

Doi:10.11835/j.issn.1008-5831.jg.2018.09.006

欢迎按以下格式引用:刘芳,朱桦,汪国银.企业社会资本、市场信息处理与企业包容性创新[J].重庆大学学报(社会科学版),2019(6):61-70.Doi:10.11835/j.issn.1008-5831.jg.2018.09.006.

Citation Format: LIU Fang,ZHU Hua,WANG Guoyin. Corporate social capital, market information processing and firm's inclusive innovation [J].Journal of Chongqing University(Social Science Edition),2019(6):61-70.Doi:10.11835/j.issn.1008-5831.jg.2018.09.006.

企业社会资本、市场信息 处理与企业包容性创新

刘芳,朱桦,汪国银

(安徽工业大学 商学院,安徽 马鞍山 243002)

摘要:文章运用社会资本理论,以市场信息处理为中介变量、企业志愿服务为调节变量,构建了企业社会资本与企业包容性创新关系的研究模型。运用 spss17.0 和 lisrel8.70 对 171 份有效问卷的数据进行分析,结果显示:企业社会资本对企业包容性创新具有显著正向影响;市场信息处理在企业社会资本对企业包容性创新的影响中起部分中介作用;企业志愿服务对市场信息处理与企业包容性创新具有增强的调节作用。这对企业通过强化志愿服务、合理运用市场信息处理能力来促进企业社会资本对企业包容性创新的影响具有现实指导意义。

关键词:企业包容性创新;企业社会资本;市场信息处理;企业志愿服务

中图分类号:F270 **文献标志码:**A **文章编号:**1008-5831(2019)06-0061-10

一、问题提出

2017年1月,国家统计局公布2016年中国基尼系数为0.465,连续六年超过0.4,贫富差距接近于悬殊。习近平总书记提出的“必须让人民群众共享发展成果”就是要减少贫富差异,着力解决好发展不平衡不充分问题,大力提升发展质量和效益,进而实现社会的和谐发展。作为经济发展的主

修回日期:2018-06-22

基金项目:科技创新战略与软科学研究自选研究项目“安徽省企业包容性创新选择及实施保障研究”(1706a02020019);安徽省高等学校人文社会科学重点研究基地项目“企业家社会网络对战略决策质量的影响:基于认知视角的研究”(SK2014A032);安徽省高校人文社会科学研究重大项目“企业志愿服务对企业包容性创新影响的机理研究”(SK2016SD12);安徽工业大学研究生创新研究基金项目“企业志愿服务与包容性创新的关系研究”(2016122)

作者简介:刘芳(1966—),女,安徽马鞍山人,安徽工业大学商学院教授,硕士研究生导师,主要从事人力资源管理、运营管理研究;汪国银(1972—),男,安徽南陵人,安徽工业大学商学院副教授,管理学博士,主要从事组织行为与战略管理研究。

通信作者:朱桦(1994—),女,安徽马鞍山人,安徽工业大学商学院硕士研究生,主要从事人力资源管理研究,Email:zh2644140185@qq.com。

体,企业如何在发展中让人们,尤其是金字塔底层(Bottom of the Pyramid,简称BOP)^[1]的人们共享经济发展成果?这是每一个有社会责任感的企业都需要积极思考和探索的问题。

事实上,在新时代,企业在与BOP群体共享发展成果的同时,还能挖掘出巨大的商业潜能^[1-2]。创新是企业发展的源动力,针对社会金字塔底层群体的创新——包容性创新更在企业开拓BOP市场、提高BOP群体生活质量上起着积极作用^[3]。包容性创新不仅将BOP群体视为创新的接受者,而且还将其视为创新合作伙伴^[4],帮助BOP群体平等地参与经济活动^[5]。可见,研究如何推进企业包容性创新具有重要意义。

现在大多数研究表明企业社会资本的主要功能之一是获取信息和资源,进而促进企业的创新活动^[6-7],也有研究发现企业社会资本对金字塔底层群体摆脱贫穷、提升生活质量具有重大影响^[8-9]。此外,还有学者研究表明企业志愿服务对社会弱势群体提供直接的帮扶如捐赠,有助于提升BOP群体的技能^[10]。包容性创新就是强调在创造财富的同时为穷人提供平等参与市场机会进而缓解贫穷^[11],那么,企业社会资本和志愿服务在包容性创新的形成过程中是否也会起到某种作用呢?现有文献缺乏这方面的研究。本文对上述问题进行实证研究,探析企业社会资本、市场信息处理、企业志愿服务对企业包容性创新的作用和影响机理,切实找出一条“让人民群众共享发展成果”,让人民群众过上美好生活的现实路径,提高人民群众特别是BOP群体的认同感、参与感和获得感。

