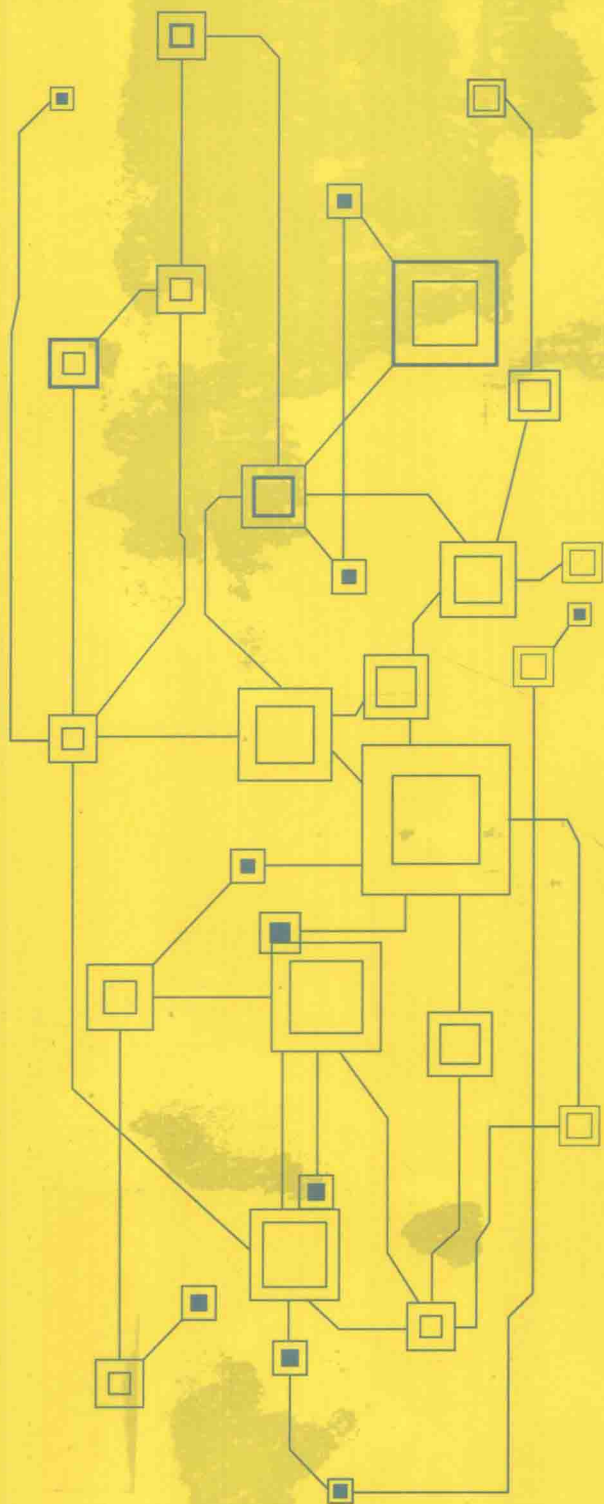


企业家关系网络

对资金获取与初创企业成长的影响

The Influence of Entrepreneur's Relationship on
Financial Resources Acquisition and New Ventures Growth

