

高科技企业家社会资本影响企业绩效的途径及作用机理

吴文华,汪 华

(湖南大学 工商管理学院,湖南 长沙 410082)

摘 要:随着企业家社会资本作用的受重视程度不断提升,以高科技企业家社会资本为独特视角,研究其对高科技企业绩效的影响机理将有十分重要的理论及现实意义。在整合以往有关社会资本以及企业家社会资本相关理论的基础上,探索高科技企业家社会资本首先影响企业社会资本,进而影响企业动态能力,最终影响高科技企业绩效的作用途径及内在影响机理。

关键词:高科技企业;企业家社会资本;企业绩效;作用机理

中图分类号:F276.44

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2009)15-0157-04

1 企业家社会资本影响企业绩效的文献综述

近10年来,国内外学者从多个层面对企业家社会资本与企业绩效的关系在理论上进行了相同或类似的分析。学者们普遍认为,企业家社会资本与企业经营绩效之间存在着正相关关系(张其仔,2004; Mike W.Peng,2003; Christo-

pher J.Collins,2003;Tom Elfring,2003)。同时,也有学者认为,企业家社会资本与企业市场绩效正相关,但不一定对财务绩效有积极意义,维持这些关系资源的费用抵消了净利润的增长。一些学者在研究企业家人力资本与企业绩效关系时涵盖了对企业家社会资本的研究。如陈志辉采用调查问卷的形式展开调研,收集到的企业家个人相关信息中包括了其社会资本维度。结果发现,中小型企业的企业

会,为社会服务。为社会服务已经成为学校的重要职能之一,特别是随着科学技术的迅速发展,学校日益成为高技术研究中心和高技术产生的孵化器和辐射中心。大学与企业界互相需要,已成为双方共同的理念。一方面,企业需要大学提供优秀人才和创新能力,甚至需要大学的品牌;另一方面,大学同样需要与企业合作。因为,企业可以给大学提供生产实践基地,提供社会需求信息,提供就业机会,更重要的是,企业可以用部分盈利支持学校发展。

学的发展途径和模式提供了研究基础。

参考文献:

- [1] 王育菁.建设中国研究型大学[J].百家论坛,2005(11).
- [2] 方炜,孙树栋,黄柯鑫.基于项目团队的企业新产品研发项目CSFs研究[J].科学与科学技术管理,2007(3).
- [3] 王维波.美国的研究型大学及其办学思路[J].中国民族教育,1999(6).
- [4] 张乐平,黄跃雄.研究型大学教育科技创新能力体系结构及创新战略[J].科技进步与对策,2006,23(5):151-153.
- [5] 孙远雷.研究型大学的内在特征 [J]. 清华大学教育研究,2003(10).
- [6] 李勇.美国一流大学的特征及其成功奥秘初探[J].学位与研究生教育,1996(5).
- [7] 沈红.研究型大学的基本要素及其体制和组织满足[J].教育研究,2003(1).
- [8] 付新彦,温卫东.研究型大学学科建设的影响因素分析[J].高等理科教育,2007(4).

5 结论

本文在对相关文献分析提炼的基础之上,找出了研究型大学的关键能力要素,共20个,并通过实证研究选取国内部分知名研究型大学的学科带头人及中层管理者进行问卷调查,将调查结果进行了因子分析,找到了4个公因子,建立了相应的概念模型,并对其进一步展开讨论。模型的建立为研究性大学关键能力要素的研究提供了较为系统的理论框架和研究量表,同时也为如何提高研究型大学的综合能力提供了一定的参考,并为建立高水平研究型大

(责任编辑:万贤贤)

收稿日期:2008-04-09

基金项目:教育部人文社科项目(06JA630021);湖南省自然科学基金项目(06JJ20079)

作者简介:吴文华(1968-),女,湖南长沙人,博士,湖南大学工商管理学院副教授,研究方向为人力资源管理、技术创新管理;汪华(1983-),男,江西崇仁人,湖南大学工商管理学院硕士研究生,研究方向为人力资源管理。