二、文献回顾与研究假设

(一) 企业社会资本对包容性创新的影响

包容性创新由包容性增长、包容性发展演变而来,是指利用科学、技术和创新诀窍来满足BOP群体需求并增加其收入,以此推进社会包容性发展^[12-13]。作为一种多元价值创造的全新创新形态,它强调在创造财富时为穷人提供平等参与市场的机会进而缓解贫穷问题^[11]。包容性创新不仅让BOP群体享受到创新成果,更要帮助他们参与创新过程,推动并实施创新活动^[14]。企业社会资本是实际或潜在资源的集合体,是企业与外部市场之间存在的一种普遍联系。早前就有学者关注社会资本对弱势群体摆脱贫困具有重要影响^[8-9]。赵武等提出科学、技术、商业和创新诀窍对企业从事包容性创新具有重大作用,而企业社会资本有利于企业获取这些资源^[15]。因此,社会资本对金字塔底层和包容性创新发挥着重大作用^[4]。具体可从三个方面——结构维度、关系维度和认知维度来阐述^[16]。

首先,就企业社会资本结构维度而言,企业与BOP群体之间建立一种社会网络关系,二者共同处于该网络中,双方进行深入接触和沟通后,企业社会资本能够产生丰富的信息流和商业机会,为企业的经营活动提供支持和便利^[17]。其次,基于企业社会资本关系维度要素,有研究发现通过构建企业与BOP群体之间的相互信任感和认同感,不仅会影响BOP群体交换和整合知识的能力,而且还能创造互惠期望,这种期望使得BOP群体的能力在更广泛的空间里扩散。BOP群体不仅仅是价值链中的“消费者”或“购买者”,而且是企业创造全新业务的“合作伙伴”,通过合作能够产生有益的价值,实现共赢^[18]。最后,基于企业社会资本的认知角度,相关学者认为,如果企业全面了解和认识BOP群体,站在BOP群体的角度多考虑他们的需求,并将为其服务的理念融入企业愿景中,企业包容性创新必然会得到充分的支持和投入。否则,贸然进入BOP市场可能会使BOP群体的家庭财务更加脆弱。因为如果仅仅是为了创造经济价值而破坏了当地的自然环境、文化习俗与社会生态

的创新均不是真正的包容性创新,均不利于 BOP 群体、社区与企业自身的长远利益^[5]。所以包容性创新需要建立在企业社会资本所包含的共同的愿景、语言和价值观等基础之上,要求企业构建本地化能力,整合当地资源进行包容性创新^[19]。

因此,综上所述,提出以下假设。

H1:企业社会资本对包容性创新具有正向影响。

(二) 市场信息处理的中介作用

市场信息处理就是指对相关产品、顾客与竞争者等知识与信息的获取,以及在制定相关决策时的运用^[20]。结构性社会资本的作用首先体现在企业各种社会网络连接具有的好处,即获取关键资源渠道(Acess)的好处。拥有关键信息渠道的行动者往往比缺乏者拥有更多的信息、资源与权力,以及信息分析能力,而那些占据在结构洞位置的企业主体更是如此^[17]。企业社会资本还通过信任、规范和义务等关系性嵌入影响市场信息处理的过程。各方关系信任度越高,越容易和愿意分享、交换彼此的信息^[21]。郭斌等提出研发部、市场部和制造部门之间的信任是影响跨部门交流的主要因素之一,从联系中获得信息的能力与关系中的相互信任成正比^[22]。同样企业社会资本也会通过组织的共同语言、愿景和共享故事等的认知嵌入来影响企业的知识整合能力^[23]。为此,企业需要与外部 BOP 市场中的非传统组织、机构与个体进行跨部门的交流合作,利用他们所掌握的可能实现包容性创新的知识信息、设备等社会资源,建立各种市场与非市场化的联系,创造出更多适用于 BOP 市场的新知识并进行整合,从而提升企业的市场信息处理能力。