欧先涛 ◆ 著



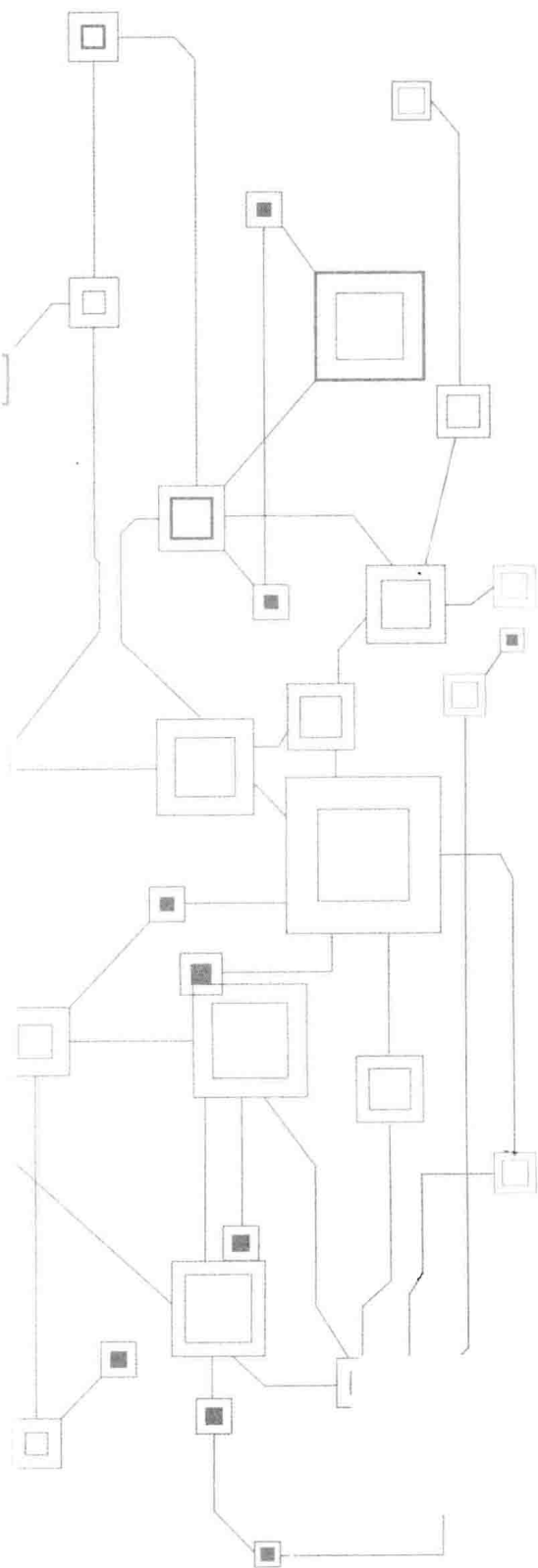
清华大学出版社

企业家关系网络

对资金获取与新创企业成长的影响

The Influence of Entrepreneur's Relationship on
Financial Resources Acquisition and New Ventures Growth

欧先涛 ◆ 著



清华大学出版社
北京

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

企业家关系网络对资金获取与新创企业成长的影响 /

欧先涛著. —北京：清华大学出版社，2014

ISBN 978-7-302-34329-5

I. ①企… II. ①欧… III. ①企业家—社会关系—影响—企业经济—研究 IV. ①F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第255039号

责任编辑：刘志英

封面设计：王文莹

责任校对：王荣静

责任印制：杨 艳

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社总机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：三河市李旗庄少明印装厂

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×230mm 印 张：10 字 数：289 千字

版 次：2014 年 1 月第 1 版 印 次：2014 年 1 月第 1 次印刷

定 价：32.00 元

产品编号：055014-01

目 录

第1章 导 论

1.1 研究背景	1
1.2 研究问题	3
1.3 研究方法与技术路线	9
1.4 论文的框架结构	10

第2章 文献综述

2.1 有关创业网络的研究	13
2.2 人际关系研究回顾	20
2.3 关于创业资源的研究	32
2.4 关于创业融资问题的研究	36
2.5 创业者人际关系、融资与新创企业成长研究	39

第3章 模型与假设

3.1 研究框架	43
3.2 研究假设	51
3.3 进一步验证	66

第4章 研究设计与数据收集

4.1 问卷设计与修订	69
4.2 调研对象与抽样方法	70
4.3 变量测量	71

第5章 数据分析与假设检验

5.1 数据质量分析	77
5.2 测量分量表的信度分析	92
5.3 假设检验与结果	93
5.4 分模型检验	103

第6章 结论与未来研究方向

6.1 进一步的讨论	119
6.2 研究结论与创新点	123
6.3 本研究的实践意义	125
6.4 研究局限与未来研究方向	126

参考文献	129
------	-----

附录一	145
-----	-----

附录二	151
-----	-----

后 记	153
-----	-----

第1章 导论

1.1 研究背景

创业和创新活动通过对生产要素和资源的组合，解决人民就业和生活问题，提高产出水平和生产效率，从而推动整个社会的经济发展和社会进步。因此，新企业的创立无论是对发展中国家还是发达国家都关系重大。对创业问题的研究将有助于人们提高创业的成功率，提升新创企业的成活率，帮助新创企业改进生产效率（Busenitz等，2003）。因此，创业现象以及中小企业问题引起了学者和政策制定者们的广泛兴趣。Bygrave（1998）指出，创业活动在极具创新精神的美国普遍得到重视：5%~8%的家庭里，至少有一位家庭成员正在忙着计划创建新企业，他们正在积极采取各种创业行动，如广泛搜集产业和市场信息，聘请专业律师，四处寻找建设厂房的土地，与银行家们讨论商业贷款问题等；超过40%的美国家庭中，至少有一位家庭成员在其职业生涯的某个阶段创建或经营过小企业；25%左右的家庭中，至少有一位家庭成员正在参与企业创建或拥有自己的企业，或是处于创建阶段企业的“天使投资人”（angel investor）。在这些新创企业中，超过25%的业主表示希望他们创办的企业能够快速成长。众所周知，小企业同样是美国经济的主要组成部分，美国企业中大约80%的企业雇员人数少于7人，这些小型企业经营灵活，就业能力强，为美国人提供了将近一半的就业机会，创造了美国国内生产总值的35%以上。如果将全部小企业的经济总量计算在一起看成一个“国家”的生产总值的话，那么这个“国家”所创造的GDP（国内生产总值）将位于全球第三，仅位于美国经济和日本经济之后，其总量比德国、意大利、法国和英国的经济总和还要多（Bygrave，1998）。

