华南农业大学学报(社会科学版)
2012年第3期 JOURNAL OF SOUTH CHINA AGRICULTURAL UNIVERSITY No. 3 2012
(第11卷) (SOCIAL SCIENCE EDITION) (Vol. 11)

# 社会资本、先验知识与农民创业机会识别

郭红东, 丁高洁

(浙江大学 中国农村发展研究院,浙江 杭州 310058)

**摘 要:** 以创业农民为研究对象,考察其社会资本、先验知识与创业机会识别之间的逻辑关系。基于全国部分创业农民调查数据的实证研究,发现社会资本中的网络规模、网络资源、组织参与以及先验知识中的打工经历、创业经历、培训经历等要素是影响农民创业机会识别数量的重要因素。也就是说:强关系网络规模大,正在创业亲友资源和在相关部门任职亲友资源多,加入专业合作社或农业协会的农民,将更容易识别出较多的创业机会;而拥有先前打工经历和创业经历的农民,识别出更多创业机会的可能性显著提高。基于研究结论,提出了加强农民专业合作社和协会建设、加强创业知识培训以及鼓励农民多次创业的政策建议。

**关键词:** 社会资本; 先验知识; 机会识别; 农民创业

**中图分类号:** F323.6 **文献标识码:** A **文章编号:** 1672-0202(2012)03-0078-08

## 一、引言

积极引导和促进农民创业对于现阶段加快推进中国城镇化进程,统筹城乡经济发展,落实科学发展观具有十分重要的意义。中国政府非常重视农民创业问题,要求地方政府扶持农民创业项目,给予农民创业更大的支持。然而,农民创业是否能成功,除了政府政策上的支持外,农民自身条件才是决定其创业成败的关键。

在创业过程中,创业机会识别是创业活动的起点,是价值创造过程中的一个重要环节,对创业有着至关重要的作用。因此,能够识别创业机会,对于一名成功的创业者来说至关重要。大量的研究表明,创业机会识别是一个受多方面因素综合作用的复杂的认知过程,影响创业机会识别的因素很多,如创业动机、创业警觉性、个体特征、先验知识、社会资本、认知学习能力、社会境遇等等[1-4]。其中社会资本和先验知识因其强大的影响力和解释力而备受学者关注。

中国农民拥有丰富的创业经验和强烈的创业愿望,蕴藏着巨大的创业潜能[5]。现阶段,由于在外打工农民的回流及农村创业比重的上升,农民可利用的社会资本和先验知识存量日益丰富。但是,已有研究主要探讨社会资本和先验知识是否影响农民创业机会的识别,并没有解释具体哪些因素对其产生影响以及影响多大。因此,如何把握社会资本和先验知识中影响机会识别的关键因素,进而有针对性的发展社会资本和先验知识存量,是现阶段农民创业研究迫切需要研究的问题。本文基于中国创业农民的问卷调查数据,重点研究农民社会资本和先验知识中影响农民创业机会识别量的因素,在此基础上提出了相关促进农民创业的政策建议。

**收稿日期:** 2012-04-15

**基金项目:** 国家自然科学基金项目(71073136);教育部人文社科重点研究基地重大项目(10JJD790018)

**作者简介:** 郭红东(1968—),男,浙江浦江人,浙江大学中国农村发展研究院教授,主要研究方向为农业产业组织与农民创业问题.

## 二、理论与研究假设

### （一）社会资本与农民创业机会识别

创业者社会资本在机会识别过程中扮演着重要角色：它一方面提供市场机会，另一方面通过提供信息与资源的支持帮助创业者更好地发现市场机会[6]。社会资本应主要包含两个层面内容：一是社会网络以及嵌入该框架中的社会资源；二是通过个体之间的互动（如信任、参与、互惠等活动）交换，这些资源必须是目的性行动所能动用的。

