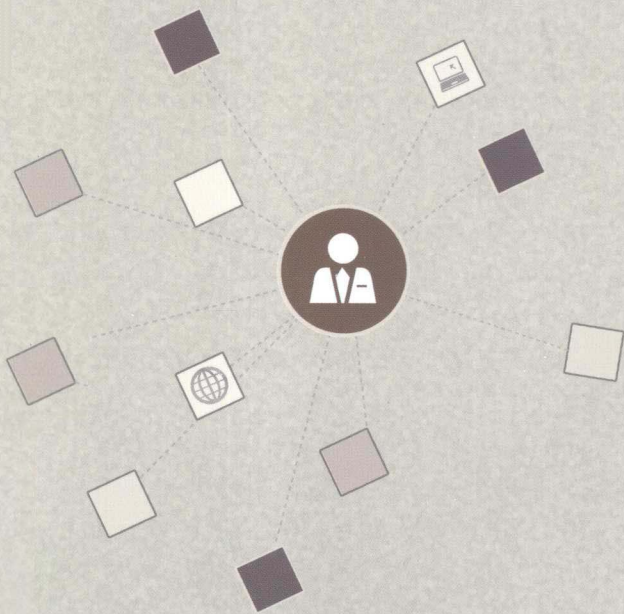


纵向社会资本、竞争能力 与企业竞争优势

张宏 倪旭东 著



科学出版社

纵向社会资本、竞争能力 与企业竞争优势

张 宏 倪旭东 著

国家自然科学基金项目(71102114)

浙江省自然科学基金项目(Y6110419)

浙江省自然科学基金项目(Q13G020059)

浙江省科协育才工程资助项目

浙江理工大学人文社会科学学术专著出版资金资助(2011 年度)

科 学 出 版 社

北 京

内 容 简 介

本书围绕企业关系网络和社会资本对企业发展影响的问题,从网络嵌入的视角,提出基于供应链上下游的企业纵向社会资本概念;在学科交叉的背景下,将社会网络理论与竞争优势理论结合起来,建立起一个综合企业资源观、能力观的竞争优势理论分析框架;并识别和界定了企业生产能力、营销能力和技术创新能力三种企业基本竞争能力,通过理论与实证相结合的研究,运用结构方程建模技术,建立起企业纵向社会资本通过企业竞争能力的中介传导影响企业竞争优势的理论模型,探索分析了作为企业异质性资源的纵向社会资本对企业竞争能力和竞争优势的影响机理与作用机制。

本书可供管理学、社会学、经济学等领域的研究者,高校相关专业师生和研究机构相关人员,以及企业管理者阅读和参考。

图书在版编目(CIP)数据

纵向社会资本、竞争能力与企业竞争优势 / 张宏, 倪旭东
著. —北京: 科学出版社, 2013

ISBN 978-7-03-037315-1

I. ①纵… II. ①张… ②倪… III. ①企业—社会资本—研究
②企业竞争—研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 076940 号

责任编辑: 徐倩 李莉 / 责任校对: 李莉
责任印制: 徐晓晨 / 封面设计: 蓝正设计

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

双青印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2013年5月第 一 版 开本: 720×1000 B5

2013年5月第一次印刷 印张: 14 1/4

字数: 280 000

定价: 62.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

前 言

企业竞争优势的来源是什么？长期以来，“为什么一些企业做得比其他企业好”一直是组织研究领域的一个核心问题(Hitt et al., 2004; Vorhies and Morgan, 2005)。企业资源理论认为，企业的长期竞争优势源自于企业所拥有和控制的有价值的、稀缺的、难以模仿和难以交易的特殊资源和战略资产，尤其是一些异质性资源，企业与供应商和分销商的关系资本正是符合上述特征的企业战略性资源。而资源往往会通过企业组织内部特有的能力更直接地发挥作用，所以为了探寻这一作用的本质，本书聚焦于企业纵向联结网络，分析纵向社会资本对企业竞争优势的直接影响，以及纵向社会资本通过生产能力、营销能力、技术创新能力的中介传导间接影响企业竞争优势的作用机理。对其中运行规律的探索与揭示，需要进行大量繁重而复杂的研究工作。本书借助社会资本理论、企业资源理论、企业能力理论、竞争优势理论、网络组织理论、供应链管理理论、战略管理理论、市场营销理论、创新理论及结构方程模型等不同学科理论与方法的比较、融合和发展，经过审慎地计划与科学地论证，主要研究内容如下：