就我国而言，以私营企业（或民营企业）为主体的创业活动是改革开放

以后的事情，但经过短短二十多年的发展，我国的创业活动已经卓有成效，国家已经正式承认民营企业是“社会主义市场经济的重要组成部分”。GEM^①（Global Entrepreneurship Monitor，全球创业观察）报告来自中国的调查数据显示，1999—2005年CPEA指数（按照某地区万人中15~60岁人群所拥有的私营企业数量高低衡量的活跃程度）一直呈现上升趋势，2005年中国的创业活动指数（TEA）为13.7%，排在全球第五位；2006年，中国创业活动指数（TEA）为16.2%，排在全球第六位。受过高等教育的创业者的比重不断上升，2006年已经超过创业者总数的1/5。新创企业为我国社会提供了大量的新增就业机会，降低了通货膨胀，加速了产业技术创新发展，为社会创造了大量的新财富，从而成为地方与国家社会经济发展的重要推动力量（Lee等，2001）。随着经济社会的发展与科技的进步，可以判断，创新与创业者精神在中国的转轨经济与市场经济发展中发挥着日益重要的作用。创业活动作为创新与创业者精神的具体体现，将会日益成为中国经济发展中的强劲推动力。到2008年底，我国中小企业占全国企业总数仍然保持在99%以上，中小企业创造的最终产品和服务的价值占国内生产总值的60%左右，上缴税收接近国家税收总额的50%，解决了75%以上的城镇就业。从技术创新的贡献看，中小企业申报了我国65%的专利、贡献了75%以上的技术创新成果和80%以上的新产品开发（《中国中小企业年鉴》，2009）。

但是，在肯定中小企业创业活动对各国经济做出巨大贡献的同时，也必须意识到这样一个事实：由于初创规模小、资金匮乏、管理水平不高、市场竞争激烈等诸多因素，众多新创企业在其早期成长阶段就夭折了，呈现低存活率现象。现有研究表明，生产经营活动能够维持到1.5年的新创企业大约只有50%，能够持续经营到6年以上的企业通常不到1/3（Van de Ven等，1984；赖宏志，2003）。Cooper等（1994）对1 053家新创企业的调查研究表明，86%的新创企业中，大约36%会关门歇业；其余接近50%的企业则苦苦挣扎在生死线上，能够快速成长的企业比例只有14%左右。据Barringer等（2005）估计，美国每年新创企业中，仅有约3.5%的新创企业能够发展壮大，这在全美当年70万家新企业中的比例非常低。美国小企业管理局的统计数据也表明，在美国每年数十万家新开办企业中，两年内倒闭的企业比例约为23.7%；四年内关门歇业的小企业比例约为52.7%（转引自许晓明、高健，2003）。其中，在以高新技术企业创

^① GEM是由英国伦敦商学院和美国百森学院共同发起成立的国际创业研究项目。2002年，中国加入GEM。目前参加GEM项目的国家和地区已超过40个，已成为世界各国人士认识创业活动、环境、政策等创业问题的重要信息来源。

业发展著称的美国硅谷地区，在全部新创高新技术企业中，能够存活至第三年的企业约为60%~70%，能够进入成熟发展期的高新技术企业比例仅为5%（王晓飞，2001）。1991—1998年九年间，在硅谷地区的圣克拉拉县，新创立的21 000多家企业中，大约15 000家企业会消失。从我国的统计数据看，新创企业的倒闭率更高。我国中小企业的平均寿命只有5~7年，80%的中小企业生命周期不超过5年（黄江圳，董俊武，2002）。我国高技术新创企业的平均寿命只有2.6年（王晓飞，2001）。

新创企业所产生的巨大社会经济效益与其普遍存在的低存活率与低成长性现象形成了巨大反差，这吸引学者们围绕新创企业成长等相关问题进行了大量研究。其中，社会资本理论（social capital）和企业资源能力理论（resource-based view）是学者们在研究这一问题时常用的两大理论体系。从已有文献来看，尽管应用社会资本理论或资源能力理论解释新创企业成长绩效的理论与经验研究较多，但大多数研究只是运用其中一种理论，很少有研究综合应用该两大理论，并将人际关系、财务资源获取与新创企业成长绩效同时整合到一个模型中。