Portes，Adler 等学者将社会资本归纳为两种层次：一种是微观社会资本，另一种是宏观社会资本，它在群体中表现为规范、信任和网络联系的特征[7-8]。本文针对农民这一群体，将微观和宏观两个层面结合起来，分析两个层面下社会资本对机会识别的影响。在微观层面，主要考察农民的网络规模和网络资源，之所以未将网络密度纳入测量指标体系，是因为在已有的研究中，对于网络密度如何影响个体所识别信息特征存在着相悖的观点[9]；在宏观层面，将组织参与纳入考虑，它影响农民个体之间的互动交换，对社会资本积累产生影响。

网络规模与机会识别。大的社会网络较之于小的网络包含有更多的提供信息的能力[10-11]。发现有更广社会网络的创业者能显著识别更多的机会[3]。研究结果显示：网络规模同创业的新想法和认知机会显著成正比[12]。因此，网络规模越大，创业农民从已有的社会网络成员处得到的创业机会信息越多，其机会识别量越大。

网络规模分为强关系网络和弱关系网络，强关系网络一般是由亲属和亲密的朋友构成，弱关系网络则由我们常说的熟人、老乡等构成。Ma and Huang 认为，在集体主义文化中，弱关系可能成为机会认知的障碍，而强关系则具有优势[13]。强关系使人们相互信任并把对方当作集团内成员，信息的传递没有障碍，使用起来更为方便。农民群体则具备这种集体主义文化，而调查中的大多数农民也均选择回乡创业，网络规模中的强关系能够为他们提供一种现存的、比较成功的商业参考模版和所需的资源，从而促成创业者识别出与特定商业概念相对应的机会。从这一点可以看出，对农民而言，由亲戚朋友组成的强关系网络在很大程度上决定其机会识别数量。由此，提出研究假设：

假设 1：农民强关系网络规模同创业机会的识别量正相关，而弱关系网络规模对农民识别创业机会量影响不大。

网络资源与机会识别。社会资源并非均匀分布于社会之中，而是根据人们社会地位的高低呈现金字塔状分布[14]。处于社会顶端的少数人掌握了大部分资源，而处于金字塔低端的多数人只掌握了小部分资源。创业者个人网络中拥有较高社会地位的人越多，创业者越有可能获取高质量的信息[15]。公司高管和政府官员的关系能带来有价值的信息[16]。网络中的创业者资源也为农民识别创业机会带来信息。Western 发现，父母是创业者的话，子女更有可能在成年后成为创业者[17]。有研究发现利用网络资源获悉创业机会的创业者比那些单独的创业者识别出更多的机会[3]。由此，提出研究假设：

假设 2：农民网络资源中在相关部门任职的亲朋好友、正在创业的亲朋好友数量同创业机会的识别量正相关。

组织参与与机会识别。陈健民和丘海雄对民间社团的研究发现，社团成员可以凭借其成员身分获得更多的社会资本，从而获取更多的资源[18]。在农民的关系网络中，网络不具有正式制度层面的合法性。因此，农民为了避免个人关系网络的不足，在社会组织层面建立规范的合作经济组织。通过合作组织参与市场活动，与陌生人建立合作关系，进行资源互享互助，从而增加自身可得资源。此外，约束成员间不信任行为的出现，使成员间交易的成功率增加，获得更高收入的机会也

会相应增多[19]。对农民而言,是否加入合作社及成为信用社成员,将对其社会资本存量产生影响,进而决定创业机会的识别量。由此,本文提出如下研究假设:

假设3:农民对专业合作社和信用社的组织参与情况同创业机会的识别量正相关。

**(二)先验知识与农民创业机会识别**

有关先验知识(prior knowledge)与机会识别的研究起源很早,学者们认为先验知识是创业者或潜在创业者识别创业机会的一个重要的影响因素。创业者的先验知识是识别机会的认知基础,在机会识别过程中起着非常重要的作用。先验知识的积累受创业者以往的工作经历、创业经历以及所接受过的教育培训等方面的影响。Shane 进一步指出个体先前工作经验中所积累的顾客问题知识、市场服务方式知识、市场知识造就了创业者的"知识走廊",导致创业者在面对同样的机会信息时,解读出的往往是与其先前知识密切关联的机会[4]。在先前工作经验方面,不少研究发现经验丰富的创业者掌握了有关市场、产品、资源等有价值知识,因而强化了其发现创业机会的能力[20-21]。而对农民群体而言,在外打工经历是一种有别于其他群体的特殊工作经验,可以为其创业带来与打工工作相关的创业技能和项目。

