

DOI: 10.16538/j.cnki.fem.2017.02.002

联盟伙伴选择、伙伴关系与联盟绩效

——基于科技型小微企业的实证检验

吴松强^{1,2}, 曹 刘¹, 王 路¹

(1. 南京工业大学 经济与管理学院, 江苏 南京 211816; 2. 南京大学 管理学院, 江苏 南京 211102)

摘 要: 随着中国经济快速发展, 以知识信息共享和合作互补为基础的战略联盟受到越来越多科技型小微企业的青睐, 成为小企业在竞争环境中通常采用的发展模式。本研究借助文献回顾、问卷调查和实证分析探讨当前科技型小微企业联盟伙伴选择因素对联盟绩效的影响, 尤其是伙伴关系在两者之间的中介效应。研究发现: 联盟伙伴选择因素正向影响联盟绩效, 伙伴关系对联盟绩效有显著的正向影响作用, 伙伴关系在联盟伙伴选择因素与联盟绩效两者间起部分中介作用。研究表明: 小微企业在选择联盟的方式发展时, 高度重视合作伙伴的企业声誉、资源技术互补与企业兼容性三个特质。同时, 要求加强合作伙伴的信息沟通, 提高联盟信任水平, 从而达到促进联盟和谐稳定发展。本文通过实证研究, 证明了联盟伙伴选择对联盟绩效的影响机制, 不仅拓展了科技型小微企业组建联盟战略的理论基础, 对于联盟内企业选择合作伙伴也具有现实意义。

关键词: 科技型小微企业; 伙伴选择; 伙伴关系; 联盟绩效

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2017)02-0017-19

一、引 言

小微企业是我国国民经济发展的重要生力军, 在扩大就业、增加税收、改善民生、增加社会稳定等方面发挥了不可磨灭的功效。然而以科技型为主的小微企业普遍存在着技术开发力薄弱、资源利用率低、产品及市场集中度小等特点。要想获得生存, 小微企业自身必须转换传统的

收稿日期: 2016-08-22

基金项目: 国家社科基金青年项目(13CGL044); 52批国家博士后基金(2012M521055); 国家博士后基金特别资助项目(2013T60527); 国家自然科学基金(71473120); 江苏省高校“青蓝工程”中青年骨干教师项目(苏教师[2014]1号)阶段性研究成果; 2014年江苏省政府留学奖学金; 江苏省科技体制改革思想库项目(苏科政[2012]264号)

作者简介: 吴松强(1975—), 男, 南京工业大学经济与管理学院教授, 硕士生导师, 南京大学管理学院博士后(通讯作者);

曹 刘(1993—), 女, 南京工业大学经济与管理学院硕士研究生;

王 路(1992—), 女, 南京工业大学经济与管理学院硕士研究生。

自主独立的发展模式,逐步调整为互相合作的模式,利用合作的力量实现双赢(O'Dwyer等,2011)。战略联盟是两个或多个独立的经济实体,为了共同的发展目标,例如技术开发、市场扩展、合作生产等所结成的利益共享、分险共担的契约型网络组织。战略联盟的发展模式逐渐成为科技型小微企业间实现可持续发展的重要选择。通过组建战略联盟,科技型小微企业可实现协调性的合作共享以达到规模经济和范围经济,在取得规模效益的同时保持企业较强竞争力(Cholakova,2013)。

自美国JKL公司总裁简·霍普兰德和管理学家罗杰·奈杰尔首次提出战略联盟概念后,关于联盟伙伴关系的探索成为战略联盟管理的一个主流方向。本研究主旨在于探索科技型小微企业联盟伙伴选择因素对联盟绩效的影响作用,同时选取伙伴关系作为中介变量以衡量三者间的关系。长期以来,有关战略联盟伙伴管理研究,现有学者研究热点大多集中于合作伙伴的相处模式、伙伴关系维系、伙伴选择等内容,少有文献讨论战略联盟伙伴管理与联盟绩效的关系影响。同时现有文献更多的停留在伙伴企业规模、资金实力等“硬”性影响因素上,忽略了企业无形“软实力”等相关因素(Van Beers和Zand,2014)。就因变量联盟绩效而言,大多数文献仅局限于对联盟企业财务指标的测量,未能结合相应的主观评价指标对联盟绩效进行综合归纳概括,亟待学术丰富和研究。战略联盟伙伴管理属于管理学和组织行为学的研究范畴,目前的研究以定性分析居多,而采用定量的实证研究、针对小微企业的研究偏少。

为此,本文主要关注三个问题:第一,在经济转型背景下,科技型小微企业联盟伙伴选择是否有助于提升联盟绩效?第二,联盟之间的伙伴关系是否有助于提升联盟绩效?伙伴关系对联盟伙伴的选择因素是否有影响?第三,伙伴关系在联盟伙伴选择因素与联盟绩效之间是否存在中介作用?中介效应如何?为解决这三个问题,本研究以经济转型时期的科技型小微企业为样本,通过定量分析,借助相关统计分析工具,运用问卷调研,采用实证研究探讨联盟伙伴选择、伙伴关系、联盟绩效间相互关系。本文主要研究贡献在于,研究科技型小微企业的战略联盟中联盟伙伴的选择因素对联盟绩效的影响及作用机制,揭示小微企业联盟中的伙伴关系在联盟伙伴选择因素与联盟绩效之间的中介效应。研究结论可以丰富小微企业的伙伴关系管理和联盟绩效的研究,有效指引科技型小微企业实施联盟发展模式,有效选择联盟伙伴,进而提升联盟绩效达到共赢发展的目的。

二、理论背景与研究假设

(一)理论背景

1. 联盟伙伴选择因素

近年来,越来越多的小微企业为了规避市场风险、提高竞争优势,与伙伴企业建立合作关系网络。企业竞争优势不再单单依赖于个体资源与能力,还有赖于伙伴合作关系和联盟网络(Claycomb和Frankwick,2004;Drewniak,2013)。小企业在组建联盟过程中,伙伴选择是第一步,也是关键性的一步。现有联盟伙伴选择研究主要集中于探究伙伴选择影响因素和度量指标,而国外目前对伙伴选择问题主要集中于定性的研究层面,例如Dacin(1997)认为在联盟的组建过程中,企业互补性是伙伴选择的首要考虑因素,Bchini(2005)提出伙伴成员间合作的成功经历及组织文化相似性会影响联盟组建的稳定性,从而影响联盟绩效。企业声誉也是一个被多数学者认可的因素,拥有良好企业声誉的组织往往具有持续的竞争优势(Granovetter,1985;Barney,1991)。Spekman(1988)认为合适的联盟伙伴很大程度上取决于联盟双方目标兼容性。进一步说,技术型企业在联盟伙伴选择过程中,更应注重伙伴战略目标的兼容性和竞争目标的差异性。Tomlinson(1970)和Awadzi(1988)也得出了相似的结论。国内学者杨东奇等(2012)基于合作创新理论,证实伙伴选择不仅取决于伙伴自身实力,还取决于企业间的相容性和对未来

的预期影响。曹兴和龙凤珍(2013)在前人理论上创新提出了“1S—3C”因素,即兼容性(compatibility)、能力(capability)、承诺(commitment)和知识共享程度(sharing)。本研究在文献梳理的基础上将联盟伙伴选择影响因素划分成三个方面:企业声誉、资源技术互补和企业兼容性。企业声誉能有效反映企业对利益相关者的价值判断,一定程度上也反映出企业在行业、社会中所拥有的地位和声望。资源技术互补是指企业个体具有的某种资源,如制造力、研发创新力或员工的专业技术等,这些资源至少在某些领域是具有独特性的。企业兼容性是指本企业与联盟企业在合作过程中,彼此在企业发展战略、企业文化、权力运用、组织结构等方面达到和谐统一,不发生任何冲突。