(1)明确企业纵向社会资本的内涵特征，分析其对于企业竞争优势的直接影响。企业社会资本是企业层面的关系网络和嵌入资源，存在于参与市场经营活动的节点企业间的关系中，有别于个人之间的社会联系或其累加。本书从企业层面，分析纵向社会资本的结构维度、关系维度、认知维度对企业竞争优势的直接影响。

(2)解析企业纵向社会资本与企业能力的关系。企业纵向社会资本对企业的基本竞争能力是否具有影响？三个维度与三种能力的作用大小是否相同？作用机制有什么规律性？这些内容都将在本书中逐一得到分析和解答。

(3)解析企业纵向社会资本通过企业生产能力、营销能力、技术创新能力的中介传导间接影响企业竞争优势的作用机理。在评价企业纵向社会资本、企业能力和企业竞争优势的基础上，运用结构方程模型方法分析三组变量之间的关系。通过大样本调查数据对构建的研究模型和相关假设进行经验分析，并验证和优化理论模型，得出研究结论。

本书结合企业纵向社会资本的特征和作用，对企业纵向社会资本及其对企业

基本竞争能力和企业竞争优势的关系进行了初步探索，相关理论体系还可以进一步探索和完善。社会资本理论从正式诞生以来，在不到 20 年的时间里取得了长足的发展，从社会学领域到经济领域，近年来成为研究和解释管理问题的新宠。有的学者引入社会资本理论来解释企业战略、企业技术创新等问题；在一些研究中也采用了中介变量，诸如企业吸收能力、知识管理、资源获取等多种模式。可见，对于企业社会资本的影响和作用，学者们一直在进行着不断的探索和研究。

本书首次将企业纵向社会资本作为主要研究对象，因为考虑到企业的纵向合作相较于横向合作而言有更小的竞争博弈、更多的合作；相较于企业与政府、中介机构、金融机构等的社会联系而言具有更聚类的特点。那么，对于企业与竞争者之间的联系又有着哪些特点，与政府的联结又可以怎样深入挖掘，对企业纵向社会资本的研究又存在哪些其他的考量，都是可以不断探索的问题。对于以上问题的新的模型架构、更深的要素特征等也有待后续研究的不断扩充和完善。

感谢科学出版社的各位编辑的辛勤工作。

感谢在本书中引用的所有相关文献的作者。

目 录

前言

第 1 章 绪论	1
1.1 企业纵向社会资本的重要性	1
1.2 企业纵向社会资本对竞争优势影响的理论基础	2
1.3 企业纵向社会资本作用机制涉及的关键问题	6
第 2 章 网络嵌入与企业社会资本	9
2.1 企业社会资本理论	10
2.2 企业网络理论	15
2.3 企业社会资本的界定与构成	23
2.4 企业社会资本的特征和作用	26
第 3 章 基于网络嵌入的企业纵向社会资本与竞争优势	31
3.1 企业纵向社会资本的内涵和维度	31
3.2 企业竞争能力的识别和界定	37
3.3 企业竞争优势的来源和测量	47
第 4 章 企业纵向社会资本对竞争优势的影响模型	58
4.1 企业纵向社会资本影响概述	58
4.2 企业纵向社会资本影响模型	65
4.3 企业纵向社会资本影响机理推演	77
4.4 企业纵向社会资本对竞争优势影响的模型指标解释	110
第 5 章 企业纵向社会资本对竞争优势影响的前测	115
5.1 问卷设计过程	115
5.2 变量测量条款	117
5.3 小样本预测验	125
第 6 章 企业纵向社会资本对竞争优势影响的实证研究	140
6.1 数据收集与样本描述	140
6.2 样本的信度和效度检验	145
6.3 整体结构方程模型与假设检验	160