有学者对习惯性创业者(habitual entrepreneur)做了连续研究。他们研究发现在识别机会和开发机会方面,习惯性创业者显著地优于常人[22-23]。在先前创业经历方面,有创业经历的创业者因体验过机会发现过程,积累了洞察信息价值从而发现机会的隐性知识,有助于强化其对机会信息的警觉性,从而更容易识别到新的创业机会[24]。实证研究也发现创业经历丰富的个体也更容易经由解读信息价值来识别创业机会,因为创业经历为个体创造了有助于发现新机会的认知路径[25]。韦吉飞、王建华和李录堂基于西北五省的调查,发现受过职业培训的农民创业成功概率是没受过培训农民的7.86倍[26]。由此,提出研究假设:

假设4:有先前打工经历的农民,比起那些没有打工经历的农民,将识别出更多的创业机会。

假说5:有先前创业经历的农民,比起那些没有创业经历的农民,将识别出更多的创业机会。

假说6:有先前培训经历的农民,比起那些没有培训经历的农民,将识别出更多的创业机会。

## 三、数据来源、变量测量与模型构建

**(一)数据来源**

本文选择农村创业农民为研究对象,以问卷调查的方式搜集数据。被访对象应符合以下条件,缺一不可:(1)属于农村户口;(2)当前的创业活动开始于2004年以后(包括2004年);(3)属于自我雇佣;(4)其创业活动可以在农业领域或非农领域内进行。

本文组织浙江大学在校大学生进行调查,调查者由农业经济管理专业研究生和浙江大学"三农协会"的学生组成;随机抽取22个省(市)100名学生为调查成员,调查时间为2012年1~3月,每位学生在其家乡随机抽取6位创业农民进行调查,考虑到部分农民文化程度较低,统一采取由调查者根据被访者回答代为填写问卷的形式。本次调查共发放问卷600份,回收问卷512份,得到有效问卷445份,问卷回收率与有效问卷回收率分别为85.3%和74.2%。

从被调查者性别看,男性占76.40%,女性占23.60%,男性被调查者约占所有被调查者的3/4。从被调查者年龄看,30岁以下的被调查者占23.59%,30~39岁占36.18%,40~49岁占33.26%,50岁以上占6.97%,被调查者以青壮年居多。从被调查者受教育程度看,小学及以下文化程度占11.69%,初中文化程度占48.76%;高中文化程度占27.42%,大专文化程度占7.86%,大学及以上文化程度占4.27%,接近一半的被调查者为初中文化水平,被调查者农民整体教育程度不高。从被调查者婚姻状况看,已婚占88.76%,未婚占11.24%,被调查者主要由已婚创业者组成。

### （二）变量测量

1. 因变量：创业机会识别数量

考虑到此次研究对象为创业者，调查中 96.9% 的被调查者至少识别出了一个创业机会，因此，以是否识别创业机会作为因变量是不合适的。本文认为，农民识别出的创业机会数量越多，其创业动机越强烈，越有可能将机会付诸实践进行创业。因此，本文以创业机会识别数量作为因变量。

2. 自变量：社会资本的测量指标

（1）网络规模。网络规模测度借鉴了边燕杰的“春节拜年网”[27]。共设置 3 个题项：1. 春节期间，联系密切的亲戚总共有多少人？2. 春节期间，联系的亲密朋友总共有多少人？3. 春节期间，联系的其他人有多少人？每个题项设置 5 个选项，采用利克特 5 点量表进行评分，1 = 5 人及以下；2 = 6 ~ 10 人；3 = 11 ~ 20 人；4 = 21 ~ 30 人；5 = 30 人以上。将 1、2 题的评分加总表征强关系网络规模大小趋势，第 3 题的评分表征弱关系网络规模大小趋势。

