

中央高校基本科研业务费
专项资金资助

服务创新

关系嵌入的视角

王家宝 著



随着市场环境的变化，企业间竞争日趋激烈，
服务创新已经成为企业构建、维系与提高竞争优势的有效方法。



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

014037024

F719
311

中央高校基本科研业务费
专项资金资助

服务创新

关系嵌入的视角

王家宝 著



北航

C1725230



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

F719
311

01403057

内容提要

随着市场环境的变化,企业间竞争日趋激烈,服务创新已经成为企业构建、维系与提高竞争优势的有效方法。为了使企业能更有效地整合利用合作伙伴的资源,提高创新水平与绩效,在激烈的竞争中培育并维系竞争优势,本书围绕“关系嵌入性如何影响服务创新绩效”这一基本课题,从组织学习能力的视角,展开相关研究,深入探讨关系嵌入性对服务创新绩效的影响。

本书适合服务企业从业人员以及从事服务创新理论研究的科研人员阅读。

图书在版编目(CIP)数据

服务创新:关系嵌入的视角/王家宝著. —上海:上海交通大学出版社,2014

ISBN 978-7-313-10666-7

I. 服... II. 王... III. 服务业—经济管理 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 287574 号

服务创新:关系嵌入的视角

著 者:王家宝

出版发行:上海交通大学出版社

邮政编码:200030

出 版 人:韩建民

印 制:浙江云广印业有限公司

开 本:787mm×960mm 1/16

字 数:239 千字

版 次:2014 年 3 月第 1 版

书 号:ISBN 978-7-313-10666-1/F

定 价:38.00 元

地 址:上海市番禺路 951 号

电 话:021-64071208

经 销:全国新华书店

印 张:12.5

印 次:2014 年 3 月第 1 次印刷

版权所有 侵权必究

告读者:如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话:0573-86577317

前言

随着市场环境的变化,企业之间竞争日趋激烈,实体产品之间的差异性越来越小,企业转而从服务的角度实施差异化,以避免与竞争对手之间残酷的价格战,企业之间的竞争逐渐由实体商品转向服务。对于企业来说,服务在竞争优势方面起到越来越重要的作用,服务创新已经成为企业构建、保持与提高竞争优势的有效手段。由于服务创新需要众多复杂的知识、能力以及昂贵的资源,单个企业很难单独完成所有的创新活动,这就需要企业跨越组织边界整合外部伙伴的资源,以提高企业产品与服务创新的能力。因而,如何建立和管理企业与外部伙伴的关系及行为,从而提升企业的服务创新水平,成为企业实践与联盟管理急需解决的问题。现有的研究虽然认识到了企业间关系的特性及其为企业带来的竞争优势,但是对于企业与外部伙伴的关系嵌入性对企业绩效,尤其是服务创新绩效的影响机制,研究较少,且尚未达成一致的结论。

为了使企业能更有效地整合利用合作伙伴的资源,提高创新水平与绩效性,在激烈的竞争中培育并维持竞争优势,本书围绕“关系嵌入性如何影响服务创新绩效”这一基本问题,从组织学习能力的视角,展开相关研究,深入探讨关系嵌入性对服务创新绩效的影响。具体来说,本书对以下几个问题进行了研究:①企业与外部伙伴关系嵌入性对服务创新绩效的影响;②服务创新类型与关系嵌入构型对服务创新绩效的影响;③学习能力在关系嵌入性影响服务创新绩效机制中的中介作用;④关系嵌入构型与学习能力的交互作用对服务创新绩效的影响。经过理论探讨与实证分析,本书通过三个子研究逐层对上述研究问题进行了探讨。

子研究一在相关文献综述的基础上,分别对来自家电、电子商务、管理咨询、饭店、物流及零售等行业的6家中国企业进行了探索性案例研究。经过案例选择、数据收集以及数据分析,初步探讨了关系嵌入性对企业服务创新绩效的作用机制,并提出了10个初始假设命题,认为关系嵌入性、学习能力均能提升企业的服务创新绩效,关系嵌入能促进组织学习能力,从而为本书的后续研究提供了源于实践的理论构想。

在子研究一提出的假设命题基础上,结合相关研究,子研究二进一步提出了细化研究假设以及基于学习能力中介作用的概念模型,然后通过对上海227家企业的问卷调查,运用探索性因子分析和验证性因子分析对相关量表进行构建与验证,并用结构方程建模的方法对所提出的概念模型进行了验证与修正,验证了关系嵌入性

