

信任对家族企业网络绩效的影响： 基于东西部地区的实证

周立新

(重庆工商大学 长江上游经济研究中心,重庆 400067)

摘要:利用浙江和重庆等省市家族企业调查数据,研究信任对家族企业网络绩效的影响,结果发现:(1)信任对创新和知识转移有显著正向影响,对网络关系持久度无显著影响。其中信任对家族企业混合网络关系持久度有显著正向影响;(2)网络关系持久度对市场绩效有显著负向影响,创新和知识转移对市场绩效无显著影响。其中在家族企业人际关系网络中,创新对市场绩效有显著正向影响。在家族企业经济网络中,创新对市场绩效有显著负向影响,知识转移对市场绩效有显著正向影响。研究结论对中国家族企业成长实践有重要指导意义。

关键词:家族企业;网络绩效;信任

中图分类号:F271

文献标志码:A

文章编号:1008-5831(2009)05-0037-06

一、引言

家族企业网络绩效反映的是家族企业网络对家族企业自身和成员企业成长与发展的可能影响。家族企业由于封闭的产权结构和强烈的控制偏好易于与其他企业建立网络关系,利用企业间长期稳定的网络关系来协调成员企业间彼此的资源和活动,以弥补组织自身的柔软与不足^[1]。网络关系不仅是家族企业减少风险与不确定性的有用手段^[2],约束机会主义行为与降低交易成本的重要机制^[3],同时也是一种宝贵的资源和能力机制^[1,4],对家族企业成长起着十分重要的作用。

研究揭示,信任是影响企业网络绩效的重要因素。如在网络文献中,伙伴间相互信任被认为是建立长期性、有效性关系的基础,信任降低了企业与合作伙伴的谈判成本并增强了合作质量和联盟绩效^[5];在关系资本文献中,信任被认为有利于组织培育学习能力并促进知识转移^[6]。原因主要有三点:其一,信任有利于个体间的相互交往并确定关键信息(如知识来源及知识的关键性处理程序),进而有利于复杂知识和隐性知识在组织间的转移与学习。其二,知识交换的难易

收稿日期:2009-03-26

基金项目:国家自然科学基金“家族涉入、组织间网络模式与家族企业成长”(70972144);国家自然科学基金项目“家族企业网络化成长模式、机制与政策研究:基于东西部地区的实证”(06XJL006);重庆市首批高等学校优秀人才支持计划项目“家族企业网络化中各种主要(典型)契约安排、合作效应与治理行为研究”;重庆市软科学研究项目“重庆中小民营企业网络化成长模式及政策支撑体系研究”(CSTC,2007CE9089)

作者简介:周立新(1966-),女,重庆人,教育部人文社会科学重点研究基地重庆工商大学长江上游经济研究中心研究员,管理学博士,经济学博士后,主要从事企业经济与管理、区域经济研究。

欢迎访问重庆大学期刊社 <http://qks.cqu.edu.cn>

程度取决于参与伙伴间的开放性和透明度,信任降低甚至消除了对合作伙伴机会主义的担忧与约束^[6]。其三,相互信任鼓励合作伙伴建立特异性知识分享规则,使信息与知识分享更加便利^[7],进而加快知识转移速度^[6];在关系合约文献中,信任被认为是未来交换关系中具有普遍性和鼓励性的重要机制^[8],基于信任的组织间合作关系更容易培育忠诚和稳定的联盟^[9-10]。

