

创业网络、创业能力与农村电商企业成长

——基于广东“淘宝村”的调查实证

康远志^{1,2}, 胡雪萍²

(1. 韩山师范学院经济与管理学院, 广东潮州, 521000;

2. 中南财经政法大学经济学院, 湖北武汉, 430073)

[摘要] 企业是资源的集合, 创业是一个网络资源配置的动态过程。基于广东淘宝村的调查数据, 构建了创业网络和创业能力量表, 对初创企业的创业网络和创业能力进行了测量。研究发现, 基于商业关联的正式网络和基于情感信任的非正式网络都能够促进获取创业资源, 有效提升资源整合能力和经营管理能力, 促进初创电商生存与成长。中国式关系文化深深地嵌入商业活动, 非正式网络资源对初创电商企业的成长作用更为显著。创业能力在创业网络与初创电商成长中具有中介效应。农村电商创业者需在正式和非正式网络中平衡资源投入, 扩大网络关系的规模和异质性, 提升数字经济素养, 践行“干中学”, 提高资源整合与经营管理能力, 促进初创企业成长。

[关键词] 创业网络; 创业能力; 初创企业; 农村电商

[中图分类号] C93 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2024)01-0046-10

一、引言

随着乡村振兴战略的实施和农村网络基础设施的完善, 农村电子商务交易规模不断扩大。农村电子商务打破了农产品的地域限制, 改变了农民固有的就业方式, 成为农民实现脱贫增收的新途径, 在重塑现代经济形态的同时, 形成了具有中国特色的“淘宝村”。“淘宝村”是对农村电商区域性集聚现象的一种指称。电子商务数据权威机构阿里研究院自2009年开始每年定期发布全国淘宝村数据, 其对“淘宝村”的认定标准为: ①经营场地以农村行政村为单位; ②电子商务每年交易规模达到1000万元; ③本村活跃网上商家数量达到100家以上, 或活跃网上商家达到或超过当地居民住户数的10%。阿里研究院认定并发布的数据显示, 截至2022年11月, 广东省有

1466个淘宝村, 主要分布在广州、东莞、佛山、揭阳、汕头和潮州, 上述6个城市全部上榜阿里研究院2022年“淘宝村”数量全国20强城市, 并在2022年仍然取得了近20%的增长。“淘宝村”农村电商为中青年群体返乡创业就业提供了契机, 对促进广大农村地区融入现代经济体系发挥了重要作用。作为一种新经济业态, “淘宝村”在促进乡村经济发展、提升乡村治理水平等方面具有强大优势, 正成为实现乡村振兴战略的重要引擎。

企业是资源的集合, 然而农村电商初始创业者常内嵌于本地的特色产业, 创业者掌握的资源有限, 创业者个体经验、知识、技能不足。农村电商初创企业的网络关系天然地具有血缘、地缘特征, 网络规模小、紧密度高, 中国的传统人情

[收稿日期] 2023-04-10; **[修回日期]** 2024-01-19

[基金项目] 广东省哲学社会科学规划项目“创业网络、创业能力与初创企业的成长研究”(GD16XGL17); 广东省哲学社会科学规划项目“收入冲击、资产配置与家庭消费行为研究: 基于异质性消费者视角”(GD20CYJ06)

[作者简介] 康远志, 男, 江西吉安人, 韩山师范学院经济与管理学院副教授, 主要研究方向: 发展经济、创新管理、创新创业教育, 联系邮箱: kelix@126.com; 胡雪萍, 女, 江西宜春人, 博士, 中南财经政法大学经济学院教授、博士生导师, 主要研究方向: 发展经济、创新管理

社会又强调关系的利用，故创业者在商业活动中积极构建关系以弥补能力缺乏、经验不足、信息滞后的弱势，改善初创企业的增长绩效^[1]。创业者的个人特质、行为模式、资源拓展、管理技术等方面的能力是初创公司得以生存和成长的重要因素，在企业创建过程中的作用不可忽视。现有的创业能力研究分别从创业者自身特质、创业机会、网络关系、创业学习等视角来揭示创业能力的形成^[2-4]。在“人情社会”环境下，外部关系已成为影响创业发展的重要因素，感知环境变化、识别潜在机会、整合外部资源的能力决定了创业者构建、调整 and 有效利用网络关系的状态^[5]，同时，优化产品和服务、持续学习、对企业有效的管理创新的能力也决定了初创企业的生存和成长，对初创企业绩效有重要作用。

中国文化背景下，亲朋好友、客户友商等不同的创业网络以及机会识别、资源拓展、企业管理、服务创新等不同的能力因子对企业成长的贡献存在哪些差异，应如何区分这些影响，从现有文献来看，仍待进一步研究。本文拟构建“网络资源—创业能力—企业成长”的理论模型，基于广东淘宝村电商的调查数据，探寻创业网络、创业能力与农村电商初创企业成长的关系，以期更好地指导农村电商企业和农村电商产业发展。