（2）网络资源。网络资源分为正在创业亲友资源和在相关部门任职亲友资源。正在创业亲友资源由被调查者网络中正在创业的父母、兄弟姐妹、亲戚、朋友和其他人组成；在相关部门任职亲友资源主要利用网络中任村干部亲友数量，在政府机关或事业单位任职亲友数量，在国有或私营企业任管理或技术类职务亲友数量，在银行、农村信用社任职亲友数量四个指标加总来进行测量。

（3）组织参与。为了测量被调查者对农民相关组织的参与程度，设置 2 个题项：1. 是否加入农民专业合作社或农业协会。2. 是否是信用社成员。设置 0、1 变量，是赋值为 1，否赋值为 0。

3. 自变量：先验知识的测量指标

先验知识用被调查农民的打工经历、创业经历和培训经历来测度。分别询问其创业前是否在外打工，创业前是否有过创业经历，创业前是否参加过与创业相关的技术培训。

### （三）模型构建

本研究所考察的是农民社会资本和先验知识对农民创业机会识别的影响，由于因变量机会识别数量为计数变量，因而本研究采取泊松回归分析模型，因为该模型是专门为分析诸如生育次数、迁移次数等计数变量发展出来的统计模型，近几年被广泛应用于其他研究领域。

在设计模型时，设 $h$ 为农民创业机会的识别量，为非负整数值$\{0,1,2,\cdots\}$，$x_1,x_2,\cdots x_k$，$x_k$ 是与 $h$ 相关的自变量，一共有 $n$ 组观测数据，即：$(x_{i1},x_{i2},\cdots,x_{ik};h_i)$；$(i=1,2,3,\cdots,n)$。$\rho$ 为以 $x$ 为条件，创业农民机会识别量等于 $h$ 的概率。设 $\rho_i$ 与 $x_{i1},x_{i2},\cdots,x_{ik}$的关系为：

$$P(y_i=h/x_i)=\rho_i=exp(\beta_1x_{i1}+\beta_2x_{i2}+\cdots+\beta_kx_{ik}+\beta_0\varepsilon_i) \quad (1)$$

其中：$\varepsilon_i$ 是随机误差项，$\beta_0,\beta_1,\beta_2,\cdots\cdots,\beta_k$ 反映了各个因素对农民创业机会识别量影响的大小，比如 $\beta_1$ 的值表示 $x_1$ 每变化一单位所带来的机会识别量变化的百分比。

本文以性别、年龄、教育程度以及婚姻状况作为控制变量，社会资本与先验知识为自变量，模型中各个变量的描述性统计由表 1 给出。

## 四、模型检验与结果分析

### （一）模型检验

本文运用 SPSS18.0 软件进行了数据分析。为了避免自变量之间的共线性问题，首先进行了变量之间的相关性分析，表 2 是模型变量的相关系数矩阵。表 2 的相关矩阵显示，自变量间的相关系数都不高于 0.4，不存在共线性问题。其中，社会资本中的强关系规模、创业亲友资源、在相关部门任职亲友资源与创业机会识别数之间存在着显著性正相关关系，相关系数分别为 0.187（$P<0.01$）、0.285（$P<0.01$）和 0.282（$P<0.01$）。先验知识中的打工经历和创业经历与创业机会识别数之间存在着显著性正相关关系，相关系数分别为 0.160（$P<0.01$）和 0.236（$P<0.01$）。

**表1 变量的描述性统计分析结果**

| 变量名 | | 均值 | 标准差 |
|---|---|---|---|
| 因变量 | 创业机会识别数量 | 3.330 | 2.829 |
| 控制变量 | 性别（女性为参照组） | 0.760 | 0.425 |
| | 年龄（岁） | 2.240 | 0.891 |
| | 教育程度（年） | 2.440 | 0.947 |
| | 婚姻状况（以未婚为参照组） | 0.890 | 0.316 |
| 自变量 | | | |
| 社会资本 | | | |
| | 强关系规模 | 6.340 | 2.140 |
| | 弱关系规模 | 3.070 | 1.485 |
| | 创业亲友资源 | 22.540 | 33.252 |
| | 相关部门任职亲友资源 | 9.820 | 17.322 |
| | 是否加入农民专业合作社 | 0.130 | 0.332 |
| | 是否是信用社成员 | 0.190 | 0.391 |
| 先验知识 | | | |
| | 打工经历 | 0.740 | 0.441 |
| | 创业经历 | 0.280 | 0.451 |
| | 培训经历 | 0.320 | 0.465 |