家族企业是关系契约和要素契约的集合体(储小平,2004)^[4],而信任作为关系治理的重要维度变量,是影响家族企业网络化行为选择过程及结果的重要因素^[1,4]。笔者认为,信任对家族企业网络绩效的影响主要体现在以下三个方面:首先,家族企业与伙伴企业之间的相互信任程度越高,其合作质量与网络稳定性、网络成员企业之间的创新与知识转移等网络战略绩效水平就越高;其次,家族企业网络战略绩效水平越高,越有利于家族企业市场绩效的提升和企业成长;此外,信任也是影响家族企业网络性质的重要因素,而不同网络性质的家族企业网络绩效水平也可能存在明显的差异。虽然目前学术界有关信任与家族企业网络关系领域的研究已初具成果,但这些研究至少存在以下三个方面的缺陷或不足:首先,将家族企业网络尤其是华人家族企业网络当作一种人际关系网络来处理^①,并主要停留在考察信任对家族企业人际关系网络形成和发展演化的影响。然而,随着家族企业所处内外部环境条件的变化,家族企业人际关系网络可能会成为企业进一步发展的限制和阻碍,而家族企业经济网络的作用将日益突出^[11-12],现实中家族企业网络更可能是人际关系网络和经济网络的混合^[13];其次,较少考察信任与家族企业网络绩效尤其是信任与家族企业网络战略绩效(如网络关系持久度、创新、知识转移)之间的基本关系,也较少关注家族企业网络战略绩效与市场绩效之间的基本关系;另外,在研究方法上,大多采用理性判断、典型案例和奇闻佚事分析(anecdotal evidence)等分析方法^[14],明显缺乏建立在调查数据基础之上的系统深入的实证研究成果,尤其是针对中国东西部地区的实证研究成果更是空白。对此,笔者利用浙江、重庆等东西部省市266家样本家族企业的调查数据,对信任与家族企业网络绩效关系进行经验研究。

二、研究方法

(一)样本与数据收集

笔者数据来源于2007年3-6月对浙江、重庆等东西部省市家族企业的问卷调查。此次问卷调查

以民营企业为主要调查对象,共发放调查问卷468份,回收问卷330份,回收率为70.5%。根据笔者对家族企业的界定标准(将家族成员持股比例在50%以上的民营企业界定为家族企业),最终确定266份有效问卷,有效率为56.84%。样本的描述性统计情况是:东部企业142家(占53.4%),西部企业124家(占46.6%);175家企业(占68.4%)属于制造业,其余81家企业(占31.6%)主要集中在商贸、建筑及房地产等产业;企业平均寿命10.87年,但最大值达54年,最小值仅1年;企业平均资产规模为5418.75万元,但最大值达230000万元,最小值仅20万元;企业家族成员平均持股比例为88.88%,但最大值达100%,最小值为51%。

(二)变量选取与测量

1. 被解释变量:家族企业网络绩效

包括战略绩效和市场绩效两个方面,其中,战略绩效用网络关系持久度、创新、知识转移三指标来反映^[10]。网络关系持久度,用家族企业与其他企业的交往时间(均值)来测量,包括从“没有交往”到“2年前开始交往”由低至高6个等级,分别取值^[1,6]。创新和知识转移的测量量表主要借鉴Dyer和Singh(1998)^[7]等人的研究成果,采用5-point Likert scale量表,范围从1(极不符合)到5(非常符合);市场绩效选择调查者对“本企业近三年的销售额增长、净利润增长、市场份额、员工士气”四项指标的主观评价来测量,采用5-point Likert scale量表,范围从1(很不好或迅速下降)到5(很好或迅速上升)。具体测量条款参见表1所示。

2. 解释变量:信任

主要借鉴Zaheer和Venkatraman(1995)^[5]等人的研究成果,包括:可以在很大程度上信任我们的合作伙伴、总是能够及时地得到合作伙伴的支持与帮助、相信合作伙伴会履行好各项约定、我们和合作伙伴对合作内容都有责任感。采用5-point Likert scale量表,范围从1(极不符合)到5(非常符合)。具体测量条款参见表1所示。

3. 控制变量

考虑地理区域、行业属性、企业寿命与规模、家族所有权的影响。其中:地理区域、行业属性用虚拟变量来表示,并将东部地区、制造业设为1,西部地区、非制造业设为0;企业寿命用企业成立时间到2007年的时间长度的自然对数来表示;企业规模用2006年资产总额的自然对数来表示;家族所有权用

