

基于异质性资源整合的创业资源获取

秦志华 刘传友

【摘要】 对资源异质性、知识分散性、企业成长理论、社会网络理论的相关成果进行逻辑整合,得到如下结论:不确定性情境中的创业资源获取,不能通过以价值比较为基础的理性计算来进行,而应该关注资源的使用价值。由于资源异质性、效用多维性和知识分散性的存在,创业者能够通过资源整合方式的创新,开发出更能满足资源所有者期望的新效用,作为从所有者手中获得资源使用权的依托。在此过程中,创业者与利益相关者之间的沟通、理解和信任极为重要,因此,创业资源获取往往依托社会网络进行。其中对于潜在客户资源获取,往往是白手起家创业者成功的开端。

【关键词】 不确定性;资源异质性;知识分散性;商业创意;社会网络

【作者简介】 秦志华:中国人民大学商学院教授,博士生导师;刘传友:中国人民大学商学院博士研究生(北京 100872)

创业是市场的驱动力量^[1],没有创业活动就没有社会的经济增长和繁荣^[2]。目前关于创业问题的研究主要围绕机会发现^[3]、资源整合^[4]和组织建设^[5]等内容展开,其中资源整合具有关键地位。之所以如此,是因为资源获取不仅决定着能否把创业设想转化为行动^[6],而且决定着企业这一契约组织的形成方式^[7]。从实际情况看,广泛存在的白手起家创业实践,使对这一问题的研究具有重要的理论与实践意义。

本文的研究目的,是以白手起家的创业活动为背景,分析创业资源获取的本质特征和内在规律,为创业实践提供理论参照。

一、融资理论难以解释创业资源获取问题

人们通常把创业资源获取与融资研究等同起来,关注创业者与财务投资者的关系。其实这是一种误会。从实际情况看,白手起家创业者的资源获取,除了求助于家庭和亲戚朋友之外,主要求助于客户。^[8]这一事实提出了两个基本问题:

首先,为什么创业资源获取的主要对象不是投资者而是客户?其次,融资研究成果能否解释这一事实?

由于创业资源的获取非常重要,这一问题早就受到关注,并自然引出了创业者与投资者的关系问题。目前研究的重点是融资契约设计,即试图通过合理的契约安排,强化外部投资者的投资意愿,引导创业者对于投资的理性选择。例如, Jean-Etienne de Bettignies 的研究关注如何根据控制权分配设计融资合约^[9]; Andrew Winton & Vijay Yerramilli 的研究关注如何根据企业现金流量设计融资合约^[10]; Susheng Wang & Hailan Zhou 的研究试图通过阶段性融资控制创业投资风险^[11]; 杨其静关注创业者如何成为融资契约的中心缔约人^[12]。

这些研究的共同特点是:把创业者的初始资本、利益相关者的机会主义行为、融资合约的不完全性作为分析前提,应用博弈方法探讨创业融资过程中的利益关系和契约治理。无疑,这一研究对于理解创业资源获取具有重要意义,特别是

有助于解释如何在创业融资过程中构建企业契约关系。

但上述研究存在两个缺陷：一是不能解释创业者如何白手起家。以自有资本为抵押获取风险投资，是创业融资的基本思路。但如果创业者没有可以用作抵押的物质资源，只有自己的创业思路怎么办？能够获取资源吗？二是不能解释白手起家创业者为什么能够为利益相关者带来收益增长。如果关于创业资源获取的研究只是关注如何防范机会主义，不能说明创业活动对于经济增长的特殊贡献，就失去了这一研究最重要的意义。

之所以出现上述两个缺陷，有理论与实践的原因。从理论上讲，创业融资研究主要从交易费用入手，分析企业契约的性质与结构，属于经济学的企业理论范畴，有特殊的适应范围。从实践上看，创业活动作为一种商业活动，与一般经营管理有很多相似的地方，其特殊要求在工作中往往被忽视。其结果是，创业资源获取的特殊性甚至整个创业活动的特殊规律，都没有得到恰当的重视，乃至创业研究能否具有学术独立性都受到怀疑。^[13]