通过促进组织学习能力,进而正向作用于服务创新绩效的机制。

子研究三进一步探讨了企业与主要外部伙伴(包括供应商、顾客、竞争对手及第三方机构)因关系嵌入性不同而形成的关系嵌入构型与学习能力的交互作用对服务创新绩效的影响。通过对205家上海企业的问卷数据进行多元统计分析,对关系嵌入性、学习能力与服务创新绩效的关系作了更为深入的研究。

基于以上三项子研究,本书主要结论如下:

(1) 企业与合作伙伴的关系嵌入性对其服务创新绩效有显著正向影响。通过对6家中国企业的探索性案例分析,以及227家上海企业的有效问卷统计分析,结果表明,企业与合作伙伴的关系的持久性、协同合作的频率以及协同合作的强度等都有助于服务创新绩效的提升。

(2) 关系嵌入性对服务创新绩效的影响是通过学习能力的中介作用而进行。具体来说,关系嵌入性对服务创新绩效的影响是间接作用,是通过促进组织学习能力而产生的,即促进知识的获取、吸收与整合,进而正向影响服务创新绩效。因此,企业除了通过与合作伙伴保持高度嵌入关系获取外部知识与信息外,还应提升自身对所获取知识的吸收与整合能力,这将有利于提高服务创新的过程与绩效。

(3) 不同关系嵌入构型的企业,均与顾客保持较强的关系嵌入,但服务创新绩效表现有所差异。按照与顾客、供应商、竞争对手和第三方机构关系连带的强度不同,将样本企业划分为顾客导向者、交易导向者以及关系导向者等三个不同类群。方差分析结果表明,不同关系嵌入构型的企业,其服务创新绩效有所差异。关系导向者不管是在财务绩效还是内部绩效方面均为最佳,而交易导向者最差。

(4) 服务创新绩效的高低与所采用的创新类型有关。财务绩效方面,服务产品创新的财务绩效明显高于服务流程创新,也明显高于多单元组织创新,而顾客共同创新则高于服务流程创新;在内部绩效方面,服务产品创新与顾客共同创新的内部绩效,均明显高于服务流程创新和多单元组织创新。

(5) 服务创新类型与关系嵌入构型的交互作用对服务创新绩效有显著影响。一方面,企业服务创新类型会改变关系嵌入构型对服务创新绩效的影响。另一方面,企业的关系嵌入构型也会使服务创新类型与服务创新绩效的关系发生变化。

(6) 学习能力与关系嵌入构型的交互作用对服务创新绩效有显著影响。两者交互作用对财务绩效的影响不显著,但对内部绩效有显著作用。

本书主要研究贡献体现在:

(1) 对服务创新的内涵及绩效衡量指标进行了有益的探索,丰富了服务创新理论的研究。通过文献回顾、整理与比较,本书将服务创新的类型分为服务产品创新、服务流程(技术)创新、多单元组织创新以及顾客共同创新四种,并在相关研究的基

基础上,对各类量表进行了比较与修订,并最终确认服务创新绩效指标可分为财务绩效指标与内部绩效指标,前者侧重于短期绩效,而后者则较偏向于长期绩效,从而为服务创新绩效的后续研究提供参考。

(2) 将网络理论引入服务创新的研究,扩展了服务创新研究的视角,揭示了关系嵌入性对服务创新绩效影响的本质过程。目前学者对于服务创新的研究多集中于企业内部创新,对于外部获取服务创新资源的研究较少。即使是相关研究,也大多集中于企业与特定外部伙伴的关系对服务创新的影响。本书分析了关系嵌入性为企业带来竞争优势的本质过程,阐明了关系嵌入所获取的网络资源通过影响企业的学习能力,进而影响服务创新绩效的作用机制。本书进一步地将企业与不同合作伙伴组成的网络构型分为顾客导向、交易导向以及关系导向三大类,进一步明确了企业与不同伙伴的关系嵌入性所带来的不同资源对企业竞争能力的影响。本书研究工作一方面对企业网络理论进行了重要补充,另一方面也极大地丰富与推动了服务创新理论的相关研究。