①家族企业人际关系网络主要指通过家族关系以及朋友、同学、同事、战友等熟人关系构建的嵌入性关系网络;而家族企业经济网络主要指通过生人关系构建的市场性关系网络。

家族成员持股比例来表示。

(三)数据质量分析

使用 SPSS11.0 统计软件包对反映信任和家族企业网络绩效的测量量表进行探索性因子分析,该量表的 KMO 值为 0.780,累计解释方差能

力为 70.877%, Bartlett 球形检验值的显著性水平为 0.000,表明观测变量适合做因子分析;在信度检验方面,总量表及各因子的 Cronbach α 值均大于 0.7 的信度检验标准,显示了很好的内部一致性。

表 1 信任与家族企业网络绩效的因素提取

	信任	市场绩效	战略绩效		
			创新	知识转移	网络关系持久度
相信合作伙伴会履行好各项约定	0.893	-3.827E-02	0.194	0.142	7.618E-03
总是能够及时地得到合作伙伴的支持与帮助	0.818	4.937E-02	8.498E-02	0.244	1.064E-02
我们和合作伙伴对合作内容都有责任感	0.801	5.376E-02	0.204	0.113	8.060E-02
可以在很大程度上信任合作伙伴	0.797	6.982E-02	0.252	9.282E-02	0.139
本企业近三年的净利润增长率表现	9.115E-02	0.884	-3.265E-02	1.628E-02	-3.380E-02
本企业近三年的销售增长率表现	7.908E-02	0.881	-6.029E-02	7.150E-03	-5.422E-02
本企业近三年的市场占有率处于	-2.360E-02	0.836	-4.845E-03	-4.071E-02	1.479E-02
本企业近三年的员工士气处于	-2.223E-02	0.825	4.830E-02	0.134	-6.234E-02
有助于获取创新性思想	0.131	-5.256E-02	0.892	0.103	-1.236E-02
有助于开发新产品	0.170	-5.040E-03	0.788	0.142	6.242E-02
有助于更好地了解客户的需求	0.161	1.792E-02	0.766	0.151	-1.051E-02
有助于改善生产流程	0.258	-1.617E-02	0.687	0.251	7.622E-02
从对方那里学到了营销技能和知识	0.186	5.080E-02	0.160	0.838	8.012E-02
从对方那里得到过重要的生产制造技术和作业技术	8.988E-02	-3.172E-02	0.262	0.779	9.003E-03
一方对另一方的员工进行培训	0.171	0.104	-2.612E-02	0.737	4.005E-02
从对方那里学到了先进的管理知识和技能	0.117	-1.867E-02	0.368	0.720	-9.820E-02
与主要供应商的交往时间	-2.462E-03	-7.629E-02	7.675E-02	-7.974E-02	0.891
与主要客户的交往时间	-7.165E-02	0.108	0.131	-3.908E-03	0.879
与主要代理商或销售商的交往时间	8.403E-02	4.451E-02	4.549E-02	3.529E-02	0.718
与同行企业的交往时间	0.198	-1.330E-02	-0.177	9.672E-02	0.684
Cronbach α 0.7991	0.8690	0.8860	0.8368	0.8032	0.7746

注:(1)提取方法:Principal Component Analysis;(2)旋转方法:Varimax with Kaiser Normalization.

三、实证分析与结果

由表 2 可知,总体上看,伙伴企业间的相互信任对创新和知识转移有显著的正向影响($\beta = 0.506, p < 0.01, \beta = 0.386, p < 0.01$),但对网络关系持久度无显著影响($\beta = 0.121, p > 0.10$)。原因可能有两点,第一,笔者对信任的测量较简单,使信任的影响无法很好的体现出来;第二,信任对家族企业网络绩效的影响可能存在情景依赖性特征,即不同性质的家族企业网络对伙伴间相互信任的依赖程度可能不同。对此,按网络性质将家族企业网络进一步划分为家族企业人际网络、经济网络和混合网络(包括人际网络和经济网络)。结