创业者在推动一国经济发展和工业化的过程中扮演重要角色（李新春等，2002）。事实上，创业者作为创业活动的发起者、组织者和领导者，在整个创业活动过程中都具有十分重要甚至是决定性的地位（陈震红，2004）。同时，创业活动与创业者所处的外部环境发生各种交换和互动，是一个创业者在其所处的环境中，发现创业机会、开发创业机会、获取整合创业资源并使创业企业成长壮大的过程。因此，聚焦于创业者的具体创业行为，研究创业者与环境发生的各种互动，无论是对理论界探讨创业这一“黑箱”（black box），还是为实业界具体创业提供相关理论的支持和指导，都具有重要的意义。本书旨在充分考虑各类变量间层次关系的基础上，结合中国文化背景，综合应用人际关系理论与资源观理论，对创业者人际关系、财务资源获取与新创企业成长三者间的关系进行整合分析，探讨这三者之间的影响作用和路径，从而解释说明关系网络理论与资源能力理论的内在联系以及它们在解释新创企业成长绩效上的层次关系及作用机理。

1.2 研究问题

在创业研究领域，社会网络（social network）与新创企业绩效（performance）之间的影响关系一直是热点研究话题之一。但是，社会网络到底如何影响新创

企业绩效还存在不同的看法。第一种看法是，社会关系网络对于新创企业成长而言是一种调节变量（Oviatt & McDougall, 2005；Henri Grundstén, 2004），此时社会关系网络一般被视作创业环境中的一个影响因素。第二种看法是，社会关系网络是创业者发现、识别与开发创业机会（opportunities）的主要通道。社会网络对于创业者成功地开发创业机会的重要性已经得到理论和经验的证实（Aldrich, Rosen & Woodward, 1987；Johannisson, 1996；MacMillan, 1983；Ostgaard & Birley, 1994）。第三种看法是，社会关系网络本身就是一种创业资源，这种“网络资源”（network resource）对新创企业绩效具有重要的影响作用（Brush & Chaganti, 1999）。其中，第三种看法属于“扩展的资源观”（extended RBV）。在传统的资源观那里，资源一般被限定在企业范围之内（Penrose, 1959；Wernerfelt, 1984；Rumelt, 1984；Conner, 1991）。但是，在企业战略决策过程中，“资源”（resource）的概念应该包括那些在企业外部的对企业成长有帮助的东西（Gulati, 1999；Dyer & Singh, 1998；Lavie, 2004；刘雪峰, 2007）。

然而，从社会网络的角度考察创业行为依然存在以下几个问题：第一，社会关系网络的概念由西方社会学家首先提出，经过半个多世纪的发展，社会关系网络的概念已经变得极其复杂（Granovetter, 1985；Johannisson, 1990；Uzzi, 1997），奇怪的是，既然社会关系网络的概念基本的内涵是描述“特定的个人之间的一组独特的联系”（Michetti, 1969）、“社会网络可以被定义为一组参与者及参与者之间的联系”（Brass, 1992）、“社会网络指通过各种社会关系联系起来的一群人，或者指将界定的一些人连接起来的特定的关系”（Frey, Abrutyn & Metzger, 1995）、“个人网络是连接人与人之间以及提供各种交易的链条”（Davern, 1997；Granovetter, 1973；Hurlbert, 1991；Nelson, 1989），等等，也就是说社会关系网络首先是一种文化现象，这也是格拉诺维特所说的“嵌入性”（embeddedness）的理论基础（Granovetter, 1973），然而迄今为止，专门研究特定文化背景下的关系网络特性的文献似乎还不多见。

第二，与第一个问题相联系，有关社会关系网络测度的研究也呈现出固定的模式与内容。其一是有关网络的分类。目前对社会网络主要从两个角度进行分类：一类把网络分为正式网络和非正式网络（Birley, 1985；Sawyer & McGee, 1999）；另一类则分为个体（社会）网络、商业支持性网络和企业间战略网络（Butler & Hansen, 1991）等。其二是有关网络具体的度量。大家经常使用的变量是网络规模、网络范围、网络强度、网络异质性、网络密度、网络持久度、网络位置等，不管是国内还是国外研究网络或创业的人几乎没有多少