一、理论分析与研究假设

(一) 创业网络与初创电商企业成长

1. 创业网络

初创企业在创业及成长过程中所构建或参与的关系网络即为创业网络。关系网络实际上是一种对社会稀缺资源进行配置的方式，网络资源是初创企业获取生存资源和发展的关键。借鉴蔡莉、杨隽萍等的研究，将创业者网络分为正式创业网络和非正式创业网络^[6-7]。正式创业网络的建

立基于商业关系并存在于组织环境中，主要包括供应商、客户、政府机构、行业协会、友商等；非正式创业网络是基于血缘、亲缘、地缘等信任关系建立的，主要包括朋友、亲属、家人等熟人圈子。根据 Smith 的创业网络模型^[8]，初创阶段的农村电商大多数规模小、门槛低，生存阶段的创业者所需信息、资金等资源主要来自“自己人”关系网络，而企业在成长阶段所需的资源，更多是从商业性正式关系网络获取。正式创业网络和非正式创业网络的特征比较见表 1。

2. 创业网络对初创企业成长的影响

(1) 非正式创业网络对初创企业的成长的影响。中国的传统人情社会强调关系的利用，促使创业者积极构建关系，为创业提供知识、信息、资金、渠道、情感支持。Hite 和 Hesterly 认为，非正式网络的强连接为初创创业者提供资源的可能性更大且资源获取成本更低，网络成员之间基本是“熟人”关系。中国是传统“熟人”社会和“人情”社会，讲关系根植于社会经济活动的方方面面，这些社会关系网络包括亲戚、同学、老乡、战友、同事、朋友等，创业者的社会关系网络对其创业成长有重要影响。农村电商的网络关系天然地具有血缘、地缘特征，网络规模小、紧密度高。牢固的关系意味着更频繁和更深入的交流，以及更高的信任度，可提供更多情感支持，可获取更可靠的隐性知识以改善初创企业的增长绩效^[9]。

(2) 正式创业网络对初创企业成长的影响。正式创业网络是基于业务联系和利益关系建立的，网络规模大，网络范围广，网络主体多，嵌入网络中的信息丰富，网络成员具有很强的异质性，有助于创业者进行决策与判断，降低创业风险和不确定性^[10]。初创企业可以利用与客户、供

表 1 创业网络特征比较

建立基础			网络成员	网络异质性	网络规模	关系信任强度	情感支持
正式网络	商务交往和利益关系	供应商、客户、友商、行业协会、中介	异质性	大	弱	弱	
非正式创业网络	血缘、亲缘、信任基础	亲戚、同学、老乡、战友、同事、朋友等	同质化	小	强	强	

应商、各类服务机构等形成的关联，获得金融资本、关键技术、管理经验等。比如与银行、投资者和风投机构的网络联系有利于企业资金的获取。随着电商生态的变化，为电商服务的银行、物流、第三方软件等正规网络机构的参与越来越多，以弱联接存在的正规关系对电商创业产生越来越大的影响。基于此，本研究提出如下假设：

H1：创业网络将对初创企业的成长产生积极影响；

H1a：正式创业网络对初创企业的成长有正向影响；

H1b：非正式创业网络对初创企业的成长有正向影响。

(二) 创业能力与初创电商企业的成长

1. 创业能力

经济学家认为创业者的角色是机会发现者、生产组织者、资源整合者、风险承担者等，管理学家从决策、领导、沟通、组织、协调等管理职能来看待创业者。尽管视角、内涵不尽相同，但都把创业能力定义为合理有效地配置和使用资源、持续改进企业经营的能力。贺小刚认为，创业企业家的活动介于市场和组织之间，企业家处理与政府的关系及与市场的关系的能力尤为重要^[11]。Man 根据创业者的工作任务来定义创业能力，认为创业能力是一个多维结构概念^[12-13]；Hansen 认为创业者必须具备“处理特定网络关系的能力”^[14]。初创企业面临高不确定性和高风险，初创企业能否存活并成长，很大程度上依赖于创业者是否能够及时识别并有效地整合、利用商业

机会。学习是企业家必不可少的技能，优化并持续改进企业的产品和服务是初创企业存活并成长的核心要素。总体来看，创业者要能够感知环境变化、识别潜在商机、整合网络资源，还要能够持续学习、创新经营管理，概括起来即要具备两方面的能力：外部资源整合能力和内部经营管理能力^[15]。创业能力维度的具体内容如表 2 所示。