2. 伙伴关系

伙伴关系有利于企业促进对联盟创新和合作发展的理解,随着研究的不断深入,伙伴关系已逐渐被应用于企业、群体、团队和联盟等多个层面,特别是在组织合作、创新绩效等层面的研究已成为热点。内涵上,伙伴关系是在相互信任、共担风险、利益共享基础上建立的一种商业关系,这种商业关系能创造竞争优势,产生比单个公司所能达到的更大绩效(Maloni, 1993; Herzog, 2001)。影响因素上,伙伴关系的关键影响因素包括相互信任、良好沟通、兑现承诺,这些属性能够防范或者最大程度容忍合作伙伴行使机会主义行为(Gulati, 1995; Doloi, 2009)。本研究在文献梳理的基础上将伙伴关系划分成两个方面:联盟信任和知识信息共享。联盟信任是依赖于可信任交易伙伴的意愿,是一种承诺信仰。知识信息共享是指企业与其联盟企业共享资源、信息、技术以达到提高企业及联盟绩效的目的。

3. 研究述评

目前国内外已有很多文献对战略联盟(以下简称联盟)绩效进行研究,发现大部分文献集中于对联盟绩效影响因素和评价标准的研究,例如Parkhe(1993)、Lyles和Salk(2007)、Habib和Burnett(1989)分别探讨了满意度、战略目标、承诺、学习等联盟绩效的影响因素, Das和Teng(2000)、周青(2011)通过实证探究联盟绩效评价标准,主要可以归结为财务指标、满意度、战略实现情况、满意度等。选择良好的合作伙伴是形成战略联盟的首要并且关键的一步,国外关于联盟伙伴选择因素与联盟绩效关系的研究日益受到关注,目前将伙伴选择因素、合作伙伴间的关系与联盟绩效三者统一起来研究,并用于分析小微企业这个独特的群体的研究文献甚是鲜见,大都局限于大中型企业联盟网络以及直接影响机制,本研究的实证分析正是对该主题的较好补充和完善。

伙伴关系作为联盟企业间的商业关系在联盟绩效提升方面发挥的作用日益受到关注,这也为从伙伴关系视角探究伙伴选择因素与联盟绩效的影响机制提供了启示。文献梳理表明,迄今为止鲜有研究将伙伴关系作为一种中介变量运用到伙伴选择因素与联盟绩效的关系中去。综上,为探析伙伴选择因素对联盟绩效的影响机制,本研究从伙伴选择因素与伙伴关系两个角度出发,构建了“联盟伙伴选择因素—伙伴关系—联盟绩效”理论分析框架,伙伴选择因素为前因变量,联盟绩效为因变量,伙伴关系为中介变量。依据该理论逻辑,本研究重点探究科技型小微企业联盟伙伴选择因素是否影响联盟绩效及伙伴关系,伙伴关系是否在联盟伙伴关系选择和联盟绩效之间发挥中介作用。下文将通过三个相关研究假设展开本文的研究。

(二)研究假设

1. 伙伴选择因素与联盟绩效

本研究主要依据文献梳理将联盟伙伴选择影响因素划分为三个纬度:企业声誉、资源技术互补、企业兼容性,下面将依次论述伙伴选择因素与联盟绩效的作用关系。

(1)企业声誉与联盟绩效关系

对于企业来说,良好的企业声誉既可增强联盟目标的预见性,利于联盟收益实现,同时通

过促进联盟知识信息的交流共享,降低联盟管理的交易成本,提高联盟企业的转移意愿。企业声誉作为一种无形的“隐形激励”机制,在维持联盟合作关系,提高联盟绩效上发挥了重要作用。国内外学者的研究在不同程度上也支持了这一观点,企业外在良好的声誉不仅吸引合作伙伴加盟,也进一步影响联盟整体的绩效情况,从而有效提升企业的动态竞争力(Fama,1980;符加林,2010;高艳慧等,2012)。因此,本研究提出以下假设:

H1:联盟伙伴的企业声誉越好,联盟绩效越高。

(2)资源技术互补与联盟绩效关系

企业关键性资源技术优势被认为是科技型企业获取市场竞争优势的主要力量(刘礼花和张建琦,2015)。从资源基础理论出发,本研究认为资源异质性决定了企业间竞争力的强弱,对于科技型小微企业,联盟伙伴须具有某种技术优势或专长,以实现凭借自身条件所无法达到的目标,进而促进绩效的增强(Lin等,2009)。现有文献也证实大多数科技型企业把资源技术互补作为伙伴选择的重要标准从而实现双赢。例如Killing(1982)认为资源互补能增进伙伴关系,提高联盟绩效,而若企业双方在技术层面缺乏融和,将导致联盟瓦解。林艺馨等(2012)、宋铁波和钟槟(2013)分别构建模型实证研究表明互补资源技术对联盟竞争优势的重要作用。因此,本研究提出以下假设:

H2:联盟伙伴的资源技术互补越强,联盟绩效越高。

(3)企业兼容性与联盟绩效关系

社会合作系统学派认为,兼容性是企业选择合作伙伴的重要战略考虑,对于企业在强大的市场竞争中选择合作伙伴,首要考虑的是兼容性问题(Besen和Farrell,1994)。Geringer(1994)通过94家合资企业,验证了兼容性与知识联盟绩效正相关。企业兼容性是从企业内部的技术和发展战略两个基点来设计与合作伙伴的共谋发展。成员间战略的兼容能够加强彼此的合作和交流、有效避免冲突(Geringer,1991;Hudlund,1994;李健和金占明,2007)。联盟伙伴与自己在文化、战略、规模、权力等方面的兼容性对联盟绩效都存在着重要影响(曹兴和龙凤珍,2013;喻金田和胡春华,2015)。本研究认为联盟成员间较高的兼容度对于联盟各方来说有利于彼此间开展合作业务,提高联盟绩效,也利于增强组织个体资源的专用性,促进联盟绩效的提升。因此,本研究提出以下假设:

H3:联盟伙伴的企业兼容性越强,联盟绩效越高。

2. 伙伴选择因素与伙伴关系

伙伴关系是战略联盟管理的重要内容。本研究主要依据文献梳理将联盟内部企业伙伴关系分为联盟信任和知识信息共享两个维度分别探究。

(1)企业声誉与伙伴关系

企业声誉能够有效反映联盟伙伴间可信度,有效避免伙伴逆向选择问题的产生,有利于巩固联盟信任感,促使伙伴积极遵守联盟合作行为,产生持续的竞争优势(Saxton,1997;宝贡敏等,2007)。同时,本研究认为良好的企业声誉使合作企业更乐意共享其敏感性资源,在合作中很容易达成共识,从而有利于增强联盟的集体资源优势(高艳慧等,2012)。对于企业来说,良好的企业声誉既可增强联盟目标的预见性,利于联盟收益实现,同时通过促进联盟知识信息的交流共享,降低联盟管理的交易成本,提高联盟企业的转移意愿(Parkhe,1993;Roberts和Dowling,2002;漆东,2004)。因此,本研究提出以下假设:

H4:联盟伙伴的企业声誉越好,联盟信任越强。

H5:联盟伙伴的企业声誉越好,企业知识信息共享越高。

(2)资源技术互补与伙伴关系

科技型企业随着技术研发的进一步深入、研发难度的不断加大,与此同时研发成本也不断

上涨,这对于资金实力较为薄弱的小微企业来说是难以支撑的。而联盟成员间技术信息资源优势互补依托于企业间的信任关系有力地促进了彼此间的知识信息共享,有力地解决了研发难题。资源技术互补使联盟成员间技术、资源迅速达到融和,减少科技研发的不确定性、提高资金的利用率(林艺馨等,2012;刘晓燕,2015)。本研究认为不同合作伙伴之间的异质性资源互补、异质性技术契合通过企业间联盟网络获得的财务资源和信任,以及通过非企业网络关系获得的知识技术对提升伙伴关系有重要意义,提高合作中的协同效应和合作绩效(刘克寅和汤临佳,2016;杨锐和夏彬,2016)。因此,本研究提出以下假设:

H6:联盟伙伴的资源技术互补越强,联盟信任越强。

H7:联盟伙伴的资源技术互补越强,企业知识信息共享越高。

(3)企业兼容性与伙伴关系

彼此兼容的联盟企业,在合作过程中,有效降低了合作过程中的冲突问题,不难理解,对联盟合作生产和联盟发展共同愿景一致理解,有利于巩固彼此间的合作关系,消除可能产生的冲突,激发彼此间投入各类关系性资产,维护联盟系统的稳定性。戴维·福克纳(1997)证实当联盟成员其战略和文化高度相似时,联盟伙伴的选择方案最优。当联盟成员间其战略和文化相似性较低时,联盟成功的机会小。本研究认为兼容度较高的企业也有利于伙伴企业间知识和资源共享,巩固彼此信任度。联盟成员较高的兼容度对于联盟各方来说易开展业务,提高联盟绩效,也利于增强组织个体资源的专用性,促进联盟绩效的提升(Fey和Beamish,2000;柳春锋,2008)。因此,本研究提出以下假设:

H8:联盟伙伴的企业兼容性越强,联盟信任越强。

H9:联盟伙伴的企业兼容性越强,企业知识信息共享越高。

3. 伙伴关系与联盟绩效

(1)联盟信任与联盟绩效

信任是企业间合作的基础,是企业增进交流、确保联盟关系得以顺利进行的保障和前提。从联盟伙伴关系治理机制来看,不论是基于哪种视角,信任对企业间合作的建立、发展都有着显著影响(Burchell和Wilkinson,1997;Das和Tang,2003;周青,2011;郭焱等,2014)。信任可以降低并简化联盟伙伴关系的复杂性,增加企业的组织柔性,提高企业适应力。小微企业在强大的市场竞争中,为了规避市场风险,联盟成员间基于信任结成的长期合作关系是促进彼此长远发展的关键所在(Krishnan等,2006;Lavie等,2012;Morgan和Hunt,1994)。因此,本研究提出以下假设:

H10:联盟信任越强,联盟绩效越高。

(2)知识信息共享与联盟绩效

知识信息共享是企业知识管理的核心环节,企业间联盟关系的构建其关键在于知识共享机制的形成(Nonaka,1994)。伙伴间对关键信息尤其是专利信息的分享对科技型企业能帮助企业最大限度的利用和发挥自身知识资源,提高企业凝聚力。频繁的、相关的信息交换可以使企业间的联系更加紧密,防止机会主义的产生,显著提升企业创造力,从而提升联盟的稳定性(Capaldo和Petruzzelli,2014;郭焱等,2014)。因此,本研究提出以下假设:

H11:知识信息共享越高,联盟绩效越高。

4. 伙伴关系在伙伴选择因素与联盟绩效间的中介作用

本研究以科技型小微企业为研究对象,试图分析这样一个问题:伙伴关系是否在伙伴选择因素与联盟绩效间发挥重要的中介作用。

(1)联盟信任在伙伴选择因素与联盟绩效间的中介作用

在前文分析基础上,不难看出,伙伴选择能有效避免合作伙伴逆向选择问题的产生,巩固联盟信任感,减弱机会主义,提升联盟稳定性;另外,信任作为企业间合作的关系纽带,简化了联盟伙伴关系间的复杂性,通过增加企业柔性大大提高了在联盟中合作的适应性,对联盟中企业间的良好合作关系有着显著影响。因此,本研究提出以下假设:

H12:联盟信任在联盟伙伴选择与联盟绩效之间起正向中介作用,联盟信任越强的企业联盟绩效更强。^①

(2)知识信息共享在伙伴选择因素与联盟绩效间的中介作用

前文分析不难看出,伙伴选择既可增强联盟目标的预见性,利于联盟收益实现,又可促进联盟知识信息的交流共享,降低联盟管理的交易成本,提高联盟绩效(Goerzen,2007)。另外,作为企业知识管理的核心环节,知识信息共享能帮助企业最大限度的利用和发挥自身知识资源,提升企业创造力与凝聚力,从而提升联盟的稳定性。因此,本研究提出以下假设:

H13:知识信息在联盟伙伴选择因素与联盟绩效之间起正向中介作用,联盟知识信息共享越高的企业联盟绩效更强。^②

综上所述:

H14:伙伴关系在联盟伙伴选择因素与联盟绩效之间呈正向中介作用。

本研究在文献梳理佐证的基础上,采用企业声誉、资源技术互补、企业兼容性三个纬度代表“联盟伙伴选择因素”,以此作为自变量;以“联盟绩效”作为联盟伙伴选择成功的因变量;并将“联盟信任和知识信息共享”作为联盟伙伴关系的两个纬度,以此作为中介变量引入理论框架模型中。通过提出相关研究假设,本研究构建了如图1所示的假设研究理论框架图。以下将基于调研数据进行实证检验。

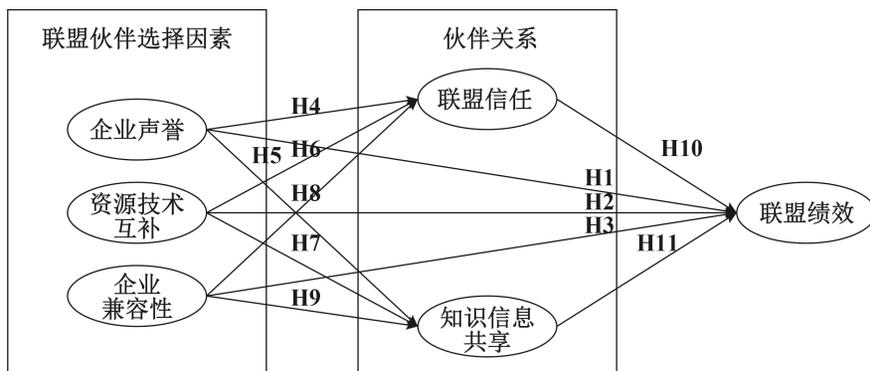


图1 理论模型

三、研究设计

(一)抽样与数据收集

本研究问卷调查对象主要选取长三角地区已建立或曾建立过联盟的科技型小微企业。问

^① 因为联盟伙伴选择与联盟绩效的关系分为企业声誉、资源技术互补、企业兼容性和联盟绩效的关系,所以联盟信任正向中介联盟伙伴选择与联盟绩效之间的关系分为三个分假设:H12a:联盟信任正向中介联盟伙伴企业声誉与联盟绩效之间的正相关关系;H12b:联盟信任正向中介联盟伙伴资源技术互补与联盟绩效之间的正相关关系;H12c:联盟信任正向中介联盟伙伴企业兼容性与联盟绩效之间的正相关关系。

^② 因为联盟伙伴选择与联盟绩效的关系分为企业声誉、资源技术互补、企业兼容性和联盟绩效的关系,所以知识信息共享正向中介联盟伙伴选择与联盟绩效之间的关系分为三个分假设:H13a:知识信息共享正向中介联盟伙伴企业声誉与联盟绩效之间的正相关关系;H13b:知识信息共享正向中介联盟伙伴资源技术互补与联盟绩效之间的正相关关系;H13c:知识信息共享正向中介联盟伙伴企业兼容性与联盟绩效之间的正相关关系。

卷调查活动开始于2013年11月中旬至2015年3月上旬全部回收完毕。本次被调研企业须满足以下条件:一是样本企业员工总数不超过130人;二是具有大专以上的科技人员占员工总数的比例须大于15%,同时直接从事研究开发的科研人员不低于10%。

本次问卷回收份数共有387份,问卷收集路径主要依靠实地走访调研,获得目标样本491家企业,其中有387家同意参与本次调研。在这387家企业中,我们每次调研前均与参与调研企业的人力资源负责人取得联系,要求该企业中与科技研发有关的知识型员工参与本次调研,并要求参与调研的团队全部成员参与,从而提高联盟共享型的群体层面构念的测量信度(Harrison和Klein,2007)。

为避免同源方差,本次研究采取纵向研究设计,分成两次调研阶段。第一次调研由企业人力资源部门和知识研发型团队成员(不包括团队经理层或主管)参与,完成问卷中对企业基本情况描述和对联盟伙伴选择、伙伴关系特征的调查,一个月之后,团队主管被邀请对企业联盟绩效进行评价。经最终统计,本次调研87%的问卷由现场发放填写并回收,其中63%的问卷是集中场所填写并回收,只剩下13%的问卷由电子问卷的形式发放至各部门。本次调研共发放问卷387份,由于现场回收发放的高反馈率,有效问卷回收率高达83%,我们剔除了66份包含重复及不符合要求的无效问卷,321份层面数据纳入数据分析。