差异。但是，这些具有“普适性”特点的网络测量变量能否真正反映出一个特定社会群体中人际交往与资源配置的文化独特性，似乎仍然令人怀疑。

第三，社会网络对于创业机会的发现与识别意义重大，对资源获取的重要性也得到公认（Exton & Bowman-Upton, 1991; Dollinger, 1985; Johannisson, 1996; Nahapiet & Ghoskal, 1998）。但是，每个研究者对资源的理解和定义可能都不相同，每个社会背景下的新创企业最需要的资源可能也会不同。因此，研究者有必要对新创企业意义重大的资源即财务资源获取情况进行更为深入的探讨，才能为将来的新创企业提供更有价值的对策与建议。

针对以上的几个问题，本书准备在以下几个方面展开研究工作。

（1）探讨中国文化背景下人际关系的特征

社会网络（social network）原本是人类学家用来描述人际关系和社会关系结构的一个隐喻，而把社会网络作为一个分析工具提出来的人是英国的社会学家巴尼斯（Barnes）。1954年，在对挪威一个渔村的个案分析中，巴尼斯首次使用“社会网络”一词来描述村落中的人际关系和利益结构。在社会网络理论提出的半个多世纪中，人际关系研究吸引了更多研究者的注意，主要原因在于人际关系本身就是一种文化现象，在文化共性的外表下蕴藏着巨大的差异性，这种反差使得不同文化背景的研究者更想了解其中的奥秘。就科学性本身而言，网络的理论构建和测量工具都比较成熟和完备，不同国家的研究者都能够利用这一理论基础和测量工具对自己国家和民族的社会网络进行研究。然而迄今为止，社会关系网络对新创企业影响的研究，基本上都还是使用国际上通用的测量网络的那些变量，例如，把网络强度、网络密度、网络规模、网络异质性、网络中央性等变量作为预测变量或中介变量，然后考察网络关系对企业创立或新创企业绩效的影响；或者把网络区分为个人网络和企业（组织）网络，然后考察不同种类网络的强度、密度等对创业行为和创业绩效的影响。社会的网络化结构在全世界具有共性。

但是，网络本身就是一种文化现象，因此不同文化背景下的社会网络的含义是不同的，就像“关系”一词一样。因此，本书认为，以上这些测量并没有体现出中国文化背景下人际关系的真正意义。尽管在国际创业学研究中，网络强度、网络异质性等变量已经包含一些人际关系差异性的区分，研究者也指出人际关系对于资源获取和新创企业成长的作用；但是西方学者所理解的“网络”（network）的概念与我们中国人或华人理解的“关系”（guanxi）概念有巨大的差异。因此，如果想真正考察中国文化背景下的创业行为，就需要考虑如何对人际关系进行本土意义上的划分与测量。那么中国文化背景下的人际关系

具有何种特征表现？应该包含哪些关键的组成要素？应如何测量？这是本书要研究的主要问题。

（2）创业者人际关系对财务资源获取的影响

资源（resource）是资源观（RBV）的核心概念，但是在资源观讨论中，资源的概念往往是被高度抽象的，例如其特点是“有价值的、稀缺的、不可模仿的、不可替代的”，等等（J. Barney, 1991）。但是在描述实际创业活动过程时，资源的概念却被区分得五花八门。当然，“财务资源”几乎是所有分类者都会提到的一种创业资源。这给理论研究带来了很大的困难。本书认为，财务资源对创业研究理论上的价值是讨论其获取的途径，例如民间借贷市场和正式的金融制度，观察新创企业如何从这两条不同的渠道融通资金可以提炼出有理论意义的结论，一方面可以加深我们对关系与资源获取效应的理解；另一方面也可以让我们更深入地思考二元制的金融体系对经济发展的影响。

另外，由于创业研究从一开始就确立了指导世界各国创业实践的研究宗旨，因此，财务资源研究对于私营企业的创立最具实践价值的是讨论其会计意义的分类，即流动资金和固定资金。流动资金和固定资金既是企业经营活动中必须要解决的两大主要问题，也是企业会计报表中主要反映的内容。考察流动资金和固定资金的获取方式和获取效应，可以直接为新创企业的融资活动提供经验借鉴。

在中国人看来，从社会关系网络中获得自己所需要的各种资源，已有几千年历史的潜移默化，积淀成为“自然而然”的社会知识（张宛丽，1996）。在当今社会，关系网络发挥着一种工具性的作用。为了寻找和获取战略性资源（如工具性的行动），构建和扩展网络中的“关系桥梁”（bridge of guanxi）会更有用，因为它可以使行动者通过其他人，获取他们自身的资源；而且还可以通过他们在组织中的联系和组织自身的权力、财富和地位获取更多的潜在资源（林南，2005）。