家的家庭经济状况是影响企业家经营绩效的重要因素。Bou-Wen Lin等学者考察了高科技企业家的社会资本、企业家才能以及企业家战略定位对企业绩效的影响。研究发现:企业家社会资本能间接调节企业家战略定位对企业绩效的影响。事实上,没有一条绝对的途径可以直接导致高科技企业的成功或失败,成功的高科技企业家往往能根据他们所拥有的社会资本和企业家才能,很好地调节他们的战略定位,以促使企业绩效往好的方向发展。

而对于企业家社会资本影响企业绩效的作用机理与传导机制,文献论述较少。Peng从企业家社会资本影响企业智力资本的角度,阐述了社会资本对企业绩效的作用,但其对智力资本与社会资本概念的界定有些交叉。王丽娜等学者从企业家社会资本向企业社会资本的转化着手,探讨了企业家社会资本对企业绩效的作用途径及机理。

从以上研究中可以看到,大多数学者都认为企业家社会资本对企业绩效有促进作用,尽管一部分学者提出这种促进作用会受很多因素的影响。虽然有关其作用机理及传导机制的文献不多,但我们倾向于认同王丽娜等学者的观点,认为可以从企业家社会资本向企业社会资本的转化着手,继续深入地探讨其影响途径及作用机理。对于高科技企业来说,企业家社会资本如何对企业的经营绩效产生作用?前人的研究未给出答案,却为我们的研究指明了方向。

2 影响途径分析

2.1 影响的间接性

高科技企业家的社会资本并非直接影响企业绩效,事实上,高科技企业家社会资本对企业绩效的影响是分阶段间接进行的。结合王丽娜、杨鹏鹏以及Zott等人的研究成果,我们认为高科技企业家社会资本影响企业绩效的途径共分3个阶段。第一阶段:高科技企业家社会资本首先将直接帮助企业摄取其所需的关键资源,并有助于改善企业组织文化,从而影响高科技企业社会资本(包括企业外部社会资本以及企业内部社会资本)的形成及发展。第二阶段:高科技企业在不断充实其社会资本的基础上,形成并不断提升其自身的动态营销能力以及动态技术能力,从而影响对其企业成功有至关重要作用的动态能力。第三阶段:高科技企业通过其不断提升的动态能力,进一步影响企业的现实盈利能力以及未来的成长发展潜力,最终大幅提升高科技企业的经营绩效。总的来看,高科技企业家社会资本间接影响企业绩效的途径如图1所示。

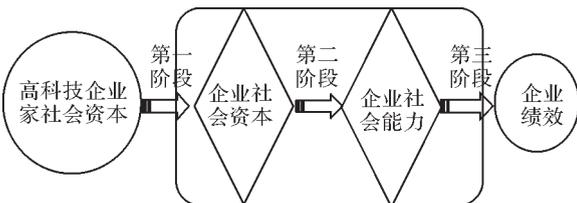


图1 高科技企业家社会资本影响企业绩效的间接途径

2.2 具体影响路径

2.2.1 第一阶段影响路径

高科技企业家社会资本影响企业绩效的第一阶段便是率先影响企业的社会资本。随着社会资本研究的深入,有关学者提出了企业社会资本的概念。边燕杰、丘海雄将企业的社会资本定义为一种“通过行动主体与社会的联系而摄取稀缺资源的能力”,并进一步将企业的社会联系分为3类:纵向联系、横向联系和社会联系;而王丽娜则认为:“企业社会资本总的来讲是指那些能够被企业所控制的、有利于企业实现其目标和实现目标活动的社会网络结构。”本文倾向于王丽娜的界定,但认为应该从“效用性”和“生产性”来理解企业的社会资本。企业的社会网络关系是社会资源而不直接等同于社会资本。资源是潜在的资本,资本是动用了的、用来投资的资源。因此,我们所讲的企业社会资本应该是企业动用了的、用来从事生产性经济活动的社会网络或社会资源。

根据企业的内外关系,企业社会资本理论可分为企业内社会资本理论和企业外社会资本理论。企业内部的社会资本是指存在于企业内部,有利于推动企业员工间的信任与合作,促进企业各部门间的沟通和协调,从而增强企业内部凝聚力的人际关系网络。企业外部的社会资本即存在于企业外部,有利于企业汲取外部各种稀缺资源的社会关系网络。