(3) 以学习能力为中介变量验证了关系嵌入性影响服务创新绩效的作用机制。根据 Baron 和 Kenny(1986)的中介作用判定原则,在基于关系嵌入的学习能力形成模型、基于关系嵌入的服务创新绩效形成模型以及学习能力对服务创新绩效影响模型的基础上,构建并修正和验证了组织学习能力的中介作用模型。模型拟合和数据分析的结果显示,学习能力完全中介了关系嵌入性对服务创新绩效的影响,从而为它们之间的关系研究提供了一个新的视角。

(4) 对关系嵌入构型与学习能力的交互作用对服务创新绩效的影响进行了推演。通过对学习能力与关系嵌入构型交互作用的分析,笔者发现,关系嵌入构型对服务创新绩效的影响,会因企业的学习能力不同而有所差异。由此,本书发现了另一个影响网络构型的情境因素,即企业的学习能力。

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.1.1 现实背景	1
1.1.2 理论背景	3
1.2 研究问题、目的与方法	4
1.2.1 研究问题	5
1.2.2 研究目的	5
1.2.3 研究方法	5
1.3 技术路线与结构安排	6
1.3.1 技术路线	6
1.3.2 结构安排	7
1.4 主要创新点	8
第 2 章 相关理论综述	11
2.1 创新理论的演变	11
2.1.1 创新的知识基础观	11
2.1.2 从创新的技术理论到社会网络理论	12
2.2 服务创新的相关研究	13
2.2.1 服务创新理论研究进展	13
2.2.2 服务创新概念的研究	16
2.2.3 服务创新与制造业创新差异的研究	19
2.2.4 服务创新类型的研究	20
2.2.5 不同服务行业的创新研究	24
2.2.6 服务创新绩效评估的研究	25
2.2.7 服务创新的网络观	28
2.3 关系嵌入性与服务创新关系的相关研究	31
2.3.1 嵌入的概念与分类	31

2.3.2	关系嵌入与结构嵌入的理论研究	33
2.3.3	网络构型的研究	36
2.3.4	关系嵌入性与服务创新相关研究	37
2.4	组织学习能力及相关研究	38
2.4.1	组织学习的定义	39
2.4.2	组织学习能力的概念与类型研究	40
2.4.3	组织学习能力与创新的关系	42
2.5	本章小结	43
第3章	关系嵌入性对服务创新绩效影响的探索性案例分析	45
3.1	案例研究方法论	45
3.1.1	案例研究方法概述	45
3.1.2	探索性案例对象选择	46
3.1.3	资料分析方法	48
3.2	案例企业简介	49
3.2.1	A 家电企业	50
3.2.2	B 电子商务企业	51
3.2.3	C 管理咨询企业	51
3.2.4	D 饭店企业	52
3.2.5	E 物流企业	52
3.2.6	F 零售企业	52
3.3	案例初步分析	53
3.3.1	关系嵌入性	53
3.3.2	学习能力	56
3.3.3	服务创新类型与绩效	58
3.4	进一步的讨论与初始命题的提出	61
3.4.1	案例分析信度	61
3.4.2	关系嵌入性与服务创新绩效	62
3.4.3	关系嵌入性与学习能力	65
3.4.4	学习能力与服务创新绩效	66
3.5	本章小结	68
第4章	关系嵌入性对服务创新绩效影响的模型	70
4.1	研究假设	70

4.1.1	关系嵌入性与学习能力的关系	71
4.1.2	关系嵌入性与服务创新绩效的关系	72
4.1.3	学习能力与服务创新绩效的关系	73
4.1.4	学习能力的中介作用	75
4.2	研究方法	76
4.2.1	变量度量	76
4.2.2	抽样方法与样本分析	79
4.2.3	资料分析方法	81
4.3	数据分析	82
4.3.1	抽样误差检验	82
4.3.2	探索性因子分析	82
4.3.3	验证性因子分析	87
4.3.4	结构方程模型检验	92
4.3.5	假设检验与模型解释力	101
4.4	本章小结	102
第5章	关系嵌入构型、组织学习能力与服务创新绩效	104
5.1	基于交互效应的模型的提出	104
5.1.1	关系嵌入构型与服务创新绩效	104
5.1.2	学习能力的不同构成与服务创新绩效	108
5.1.3	学习能力、关系嵌入构型与服务创新绩效	109
5.2	研究方法	111
5.2.1	变量度量	111
5.2.2	抽样方法与样本分析	113
5.2.3	统计分析方法	114
5.2.4	测量模型评估	114
5.2.5	假设检验方法	115
5.3	资料分析	115
5.3.1	抽样误差检定	115
5.3.2	研究构面的确认	116
5.3.3	信度与效度检验	119
5.3.4	假设检验	121
5.4	本章小结	135