**表2 模型变量的相关系数矩阵**

| 变量 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 创业机会识别数（个） | 1 | | | | | | | | | | | | | |
| 2 性别 | 0.027 | 1 | | | | | | | | | | | | |
| 3 年龄 | -0.067 | 0.046 | 1 | | | | | | | | | | | |
| 4 教育程度 | 0.069 | 0.064 | -0.386** | 1 | | | | | | | | | | |
| 5 婚姻状况 | 0.001 | 0.037 | 0.406** | -0.398** | 1 | | | | | | | | | |
| 6 强关系规模 | 0.187** | 0.062 | -0.046 | 0.015 | 0.024 | 1 | | | | | | | | |
| 7 弱关系规模 | 0.072 | 0.042 | -0.085 | 0.061 | 0.035 | 0.405** | 1 | | | | | | | |
| 8 创业亲友资源 | 0.285** | 0.018 | -0.021 | -0.049 | 0.041 | 0.095* | 0.146** | 1 | | | | | | |
| 9 相关部门任职亲友资源 | 0.282** | -0.012 | -0.003 | 0.066 | 0.063 | 0.209** | 0.175** | 0.336** | 1 | | | | | |
| 10 是否加入专业合作社或协会 | 0.084 | 0.063 | 0.187** | -0.006 | 0.059 | 0.052 | 0.091 | -0.036 | 0.048 | 1 | | | | |
| 11 是否是信用社成员 | -0.012 | 0.076 | 0.155** | -0.028 | 0.096* | 0.046 | 0.180** | 0.037 | 0.062 | 0.328** | 1 | | | |
| 12 打工经历 | 0.160** | -0.043 | -0.019 | -0.007 | 0.111* | 0.105* | 0.040 | 0.069 | 0.094* | -0.035 | 0.009 | 1 | | |
| 13 创业经历 | 0.236** | 0.044 | 0.194** | -0.084 | 0.090 | 0.032 | 0.029 | 0.208** | 0.137** | 0.140** | 0.067 | 0.244** | 1 | |
| 14 培训经历 | 0.015 | 0.036 | -0.121* | 0.133** | -0.050 | 0.001 | 0.101* | 0.031 | 0.133** | 0.109* | 0.042 | -0.031 | 0.123* | 1 |

** 在0.01水平（双侧）上显著相关；* 在0.05水平（双侧）上显著相关。

模型回归结果如表3所示。模型1是控制变量对因变量的回归模型；模型2是控制变量、自变量对因变量的全效应模型。根据两个模型的对数似然值来判断模型的拟合优度。由于模型拟合的输出结果一般都会给出对数似然值（log-likelihood），而该值会受到样本量大小的影响，因而不能单独用作对模型拟合优度评价的指标。但是如果两个或多个模型之间存在嵌套关系，比如本文中的模型1（见表3）是基线模型，模型2是在模型1的基础上纳入一些新的变量建立的，这就是一种嵌套关系。因此，可以采用似然比指标 $G^2$ 对不同模型的拟合优度做出评价，从而对模型进行选择。以 $L_1$ 表示基线模型（本研究指模型1）的对数似然值，在基线模型中继续纳入自变量，得到一个新模型（本研究指模型2）的对数似然值 $L_2$。那么，$G^2 = 2 \times (L_2 - L_1)$。假设 $H_0$ 为基线模型与新模型无差异，$H_1$ 为两者有差异。为了判断 $H_0$ 假设正确与否，需要考察 $G^2$ 值与 $X^2_{\alpha,k}$ 值的大小。$X^2_{\alpha,k}$ 中的 $\alpha$ 为显著性水平，通常取0.05或0.01，$k$ 为新模型与基线模型自变量数目的差值。如果 $G^2 >$