2.2.2 第二阶段影响路径

高科技企业家社会资本影响企业绩效的第二阶段是企业社会资本进一步影响企业的动态能力。20世纪90年代以来,越来越多的学者注意到,在技术不断变化和消费偏好多变的动态环境中难以存在持续竞争优势,这一现象在高科技行业中的表现尤为明显。正由于在动态环境下难以存在持续竞争优势,核心能力理论在动态环境中必然显得逊色。因此,追求以迅速进行资源整合获得动态环境下的竞争优势的动态能力理论逐渐发展了起来。Teece在1994年提出“动态能力”理论,强调开发那些企业现有的和外部存在的、能够应付环境不断变化的企业特殊能力。他将动态能力定义为“企业整合、建立和再配置内外部能力以适应快速变化环境的能力”。而董俊武、黄江圳和陈震红则在Teece研究成果的基础上认为,企业的动态能力是指“企业保持或改变其作为竞争优势基础能力的的能力”。他们认为能力可以被作为企业知识的整合,能够改变能力的背后是技术知识。

企业动态能力通常具有用户价值性、难以模仿性、开拓性创新等特征。它置于企业管理和组织流程之中,这种流程的形成是由其(特殊)资产情况和其可利用途径决定的。

2.2.3 第三阶段影响路径

高科技企业家社会资本影响企业绩效的第三阶段是企业动态能力最终影响企业的经营绩效。事实上,高科技企业动态能力对企业的经营绩效起到了很大的促进作用。高科技企业经营所面临的环境日趋复杂,这也从客观上要求这些企业用动态能力的观念来运营企业,才能取得良好的绩效,实现生存与发展。动态能力的观念要求企业通过

改变竞争规则、形成敏锐的远见和迅速的市场反应3种方式(具备3种能力),影响未来的市场走势和创造新的竞争优势。改变竞争规则可以在市场和产业中制造突发性或中断性行为,改变既有的竞争模式,使竞争对手陷入被动局面甚至是困境;快速反应能使企业从容面对突发性的市场变化,作出短期反应;敏锐的远见使企业能够长期面对突发事件的市场变化,作出长期反应。Zott以及张志坚等学者就动态能力对企业绩效的促进作用作出了相关的实证分析,并验证了二者的正相关关系。

3 作用机理分析

3.1 第一阶段作用机理

在高科技企业长期经营发展的过程中,企业家会不断更迭,企业家的社会资本只有转变为企业的社会资本,才能在企业家离开该企业之后继续为企业所用,才能可持续地、健康地促进高科技企业经营绩效的稳定提升。

(1)高科技企业家社会资本影响企业内部社会资本。如果行动者能够彼此接触,相互联系,交流资源,网络则具有可达性。网络的可达性是产生网络内聚力首要的结构性条件。这种内聚力的结构性条件只靠自身并不足以产生信任,它除了要求行动者建构一种持久和相对较强的联结与配置外,还必须具备的条件就是情感。情感是黏合剂,建立并维持行为主体间的各种联结和配置,以防止网络的过度分散和破裂。

因此,从高科技企业家社会资本的角度来看,高科技企业家由于其自身社会资本中较高的信任预期以及非凡的社会交往技能,有的甚至还通过其自身过硬的技术研发能力,使得其在组织内部搭建起与员工之间的良好关系网络,并通过高科技企业家自身和员工,特别是研发人员之间相互的磨合,最后在组织内部达成集体的信任,进而打造出和谐、信任、合作、鼓励创新、鼓励知识共享、鼓励建设性冲突的组织文化。这样的组织文化对于高科技企业的成长和发展无疑有巨大的积极推动作用,从而最终将高科技企业内部员工与管理者之间、管理者之间以及员工之间的关系网络,发展成为高科技企业的内部社会资本,为企业的发展带来价值增值。

(2)高科技企业家社会资本影响企业外部社会资本。高科技企业家的社会关系网络不仅是在企业经营过程中形成的,其在未经营企业时也形成了对企业有利的社会关系网络。高科技企业家在进入企业前的社会关系网络主要是由企业家的家庭背景、教育经历和工作经历决定的。而其在进入企业后形成的社会关系网络则主要是在与企业利益相关者互动的基础上产生的,这是高科技企业家社会资本的关键网络,也是转换成企业社会资本的关键。