第 6 章 我国企业服务创新的战略对策研究	139
6.1 顾客参与服务创新	139
6.1.1 识别顾客类型	139
6.1.2 关注服务创新中顾客作用的变化	140
6.1.3 发挥不同创新阶段顾客参与的作用	141
6.1.4 服务企业创新实践中的顾客参与形式	144
6.2 加强关系嵌入性管理,构建适当关系嵌入网络构型	146
6.2.1 实施制度创新,构建关系嵌入网络	146
6.2.2 构建适当关系嵌入网络构型,管理网络演变	147
6.3 实施知识管理,培育学习能力	148
6.3.1 加强顾客知识管理,实现顾客知识转移	149
6.3.2 供应商知识转移	151
6.3.3 服务企业内部知识转移管理	152
6.4 本章小结	154
第 7 章 总结与研究展望	155
7.1 主要研究结论	155
7.2 管理启示	160
7.3 研究局限性及展望	162
附录	164
附录 1 关系嵌入性、组织学习能力与服务创新绩效问卷(A 卷)	164
附录 2 关系嵌入性、组织学习能力与服务创新绩效问卷(B 卷)	168
参考文献	173
索引	188

第1章 绪论

1.1 研究背景

1.1.1 现实背景

1) 服务创新成为企业获得和维持竞争优势的重要因素

随着全球经济一体化的发展,企业所面临的竞争环境发生了巨大的变化,一方面是全球性开放体系的竞争,另一方面,企业所在的产业内外的竞争也日渐白热化。面对变化越来越迅速变化的环境,不断创新已经成为竞争力强弱的关键因素。创新因而也就成为过去 20 年社会科学广泛研究的焦点(Patrick and Helmut, 2001)。相关学者研究发现,研发对企业的营业收入和利润具有相当大的贡献,因而创新成为维持企业竞争力的必要途径(Cooper and Kleinschmidt, 1995)。从竞争的焦点来看,企业的竞争在于服务而不是实体产品。由于实体产品之间的差异性愈来愈少,大多数企业转而从服务的角度实施差异化,以避免与竞争对手展开激烈的价格竞争,从而使得服务在竞争优势培育中的作用越来越重要(Grönroos, 2000)。服务创新是构建、提高与维持企业竞争优势的有效方法(Kandampully, 2002; Berghman, Matthyssens, and Vadenbempt, 2006; van Kleef and Roome, 2007)。为了在高度竞争的环境中脱颖而出,企业必须对服务创新进行有效管理,才能提高创新成功的几率,从而获得可持续竞争优势。

2) 企业间合作创新的重要性不断提高

在快速变动的环境下,企业进行服务创新所需的知识、技术与资源日趋复杂,即使是大企业也无法完全拥有创新所需要的各种要素(Heikkinnen 等, 2007)。企业独立开发新技术、产品及服务变得越来越困难。因此,企业必须跨越组织边界获取与整合外部伙伴的资源,以提高企业产品和服务创新成功的机会与能力(Hanna and Walsh, 2002; Perks and Jeffery, 2006)。由于企业进行服务创新所需要的资源很难由某个企业单独拥有,而是存在于企业所处的网络中;与此同时,企业不同的外部伙伴所拥有的资源与能力大不相同,它们对企业服务创新的贡献也不同。处于网络中的伙伴拥有互补性资源、信息与知识,有利于提高服务创新活动的绩效(Gemünden

等, 1996; Dyer and Singh, 1998; Zahra 等, 2000; Tether, 2002; Syson and Perks, 2004)。因此, 对于企业来说, 就需要从其所处的网络的角度进行服务创新。

