

# VU Research Portal

## **Social Networks and Firm Performance:**

Arzlanian, S.

2014

### **document version**

Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication in VU Research Portal](#)

### **citation for published version (APA)**

Arzlanian, S. (2014). *Social Networks and Firm Performance: Examining the Relation between Dimensions of Social Capital, Social Network Perception and Firm Performance*. ABRI.

### **General rights**

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

### **Take down policy**

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

### **E-mail address:**

[vuresearchportal.ub@vu.nl](mailto:vuresearchportal.ub@vu.nl)

## NEDERLANDSE SAMENVATTING

### **Sociale netwerken en de prestaties van de onderneming: onderzoek naar de relatie tussen de dimensies van sociaal kapitaal, perceptie van sociale netwerken en de prestaties van de onderneming.**

Ondernemingen hebben vaak te kampen met verschillende uitdagingen. Deze uitdagingen zijn des te groter voor kleine en nieuwe ondernemingen. Er zijn verschillende factoren die de prestaties van een onderneming kunnen verbeteren. Een van de verschillende factoren zijn de sociale netwerken van een ondernemer of een manager.

Een analyse van de bestaande literatuur onthult de aanzienlijke voordelen van sociale netwerken voor bedrijfsprestaties; er zijn echter enkele beperkingen. Ten eerste zijn er tegenstrijdige bevindingen met betrekking tot specifieke netwerk eigenschappen die sociaal kapitaal vormen. Ten tweede, is et nog onduidelijk hoe en welke contextuele factoren de waarde van sociaal kapitaal van ondernemers zouden kunnen beïnvloeden. Ten derde, het meeste van het netwerk onderzoek is op de gevolgen van netwerken, terwijl de antecedenten van sociale netwerken nauwelijks zijn onderzocht. Er is dus weinig informatie over hoe ondernemers en managers hun netwerken creëren. Ten vierde, er is weinig empirisch onderzoek naar de factoren die de perceptie van managers van inter-organisationale netwerken beïnvloeden. Kortom, deze studie heeft als doel na te gaan 1) hoe het menselijk kapitaal en sociaal kapitaal zich tot elkaar verhouden; 2) hoe de dimensies van sociaal kapitaal de prestaties van kleine ondernemingen beïnvloeden; 3) de effecten van inter-organisationale netwerk percepties op de ondernemingsprestaties in opkomende economieën; en 4) de antecedenten van accurate netwerk perceptie.

Op basis van de bovenstaande overwegingen is de probleemstelling van dit proefschrift gedefinieerd als: *Hoe kunnen sociale netwerken en inter-organisationale netwerk perceptie bedrijfsprestaties beïnvloeden?*

Uit de bevindingen van de twee meta-analyses blijkt dat netwerk effecten afhankelijk zijn van de ontwikkelingsfase van de nieuwe ondernemingen, de industrie en de institutionele context en van de prestatie indicatoren. De resultaten van de empirische studie in hoofdstuk vier geven weer dat een nauwkeurig waargenomen netwerk essentieel is om effectief te kunnen netwerken. De bevindingen van het empirisch onderzoek in hoofdstuk vijf geven aan

dat deelname aan evenementen en centrale netwerk positie de nauwkeurigheid van de netwerk perceptie verbetert. Als zodanig, de voordelen van sociale netwerken ten volle te kunnen benutten, is het belangrijk dat managers eerst het netwerk accuraat kunnen waarnemen, wat kan door de omgeving continu af te tasten.

Kortom, uit de resultaten blijkt dat sociaal kapitaal sterk gerelateerd is aan bedrijfsprestaties. Echter, deze netwerk effecten zijn afhankelijk van de ontwikkelingsfase van nieuwe ondernemingen, hun industrie en de institutionele context en de type prestatie-indicatoren. Bovendien, de resultaten geven aan dat accurate perceptie van netwerken belangrijk is, terwijl een onjuiste perceptie kostbaar kan zijn. Perceptie accuraatheid kan worden verbeterd door actief de omgeving te scannen en vaak de interactie aan te gaan met sleutelfiguren binnen het netwerk.