建立高效的信息获取机制是实施包容性创新的必要前提。市场信息处理有利于细分市场。企业发现 BOP 群体的需求,有针对性地开发该市场,能够更好地发现金字塔底层市场中特有的信息、资源,获得有关 BOP 市场的真实状态并加以运用^[24],从而实现包容性创新。山寨手机的诞生就是通过有效的市场信息处理实现包容性创新的典型例子。随着生活水平的提高,手机作为高科技电子产品,已经从以前的奢侈品变成人们生活中的必需品,低收入群体也需要手机来实现基本通讯、网络社交、在线支付和娱乐等功能。山寨手机制造商深谙 BOP 市场的需求,精准匹配 BOP 市场的消费习惯和山寨手机的实惠实用性,利用企业独有的信息收集优势实现多要素协同开发出功能齐全且价格低廉的山寨手机,在满足低收入者需求的同时,企业也获得了可观的利润回报^[25]。因此,提出以下假设。

H2:市场信息处理在企业社会资本与包容性创新关系中起中介作用。

(三) 企业志愿服务对市场信息处理与包容性创新的调节作用

高效的市场信息有助于发现 BOP 群体的市场需求,但是如何将 BOP 市场的有效需求发展为一个包容性的商业创新方案,还需要克服许多障碍。针对 BOP 群体的企业志愿服务可以有效克服这些障碍,加强合作,提高 BOP 群体的可接受能力和可负担能力,促进包容性创新的形成。联合利华公司在印度销售香皂的案例印证了企业志愿服务能够促进企业的市场信息处理能力转化为包容性创新^①。^[2]反之,当企业没有实施企业志愿服务或者实施水平较低时,企业仅就获得的 BOP 市场的

①联合利华公司在拓展印度市场时,发现印度大多数底层人民由于不良的生活习惯导致了腹泻等疾病,造成每年都有大量人死亡。联合国相关研究发现只要饭前用肥皂洗手就能将与腹泻有关的死亡率降低 50%。为此,印度利华通过与当地教师及 NGO 展开合作,组织了大量的帮扶活动,包括赠送肥皂、教他们使用肥皂。一系列的志愿服务不仅帮助当地群众提高了生活质量,融洽了利华与社区的关系,还使联合利华更好地发现了当地群众的生活习惯。由于第一代产品易溶于水、使用寿命较短,为了降低当地居民的经济压力,增强他们的可负担性,利华加大产品创新改革的力度,有针对性地开发了新产品,由此打开了印度市场。

需求信息,不能开发出 BOP 群体可接受、可负担的商业方案,无法更深入地挖掘出 BOP 群体蕴含的巨大潜在财富能量,包容性创新无法实现。

一方面,包容性创新的模式之一就是 will BOP 群体生产劳动纳入企业价值链中,成为企业的合作者^[26]。当企业通过市场信息处理发现 BOP 群体的需求后,通过志愿服务为 BOP 群体带来专家和业务培训,通过广泛开展吸纳 BOP 群体融入价值链的项目或面向 BOP 群体提供更多的就业机会,使 BOP 群体真正参与到企业的包容性创新活动中来,成为企业的“合作者”^[5]。例如,横店草业提供志愿服务,为当地农民提供免费培训和指导,增强当地农户的技能,将底层人民纳入企业价值链中,让 BOP 群体成为企业价值实现过程中不可或缺的一部分^[26],底层群众获得收入,企业的价值链得到优化,实现了包容性创新。

另一方面,对于 BOP 群体来说,一个包容性创新方案必须是可接受和可负担的^[27]。企业提供志愿服务,可以增强 BOP 群体的可接受能力和可负担能力。其一,企业通过志愿服务能为 BOP 群体展示企业的产品与服务,普及新知识,当 BOP 群体遇到未知或难以解决的困境时,企业在第一时间为他们提供解决的建议和方法,增强 BOP 群体的可接受能力^[28]。长此以往,双方经过反复磨合与沟通,形成良好的反馈机制,从而更好地保障企业包容性创新活动的成功实施。其二,企业开展针对 BOP 群体的志愿服务,也能增强 BOP 群体的可负担性。企业在开展企业志愿服务的过程中,可为底层群众提供免费设计方案,更好地设计和完善产品分销渠道,联合金融机构提供信贷资金,联动政府牵线搭桥提供保证,建立企业与 BOP 群体之间的信任桥梁,解决企业包容性创新活动中的资金融通问题,提高 BOP 群体的可负担能力。

综上所述,提出假设 3。

H3:企业志愿服务能够正向调节市场信息处理与包容性创新的关系。企业志愿服务水平越高,市场信息处理能力与包容性创新关系越强;当企业缺乏志愿服务或者志愿服务水平较低时,企业市场信息处理能力与包容性创新关系相对较弱。