本文认为，创业活动是一种具有特殊功能结构的商业活动，需要进行专门探讨。而以白手起家的创业活动为研究对象，探讨在此过程中的创业资源获取方式，能够揭示创业活动的本质特征。其中创业活动的不确定性、创业资源整合中的判断性决策，以及资源整合方式的价值展示办法，是研究创业资源获取的三个基本点。

二、创业资源获取的困难在于不确定性决策

创业资源获取的难点在什么地方？白手起家的创业者为什么难以获取资源？对这一问题的回答，关键在于如何理解商业活动的不确定性，以及与此相关的判断性决策。

创业活动、不确定性问题、判断性决策之间的关系，早就引起了学者的关注。Richard Cantillon 指出：创业者是在面临不确定性问题时执行商业判断的人。^[14] F. Knight 在区分风险和不确定性的基础上，对商业活动中判断性决策做了进一步分析。他指出，所谓商业判断，是在事件结果和发生概率未知或不存在一致认识的情况下，

以对未来变化的估计为依据所进行的投入产出决策。利润作为这种投入产出活动的收益，是不确定性情况的判断性决策回报，即企业家报酬。^[15] 20 世纪 80 年代之后，随着市场变化的加速，创业活动受到进一步关注。Mark Casson 总结前人研究的成果，进一步指出：创业者就是为了协调稀缺资源而实施判断性决策的人。^[16]

应对不确定性问题的判断性决策之所以受到重视，是因为涉及了生产经营活动的一个关键问题：人类的有限认识如何应对错综复杂、瞬息万变的商业情境？

对于人类认识的有限性，恩格斯做了深刻的分析。他指出，就认识客观真理的可能性而言，认识能力是无限的；而就认识客观真理的现实性而言，认识能力是有限的。^[17] F. Knight 进一步分析了商业活动中的认识有限性。他指出，在具体商业情境中，人们对于未来情况有所了解，但往往不具有与此相关的完全信息，因而不能确定什么样的投入能够带来什么样的产出。其结果是，人们很难进行投入产出的理性分析和决策，而要依靠经验和直觉进行判断。商业情景的不确定性越高，经验直觉判断的作用就越明显。

与此相对应，创业资源获取也就遇到了特殊困难：既然创业者连自己的投入能否取得财务收益都不能确定，又怎么证明他人的投入能够取得财务收益呢？如果不能证明创业投入能够取得财务收益，又怎么能说服他人进行创业资源投入呢？融资理论在这里遇到了障碍。

由此得到的结论是，创业资源获取的根本困难在于创业活动具有不确定性。由于这种不确定性的存在，理性分析方法无法解释创业资源获取问题，尤其无法解释白手起家的创业者如何进行资源获取。然而这种情况在现实中比比皆是。

三、资源异质性、效用多维性、知识分散性与创业资源获取

考察融资研究的理论思路，可以看到两个默认前提：第一，资源投入的目的是获得财务收益；第二，理性分析是提高财务收益的基本方法。^[18] 问题在于这两个前提不能完全概括实际情况。首先，资源投入的目的仅仅是为了获得财务

收益吗？回答是否定的。现实生活中，人们之所以在不确定情境下进行资源投入，可能不是为了获取财务收益，而是为了满足其他方式难以满足的特殊需要。在这种情况下，创业资源投入的目的不是资源价值增长，而是资源使用价值开发。其次，理性计算是人们进行投入产出比较的唯一方法吗？答案也是否定的。道理很简单，理性计算以一定的效用期望为依据，而这种期望本身并不来自理性分析，而是来自经验感受。对于使用价值的感受和期望，是比理性计算更为本源的心理活动与比较方法。

也就是说，资源投入的动因，并非仅仅对于财务收益的理性计算，也可能来自对于某种使用价值的效用期望。这一分析思路，为解释不确定性情况下的创业资源获取提供了新的视角。而资源异质性、效用多维性、知识分散性的研究成果，为这一视角提供了理论分析工具。

