

DOI 编码: 10.3969/j.issn.1672-884x.2013.12.007

联盟网络、组织合法性与新创企业成长关系研究

彭伟¹ 顾汉杰² 符正平²

(1. 常州大学经济管理学院; 2. 中山大学管理学院)

摘要: 将社会网络理论和新制度主义理论引入新创企业成长研究,以珠三角地区新创企业为研究样本,对新创企业联盟网络是否以及如何通过组织合法性影响企业成长绩效进行了实证分析。研究表明:新创企业联盟网络对其组织合法性具有正向影响;组织合法性对新创企业成长绩效具有显著的正向影响;新创企业联盟网络对其成长绩效并不产生显著的直接影,而是通过组织合法性这一中介变量对其成长绩效产生显著的间接影响。

关键词: 联盟网络; 组织合法性; 新创企业; 企业成长

中图分类号: C93 **文献标志码:** A **文章编号:** 1672-884X(2013)12-1760-10

Relationship among Alliance Network, Organizational Legitimacy and New Venture Growth

PENG Wei¹ GU Hanjie² FU Zhengping²

(1. Changzhou University, Changzhou, Jiangsu, China;

2. Sun Yat-sen University, Guangzhou, China)

Abstract: This paper introduces social network theory and new institutional theory in the research of new venture growth, takes new ventures in Pearl River Delta Region as research samples and conducts empirical analysis on whether and how alliance network mediate the relationship between alliance network and new venture growth performance. Research results show that new venture's alliance network has positive impact on organizational legitimacy; organizational legitimacy has significant positive impact on growth performance; moreover, alliance network has significant indirect effect on new venture growth performance which is mediated by organizational legitimacy.

Key words: alliance network; organizational legitimacy; new venture; growth performance

近年来,我国创业活动发展迅猛,“创业型经济”初显雏形;然而现实中也有不少新创企业半途夭折。新创企业的高失败率引发了学者们从不同理论视角探究其中的关键影响因素。伴随着经济全球化趋势的增强以及行业技术变革的加快,越来越多的创业者意识到仅仅依靠企业自身力量难以确保创业成功,不少最初独自开发新市场或提高新产品和服务的新创企业也开始越来越多地与其他企业缔结多个联盟来构建联盟网络^[1]。因此有不少学者基于社会网络理论的视角,探讨新创企业嵌入的联盟网络对其成长的影响,如 HANSEN^[2]基于对 44 家新创企业访谈资料的分析发现,新创企业构建的联盟网络的网络规模、网络密度和内部成员间

联系的频率与新创企业成立 1 年后的绩效呈显著的正相关关系。LEE^[3]基于台湾地区 189 家新创企业的实证研究结果表明,联盟类型、联盟结构及联盟伙伴间的关系对新创企业成功具有显著的正向影响。梳理国内外相关文献后发现,大多数研究仍然停留在验证联盟网络对新创企业成长绩效的直接影,而没有进一步探讨联盟网络在什么情况下,以何种程度、什么方式作用于新创企业绩效。

此外,也有学者基于新制度主义理论的视角,认为新创企业死亡率高于既有组织主要是因新创企业的新进入缺陷所致^[4],合法性不足又是构成新创企业的新进入缺陷的主要原因^[5]。甚至有学者指出新创企业成长过程中面

收稿日期: 2013-05-29

基金项目: 国家自然科学基金资助项目(71072086, 71272192); 教育部人文社会科学重点研究基地资助重大项目(2009JJD790052); 教育部人文社会科学基金资助项目(13YJC630118)

面临着“合法性门槛”，只有跨越了“合法性门槛”才能健康生存与成长^[6]。梳理国内外相关文献后发现，现有研究存在2个方面的不足：①更多地是从理论上分析了组织合法性对新创企业成长的重要性，相应的实证研究还不多见，尤其缺乏转型经济情景下组织合法性与新创企业成长之间关系的量化检验^[7]；②更多地探究组织合法性的后果，较少涉及组织合法性的前因，也就是说探讨新创企业如何获取组织合法性的研究还不多见^[6]。实际上，在中国的转型情景下，新创企业成长面临着更为复杂的制度环境，探讨新创企业如何获取合法性无疑具有重要的理论价值与实践意义^[8]。

近年来，有学者指出很有必要结合不同的理论视角来开展新创企业成长方面的研究，DACIN等^[9]认为，在联盟情境下探讨合法性问题是适宜的，也是很有必要的；BAUM等^[10]指出，很有必要探讨制度领域内的组织间网络嵌入性对新创企业生存的影响；杜运周等^[7]指出，将网络结构理论与合法性理论结合起来分析新创企业如何整合资源将更加有效。因此，本文整合社会网络理论与新制度主义视角，构建并验证了“联盟网络-组织合法性-新创企业成长”之间作用关系的概念模型，旨在深化联盟网络对新创企业成长绩效作用机理的认识，同时验证组织合法性对新创企业成长的作用，以及为指导我国新创企业如何获取合法性提供一些有益的参考与建议。

1 相关理论与研究假设

1.1 理论基础与相关概念界定

1.1.1 社会网络理论

社会网络理论是社会学中发展十分成熟并被广泛应用于经济学、管理学、政治学和心理学等学科领域的重要理论。社会网络理论之所以在多个学科领域内应用并取得了丰硕的成果，主要是因为社会网络理论本身来自物理学力场理论、数学图论思想、应用人类学等不同学科领域研究的集成与发展^[11]。“嵌入性”是社会网络理论的核心概念之一，在批判新古典经济学中的核心概念“理性选择”犯了“低度社会化”的错误以及社会功能结构主义理论犯了“过度社会化”的错误的基础上，GRANOVETER^[12]系统论述了“嵌入性”这一概念，并指出经济主体所嵌入的社会网络会对其行为及绩效产生重要影响。嵌入性可以分为关系嵌入和结构嵌入，前者主要关注的是行动主体之间网络关系的特