6.4 结论与讨论	179
第7章 企业纵向社会资本对竞争优势影响的战略性启示	184
参考文献	193

第 1 章

绪 论

1.1 企业纵向社会资本的重要性

这是一个握手的时代。随着经济全球化和科学技术的迅猛发展，组织面临着日益更新的市场和竞争，以及不断增长的消费者期望。越来越多的企业认识到，在竞争激烈的市场环境中获得和保持竞争优势，不仅依赖于企业自身拥有的资源和能力，而且还依赖于企业的网络，任何一个企业都不可能仅仅依靠内部资源来获得竞争优势，所有企业都处于关系嵌入和结构嵌入之中，只有优势互补才能实现“双赢”或者“多赢”。这使得企业间关系的建立、维系和发展日益重要起来，大量的企业间关系成为企业竞争优势差异的真正原因。

一些生产企业开始加强与上下游的供应商和分销商的紧密合作，投入资金和精力用于相互关系的沟通与融合，共享信息，协同计划，进行必要的生产、技术合作，通过纵向网络成员的整体协作，共同应对动荡多变的市场环境，这就是企业对社会资本的投资。事实说明，企业的这种关系投入是十分必要且有益的，企业纵向网络节点的战略整合促进了合作，能够更好、更有效地解决问题，是企业重要的竞争武器。

然而，尚有更多的企业陷于困顿之中。在本书的实地调研与问卷调查中，超过 10% 的企业还没有充分认识到与供应商和分销商战略性关系调整的重要性；近 30% 的企业认为纵向网络协作问题至关重要且紧迫，但却感觉无从下手；还有很多企业针对纵向网络联系的某些方面做了努力和工作，但是对于企业纵向关系如何及从哪些方面发挥作用尚没有全面、清晰的认识。由此，社会资本这个来自于社会学和社会化网络且在经济学中获得发展的理论，就愈发凸显出其重要性，并迈入到管理学传统研究领域，走向企业层面，用来研究和探讨相关问题。

纵观国内外现有的理论研究，企业社会资本等相关理论研究还处于起步阶段，

尤其是企业纵向社会资本的研究还不多见，几乎没有学者以整合视角、从企业层面对纵向社会资本向企业竞争优势转化的几个关键问题进行理论和经验研究：①企业纵向联系层面的社会资本因素及其对企业竞争优势的直接影响；②企业纵向社会资本与企业三种基本竞争能力的作用机理；③企业纵向社会资本通过企业生产能力、营销能力和技术创新能力的中介传导，促进企业竞争优势实现和提升的作用路径和规律。

综合企业纵向社会资本在企业应对强大的市场竞争压力和挑战中的重要作用、企业纵向网络关系管理中存在的问题，以及国内外现有研究的不足之处，本书通过对企业的实际调研，采用理论探索与经验研究相结合，并辅之以案例的方法，从企业层面分析社会资本的内涵和特征，解析企业纵向社会资本对企业竞争优势的影响机制，剖析企业纵向社会资本对企业生产能力、营销能力和技术创新能力的影响，并揭示了企业纵向社会资本通过生产能力、营销能力和技术创新能力的中介传导间接影响企业竞争优势的内在机理，以期为企业纵向网络关系的有效建立、发展和企业竞争优势的提升提供科学的理论依据。

1.2 企业纵向社会资本对竞争优势影响的理论基础

1.2.1 企业社会资本

1. 有代表性的社会资本定义

(1)资源说。1986年，皮埃尔·布迪厄(Pierre Bourdieu)正式提出社会资本概念，认为社会资本是实际或潜在的资源集合体，这些资源同某种持久性网络占有是分不开的，而这种网络是大家都熟悉的、得到公认的相互默认和认可的关系，是一种体制化网络。这一关于社会资本的界定可以说是资源说的代表。Nahapiet和Ghoshal(1997)将社会资本定义为，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。在这个定义中，社会资本由网络和可通过网络而获得的资产组成。Leenders和Gabbay(1999)提出，社会资本是根植于关系网络内部、可通过关系网络利用的资产。