（一）资源异质性

所谓资源异质性，是指资源使用价值的差异。不同的资源要素具有不同的使用价值，由此区分为不同的资源类型。不同资源类型之间的组合匹配，可以产生新的使用价值。^[19]生产经营活动的意义，就是通过异质性资源的优化配置，为社会提供具有新使用价值的产品服务，从而促进价值的增值。

经济学家为了便于研究，把资源使用价值简化为几种类型。例如，亚当·斯密把资源要素分为三类：资本、土地、劳动，认为经济活动的本质在于三种资源的恰当配置。新古典经济学把注意力集中到商品价值研究上，把使用价值简化为“效用”。由于假设消费者偏好既定，同一商品对不同消费者的效用性质相同，只有程度上的差异，因此，使用价值从新古典经济学的分析中消失了，商品差异完全由价值差异来表述，经济活动完全由价格机制来调节。

这样，商品的价值与使用价值就被分离开了：经济学研究价值，工程技术学研究使用价值。但这种分离只是一种理论抽象，在实际的工商业生活中，价值与使用价值始终紧密相关、相互作用。其实，生产经营活动的基本方式就是通过各类资源的合理配置与技术处理，创造具有新使用价值的产品服务，从而达到价值提升的目的。

因此，对于商业活动而言，资源使用价值的异质性不仅不能忽视，而且是必须解决的核心问题。从实际情况看，生产经营活动中的市场分析、产品研发、技术革新等环节，都在围绕产品服务的价值使用价值开发而展开。

由此得到的启示是：从资源所有者对于使用价值的期望出发，通过更好地满足所有者的效用期望来获取资源使用权，有可能成为创业资源的获取途径。

（二）效用多维性

进一步看，资源使用价值不仅具有差异性，而且是多维的。所谓资源效用的多维性，是指同样的资源在不同时间对于不同的人具有不同的使用价值。或者反过来说，不同的人在不同的时间，对于同样的资源要素具有不同的效用期望。

资源效用多维性进一步揭示了资源异质性的含义。原因很简单：经济活动之所以不关注资源物理化学或生物属性有什么不同，而是关注资源要素之间的差异，关注这些属性对于人们具有什么不同效用。Mark Casson 对此进行了解释。他认为：桌子作为一种资源要素，其特点不是来自于它的长度、高度、颜色、材质等，而是来自其所能满足的特殊需要。例如，对于伏案工作者和古董收集者来说，同一张桌子是两种不同的资源要素。^[20]进一步分析，这张桌子作为资源要素的效用，不仅对于不同个体不一样，而且在不同情况下也不一样。实际情况也是如此：随着环境变化和知识增长，同一资源的新效用会被不断发现和开发出来，以至成为完全不同的新资源要素。例如，以二氧化硅为原料制成的光导纤维，在用于通讯传输之前，只有极有限的工业价值。而在此之后，由于可以用于远程电话通信、医学内窥镜以及在计算机中传输光源或图像，成了一种价值巨大、具有全新性质的资源要素。

由于同一资源对于不同的人具有不同效用，新的效用有可能被开发和创造出来，因此，从资源效用的多维性入手，人们有可能低价甚至无偿地从他人手中获取资源。例如，有些东西会被很多人作为垃圾处理掉；对于这些东西，如果有人发现了它的用途，就可以无偿获取。进一步说，有的资源对于原所有者的效用不大，如果有人能够对它进行转化，使其成为对原所有者更为有用

的东西，就有可能从他人手中获得资源使用权。

(三) 知识分散性

对于同一资源的不同效用的认识和评价，体现了知识的分散性。所谓知识分散性，是指人类知识不仅总是对于具体事物而言，而且总是分属于不同的认识主体，相互之间难以完全统一。对此，F. A. Hayek 进行了深入分析。他指出，人类知识由不同个体知识的相互作用构成，统一的人类知识体系是不存在的。^[21]在实际的人类知识中，能够为相关领域专家共同理解的稳定内容，被称之为科学知识。而只能为特殊个体所掌握的内容，称为分散性知识。