征，后者主要关注的是行动主体之间网络结构的特征，这一分类框架成为后续社会网络分析的经典分析框架，被学者们广泛应用于组织与管理研究中。

1.1.2 新制度主义理论

长期以来，制度理论在组织研究领域具有较重要的影响，也引起了学者们广泛的关注。从研究发展阶段而言，制度理论包括19世纪末期~20世纪中期的旧制度理论以及20世纪70年代以来的新制度主义理论。新制度主义学派将组织环境划分为技术环境与制度环境，认为制度环境中的组织不再是一个单纯的经济体，组织的行为并非仅为效率目的所驱使，还会受到诸如群体政治力量、社会规则、利益相关者等制度力量的驱使^[13]。新制度主义理论者们认为组织行为是由社会认同驱动的，也就是说行动主体渴望外界对其行动给予合理的、有意义的评价^[14]。基于新制度主义理论，组织的战略与经济行为是嵌入在社会性与规范性的情境中，并且这种情境推动经济行为主体需要寻求其行动的合法性，尤其需要从行动主体获取物质、财务、人力或声誉资本的依赖方获取合法性^[15]。新制度主义理论在创业领域中的应用萌芽于STINCHCOMBE的研究，目前新制度主义理论视角下的创业研究较多探讨新创企业组织合法性的前因及后果问题^[16]。

1.1.3 联盟网络

联盟网络指以焦点企业为中心，所有与其具有联盟关系的企业的集合^[17]，现有研究通常从关系特征与结构特征2个方面来衡量联盟网络嵌入性^[11]。联盟网络的关系特征反映网络内不同行动主体之间的关系强度，强调行为主体间的直接联系对其行动的影响，现有研究常用网络关系强度来衡量企业联盟网络的关系特征，网络关系强度描述的是网络中各行动主体之间的互动频率、互惠性以及亲密程度^[18]。联盟网络的结构特征反映个体在网络中所占据的位置，最直接的衡量指标是网络中心度。在联盟网络中，由于各企业在网络中占据的位置不同，其行为以及从网络中所能获取的利益也会有所差异。由于占据网络中心的行为主体比其他行为主体拥有更多的直接联系，通常具有更大的影响力和资源控制能力，对提升其战略优势具有重要的影响^[17]。

1.1.4 组织合法性

组织合法性是新制度主义理论的核心概念之一，当组织价值观与组织所嵌入的社会情境

与社会关系的价值观相一致时,组织就具有合法性。SUCHMAN^[19]对组织合法性提出了一个普遍认可的定义,认为组织合法性指一个实体的行动在社会规范、价值、信仰以及解释系统中是合乎要求与恰当的。SCOTT^[14]则认为,合法性可以划分为规制合法性、规范合法性与认知合法性,规制合法性指企业的行为是否符合政府出台的法律、规制和各类政策以及各种由行业协会、专业性组织制定或认可的标准;规范合法性指企业的行为是否与社会所广泛接受的行为规范和价值观相符合;认知合法性则基于人类头脑中的认知,以被社会大众广泛持有的信仰和价值观及相应的文化系统为判断标准,来评判企业的存在及其行为的合理性。

1.2 研究假设

1.2.1 联盟网络与新创企业成长关系

新创企业的经济活动是嵌入在其构建的联盟网络当中的,不论是新创企业创建阶段还是成长阶段,新创企业都可以通过构建战略联盟网络来获得成长。新创企业所构建的联盟网络的关系强度越强,隐性知识和高质量的信息越可能跨越组织边界,在各联盟成员之间广泛传递,进而增加了新创企业获取知识与信息的来源与渠道,有利于新创企业成长。JULIEN等^[20]指出,强关系网络内部蕴藏着大量的信息资源,能够为新创企业做出正确的战略决策提供有力的信息支持。强关系还可以促进联盟网络成员之间开展有效的沟通和交流,实现隐性知识在网络内部有效传递与共享,有利于新创企业将自身知识与来自网络中的信息进行有效的整合,提升自身能力从而获得成长。

联盟网络成员间关系强度越强,就越有可能通过合力去解决一些难题,在合力解决问题的过程中,各成员可以通过复杂知识的传递与吸收以达到学习的目的,从而提升新创企业与其他伙伴合作过程中的学习效果,促进新创企业成长。此外,新创企业所嵌入的联盟网络的关系强度越强,越有利于减少新创企业与其联盟伙伴之间的冲突,促进其相互合作,有利于新创企业成长。在中国转型经济情境下,强关系对新创企业的成长尤其重要。PARK等^[21]发现,转型经济背景下企业往往倾向于先与合作伙伴建立起良好的信任关系,后再开展商业交易,这对企业绩效的增长与发展具有重要意义。据此,提出如下假设:

假设1 新创企业联盟网络的关系强度对其成长绩效具有显著的正向影响。

网络位置代表企业在整个联盟网络中占据的地位,不同的网络位置给企业成长带来的机会不同,从而对企业成长绩效产生影响。作为衡量企业网络位置的重要指标,中心度代表企业在整个联盟网络中处于网络中心的程度,反映了新创企业的资源获取能力^[11]。与处于联盟网络边缘位置的新创企业相比,占据联盟网络中心位置的新创企业由于与许多不同的伙伴都有联系,拥有更多获取资源的渠道,有助于其获取多样化的网络资源^[22];占据联盟网络中心性位置的新创企业意味着其获取外部资源的距离较近,使得其与处于网络边缘位置的新创企业相比,在获取外部网络资源时具有更大的成本优势^[23]。占据联盟网络中心性位置的企业除了可以获得非冗余的信息与资源外,还控制了网络中资源流动的通道,同时获取了资源优势与控制优势,最终对其成长产生积极的作用^[11]。此外,占据联盟网络中心性位置的企业更容易得到潜在联盟伙伴的青睐,有助于其与更多的伙伴缔结联盟,形成“强者愈强”的网络效应,有利于巩固其中心性位置,进而促进其持续成长。据此,提出如下假设:

假设2 新创企业占据其联盟网络中的中心性位置对其成长绩效具有显著的正向影响。

1.2.2 组织合法性与新创企业成长关系

新制度主义理论认为合法性不足是导致新创企业新进入缺陷及高死亡率的主要原因^[5],因此新创企业要获得成长,需要采取合法化战略以确保其目标及战略行动能够得到社会的理解与支持。有研究指出,处于创建阶段的新创企业采取与利益相关者保持较为一致的行动来获取合法性,将有利于其生存^[24]。HARGADON等^[25]的研究也发现,将创新产品与稳健合法化措施相结合,比仅仅强调创新产品的新颖性或独特性,更有利于新创企业实现创新产品的市场化。也有研究指出新创企业运营的历史较短,与既有成熟企业相比,外部利益相关者对其信任度较低,获取合法性是新创企业获取其他资源的先决条件^[6];与合法性不足的新创企业相比,合法性水平较高的新创企业能够以更加符合自身心意的条件去获取质量更好的外部资源^[26]。CERTO等^[27]的研究也表明合法性较高的新创企业更能获得外部投资者的信任,从而获得外部利益相关者的支持。总之,合法性较高的新创企业更容易获得利益相关者的认可与支持,有助于其获取成长所需的各种关键资源,从而有利于新创企业跨越“合法性门槛”,最

终实现快速成长。基于此,提出如下假设:

假设 3 组织合法性对新创企业成长绩效具有显著的正向影响。

1.2.3 组织合法性的中介作用

新创企业创建初期面临着资源有限、合法性不足的双重压力,这决定了新创企业必须积极寻求外部资源和外部利益相关者的认可与支持。TENG^[28]指出,新创企业可以通过内部发展、市场交易、收购以及战略联盟 4 种途径来填补创业战略的资源缺口,并且战略联盟方式是新创企业填补资源缺口最有效的方式。同样,新创企业也可以通过缔结多个战略联盟来构建联盟网络以便获取不同类型的合法性,提高自身的合法性水平,从而获得成长^[9]。

在中国转轨时期,社会成员之间的信任乃至组织间的信任普遍较低,此时组织间的强关系扮演着重要的角色。有学者研究指出,中国企业在从事市场交易过程中倾向于先与其他组织建立起良好的信任关系,并且这种信任关系往往是强联系^[21]。与政府部门、金融机构等组织建立起的强联系,能够增强新创企业在当地市场的合法性,为其在当地市场开展相应的运营活动提供强有力的制度保障;而与当地社区或非政府组织建立起强联系,有助于新创企业树立具有社会责任的良好形象,更容易获得当地社区的支持^[10]。此外,新创企业构建的联盟网络关系强度越强,企业与联盟成员之间彼此信任程度越高,将越有助于新创企业在潜在联盟伙伴心中树立良好合作对象的声誉与形象,为其未来缔结更多的联盟奠定了坚实的认知基础^[29]。综上所述,新创企业联盟网络关系强度通过影响其组织合法性来对其成长绩效产生正向影响。据此,提出如下假设:

假设 4 组织合法性在新创企业联盟网络关系强度与其成长绩效关系间发挥中介作用。

新制度主义理论认为,组织合法性是组织赖以生存与发展的重要根基,合法性水平对企业成长具有重要的影响。与处在联盟网络边缘位置的新创企业相比,占据联盟网络中心性位置的新创企业通常被业界认为具有较高的地位及较好的声誉,从而更容易获得潜在合作伙伴的认可与支持,有助于其外部合法性水平的提升^[30]。此外,与处于联盟网络边缘性位置的新创企业相比,占据联盟网络中心性位置的新创企业有更多的机会来制定相应的网络规范与行动标准,这有助于新创企业规范合法性水平的提升^[31]。占据联盟网络中心性位置的新创企业

也有更多的机会与政府部门沟通交流,往往更容易受到政府和社会各界的关注,有助于其获取更多的合法性,进而促进其成长。综上所述,新创企业占据了其联盟网络的中心性位置,并通过影响其组织合法性从而对其成长绩效产生正向影响。据此,提出如下假设:

假设 5 组织合法性在新创企业占据联盟网络的中心性位置与其成长绩效关系间发挥中介作用。

2 研究方法

2.1 样本选取与数据收集

本研究参照以往研究设定样本条件如下:①成立年限在 8 年以下,排除成立年限不足 1 年的企业;②原生型新创企业,排除母体公司的附属机构。在新创企业年龄限定方面,本研究采用学术界通行的做法,将 8 年设为新创企业的年龄上限^[32],并且考虑到企业通常需要经过一定时间的成长才可能有一定的资源投入来开展联盟活动,因此,也排除成立年限不足 1 年的新创企业^[33]。此外,考虑到母体公司的附属机构可能会基于母体公司的网络平台来开展相应的联盟活动,很难分离出公司自身构建的联盟网络的特征要素,因此,也排除那些母体公司附属的新创企业^[34]。

依据上述样本设定条件,本研究选择对珠三角地区新创企业开展问卷调查工作。在正式实施调查之前,先选取了中山大学管理学院 42 名在职 MBA 学员进行预测,综合被试者的意见反馈、预测样本信度和效度检验结果对调查问卷进行了修改与完善,从而形成正式调查问卷。正式调查主要在位于珠三角地区的广州市经济技术开发区、中山市火炬开发区、佛山市高新技术开发区园区内的创业基地开展实施。在当地相关政府的大力支持与协助下,研究团队通过走访企业开展实地调研以及通过 Email 形式发放问卷 318 份,历经近 2 个月的问卷发放与回收工作,最后收回问卷 203 份,剔除填答不完整以及明显随意回答的无效问卷后剩余 168 份有效问卷,有效回收率为 52.8%。为检验本研究问卷调查是否存在非回应偏差问题,按照问卷回收的先后顺序将样本分成 2 组,并对这 2 组样本进行独立样本 T 检验,结果发现 2 组样本在企业的主要属性特征(企业员工人数、成立年限、资产规模)方面均不存在显著差异,表明本研究并不存在显著的非回应偏差问题。

问卷调查过程中,要求被试是企业高层管

理者(创业者或总经理等)或者对企业发展具有较深入理解的人员(如技术总监、市场总监),从而确保本研究获取的相关数据与信息是可靠的。本研究收回的 168 份有效问卷中,102 份(占 60.7%)由企业高层管理者填答,其余 66 份(占 39.3%)由企业中层管理者填答。样本的基本统计特征见表 1。