3) 学习能力成为能否有效利用外部资源从事服务创新的重要决定因素

任何企业都处于自身与外部伙伴所构成的关系网络中, 企业已无法决定是否与这些外部伙伴建立与维持关系, 它们唯一能做的选择就是如何有效地管理与这些伙伴的关系 (Ritter, Wilkinson and Johnston, 2002; Ritter and Gemünden, 2003)。网络中每个“关系”或“链接”都代表关系双方的某些资源、知识的互换, 因此, 企业如何运用网络的互动以获取所需资源与知识, 已成为创新绩效的重要来源。从知识基础观的角度来看, 企业跨越组织边界获取与整合外部伙伴的资源与能力, 除了与合作伙伴保持高度的嵌入性并构建适当的关系嵌入构型以外, 还必须具备高度的学习能力, 即从学习的角度吸收与整合创新所需的资源, 才能更有效地提高创新活动的绩效, 并能不断地将网络资源转换为企业的惯例。服务创新的学习能力的提升, 必须依赖良好的外部关系, 以接受各式各样的新产品信息、了解客户及市场需求, 并通过紧密的关系将分布在网络成员中的信息与知识加以整合, 以形成完整的知识库。

4) 中国企业产业升级需要服务经济与服务创新的推动作用

20 世纪 60 年代以来, 全球产业结构开始呈现出“工业型经济”向“服务型经济”转型的趋势, 突出地表现在服务业成为经济增长的重要动力和现代化的重要标志。就全球经济整体来看, 1980—2000 年期间, 服务业占 GDP 的比重不断上升, 全球服务业增加值占 GDP 的比重由 56% 升至 63%, 其中, 主要发达国家达到 71%, 中等收入国家达到 61%, 低收入国家达到 43%。服务业吸收就业的比重方面, 西方发达国家普遍达到 70% 左右, 少数发达国家达到 80% 以上。企业层面, 随着竞争的焦点由产品向服务转变, 服务创新已经成为企业构建、维持竞争优势的重要途径。

改革开放以来, 我国制造业持续高速增长, 工业化的推进速度明显加快, 我国逐步成为世界制造大国。制造业增加值占我国 GDP 的比重一直保持在 40% 以上, 制造业还提供了 50% 的财政收入, 吸纳了近一半的城市就业人口和农村转移劳动力。但是在我国制造业发展过程中, 技术含量低、产品附加值低、处于价值链的低端等问题长期困扰着我国制造业国际竞争力的提升和发展的可持续性。虽然中国已经成为“世界工厂”, 但由于我国制造业处于全球产业价值链的低端, 所从事的基本上都是劳动密集型的生产或装配活动, 即使是技术或资本密集型的产品生产, 我国从事的也是劳动密集型的工序, 产出多, 但资源消耗大, 产品附加价值和技术含量较低, 经济效益差。长期以来, 外资拉动型的制造业造成我国经济增长模式的粗放性和对资源环境的破坏, 在很大程度上限制了企业技术进步和技术创新, 在一定程度上也抑制了我国服务业的发展。跨国企业则凭借服务创新所产生的(产品研发、设计、品

牌、资本等)比较优势,占据了产业价值链的高端,赚取高额利润。

理论研究和发达国家实践经验表明,制造业的结构升级和国际竞争力提高不仅要依靠制造业自身的进步,同时还要依靠相关配套产业的发展,其中服务业尤其是生产型服务业对突破制造业发展的瓶颈有着举足轻重的作用,积极倡导服务创新,加快发展现代服务业,是实现我国新型工业化的必经之路。研究实现服务创新的途径,以及影响服务创新的因素,在促进服务业与制造业的融合与互动过程中优化我国产业结构,提升国际竞争力,实现经济协同发展,已经成为业界与学界需要迫切解决的问题。

1.1.2 理论背景

一方面,创新理论的研究已经由创新的技术理论发展到创新的网络理论。传统的资源观认为,为企业带来可持续竞争优势的异质性资源来自于企业内部,创新也被视为涉及技术解决方案开发的孤立事件。随着创新实践的深入开展,尤其是全球经济一体化的发展、全球网络的形成,企业不再仅依赖对稀缺资源的占有,而是通过不断学习和知识创造建立竞争优势。由此,创新研究出现了知识基础创新观,社会因素对创新的重要性逐渐得到重视。