果显示:信任对家族企业混合网络关系持久度有显著的正向影响($\beta = 0.386, p < 0.05$);对家族企业人际网络虽有正向影响,但该影响不具有显著性($\beta = 0.334, p > 0.10$);对家族企业经济网络虽有负向影响,但该影响也不具有显著性($\beta = -0.168, p > 0.10$)。原因可能是,在家族企业人际网络中,家族或泛家族社会信任对家族企业维持稳定持久的网络关系发挥了重要作用。而在家族企业经济网络中,家族和泛家族社会信任的作用在逐步弱化^[15],制度性社会信任的作用在逐步增强,但在当前中国较高的制度不确定性和低社会信任环境中,家族企业为维持长期稳定的网络关系可能

需要付出大量的交易成本(如信息收集成本、监督成本等),在成本大于收益的情况下,使信任对家族

企业网络关系持续程度的作用可能弱化甚至是负向影响关系。

表2 信任对家族企业网络战略绩效影响的 OLS 分析结果

	网络关系持久度				创新	知识转移
	家族企业网络	人际关系网络	混合网络	经济网络		
常数项	3.329 *** (.626)	1.762(1.737)	1.691(1.148)	4.865 *** (.845)	1.340 *** (.371)	1.561 *** (.434)
地区	0.173(.152)	0.103(.388)	0.106(.248)	0.102(.227)	-0.153*(.090)	-9.17E-03(.103)
行业	-0.231(.158)	-0.241(.392)	3.652E-02(.272)	-0.314(.227)	0.138(.095)	2.352E-02(.108)
Ln(企业寿命)	0.255(.116)	0.533 ** (.249)	0.139(.207)	0.298*(.172)	9.692E-02(.069)	2.194E-04(.080)
Ln(企业资产)	3.556E-02(.049)	9.569E-02(.104)	0.117(.079)	-4.79E-02(.077)	2.665E-02(.029)	3.589E-02(.034)
家族成员持股比例	0.798*(.465)	0.477(1.484)	1.047(.724)	0.957(.663)	2.566E-02(.275)	-0.192(.323)
信任	0.121(.097)	0.334(.251)	0.386 ** (.162)	-0.168(.143)	0.506 *** (.057)	0.386 *** (.066)
R2 adj.	0.033	0.106	0.051	0.073	0.257	0.125
F	2.393 **	1.930 *	1.886 *	1.222	15.130 ***	6.700 ***
N	249	48	100	100	246	240

注:回归系数是非标准化系数,括号内的数字为标准误;***和**和*分别表示t检验值在10%、5%和1%的水平上是显著的。

由表3可知,总体上看,网络关系持久度对市场绩效有显著的负向影响($\beta = -7.93E-02$, $p < 0.05$),而创新和知识转移对市场绩效无显著影响($\beta = -3.96E-02$, $p > 0.10$; $\beta = 3.165E-02$, $p > 0.10$)。可能的解释是:第一,家族企业与其他企业关系的长期持续意味着关系锁定与套牢,减弱了对外部动荡的适应性和异质性资源的利用,这对家族企业市场绩效的提升和企业成长可能弊大于利;第二,创新和知识转移等网络战略绩效对市场绩效的影响可能存在一定的时滞效应;第三,创新和知识转移等网络战略绩效对市场绩效的影响可能存在情景依赖性特征,即不同性质的家族企业网络的市场绩效对战略绩效的依赖程度可能不同。对此,按网络性质将家族企业网络进一步划分为人际关系网络、经济网络和混合网络,结果显示:在家族企业人际关系网络中,创新对市场绩效有显著的正向影响($\beta = 0.382$, $p < 0.01$),但知识转移对市场绩效无显著影响($\beta = -0.105$, $p > 0.10$);在家族企业经济网络中,创新对市场绩效有显著的负向影响($\beta = -0.213$, $p < 0.01$),而知识转移对市场绩效有显著的正向影响($\beta = 0.235$, $p < 0.01$)。原因可能是:家族企业人际关系网络中,家族企业家创新精神对市场绩效的提升和企业成长的作用较突出;在家族企业经济网络中,家族企业家创新精神的作用将呈现递减的态势,而在当