本次参与调研企业主要借鉴国家统计局发布的行业分类标准(GB),据此对参与企业所处的行业进行了集中分类。样本企业分布情况如表1所示。根据对样本的行业分布情况的统计表明,参与的科技型小微企业所处行业分布较集中,以软件开发、信息传输服务为主,占全部样本的58.3%,工业制造型企业占32%,其他类型行业占9.7%;企业年龄以5年及5年以下居多,占48.05%;企业规模以10~50人为主体,占42.40%。

表1 样本基本统计资料 (N=321)

统计变量	类别	频次	百分比
公司年龄Age	5年及5年以下	155	48.05%
	6—10年	131	40.98%
	11—20年	35	10.97%
	20年以上	0	0.00%
公司性质Nature	国有企业	21	6.71%
	集体企业	9	2.83%
	民营企业	197	61.13%
	股份制企业	49	15.19%
	其他	45	14.17%
公司规模Size	10人以下	53	16.61%
	10—50人	136	42.40%
	50—100人	99	30.74%
	100人以上	33	10.25%
行业类型Type	工业制造业	103	32%
	软件和信息技术服务业	187	58.3%
	建筑业	6	2.12%
	零售业	2	0.70%
	租赁和商务服务业	8	2.83%
	科学研究和技术服务业	8	2.83%
	文化、体育和娱乐业	1	0.45%
	其他	2	0.77%

(二)变量测量

变量测量量表来源于国内外代表性文献。首先,查阅经典前沿文献,寻找相关量表或题目,在外语专家的审核和帮助下,尽可能保证文献原意,形成初始中文量表。然后,为保证所选测量题目能够被测试者充分地理解以达到有效的分析样本,对题目再次进行细致的斟酌和润色,务必在不失原意的前提下使题目通俗易懂,为大众认可。最后,为了问卷能够符合我国的经济体系和发展现状,提高可行性,选择几家企业,通过访谈,对变量条目进行第三次修改,并确定最终问卷。

1. 自变量

基于现有文献的归纳分析,有关小微企业联盟伙伴选择主要从三个维度展开:企业声誉、资源技术互补、企业兼容性。关于联盟伙伴选择测量量表的填写,题项按照从“1”到“5”的分值正向积分,其中“1”表示所述情况与实际情况完全不符合,“5”表示完全符合,“2”和“4”分别表示不太符合和较符合两种中间情况。问卷填写人只需根据实际情况,结合各题项,勾选出相应的目标值。具体测量量表如表2所示。

表2 联盟伙伴选择测量量表

研究变量	测量维度	编号	题项	量表来源
联盟伙伴选择	企业声誉	HBXZ1	联盟合作伙伴企业能准时交货、履行合同义务	Saxton (1997)
		HBXZ2	贵公司对联盟伙伴方的产品及服务很满意	
		HBXZ3	联盟伙伴方的顾客满意度在行业内较高	
		HBXZ4	联盟合作期间,合作伙伴无欺诈行为、账款交付及时,对其财务信誉满意	
	资源技术互补	HBXZ5	联盟合作期间,贵公司与伙伴企业为联盟合作投入了大量有用的互补资源或技术支持	Henry和Eric (2004)
		HBXZ6	联盟合作期间,一旦终止与联盟伙伴的业务往来,贵公司很多资源或技术设备将无投入其他地方的用处	
		HBXZ7	联盟合作期间,若失去联盟伙伴的资源或技术支持,贵公司的资金收入会大量减少	
	企业兼容性	HBXZ8	联盟合作伙伴的整体战略目标与贵公司一致或相近	Anderson和Narus (1991)
		HBXZ9	贵公司与联盟伙伴间大多层面不会存在损人利己的倾向	
		HBXZ10	贵公司企业文化理念和联盟伙伴间相近或相似	

2. 因变量

有关科技型小微企业联盟绩效维度的测量,我们主要从顾客满意度、生产时间、生产成本、产品创新等方面进行考量。我们依然根据李克特五分量表的填写方式,题项按照从“1”到“5”的分值正向积分,其中“1”表示所述情况与实际情况完全不符合,“5”表示完全符合,“2”和“4”分别表示不太符合和较符合两种中间情况。具体的测量量表见表3。

3. 中介变量

科技型小微企业联盟伙伴关系测量量表主要包括两个层面:联盟信任和知识信息共享。有关联盟伙伴关系量表的填写,我们依据李克特五分量表的填写方式,题项按照从“1”到“5”的分值正向积分,其中“1”表示所述情况与实际情况完全不符合,“5”表示完全符合,“2”和“4”分别表示不太符合和较符合两种中间情况。具体测量题项如表4所示。

表3 联盟绩效测量量表

研究变量	编号	题项	量表来源
联盟绩效	LMJX1	联盟合作期间,伙伴合作大大降低了由贵公司独立进行产品或服务交易的成本	Zollo等(2002)
	LMJX 2	联盟合作期间,贵公司的产品或服务市场占有率明显提高	
	LMJX 3	联盟合作期间,伙伴双方都取得了超过竞争者的能力与竞争优势	
	LMJX 4	联盟合作期间,贵公司联盟生产产品或服务供应时间明显缩短	
	LMJX 5	联盟合作期间,贵公司主要顾客对产品或服务需求响应时间明显缩短	
	LMJX 6	联盟合作期间,贵公司现有技术有根本性的改进和更新	
	LMJX7	联盟合作期间,贵公司现有的产品或服务的主要功能有了明显改善	

表4 联盟伙伴关系强度测量量表

研究变量	测量维度	编号	题项	量表来源
伙伴关系	联盟信任	HBGX1	贵公司与联盟伙伴之间均十分相信对方提供的信息资源	Inkpen和Curral(2004)
		HBGX2	联盟合作期间,贵公司与联盟伙伴双方均十分信任对方将一直遵守联盟合同,履行各自义务	
		HBGX 3	联盟合作期间,贵公司与联盟伙伴均十分信任对方的战略决策对双方合作均有利	
		HBGX4	联盟合作期间,当一方决策影响到合作结果时,贵公司和伙伴间会及时调整以适应对方	
		HBGX 5	联盟合作期间,贵公司与联盟伙伴成员建立关系花费了大量的时间与精力	
	知识信息共享	HBGX6	联盟合作期间,贵公司与联盟伙伴之间有公开和非公开的信息沟通渠道	Quintas等(1997)
		HBGX7	联盟合作期间,贵公司和伙伴企业非常愿意将彼此的知识信息资源进行分享	
		HBGX8	联盟合作期间,贵公司和伙伴企业面对双方知识信息冲突时,能够快速找到解决方案	
		HBGX9	联盟合作期间,通过知识共享获得的新知识、新技术能与贵公司原有的知识、技术紧密结合	

4. 控制变量

本研究共选取四个控制变量,分别为公司年龄、公司性质、公司规模和行业类型。其中,公司年龄分别为5年及5年以下、6—10年、11—20年、20年及以上,分别赋值为1、2、3、4;公司性质分为国有企业、集体企业、民营企业、股份制企业及其他,对应的赋值为1、2、3、4、5;公司规模分别划分为10人以下、10—50人、50—100人和100人以上四个范围,分别赋值为1、2、3、4;行业类型分为工业制造业、软件和信息技术服务业、建筑业、零售业、租赁和商务服务业、科学研究和技术服务业、文化、体育和娱乐业及其他,分别赋值为1、2、3、4、5、6、7、8。

四、实证结果与分析

(一)验证性因子分析

本研究采用LISREL8.70对联盟伙伴选择的10个题项、联盟伙伴关系的9个题项和联盟绩效的7个题项进行验证性因子分析,以探究该量表因子与对应题项间的关系是否符合实际关系。联盟伙伴选择的三因子模型见图2,联盟伙伴关系的二因子模型见图3,联盟绩效的因子载

