

创业导向对新产品开发能力的影响

——员工整合的作用机理

马丽^{1,2}, 赵蓓¹

(1. 厦门大学 管理学院, 福建 厦门 361005; 2. 西藏民族大学 管理学院, 陕西 咸阳 712082)

摘要: 基于员工整合视角, 以成立时间大于42个月的210家企业为研究对象, 论证了创业导向对新产品开发能力的影响机制。利用结构方程模型进行分析, 结果显示, 创业导向对新产品开发能力有显著的正向影响; 信息分享与员工协作分别在创业导向和新产品开发能力之间发挥部分中介作用; 信息分享对员工协作有正向影响作用。

关键词: 创业导向; 信息分享; 员工协作; 新产品开发能力

DOI: 10.13956/j.ss.1001-8409.2017.06.23

中图分类号: F274

文献标识码: A

文章编号: 1001-8409(2017)06-0105-05

The Influence of Entrepreneurial Orientation on New Product Development Capabilities

——The Mechanism of Employee Integration

MA Li^{1,2}, ZHAO Bei¹

(1. School of Business, Xiamen University, Xiamen 361005;

2. School of Business, Xizang Minzu University, Xianyang 712082)

Abstract: From employee integration perspective, this paper uses the survey data of 210 enterprises set up more than 42 months, reveals the linkage between entrepreneurial orientation and new product development capabilities. Using the method of SEM, the conclusion shows entrepreneurial orientation has a positive impact on new product development capabilities. Information sharing and collaboration play partly mediating roles between the entrepreneurial orientation and new product development capabilities; Information sharing has a positive effect on collaboration.

Key words: entrepreneurial orientation; information sharing; collaboration; new product development capabilities

引言

“全球化”“经济一体化”“互联网+”“转型经济”等名词的不断涌现, 是中国社会、市场环境发生转变的直接体现。多变的环境是企业发展必须要应对的新挑战。创业导向是企业应对多变的环境所采取的积极主动的战略选择。创业导向能促进知识生成、战略学习及提升竞争地位。创业导向是一种资源密集性战略行为^[1], 创业导向是否能提升企业绩效的疑问已经有了答案, Rauch(2009)通过元分析得出创业导向正向影响企业绩效。任何战略的实现都离不开高管的战略意图和全体员工对战略的贯彻

执行, 因此从“战略导向”到“战略实施能力”的转化过程引起了学术界的高度关注^[2]。

在激烈的市场竞争中, 新产品开发是企业生存发展及利润增长的关键^[3]。环境的动态性决定了企业必须通过改善和提升新产品开发效率和效益来推进产品发展速度^[4]。企业拥有的新产品开发能力决定了企业是否能实现可持续增长。新产品开发能力是企业有目的重构产品组合的一种组织惯例^[5], 是企业的一种动态能力^[6]。基于能力构建视角, 企业仅仅拥有资源是不够的, 能力是独特的、可持续竞争优势的源泉, 因为能力能将资源转化为优

收稿日期: 2016-08-08

基金项目: 西藏自治区哲学社会科学专项基金项目(15GBL002)

作者简介: 马丽(1982-), 女, 甘肃敦煌人, 博士研究生, 研究方向为组织与战略管理; 赵蓓(1958-), 女, 河南新乡人, 教授, 研究方向为战略管理。

于竞争者的产品或服务^[7]。公司创业理论认为,动态能力是组织适应环境变化的能力,蕴含在企业内部的创业导向对企业动态能力建设与提升起着至关重要的作用^[8]。现有研究却忽略了创业导向与新产品开发能力之间的关系,因此,本研究旨在探求创业导向与企业新产品开发能力间的影响路径。

基于知识资源观,新产品开发过程是企业知识重新建构和整合的过程。人力资源是知识的载体。Neville和Menguc(2006)认为组织成功运营的关键是其人力资本管理模式。Sharma和Vredenburg(1998)认为最理想的员工管理模式是与企业构建以信任为基础的协作模式,即企业的员工整合。企业与员工高度互依,信息共享和员工协作是员工整合的基础,而员工整合有利于实现组织内部职能整合。吴家喜等^[9]研究表明内部职能整合有利于提升新产品开发绩效,跨职能的信息分享水平及参与程度促进新产品开发绩效。现有研究中,除了王永健等(2013)剖析了人力资源系统柔性在创业导向与企业绩效间的中介机理,很少有学者从人力资源管理实践的视角探讨创业导向的影响机理。为了更进一步探求人力资源实践活动在创业导向型企业中发挥的作用,本研究立足于员工整合视角,剖析信息共享和员工协作在创业导向和新产品开发能力间的作用机理。