分散性知识的存在，意味着“不同的人知道不同的事”^[22]。也就是说，不同的人对于同样的资源会看到不同效用，产生不同期望，作出不同的投入产出判断。与此相应的结果是：第一，任何一种资源配置方式都难以同时满足不同利益相关者的期望，因此，人们难以从使用价值角度形成资源配置的一致意见。第二，在不同使用价值期望的基础上，对于任何一种资源配置方式所提供的产品服务，都会出现不同的经营效益预测。因此，人们也难以从价值角度形成对于资源配置方式的一致意见。

面对这种情况怎么办？在复杂多变、信息有限、时间紧迫的商业竞争中，通过沟通协调形成统一认识是很难做到的。实际办法是，承认人们知识的分散性，不去整合人们对于使用价值的不同期望，而是把这种不同期望作为处理问题的依托。基本思路是：设计一种资源配置方案，从不同角度满足不同资源所有者对于资源效用的特殊期望，从而分别吸引这些所有者向方案设计者转交资源使用权。

显然，这是与传统融资理论不同的思路，是从使用价值出发而不是从价格比较出发的资源获取方法。按照这一思路，人们对于资源效用的期望不仅不需要统一，而且期望的差异越大，就越难以沟通和转换，创业者进行资源获取的机会就越多。因为，资源所有者的效用期望越特殊，越难依托市场机制加以满足，创业者就越有机会通过资源配置方式的创新，从资源所有者手中获得资源使用权。因此，知识分散性并不是创业资源获取的障碍，而是创业资源获取的依托。

上述分析的结论是：由于资源异质性、效用多维性和知识分散性，创业者难以通过理性博弈进行创业资源获取。但由于人们对于同样资源具有不同的效用期望，有些期望难以依靠市场交换加以满足，因此，从资源配置方式的创新入手，创业者通过更好地满足资源所有者的效用期望，有可能获得资源使用权以开展生产经营活动。

四、创业资源获取的关键在于异质性资源组合方式的创新

创业者进行资源配置方式创新，当然不仅是为了满足资源所有者的期望，主要还是为了达到自己的商业活动目的。这就要求新的资源配置方式必须具有帕累托效应，能够通过总效用的增长使资源提供者和使用者的利益都得到满足。为此，必须关注资源配置的生产性功能，把资源配置方式创新的重点从价值增长转向使用价值开发。

(一) 资源配置方式与生产性服务

通过资源改造进行资源效用开发，使利益相关者的期望得到更好满足，这是商业活动的生产性功能。对此，Edith T. Penrose 进行了深入分析。^[23]

Penrose 首先区分了企业的生产性资源和资源的生产性服务。她认为，所谓企业的生产性资源，是企业为生产经营活动而购买、租借的物品以及雇员；而资源的生产性服务，则是这些资源在生产经营过程中提供的效用。在 Penrose 看来，资源不是生产过程的真正投入品，资源所引致的服务才是。

问题在于：同样的资源有可能提供不同的服务。由于同样的资源要素有不同的利用方式，因此会产生不同的生产性服务，导致不同的生产经营效果。^[24]企业之间的差别正是资源利用方式的差别，企业异质性由此产生。因此，Penrose 反对新古典经济学的厂商理论，认为不同企业之间的区别，不能仅从行业和规模角度来理解，而要从资源配置方式的角度来理解。^[25]

进一步问，资源利用方式的特点从哪里来？Penrose 的回答是：从企业家创新中来。^[26]如果通过生产经营方式的改进，能够给利益相关者带

来更大的产品服务效用，就为实现企业效益提供了基础。因此，企业效益和企业发展的原因，要从企业家创新中来理解。

Penrose 的观点得到了普遍认同，成为创业研究的重要理论依托。^[27]这是因为，创业活动的难点是不确定性情景下的资源获取，而解决这一困难的办法正是资源效用开发与生产经营方式创新，并通过商业创意体现出来。^[28]