荷模型见图4,多重拟合指数见表4。HBXZ1、HBGX1、LMJX1等为题项,双向箭头中的数据表示相关系数,题项左侧的数据表示因子载荷。

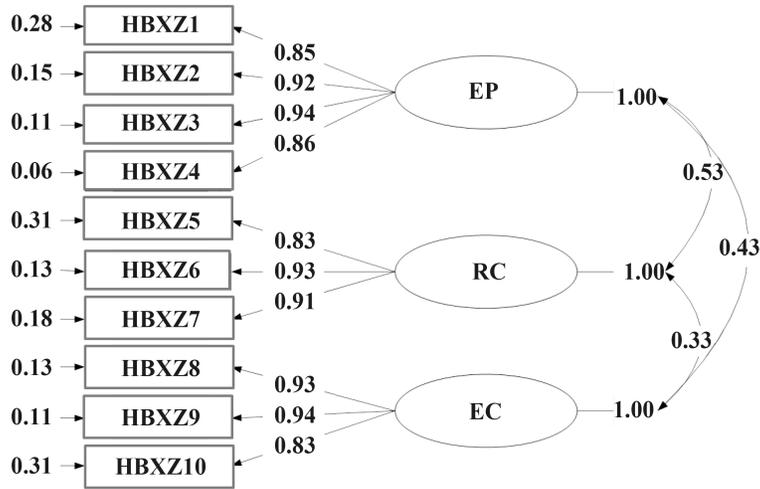


图2 伙伴选择的三因子模型图

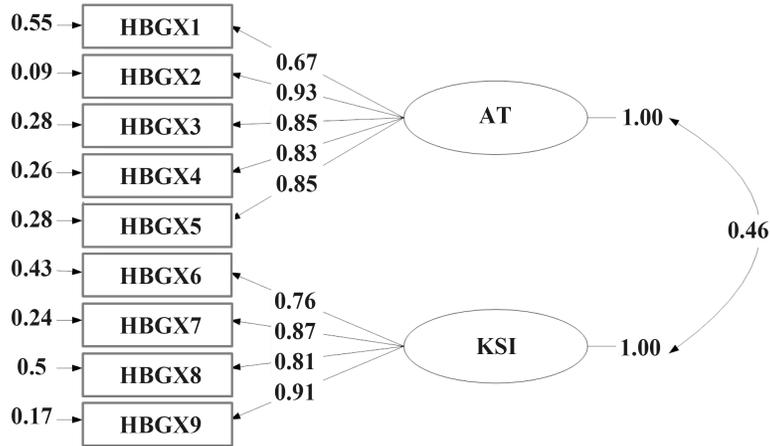


图3 伙伴关系的二因子模型图

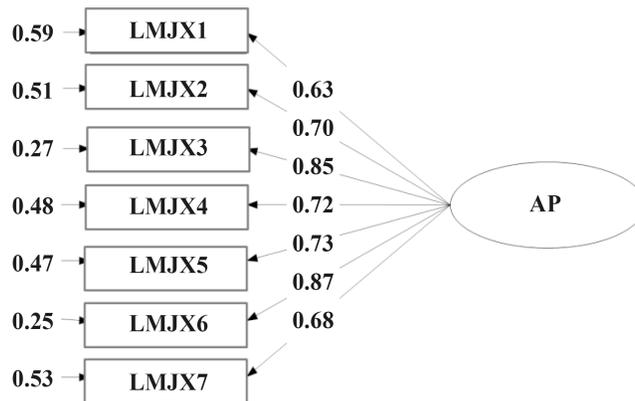


图4 联盟绩效的因子模型图

如表5所示, $\chi^2/df=2.49、2.296、2.02 (<3, 符合要求)$, RMSEA为0.093、0.084、0.082 (<0.1 , 符合要求), NFI、CFI、IFI均满足大于0.9的要求, 说明与量表构建效度拟合程度较高。本研究所拟合的模型是一个“好”模型, 有较好信度和效度的量表可为小微企业伙伴选择与联盟绩效关系研究提供依据。

表5 多重拟合指数

变 量	χ^2	df	χ^2/df	RMSEA	NFI	CIF	IFI
PSF	106.91	43	2.49	0.093	0.97	0.98	0.98
PA	66.58	29	2.296	0.084	0.98	0.98	0.98
AP	42.42	21	2.02	0.082	0.98	0.99	0.99

(二)相关分析

从大量的文献回顾来看联盟伙伴选择、伙伴关系与联盟绩效间有较强的相关关系。本研究主要采用Pearson相关指标, 表6列出了联盟伙伴选择、伙伴关系及联盟绩效的相关系数, 表7列出了联盟伙伴选择、伙伴关系及联盟绩效各变量间的相关分析。

表6 联盟伙伴选择、伙伴关系及联盟绩效的相关分析

	PSF	PA	AP
PSF	1		
PA	0.363***	1	
AP	0.393***	0.459***	1

注:***表示相关系数显著性 $p<0.01$ 。

表7 联盟伙伴选择、伙伴关系及联盟绩效各变量间相关分析

	1	2	3	4	5	6
EP	(0.939)					
RCT	0.533***	(0.917)				
EC	0.403***	0.341***	(0.927)			
AT	0.202***	0.336***	0.235***	(0.860)		
KSI	0.284***	0.168***	0.216***	0.407***	(0.864)	
AP	0.289***	0.295***	0.366***	0.397***	0.374***	(0.813)

注:***表示相关系数显著性 $p<0.01$, 对角线括号内的数字是内部一致性信度系数。

从伙伴选择对联盟绩效的相关分析结果来看, 联盟伙伴选择与联盟绩效存在正相关关系, 整体相关系数为0.393 ($p<0.01$)。具体来看, 伙伴选择三个维度企业声誉、资源技术互补、企业兼容性与联盟绩效均存在正相关关系, 相关系数分别为0.289 ($p<0.01$)、0.295 ($p<0.01$)、0.366 ($p<0.01$), 有较强的显著性。

从联盟伙伴选择对伙伴关系的相关分析结果来看, 联盟伙伴选择对伙伴关系有着显著的正相关关系, 相关系数为0.363 ($p<0.01$)。具体来看, 伙伴选择三个维度与联盟信任均存在正相关关系, 相关系数分别为0.202 ($p<0.01$)、0.336 ($p<0.01$)、0.235 ($p<0.01$), 显著性较明显。同时, 伙伴选择三个维度与知识信息共享也均存在正相关关系, 相关系数分别为0.284 ($p<0.01$)、0.168 ($p<0.01$)、0.216 ($p<0.01$), 显著性较明显。

从伙伴关系与联盟绩效的相关分析结果来看, 伙伴关系对联盟绩效具有显著的正相关关系, 整体相关系数为0.459 ($p<0.01$)。具体来看, 伙伴关系两个维度即联盟信任、知识信息共享与联盟绩效均存在正相关关系, 相关系数分别为0.397 ($p<0.01$)、0.374 ($p<0.01$), 显著性较明显。

(三)回归分析

1. 伙伴选择对联盟绩效的影响

以伙伴选择的三个维度(企业声誉、资源技术互补、企业兼容性)为自变量,以联盟绩效为因变量,进行回归分析,结果如表8所示:

表8 伙伴选择对联盟绩效的回归分析表

	标准系数	T	Sig	共线性统计量	
	Beta			容差	VIF
(常量)		3.618	0.001		
EP	0.156**	2.921	0.029	0.237	4.218
RCT	0.198**	2.348	0.020	0.218	4.587
EC	0.296***	3.724	0.001	0.293	3.413
R ²			0.489		
Adjusted R ²			0.473		
F值			69.051		
Durbin-Watson			1.807		

注:***、**、*分别表示标准化回归系数在1%、5%、10%的水平上显著,以下同。

由表8可知,多元系数R²为0.489,调整后R²为0.473,说明联盟伙伴选择三个维度共解释了联盟绩效47.3%的变异性。F值为69.051,达到了显著性水平。DW值为1.807,接近2,说明模型不存在残差自相关。其中:企业声誉、资源技术互补的标准化系数分别为0.156、0.198,显著性概率分别为0.029、0.020,均满足p<0.05的显著水平。企业兼容性的标准化系数为0.296,显著性概率为0.001,满足p<0.001的显著水平。由此可见,联盟伙伴选择三个维度均对联盟绩效有显著正向影响,假设H1、H2、H3得到支持。

2. 伙伴选择对伙伴关系的影响

(1)伙伴选择对联盟信任的影响

以伙伴选择的三个维度(企业声誉、资源技术互补、企业兼容性)为自变量,以联盟信任为因变量,进行回归分析,结果如表9所示:

表9 伙伴选择对联盟信任的回归分析表

	标准系数	T	Sig	共线性统计量	
	Beta			容差	VIF
(常量)		5.457	0.000		
EP	0.151**	1.518	0.016	0.237	4.218
RCT	0.082**	1.065	0.024	0.218	4.587
EC	0.247***	3.069	0.007	0.293	3.413
R ²			0.504		
Adjusted R ²			0.496		
F值			54.782		
Durbin-Watson			1.734		

由表9可知,多元系数R²为0.504,调整后R²为0.496,说明联盟伙伴选择三个维度共解释了联盟信任49.6%的变异性。F值为54.782,达到了显著性水平。DW值为1.734,接近2,说明该模型不存在残差自相关。其中:企业声誉的标准化系数为0.151,显著性概率为0.016,满足p<0.05的显著水平;资源技术互补的标准化系数为0.082,显著性概率为0.024,满足p<0.05的显著水平;企业兼容性的标准化系数为0.247,显著性概率为0.007,满足p<0.01的显著水平。由此可见,伙伴选择特征三个维度均对联盟信任有显著正向影响关系。因此,假设H4、H6及H8得到支持。

(2) 伙伴选择对知识信息共享的影响

以伙伴选择的三个维度(企业声誉、资源技术互补、企业兼容性)为自变量,以知识信息共享为因变量,进行回归分析,结果如表10所示:

表10 伙伴选择对知识信息共享的回归分析表

	标准系数	T	Sig	共线性统计量	
	Beta			容差	VIF
(常量)		4.978	0.013		
EP	0.091*	1.457	0.057	0.237	4.218
RCT	0.312***	4.639	0.004	0.218	4.587
EC	0.175**	2.183	0.025	0.293	3.413
R ²			0.511		
Adjusted R ²			0.507		
F值			51.713		
Durbin-Watson			1.802		

由表10可知,多元系数R²为0.511,调整后R²为0.507,说明联盟伙伴选择三个维度共解释了知识信息共享50.7%的变异量。F值为51.713,达到了显著性水平。DW值为1.802,接近2,说明该模型不存在残差自相关。其中:企业声誉的标准化系数为0.091,显著性概率为0.057,虽未满足p<0.05的显著水平,但其有p<0.1边际显著水平;资源技术互补的标准化系数为0.312,显著性概率为0.004,满足p<0.01的显著水平;企业兼容性的标准化系数为0.175,显著性概率为0.025,满足p<0.05的显著水平。由此可见,伙伴选择特征三个维度均对知识信息共享有显著正向影响,因此,假设H5、H7及H9得到支持。

3. 伙伴关系对联盟绩效的影响

以联盟伙伴关系两个维度(联盟信任、知识信息共享)为自变量,以联盟绩效为因变量,进行回归分析,结果如表11所示。

表11 伙伴关系对联盟绩效的回归分析表

	标准系数	T	Sig	共线性统计量	
	Beta			容差	VIF
(常量)		3.618	0.007		
AT	0.293**	3.524	0.008	0.237	4.219
KSI	0.254*	3.267	0.013	0.264	3.788
R ²			0.486		
Adjusted R ²			0.479		
F值			48.276		
Durbin-Watson			1.703		

由表11可知,多元系数R²为0.486,调整后R²为0.479,说明联盟伙伴关系两个维度共解释了联盟绩效47.9%的变异量。F值为48.276,达到了显著性水平。DW值为1.703,接近2,说明该模型不存在残差自相关。其中:联盟信任的标准化系数为0.293,显著性概率为0.008,满足p<0.01的显著水平。知识信息共享的标准化系数为0.254,显著性概率为0.013,满足p<0.05的显著水平。由此可见,伙伴关系两维度均对联盟绩效有显著正向影响。因此,假设H10、H11得到验证。

(四) 伙伴选择、伙伴关系与联盟绩效的关系

1. 伙伴选择、伙伴关系与联盟绩效的关系

有关伙伴关系在伙伴选择与联盟绩效关系中的中介效应检验见表12。

表12 伙伴关系在伙伴选择与联盟绩效关系中的中介效应检验

自变量	引入伙伴关系前			引入伙伴关系后		
	标准系数	T	Sig	标准系数	T	Sig
PSF	0.548***	11.153	0.002	0.372***	6.453	0.003
PA				0.291***	5.968	0.002
Age	0.111*	8.347	0.097	0.018	1.733	0.256
Nature	0.012	5.660	0.455	0.109	3.560	0.455
Size	0.323	6.005	0.411	0.173	4.455	0.411
Type	0.117	3.491	0.140	0.028	1.902	0.140
Adjusted R ²	0.474			0.593		
F值	79.515			68.298		

由表12可知,伙伴选择的回归系数在伙伴关系引入前为0.548,当伙伴选择与伙伴关系同时作为自变量引入回归方程时,伙伴选择仍具有在 $p < 0.01$ 上显著性,但其回归系数从0.548下降至0.372,表明伙伴关系在两者作用关系中发挥了一定影响力。基于此,我们可进一步看出伙伴选择和伙伴关系共同作为自变量比伙伴选择单独作为自变量能更好地解释联盟绩效。此外,比较两次回归的调整R²,伙伴选择对联盟绩效在引入伙伴关系前,调整R²值为0.474,引入伙伴关系后,调整R²值为0.593,调整R²的增加表明伙伴关系的引入增强了解释力度。因此,伙伴关系在伙伴选择与联盟绩效关系中起到了中介作用,假设H14成立。

2. 伙伴选择、联盟信任与联盟绩效的关系

接下来,本研究将引入联盟信任进行中介效应的检验,具体见表13。

表13 联盟信任在伙伴选择与联盟绩效关系中的中介效应检验

自变量	引入联盟信任前			引入联盟信任后		
	标准系数	T	Sig	标准系数	T	Sig
EP	0.156**	2.921	0.029	0.095**	2.316	0.034
RCT	0.198**	2.348	0.020	0.146**	1.995	0.042
EC	0.296***	3.724	0.001	0.230**	2.837	0.017
AT				0.391***	5.642	0.008
Age	0.112*	3.770	0.052	0.022	2.998	0.232
Nature	0.209	2.191	0.198	0.025	1.120	0.257
Size	0.339	2.003	0.100	0.128	1.009	0.154
Type	0.340	1.982	0.098	0.126	1.562	0.100
Adjusted R ²	0.489			0.596		
F值	69.051			80.499		

由表13可知,伙伴选择各维度的回归系数在联盟信任引入前分别为0.156、0.198、0.296,当伙伴选择各维度与联盟信任同时作为自变量引入回归方程后,回归系数分别为0.095、0.146、0.230,与原来的回归系数相比减少了。表明联盟信任在此模型中发挥了一定影响力。此外,比较两次回归的调整R²,伙伴选择各维度对联盟绩效在引入联盟信任前,调整R²值为0.489,引入联盟信任后,调整R²值为0.596,调整R²的增加表明联盟信任的引入增强了该模型的解释力度。综上,联盟信任在伙伴选择各维度与联盟绩效关系中均起到了部分中介作用,假设H12、H12a、H12b、H12c均成立。

3. 伙伴选择、知识信息共享与联盟绩效的关系

引入知识信息共享作为中介变量,进行中介效应检验。具体见表14。

由表14可知,伙伴选择各维度的回归系数在知识信息共享引入前分别为0.156、0.198、0.296,当伙伴选择各维度与知识信息共享同时作为自变量引入回归方程后,回归系数分别为

表14 知识信息共享在伙伴选择与联盟绩效关系中的中介效应检验

自变量	引入知识信息共享前			引入知识信息共享后		
	标准系数	T	Sig	标准系数	T	Sig
EP	0.156**	2.921	0.029	0.112**	2.817	0.030
RCT	0.198**	2.348	0.020	0.066	0.897	0.381
EC	0.296***	3.724	0.001	0.251***	3.043	0.009
KSI				0.312**	4.021	0.011
Age	0.112*	3.770	0.052	0.309*	2.463	0.062
Nature	0.209	2.191	0.198	0.175	1.684	0.145
Size	0.339	2.003	0.100	0.212	1.042	0.964
Type	0.340*	1.982	0.098	0.107*	2.548	0.094
Adjusted R ²	0.489			0.603		
F值	69.051			79.358		