表 1 样本特征的分布情况

样本特征	特征分布	样本数量	比例/%	样本特征	特征分布	样本数量	比例/%
成立年限/年	1~3	47	28.0	员工人数/人	<50	63	37.5
	4~6	64	38.1		51~200	54	32.2
	7~8	57	33.9		>200	51	30.3
行业类型	电子信息	34	20.2	资产规模/万元	<100	26	15.5
	生物医药	27	16.1		100~500	29	17.3
	新材料新能源	27	16.1		501~1 000	29	17.3
	机电设备	40	23.8		1 001~4 000	36	21.4
	其他	40	23.8		>4 000	48	28.5

2.2 变量的测量

为了确保测量工具的信度及效度,本研究所用量表均借鉴参考国内外文献已使用过的量表,尤其是已经在中国情境下开发并使用的量表,再根据本研究的目的加以适当修改。

(1) **新创企业成长绩效(G)** 企业成长涉及企业运营的许多方面,如现金流、净收入、顾客满意度、销售额、雇员人数、市场份额等,参照 GILBERT 等^[35]及李新春等^[36]的研究,本研究采用主观指标评价法,从销售额增长、雇员数量增长、市场份额增长 3 个方面来测量新创企业成长绩效。所有测量指标都采用 Likert 7 级量表衡量,要求被试根据本企业实际情况来评价“相对于行业平均水平,本企业的表现情况如何”,从 1~7 分别表示明显偏差~明显偏好。

(2) **组织合法性(O)** 组织合法性这一概念本身是非常抽象的,要想准确地对其进行度量是很困难的。具有合法性的组织通常是被其所处的环境广泛认可与接受的,因此可采用关键利益相关者对企业的认可度评价来测量组织合法性水平^[27]。参考 CERTO 等^[27]及杜运周^[16]的研究,本研究运用“顾客高度评价企业的产品”、“供应商希望与您做生意”、“投资者愿意与贵企业接洽”、“竞争者对贵企业很尊重”、“政府高度评价企业的经营行为”、“员工会自豪地告诉别人他们是贵公司的成员”、“某些和您关系密切的政府官员高度评价贵企业”7 个题项对组织合法性进行测量,所有项目均采用 Likert 7 级量表,从 1~7 分别表示非常不同意~非常同意。

(3) **网络关系强度的测量(N)** 关系强度这个概念最早来源于人际间关系的研究中,后来学者们广泛将其用于组织网络中。参考 CAPALDO^[18]的研究,本研究选择从互动频率、资源投入、合作交流范围、互惠性 4 个方面来测量新创企业联盟网络关系强度,具体题项包括“贵企业与联盟伙伴的互动很频繁”、“贵企业在与联盟伙伴的合作中投入了大量资源”、“贵企业与联盟伙伴间的合作涉及生产、技术和市场等多个方面”、“贵企业与联盟伙伴的合作是一种双赢关系”,所有题项均采用 Likert 7 级量表,从 1~7 分别表示非常不同意~非常同意。

(4) **网络中心性位置(P)** 网络中心性是衡量企业在网络中所处位置的关键概念,参考 BATJARGAL 等^[37]的研究,本研究运用“贵企业在联盟网络中占有重要地位”、“许多信息或知识经由贵企业传递给联盟伙伴”、“贵企业为联盟伙伴提供了其他的合作关系”、“联盟伙伴间的联系是通过贵企业牵线的”,所有题项均采用 Likert 7 级量表,从 1~7 分别表示非常不同意~非常同意。

(5) **控制变量** 根据以往对新创企业成长的研究,本研究将企业年龄(A)、企业规模(S)作为控制变量^[32]。其中企业规模采用企业雇员人数的对数值进行测度,企业年龄用企业成立之日起至问卷回收之间的年限差来测度。

3 数据分析及结果

3.1 数据同源偏差

为了检验是否存在共同方法偏差,本研究采用 PODSAKOFF 等^[38]推荐的 Harman 单因子检验方法,对所有测量指标采用未旋转的、主成分分析程序进行检验,发现第 1 个主成分(反映同源偏差的量)仅占总方差变异量的 25.94%。此外,本研究进一步采用验证性因子分析法,将所有测量指标与一个单因子相连接,发现该模型不能很好地与我们的数据相匹配($\chi^2/df=7.94 > 3$; $RMSEA=0.204 > 0.08$; $NFI=0.810 < 0.9$; $GFI=0.583 < 0.9$; $CFI=0.833 < 0.9$)。上述 2 种检验结果都表明本研究不存在显著的同源偏差问题。

3.2 信度与效度检验

本研究首先对联盟网络测量量表进行探索性因子分析来判断其结构的合理性。由表 2 可知,联盟网络关系强度、网络中心性位置的 Cronbach'α 系数分别为 0.848 和 0.826,都在门槛值(0.7)以上,说明这 2 个变量都具有较好

的信度。本研究运用内部一致性来检验组织合法性、成长绩效测量量表的信度。统计结果表明,组织合法性和成长绩效的 Cronbach'α 系数分别为 0.925 和 0.851,都在 0.700 以上,因此本研究所用量表都符合测量的信度要求。

表 2 联盟网络测量量表的探索性因子分析结果

变量	测量题项	网络关系强度	网络中心性位置	Cronbach'α
N	N ₁	0.759		0.848
	N ₂	0.794		
	N ₃	0.763		
	N ₄	0.829		
P	P ₁		0.745	0.826
	P ₂		0.812	
	P ₃		0.746	
	P ₄		0.729	

注:① 本次因子分析法的 KMO 样本充分性检验值为 0.860;Bartlett 球形检验值为 648.345, $p < 0.01$ 。② 提取方法:主成分分析法,对变量的累积解释量为 67.842%。

量表的效度检验主要包括内容效度与建构效度的检验。为了确保本研究测量量表的内容效度,邀请中山大学战略管理方向 1 位教授、2 名博士研究生一起讨论正式问卷的措辞,并经过预调查使用后进行了适当的修改,以便更易理解。此外,又采用了 SCHRIESHEIM 等^[39]推荐的方法,将测量量表呈现给战略管理研究方向的 31 名研究生评分,通过计算各测量题项在每个因子上的得分,将得分超过 60% 的保留,这保证了本研究所用量表具有较高的内容效度。