(2)功能特征说。功能特征说的主要代表人物为詹姆斯·科尔曼(James Coleman)和罗伯特·普特南(Robert D. Putnam)。科尔曼(Coleman, 1990)从功能上界定了社会资本，认为社会资本是指个人拥有的以社会结构资源为特征的资本财产，社会资本的功能是指作为一种资源提供给行为人用来获取收益的那部分社会结构的价值。Putnam(1993)认为社会资本指的是社会组织的某种特征，如信任、规范和网络。二者都认为社会资本与其他资本一样，也是生产性的，是否拥有社会资本决定了人们是否可能实现某些既定目标。

(3)能力说。亚历山德罗·波茨(Portes, 1998)认为社会资本是个人通过他们的成员资格在网络中或者更广泛的社会结构中动用稀有资源的能力。边燕杰和丘海雄(2000)认为个人社会资本是个人通过社会联系摄取稀缺资源并由此获益的能力;而企业社会资本指的是行动者主体与社会的联系及通过这种联系获取稀缺资源的能力。

2. 社会资本的本质和特征

社会资本的研究基本尚未超越布迪厄、科尔曼和普特南所建立的理论框架,通过对这三位学者的研究进行归纳,社会资本的本质可以从三个方面把握:①社会资本是一种稀缺的社会资源,这种资源的使用能给社会资本的拥有者带来直接的利润或降低某种成本所导致的间接利润;②社会资本具有层次性,即社会资本拥有者可以是个人,也可以是集体(组织或共同体);③社会资本的使用必须促进社会稳定或经济发展。

社会资本除了具有资本的一般属性外,还体现出以下特征:①社会资本存在于人与人之间,它不能离开个人而独立存在,但不完全依附于个人。②社会资本是无形的。它随着时间的推移形成内含共识而非明显的物质结构,这种共识很难用精确的语言来表达。③社会资本是公共物品。④社会资本不会由于使用而枯竭,只要参与者维持互惠信任,它反而会因使用而增加。⑤社会资本与其拥有者共存,并有具体使用范围。⑥社会资本的有效使用可以使社会资本关系网络中的相关环节共同受益达到互惠互利。其作用的发挥不仅体现在生产价值上,而且也体现在对集体的维持和促进上,即其利用效果具有社会性,其收益具有扩散性。

3. 企业社会资本的界定和内涵

企业社会资本作为资本的一种新形式,具有“资本”的特征,如同所有形式的资本一样,它可为企业带来利益,实质上属于资源的范畴。本书倾向于采用基于资源的企业社会资本概念:企业的社会资本就是企业建立在信任和规范基础上的各种社会关系的范围与质量,以及在此基础上可获取的稀缺外部资源。

企业社会资本主要由纵向、横向与社会关系资本三个部分组成,其中横向关系资本指的是企业与战略联盟、竞争对手和其他企业之间的关系;社会关系资本指的是企业与大学、科研机构、政府、金融机构等外部组织之间的关系;纵向关系资本指的是企业与供应商和分销商之间的关系。

具体而言,企业的纵向社会资本是指企业与供应商和分销商之间建立的关系网络,和从网络中获得和使用的、有利于企业实现其目标的、嵌入在企业纵向网络中的显在的和潜在的资源集合。

1.2.2 企业竞争能力

1. 企业能力的层次

在企业中,可以说存在三个层次的能力:个体层次的能力,即人的能力;组

合层次的能力，一般是指职能部门的能力，如生产能力、研发能力及营销能力等；企业层次的能力，即企业作为一个总体的能力(程兆谦，2004)。我们在这里研究的是企业组合层次的能力。

2. 企业竞争力与企业竞争能力

可以近似地认为，企业竞争力与企业竞争能力是同名词(胡大立，2005)。

3. 企业竞争力内涵

Schumpeter(1934)、Selznick(1957)、Penrose(1959)、Ansoff(1965)、Nelson 和 Winter(1982)等学者在各自的文献中赋予了企业能力的历史根源。Day 和 Wensley (1988)提出了企业能力的定义：企业能力意指作为一种综合性的转换过程，当资源和行为输入运作流程中将导致特殊的竞争绩效结果。企业竞争能力是在一定的环境中支撑企业持续生存与发展的力量(彭丽红，2006)，一般可以表现在具体的经营活动中，如技术研发能力、市场营销能力、生产管理能力和技术创新能力等(杨保军，2005)。