高科技企业家与供应商、顾客、销售商等利益相关者在长期的交易中产生了信任,这种信任以利益为基础。高科技企业家在市场中获得了良好的声誉,他所代表的企业

的声誉也会因此而提高。市场会认可该企业的产品及其市场地位,与其在利益的基础上保持长期的联系。在高科技企业长期经营发展的过程中,高科技企业家的社会资本就会转变为企业的外部社会资本,对企业经营绩效产生长期影响。

高科技企业家正是一方面通过其社会资本中较高的信任预期以及社会交往技能,打造出适合高科技企业生存及快速发展的组织文化,将组织内部的关系网络发展成为企业内部社会资本;而另一方面通过其自身社会资本中良好的声誉,提升企业的整体声誉,进而增加企业的外部社会资本,从而对高科技企业整体的社会资本有较强的正向影响作用。

3.2 第二阶段作用机理

当高科技企业的外部社会资本形成并不断发展时,通过与外部行为主体的广泛合作,企业不仅可以从政府、金融机构那里得到资金和政策支持,还可以从大学、科研机构那里取得技术上的合作,获得人才、技术、信息,更重要的是新的知识(包括显性知识和隐性知识)。同时,与纵向部门(如销售商和供应商)的联系以及与横向部门(竞争对手)的联系,也能给企业带来宝贵的信息资源,甚至是技术、知识资源。这些稀缺资源均对高科技企业的成长起到关键的影响作用,因此它们的获取具有非凡的意义。

高科技企业通过其外部社会资本,取得稀缺资源,但这些资源是静态的,它为企业实现高的竞争力提供了一种位势,是企业具备竞争力的必要条件而非充分条件。事实上,高科技企业家还通过其自身的社会资本在组织内部打造出一种和谐、彼此信任、合作、鼓励创新、鼓励建设性冲突的组织文化,这在很大程度上孕育了高科技企业的资源以及知识共享机制。当高科技企业不断通过其外部社会资本从外界吸取宝贵的各种资源以及新知识后,这些资源与知识便是在和谐、合作的企业文化中得到流通与共享,通过一个复杂的资源整合和组织学习过程,企业员工逐渐接受新的思想观念,主动拓展他们的知识基础,并开始有意识或潜意识地以新的方式进行思考,进而改变他们的行为方式。这样才能实现知识转移,把局部的、特定的资源和能力上升到全局的高度,在整个企业的范围内根本性地改变思想观念和运作模式,从而为企业员工特别是研发人员实施技术创新提供肥沃的土壤。

3.3 第三阶段作用机理

高科技企业处在一个变化无常的超竞争环境中,能力被持续不断地培养、开发、运用、维护和扬弃,这正是动态能力的本质所在——通过不断的创新而获得一连串短暂的竞争优势,从而从整体上体现出企业的持续竞争优势。竞争优势的获取,主要由技术与市场综合决定。只有把握住市场机会,并且通过技术加以实现,才能保持企业的竞争优势。因此,本文认为,高科技企业的动态能力可分为动态技术能力和动态营销能力两个维度。