前不发达的外部市场和低社会信任环境下,家族企业通过与其他企业的网络关系而进行的知识创新行为,可能会消耗企业大量的资源进而阻碍市场绩效的提升和企业成长。相反,家族企业与伙伴企业间的知识转移与利用行为可能更有利于促使家族企业成长和市场绩效的提升。

四、结论与启示

网络化成长模式是复杂的全球商业化环境下家族企业成长的重要方式和策略,而信任作为关系治理的重要维度变量,对家族企业网络绩效的提升具有十分重要的作用。笔者在将家族企业网络绩效区分为战略绩效(如创新、知识转移、网络关系持久度)和市场绩效的基础上,利用浙江、重庆等东西部省市266家家族企业的调查数据,实证检验了伙伴企业间相互信任对家族企业网络绩效的影响及机制,结果发现:第一,伙伴企业间的相互信任对网络成员之间的创新、知识转移有显著的正向影响,对网络关系持久度无显著影响。但当按网络性质将家族企业网络进一步划分为家族企业人际关系网络、经济网络和混合网络后发现,伙伴企业间的相互信任对家族企业混合网络系持久度产生了显著的正向影响;第二,伙伴企业间的网络关系持久度对市场绩效有显著的负向影响,创新和知识转移对市场绩效无显著影响。但当按网络性质将家族企业网络进一步划分为家族企业人际关系网络、经济网络和混合网络后发现,在家族企业人际关系网络中,创新对市场绩效产生了

显著的正向影响。在家族企业经济网络中,创新对市场绩效产生了显著的负向影响,而知识转移对市场绩效产生了显著的负向影响,而知识转移对市场绩效产生了显著的正向影响。

表3 家族企业网络战略绩效对市场绩效影响的 OLS 分析结果

	家族企业网络	人际关系网络	混合网络	经济网络
常数项	3.107 * * * (.359)	4.688 * * * (.703)	2.840 * * * (.599)	1.853 * * * (.553)
地区	0.220 * * * (.079)	9.473E-02(.158)	0.113(.128)	0.530 * * * (.117)
行业	-4.85E-02(.084)	-0.207(.169)	-0.188(.148)	7.179E-02(.121)
Ln(企业寿命)	-1.62E-02(.062)	-4.20E-02(.105)	-1.09E-02(.109)	4.608E-02(.087)
Ln(企业资产)	0.120 * * * (.026)	6.768E-02(.041)	0.138 * * * (.044)	0.166 * * * (.040)
家族成员持股比例	0.172(.251)	-0.900(.579)	0.460(.402)	7.772E-02(.348)
网络关系持久度	-7.93E-02 * * (.035)	-0.259 * * * (.059)	-2.60E-02(.059)	2.203E-02(.055)
创新	-3.96E-02(.054)	0.382 * * * (.124)	-6.03E-02(.085)	-0.213 * * * (.078)
知识转移	3.165E-02(.052)	-0.105(.117)	-2.73E-02(.076)	0.235 * * * (.083)
R2 adj.	0.105	0.362	0.047	0.338
F	4.459 * * *	4.263 * * *	1.569	7.059 * * *
N	238	47	94	96

注:同表2

本研究结论对中国家族企业成长实践有重要启示:第一,由于信任有助于增强合作伙伴之间的创新和知识转移行为,因此,家族企业(主)应注重与伙伴企业之间信任关系的建立与维护,以缓解家族企业随企业规模扩大而出现的资源或能力不足等资源瓶颈约束的矛盾;第二,在当前不发达的外部市场和低社会信任环境下,家族企业(主)应谨慎与其他企业建立稳定持久的合作关系,避免由于关系建立过程中过大的交易成本及关系锁定与套牢等给家族企业成长可能带来的不利影响;第三,由于信任对不同性质的家族企业网络战略绩效的影响可能不同,而不同性质的家族企业网络战略绩效对市场绩效的影响也可能不同,因此,作为家族企业(主)应根据企业内外部环境条件的变化,选择不同的网络关系构建途径(家族关系、泛家族关系、其他关系)以及不同性质的家族企业网络模式,进而推动家族企业的成长与发展。

当然,受研究环境和研究者能力的限制,本研究也存在一定的局限性:如对家族企业网络绩效的测量较简单;没有考虑家族企业网络战略绩效如网络关系持久度、创新和知识转移三变量之间的相关性。因此,后续研究有必要围绕上述问题和不足展开。

参考文献:

- [1] REDDING G. Weak organization and strong linkages: managerial ideology and Chinese family business networks [M]//HAMILTON G G. Business networks and economic development in East and Southeast Asian. Hong Kong: Cen-

tre of Asian Studies, University of Hong Kong, 1991:30-47.