近些年来，随着对一些现实问题研究的深入，研究者也越来越注意到人情、面子、亲缘关系等社会文化因素的重要性（苏春艳，2005）。每一个中国人或华人自幼就能学习到按照亲疏关系对交往人群进行分类的知识，中国人或华人对其他人的信任度或关系密切程度是按照“缘”或“伦”的法则由近及远地扩展，越靠近网络里层，与主体人的关系就越具有血缘和亲缘的关系，所得到的信任度就越高，资源配置的机制就越以情感性标准为主；越靠近网络的外层，与主体人的关系就越疏远，由家族而至熟人、外人乃至生人，所得到的信任就越低，资源配置的法则就越以工具性标准为主，越靠近等价互换的市场

交易机制（费孝通，1948；储小平，2006；吴申元，2006；张强，2004；翟学伟，1993；杨宜音，1995；黄光国，2004；金耀基，2004；杨国枢，2004）。换句话说，中国人或华人的关系亲疏以及关系指导下的资源配置机制决定了创业者能够获得的资源总量以及内容。本书将新创企业的成长放在中国文化背景下进行考察，重点观察华人社会创业者人际关系的独特性对作为战略性资源的财务资源获取的作用。

（3）分析创业者人际关系、财务资源获取对新创企业成长的影响

本书还旨在考察中国企业新创时，哪些资源具有战略性的作用。随着我国市场经济的发展和改革的不断深入，对于新创企业而言，企业发展壮大的关键在于获取各种足够的资源，包括财务资源、人力资源等。而财务资源是企业持续发展的基础，一直被誉为企业的“供血机制”。但是长期以来，资金的不足一直困扰着中国中小创业企业的发展，导致企业的竞争力开始减弱，企业的经济效益不断滑坡。“融资难”的问题几乎存在于每一个中小创业企业，已成为中小创业企业发展过程中面临的诸多问题中的首要问题。在关于“困扰民营企业发展的最大问题”的调查中，结果表明80%是“资本缺乏”（黄爱明，2002）。贝洪俊（2002）对我国民营企业的融资现状进行了分析：企业自身积累在资本结构中所占比重偏大，银行贷款在资本结构中所占比重明显偏小，有价证券在资本结构中所占比重更是微乎其微。作者因此认为，民营企业在融资方面存在着渠道严重不畅通、资本结构明显不合理等问题。

此外，民营企业融资困难出现了如下一些特点：相对而言，短期资本融通难度不大，而长期权益性资本严重缺乏；企业所有制对金融机构信贷的影响逐渐降低，信息不对称是制约银行信贷的关键，多层次的融资渠道初步建立，但尚不完善（王宣喻、储小平，2002；代勇登、陆新文，2006）。针对这些原因，黄烨（2006）认为资本市场的所有制歧视限制了民营企业的直接融资机会，金融信用体制不健全阻碍了银企之间的稳定合作，金融商品服务品种单一适应不了多样化资本需求，民营企业所在地的金融市场不发达，等等，正是这些金融方面的不公平待遇制约了民营企业的发展。贝洪俊（2002）也指出，民营企业的融资困难将导致民营企业抵御经济衰退的能力减弱、升级和技术创新困难、地下金融市场屡禁不止、社会资源配置效率降低等问题。因此，本书认为，对于中国这样庞大的国家来说，市场机会和人力资源可能都不是非常稀缺，从普遍意义上讲，由于政治意识形态等方面的原因，新创企业最稀缺的一般是创业资本，因此，如何融通足够的资金以捕捉创业机会和发展壮大对中国的新创企业来说意义重大。

创业者的人际关系对财务资源获取的作用是否对新创企业绩效有影响是本书关注的主要问题。其中，本书又重点考察两个问题：第一，创业者人际关系是否直接影响新创企业绩效，也就是说，创业者人际关系是否也是一种“资源”？第二，创业者人际关系是否通过财务资源获取而对新创企业绩效产生影响？也就是说，创业者人际关系是否是“资源获取的通道”？按照“扩展的资源观”（extended RBV）的看法，人际关系本身既是创业资源，同时又是创业资源获取的通道。

这两条路径的检验，其实就是检验财务资源获取（包括流动资金获取和固定资金获取）是否是创业者人际关系与新创企业绩效的中介变量。必须指出的是，本文所说的绩效不仅包括短期绩效，也包括长期绩效（5~8年），因此，本文还要考察创业者人际关系通过财务资源获取，到底是影响企业的短期绩效还是影响长期绩效，或者是对长期和短期绩效都有影响。