综上所述,提出本文的理论模型如图 1。

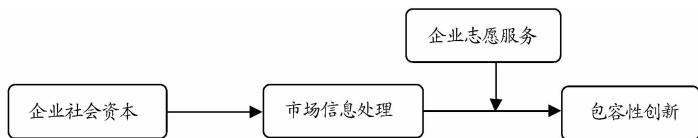


图 1 理论模型

三、研究设计

(一) 研究样本与数据来源

本文采取问卷调查的方式,进行现场和在线两种途径进行数据收集。2016年5月,我们赴中国企业培训与发展年会现场,对参加会议的人员进行现场发放、当场辅导填写问卷,现场回收问卷 138 份;我们在现场还摆放了一个二维码请参会人员扫码,我们还将此二维码进行扩散,共收到网上问卷 116 份。此次调研共收回 254 份调查问卷,剔除填写不完整和明显不符合要求的问卷,得到有效问卷 171 份,有效率达到 67.32%,有效样本构成情况如表 1。

表1 有效样本分布情况统计(N=171)

名称	类别	数量	百分比	名称	类别	数量	百分比
员工数量	50人以下	8	4.68%	发展阶段	初创期	11	6.43%
	50~199人	18	10.53%		步入正轨,初显成效	25	14.62%
	200~499人	13	7.60%		高速发展期	54	31.58%
	500~999人	18	10.53%		成熟稳定期	66	38.60%
	1000~2 999人	11	6.43%		寻求生态圈实现可持续发展	15	8.77%
	3 000~9 999人	38	22.22%	所处行业市场	充分竞争市场	125	73.10%
	10 000人及以上	65	38.01%		垄断市场	31	18.13%
行业规模	大型企业	96	56.14%		寡头垄断	14	8.19%
	中型企业	53	30.99%		完全垄断	1	0.58%
	小型企业	15	8.77%				
	微型企业	7	4.10%				

如上表所示,此次问卷调查的对象大部分是中大型企业(87.13%),员工数量3 000人以上的有60.23%,且大多数企业处于高速发展期和成熟稳定期(分别为31.58%和38.60%),所处行业市场大多处于充分竞争市场(73.10%),只有极少数企业是完全垄断企业(0.58%)。这说明,实力雄厚且规模较大的企业更有可能在完全竞争的环境中开辟新市场并扩大其业务范围。BOP市场作为一个全新的市场,很可能成为他们的目标市场。

(二) 变量测量

在本文中,企业社会资本的测量是基于Tsai和Ghoshal^[29]量表中的10个条目,包括结构性、关系性、认知性三个维度;市场信息处理的测量是基于Song和Tang^[30]开发的量表,包括6个题项;企业志愿服务的测量是采用王忠平、史常亮^[31]开发的量表,包括5个题项;包容性创新的测量是采用刘芳等^[32]开发的量表。

所有条目均采用Likert 5点量表法计分,分为“非常同意”“同意”“不确定”“不同意”“非常不同意”五种回答,并赋予分值“5、4、3、2、1”。

四、统计分析

(一) 验证性因子分析

本研究通过分析变量的Cronbach's α 系数和验证性因子分析(CFA)检验了研究测量的可靠性、收敛效度和判别效度。检验结果显示(表2),每个研究变量的Cronbach's α 都大于0.7,表明它们的内部一致性是可接受的。基于CFA模型计算出的组合信度(CR)均大于0.8,从整体看,本研究中的结构方程式模型信度较为良好。验证性因子分析的拟合指数较为良好($X^2/df=2.65$, CFI=0.91, IFI=0.91, NFI=0.87, NNFI=0.91, RMSEA=0.098)。综合来看,本研究中所使用的量表具有良好的收敛效度。由表2可看出四因子模型拟合优度明显高于其他模型,说明本文模型所使用的量表的区分效度较为良好。同源方差是由于测量中使用了同一方法而导致的系统性偏差。虽然可以采用题项意义隐匿法使模棱两可的问题最少化从而降低同源方差问题,但是所有题项都是由同一主体报告完成,还是很有可能存在同源方差问题。根据相关学者^[33-34]的经验,可以采用两种方法检

验同源方差问题:其一,用验证性因子分析对所有变量进行 Harman 单因素分析,如果同源方差大量存在,则可能存在一个因子解释大部分变异的情况。表 2 中 Harman 单因子模型拟合程度没有达到可接受标准($CFI=0.85<0.9$, $X^2/df=3.50>3$, $RMSEA=0.203>0.08$)。其二,由于 Harman 单因子分析是一种不敏感的验证方法,除非同源方差大量存在,否则不会出现一个公因子解释大部分变异的情况。如果同源方差严重,验证性因子分析的结果很可能出现有共同方法变异的因子拟合优度高于无共同方法变异的因子模型。表 2 中的四因子结构模型(M5)显著优于其他竞争模型,并且所有拟合指标均达到理想程度($X^2=1379.09$, $P<0.001$, $CFI=0.91>0.9$, $X^2/df=2.65<3$, $RMSEA=0.098<0.10$),证明同源方差问题不严重。