美国企业管理史学家 Alfred D. Chandler 认为，企业能力是企业在其历史的发展过程中，充分利用规模经济和范围经济获得的生产能力、营销能力和管理技能(Chandler, 1992)。Meyer 和 Utterback(1993)指出，公司核心能力是指企业的研究开发能力、生产制造能力和市场营销能力，它是通过产品簇创新而把产品推向市场的能力。企业竞争力要素的内容及其重要性顺序不存在唯一通行的模式，应依据企业当前的市场及产品情况而定。本书将对企业生产能力、营销能力和技术创新能力等与企业竞争优势直接相关的企业竞争能力进行研究。

(1)企业生产能力。企业生产能力是企业把其拥有的原始资源转化为消费者所需要的产品或服务的能力，体现企业生产资源效率，能够满足市场需求和生产经济性(Guan et al., 2006)。一个公司在制造过程中包含的核心能力使它自己的产品与竞争者区别开来(Swink and Hegarty, 1998)。对制造企业来说，生产能力是企业竞争力的基础。这一过程包括了原材料的控制、计划管理、产品质量、生产效率、制造工艺水平、交货和售后服务能力^①等(Celuch et al., 2002)。

(2)企业营销能力。企业生产出来的产品必须通过市场配置才能体现和实现其价值。企业的营销能力是企业理解消费者需求、自身竞争位置和成本与收益的基础上，宣传和销售产品的能力(Guan et al., 2006)，通过为顾客提供相对于竞争者而言差别化的产品和服务得到体现(Kotabe et al., 2002)，依赖于执行营销任务过程中的经验积累，反映企业对分销网络的管理和运作的的能力。企业首先要进行市场环境扫描(Hughes et al., 2008)，获得和学习有关的所在市场的信息，并对这些市场信息与知识进行管理和使用(Day, 1994; Menon and Varada-

^① 本书把这两点纳入到企业营销活动中，认为这样更为合适。

rajan, 1992); 企业还要制订营销计划, 结合自身资源与所在市场, 拟定最优匹配的市场战略(Morgan et al., 2003); 进行渠道管理, 建立和维持有效率和有效果的、向最终用户和消费者交付产品价值的分销渠道的能力(Weitz and Jap, 1995); 并通过营销的执行过程, 将营销战略有目的地转换成可实现的资源配置(Noble and Mokwa, 1999)。

(3)企业技术创新能力。企业技术创新能力是企业现有的、未来可能拥有的竞争力的体现。它反映了一个企业获取、识别、吸收和开发企业外部先进技术与信息, 并结合内部的知识创造出新的技术与信息, 实现技术创新和扩散, 同时又使技术与知识得到储备和积累的能力(Guan et al., 2006; Stuart and Podolny, 1996)。企业在较短的领先时间内推出新产品和采用新工艺的能力, 已经成为它的一个必要的竞争工具(Sen and Egelhoff, 2000); 企业对研发的投入也是其获得具有竞争性的生产力和收益率的基本手段(Bobillo et al., 2006); 企业技术创新能力的高低决定了企业将技术资源向技术优势进行转换的能力水平。其主要包括技术获取能力、技术吸收能力和创造与变革能力三个方面。技术吸收能力是企业技术创新能力的基础(Cohen and Levinthal, 1990), 技术获取和创造与变革能力则涉及技术的重组和整合过程, 是企业技术创新能力的动态表现。

1.2.3 企业竞争优势

企业竞争优势是指企业相对于竞争对手所拥有的某种优越条件或位势。

战略管理领域中最根本的问题是 企业如何获得竞争优势(Teece et al., 1997), 能否获得持续的竞争优势也成为判断企业成败的一个标准。20 世纪 80 年代以来, 竞争优势成为西方战略管理理论研究的热点, 目前这一理论研究大体上可以分为三大类、四大学派, 即企业竞争优势外生论(结构学派)、企业竞争优势内生论(资源学派和能力学派)和动态能力理论(企业竞争优势的整合观)。