企业网络理论认为,为企业带来竞争优势的异质性资源不仅来自企业内部,还存在于企业间组成的网络中。企业与外部伙伴的联结能为企业带来关系租金和竞争优势(Dyer 等, 1998; 2000)。主要体现在,企业在网络中的嵌入特性不仅影响着对资源的获取和使用,还会对企业的行为产生影响,并最终带来企业间绩效与竞争优势的差异。结构嵌入与关系嵌入是网络嵌入的两种基本形式,为学者广泛关注与研究,从而形成了不同的理论基础与架构。结构嵌入理论研究组织所处网络的总体结构,强调群体的关系与机制对交易关系的影响,并对结构洞、网络中心性等战略性资源对企业竞争优势的作用达成共识(Granovetter, 1973; Coleman, 1988; Burt, 1992)。关系嵌入理论则认为,组织间的关系嵌入具有信任的本质,组织间共享复杂的信息与隐性知识,就会呈现出高度合作的特性,共同解决问题,并有可能相互鼓励创新,从而能够增加成功创新的机会,提高创新绩效(Uzzi, 1997; Simsek 等, 2003)。纵观网络理论的研究,结构嵌入比关系嵌入更多地得到了学者的关注(Rindfleisch and Moorman, 2001)。Rindfleisch 和 Moorman(2001)认为,但近年来,已有越来越多的文献研究关系嵌入对组织绩效的影响,且这些文献主要是验证组织间存在凝聚性连带(cohesive ties)(Gulati, 1998)、互惠性帮助关系(Hansen, 1999)以及互惠性义务(Uzzi, 1999)等方面。对于企业与合作伙伴的关系嵌入性对企业绩效的作用机制,理论与实证尚需进行深入探讨。

另一方面,在技术不断发展,环境的动荡性不断加强的全球化时代,服务创新已经成为获取竞争优势的重要源泉。对于企业来说,单凭内部开发寻求管理技能与技术捷径,已很难获取可持续竞争优势。将网络理论引入服务创新的研究,也就成为必然的趋势。服务创新的过程同时也是不断学习与持续改进的过程。组织学习理论的相关研究,多认为组织学习能力需要良好的企业制度或文化、优秀的人力资源或强烈的学习意愿,而对于外部关系网络构型与强度对组织学习能力的影响则较少研究。

纵观企业网络理论、组织学习理论以及服务创新理论的前期研究,本书发现,在已有的探讨网络活动与创新的关系的研究中,通常隐含着企业所联结的对象是同质的这一假设。但是,实际上,不同类型的伙伴所拥有的信息与知识是异质的,如供应商与客户所拥有的知识就大不相同,因而对创新的贡献也就有所差异。因此,又需要同时探讨与不同类型的外部伙伴的关系对企业服务创新的影响。相关研究则大多限于企业与某种特定关系对创新的影响,对于整合所有外部伙伴关系对创新绩效的影响则较为缺乏(Tether, 2002; Syson and Perks, 2004; Hoffmann, 2007)。即使是相关研究,要么只是进行概念性陈述,要么未能对关系进行整合性分析,更缺乏对选择何种关系构型能产生较佳的创新绩效的研究。因此,将企业与不同外部伙伴关系连带强度进行整合,以刻画企业的关系嵌入性及其网络构型(relational embedded configuration),深入探讨企业与各种外部伙伴关系的本质对创新的影响,以及分析是否存在能够带来最佳服务创新绩效的关系嵌入构型,将具有重大的理论与实践意义。

综上所述,通过关系嵌入性、学习能力两个构面,研究探讨它们如何影响服务创新绩效,可对服务创新绩效有更为深入的理解。关系嵌入性是企业与外部伙伴的连带强度,建立适合企业自身发展与服务创新需要关系嵌入构型,可使企业有效地从外部获取不同的信息、资源与知识。学习能力是企业内部能力,决定了企业获取、吸收与整合所获取的创新所需的资源与知识的能力。虽然过去已有的研究分别证实了两者的对创新绩效与竞争优势有正面影响,但却没有研究将它们整合到创新或竞争优势。从资源基础观的角度来看,企业与外部伙伴的关系是企业可以利用的外部资源,而学习能力则是企业利用外部资源的内部能力。探讨企业如何有效结合外部网络资源与内部能力从而提升竞争优势,将对理论的完整性做出高度的贡献(Lavie, 2006)。

1.2 研究问题、目的与方法

本书以企业与外部伙伴的关系嵌入性作为切入点,围绕关系嵌入性如何对服务

创新绩效产生影响这一基本问题,深入剖析网络关系对服务创新的影响,从而为企业更好地利用外部资源、构筑与提升竞争优势提供理论依据与实践,并为我国企业的产业与结构升级提供管理与决策支持。