本研究的主要贡献在于:第一,丰富了创业导向的结果变量。创业导向的影响研究主要集中在企业绩效、创新绩效、新产品开发绩效等,鲜有研究触及到新产品开发能力,本研究将创业导向的影响扩展至企业动态能力;第二,细化了作为创业导向结果变量的动态能力的类别。焦豪等(2008)研究了创业导向对动态能力形成的促进作用,本研究聚焦在一种具体的动态能力即新产品开发能力上,这种能力是企业能够通过改变运营过程中的规则和环节而实现的组织惯例;第三,揭示了创业导向与新产品开发能力间的影响路径,现有研究很少从内部整合及人力资源管理实践的视角剖析创业导向对企业的影响,王永健(2013)论证了柔性人力资源管理实践在创业导向与企业绩效间的中介作用,本研究探求信息共享与员工协作在创业导向与新产品开发能力间的作用机理。

1 研究假设

1.1 创业导向与信息分享

Lumpkin和Dess首次明确提出了“创业导向”的概念,将创业导向视为战略制定的过程。创业导向包含创新性、行动超前性、风险承担性3个维度。创业导向代表着企业勇于创新的行为倾向,愿意支持新想法、新事物、新实验,促成新产品、新工艺以及新技术。Pfeffer(2005)认为信息共享是企业与员工分享企业信息(政策、目标、计划)的程度,与企业氛围、员工工作紧密相关。信息共享使员工产生对管理措施和组织目标的认同感^[10]。高层管理者与员工之间形成的内部社会资本有利于管理者掌握企业

内部资源动态,更有利于捕捉创业机会^[11]。创业导向是一种以保持组织在竞争环境中绩效持续更新为核心的战略导向,不仅需要保持敏锐的洞察力来捕捉创业机会,还需要不断整合资源、调整策略来适应企业战略、实现组织目标。而在复杂的组织中,员工对自身工作的了解程度远远高于管理者。当员工掌握组织目标和动机的相关信息时更有利于提高工作效率。创业导向倾向于试验新技术,开发新产品,抓住市场机会,组织的这种行为倾向需要传递给员工。基于期望理论的视角,信息分享能使员工理解何种行为会得到企业的认可和支持;从社会交换理论出发,信息分享会增强员工的组织认同感,高的组织认同感有利于员工创新行为的发生。因此,选择了创业导向的高层管理者更倾向于与员工分享企业信息,更充分地调动员工发挥主人翁精神,有利于实现从下而上的信息反馈。基于此,本研究提出以下假设:

H1: 创业导向正向影响信息分享。

1.2 创业导向与员工协作

Miller(2001)提出员工协作是指员工为学习、转移知识、决策而与其他成员的互动、合作的程度。Pfeffer(2005)主张企业在创新、适应性方面能否迎合市场需求取决于组织工作环境及人力资源政策。人力资源管理实践强调与企业战略的适配性,创业导向的鲜明特点会影响企业人力资源管理实践。拥有创业导向的企业更易在组织内部形成创新氛围^[12],创新氛围支持员工追求新技术,鼓励承担风险、积极试错,开拓新产品和市场。创业导向提倡创新,超前行动及风险承担,与其相适配的人力资源管理实践会传递给员工积极、主动更愿意接受挑战的工作状态,这种状态会促进员工间密切频繁地接触,扩展自身知识边界,与不同知识拥有者的交流合作,从而实现不同岗位、不同部门的员工协作。因此,本研究提出以下假设:

H2: 创业导向正向影响员工协作。

1.3 信息共享与新产品开发能力

信息共享有利于增加员工的组织认同感。向员工公开企业管理相关信息,能够传递企业对员工的重视,使员工充分感知自身对企业的影响力。向员工披露决策相关信息能够使员工充分了解组织的外部环境及企业的战略目标,增加员工的组织认同感。作为回报,员工也会充分发挥才能,促进组织目标的实现。组织认同感会增强员工对企业的关心,更努力做好本职工作,进一步提升自己的创新能力,积极参与与其他员工的交流与合作。张新国等(2014)研究表明,组织认同有利于促进企业的科技创新能力。同时,组织的信息分享有利于营造公平、公开、公正的组织氛围。公平的组织氛围、强的组织认同感可以促进员工建言,建言行为能够促进创新想法的产生。基于此,本研究提出以下假设:

H3: 信息共享正向影响企业新产品开发能力。

1.4 员工协作与新产品开发能力

基于知识基础观,新产品开发是一连串知识创造的过程^[13]。新产品开发能力依赖于企业知识整合。李瑞海等(2009)提出知识内部整合分为两个层次:一是员工层面个体知识整合;二是组织层面跨部门知识整合。员工协作源于员工自身知识整合,进而促进跨部门知识整合。员工协作有利于员工知识丰富化和多样化,有利于打破固有的认知方式,实现各部门之间知识互补,差缺补漏,更有利于新技术、新产品的产生。Nonaka(1994)认为知识整合过程的实现是非常困难的。跨部门合作有利于跨部门边界知识整合。知识整合有利于提升组织创造力^[14],促进产品创新。企业知识是员工知识的汇聚体,不同职能、不同部门的员工掌握不同的知识,员工协作能促进隐性知识的传播,而隐性知识能够促进企业创新。知识的多样化提升员工在产品创新过程中处理问题的能力。基于此,本研究提出以下假设:

H4: 员工协作正向影响企业新产品开发能力。

1.5 信息分享与员工协作

实施信息分享的企业是集体主义倡导者,将企业视为一个系统,寻求团队精神的发挥。信息分享是企业政策、文化和目标的传递,影响员工认知,引导员工行为。当企业目标和要求传递给各部门员工时,有利于员工工作方向和努力保持一致性。当员工有共同的价值理念、准则或默契时,员工的努力方向更为一致时,才会打破员工着眼于自己本职工作的僵局^[14],才有利于促进员工协作。信息分享是公平、公正氛围的出发点,提升员工的组织认同度,高的认同度有利于促进员工协作和知识分享。因此,本研究提出以下假设:

H5: 信息分享正向影响员工协作。

本研究理论模型如图1所示。

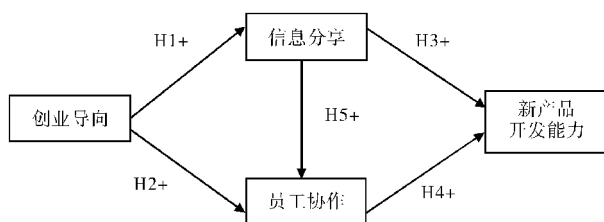


图1 研究模型

2 研究设计

2.1 样本与数据收集

本研究数据样本来源于问卷调研。问卷收集主要通过以下方式:(1)通过地区税务部门与企业联系,征得同意后请企业高层管理者填写问卷;(2)通过与企业高层管理者的人际网络发放问卷。发放问卷300份,回收问卷210份,回收率为70%。问卷发放时间为2016年4月到6月。全球创业观察将成立时间42个月作为新企业的标准,本研究旨在探索非新企业的战略导向问题,故样本选

择为成立时间大于42个月的企业。样本特征如表1所示。

表1 企业特征描述统计

特征	分类	占比(%)
人数	100人以下	26%
	100~500人	46%
	500人以上	28%
所有权	外企	11%
	国企	18%
	民营	71%
地区	东部	70%
	西部	10%
	中部	20%
企业年龄	10年以下	30%
	10~20年	51%
	20年以上	19%
行业	制造业	79%
	服务业	21%

2.2 变量测量

本研究主要借鉴国内外发表于高质量学术期刊的成熟量表。在正式调查之前,先请专家及MBA学员进行预调查,以评估问卷设计及用词的恰当性,再根据所提建议对问卷进行修改形成正式问卷,所有题项均采用Likert5级量表进行测量,1代表非常不同意,5代表非常同意,由企业高管根据实际情况选择打分。