2. 创业能力对初创电商企业成长的影响

(1) 外部资源整合能力对初创企业成长的影响。外部资源整合能力直接影响农村电商创业的资源获取、创业决策及企业成长。农村电商创业大部分是嵌入本地的特色产业及资源优势，以模仿为主，在农村的小创业网络中会产生强烈的示范效应。现在中国数字经济快速发展，电子商务业务模式日新月异，创业者对机会的判断识别、把握利用对于初创企业来说非常重要。机会识别能力体现为创业者发现高质量的创业机会、提供创新性产品与服务的能力，这在中国高速发展的大环境下尤为重要。

(2) 内部经营管理能力对初创企业成长的影响。在市场经济中，创业企业竞争激烈，而学习能力是组织保持效率的关键能力，也是组织改革创新的核心要素。通过学习，创业者的个人素质和能力得到提升，可提高创业者的决策水平，帮助企业更新知识，促进企业技术创新，推动初创企业的成长。创业者的经营管理能力反映在企业运作过程中的产品开发、生产和销售各个环节，体现在公司拥有的资源分配中；大部分初创企业

表 2 创业能力维度

创业能力维度	内涵	主要依据	测量指标
外部资源整合能力	创业者加深与网络各方的信任感，及时识别商业机会，有效整合、利用创业网络中的资源，有效配置企业资源的能力 ^[16-17] 。	Baron & Fnsley, 2006; Chen, 2004	机会识别、网络关系、资源拓展整合与利用
内部经营管理能力	创业者获取商务知识，总结经验，确立企业目标，发现企业问题，组织资源，实施管理创新，持续改进企业的产品和服务 ^[18-21] 。	Barbara, 2002; Dess, 1987; Noble, 1999; Hamel, 2008	创业学习、产品与服务优化、经营管理创新

还处于求生存的阶段，执行创业初期的构想并适时调整企业的结构流程是经营管理的重要内容。通过不断学习，不断提高企业经营管理能力，为客户提供更高品质的产品与服务，才能在竞争中提高企业的绩效水平。由此假设：

H2：创业能力对初创企业成长有正向的影响；

H2a：外部资源整合能力对初创企业成长存在正向影响；

H2b：内部经营管理能力对初创企业成长存在正向影响。

(三) 创业能力的中介效应

创业者是推动初创企业创建和壮大的关键角色、灵魂人物，其如何通过创业网络获取知识、信息、资金，如何通过关系网整合资源、进行商业学习和管理创新并形成相应能力，对初创企业生存和成长具有重要影响。对外感知环境变化、识别潜在机会、整合有效资源，对内持续学习、有效管理创新、优化产品和服务，是今日创业者必须具备的两种能力^[22]。创业网络是创业者形成前述创业能力的重要渠道，网络资源整合和经营管理等创业能力的增强又促进了初创企业成长。相对来说由顾客、供应商、友商、专业机构等构成的正式关系网络具有商业信息异质性大、网络规模大的优势，而网络的规模越大，可获取的资源数量和类型越丰富，越有助于创业者经营管理能力的形成。朋友、亲属、家人等非正式创业网络关系信任度高，情感支持度高，信息可靠性强，有助于发现创业机会、整合网络资源能力的形成。借助“网络资源—创业能力—企业成长”理论框架，提出如下假设：

H3：创业能力在创业网络与初创企业成长间起中介作用；

H3a：非正式创业网络以外部资源整合能力

中介作用为主，对初创企业产生正向影响；

H3b：正式创业网络以商务学习与管理创新能力中介作用为主，对初创企业产生正向影响。

根据以上分析，本文关于创业网络、创业能力与初创电商企业成长关系的理论模型如图 1 所示。

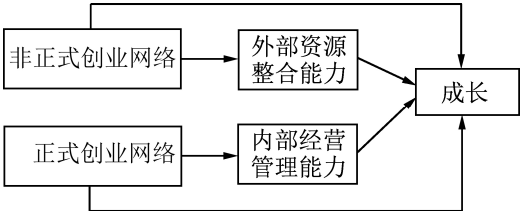


图 1 创业网络、创业能力与初创电商企业成长关系理论模型

二、研究设计

(一) 数据收集与样本特征

大湾区及粤东地区的创业活动非常活跃，以农村电商为代表的数字经济形态持续向农村扩散。本研究团队于 2022 年 10 月—11 月底对广州、东莞、佛山、揭阳、汕头和潮州 6 市的部分“淘宝村”进行了问卷调查，共发放调查问卷 1 500 份，共收回调查问卷 1 368 份。问卷得分采用 Likert 7 级量表方法量化，1 代表“完全不同意”，7 代表“完全同意”，剔除了无效样本，共获得 1 164 份有效样本，其中广州 389 份，东莞、佛山合计 368 份、揭阳、汕头和潮州三市为 407 份，有效样本占回收问卷的 85.1%，样本的描述性统计见表 3。