（二）帕累托改进与创业资源获取

生产经营方式创新的意义，是更好地满足利益相关者期望，促进社会财富增长。因此，新的资源配置方式不仅不能损害资源所有者原有效用期望的满足，而且要提高效用满足的程度。在此基础上，创业者才可能从所有者那里获得资源使用权，实现自己的商业目标。

这是可以实现的，原因如下：首先，同一资源可以同时为不同个体服务，因此，在不影响资源所有者权益的前提下，其他个体有可能分享该资源的其他效用。例如，农民种植的果树，可以成为养蜂者的资源。^[29]其次，同一资源对于不同个体而言，其效用有所不同。极端的情况是，同样一个东西，对甲而言弥足珍贵，对乙却是无用的废物。更多的情况是，同样一个东西，对甲的价值大而对乙的价值小。这种差异就为某一方低价乃至无偿获取资源提供了可能。第三，资源效用不仅存在差异，而且这种差异可以改变。如果通过资源配置方式创新，能够开发出新的效用，使之更好地满足资源所有者的期望，就有可能从所有者手中获得资源使用权。

从实际情况看，资源使用权的上述获取方式是广泛存在的。例如，互联网上的门户网站，网站所有权归网络公司，但使用权无偿提供给了网民，由此提高了资源配置效用，产生了帕累托改进效果。创业资源的无偿获取与此有相似机理。实际上，不少创业者也确实从无偿获取的网络信息中得到了帮助。

总之，创业资源获取的实质，是从资源所有者手中获取资源使用权。这种获取之所以能够实现，是因为创业者所发现的资源配置方式，不仅对自己有用，而且对资源所有者有利。在此基础上，如果资源配置方式创新只有创业者才能实现，就为创业资源无偿获取提供了可能。因此，

创业者的商业创意和创新能力是创业资源获取的依托。

五、创业资源获取依赖于商业创意价值的恰当展示

商业创意为资源获取提供了杠杆，但获取资源还有赖于这一创意的价值为资源所有者认同。

如何展示商业创意的价值，使资源所有者从中看到自己可能获得的回报，是创业资源获取必须解决的问题。其难点在于：不仅由于知识的分散性，商业创意价值难以被他人理解；而且由于商业的竞争性，创业者会把创意价值当做商业秘密加以保护。^[30]这一问题怎么解决呢？办法是：有选择地向不同对象展示商业创意的不同内涵，使其对于不同资源所有者具有不同吸引力，从而把资源配置的整体运作掌握在创业者手中。通过这样的方式，使创业者在资源配置的交易过程中，成为链接各利益相关者的中心签约人，成为资源整合的决策者和控制者。

与此相适应，社会网络对于创业资源获取具有重要意义。这是因为，不同的社会网络和网络地位，为人们之间的沟通协作提供了不同渠道。创业者可以利用自己所处的网络地位，有选择地向不同方式向不同网络成员展示商业创意的价值，从而提高创业资源获取的成效。对此可以从社会网络结构和网络成员差异两个方面进行分析。

（一）社会网络的作用

创业资源广泛存在于各种资源所有者手中，这些所有者又处于一定的社会网络之中。人们对于商业活动的认识和参与，客观上受到自己网络地位的影响，其中信息与信任是两种基本的影响因素。^[31]

首先是信息。为了使资源所有者相信商业创意能够满足自己的需要，创业者不仅要了解所有者需求的特殊性，而且要说明自己满足这种需要的方式具有什么优越性。由于这两个方面的信息都具有私密性，属于分散的私人信息，因此，信息交流不能仅仅依靠公开渠道，而是要依靠创业者与资源所有者之间的深度沟通。这就使创业活动与社会网络发生了密切联系。不同的社会网络也是不同的信息网络，人们依赖自己在网络中的

地位，依赖自身的网络关系特点，可以获得与他人不同的信息，从而开发出具有针对性的效用满足方式，并传递给恰当的网络对象。因此，把握网络成员的特殊需要，进行有效的沟通，是创业资源获取的基本条件。