建构效度检验主要包括收敛效度与区分效度的检验。为了检验本研究所用量表的收敛效度与区分效度,采纳 NADKARNI 等^[40]建议的检验方法,将网络关系强度、网络中心性位置、组织合法性、新创企业成长绩效 4 个潜变量同时纳入结构方程模型作 CFA 分析(见表 3)。结果表明四因子模型很好地拟合了数据($\chi^2 = 397.06$, $df = 129$, $\chi^2/df = 3.077 < 5$; $RMSEA = 0.0627 < 0.8$; $NNFI = 0.937 > 0.9$, $CFI = 0.947 > 0.9$, $IFI = 0.947 > 0.9$)。从表 3 可知,网络关系强度、网络中心性位置、组织合法性以及成长绩效这 4 个变量的因子载荷值都在 0.65 以上,并且在 0.01 水平下都显著,AVE 值都大于 0.5。以上结果表明本研究所使用的量表均具有较好的收敛效度。区分效度检验可以通过每个潜变量的 AVE 的平方根值是否在于潜变量之间的相关系数来判断,通过表 4 的相关性分析可知,各变量间的相关系数都小于各变量 AVE 值的平方根值,这表明本研究所所有变量的

测量量表都具有较好的区分效度。

表 3 变量的验证性因子分析结果

变量	测量题项	因子载荷	T 值	AVE
N	N ₁	0.742	10.612	0.585
	N ₂	0.803	11.868	
	N ₃	0.734	10.461	
	N ₄	0.778	11.352	
P	P ₁	0.743	10.706	0.566
	P ₂	0.833	12.601	
	P ₃	0.853	13.061	
	P ₄	0.539	7.118	
O	O ₁	0.757	11.317	0.646
	O ₂	0.766	11.504	
	O ₃	0.817	12.653	
	O ₄	0.842	13.283	
	O ₅	0.889	14.486	
	O ₆	0.803	12.329	
	O ₇	0.742	11.005	
G	G ₁	0.898	13.786	0.677
	G ₂	0.884	13.478	
	G ₃	0.666	9.305	

表 4 变量的描述性统计和相关系数

	A	S	N	P	O	G
A	1					
S	0.493***	1				
N	0.250***	0.088	1			
P	0.071	0.045	0.621***	1		
O	0.116	0.078	0.539***	0.534***	1	
G	0.055	0.215***	0.301***	0.388***	0.416***	1
平均值	5.110	1.945	4.332	3.760	4.429	3.970
标准差	2.148	0.605	1.384	1.304	1.344	1.315

注: *、*** 分别表示 $p < 0.05$, $p < 0.01$ (下同)。

3.3 描述性统计和相关分析

本研究对各变量均值和标准差等描述性统计以及变量间相关性进行分析。从表 4 可知,新创企业成长绩效与关系强度显著正相关($r = 0.301$, $p < 0.01$),新创企业成长绩效与中心性位置显著正相关($r = 0.388$, $p < 0.01$),这初步支持了假设 1、假设 2。此外,新创企业成长绩效与组织合法性显著正相关($r = 0.416$, $p < 0.01$),初步支持了假设 3;组织合法性与关系强度显著正相关($r = 0.539$, $p < 0.01$),组织合法性与中心性位置显著正相关($r = 0.534$, $p < 0.01$),这也为验证假设 4、假设 5 提供了基础。

3.4 假设检验

为了验证本文提出的研究假设 1~假设 3,本研究进行层级线性回归分析。先做控制变量对因变量(G)的回归模型(模型 1),然后在此基础上,分别做自变量(N、P)、中介变量(O)对因变量(G)的回归模型(模型 2~模型 4),回归分析结果见表 5。

表 5 回归分析

	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4
A	-0.067	-0.153*	-0.092	-0.110
S	0.248***	0.263***	0.243***	0.237***
N		0.316***		
P			0.383***	
O				0.410***
R ²	0.050	0.143	0.196	0.215
Adj-R ²	0.038	0.127	0.181	0.201
ΔR ²		0.093***	0.146***	0.166***
F	4.309*	9.117***	13.316***	13.870***

注：* 表示 $p < 0.1$ 。

模型 2 结果显示,在模型 1 基础上增加网络关系强度变量后,模型的拟合度有了显著改善($\Delta R^2 = 0.093, p < 0.01$),网络关系强度对新创企业成长绩效具有显著的正向预测作用($\beta = 0.316, p < 0.01$),因此假设 1 得到支持。模型 3 结果显示,在模型 1 基础上增加网络中心性位置变量后,模型的拟合度有了显著改善($\Delta R^2 = 0.146, p < 0.001$),网络中心性位置对新创企业成长绩效具有显著的正向预测作用($\beta = 0.383, p < 0.01$),因此假设 2 得到支持。模型 4 结果显示,在模型 1 基础上增加组织合法性变量后,模型的拟合度有了显著改善($\Delta R^2 = 0.166, p < 0.01$),组织合法性对新创企业成长绩效具有显著的正向预测作用($\beta = 0.410, p < 0.01$),因此假设 3 得到支持。

由信度与效度检验结果可以看出,本文所用变量的测量均具有较好的信度与效度,可用于更进一步的结构分析。因此,为了检验组织合法性在新创企业联盟网络与成长绩效间关系的中介作用(即假设 4、假设 5),应用嵌套模型的 χ^2 差异检验方法通过比较竞争性模型的拟合状况来识别最佳的结构模型。如表 6 所示,模型 1、模型 2、模型 3 为部分中介模型;模型 4 为完全中介模型,表明联盟网络对新创企业成长绩效没有显著的直接影响,只能通过组织合法性来间接影响成长绩效;模型 5 为无中介模型,表明新创企业联盟网络对其成长绩效仅有直接影响,并不会通过组织合法性对成长绩效产生间接影响。各模型的路径系数见表 6,各模型的拟合指数见表 7。