从表 3 中可以看出，广东“淘宝村”创业者的平均受教育程度接近高中水平，有四成多的创业者曾有创业经历，电商企业创业时长平均不到 3 年，而 3 年也是初创企业存活时间的节点，初创电商员工人数平均不超过 5 人，所有创业者近几年的销售额都取得了较大的增长。

表 3 样本特征描述性统计

	创业地区	教育背景	创业经历	创业时长	所属行业	员工人数	正式创业网络	非正式创业网络	资源整合能力	经营管理能力	销售成长
均值	0.62	0.81	0.46	2.86	0.34	4.74	5.33	5.62	5.28	4.9	4.01
标准差	1.41	0.662	1.32	2.37	1.33	2.07	1.02	1.50	1.40	1.15	2.53

注：描述性特征变量取值创业地区方面，大湾区=1，其他区域为 0；教育背景方面，高职以上=2，高中或中职=1，初中及以下为 0；创业经历方面，有创业经历=1，无创业经历为 0；创业所属行业方面，制造业=1，其他行业为 0。

(二) 研究变量及度量

本文选取创业网络、创业能力与初创电商企业成长作为核心变量，控制变量方面选择创业行业和创业区域反映经济约束，选择创业时长、受教育程度、是否有创业经历反映个体特征。

创业网络方面：根据 Watson 的划分和定义，创业网络分为正式创业网络与非正式创业网络，参考 Watson、杨隽萍、单标安和蔡莉等学者对创业网络的测量，共形成 7 个题项，采用 Liken7 级量表方法，以创业者与亲朋好友熟人圈子的关系紧密程度来测度非正式创业网络；以基于商业关系而构建的供应商、客户、友商、政府职能部门的紧密程度测度正式创业网络^[23-24]。

创业能力方面：将创业能力看作机会识别、资源整合、商务学习、经营管理综合而成的多维能力结构体系，主要体现在外部资源整合和内部经营管理两方面。外部资源整合能力借鉴

尹苗苗和蔡莉、朱秀梅和费宇鹏的研究，从“市场感知”“机会识别”“资源获取与配置”“资源整合”“关系协调”“协调供应商”等方面共设计 6 个题项^[25-26]；内部经营管理能力参考葛宝山和赵丽仪的研究，从“计划设定”“善于学习”“持续改进”“创新管理”“组织激励”“市场预测”方面共设计 6 个题项^[27]；采用 Liken7 级量表方法，1 代表“完全不同意”，7 代表“完全同意”。量表题项如表 4 所示。

初创电商企业成长方面：对企业成长的测量有主观与客观两种测量方法，初创电商企业难以获取较准确的财务资料，参考 Parker 等学者的研究，用销售额增速、利润增速来分别测量成长能力和企业盈利能力^[28]。题项中要求创业者评估 3 年来的平均绩效(少于 3 年就从创业时计算)，以控制时间序列对计量结果产生的偏误。

表 4 创业网络与创业能力的探索性因子分析及可靠性检验

变量	维度	指标	因子载荷	特征值 (累计已解方差)	Cronbach's α 系数
创业网络	非正式创业网络	与亲戚、朋友保持紧密的联系与交流	0.741	7.64 (42.16%)	0.732
		与同事保持紧密的联系与交流	0.877		
		与其他私人保持紧密的联系与交流	0.768		
	正式创业网络	与客户保持紧密交流与合作	0.766	3.46 (78.32%)	0.905
		与供应商保持紧密交流与合作	0.817		
		与政府部门保持紧密交流与合作	0.748		
		与同行及行业协会组织保持紧密交流与合作	0.782		
创业能力	外部资源整合能力	迅速获得市场信息，准确感知到未满足的客户需求	0.826	6.624 (40.25%)	0.887
		有效识别消费者需求，识别市场机会	0.821		
		能判断机会与企业资源的匹配度并做出决策	0.824		
		善于匹配企业资源，能够有效组织资源和协调各项工作任务	0.768		
		善于发展社会关系，善于运用关系获得资源	0.723		
		有能力与潜在合作伙伴建立关系	0.782		
	内部经营管理能力	制定计划，及时调整经营思路	0.760	2.175 (75.3%)	0.846
		善于搜寻、获取适用企业的知识	0.882		
		善于发现企业的管理问题，并加以改进	0.797		
		提出并实施管理创新理念，并获得效益	0.675		
		能够组织和激励员工实现企业目标	0.821		
		在企业内部员工的配合下能够预测投资的前景	0.728		

(三) 量表的信度与效度检验

对创业者的创业网络和创业能力等核心变量的测量量表(见表 4)进行信度和效度检验，结果表明其 KMO 值均大于 0.7，Bartlett 球形检验结果均显著异于零，数据符合实施因子分析的要求。