其次是信任。商业创意价值的实现有赖于实际努力，包括能力和动力。创业者是否会为实现商业创意而努力，以及以什么样的方式进行努力，是未来的事，具有不确定性。对此难以建立完善的事先应对预案，只能在工作进程中相机处理。在这种情况下，对于创业者的信任具有重要意义。信任程度的高低，决定着是否放心把资源使用权交到创业者手中。而社会网络中的不同成员，相互之间具有不同的信任关系和信任程度。一个能够得到广泛信任的创业者，在资源获取中具有明显的优势。^[32]因此，争取网络成员的信任，是创业资源获取的又一个基本条件。

现代社会中，每个人都处于多种社会网络之中，是不同社会关系的总和。^[33]其中在社会网络中处于优势地位的创业者，具有较好的社会关系依托，可以有选择地了解不同对象的效用需求，有针对性地对不同对象传递商业创意的不同方面，有目的地取得不同资源所有者的不同理解和信任，最终成功地从不同网络成员那里取得所需的不同资源，为自己进行资源配置方式创新提供基础。

(二) 客户资源的特殊意义

在社会网络关系中，客户开发对于创业资源获取具有特别重要的意义。^[34]从已有文献看，风险资本、天使投资者是人们关注的创业投资对象。但实际上这方面投资不仅比例小，而且进入晚，并非创业投资的主要来源。^[35]除了自有资金和亲戚朋友的帮助之外，客户往往是创业资源获取的主要对象。^[36]对于白手起家的创业者而言，客户资源甚至是创业成功赖以实现的首要资源。这种情况具有逻辑的必然性。

首先，客户关心的是使用价值而不是价值。就是说，客户之所以是客户，是因为他们具有对于产品服务效用的特殊需要，并且愿意以一定代价换取。如果所需的东西不存在怎样办？只有一个办法：把所需产品服务生产出来。这样一来，购买过程就转变成为生产过程。生产过程是投入产出过程。只有先投入才能后产出。剩下的问题

是由谁来生产？自己生产还是委托别人生产？这时如果有人愿意生产，并且成功几率大，耗费成本低，就可以委托给他生产。与此相应，创业者有可能从客户手中得到生产订单，获得相应的资源投入。客户所需的产品服务越特殊、越难以购买，对这种产品服务的需求越强烈、越迫切，就越愿意进行资源投入。显然这是创业资源获取的合适对象。

其次，客户不是预先存在、一成不变的，可以不断发现和培育。在生产经营活动中，了解尚未满足的需要，就是发现潜在客户；加强产品服务信息沟通，就是进行客户培养。因此，创业者可以从自己所处的社会环境出发，通过发现尚未满足的需求，找出需求强烈并且具有支付能力的社会成员，作为自己的潜在客户。在此基础上，如果能够准确地把握客户需求，提出满足客户需要的好办法，说明这种办法的可行性与可靠性，使潜在客户了解这种办法对他所具有的价值，就有可能吸引其为此进行投资。

也就是说，创业活动的关键在于商业创意，商业创意的价值要接受市场检验，客户评价是市场检验的典型体现。创业者通过说服潜在客户所得到的第一批订单，以及客户为此预付的资金或其他资源，是其商业创意价值的第一次回报。对于白手起家的创业者来说，这种回报极为重要，往往是其走向成功的第一步。

六、结论

本文从对融资理论的回顾出发，以资源异质性为起点，围绕资源利用方式的创新，针对如何更好地满足资源所有者的效用期望，指出了创业资源获取的关键问题和解决办法。总结以上分析，得到如下结论：

(1) 对于商业活动的不确定性问题，难以用理性分析方法进行处理，这种困难集中体现在创业活动中。与此相适应，创业资源获取的根本困难在于，难以在不确定性情境下证明资源投入可以获得财务收益。