$X^2_{\alpha,k}$，就拒绝零假设，认为新模型对数据的拟合优于基线模型。相反，如果 $G^2 < X^2_{\alpha,k}$，就接受零假设，认为基线模型与新模型无差异。当然，这种方法也可以用来判断某一因素是否应该纳入到模型中加以分析。

用此方法判断本文层次回归中模型 2 与模型 1 相比拟合优度是否发生变化。模型 1 的对数似然值为 -971.961，模型 2 的对数似然值为 -794.518，后者比前者大 -794.518 -（-971.961）= 177.443，由此，计算出模型拟合优度统计指标值 $G^2 = 2 \times 177.443 = 354.886$。临界值 $X^2_{\alpha,k}$ 中，$K = 9$，取显著性水平 $\alpha = 0.01$，查卡方表得到 $X^2_{0.01,(9)} = 21.666$。$G^2$ 值 354.886 远远大于 $X^2_{0.01,(9)}$ 的值 21.666，这就表明了在 0.01 显著性水平上，模型整体的拟合优度提高了。也就是说，模型 2 新纳入的社会资本和先验知识指标贡献了很大的解释能力，正是这些变量的作用使得模型 2 对数据的拟合要优于模型 1。

**表 3　社会资本、先验知识及其他变量对创业机会识别量的回归模型结果**

| 自变量 | 因变量：农民创业机会识别量 | | 自变量 | 因变量：农民创业机会识别量 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 模型 1 | 模型 2 | | 模型 1 | 模型 2 |
| （截距） | 1.049*** | 0.503** | 相关部门任职亲友资源 | — | 0.003** |
| 性别（女性为参照组） | 0.052 | 0.000 | 是否加入农民专业合作社 | — | 0.289*** |
| 年龄 | -0.063 | -0.071 | 是否是信用社成员 | — | -0.051 |
| 教育程度 | 0.054 | 0.081* | 打工经历 | — | 0.226** |
| 婚姻状况（以未婚为参照组） | 0.134 | -0.022 | 创业经历 | — | 0.313*** |
| 强关系规模 | — | 0.055*** | 培训经历 | — | -0.101 |
| 弱关系规模 | — | -0.033 | Log-likelihood | -971.961 | -794.518 |
| 创业亲友资源 | — | 0.005*** | 自由度 | 2.419[a] | 1.579[a] |

**注：***、**、*** 分别表示 10%、5%、1% 显著水平。a. 基于 Pearson 卡方计算。

### （二）结果分析

根据表 3 中模型 2 显示，强关系规模对创业机会识别数有显著的正向影响作用（B = 0.055，$P < 0.01$），这个结果表明，农民社会资本中拥有的强关系网络越大，越有助于其识别更多的创业机会。而弱关系规模对创业机会识别数的回归系数并没有达到显著统计水平。因此，假设 1 得到验证。模型 2 还显示，网络资源中的创业亲友资源（B = 0.005，$P < 0.01$）和在相关部门任职亲友资源（B = 0.003，$P < 0.05$）均对创业机会识别数有显著的正向影响作用，即农民网络资源中正在创业的亲友数量和在相关部门任职的亲友数量越多，其识别出的创业机会越多。因此，假设 2 得到验证。同时，组织参与中“是否加入农民专业合作社和农业协会”对创业机会识别数有显著的正向影响作用（B = 0.289，$P < 0.01$），而“是否是信用社成员”对创业机会识别数的回归系数并没有达到显著统计水平。造成这个结果的可能原因是大部分创业农民并不是信用社成员。根据调查问卷，发现只有 19% 的农民是信用社成员，他们在创业遇到资金短缺时更倾向于向亲朋好友借钱，而极少情况会去信用社贷款，信用社并没有在农民机会识别中发挥很大的作用。因此，假设 3 得到部分验证。