0.112、0.066、0.251,与原来的回归系数相比减少了。表明知识信息共享在此模型中发挥了一定影响力。此外,比较两次回归的调整R²,伙伴选择各维度对联盟绩效在引入知识信息共享前,调整R²值为0.489,引入知识信息共享后,调整R²值为0.603,调整R²的增加表明知识信息共享的引入增强了该模型的解释力度。并且,当知识信息共享引入于资源技术互补对联盟绩效的关系模型中,Sig值由之前的显著变为不显著,表明知识信息共享在资源技术互补与联盟绩效关系中起完全中介作用。H13b成立。综上,知识信息共享在伙伴选择与联盟绩效关系中起到了中介作用,由此假设H13、H13a、H13c均成立。

五、研究结论与讨论

(一)研究结论

本研究探讨了“科技型小微企业联盟伙伴选择因素、伙伴关系与联盟绩效”三者间的关系,采用实证分析法,进行相关假设验证,研究结论为现阶段科技型小微企业联盟伙伴选择提供了理论依据。本研究运用了387家科技型小微企业321份层面数据,对所构建的中介效应模型进行了实证检验,主要得到四点结论:第一,联盟伙伴选择对联盟绩效有显著的影响作用;第二,伙伴关系在联盟伙伴选择与联盟绩效的关系中起到部分中介作用;第三,伙伴关系对联盟伙伴选择有显著的正向影响;第四,伙伴关系对联盟绩效有显著的正向影响。

以下对研究结论做进一步讨论。对于第一个结论,该结论表明联盟伙伴选择的企业声誉、资源技术互补和企业兼容性三个因素确实在联盟绩效提升过程中发挥着积极的影响作用。该结论与郭焱等(2014)的实证研究结果相一致。存在差异的是,本研究以科技型小微企业为研究样本,研究对象更为具体,结论更为深入。对于第二个结论,该研究结论证实伙伴关系作为联盟企业间的商业关系,在联盟伙伴选择与联盟绩效的关系中发挥着重要作用,即联盟伙伴选择的企业声誉、资源技术互补和企业兼容性三种因素可以增强伙伴关系,从而有效地促进联盟绩效的提升。已有文献中暂未涉及本条结论。对于第三个结论,该结论表明伙伴关系的增强需要小微企业选择正确的联盟伙伴,从而通过企业声誉、资源技术互补和企业兼容性三个因素增强伙伴关系,具体表现在联盟信任及知识信息共享两个方面。对于第四个结论,该结论表明伙伴关系是提高联盟绩效的重要途径。这一结论与Lavie等(2012)的结论相一致。

本研究聚焦于科技型小微企业探讨联盟伙伴选择因素对联盟绩效的影响机制,研究为现阶段科技型小微企业管理实践提供了理论依据。具体来说,本研究的研究范畴和结论内涵有一大特征,那就是本研究结论立足中国科技型小微企业,可以通过企业声誉、资源技术互补和企业兼容性的联盟伙伴选择因素增强伙伴关系,借助伙伴关系促进联盟绩效的提升,结论具有针

对性。一般情况下,科技型小微企业的经营与发展有其自身的特点,如技术开发力薄弱和产品及市场集中度小,本研究适用于现阶段科技型小微企业,并不能说明非科技型小微企业伙伴关系选择因素通过伙伴关系中介作用影响于联盟绩效,并不能解释发达国家小微企业的状况。

(二)理论意义

本研究的理论意义主要体现在两个方面。一方面,构建了联盟伙伴选择、伙伴关系、联盟绩效三者的关系框架模型。通过探讨联盟伙伴选择、伙伴关系、联盟绩效等影响因素,归纳出联盟伙伴选择的影响因素包括企业声誉、资源技术互补、企业兼容性;联盟伙伴关系观测维度包括联盟信任、知识信息共享,并构建出三者的模型框架,进一步分析以联盟伙伴关系为中介变量的伙伴选择与联盟绩效的影响机制,进而提出相关假设。另一方面,验证丰富了理论模型和关系假设。基于实证调研,问卷数据收集,对科技型小微企业伙伴选择与绩效的影响借助SPSS、LISREL等分析工具,进行模型假设验证,丰富了当前对战略联盟及小微企业发展的理论研究。

(三)管理启示

本研究对科技型小微企业在日后的经营发展有五方面的启示。第一,提升企业声誉,增强联盟稳定。良好的声誉是企业所拥有的独特资源,它能在企业经营的各个方面提升企业的竞争力。在科技型小微企业联盟组建过程中,伙伴双方企业声誉越好,联盟绩效就越高,企业维系和提升自身声誉不仅可以增强现有联盟结构的稳定,而且可以寻求更好的联盟机会,一举两得。第二,重视资源共享,缩减技术壁垒。对于科技型小微企业来说,联盟构建通常以合作形式进行技术创新开发,通过技术专利等核心资源要素的共享,充分利用技术的融通性和延展性,由于资源累积效应的存在,联盟可使得企业处于相对优势地位,促使科技型企业资源技术的有效整合,缩减了企业自身由于技术势差而产生的壁垒。因此,科技型小微企业应重视在联盟合作中的资源共享,逐步缩小企业间技术水平差。第三,健全伙伴选择机制,制定伙伴评价指标。制定合理的伙伴选择评价指标是促进联盟逐步完善至成功的有效动力机制,可以促使科技型小微企业联盟顺利实施。第四,加强伙伴信息沟通,提高联盟信任水平。及时有效的沟通是确保联盟顺利实施的关键。企业高层管理者在制定策略、管理执行、整体把控过程中也应及时与联盟成员沟通,保持信息渠道畅通。第五,建立动态联盟绩效评估体制,提升联盟发展。企业联盟最主要的冲突大多是由联盟绩效引起的,合理绩效评估的关键在于依据联盟当前实施情况动态调整并实现联盟伙伴预期目标。首先,依据伙伴选择的标准对绩效实行预评价,根据联盟绩效实际情况与预评价的差异对联盟伙伴实施动态调整,确定相关影响因素,不符合评价标准的各项指标作为不确定因子剔除。同时,科技型小微企业需注意在联盟绩效评价指标中,既要有联盟绩效的硬指标,也不能忽视软指标的衡量。最后,不能忽视了对联盟绩效评估机制的科学性、合理性做实时动态调整,包括联盟个体合理评估机制、风险收益匹配机制及结构利益最大化机制等。

(四)研究局限与未来展望

本研究尽管在一定程度上丰富了现有文献,但不可避免存在一定的局限性。首先,关于联盟伙伴关系的研究,本研究仅选取联盟信任、知识信息共享两个观测变量,这也是当前以联盟为主体的组织形式进行研究的主要方向之一。伙伴关系是建立在联盟伙伴选择基础上的,是伙伴间的二次选择与动态调整。可以说,伙伴关系管理直接影响到联盟后续发展,关系到联盟绩效的提升。因此,伙伴关系研究不应仅仅局限于对现有联盟领域的讨论,还应综合分析联盟环境的各种不确定因素,使之更具有实践意义。因此,后续研究中应进一步探讨联盟环境因素在该模型中发挥的作用。其次,由于本研究在实证研究中所选择的样本量有限,对各项指标的测量并不充分,同时在问卷题项设计上,各项指标细化程度不一,相应的统计结果较实际而言存

在一定程度上分歧。因此,在后续的研究中,需要进一步扩大样本采集范围,将各项题项逐步细化,综合分析定夺,不断完善,逐步提高各题项信效度。最后,本研究主要将行业类型作为控制变量,暂未考虑其他变量,但例如组织层面上的企业性质、组织文化等潜在变量都会间接影响联盟伙伴选择及伙伴关系。