(2) 由于资源投入的目的不一定是获取财务收益，也有可能是获得特殊的使用价值，因此，从资源效用出发，能够找到创业资源获取的新思

路。关键在于，通过资源配置方式创新，更好满足资源所有者的效用期望，从而获得资源使用权的转让。

(3) 资源配置方式创新的价值是私人信息，

只能为特殊人群所认识，因此，创业资源获取具有特殊对象。以社会网络为依托，确认合适的资源获取对象，能够提高创业资源获取的成功率。其中客户资源的获取具有特殊意义。

参考文献

- [1] Mises, Ludwig von. *Human Action, A Treatise on Economics* (4th ed.). San Francisco: Fox & Wilkes, 1949.
- [2] Bjørnskov, C. & N. J. Foss. "Economic Freedom and Entrepreneurial Activity: Some Cross-Country Evidence". *Public Choice*, 2008, 134: 307 - 328; Wennekers, S. & R. Thurik. "Linking Entrepreneurship and Economic Growth". *Small Business Economics*, 1999, 13: 27 - 55.
- [3] I. M. Kirzner. *Entrepreneurship and Competition*. Chicago: University of Chicago Press, 1973; Shane, S. & S. Venkataraman. "The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research". *The Academy of Management Review*, 2000, 25 (1): 217 - 226.
- [4] Alvarez, S. & J. Barney. "Organizing Rent Generation and Appropriation: Toward a Theory of the Entrepreneurial Firm". *Journal of Business Venturing*, 2004, 19 (5): 621 - 635; J. Barney. "Strategic Factor Markets: Expectations, Luck and Business Strategy". *Management Science*, 1986, 42: 1231 - 1241.
- [5] Foss, N. J. & P. G. Klein. "Entrepreneurship and the Economic Theory of the Firm: Any Gains from Trade?". in: R. Agarwal, S. Alvarez and O. Sorenson. *Handbook of Entrepreneurship: Disciplinary Perspectives*. New York: Springer, 2005; Foss K., Foss N. J., Klein P. G. & S. K. Klein. "The Entrepreneurial Organization of Heterogeneous Capital". *Journal of Management Studies*, 2007, 44 (7): 1165 - 1186; Foss K., Foss N. J. & P. G. Klein. "Original and Derived Judgment: An Entrepreneurial Theory of Economic Organization". *Organization Studies*, 2007, 28 (6): 1 - 20; Alvarez S. A. & J. Barney. "How Do Entrepreneurs Organize Firms under Conditions of Uncertainty?". *Journal of Management*, 2005, 31: 776.
- [6] Stevenson, H. H. & D. E. Gumpert. "The Heart of Entrepreneurship". *Harvard Business Review*, 1985, March, 1.
- [7] Foss, K., Foss, N. J., Klein, P. G. & S. K. Klein. "The Entrepreneurial Organization of Heterogeneous Capital". *Journal of Management Studies*, 2007, 44 (7): 1165 - 1186; Foss, K., Foss, N. J. & P. G. Klein. "Original and Derived Judgment: An Entrepreneurial Theory of Economic Organization". *Organization Studies*, 2007, 28 (6): 1 - 20.
- [8] Baker, T. & R. E. Nelson. "Creating Something from Nothing: Resource Construction through Entrepreneurial Bricolage". *Administrative Science Quarterly*, 2005, 50 (3): 329 - 366.
- [9] de Bettignies, J. "Financing the Entrepreneurial Venture". *Management Science*, 2008, 54 (1): 151 - 166.
- [10] Winton, A. & V. Yerramilli. "A Model of Entrepreneurial Finance". July 2004. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=566921>.
- [11] Wang, S. & H. Zhou. "Staged Financing in Venture Capital: Moral Hazard and Risks". *Journal of Corporate Finance*, 2004 (4): 131 - 155.
- [12] 杨其静:《企业家的企业理论》,北京,中国人民大学出版社,2004。
- [13] Shane, S. & S. Venkataraman. "The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research". *The Academy of Management Review*, 2000, 25 (1): 217 - 226.
- [14] Hebert, R. F. & A. N. Link. *The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques* (2nd ed.). New York: Praeger, 1988.
- [15] Knight, F. H. *Risk, Uncertainty, and Profit*. Boston: Hart, Schaffner, and Marx, 1921.
- [16] [20] Casson, M. *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Totowa, NJ: Barnes & Noble Books, 1982.
- [17] 恩格斯:《反杜林论》,载《马克思恩格斯选集》,2版,第3卷,北京,人民出版社,1995。
- [18] Klein, P. G. "Economic Calculation and the Limits of Organization". *The Review of Austrian Economics*, 1996, 9 (2): 3 - 28.
- [19] Lachmann, L. M. "On Austrian Capital Theory". in *The Foundations of Modern Austrian Economics*. Kansas City: Sheed and Ward, Inc., 1976.