表 2 验证性因子分析

模型	X^2	X^2/df	NNFI	NFI	IFI	CFI	RMSEA
四因子模型 SC、MI、CV、II	1 379.09	2.65	0.91	0.87	0.91	0.91	0.098
三因子模型 SC、MI+CV、II	1 944.77	3.71	0.87	0.83	0.88	0.88	0.126
三因子模型 SC+MI、CV、II	1 852.30	3.53	0.87	0.83	0.88	0.88	0.122
三因子模型 SC+CV、MI、II	1 810.52	3.46	0.87	0.84	0.88	0.88	0.120
二因子模型 SC+MI+CV、II	2 257.26	4.29	0.84	0.8	0.85	0.85	0.139
单因子模型 SC+MI+CV+II	4 221.58	8.01	0.72	0.71	0.74	0.71	0.203

注:SC 表示企业社会资本;MI 表示市场信息处理;CV 表示企业志愿服务;II 表示包容性创新;“+”

表示两个因子合并为一个变量

(二) 描述与相关分析

变量相关性显示(表 3),各变量间的相关系数在 0.328~0.503 之间,所有变量均值大于 3(5 级评分),水平较高。由表 3 可以看出企业社会资本对包容性创新是正相关($r=0.503$, $p<0.01$),初步验证了假设 H1。企业社会资本对市场信息处理正相关($r=0.409$, $p<0.01$),市场信息处理对包容性创新也是正相关($r=0.328$, $p<0.01$),初步验证了市场信息处理的中介作用。

表 3 变量相关性关系表

变量	均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7	8
1.员工数量	5.19	1.90								
2.行业规模	1.60	0.82	-0.683**							
3.发展阶段	3.27	1.00	0.448**	-0.477**						
4.所处行业市场	1.36	0.67	0.122	-0.104	0.038					
5.企业社会资本	3.97	0.66	0.005	-0.065	-0.015	0.008	(0.92)			
6.市场信息处理	4.17	0.65	0.034	-0.067	-0.023	-0.022	0.409**	(0.87)		
7.企业志愿服务	3.78	0.82	0.008	-0.090	0.033	0.124	0.492**	0.331**	(0.87)	
8.包容性创新	3.53	0.67	-0.073	-0.058	-0.105	0.042	0.503**	0.328**	0.376**	(0.88)

注:**在 0.01 水平(双侧)上显著相关,*在 0.05 水平(双侧)上显著相关。对角线为 Cronbach's α 值

(三) 假设检验

根据表 4, M2 表明企业社会资本(SC)对包容性创新(II)有显著的正向影响($\beta=0.490$, $p<0.01$),假设 H1 得到支持;根据 M7 可知,企业社会资本(SC)对市场信息处理(MI)有显著正向影响($\beta=0.405$, $p<0.01$);由 M3 可知,市场信息处理(MI)对包容性创新(II)具有显著正向影响($\beta=0.319$, $p<0.01$)。在 M2 的基础上,将 MI 引入回归方程,MI 回归系数显著($\beta=0.144$, $p<0.01$),SC 回归系数显著($\beta=0.431$,

$p < 0.01$)。 $\Delta R^2 = 0.299$, $\Delta F = 4.08$, $p < 0.05$, 说明 MI 在 SC 和 II 之间起部分中介作用, 假设 H2 得到验证。为了检验企业志愿服务(CV)对 MI 和 II 的边界调节作用, 对每个变量进行中心化处理, 在 M5 的基础上将 MI * CV 引入回归方程(M6), MI * CV 回归系数显著($\beta = 0.125$, $p < 0.05$), 且 $\Delta R^2 = 0.015$, $\Delta F = 3.191$, $p < 0.05$, CV 对 MI 和 II 起正向调节作用, 假设 H3 得到验证。根据 Cohen 等的建议, 按照 CV 平均值 \pm 一个标准差对数据进行分组, 绘制 CV 不同质量下 MI 对 II 影响的差异, 如图 2 所示。从图中可以看出, 当 CV 越高时, MI 对 II 的影响越明显。