由表 7 可知,比较模型 2 与模型 1, $\Delta df = 1, \Delta \chi^2 = 0.08$,查 $df = 1, \alpha = 0.01$ 时 χ^2 的临界值为 6.63,显然 $\Delta \chi^2 = 0.08$ 小于 6.63,因此模型 2 优于模型 1。比较模型 3 与模型 1,自由度增加了 1 但 χ^2 还下降了 0.49,显然模型 3 优于模型 1。比较模型 5 与模型 1, $\Delta df = 1, \Delta \chi^2 = 9.11$,大于 6.63,因此模型 1 优于模型 5。比较

表 6 嵌套模型的路径图

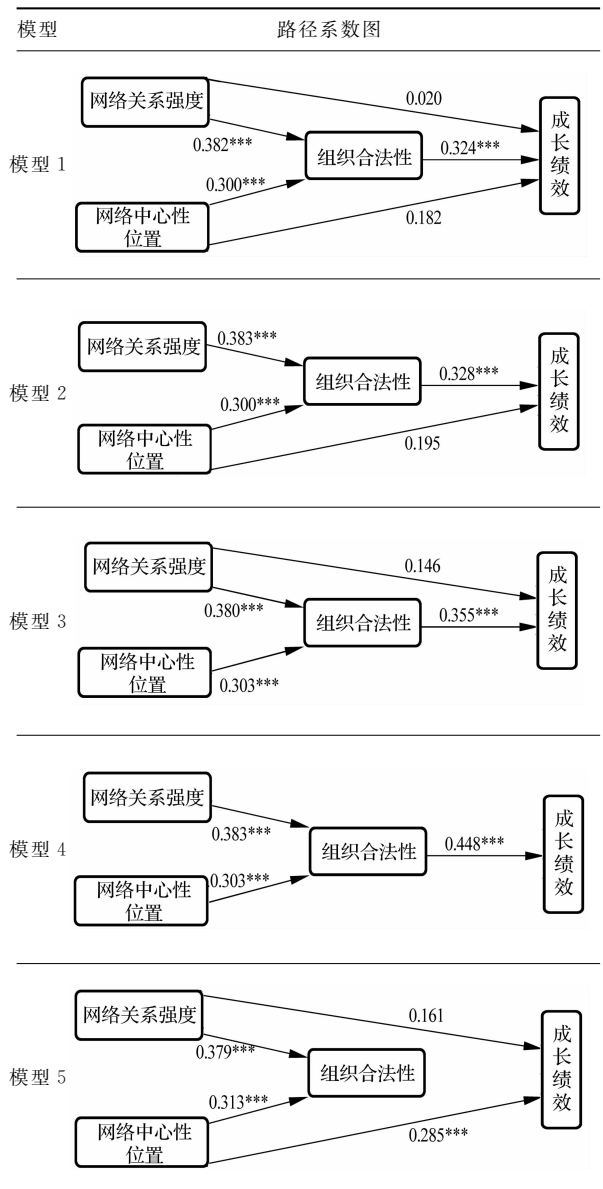


表 7 嵌套模型的拟合结果

结构模型	χ^2	df	RMSEA	NFI	CFI	IFI
模型 1	397.06	129	0.062 7	0.921	0.947	0.947
模型 2	397.14	130	0.062 6	0.921	0.947	0.947
模型 3	396.57	130	0.065 4	0.921	0.947	0.947
模型 4	397.50	131	0.069 7	0.920	0.946	0.947
模型 5	406.17	130	0.075 8	0.919	0.945	0.945

模型 4 与模型 2, $\Delta df = 1, \Delta \chi^2 = 0.36$, 小于 6.63, 因此模型 4 优于模型 2。比较模型 4 与模型 3, $\Delta df = 1, \Delta \chi^2 = 0.93$, 小于 6.63, 因此模型 4 优于模型 3。综上所述,完全中介模型(模型 4)是最优模型,即新创企业联盟网络对其成长绩效并没有显著的直接影响,而是通过组织合法性来对成长绩效产生显著的间接影响,因此假设 4、假设 5 得到了支持。

4 结论与讨论

4.1 研究结论

本文深入探究了联盟网络对新创企业成长绩效的作用机理,综合运用社会网络理论及新制度主义理论,通过文献研究构建了“联盟网络-组织合法性-新创企业成长绩效”的理论分析框架,提出了相应的假设模型,以珠三角地区的168家新创企业为实证研究样本,取得了一些有意义的研究结果。

本研究基于“关系嵌入性-结构嵌入性”的两分法,系统探究了新创企业联盟网络的关系特征与结构特征对其成长绩效的影响,研究发现新创企业联盟网络关系强度对其成长绩效具有显著的正向影响,新创企业占据其联盟网络中的中心性位置对其成长绩效也具有显著的正向影响。以往研究要么探讨联盟网络关系特征与新创企业绩效之间的关系,要么仅仅验证联盟网络结构特征对新创企业绩效的影响,比如ROWLEY等^[41]的研究发现企业在其研发合作网络中所占据的位置越接近于网络中心,企业越可能获取甚至控制资源从而获得成长。本研究结论进一步表明,在转型经济背景下,新创企业构建的联盟网络对其成长具有重要的意义,强联系所带来的信任优势以及中心性位置所带来的资源与控制优势对转型经济背景下新创企业的成长实践同样适用。

本研究证实了在中国转型经济背景下,组织合法性对新创企业成长的重要作用。该研究结论与以往基于成熟市场经济国家的相关研究结论大体上是一致的。正如DELMAR等^[42]基于223家瑞典新创企业的研究结果表明新创企业的成长很大程度上是由创业者对合法性的重视并采取相应的合法化行动所决定的。本文以中国转型经济背景下珠三角地区的168家新创企业为实证分析样本,研究结果进一步表明合法性对新创企业成长的作用不逊于人力资源、客户资源、资本来源、技术创新及网络关系等其他资源,合法性有助于新创企业获得利益相关者的认可与支持,这有利于新创企业整合资源,进而促进其生存与成长^[13]。