析出公因子并正交旋转，创业网络的因子累计已解方差达 78.32%，非正式网络的贡献大于正式网络；因子分析原则要求所采用的通过因子分析得到的每个测定变量的因子载荷一般应大于 0.7，本研究各题项的因子载荷均超过 0.7，符合聚合效度的要求，Cronbach’s α 系数均超过 0.7，满足内部一致性信度的要求。

创业能力的因子累计已解方差达到 75.3%，在创业能力结构中，外部资源整合能力贡献大于内部经营管理能力贡献。除题项“提出并实施管理创新理念并获得效益”的因子载荷是 0.675(非常接近 0.7，故保存)，其余所有测量指标的因子载荷都大于 0.7，符合聚合效度的要求，Cronbach’s α 系数均超过 0.7，满足内部一致性信度的要求，问卷整体的信度与效度满足研究要求。

三、研究结果

(一) 相关分析

对变量进行 Pearson 相关系数检验，可看出变量间存在显着的相关性，变量的相关系数小于临界值 0.75，防止了多重共线性，见表 5。

从得分来看，创业者非正式创业网络得分高于正式创业网络，外部资源整合能力得分略高于内部经营管理能力，但差异性并不大，并没有出现显著的“网络强，商业弱”“机会强、学习弱”

“关系强，管理弱”的特征。相关性分析表明，正式和非正式创业网络与外部资源整合能力都显著相关，创业网络与初创企业的销售成长及盈利成长的相关性显著，相互关系紧密；外部资源整合能力、内部经营管理能力与销售成长潜力存在比较显著的相关性，但与企业盈利成长的关系并不紧密。

(二) 分层回归实证分析

为检验创业网络、创业能力与初创企业成长的关系，验证假设 H1、H2、H3，本文构建了模型 1~6(参见表 6)。模型 1 的因变量为企业成长绩效，解释变量为创业网络，用以检验创业网络对初创企业成长的影响；模型 2 的因变量为企业成长绩效，解释变量为创业能力，用以检验创业能力对初创企业成长的影响；模型 3 和模型 4 在模型 1 的基础上分别引入外部资源整合能力和内部经营管理能力变量，以检验创业能力对企业成长的中介效应；模型 5 和模型 6 以创业能力为因变量，创业网络为解释变量，以分析创业网络对创业能力的影响及创业能力差异性的影响因素。本文利用 SPSS 对变量间的关系进行分层回归分析，回归结果见表 6。

1. 创业网络对创业能力的影响检验

模型 5 显示，正式和非正式的创业网络对外部资源整合能力都有显著的正向影响，非正式创业网络的影响系数为 0.516($p<0.01$)，高于正式创业网络 0.236($p<0.01$)，创业初期创业者可支配的资源有限，创业更多依赖包含高度可用隐性知识的“熟人圈”非正式创业网络。模型 6 显示，正式创业网络和非正式创业网络对内部经营管理

表 5 变量的相关性分析

	均值	正式 创业网络	非正式 创业网络	外部资源 整合能力	内部经营 管理能力	销售 成长	盈利 成长
正式创业网络	5.33	1					
非正式创业网络	5.62	0.42	1				
外部资源整合能力	5.28	0.47***	0.56**	1			
内部经营管理能力	4.9	0.52**	0.36	0.31**	1		
销售成长	4.01	0.60**	0.52*	0.45**	0.45**	1	
盈利成长	4.06	0.40*	0.49**	0.49	0.34*	0.73**	1

注： $p^*<0.1$ ； $p^{**}<0.05$ ； $p^{***}<0.01$ (双尾)。

表 6 创业网络、创业能力与初创企业绩效的关系

变量	因变量	成长绩效				外部资源 整合能力	内部经营 管理能力
		模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6
控制 变量	企业所在地区	0.215**	0.393***	−0.284**	0.054*	0.58**	0.423**
	(大湾区=1)	(0.080)	(0.024)	(0.093)	(0.021)	(0.161)	(0.124)
	创业时长	0.316	−0.176	0.249	0.264	−0.018	0.197
		(0.232)	(0.104)	(0.126)	(0.178)	(0.052)	(0.132)
	教育背景	0.392**	0.419**	0.379**	0.379***	0.450***	0.469**
	(高职以上=1)	(0.132)	(0.131)	(0.090)	(0.092)	(0.123)	(0.232)
	是否有创业经历	0.270**	0.320*	0.275**	0.275**	−0.054	0.410**
	(有=1)	(0.092)	(0.142)	(0.102)	(0.102)	(−0.037)	(0.192)
所属行业	−0.219	0.153	0.095	0.137	−0.124	0.132	
(制造业=1)	(−0.197)	(0.087)	(0.069)	(0.156)	(0.073)	(−0.09)	
解释 变量	非正式创业网络	0.358***		0.289**	0.204	0.516***	0.148**
		(0.046)		(0.034)	(0.162)	(0.066)	(0.072)
	正式创业网络	0.262***		0.232*	0.202**	0.236***	0.300**
		(0.045)		(0.083)	(0.032)	(0.161)	(0.082)
中介 变量	外部资源整合能力		0.521*** (0.092)	0.349** (0.103)			
	内部经营管理能力		0.414*** (0.068)		0.307** (0.053)		
	R^2	0.479	0.549	0.574	0.604	0.285	0.219
	F	11.607	15.321	16.587	16.88	5.017	3.542
	Sig. of F	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.007