表 4 回归分析表

变量	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	
因变量		包容性创新						市场信息处理
步骤 1: 控制变量								
员工数量	-0.183 *	-0.152	-0.182	-0.155 *	-0.150	-0.130	0.022	
行业规模	-0.246 **	-0.182 *	-0.212 **	-0.174 *	-0.178 *	-0.171 *	-0.053	
发展阶段	0.142	-0.117	-0.119	-0.110	-0.128	-0.125	-0.051	
所处行业市场	0.044	0.042	0.053	0.046	0.015	0.013	-0.032	
自变量								
企业社会资本		0.490 **		0.431 **			0.405 **	
步骤 2: 中介效应								
市场信息处理			0.319 **	0.144 **	0.223 **	0.222 **		
步骤 3: 调节效应								
企业志愿服务					0.290 **	0.309 **		
市场信息处理 * 企业志愿服务						0.125 **		
R^2	0.044	0.282	0.145	0.299	0.217	0.233	0.172	
ΔR^2	0.044	0.238 **	0.101 **	0.017 *	0.072 **	0.015 *	0.163 **	
ΔF	1.9240	54.591 **	19.441 **	4.08 *	15.184 **	3.191 *	32.446 **	

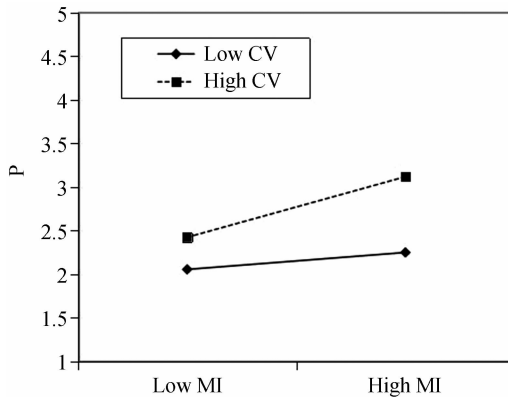


图 2 CV 的调节效应

五、结论与建议

首先, 本文通过对企业社会资本、市场信息处理能力、企业志愿服务与包容性创新的关系梳理, 构建了企业社会资本影响包容性创新的理论模型, 并通过实证方法进行检验, 定量地论证了企业社

会资本对包容性创新具有显著正向影响,为现有的观点提供了经验证据^[35],深化了已有的研究。其次,本研究揭示了企业社会资本对包容性创新的影响路径,验证了企业市场信息处理能力的重要中介作用^[36-37]。研究发现,企业社会资本通过市场信息处理对包容性创新产生积极影响。最后,本文提出企业志愿服务在包容性创新形成过程中发挥作用的一种新观点并进行了验证,给出了市场信息活动影响包容性创新的理论边界。在本研究中,企业掌握了BOP的需求信息之后,借助志愿服务展示企业的产品与服务,促进BOP群体的真实需求转化为具有针对性的商业方案,从而开发出底层市场,让BOP群体成为企业价值链的重要组成部分,实现包容性创新。企业志愿服务作为情景变量,决定了将BOP市场需求转化为包容性创新的可能性。针对上述结论,提出以下建议。

(一) 建立与BOP群体的联系

企业进行包容性创新,不仅是把BOP群体当作“消费者”的角色,还要把他们纳入整个创新体系中。企业应当招募一些理解BOP市场与贫困地区的当地员工,为企业与BOP群体之间搭建沟通与联系的平台,同时应当从企业内部各部门中挑选出优秀员工组建调研小组,专门下到一线底层去和BOP群体进行交流,实实在在地了解他们的需求,确定BOP群体最需求产品的定位方向与基本特征,有针对性地开发底层市场,打破惯性思维,加强双方的认知和共识,从而扩大市场规模,更好推动BOP群体的全面发展和社会全面进步。

(二) 提升企业市场信息处理能力

本文经过论证发现通过获取和利用BOP群体的市场信息和竞争者相关的信息对包容性创新具有正向影响。企业可以通过增强个体与组织以及组织与BOP群体的交流与互动,促进企业内外部双向循环的学习过程,共享BOP市场信息,提高企业的BOP市场信息处理能力。并结合企业自身文化的特质,重视对员工亲社会动机的激发,即让员工了解其服务对象的特点以及其工作本身对于帮助他人的意义,以此来营造具有强有力的支持性的文化氛围,坚持新发展理念,深度挖掘BOP市场环境的快速变化,抓住每一个可能的商机,最大化地为实现企业包容性创新提供便利。