本文整合社会网络理论、新制度主义理论等理论视角,实证检验了组织合法性在联盟网络与新创企业成长绩效之间起中介作用的假设,发现新创企业联盟网络关系强度是通过组织合法性而对其成长绩效产生正向影响的,新创企业占据其联盟网络的中心性位置也是通过

组织合法性而对其成长绩效产生正向影响的。该研究结果突破了以往研究简单地验证联盟网络对新创企业成长的直接影响,揭示了企业联盟网络行为向成长绩效转化的合法化过程。

4.2 理论贡献与实践启示

本研究的理论贡献主要体现在以下3点:①现有研究虽然都很重视联盟网络对新创企业成长的重要性,然而他们大多都聚焦于检验联盟网络对企业绩效的直接影响^[2,3],但就联盟网络向企业绩效的转换过程缺乏深入的探究。本文整合社会网络理论及新制度主义理论,实证验证了联盟网络通过影响新创企业组织合法性进而对其成长产生正向影响,研究结论深化了人们对联盟网络对新创企业成长作用机理的认识。②现有研究就组织合法性与新创企业成长关系进行了大量的探讨,然而相应的实证研究并不多见,尤其缺乏转型经济情境下的量化研究^[7]。本文基于珠三角地区168家新创企业的问卷调查数据,实证证实了组织合法性有助于新创企业成长的结论,拓展了合法性视角下新创企业成长研究的应用情境。③虽然组织合法性对新创企业成长的重要作用已经得到众多学者的认可,但就新创企业如何获取合法性的实证研究还不多见^[8]。本研究表明,新创企业可以通过实施联盟战略,构建强联系的联盟网络并设法占据网络的中心性位置来获取较高的组织合法性,从而获得企业成长。这无疑在一定程度上弥补了现有研究的不足,深化了人们对新创企业合法性获取机制的认识。

本研究的发现对于新创企业具有重要启示:对新创企业来说,最重要的是通过实施联盟战略,不断构建联盟网络来获取合法性,从而提高新创企业成长绩效。具体来说主要有2点借鉴:①研究发现新创企业联盟网络关系强度以及占据联盟网络中的中心性位置对其成长绩效具有显著的正向影响。由此,新创企业应积极通过与不同的合作伙伴缔结联盟来构建内部成员联系密切的联盟网络,加强与联盟网络成员之间的沟通与互动,增强彼此之间的信任,建立更多的强关系联盟;此外,还应努力争取占据联盟网络中的中心性位置,只要占据网络中的有利地位,才能确保自身对联盟伙伴有足够的影响力,以便从网络中获取更多的利益,来促进自身成长。②研究发现组织合法性对新创企业成长具有显著的正向影响,因此,新创企业应谋求建立完善的合法性体系。除了通过客观的合法性表现(如专利申请、专业资质、质量认证等)来

获取自洽性合法性外,更重要的是通过主动的战略行为(如不断构建联盟网络、持续完善组织治理、有效整合资源等)来提高自身的信誉,赢取相关利益者的认可与支持,获取更多的战略合法性。

4.3 局限性与未来研究方向

本研究也存在局限性,需要在未来研究中进一步深入与完善。首先,受研究条件的限制,无法基于整体网分析得到新创企业的网络特征指标,而是采用了主观评价法来对网络关系强度以及网络中心性位置进行测量,这可能会导致测量的偏差。未来研究可以通过构建新创企业的整体网络,运用 UCINET 软件分析得出刻画新创企业联盟网络特征的客观指标,从而得到更为精确的研究结论。其次,本文所使用的问卷调查数据是基于同一时间点收集的横截面数据,实证研究结果也发现新创企业组织合法性的获取与利用依托于其所嵌入的联盟网络之中,然而也有可能存在另外一种情况“伴随着组织合法性的提升,新创企业更容易构建联盟网络”,也就是说新创企业构建的联盟网络与其组织合法性获取可能存在互动共生机制^[43]。因此,未来研究可以基于时序性数据或采用案例研究方法来深入探讨新创企业联盟网络与其组织合法性之间的动态互生关系。最后,本文所开展的问卷调查仅限于珠三角地区,研究样本的行业范围也较有限,因此研究结论在推广至其他区域、其他行业时要持谨慎态度,未来研究可以在更大区域范围内,选择更多的行业开展研究,以期提高研究结论的普适性。

参 考 文 献

- [1] REUER J J, ARINO A, OLK P M. Entrepreneurial Alliances[M]. New Jersey: Pearson Education, Inc, 2011
- [2] HANSEN E L. Entrepreneurial Networks and New Organizational Growth[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 1995, 19(4): 7~19
- [3] LEE C W. Strategic Alliances Influence on Small and Medium Firm Performance[J]. Journal of Business Research, 2007, 60(7): 731~741
- [4] STINCHCOMBE A L. Social Structure and Organization[M]//MARCH J G. Handbook of Organizations. Chicago: Rand McNally, 1965: 142~193
- [5] SINGH J V, TUCKER D J, HOUSE R J. Organizational Legitimacy and the Liability of Newness[J]. Administrative Science Quarterly, 1986, 31(2): 171~193
- [6] ZIMMERMAN M A, ZEITZ G J. Beyond Survival: Achieving New Venture Growth by Building Legitimacy[J]. Academy of Management Review, 2002, 27(3): 414~431
- [7] 杜运周, 任兵, 尹珏林. 团队创业企业合法化战略与创新网络资源整合: 一个综合模型[J]. 科学学与科学技术管理, 2008, 29(12): 121~126
- [8] 曾楚宏, 朱仁宏, 李孔岳. 新创企业成长的组织合法性获取机制[J]. 财经科学, 2009(8): 64~72
- [9] DACIN M T, OLIVER C, ROY J. The Legitimacy of Strategic Alliances: An Institutional Perspective [J]. Strategic Management Journal, 2007, 28(2): 169~187
- [10] BAUM J A C, OLIVER C. Institutional Linkages and Organizational Mortality [J]. Administrative Science Quarterly, 1991, 36(2): 187~218
- [11] KILDUFF M, TSAI W. Social Networks and Organizations [M]. London: Sage Publications, 2003
- [12] GRANOVETTER M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness [J]. American Journal of Sociology, 1985, 91(3): 481~510
- [13] 尚航标, 黄培伦. 新制度主义对战略管理的理论意义[J]. 管理学报, 2011, 8(3): 396~402
- [14] SCOTT W R. Institutions and Organizations [M]. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1995
- [15] OLIVE C. Strategic Responses to Institutional Processes [J]. Academy of Management Review, 1991, 16(1): 145~179
- [16] 杜运周. 竞争与互动导向、组织合法性与新企业成长关系实证研究[D]. 天津: 南开大学商学院, 2010
- [17] KOKA B R, PRESCOTT J E. Designing Alliance Networks: The Influence of Network Position, Environmental Change and Strategy on Firm Performance [J]. Strategic Management Journal, 2008, 29(6): 639~661
- [18] CAPALDO A. Network Structure and Innovation: The Leveraging of a Dual Network as a Distinctive Relational Capability [J]. Strategic Management Journal, 2007, 28(6): 585~608
- [19] SUCHMAN M C. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches [J]. Academy of Management Review, 1995, 20(3): 571~610
- [20] JULIEN P A, ANDRIAMBELOSON E. Networks, Weak Signals and Technological Innovations among SMEs in the Land-based Transportation Equipment Sector [J]. Entrepreneurship and Regional Development, 2004, 16(7): 251~269
- [21] PARK S H, LUO Y. Guanxi and Organizational Dynamics: Organizational Networking in Chinese Firms [J]. Strategic Management Journal, 2001, 22