注： $p^*<0.1$ ； $p^{**}<0.05$ ； $p^{***}<0.01$ (双尾)。

能力都有显著正向影响，正式创业网络的影响系数为 0.300($p<0.05$)，高于非正式创业网络 0.148($p<0.05$)，原因在于内部经营管理能力的形成需要更为广泛的异质性的知识，而正式创业网络具有更强的异质性。

2. 创业能力差异性的影响因素

经济因素和创业者个人特质因素对创业能力的形成都有较显著的影响。创业区域的选择对创业能力有显著影响，大湾区创业对外部资源整合能力和内部经营管理能力的回归系数分别为 0.58($p<0.05$)和 0.423($p<0.05$)，在大湾区创业对创业能力的形成影响显著强于粤东区域，原因在于大湾区的经济发展水平、市场化程度等都比粤东地区更具优势。创业者的受教育程度对提高创业能力具有显著作用，高职以上教育背景对外部资源整合能力和内部经营管理能力的回归系

数分别为 0.450($p<0.01$)和 0.469($p<0.05$)，创业经历显著正向影响内部经营管理能力，回归系数为 0.410($p<0.05$)。今日中国数字经济快速发展，电子商务业务模式日新月异，电商创业者需要达到一定的文化水平才能把握行业动态而创业经历所积累的先验知识对创业能力的形成有显著帮助。

3. 创业网络对初创企业成长的影响检验

模型 1 显示，非正式创业网络对初创企业成长的影响系数为 0.358($p<0.01$)，正式创业网络对初创企业成长的影响系数为 0.262($p<0.01$)，无论是基于情感关系信任的非正式创业网络还是基于商业关联和利益关系的正式创业网络对初创企业成长都有显著的正向影响，假设 H1、H1a、H1b 得到了支持。非正式创业网络的影响系数(0.358)高于正式创业网络的回归系数(0.262)，非正式创

业网络对初创企业成长发挥了更大的作用,也进一步证明,在中国商场的生态快速转型的当下,社交网络功能很强,社会资本对初创企业的影响巨大。

4. 创业能力对初创企业成长的影响检验

模型 2 显示,外部资源整合能力对初创企业成长的影响系数为 0.521($p<0.01$),内部经营管理能力对初创企业成长的影响系数为 0.414($p<0.01$),外部资源整合能力和内部经营管理能力对初创企业的成长均产生了显著的正向作用,假设 H2、H2a、H2b 得到支持。外部资源整合能力的影响系数(0.521)高于内部经营管理能力的影响系数(0.414),说明外部资源整合能力对初创企业成长的贡献更大。这可能主要是因为农村电商创业大部分内嵌于本地的特色产业及传统优势资源产业,属于模仿性、追随型创业;熟人社会的创业示范效应较强烈,激发其创业动机并使其付诸行动。

5. 创业能力的中介效应检验

创业网络是形成创业能力的重要渠道,创业能力的提高又促进了初创企业成长。根据“网络资源—创业能力—企业成长”理论框架,我们拟检验创业能力在创业网络资源与初创企业成长中的中介效应。对于变量中介效应的检验,本研究采用张玉利和李乾文的研究方法,第一步将解释变量与被解释变量进行回归,第二步将解释变量与中介变量同时引入模型,检验两者与被解释变量的关系^[29]。如果解释变量与被解释变量之间的回归系数比第一步的回归系数值低,且不显著,则为完全中介效应;如果解释变量与被解释变量之间的回归系数比第一步的回归系数值低,且仍然显著,则为部分中介效应。

在模型 1 的基础上分别引入外部资源整合能力和内部经营管理能力这两个变量,构建模型 3 和模型 4。模型 3 显示,在引入资源整合能力变量后,非正式创业网络对初创电商成长作用有所下降,回归系数由 0.358 下降到 0.289,且显著性水平由 $p<0.01$ 下降到 $p<0.05$,非正式创业网络显著影响外部资源整合能力,说明外部资源整合能力在非正式创业网络与初创企业成长间起着