(三) 积极开展与BOP群体相关的志愿服务

针对BOP群体开展的志愿服务不仅是授之以鱼,更要授之以渔。企业应当响应国家坚决打赢脱贫攻坚战的号召,承担应有的企业社会责任帮助BOP群体脱贫,为实现中华民族伟大复兴贡献一份力量。因此,企业应多鼓励和支持员工参加志愿服务活动,特别是对BOP群体的志愿服务活动,充分利用各种方式来提升员工对贫困地区进行志愿服务意义的感知,在企业内部打造出良好的志愿服务氛围,促进和激励员工积极投身到更多更有意义的志愿活动中去。

六、研究局限与不足

由于时间和经费等原因,本研究存在以下不足:首先,目前对包容性创新的研究还处于理论构建阶段,学术界还未开发出关于包容性创新的成熟量表,本文选取的包容性创新量表还未得到广泛使用,可能影响数据结果的真实反映能力。其次,包容性创新作为一个全新的创新研究分支,包含的内容复杂,大样本的结构化问卷调查可能会遗漏很多信息,未来研究可以考虑使用扎根理论和案例研究等方式来挖掘包容性创新的新内涵。最后,本研究采用横截面数据进行研究,未能反映企业社会资本对包容性创新影响的动态过程,未来研究中可以尝试使用时序数据进行研究,通过深度跟踪企业包容性创新的进程,获取不同时段的数据样本进行研究。

参考文献:

- [1] PRAHALAD C K, HART S L. The fortune at the bottom of the pyramid[J]. *Strategy & Business*, 2002, 26: 54-67.
- [2] PRAHALAD C K. The fortune at the bottom of the pyramid: Eradicating poverty through profit[J]. *Revista Eletrônica De Estratégia E Negócios*, 2010, 1(2): 85-100.
- [3] 王丽平, 胡雪洁. BOP 市场的价值开发与实现路径研究[J]. *华东经济管理*, 2014, 28(5): 171-176.
- [4] ANSARI S, MUNIR K, GREGG T. Impact at the 'Bottom of the Pyramid': The role of social capital in capability development and community empowerment[J]. *Journal of Management Studies*, 2012, 49(4): 813-842.
- [5] 邢小强, 周江华, 仝允桓. 包容性创新: 概念、特征与关键成功因素[J]. *科学学研究*, 2013, 31(6): 923-931.
- [6] 林筠, 刘伟, 李随成. 企业社会资本对技术创新能力影响的实证研究[J]. *科研管理*, 2011, 32(1): 35-44.
- [7] 李健, 陈淑娟. 如何提升非营利组织与企业合作绩效? ——基于资源依赖与社会资本的双重视角[J]. *公共管理学报*, 2017(2): 71-80.
- [8] SCOTT J C. The moral economy of the peasant: Rebellion and subsistence in Southeast Asia[J]. *American Political Science Review*, 1976, 73(2): 246-659.
- [9] Van BASTELAER T. Does social capital facilitate the poor's access to credit? [R]. A Review of the Microeconomic Literature. Working Paper No.8, The World Bank, Washington, DC, 1999.
- [10] 蒲清平, 赵楠, 王婕. 志愿服务对志愿者政治认同的影响研究——基于全国志愿服务项目大赛的大数据调查[J]. *重庆大学学报(社会科学版)*, 2017, 23(2): 129-137.
- [11] GEORGE G, MCGAHAN A M, PRABHU J. Innovation for inclusive growth: Towards a theoretical framework and a research agenda[J]. *Journal of Management Studies*, 2012, 49(4): 661-683.
- [12] DAHLMAN C J. The world under pressure: How China and India are influencing the global economy and environment[M]. Stanford: Stanford University Press, 2012: 5-9.
- [13] 邢小强, 薛飞, 涂俊. 包容性创新理论溯源、主要特征与研究框架[J]. *科技进步与对策*, 2015(4): 1-5.
- [14] 赵武, 孙永康, 朱明宣, 等. 包容性创新: 演进、机理及路径选择[J]. *科技进步与对策*, 2014(6): 6-10.
- [15] 赵武, 孙永康. 国外包容性创新研究现状述评与未来展望[J]. *科技管理研究*, 2015, 35(1): 1-5, 32.
- [16] NAHAPIET J, GHOSHAL S. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage[J]. *Academy of Management Review*, 1998, 23(2): 242-266.
- [17] 周小虎, 陈传明. 企业社会资本与持续竞争优势[J]. *中国工业经济*, 2004(5): 90-96.
- [18] DAVIDSON K. Ethical concerns at the bottom of the pyramid: Where CSR meets BOP[J]. *Journal of International Business Ethics*, 2009, 2(1): 22-32.
- [19] HART S L, LONDON T. Developing native capability: What multinational corporations can learn from the base of the pyramid [J]. *Stanford Social Innovation Review*, 2005, 3(2): 28-33.
- [20] LUCA L M D, ATUAHENE-GIMA K. Market knowledge dimensions and cross-functional collaboration: Examining the different routes to product innovation performance[J]. *Journal of Marketing*, 2007, 71(1): 95-112.
- [21] CHILES T H, MCMACKIN J F. Integrating variable risk preferences, trust, and transaction cost economics[J]. *Academy of Management Review*, 1996, 21(1): 73-99.
- [22] 郭斌, 陈劲, 许庆瑞. 界面管理: 企业创新管理的新趋向[J]. *科学学研究*, 1998(1): 60-67.
- [23] JANSEN J J P, VAN DEN BOSCH F A J, VOLBERDA H W. Managing potential and realized absorptive capacity: How do organizational antecedents matters?[J]. *Academy of Management Journal*, 2005, 48(6): 999-1015.
- [24] 王玉娟, 蒋长流. 包容性创新过程中企业和贫困群体之间“结构洞”的产生与跨越[J]. *湖南科技大学学报(社会科学版)*, 2014, 17(6): 97-101.
- [25] 赵武, 陈琳. 新常态下小微企业包容性创新的成长机制研究[J]. *中国科技论坛*, 2017(2): 25-31.
- [26] 高闯, 关鑫. 企业社会资本视角下面向 BOP 的商业模式创新——以资源开发型商业模式创新为例[C]//第四届中国管理学年会——组织与战略分会场论文集, 2009.