创业导向采用Covin和Slevin提出的9题项量表,包含创新(3个题项)、风险承担(3个题项)、超前行动(3个题项)3个维度。二阶验证性因子分析结果表明三因子模型与数据拟合度良好: $\chi^2(df=24)=26.28$,TLI=0.99,CFI=0.99,RMSEA=0.021,且各维度的因子载荷均高于0.6,这表明该量表具有良好的结构效度。同时,创新、风险承担、超前行动以及创业导向的Cronbach's α 系数分别为0.76、0.74、0.74和0.86。信息分享和员工协作分别采用Aragón-correa^[15]的5题项与7题项量表,Cronbach's α 系数分别为0.87和0.88。新产品开发能力采用Shilke^[6]的4题项量表,Cronbach's α 系数为0.80。所有的Cronbach's α 系数均大于0.7,表明量表具有良好的信度。

控制变量:企业规模为员工人数的自然对数;企业年龄按照企业成立年份到2016年的年数取自然对数;所有制性质将国有企业、外资企业、民营企业分别用3个0~1变量表示;行业类型,将制造业赋值为1,服务业为0。

3 数据分析与假设检验

3.1 共同方法偏差分析

本研究所有变量都是同一时间、由同一被调研对象填写,因此可能会产生共同方法偏差。对所有题项进行未旋转的探索性因子分析,最大的因子方差解释率为32.08%,远远小于50%的可接受水平。这表明样本的共同方法偏

差并不显著。

3.2 效度检验

本研究进行了内容效度、聚合效度和区分效度的检验:(1)内容效度。量表来自国内外本领域的成熟量表,在翻译过程中采取双向互译,保证与原英文量表所表达的含义一致,并认真研究国内学者的翻译和应用,使问卷符合中国人的思维模式。量表预测试阶段请企业管理者与学术专家进行了测评与修正,保障了量表具有较高的内容效度。(2)聚合效度。通过平均方差抽取量(average variance extracted, AVE)来检验潜变量的聚合效度。研究结果显示,创业导向、信息分享、员工协作和新产品开发能力的AVE分别为0.52、0.57、0.52和0.51,均大于阈值0.5(即潜变量可以解释测量变量的一半以上),这表明变量的测量具有较好的聚合效度。(3)区分效度。采用AMOS21.0对所有变量进行验证性因子分析检验区分效度。对四因子模型、三因子模型与单因子模型进行适配性对比,结果表明,四因子模型适配性较好($\chi^2(126) = 149.74$, RMSEA = 0.03, CFI = 0.98, TLI = 0.98),并且其拟合优度显著优于三因子模型和单因子模型(见表2),量表具有较好的区分效度。

表2 变量间的区分效度

模型	χ^2	Df	TLI	CFI	RMSEA
零模型 ^a	1893.33	153	0.00	0.00	0.23
四因子模型	149.74	126	0.98	0.98	0.03
三因子模型 ^b	352.64	129	0.85	0.87	0.09
三因子模型 ^c	254.82	129	0.91	0.93	0.07
三因子模型 ^d	316.85	129	0.87	0.89	0.08
单因子模型 ^e	645.02	132	0.66	0.71	0.14

注: N = 210; ^a 零模型中,所有测量项目之间没有关系; ^b 将创业导向与信息分享合并为一个潜在因子; ^c 将创业导向与员工协作合并为一个潜在因子; ^d 将信息分享与员工协作合并为一个潜在因子; ^e 将所有变量合并为一个变量

3.3 相关分析

表3是各变量的描述性统计与相关性分析结果。创业导向与信息分享($r = 0.32, p < 0.01$)、信息分享与新产品开发能力($r = 0.42, p < 0.01$)正向相关。同时,创业导向与员工协作($r = 0.54, p < 0.01$)、员工协作与新产品开发能力($r = 0.54, p < 0.01$)也呈现出显著的正相关关系。信息分享与员工协作正向相关($r = 0.48, p < 0.01$)。

表3 各主要变量间的相关系数

变量	1	2	3	4
1. 创业导向	1			
2. 信息分享	0.32**	1		
3. 员工协作	0.54**	0.48**	1	
4. 新产品开发能力	0.50**	0.42**	0.54**	1
平均值(M)	3.68	3.88	3.78	3.96
标准差(SD)	0.58	0.63	0.61	0.68