在模型 2 中，先验知识中的打工经历（B = 0.226，$P < 0.05$）和创业经历（B = 0.313，$P < 0.01$）对创业机会识别数有显著的正向影响作用，即有在外打工经历和创业经历的农民，比起那些没有相关经历的农民，将识别出更多的创业机会。因此，假设 4 和假设 5 得到验证。培训经历对农民创业机会识别数的回归系数并没有达到显著统计水平。假设 6 没有得到验证。从调查所得数据看，虽然有近 1/3 的人参加过培训，但近 60% 的培训内容为生产技术类培训，与创业相关的市场营销、经营管理及财务税收方面培训内容较少。此外，培训的时间过短，大部分集中在 2 个月以内，这些因素导致培训经历对农民识别创业机会影响不大。

## 五、结论与政策启示

本文通过研究证实了社会资本和先验知识是影响农民创业机会识别量的重要因素。社会资本中的强关系网络规模、正在创业亲友资源、在相关部门任职亲友资源以及是否加入专业合作社或协会，先验知识中的打工经历和创业经历对农民创业机会识别量有显著性影响。农民强关系网络规模越大，机会识别量越多。拥有创业亲友资源和在相关部门任职亲友资源的农民，将识别出更多的创业机会。此外，组织参与程度高的农民，将有利于其识别创业机会。对农民群体而言，加入农民专业合作社和农业协会，有助于提高其机会识别能力。拥有先前打工经历和创业经历的农民，由于其对机会信息的可得性和警觉性更高，更容易洞察信息价值从而发现更多隐性的创业机会。基于以上研究结论，本文得出了以下几点促进农民创业的政策启示：

首先，加强农民专业合作社和协会建设，提高农民创业机会识别能力。研究结果表明，农民专业合作社和协会有助于促进农民创业。国家应该大力支持农民专业合作社和协会建设，鼓励更多农民加入这些组织，通过这些组织引导更多农民创业。

其次，加强创业知识培训，提高农民创业机会识别能力。研究结果表明，目前农民的培训对农民创业帮助不大，主要原因是培训的内容为生产技术类培训，缺乏与创业相关知识的培训。今后应该加强对农民创业相关知识的培训，以提高农民创业机会识别能力。

最后，鼓励农民多次创业，提高农民创业机会识别能力。研究结果表明，拥有先前创业经历的农民，将更容易识别到更新更多的创业机会，从而再次创业。同时，多次创业的农民，反过来将会成为一种资源，影响身边人投入到创业这项事业中。因此，国家有必要出台税收减免、降低进入门槛等优惠政策，鼓励农民多次创业。此外，在外打工经历也是导致农民创业的不可或缺的因素，政府要鼓励打工农民创业。

**参考文献：**

[1] KIRZNER I. Competition and Entrepreneurship[M]. Chicago: University of Chicago Press, 1973.
[2] LONG W, MCMULLAN W E. Mapping the New Venture Opportunity Identification Process[J]. Frontiers of Entrepreneurship Research, 1984, (4):567 - 590.
[3] HILLS G, LUMPKIN G T, SINGH R. Opportunity Recognition: Perceptions and Behaviors of Entrepreneurs[J]. Frontiers of Entrepreneurship Research, 1997, (17):168 - 182.
[4] SHANE S. Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities[J]. Organization Science, 2000, (4):448 - 469.
[5] 朱明芬. 农民创业行为影响因素分析——以浙江杭州为例[J]. 中国农村经济,2010,(3):25 - 34.
[6] 胡晓娣. 社会资本对创业机会识别的影响机理研究[J]. 生产力研究,2009,(20):15 - 17.
[7] PORTES A. Social Capital: its Origins and Perspectives in Modern[J]. Annual Review of Sociology, 1998, (1): 1 - 24.
[8] ADLER, PAUL, KWON, et al. Social Capital: Prospects for a New Concept[J]. Academy of Management, 2002, (1):17 - 40.
[9] 张玉利，杨 俊，任 兵. 社会资本、先前经验与创业机会——一个交互效应模型及其启示[J]. 管理世界，2008,(7):91 - 102.
[10] GRANOVETTER MS. The Strength of Weak ties[J]. American Journal of Sociology,1973,(6):1360 - 1380.
[11] BURT R S. Structural Holes:The Social Structure of Competition[M]. Cambridge:Harvard University Press,1995.
[12] SINGH R, HILLS G, HYBELS R, et al. Opportunity Recognition through Social Network Characteristics of Entrepreneurs[J]. Frontiers of Entrepreneurship Research, 1999: 228 - 241.
[13] MA R, HUANG Y C. Social Network and Opportunity Recognition: A Cultural Perspective[J]. In Academy of Management Proceedings, 2008,(6):1 - 6.