（4）融资正式与非正式融资对新创企业的作用

资源对于新创企业成长的意义已经成为共识，财务资源也是其中一种重要资源。但是，与其他创业资源相比，财务资源具有以下几个特点：首先，财务资源几乎是所有新创企业的“战略性资源”（strategic resource），不同类型的新创企业可能有不同的战略性资源，如核心技术、核心人才、关键信息等，但是“巧妇难为无米之炊”，没有财务资源，一切都是空中楼阁；其次，财务资源的获取明显受到政策导向性的约束，早期的民营企业被看作是“补充”和“附属”，基本上没有从银行等金融机构中融资的可能，即使到现在，政策条件在形式上已经没有限制，然而民营企业能够从以银行为代表的正式金融机构中贷款的比例也是非常低的；最后，财务资源作为一般性的资源概念，理论抽象的意义大于实践的意义。从企业经营管理的实际出发，比较有意义的财务资源分类是流动资金和固定资金，股权融资和直接上市毕竟是极少数的民营企业才有机会考虑的问题。本文感兴趣的是，如果创业者人际关系对于财务资源获取及其对新创绩效都存在显著影响的话，那么在不同的融资方式下，创业者人际关系对于流动资金和固定资金获取具有不同的影响关系吗？这种影响关系对新创企业绩效是否具有同样的影响？或者，在不同的融资方式下，创业者人际关系对财务资源获取都有不同的影响，那么为何会有这种差异性？从模型检验的角度看，如果这两个分模型能够成立的话，就可以进一步验证总模型的解释力。

1.3 研究方法与技术路线

1.3.1 研究方法

1. 理论研究

尽管本书的研究框架中，创业者人际关系、财务资源和创业绩效三个概念的研究已经很常见，但是，在创业研究领域内，这三者之间的逻辑关系还很少有人关注。部分原因可能是人际关系本来就是一个很本土化的概念，对于仍然处于“拿来主义”研究阶段的创业理论来说还比较新鲜。财务资源更是一个普通的研究话题，在金融学和企业财务理论等方面早已成为“老问题”。不过，在创业领域内深入研究财务资源获取的文章也还不多见，主要原因是很多人仅仅把财务资源作为创业资源的一种而与其他资源一起考察，忽视了财务资源本身作为一种战略性创业资源的研究价值。

将华人人际关系和财务资源获取联系在一起需要进行理论上的梳理和论证。首先，需要将这两个概念进行理论上的界定，这部分工作主要依靠文献法实现，第2章的文献综述部分有专门对这两个概念研究的回顾。在此基础上，演绎归纳出华人人际关系的三种类型，即家族关系、熟人关系和生人关系；以及对财务资源进行两个层次的划分，一个是资金用途，可以将财务资源区分为流动资金和固定资金，这是实践导向的划分；另一个是资金来源，可以将财务资源划分为正式融资的财务资源和非正式融资的财务资源，这是理论导向的划分。

对概念进行界定和分类以后，本书需要在理论上说明，创业者的人际关系是如何影响财务资源获取的，其理论基础是“扩展的资源观”（extended RBV，指不仅企业内部的资源可以成为竞争优势的来源，企业的外部资源同样能够帮助企业获得竞争优势），即在中国的文化背景下，人际关系既是一种战略性资源，同时也是一种资源获取的通道，由此提出理论假设：财务资源获取是创业者人际关系网络与新创企业绩效之间的中介变量，这种中介作用受到人际关系类型的影响。

2. 实证研究

科学研究方法所要求的四个主要步骤依次是建立假设、收集资料、分析资料、推演结论（杨国枢等，1984）。本书遵循这种方法进行实证研究。我们拟采用定性研究方法分析创业者人际关系、财务资源获取与新创企业绩效等概念，从而确定本研究框架的变量因子；定量研究旨在检验本文提出的理论框架

和研究假设。

具体地说，本书中的定性研究指根据已有关系网络和资源观等理论研究成果，提出一个基于创业者人际关系的新创企业绩效研究理论框架，以此作为社会调查的基础，进而在调查的过程中不断地总结、补充和完善量表；而定量研究指在定性研究的基础上，正式提出一个测量创业者人际关系、财务资源获取和新创企业绩效的工具，将创业者人际关系各维度、财务资源获取各维度与新创企业绩效各维度的作用机理真实地反映到研究框架里，并通过问卷调查，收集资料以进一步验证理论框架中的各个假设，以分析创业者人际关系、财务资源获取与新创企业绩效的关系，从而形成经验与政策证据。