- [21] Hayek, F. "The Use of Knowledge in Society". *American Economic Review*, 1945, 35 (4): 519.
- [22] Dew, N., Velamuri, S. R. & S. Venkataraman. "Dispersed Knowledge and an Entrepreneurial Theory of the Firm". *Journal of Business Venturing*, 2004, 19 : 659 - 679.
- [23] [24] [25] [26] Penrose, E. *The Theory of the Growth of the Firm*. New York: John Wiley, 1959.
- [27] Kor, Y. Y., Mahoney, J. T. & S. C. Michael. "Resources, Capabilities and Entrepreneurial Perceptions". *Journal of Management Studies*, 2007, 44: 7.
- [28] 秦志华、刘艳萍:《商业创意与创业者资源整合能力拓展——白手起家的创业案例分析及理论启发》,载《“中国企业管理案例论坛(2008)”暨“第二届中国人民大学管理论坛”论文集》,2008。
- [29] Cheng, S. N. S. "The Contractual Nature of the Firm". *Journal of Law and Economics*, 1983 (26) : 1 - 21.
- [30] Metcalfe, J. S. "The Entrepreneur and the Style of Modern Economics". *Journal of Evolutionary Economics*, 2004, 14 (2): 157 - 175.
- [31] Coleman, J. S. *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: Belknap Press, 1990; Stuart, T. E. & O. Sorenson. "Social Networks and Entrepreneurship". in: Sharon A. Alvarez, Rajshree R. Agarwal and Olav Sorenson, *Handbook of Entrepreneurship Research: Disciplinary Perspectives*. New York: Springer, 2005.
- [32] Coleman, J. S. *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: Belknap Press, 1990.
- [33] Brass, D. J. "Being in the Right Place: a Structural Analysis of Individual Influence in an Organization". *Administration Science*, 1984, 29: 518 - 539.
- [34] Baker, T. & R. E. Nelson. "Creating Something from Nothing: Resource Construction through Entrepreneurial Bricolage". *Administrative Science Quarterly*, 2005, 50 (3): 329 - 366.
- [35] Moskowitz, T. J. & A. Vissing-Jorgensen. "The Returns to Entrepreneurial Investment: a Private Equity Premium Puzzle". *American Economic Review*, 2002, 92, 745 - 778.
- [36] 侯建仁、李强、曾勇:《创业者持股、外部股东与资本结构》,载《管理学报》,2010,7(4)。

Entrepreneurial Resource Acquisition Based on the Integration and Exploitation of Heterogeneous Resource

QIN Zhi-hua, LIU Chuan-you

(School of Business, Renmin University of China, Beijing 100872)

Abstract: This paper focuses on how to acquire the entrepreneurial resource for the individual entrepreneur. Based on the review of the literature of entrepreneurial financing study, this paper logically integrates the extant theories of resource heterogeneity, dispersed knowledge, firm growth and social network theory and draws the following conclusion: in the uncertainty context, we should not study the entrepreneurial resource acquisition through rational calculation based on value comparison but concern the use value of resource. Because of resource heterogeneity, multi-dimensional utility and dispersed knowledge, the entrepreneur can explore extant resources' new utility to better meet the resource holders' expectation through innovatively integrating the resource and acquire the use right of resource from resource holders. During this process, it is the communication, understanding and trust that make a difference. Therefore, the entrepreneurial resource acquisition would often be realized through social networks. Furthermore, acquiring resource from potential customer often is the starting point for individual entrepreneur's success.

Key words: uncertainty; resource heterogeneity; dispersed knowledge; business idea; social network

(责任编辑 武京闽)