境。这种不公平来自国有企业和灰色经济的双重不公平竞争, 一些小型民营科技企业在产品创新方面走在前列, 但一些大企业在看到好的势头后, 以强大的资金实力快速跟进, 给小企业形成巨大压力甚至灭顶之灾。三是加入世贸以来, 小型民营企业不得不参与和面对国际竞争环境、面对高度发达的国际分工, 每一个企业所面临的都是同时来自国际和国内两方面的竞争压力。加入 WTO 后, 大量国外资本正在加速进入中国市场; 这些国外资本要在国内寻求代理和合作伙伴, 大型私营企业又成为理想的合作对象, 而小型私营企业与大型企业的差距会进一步拉大 (戴建中, 2001)^[11]。四是竞争对手的不可测性、顾客偏好的不确定性和不稳定性、供应商数量的日益增多等等都是加速经营环境恶化的重要因素。信息技术、知识经济、网络经济的发展加速了这种竞争程度, 使经营环境更趋复杂多变。

资源基础观认为, 企业的竞争优势来源于企业所掌握的关键资源, 那么, 对小型民营科技企业而言, 其内部的资源占有情况又如何呢?

c. 小型民营科技企业发展的内部约束

1) 研发投入少, 缺乏自主创新能力

民营科技企业创业之初凭借一两个好项目、好产品迅速发展起来。当产品的生命周期走向成熟后, 企业就面临缺乏有市场竞争力的新产品、新项目的问題。但因其不具备研究开发新项目的资金实力和高水平的科研开发队伍, 难以再推出新产品, 从而导致企业由盛而衰。英特尔每年都将收入的 5% ~ 10% 投入到研发之中进行技术创新, 这使得它们可以成功地保持绩效的持续提高和成本的下降。英特尔为研发第七代 CPU——摩赛德 (Merced) 的研发成本预期将超过 80 亿美元。一位分析家认为, 个人电脑制造商已经严重依赖于英特尔和微软的研发 (Steffens . J, 1994)^[12]。与这些超大型企业相比, 我国的小型民营科技企业研发投入甚少, 很难有自主的创新能力。

2) 营销投入有限, 信誉和市场风险加大

中小企业资金实力有限, 在市场竞争中处于较弱的地位。据美国小企业管理局估计, 有近 23.7% 的小企业在 2 年内消失, 有近 52.7% 的小企业在 4 年内退出市场。与小企业做生意, 资源供给者面临着很大的风险。资源供给者的“理性”计算一也就是传统经济模型假设的人们为使自身效用最大化所作出的选择——给有前途的小企业的创办者提出了若干特别的难题。而像 IBM 这样的大公司, 利用自己“庞大的营销能力, 投入相当多的资源”, 造就了它“在业界日益上升的专家地位”, 这使得竞争者必须在市场营销上投资, 特别是在广告、分销渠道和售后服务支持方面 (Steffens. J, 1994)^[12]。小型民营科技企业在营销资金投入上难以与之抗衡。

3) 很难吸引到紧缺人才并获得知识

由于发展中国家的企业缺乏科技创新能力, 所以, 他们在国际市场的竞争中通常处于劣势 (Makino & Lau, 1998)^[13]。对西部小型民营科技企业而言, 以下三个原因造成了其很难从外部获得先进的科技知识。一是缺少产业集群, 这使得发展企业在获得输出知识的人以及知识工作者方面处于不利地位; 二是缺乏成熟完善的制造和分销的网络, 而通过这个网络, 企业能够在本地市场上获得生产和商业运作所需的科技知识; 三是知识产权的法律保护很有限, 这就使得外国投资者很难转让技术 (刘忠明等, 2004)^[14]。同样的, 由于小型民营科技企业的身份和实力, 也比较难吸引高级人才。