主要参考文献

- [1]曹兴,龙凤珍.技术联盟伙伴选择因素与联盟绩效的关系研究[J].软科学,2013,(6):53-58.
- [2]符加林.声誉效应对联盟伙伴道德风险行为约束的博弈分析[J].华东经济管理,2010,(4):153-155.
- [3]高艳慧,万迪昉,郭海星.基于监管、学习和声誉的联盟稳定性:实验研究[J].管理学报,2012,(8):1154-1161.
- [4]郭淼,刘月荣,郭彬.战略联盟中伙伴选择、伙伴关系对联盟绩效的影响[J].科技进步与对策,2014,(5):25-29.
- [5]李健,金占明.战略联盟伙伴选择、竞合关系与联盟绩效研究[J].科学学与科学技术管理,2007,(11):161-166.
- [6]林艺馨,荷世平,吴学良.研发联盟治理结构的成因及绩效分析[J].东南大学学报,2012,(3):360-366.
- [7]刘克寅,汤临佳.基于异质性要素匹配的企业合作创新作用机理研究[J].科技管理研究,2016,(7):11-18.
- [8]刘礼花,张建琦.合伙人特征对科技型小微企业创新能力的影响——来自珠三角科技型小微企业的数据[J].科技进步与对策,2015,(6):110-114.
- [9]宋铁波,钟槟.跨区域战略联盟绩效关系研究[J].科学学与科学技术管理,2013,(3):42-50.
- [10]杨东奇,张春宁,徐影,等.企业研发联盟伙伴选择影响因素及其对联盟绩效的作用分析[J].中国科技论坛,2012,(5):116-122.
- [11]杨锐,夏彬.网络关系构建及其对企业成长绩效影响研究[J].科研管理,2016,(5):103-111.
- [12]喻金田,胡春华.技术联盟协同创新的合作伙伴选择研究[J].科学管理研究,2015,(1):13-16.
- [13]Anderson J C, Narus J A. Partnering as a focused market strategy[J]. California Management Review, 1991, 33(3): 95-113.
- [14]Burchell B, Wilkinson F. Trust, business relationships and the contractual environment[J]. Cambridge Journal of Economics, 1997, 21(2): 217-237.
- [15]Capaldo A, Petruzzelli A M. Partner geographic and organizational proximity and the innovative performance of knowledge-creating alliances[J]. European Management Review, 2014, 11(1): 63-84.
- [16]Cholakova M. Comment on “alliance governance and performance in SMEs: Matching relational and contractual governance with alliance goals” by Pittino and Mazzurana (2012)[J]. Entrepreneurship Research Journal, 2013, 3(1): 130-133.
- [17]Claycomb C, Frankwick G L. A contingency perspective of communication, conflict resolution and buyer search effort in buyer-supplier relationships[J]. Journal of Supply Chain Management, 2004, 40(1): 18-34.
- [18]Das T K, Teng B S. Instabilities of strategic alliances: An internal tensions perspective[J]. Organization Science, 2000, 11(1): 77-101.
- [19]Drewniak R. The role of the due diligence process in the selection of partner companies in a strategic alliance[J]. Studia I Materiały Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Wiedza, 2013,(67): 5-17.
- [20]Doloi H. Relational partnerships: The importance of communication, trust and confidence and joint risk management in achieving project success[J]. Construction Management and Economics, 2009, 27(11): 1099-1109.
- [21]Fama E F. Agency problems and the theory of the firm[J]. Journal of Political Economy, 1980, 88(2): 288-307.
- [22]Geringer J M. Strategic determinants of partner selection criteria in international joint ventures[J]. Journal of International Business Studies, 1991, 22(1): 41-62.
- [23]Gulati R. Does familiarity breed trust? The implications of repeated ties for contractual choice in alliances[J]. Academy of Management Journal, 1995, 38(1): 85-112.
- [24]Hudlund G. A model of knowledge management and the N-form corporation[J]. Strategic Management Journal, 1994, 15(S2): 73-90.
- [25]Inkpen A C, Currall S C. The coevolution of trust, control, and learning in joint ventures[J]. Organization Science, 2004, 15(5): 586-599.

- [26]Killing J P. How to make a global joint venture work[J]. Harvard Business Review, 1982, 60(3): 120–127.
- [27]Krishnan R, Martin X, Noorderhaven N G. When does trust matter to alliance performance[J]. Academy of Management Journal, 2006, 49(5): 894–917.
- [28]Lau H C W, Wong E T T. Partner selection and information infrastructure of a virtual enterprise network[J]. International Journal of Computer Integrated Manufacturing, 2001, 14(2): 186–193.
- [29]Lavie D, Haunschild P R, Khanna P. Organizational differences, relational mechanisms, and alliance performance[J]. Strategic Management Journal, 2012, 33(13): 1453–1479.
- [30]Lin Z A, Yang H B, Arya B. Alliance partners and firm performance: Resource complementarity and status association[J]. Strategic Management Journal, 2009, 30(9): 921–940.
- [31]Lyles M A, Salk J E. Knowledge acquisition from foreign parents in international joint ventures: An empirical examination in the Hungarian context[J]. Journal of International Business Studies, 2007, 38(1): 3–18.
- [32]Morgan R M, Hunt S D. The commitment-trust theory of relationship marketing[J]. Journal of Marketing, 1994, 58(3): 20–38.
- [33]Nonaka I. A dynamic theory of organizational knowledge creation[J]. Organization Science, 1994, 5(1): 14–37.
- [34]Parkhe A. Strategic alliance structuring: A game theoretic and transaction cost examination of interfirm cooperation[J]. Academy of Management Journal, 1993, 36(4): 794–829.
- [35]Quintas P, Lefrere P, Jones G. Knowledge management: A strategic agenda[J]. Long Range Planning, 1997, 30(3): 385–391.
- [36]Van Beers C, Zand F. R&D cooperation, partner diversity, and innovation performance: an empirical analysis[J]. Journal of Product Innovation Management, 2014, 31(2): 292–312.
- [37]Zollo M, Reuer J J, Singh H. Interorganizational routines and performance in strategic alliances[J]. Organization Science, 2002, 13(6): 701–713.

Alliance Partner Selection, Partnership and Alliance Performance: An Empirical Study Based on Technology-based Small Micro Enterprises

Wu Songqiang^{1,2}, Cao Liu¹, Wang Lu¹

(1. *School of Economics & Management, Nanjing Technology University, Nanjing 211816, China*;
2. *School of Management, Nanjing University, Nanjing 211102, China*)

Abstract: With the rapid development of Chinese economy, strategic alliances based on information sharing and cooperation attract an attention by more and more technology-based small micro enterprises, which is usually adopted in the competitive environment of small business. Based on literature review, questionnaire survey and empirical analysis, this paper attempts to probe the influence of alliance partner selection factors on alliance performance, especially the mediating role of partnership in the relationship between alliance partner selection factors and alliance performance. The results show that alliance partner selection factors are positively related to alliance performance, partnership has a significant positive effect on alliance performance, and partnership plays a partial mediating role in the relationship between alliance partner selection factors and alliance performance. It shows that small and micro enterprises in the choice of the way of alliance development, attach great importance to three characteristics, namely enterprise reputation, resources complementarity and enterprise compatibility. At the same time, small and micro enterprises should strengthen the communication information and

improve the level of alliance trust to promote the harmonious and stable development of the alliance. It proves the effect mechanism of alliance partner selection on alliance performance through empirical study. It not only extends the theoretical basis of alliance formation of technology-based small and micro enterprises, but also has important practical significance to alliance partner selection.

Key words: technology-based small micro enterprises; partner selection factor; partnership; alliances performance

扫描微信二维码,可观看作者对本文的视频讲解:



(责任编辑: 子文)

(上接第16页)

Abstract: Spurious competitiveness firms usually denote the companies which deviate from fairness, integrity, responsibility and the law (non-efficiency and non-innovation), and excessively rely on external conditions and resources to seek temporary benefits. At present, spurious competitiveness issue has made a lot of Chinese companies get into trouble. However, at the meantime, domestic and overseas research on spurious competitiveness is almost blank. Firstly, this paper introduces the concept connotation and essential characteristics of spurious competitiveness. Secondly, it analyzes its formation and adverse consequences. Finally, it discusses the governance mechanism and transformation strategy for spurious competitiveness. The essence of enterprise competitiveness should be the capabilities to create more value for consumers through innovation promotion and efficiency improvement under the premise of credit. Only through transformation and upgrading to achieve genuine competitiveness resulting from genetic reengineering, these spurious competitiveness companies can survive and obtain sustainable development in the future in current highly complex and turbulent market environment. It makes great contributions to the promotion of deep understanding of spurious competitiveness companies, and makes potential research directions to provide reference for follow-up research and governance transformation practice of spurious competitiveness companies.

Key words: spurious competitiveness; genuine competitiveness; human efficiency; governance mechanism; transformation strategy

扫描微信二维码,可观看作者对本文的视频讲解:



(责任编辑: 子文)