(1)外生论。外生论强调企业竞争优势主要由企业外部的某些因素决定。具有代表性的观点是产业组织理论中由哈佛学派代表梅森(E. Mason)和贝恩(J. Bain)提出的“市场结构(structure)-市场行为(conduct)-市场绩效(performance)”(S-C-P)范式, 认为企业竞争优势是由其所处的产业结构决定的(派波尔等, 2012); 还有战略管理理论中迈克尔·波特(Michael E. Porter)的“市场定位”理论, 提出企业供方议价实力、买方议价实力、潜在进入者威胁、替代品威胁、产业现有竞争对手之间的竞争等五种力量竞争力模型, 认为这五种竞争作用力决定了产业盈利能力(波特, 1997)。

(2)内生论。内生论强调主要由来自于企业内部的异质性资源和能力决定企业的竞争优势。其代表观点是基于资源基础的竞争优势理论和基于能力基础的竞争优势理论。

以沃纳菲尔特(Wernerfelt, 1984)、科利斯和蒙哥马利(Collis and Montgomery, 1995, 2000)等为代表的资源学派认为,企业是一系列资源的组合,企业竞争优势来源于企业内部资源,特别是其拥有的有价值的、稀缺的、不可模仿的、不可流动的异质资源。

以哈梅尔(Gary Hamel)和普拉哈拉德(C. K. Prahalad)为代表的能力学派认为,企业的竞争优势来源于自身所具有的核心能力,企业之间核心能力的差异造成了效率和收益的差异(Prahalad and Hamel, 1990)。

(3)动态能力理论。该理论假设除了与企业竞争优势内生论的理论前提一致外,还认为企业的动态能力能够适应环境的变化,从而获得竞争优势。

(4)对企业竞争优势新的解读。实际上,在当下快速发展变化的市场环境和激烈的市场竞争中,企业已经不是也不可能单枪匹马地作战了,而是作为整个商业系统的一份子,以趋于网络融合的方式,联合其他节点共同参与市场活动,有效利用并最大限度地整合企业内、外部资源。

处于网络中的企业,既可以利用自身的特殊资源和能力(节点优势),又可以通过企业间联结而对网络整体的资源实现共享、整合和运用(网络优势),从而通过其共同作用来获取竞争优势。

结合上述理论分析对企业竞争优势进行几点解读。首先,对稀缺、有价值资源的占有,这是资源观所强调的;其次,对各种有形、无形资源的整合能力,这是能力观所强调的;最后,企业的网络优势是以企业与其他节点企业的联结为前提、以网络成员企业间良好的合作关系为实现基础的,与本书的企业社会资本相吻合。其中,与供应商和分销商的关系资本就是企业的异质性资源,对这些资本的运用并落实到企业的各个价值活动上即为企业的竞争能力,它们共同对企业竞争优势产生影响。

1.3 企业纵向社会资本作用机制涉及的关键问题

从国内外学者对社会资本理论的研究状况来看,由于社会资本对多领域的现实问题具有强大的解释力量,因而出现了研究热潮。但总体而言,社会资本理论研究还未进入成熟阶段。

第一,要明确探析和界定企业纵向社会资本的内涵和测量。社会资本概念和理论起源于社会学研究,早期主要用于解释社会学现象,因此在后来引入经济学和管理学领域中,难免带有原来的痕迹,一些研究涉及的企业社会资本衡量没有脱离个人层面的研究影响,对企业的针对性不强。相比于社会资本而言,企业社会资本的研究才刚刚起步;相比于企业社会资本的相关研究而言,企业纵向社会

资本的研究还明显不足。现有研究对企业社会资本的衡量指标尚无共识,定性研究居多,对于定量衡量的指标体系仍需完善和验证。以往研究将企业外部的纵向关系网络、横向关系网络、社会关系网络三个方向的社会资本放在一起研究,难以突显不同网络嵌入中社会资本的作用特点和机理。而在这三个类别的企业社会资本中,基于纵向网络嵌入的社会资本带来的合作强度更大、合作的稳定性更高,也更有研究的必要性。