上述对小型民营科技企业内外部环境分析表明, 企业要想获得发展, 必须依赖于社会关系网络获得外部资源、进行组织间的知识学习, 以便获得信息、知识和企业发展所需的关键资源。

d. 小型民营科技企业的快速成长与企业社会资本

如何解释小型民营科技企业所在外部环境压力和自身资源匮乏等约束条件下,实现连续多年的快速发展,是学术界多年来关注的热点问题之一。民营科技企业的发展轨迹告诉我们,利用社会关系网络,获取外部资源与支持,是小型民营科技企业高成长的主要路径。

与一般的传统企业相比,民营科技企业面对更加严酷的挑战,这些挑战来自技术、市场、政府、金融等等诸多方面。

张方华(2004)在对浙江、深圳、苏州、武汉等地的210个科技型企业的调研后发现,这些企业为了提高技术创新绩效,其社会联系越来越广泛,涉及供应商、科研院所、工厂、银行、政府等等许多方面。郭国庆(2005)对北京地区181家企业进行问卷或访谈的结果也告诉我们,民营科技企业在筹集资金、获取信息、获得关键资源等方面都是依靠关系网络。由此我们可以看出,越来越多的科技型企业已经认识到,在网络竞争环境下,任何企业都已不可能完全孤立地长期开展生产经营和创新活动,单一企业仅仅依靠自身的有限资源在未来将更难以生存和发展,企业要想保持持续竞争优势就必须与不同的组织之间进行合作,进行联合研发,相互交流与学习,实现技术优势的互补,共担研发的高风险,以提高企业的竞争优势。资源外取已经成为智慧型企业的成功运作的一个关键要素(James et al, 1996)^[15]。由于知识的获取与开发是一个社会过程(Kogut & Zander, 1992)^[16],因此,小型科技企业要保持长期的成功就必须加强与外部组织的合作与交流。社会资本促使企业充分利用交换对象的各种资源,通过紧密的社会互动,企业能够增加资源交换的深度、广度和功效(Lane Lubatkin, 1998)^[17]。以企业家的结网行为来进行产品的研发、生产和供应,以整合各方的知识和技能,缩短研发周期,降低成本和风险。

对小型科技企业来说,要满足消费者多样性、个性化的需求,必须与供应商、竞争者、销售商、顾客等利益相关者结成密切的伙伴关系,以便了解它们的多样化需求及其变化趋势。企业现在已经开始重新定义与销售商、用户甚至竞争者的关系。同时小型科技企业在自身的资源和能力已远远无法满足这种多样化的需求及其快速变化的现实情况下,唯一的出路就是构建和利用企业社会关系网络。

中国是一个政府主导型的社会主义特色的市场经济,任何一个企业都不可能离开政府的直接或间接的管理或影响。石秀印(1998)的研究证实了民营企业对政府的依赖。我国正在进行的市场经济建设是一个动态演化过程,在这个过程中国家经济政策是在不断的调整变动的。因此,对小型民营企业,

则更难以预测市场发展和变动的方向。经济转型影响着资源配置方式和资源占有形式的变化,这也导致了作为资源依赖的小型民营科技企业行为的变化;同时,政府在控制资源的范围和规模方面的不断变化,也迫使民营企业在不断调整其政企关系,以适应变化着的政策法律环境。因而对小型民营科技企业而言,建立长期稳固的关系有助于解决信用问题,避免一次性交易带来的可能损失,减少不确定性,降低交易成本,获得社会认可和市场空间。

企业家对关系的依赖是一种理性的决策,也是一种被迫的选择。张玉利(2003)对小企业集聚社会资本的行为分析后认为,所谓的理性选择是因为关系可以为企业家提供必要的支持,并在精神上给予鼓励,共同承担风险,是企业家创业的“根据地”。所谓被迫的选择,是因为企业家在没有精力也没有能力构建企业管理系统的情况下,被迫用在血缘和亲情关系基础上的信任来弥补企业控制系统方面的缺陷。

我国的科技型小企业的实践证明,通过提高社会资本的方式来整合内、外部资源,并在此基础之上不断提高企业的核心竞争力(Cook & Wills, 1999)^[18],是民营科技企业取得持续高成长的主要途径。