1.2.1 研究问题

本书要探讨的基本问题是:网络化背景下如何有效地实现服务创新?在此基础上,本书将对如下五个问题进行分析与解答:首先,是服务创新与制造业创新的不同点,以及服务创新的类型与绩效评估标尺;其次,是服务创新中与外部伙伴的关系嵌入性的重要性及对服务创新绩效的影响;第三,由于不同的外部伙伴关系对服务创新的贡献不同,研究选择何种关系嵌入构型能够提高服务创新绩效就成为本书要探讨的重要议题;第四,是企业的学习能力是否能够有效地提高服务创新绩效,并在关系嵌入构型影响服务创新绩效的机制中起到中介作用;最后,企业的学习能力是否会与其关系嵌入构型产生交互作用,这种交互作用对服务创新绩效的影响性如何,也是本书所要探讨的重要问题。

1.2.2 研究目的

具体来说,本书的研究目的如下:

- (1) 企业与外部伙伴关系嵌入性对服务创新绩效的影响;
- (2) 服务创新类型与关系嵌入构型对服务创新绩效的影响;
- (3) 学习能力在关系嵌入性影响服务创新绩效机制中的中介作用;
- (4) 关系嵌入构型与学习能力的交互作用是否会对服务创新绩效产生影响。

1.2.3 研究方法

本书的研究以理论与实际相结合为基本导向,在理论研究方法上重点关注了以下几个方面:

(1) 规范研究与实证研究相结合。通过对现有服务创新理论、网络理论及学习能力的梳理,从中寻求三者的有机结合,探寻一般规律,提炼理论观点。但理论研究必须依赖实证的支持,故本书特别关注实证研究的开展,力求定量研究与定性研究相结合。本书对企业关系嵌入性、学习能力与服务创新绩效的影响的研究,进行了结构方程建模,设计了问卷调查,进行了实际调查研究。对关系嵌入构型与学习能力的交互作用对服务创新绩效影响的研究,进行了问卷调查与多元统计分析。

(2) 综合运用多学科理论知识,注重跨学科交叉互补。本书在研究过程中综合运用了服务创新理论、网络嵌入理论、网络关系理论、资源基础观、学习理论、战略管

理理论等诸多学科知识和相关理论,相互取长补短。理论推导与逻辑推理相结合,体现了学科优势和多学科交叉的特点。

(3) 案例分析与统计分析相结合。通过对国内外企业服务创新实践的整体把握和对个别案例的具体分析,进行比较研究,以佐证和支持本书的主题思想与理论观点。此外,通过收集大量的数据资料,运用结构方程模型、因子分析、多元方差分析、回归分析等统计方法,通过 Amos 17.0 和 SPSS 17.0 软件对概念模型与研究假设进行了分析,验证概念模型对研究假设是否支持,并对模型进行验证与修正与优化。

1.3 技术路线与结构安排

1.3.1 技术路线

本书以企业与外部伙伴的关系嵌入性为切入点,以提升企业服务创新绩效为导向,从学习能力的视角,逐层深入剖析关系嵌入性、学习能力及服务创新绩效的关系。本书的技术路线如图 1-1 所示。

本书从企业与外部伙伴的关系嵌入为出发点,基于关系嵌入理论、组织学习能力及服务创新等相关理论,开展了以下三个子研究:

(1) 子研究一在相关文献梳理的基础上,提出了关系嵌入性与服务创新绩效关系的初步构想,并通过对 6 家中国企业的服务创新实践进行归纳,以探寻关系嵌入性与服务创新绩效的关系,为后续大样本问卷调查奠定基础。

(2) 子研究二在子研究一结论的基础上,提出了基于学习能力中介作用的关系嵌入性影响服务创新绩效的概念模型,并通过对 227 家上海企业的问卷调查,综合运用探索性因子分析、验证性因子分析以及结构方程建模的方法进行实证分析,从而对关系嵌入性影响服务创新绩效的概念模型进行验证与修正,最后指出,组织学习能力是关系嵌入性影响服务创新绩效的中介因素。

(3) 子研究三则在子研究二的基础上,围绕关系嵌入性,对其与服务创新绩效的作用机制做进一步研究,在相关概念模型的基础上,运用 205 份上海企业的问卷数据进行聚类分析、回归分析与多元方差分析对研究假设进行验证,验证了关系嵌入构型与学习能力交互作用的存在。

最后,对各研究部分的研究结果进行了归纳与总结,从而对企业网络理论、组织学习理论以及服务创新的相关理论进行了一定的拓展和有益的补充,并为中国企业的服务创新实践提供了战略对策。同时,指出了研究的局限性,对未来可能和可行的研究方向进行了展望。