注: n = 210; ** p < 0.01, * p < 0.05

3.4 假设检验

(1) 初始理论模型的检验

使用结构方程模型来检验理论模型。结构方程分析结果表明,理论模型与数据拟合程度良好: $\chi^2(405) = 449.02$, CFI = 0.98, TLI = 0.98, RMSEA = 0.02。

(2) 巢模型检验与模型比较分析

为了进一步分析信息共享与员工协作在创业导向与新产品开发能力之间的中介作用,本研究利用巢模型检验方法对理论模型(完全中介模型)与其他的嵌套模型(部分中介模型)进行比较分析,以求找出最优模型。巢模型检验结果如表4所示。 M_1 模型表示理论模型(完全中介模型), M_2 模型表示在完全中介模型的基础上增加创业导向到新产品开发能力之间的路径。

结果显示, M_2 模型的拟合度显著优于 M_1 模型的拟合度($\Delta\chi^2(1) = 12.77; P < 0.01$)。因此, M_2 模型为最优模型,即信息共享与员工协作在创业导向与新产品开发能力间发挥部分中介作用。

表4 巢模型比较分析

模型	χ^2	Df	CFI	TLI	RMSEA	$\Delta\chi^2(1)$ (Df)
假设模型 M_1	449.02	405	0.98	0.98	0.02	—
部分中介模型 M_2	436.25	404	0.99	0.98	0.02	12.77(1)**

注: N = 210 $\Delta\chi^2(\Delta Df)$ 指的是与假设模型相比较所得出的结果

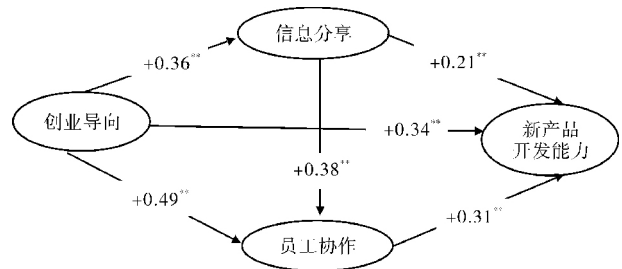


图2 最优模型检验图

(3) 路径分析与假设验证

最优模型检验图如图2所示,以该最优模型为基础,对影响路径进行数据分析。分析结果见表5。创业导向对信息分享有显著的正向影响($\beta = 0.36, p < 0.01$),信息分享对新产品开发能力有显著的正向影响($\beta = 0.21, p < 0.05$),支持了假设 H1、H3。同时,创业导向对员工协作有显著的正向影响($\beta = 0.49, p < 0.01$),员工协作对新产品开发能力有显著的正向影响($\beta = 0.31, p < 0.05$),假设 H2、H4 也得到了数据的支持。此外,信息分享对员工协作有显著的正向影响($\beta = 0.38, p < 0.01$),假设 H5 也获得了数据的支持。此外,巢模型检验结果显示, M_2 模型为最优模型,即信息共享和员工协作在创业导向和新产品开发能力之间发挥部分中介作用,创业导向对新产品开发能力有显著的正向影响($\beta = 0.34, p < 0.01$)。创业导向通过信

息分享对新产品开发能力的间接影响效应为 $0.36 \times 0.21 = 0.076$ 。通过员工协作对新产品开发能力的间接影响效应为 $0.49 \times 0.31 = 0.152$ 。而经过信息分享、员工协作对新产品开发能力的间接影响效应为 $0.36 \times 0.38 \times 0.31 = 0.042$ 。创业导向对新产品开发能力的总影响效应为 0.61, 直接效应为 0.34, 间接效应为 0.27。

表5 最优模型路径系数检验

路 径	标准化路径系数	C.R.	P
创业导向→新产品开发能力	0.34	3.51	**
创业导向→信息分享	0.36	4.19	**
信息分享→新产品开发能力	0.21	2.53	*
创业导向→员工协作	0.49	5.44	**
员工协作→新产品开发能力	0.31	2.94	*
信息分享→员工协作	0.38	4.85	**