[14] LIN N. Inequality in Social Capital[J]. Contemporary Sociology, 2000,(29):785 - 795.
[15] HELENA Y, AUTIO E, SAPIENZA H J. Social Capital, Knowledge Acquisition, and Knowledge Exploitation in Young Technology—Based Firms[J]. Strategic Management Journal, 2001,(7):587 - 613.
[16] PENG M W, LUO Y. Managerial Ties and Firm Performance in a Transition Economy: The Nature of a Micro - macro Link[J]. Academy of Management Journal, 2000,(43): 486 - 501.
[17] WESTERN B. Institutional Mechanisms for Unionization in Sixteen OECD Countries: An Analysis of Social Survey Data[J]. Social Forces, 1994,(2): 497 - 519.
[18] 陈健民，丘海雄. 社团、社会资本与政经发展[J]. 社会学研究，1999，(4):66 - 76.
[19] 李　晴，余志刚，张　伟. 关系经济条件下的社会资本与农民增收[J]. 东北农业大学学报(社会科学版)，2009，(4):8 - 11.
[20] RONSTADT R C. The Corridor Principle[J]. Journal of Business Venturing, 1988,(1): 31 - 40.
[21] COHEN WM, LEVINTHAL D A. Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation[J]. Administrative Science Quarterly, 1990,(1):128 - 152.
[22] MCGRATH R G. Options and the Entrepreneur: toward a Strategic Theory of Entrepreneurial Behavior[C]// Academy of Management Meeting. Proceedings,1996:101 - 105.
[23] MCGRATH R G, MACMILLAN I. The Entrepreneurial Mindset: Strategies for Continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty[M]. Boston: Harvard Business School Press, 2000.
[24] ARDICHVILI A, CARDOZO R, RAY S. A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development [J]. Journal of Business Venturing, 2003,(1):105 - 123.
[25] WESTHEAD P, WRIGHT M. Novice, Portfolio and Serial Founders: Are They Different? [J] Journal of Business Venturing, 1998,(3):173 - 204.
[26] 韦吉飞，王建华，李录堂. 农民创业行为影响因素研究——基于西北五省区调查的实证分析[J]. 财贸研究，2008，(5):16 - 22.
[27] 边燕杰，李　煜. 中国城市家庭的社会网络资本[J]. 清华社会学评论，2000(2).

# Social Capital, Prior Knowledge, and Farmers' Entrepreneurial Opportunity Recognition

GUO Hongdong, DING Gaojie
(*Center for Agricultural and Rural Development, Zhejiang University, Hangzhou*, 310058, *China*)

**Abstract**: This paper puts entrepreneurial farmers as the object of study and examines the logical relationship between social capital, prior knowledge and entrepreneurial opportunity recognition. Based on some entrepreneurial farmers' survey data from empirical research, it finds that network size, network resources, organizational participation in the social capital, and work experience, entrepreneurial experience, training experience in the prior knowledge are the important factors to influence farmers' entrepreneurial opportunity recognition number. In other words: the larger the network of relationships, the more the resources of friends and relatives starting an undertaking and serving in the relevant sectors, joining in farmers' professional cooperatives or agricultural associations, the easier to recognize more entrepreneurial opportunities; and farmers having previous work experience and entrepreneurship experience, the is possibility to identify entrepreneurial opportunities improve significantly. Based on the research findings, policy recommendations have been made to strengthen farmers' professional cooperatives and associations, to strengthen the training of business knowledge and encourage farmers to multiple entrepreneurs.

**Key Words**: social capital; prior knowledge; opportunity recognition; farmers' entrepreneuship