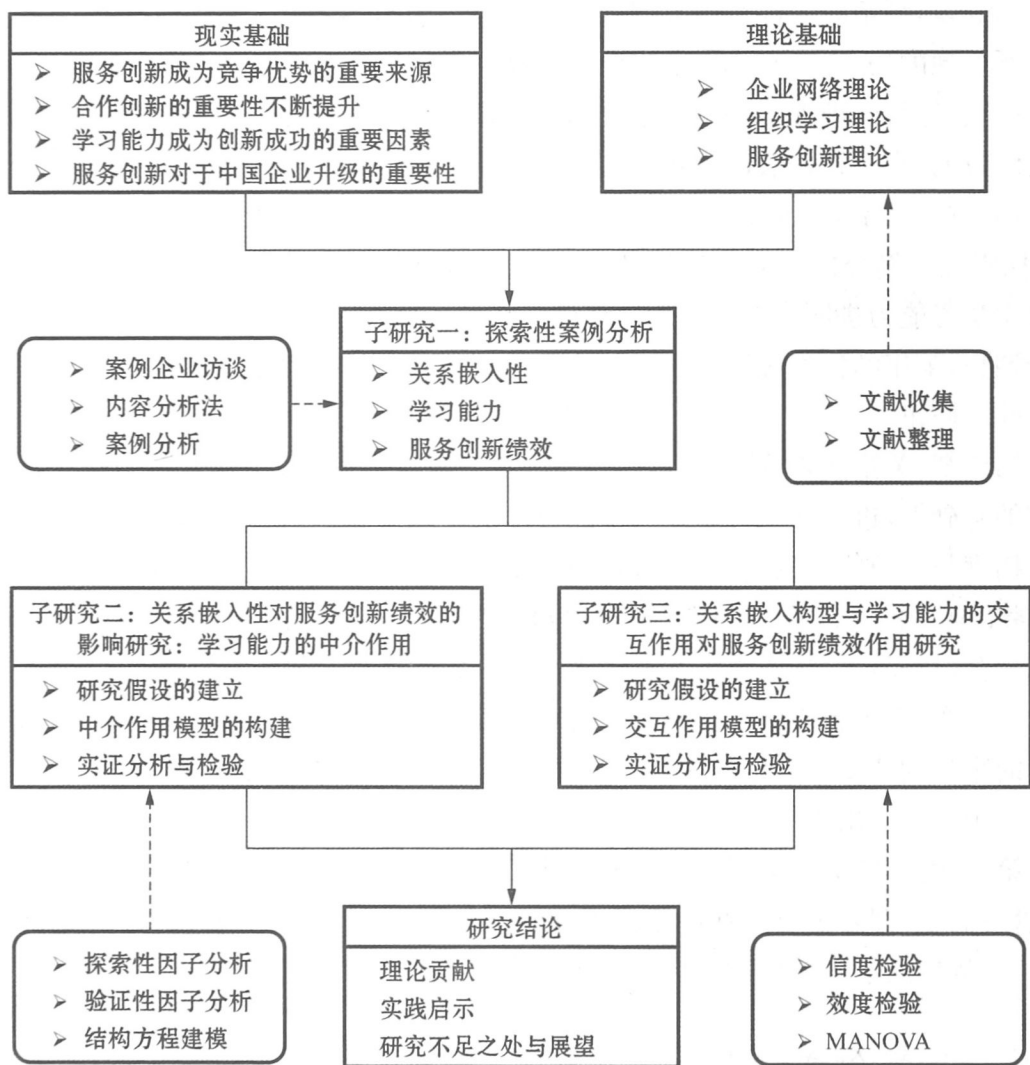


图 1-1 本书技术路线图

1.3.2 结构安排

按照上述的技术路线安排,本书共分为7章,章节安排及主要内容如下:

第1章:绪论。绪论部分是有关本研究的实践背景、理论背景、研究目的,提出了本书的研究架构与内容安排。

第2章:相关理论综述。主要对本研究所涉及的相关文献进行了较为全面的梳理和综合,主要包括关系嵌入理论、服务创新及组织学习理论等,肯定了以往文献在各自领域的贡献,厘清理论发展脉络,在把握研究前沿的基础上,找出现有研究的不足之处,明晰本研究的切入点,并对本研究所涉及的概念进行界定,为本研究的开展奠定理论基础。