一方面,动态技术能力会使高科技企业产生连续的短

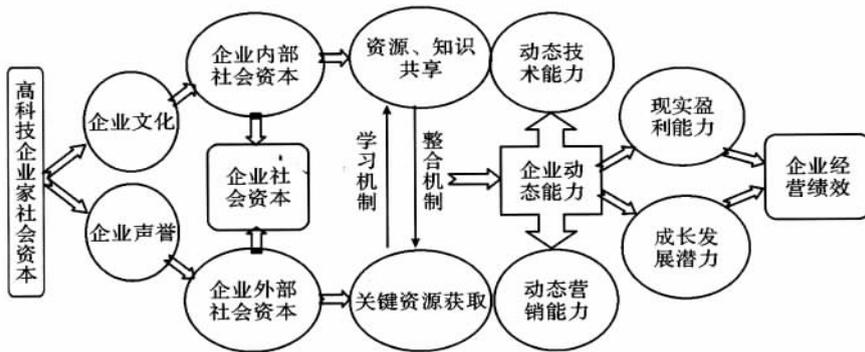


图2 高科技企业家社会资本影响企业绩效的作用机理模型

暂技术竞争优势,从而能不断推出新的产品来满足顾客新的需求。同时,伴随着新产品的不断推出,企业的动态营销能力又使企业的品牌进一步深入人心,并不断为企业挖掘新的顾客群,从而使更多的人接受企业的新产品,并对企业的满意度不断提升进而达到忠诚。通过这样的良性循环,势必使得该高科技企业推出的产品在市场中所占的份额不断扩大,同时投资回报率也会逐步攀升,从而使得该企业的现实盈利能力大大增强。而在另一方面,由于该高科技企业能不断满足顾客新的需求,因而它将拥有越来越多的且较为稳定的顾客群,通过技术及营销的双剑合璧,其销售额的增长率会逐年上升。不仅如此,由于该高科技企业在业界有着越来越好的口碑,投资回报率也在攀升,其对员工的工资水平也将越来越具有吸引力,从而不难想象其雇员人数的增长率也在逐年上升。因此,该高科技企业的成长发展潜力也在不断上扬。综合来看,高科技企业的动态能力由于不仅促进了企业现实盈利能力的发展,同时还提升了企业的成长发展潜力。因此,它能持续稳定地改进企业的经营绩效,使企业不断进步与发展。

4 作用机理模型

综合以上理论分析,我们可以看到:高科技企业家首先通过其自身社会资本中良好的声誉和信任预期提升了企业整体的声誉,将其自身的部分社会关系网络发展成为组织的社会关系网络,进而为企业打造了外部社会资本;同时,他通过社会资本中较好的信任预期以及非凡的社会交往能力,创建出一个和谐、合作的企业文化,将组织内部的各种关系网络发展成为企业内部的社会资本。高科技企业一方面通过外部社会资本不断吸取组织所需的关键的稀缺资源,在企业内部社会资本的影响下实现资源与知识的共享,并通过复杂的组织学习机制以及整合机制,将获取的关键资源提升为企业的动态技术能力以及动态营销

能力,从而从整体上增强了组织的动态能力。然后,被增强的高科技企业动态能力又将进一步作用于企业的现实盈利能力以及成长发展潜力,从而最终大幅提升组织的经营绩效。高科技企业家社会资本影响企业绩效的作用机理模型如图2所示。

参考文献:

- [1] 张其仔. 社会资本的投资策略与企业绩效[J]. 经济管理, 2004(16):58-63.
- [2] 王丽娜. 企业家社会资本向企业社会资本转化研究[J]. 市场论坛, 2006(3):132-135.
- [3] 陈志辉. 中小企业家人力资本与绩效关系实证分析[J]. 科学与科学技术管理, 2005(7):126-128.
- [4] BOU -WEN LIN, PO -CHIEN LI, JA -SHEN CHEN. Social capital, capabilities, and entrepreneurial strategies: a study of taiwanese high-tech new ventures [J]. Technological Forecasting and Social Change, 2006(73):168-181.
- [5] 边燕杰, 丘海雄. 企业的社会资本及其功效[J]. 中国社会科学, 2000(2):87-92.
- [6] 郭毅, 朱熹. 企业家的社会资本——对企业家研究的深化[J]. 外国经济与管理, 2002(1):104-108.
- [7] 董俊武, 黄江圳, 陈震红. 基于知识的动态能力演化模型研究[J]. 中国工业经济, 2004(2):77-85.
- [8] FRANCE CHRISTOPH ZOTT. Dynamic capabilities and the emergence of intra industry differential firm performance: insights from a simulation study [J]. Strategic Management Journal, 2003(24):97-125.
- [9] 杨鹏鹏, 万迪昉, 王廷丽. 企业家社会资本及其与企业绩效的关系[J]. 当代经济科学, 2005(7):85-89.
- [10] ANDREW C. INKPEN, ERIC W. K. TSANG. Social capital, networks, and knowledge transfer [J]. Academy of Management Review, 2005(30):146-165.

(责任编辑:高建平)