1.3.2 技术路线

清晰的研究思路将有助于顺利地解决研究问题，为此，本书设计了如图1-1所示的研究技术路线。

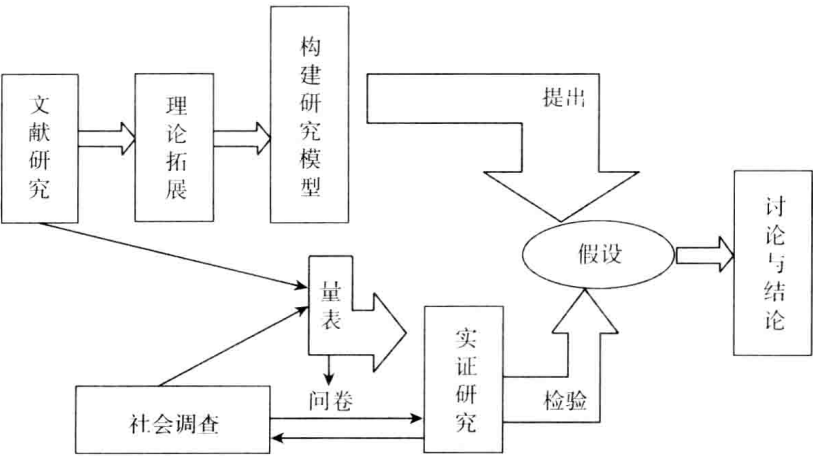


图1-1 本书研究技术路线

1.4 论文的框架结构

本书将分六个部分讨论创业者人际关系、财务资源获取与新创企业成长的关系。第1章是导论部分，旨在说明本书的研究问题、研究模型与研究结论、研究方法与技术路线以及论文的章节安排。第2章是文献综述部分，主要分为网络

研究综述、资源观理论研究综述、网络对创业机会影响的综述和网络对企业成长的影响综述等。第3章是模型与假设部分。该章将对创业者人际关系、财务资源获取与新创企业成长之间的关系进行理论探讨，建立研究模型，并在此基础上提出相关的假设。第4章研究设计与数据收集部分先交代取样标准与样本来源，再确定变量的测量与问卷设计。第5章为数据分析与假设检验，通过大规模问卷调查以收集数据，先进行描述性统计，为本研究的分析提供背景信息，再对模型的解释力和假设的真伪进行检验，并对结果进行分析。第6章结论与未来研究方向部分是归纳本书的主要研究结论，指出本书的研究局限及进一步的研究方向。（图1-2）

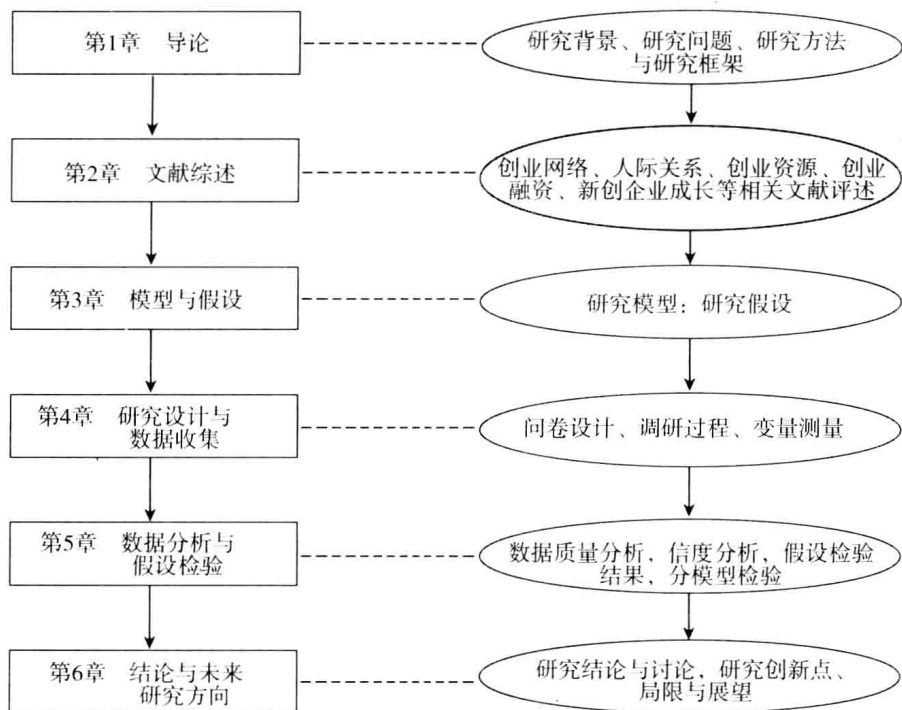


图 1-2 本书结构与逻辑