- (5):455~477
- [22] GULATI R. Network Location and Learning: The Influences of Network Resources and Firm Capabilities on Alliance Formation[J]. *Strategic Management Journal*, 1999, 20(4):397~420
- [23] CYER R M, MARCH J G. A Behavioral Theory of the Firm[M]. Prentice Hall: Englewood Cliffs, NJ, 1963
- [24] ALDRICH F. Fools Rush in? The Institutional Context of Industry Creation [J]. *Academy of Management Review*, 1994, 19(4):645~670
- [25] HARGADON A B, DOUGLAS Y. When Innovations Meet Institutions: Edison and the Design of the Electric Light [J]. *Administrative Science Quarterly*, 2001, 46(3):476~501
- [26] DEEPHOUSE D L. Does Isomorphism Legitimate [J]. *Academy of Management Journal*, 1996, 39(4):1 024~1 039
- [27] CERTO S, HODGE F. Top Management Team Prestige and Organizational Legitimacy: An Examination of Investor Perceptions [J]. *Journal of Management Issues*, 2007, 19(4):461~477
- [28] TENG S B. Corporate Entrepreneurship Activities through Strategic Alliances: A Resource-based Approach toward Competitive Advantage[J]. *Journal of Management Studies*, 2007, 44(1):119~142
- [29] GARTNER W B, LOW L. Trust as an Organizing Trope[C]. Annual Meeting of the Academy of Management, San Francisco, 1990
- [30] TSAI W. Knowledge Transfer in Intra-organizational Networks: Effects of Network Position and Absorptive Capacity on Business Unit Innovation and Performance [J]. *Academy of Management Journal*, 2001, 44(5):996~1004
- [31] TSAI W, GHOSHAL S. Social Capital and Value Creation: The Role of Intra-firm Networks [J]. *Academy of Management Journal*, 1998, 41(4):464~476
- [32] LI H, ZHANG Y. The Role of Managers' Political Networking and Functional Experience in New Venture Performance[J]. *Strategic Management Journal*, 2007, 28(8):791~804
- [33] YLI-RENKO H, AUTIO E, SAPIENZA H J. Social Capital, Knowledge Acquisition and Knowledge Exploitation in Young Technology-based Firms [J]. *Strategic Management Journal*, 2001, 22(6/7):587~613
- [34] LEE C, LEE K, PENNING S J. Internal Capabilities, External Networks and Performance: A Study on Technology-based Ventures[J]. *Strategic Management Journal*, 2001, 22(6/7):615~640
- [35] GILBERT B A, MCDUGALL P P, AUDRETSCH D B. New venture Growth: A Review and Extension [J]. *Journal of Management*, 2006, 32(6):926~950
- [36] 李新春, 梁强, 宋丽红. 外部关系、内部能力平衡与新创企业成长——基于创业者行为视角的实证研究 [J]. *中国工业经济*, 2010(12):97~107
- [37] BATJARGAL B, LIU M M. Entrepreneurs' Access to Private Equity in China: The Role of Social Capital[J]. *Organizational Science*, 2004, 15(2):159~172
- [38] PODSAKOFF P M, ORGAN D W. Self-reports in Organizational Research: Problems and Prospects [J]. *Journal of Management*, 1986, 12(4):531~544
- [39] SCHRIESHEIM C A, HINKIN T R. Influence Tactics Used by Subordinators: A Theoretical and Empirical Analysis and Refinement of the Kipnis, Schmidt and Wilkinson Subscales [J]. *Journal of Applied Psychology*, 1990, 75(2):246~257
- [40] NADKARNI S, NARAYANAN V K. Strategic Schemas, Strategic Flexibility and Firm Performance: The Moderating Role of Industry Clock Speed [J]. *Strategic Management Journal*, 2007, 28(3):243~270
- [41] ROWLEY T D, KRACKHARDT B D. Redundant Governance Structure: An analysis of Structural and Relational Embeddedness in the Steel and Semiconductor Industries [J]. *Strategic Management Journal*, 2000, 21(3):369~386
- [42] DELMAR F, SHANE S. Legitimizing First: Organizing Activities and the Survival of New Ventures [J]. *Journal of Business Venturing*, 2004, 19(3):385~410
- [43] 黄中伟, 游锡火. 社会网络、组织合法与中国企业国际化绩效——来自 122 家中国企业海外子公司的实证[J]. *经济管理*, 2010(8):38~48

(编辑 杨妍)

通讯作者: 符正平(1965~),男,湖南益阳人。中山大学管理学院(广州市 510275)教授、博士研究生导师。研究方向为战略管理与产业集群。E-mail: mnsfzp@mail.sysu.edu.cn