部分中介作用。外部资源整合能力在非正式创业网络与初创企业成长间的中介效应更强更显著,非正式创业网络以外部资源整合能力为主,对初创企业成长产生影响。

类似地,模型 4 显示,在引入内部经营管理能力变量后,非正式创业网络影响系数不再显著,正式创业网络对初创企业的成长影响系数从模型 1 的 0.262 下降到 0.202,显著性水平也从模型 1 的 $p<0.01$ 下降到 $p<0.05$ 。正式创业网络显著影响内部经营管理能力,证明内部经营管理能力在正式创业网络与初创企业成长间起着部分中介作用。内部经营管理能力在正式创业网络与初创企业成长间的中介效应更强、更显著,正式创业网络以内部经营管理能力为主,对初创企业成长产生影响, H3, H3a, H3b 得到支持。同时在控制变量方面,创业者高职以上教育程度对企业成长回归系数介于 0.379~0.419,且全部显著;创业所在地区对企业成长的影响系数介于 -0.284~0.393,且全部显著,在大湾区创业的企业成长总体更好;创业经历的回归系数介于 0.27~0.32,且全部显著,有创业经历的创业者的企业成长更好,创业者受教育程度、创业所在地区及创业经历对企业成长具有重大影响。

四、结论与启示

创业是一个网络资源配置的动态过程,农村电商创业生存与创业成长均需依赖外部资源的充分支持。创业关系网络能够促进创业资源获取,有效提升资源整合能力,推动并实现初创电商生存与成长。实证结果表明,无论是基于情感关系信任的非正式创业网络还是基于商业关联的正式创业网络,对初创电商成长都有显著的正向影响。农村电商创业大部分内嵌于本地的特色产业及传统优势资源产业,外部资源整合能力和内部经营管理能力对初创电商的成长均产生了显著的正向影响。创业能力在创业网络与初创电商成长间起中介作用。初创电商的成长还受到创业区位等经济因素和创业者受教育程度、创业经历等个人特质两方面的影响。

创业者初始创业资源通常是通过亲朋好友、老乡等血缘、地缘、友缘关系获得,呈现“同质

化”和“内卷性”特征。在传统的网络关系导向性经济社会里,创业者应警惕过度的“自己人”关系网络对区域内的商业组织、商业模式的限制及阻碍;警惕抱团的关系圈对经济交易及对资本、人才和技术等要素流动的限制和阻碍。要有效拓展“乡土性”熟人圈,扩大个人网络关系的规模和异质性,利用正式和非正式关系网络获取创业资源,提升自己的资源整合能力。创业者在创业前期和创业过程中应当提高学习主动性,要重视提升自身的数字经济素养,增强自身电子商务融入能力,积极践行“干中学”,以弥补自身能力的不足。政府部门可从地方特色产业链架构和创业孵化着手,帮助创业者嵌入产业网络,如建立行业协会、专业合作社等组织,打造“淘宝村”,为农村电商创业者搭建交流平台,拓宽异质性资源的获取途径,创立电商创业孵化机构,加强对农村电商创业者的培训,提升创业者能力,促进初创企业成长。

参考文献:

- [1] 董保宝,葛宝山,王侃. 资源整合过程、动态能力与竞争优势: 机理与路径[J]. 管理世界, 2011(3): 92-101.
- [2] COPE J. Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2005, 29(4): 373-397.
- [3] 谢雅萍,黄美娇. 社会网络、创业学习与创业能力——基于小微企业创业者的实证研究[J]. 科学学研究, 2014, 32(3): 400-409, 453.
- [4] MITCHELMORE S, ROWLEY J. Entrepreneurial competencies: A literature review and development agenda[J]. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 2010, 16(2): 92-111.
- [5] 朱秀梅,李明芳. 创业网络特征对资源获取的动态影响——基于中国转型经济的证据[J]. 管理世界, 2011(6): 105-115, 188.
- [6] 蔡莉,单标安,刘钊,等. 创业网络对新企业绩效的影响研究——组织学习的中介作用[J]. 科学学研究, 2010, 28(10): 1592-1600.
- [7] 杨隽萍,唐鲁滨,于晓宇. 创业网络、创业学习与新创企业成长[J]. 管理评论, 2013, 25(1): 24-33.
- [8] SMITH R B. Differences in entrepreneurial opportunities: the role of tacitness and codification in opportunity identification[J]. Journal of Small Business Management, 2009, 47(1): 38-57.
- [9] 尹苗苗,李秉泽,杨隽萍. 中国创业网络关系对新企业成长的影响研究[J]. 管理科学, 2015, 28(6): 27-38.
- [10] 付龔钰,韩炜,彭靖. 创业网络结构如何动态影响创业学习?——基于资源依赖视角的案例研究[J]. 现代财经(天津财经大学学报), 2021, 41(9): 61-77.
- [11] 贺小刚,李新春. 企业家能力与企业成长: 基于中国经验的实证研究[J]. 经济研究, 2005(10): 101-111.
- [12] MAN T W Y, LAU T. Entrepreneurial competencies of SME owner managers in the Hong Kong services sector: A qualitative analysis[J]. Journal of Enterprising Culture, 2000, 8(3): 235-254.
- [13] MAN T W Y, LAU T, CHAN F K. Home-grown and abroad-bred entrepreneurs in China: A study of the influences of external context on entrepreneurial competencies[J]. Journal of Enterprising Culture, 2008, 16(2): 113-132.
- [14] HANSEN E L. Entrepreneurial networks and new organization growth[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 1995, 19(4): 7-19.
- [15] 韩炜,杨俊,陈逢文,等. 创业企业如何构建联结组合提升绩效?——基于“结构—资源”互动过程的案例研究[J]. 管理世界, 2017(10): 130-149, 188.
- [16] BARON R A, ENSLEY M D. Opportunity recognition as the detection of meaningful patterns: evidence from comparison of novice and experienced entrepreneurs[J]. Management Science, 2006, 52(9): 1331-1344.
- [17] CHEN C, CHEN Y R, XIN K. Guanxi practices and trust in management: A procedural justice perspective[J]. Organization Science, 2004, 15(2): 200-209.
- [18] BARBARA J B. Learning entrepreneurship competencies: the self-directed learning approach[J]. International Journal of Entrepreneurship Education, 2002, 1(2): 203-227.
- [19] DESS G G, ROBINSON R B. Measuring organizational performance in the absence of objective measures: The case of the privately-held firm and conglomerate business unit[J]. Strategic Management Journal, 1987, 5(3): 265-273.
- [20] NOBLE C H. Building the strategy implementation network[J]. Business Horizons, 1999, 42(6): 19-28.
- [21] BIRKINSHAW J, HAMEL G, MOL M J. Management

- innovation[J]. *Academy of Management Review*, 2008, 33(3): 825–845.
- [22] 张璐, 梁丽娜, 苏敬勤, 等. 破茧成蝶: 创业企业如何突破能力的刚性束缚实现进阶?[J]. *管理世界*, 2020, 36(6): 189–201, 253.
- [23] WATSON J. Modeling the relationship between networking and firm performance[J]. *Journal of Business Venturing*, 2006, 22(6): 852–874.
- [24] 单标安. 创业网络对新企业绩效的影响研究[D]. 长春: 吉林大学, 2010.
- [25] 尹苗苗, 蔡莉. 创业网络强度、组织学习对动态能力的影响研究[J]. *经济管理*, 2010, 32(4): 180–186.
- [26] 朱秀梅, 费宇鹏. 关系特征、资源获取与初创企业绩效关系实证研究[J]. *南开管理评论*, 2010, 13(3): 125–135.
- [27] 葛宝山, 赵丽仪. 隐形冠军精一创业能力生成机理及路径研究[J]. *科学学研究*, 2022, 40(10): 1821–1833.
- [28] PARKER S C. The economics of formal business networks[J]. *Journal of Business Venturing*, 2008, 23(6): 627–640.
- [29] 张玉利, 李乾文, 陈寒松. 创业管理理论的最新评述及研究趋势[J]. *预测*, 2004(4): 20–25, 32.

Entrepreneurship network, entrepreneurship ability and the growth of rural e-commerce startups: An empirical survey of “Taobao Village” in Guangdong

KANG Yuanzhi¹, HU Xueping²

(1. School of Economics and Management, Hanshan Normal University, Chaozhou 521000, China;

2. School of Economics, Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan 340000, China)

Abstract: Enterprise is the combination of resources and entrepreneurship is a dynamic process of the allocation of resources. Based on the survey data of Taobao Village in Guangdong Province, this paper establishes the scale of entrepreneurship network and entrepreneurship ability, and measures the entrepreneurship network and entrepreneurship ability of start-ups. The research finds that both formal network based on commercial correlation and informal network based on emotion and trust could promote the obtain of entrepreneurship resources, effectively improve resource integration ability and management ability, and accelerate the survival and development of newly established e-commerce. Chinese-characterized relation culture is deeply embedded in business activities. The informal network resources has a more significant impact to the growth of newly-established e-commerce. Entrepreneurship ability has intermediary effect in the growth of entrepreneurship network and newly-established e-commerce. Rural e-commerce should keep a balance of resource investment between formal and informal network, expand the scale and heterogeneity of network relationships, improve digital economy quality, practise “learning by doing”, improve resource integration and management abilities, so to promote the growth of start-ups.

Key Words: entrepreneurship network; entrepreneurship ability; start-ups; rural e-commerce

[编辑: 陈雪萍]