注: N=210; * 表示 $P < 0.05$, ** 表示 $P < 0.01$

4 研究结论和管理启示

4.1 研究结论

本研究基于员工整合的视角, 探求了信息分享与员工协作在创业导向与新产品开发能力间的中介机理。先前的研究仅仅只探讨了创业导向对企业动态能力形成的影响, 新产品开发能力作为动态能力的一种, 并未有研究探讨创业导向对新产品开发能力的影响, 本研究得出创业导向对新产品开发能力有积极的影响。焦豪等(2008)从组织学习视角分析创业导向到动态能力的影响机制, 本研究从人力资源实践视角, 分析了信息分享与员工协作的中介作用。信息分享能增加员工的组织认同, 从而促进员工创新行为的产生, 提升新产品开发能力; 员工协作有利于组织各部门间知识整合, 进而提升企业的新产品开发能力。本研究发现信息分享与员工协作在创业导向与新产品开发能力间发挥部分中介作用。

4.2 管理启示

相对于传统企业, 采取创业导向的企业更应整合员工, 充分发挥员工的主动性。通过信息分享将企业的政策、目标等及时传递给员工, 有利于员工完成本职工作, 更好地实现企业创业目标; 应该充分倡导员工协作, 为员工提供轮岗培训及跨部门合作的机会, 虽然短期可能增加管理成本, 但长期来看促进员工知识整合, 有利于员工创新和新产品开发能力的提升。

参考文献:

[1] Wales W J, Parida V, Patel P C. Too Much of a Good Thing? Absorptive Capacity Firm Performance and the Moderating Role of Entre-

preneurial Orientation [J]. Strategic Management Journal, 2013, 34(5): 622-633.

- [2] Zhou K Z, Li C B. How Strategic Orientations Influence the Building of Dynamic Capability in Emerging Economies [J]. Journal of Business Research, 2010, 63(3): 224-231.
- [3] Acur N, Kandemir D, Boer H. Strategic Alignment and New Product Development: Drivers and Performance Effects [J]. Journal of Product Innovation Management, 2012, 29(2): 304-318.
- [4] Sheng S, Zhou K Z, Lessassy L. NPDP Speed VS Innovativeness: The Contingent Impact of Institutional and Market Environments [J]. Journal of Business Research, 2013, 66(11): 2355-2362.
- [5] Danneels E. Organizational Antecedents of Second Order Competences [J]. Strategic Management Journal, 2008, 29(5): 519-543.
- [6] Schilke O. On the Contingent Value of Dynamic Capabilities for Competitive Advantage: The Nonlinear Moderating Effect of Environmental Dynamism [J]. Strategic Management Journal, 2014, 35(2): 179-203.
- [7] Makadok R. Toward a Synthesis of the Resource-Based and Dynamic-Capability Views of Rent Creation [J]. Strategic Management Journal, 2001, 22(5): 387-401.
- [8] 焦豪, 魏江, 崔瑜. 企业动态能力构建路径分析: 基于创业导向和组织学习的视角 [J]. 管理世界, 2008(4): 92-106.
- [9] 吴家喜, 吴贵生. 内部组织整合与新产品开发绩效关系的实证研究: 以产品创新程度为调节变量 [J]. 软科学, 2009, 23(3): 45-49.
- [10] 吴思嫣, 张义明, 王庆娟. 员工参与: 信息分享的视角 [J]. 华东经济管理, 2011, 25(2): 126-129.
- [11] Cao Q, Simsek Z, Jansen J J P. CEO Social Capital and Entrepreneurial Orientation of the Firm: Bonding and Bridging Effects [J]. Journal of Management, 2015, 41(7): 1957-1981.
- [12] Keh H T, Nguyen T T M, Ng H P. The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SMEs [J]. Journal of Business Venturing, 2007, 22(4): 592-611.
- [13] Madhavan R, Grover R. From Embedded Knowledge to Embodied Knowledge New Product Development as Knowledge Management [J]. Journal of Marketing, 1998, 62(10): 1-12.
- [14] 马喜芳, 颜世富. 创业导向对组织创造力的作用机制研究——基于组织情境视角 [J]. 研究与发展管理, 2016, 28(1): 73-83.
- [15] Aragón-Correa J A, Martín-Tapia I, Hurtado-Torres N E. Proactive Environmental Strategies and Employee Inclusion: The Positive Effects of Information Sharing and Promoting Collaboration and the Influence of Uncertainty [J]. Organization & Environment, 2013, 26(2): 139-161.

(责任编辑: 秦 颖)