- [27] ANDERSON J, MARKIDES C. Strategic innovation at the base of the pyramid[J]. MIT Sloan Management Review, 2012, 49(1): 83-88.
- [28] 周勇, 鲁金玉. 企业志愿者活动: 实现 CSR 的一个有效路径[J]. 企业经济, 2011(3): 152-155.
- [29] TSAI W P, GHOSHAL S. Social capital and value creation: The role of intrafirm networks[J]. Academy of Management Journal, 1998, 41(4): 464-476.
- [30] SONG M, WANG T, PARRY M E. Do market information processes improve new venture performance?[J]. Journal of Business Venturing, 2010, 25(6): 556-568.
- [31] 王忠平, 史常亮. 我国企业青年志愿者与志愿服务研究[J]. 当代青年研究, 2013(4): 113-117.
- [32] 刘芳, 陈刚, 汪国银, 等. 知觉—响应视角下企业包容性创新内涵、结构与测量[J]. 安徽工业大学学报(社会科学版), 2017(1): 3-7
- [33] PODSAKOFF P M, MACKENZIE S B, LEE J Y, et al. Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies[J]. Journal of Applied Psychology, 2003, 88(5): 879-903.
- [34] 周浩, 龙立荣. 工作不安全感、创造力自我效能对员工创造力的影响[J]. 心理学报, 2011, 43(8): 929-940.
- [35] 王国顺, 杨昆. 社会资本、吸收能力对创新绩效影响的实证研究[J]. 管理科学, 2011, 24(5): 23-36.
- [36] 谢洪明, 刘常勇, 陈春辉. 市场导向与组织绩效的关系: 组织学习与创新的影响——珠三角地区企业的实证研究[J]. 管理世界, 2006(2): 80-94, 143, 171-172.
- [37] 赵文红, 孙万清, 王垚. 创业者社会网络、市场信息对新企业绩效的影响研究[J]. 科学学研究, 2013, 31(8): 1216-1223.

Corporate social capital, market information processing and firm's inclusive innovation

LIU Fang, ZHU Hua, WANG Guoyin

(School of Business, Anhui University of Technology, Ma'anshan 243002, P. R. China)

Abstract: This paper uses the theory of social capital to construct the research model of corporate social capital to firm's inclusive innovation based on the market information processing as the mediation variable and the enterprise volunteer service as the mediating variable. The data of 171 valid questionnaires were analyzed by spss17.0 and lisrel8.70, results indicate that the corporate social capital has a significant positive impact on the enterprise's inclusive innovation, market information processing plays a part of mediating role in the influence of corporate social capital on enterprise inclusive innovation, enterprise voluntary service moderates the effects of market information processing on firm's inclusive innovation. It is of practical significance to enhance the volunteer service and market information processing ability to promote the influence of corporate social capital on firm's inclusive innovation.

Key words: firm's inclusive innovation; corporate social capital; market information processing; enterprise voluntary service

(责任编辑 傅旭东)