第二,要识别和界定企业关键能力,分析其与企业纵向社会资本的关联。企业的能力有很多种,但并不是任何一种都可以对企业竞争优势产生主要影响,也不是都能够通过企业纵向社会资本得到加强。本书对企业基本竞争能力进行了识别界定,认为企业基本竞争能力包括生产能力、营销能力和技术创新能力。这三种竞争能力对企业竞争优势都发挥着直接而重要的作用,而现有经验研究多数只涉及企业社会资本与技术创新的关系,对于企业社会资本是如何影响营销能力和生产能力的研究明显不足。将企业社会资本与企业能力相结合来探索它们之间的联系,以及对于企业竞争优势的影响的研究相对缺乏。

第三,要落脚于对企业竞争优势影响和作用机理的分析研究。本书对企业竞争优势的不同观点与流派进行了系统评述,并指出从企业社会资本视角研究企业竞争优势是对内生论与外生论等视野的突破和完善。关于企业竞争优势的理论基础包括资源观、能力观等,对于是资源还是能力才是企业竞争优势的来源,学者们有不同的主张,也有学者认为资源与能力共同影响企业的竞争优势(王庆喜,2004)。那么,从企业社会资本的特征来看,它完全具有价值性、稀缺性、不可替代性、不可模仿性等企业战略性资源的特点,是不是可以作为企业竞争优势的来源?它与企业的能力又有怎样的关系?社会资本与企业能力的关系是否会对企业竞争优势产生影响?如果有,又是怎样的作用机理和影响模式?

第四,要聚焦于企业纵向社会资本作用机制的研究。纵观相关文献与理论研究,有如下主要启示:一则,从企业的层面进行社会资本研究,分析企业社会资本对竞争优势的影响作用和机制是社会资本在管理学领域研究的一大趋势;二则,企业社会资本理论融合了跨学科的思想,在研究和运用中要具体问题具体分析,在运用理论研究企业问题时,对于以往在社会学等领域的研究指标要在借鉴的基础上加以拓展和完善;三则,企业与不同商业伙伴的联系具有不同的特点,加以针对性的研究才能比较深入地了解其本质。

企业纵向网络研究中,多重视供应链系统的设计实施,运用社会资本理论探索企业纵向合作关系的机制和根源的研究十分鲜见。人们已经认识到企业与供应链伙伴合作的重要程度,关于供应链管理的文献从一些细微的方面探索和证明了企业与供应商的合作对于企业的技术创新等方面的积极作用、对牛鞭效应和合作机制的探讨、供应链的绩效评价等方面。不过,从社会资本的角度综合地考虑企

业纵向联系对于企业战略性竞争优势的作用机制的研究还比较罕见。由于在企业纵向联结的伙伴之间具有更深入的信任(利益冲突相对较小)和更多方合作的可能(合作机会相对较多),因此,纵向社会资本是企业社会资本的重要组成部分,它对于企业的作用机制有待进一步开拓。

在以往大量学者辛苦研究结晶的基础上,带着对企业社会资本、企业能力及企业竞争优势之间关系的上述问题,本书将逐一展开论述。首先,要明确企业社会资本是什么,包括来源、内涵、维度、特征、作用机制等,企业的竞争优势来源是什么,具有哪些特征和形态;其次,企业的社会资本是否属于竞争优势的影响因素,影响的大小程度如何,影响的路径怎样,本书将具体阐述二者之间的关系;最后,识别出企业的基本或者主导的竞争能力,判别企业的社会资本是否会对企业的竞争能力发挥作用,具有怎样的作用机制,纵向社会资本除了能够对企业竞争优势直接产生影响,它与能力之间的关联会不会影响到企业竞争优势的获得?企业能力在纵向社会资本与企业竞争优势之间扮演着怎样的角色?是完全中介作用,还是调解中介作用?对于这些具体问题的分析,本书将随后展开论述。