- [2] CHAN K B. State, economy and culture: Reflections on the Chinese business networks[M]//HAMILTON. Chinese business network: state, economy and culture. Singapore: Prentice Hall and Nordic institute of Asian Studies, 2000:1-13.
- [3] HAMILTON G G. Overseas Chinese capitalism [M]//TU Wei-Ming. Confucian traditions in East Asian modernity. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1996.
- [4] 储小平. 家族企业成长与社会资本的融合[M]. 北京: 经济科学出版社, 2004.
- [5] ZAHEER A, VENKATRAMAN N. Relational governance as an interorganizational strategy: an empirical test of the role of trust in economic exchange [J]. Strategic Management Journal, 1995, 16(5): 373-392.
- [6] KALE H, SINGH, PERLMUTTER H. Learning and protection of proprietary assets in strategic alliance: Building relational capital [J]. Strategic Management Journal, 2000, 21: 217-237.
- [7] DYER J H, SINGH H. The relational view: cooperative strategy and sources of inter-organizational competitive advantage [J]. Academy of Management Review, 1998, 23(4): 660-679.
- [8] HEWETT, BEARDEN. Dependence, trust, and relational behavior on the part of foreign subsidiary marketing operations [J]. Journal of Marketing, 2001, 65: 51-66.
- [9] MORGAN, HUNT. The commitment-trust theory of relationship marketing [J]. Journal of Marketing, 1994, 58:

20 - 23.

- [10] LEE Y, CAVUSGIL S T. Enhancing alliance performance: The effects of contractual based versus relationalbased governance[J]. *Journal of Business Research*, 2006, 1 - 10.
- [11] PENG M W. Institutional transitions and strategic choices [J]. *Academy of Management Review*, 2003, 28: 275 - 296.
- [12] PENG M W, ZHOU J Q. How network strategies and institutional transitions evolve in asia[J]. *Asia Pacific Journal of Management*, 2005, 22: 321 - 336.
- [13] 周立新, 黄洁. 家族企业网络化成长模式的主要影响因素及机制: 基于中国东西部地区的实证研究[J]. *南开管理评论*, 2008(4): 12 - 19, 56.
- [14] YEUNG W C, OLDS. Globalizing Chinese firms: where are they coming from, where are they heading? [M]// YEUNG W C, OLDS K. *Globalization of Chinese business firms*. London: MacMillan Press, 2000, 1 - 27.
- [15] 陈戈, 储小平. 差序信任格局、交易成本与家族企业成长[C]. 第三届创业与家族企业成长国际学术会议论文集, 2007: 238 - 255.

Influence of Trust on Network Performance of Family Business: Based on the Analysis of Family Business of East and West County

ZHOU Li-xin

*(Research Center of the Economy of the Upper Reaches of the Yangtze River,
Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400067, China)*

Abstract: Using the data of questionnaire from family businesses in Zhejiang and Chongqing et al., the author tests the influence of trust on network performance of family business. The results indicate, first, trust has significantly positive influence on innovation and knowledge acquisition, but has no significantly influence on the duration of network, among which trust has significantly positive influence on the duration of network in the mix network; second, the duration of network has significantly negative influence on the market performance, but innovation and knowledge acquisition have no significantly influence on the market performance, among which innovation has significantly positive influence on the market performance in the personal relationship network, and innovation has significantly negative influence but knowledge acquisition has significantly positive influence on the market performance in economic network. These results will help instruct the growth of family business in China.

Key words: family business; network performance; trust

(责任编辑 傅旭东)