小企业对社会资本的依赖不仅在实践中得到验证,理论界也作了许多有益的探索。下边我们通过对理论背景的叙述和探讨,力求发现和凝练本研究的主要问题。

1.1.2 理论背景与现有研究存在的问题

中国民营经济的比重在逐年持续上升,小型民营科技企业的比例更是超过科技企业的80%以上、如何解释这样的快速发展,需要学术界的深入探究。但针对性的研究略显不足。在新兴经济中,研究这一重要的经济类型的成长、发展、生存和成功是非常必要的(徐淑英,2004)^[19]。

a. 企业竞争优势研究的理论缺陷

关于企业竞争优势的研究,长期以来存在着以下两种理论范式:一种是以波特为代表的产业结构理论。他将研究视野放在企业所处的产业之中,即企业的外部环境,强调的是企业外部环境对企业获取竞争优势的重要性。认为一个企业的竞争优势不是由其内部的资源决定,而是来源于企业之外,即来源于企业所处的产业和地域。另一种理论范式是以Penrose(1959), Barney(1991)和Peteraf(1993)^[20,21,22]等人为代表的资源基础理论,其研究视野则局限于企业的内部环境,强调的是单个企业所拥有的异质、难以模仿的、不可替代和高效率的特殊资源。从企业资源基础观出发,管理者必须选择一种能够最大限度地发挥企业内部资源和能力的有效战略,通过实施该战略实

现企业成长。因此,企业内部拥有的那些异质性资源和能力是企业成长的重要原因。尽管这两种理论在某种程度上已经被人们所广泛接受,但是它们却忽视了这样一个重要的事实,企业所具有的竞争优势与它所嵌入的关系网络密切相关(Granovetter, 1985; Woolcock, 1998)^[23,24]。

在资源基础理论指导下,企业竞争优势主要关注着企业内部的物质资源和人力资源(尤其是企业家和管理团队)及其能力的重要作用,企业是依靠内部资源通过现有业务活动的扩张而产生竞争优势,其核心思想是:企业内部存在的未被利用的剩余资源是获取竞争优势的基本条件,由企业拥有的内部资源状况决定的企业能力决定了企业成长的速度、方式和界限。

除了通过自身内部积累资源和能力获得竞争优势外,企业还可以通过并购(包括收购和兼并)获取。但事实表明即使在市场经济发达国家,并购成长也被认为是颇受争议的方式。对于大多数尚未建立起完善的市场运行机制和体系的发展中国家来说,并购还缺乏足够的市场基础,也不是一种常用的方式。

事实上,企业竞争优势不仅取决于企业内部自身拥有的资源,而且取决于嵌入在各种社会关系网络中的难以被竞争对手模仿的各种资源与能力(Dyer & Singh, 1998)^[25]。因此,除了企业自身拥有的内部资源以外,一个企业的关键性资源还可以通过与企业外部主体之间的各种形式的联系来获得,企业之间不同形式的各种联系确实能够为企业带来可观的关系性租金和竞争优势(Dyer, 1996)^[26]。也就是说除了传统的资源外,还有企业及企业家社会网络关系中蕴含的资源,这些资源被称为是社会资本。

但这种资源却没有被纳入正式的资源研究框架,以至于在传统理论框架下,无法解释企业利用社会关系网络获取关键资源成了企业发展的关键这一事实。

b. 已有的理论没有把企业家的社会资本纳入分析框架,因而不能很好地解释中国的小型民营企业发展问题

正如王庆喜(2004)^[27]所分析的,为什么在国外同类研究中,没有将企业家社会资本作为企业资源的一种,来考察其与竞争优势的关系?这有三个原因:一是国外企业演化的历史较长,一般都在50年以上,如微软、丰田、可口可乐等,其组织内部已经形成了固有的能够自动运行的组织惯例,其管理体制健全,因此企业家能力对企业竞争优势影响相对较小,企业家的离任甚至逝去往往不会对企业造成太大的冲击。二是国外企业经过长时期的演化,其优势已经固化为深植在企业内部的“隐性知识”,具有高度的社会复杂性和