第 2 章

网络嵌入与企业社会资本

本书研究是在“如何获得和增强企业的社会资本，取得企业发展的战略性资源，增强企业竞争能力，从而提高企业绩效和竞争优势”的框架下展开的。沿着“企业社会资本—企业竞争能力—企业竞争优势”的逻辑思路，探讨“企业社会资本的来源是什么？企业纵向社会资本的内涵、特征与作用如何？企业的生产能力、技术创新能力、营销能力受到企业社会资本怎样的影响？社会资本对企业竞争能力的影响又怎样对企业竞争优势形成作用？”等问题。本章就企业社会资本、网络组织理论、企业竞争能力、企业资源观理论、企业竞争优势等几个相关领域的研究分别进行阐述(图 2.1)。

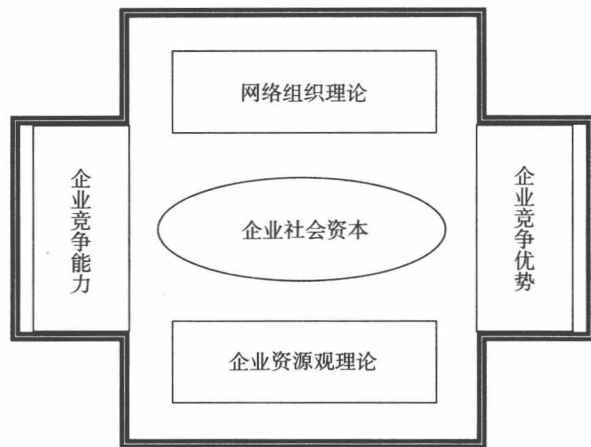


图 2.1 研究的主要理论基础

2.1 企业社会资本理论

所谓的企业社会资本理论并不是特指历史的某个学派，而是对用社会资本理论去研究企业问题的所有工作的泛称(周小虎, 2006)。社会资本是一个相对晚近的概念，国内外学者对社会资本的研究尚未形成很系统的理论分析框架，主要以个人层面研究为主，存在着定义的模糊性和难以测度性，对企业层面社会资本的有效研究较少。我们在这里将对社会资本理论研究的演化、内容及发展进行归纳和总结。首先考察社会资本的理論背景，回顾社会资本的起源、发展脉络和演化历程；其次对社会资本的研究层次、概念内涵进行梳理，并针对社会资本的相关理论进行说明；最后阐述企业社会资本的內涵、维度、特征和作用等，为基于企业间视角的社会资本和企业竞争优势研究提供理论基础。

2.1.1 社会资本的起源与研究层次

1. 社会资本的起源

社会资本是一个来自于社会学和社会化网络理论的概念。有关社会资本的思想萌芽可以追溯到马克思和恩格斯的“有限度团结”(bounded solidarity)、古典社会学家迪尔凯姆(Emile Durkheim)的“集体意识”(collective consciousness)、齐美尔(George Simmel)的“互惠交换”(reciprocity transitions)、杜克海姆和帕森斯的“价值融合”(value introjection)和韦伯的“强制性信任”(enforceable trust)。尽管早期学者洛瑞(Loury, 1977)指出社会关系的资源或资本性质，甚至使用了社会资本一词，但是直到20世纪80年代，当布迪厄、科尔曼和林南等几个社会学家独立而详细地探究这个概念时，它才引起了学术界的关注(林南, 2005)。一般认为是法国社会学家布迪厄最早将“社会资本”这一概念引入社会学的研究领域(Anheier et al., 1995; Portes and Sensenbrenner, 1993)，他认为社会资本是一种通过制度化关系网络的占有而获取的实际的或潜在的资源集合。科尔曼则被认为是从理论上对社会资本给出了全面而具体的界定和分析的第一位社会学家。科尔曼(Coleman, 1988)从功能的角度对社会资本进行了界定，认为社会资本具有生产性、不可转让性和公共物品性等特征。对于社会资本的研究，从布迪厄、科尔曼，以及罗纳德·伯特(Ronald Burt)、普特南和亚历山德罗·波茨等学者那里得到了进一步的发展和完善(Jackman and Miller, 1998; Portes and Sensenbrenner, 1993; Woolcock, 1998)。

社会资本理论将制度因素、价值判断和文化影响纳入了经济学的分析框架之中，使得许多未被考虑但事实上影响经济发展的因素进入了人们的视野，大大拓