

# 农民工社会网络关系对其新创企业竞争优势的影响 ——基于网络资源观的结构方程模型分析

庄晋财, 芮正云

(江苏大学管理学院, 江苏镇江, 212013)

**摘要:** 农民工创业群体逐渐壮大, 但是农民工新创企业缺乏竞争优势, 导致其创业绩效和创业质量受到很大制约。企业的竞争优势主要来自于企业内部的异质性资源, 然而农民工创业者在创业之初往往受限于内部资源不足, 社会关系成为新企业获取异质性资源的重要途径。为此, 基于网络资源观, 构建“网络关系—异质性资源—竞争优势”的分析框架, 在对安徽、江西和江苏三省创业农民工进行实地调研的基础上, 实证分析农民工创业者的“情感型”关系与“工具型”关系对其新创企业竞争优势的影响机理, 以及相互间的匹配关系。研究发现: 情感型关系能促进异质性人力资源和财务资源的获取; 工具型关系能促进异质性人力资源、技术资源与市场资源的获取; 财务资源、技术资源以及市场资源与企业竞争优势显著正相关。

**关键词:** 社会网络; 情感型关系; 工具型关系; 农民工创业; 新创企业竞争优势

**中图分类号:** F272

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1672-3104(2014)06-0094-08

农民工创业能够有效缓解社会就业压力, 缩小城乡收入差距和推动新型城镇化。近年来, 农民工创业逐渐受到政府和学术界的重视。但是, 目前大多数的农民工新创企业在激烈的市场竞争中, 因缺乏竞争优势而陷入发展困境。资源基础理论认为, 企业内部资源的异质性是形成企业竞争优势差异的原因, 而农民工的新创企业往往面临着资源短缺的瓶颈。对此, 有学者从网络关系视角研究中国转型背景下的农民工创业问题, 发现农民工创业者的社会网络关系对其弥补资源缺口、提升企业绩效具有重要作用<sup>[1-3]</sup>。可见, 网络资源观在资源基础理论的基础上更进一步指出了资源获取的途径。不过, 目前学术界对基于网络关系的竞争优势, 以及网络关系与竞争优势的内在联系, 尚未给予足够的重视<sup>[4]</sup>。为此, 本文基于网络资源观, 构建“网络关系—异质性资源—竞争优势”分析框架, 运用实地调研数据和结构方程模型分析方法, 探究农民工的社会网络关系对其新创企业竞争优势的影响机理, 以期深化网络视角下的农民工创业研究, 并为农民工新创企业增强竞争优势提供理论参考和实践指导。

## 一、文献综述与研究假设

### (一) 文献综述

目前, 关于农民工社会网络关系对其创业影响的研究成果主要集中在以下几个方面: 第一, 网络关系对农民工创业意愿的作用。例如, 庄晋财指出, 社会网络的传导功能对于增强农民工的创业意愿具有强烈的“创业示范效应”<sup>[5]</sup>; 石智雷和杨云彦研究发现, 家庭社会资本对于农民工回流具有促进作用, 尤其会增加农民工回流后自主创业的机率<sup>[6]</sup>。第二, 网络关系对农民工创业机会识别的作用。例如, 黄洁等运用扎根理论方法研究指出, 农民工的本地强连带对其创业机会识别的影响更大<sup>[7]</sup>; 陶欣和庄晋财认为, 农民工的社会网络有助于其信息获取进而促进农民工的创业机会识别<sup>[1]</sup>。第三, 网络关系对农民工创业绩效的作用。例如, 朱红根和解春艳实证分析发现, 社会资本对农民工的创业绩效具有直接的正向影响<sup>[2]</sup>; 陈聪等通过网络能力与农民工创业成长关系的研究也证实, 农民工的网络关系对其新创企业成长绩效具有积

收稿日期: 2014-05-08; 修回日期: 2014-09-19

基金项目: 国家自然科学基金项目“基于双重网络嵌入的中国农民工创业成长机制及路径研究”(71173093); 教育部人文社科规划项目“中国转型时期农民工以创业带动就业的实现机制研究”(10YJA790276)

作者简介: 庄晋财(1967-), 男, 江西吉水人, 江苏大学管理学院教授, 博士生导师, 主要研究方向: 创业与区域发展; 芮正云(1988-), 男, 江苏溧水人, 江苏大学管理学院硕士研究生, 主要研究方向: 创业与创新管理

极作用<sup>[3]</sup>。

然而现有研究还存在一些不足: 第一, 以往研究创业农民工社会网络的文献主要从网络关系的强度进行分析(例如黄洁等<sup>[7]</sup>、陶欣和庄晋财<sup>[1]</sup>), 忽略了对网络关系的属性和功能进行考察。Lin<sup>[8]</sup>、李雪灵等<sup>[9]</sup>指出, 根据社会成员间互动目的或需要的不同, 可以将“关系”分为情感型(也称表达型)和工具型两类, 前者主要基于情感因素, 通常是在血缘或长期交往中形成的, 而后者是建立在功利性或交易性基础上的, 主要体现为彼此间的利益关联。本文认为, 不同属性的网络关系能够提供的资源存在着一定差异, 在研究中有必要对这两类关系加以分析。第二, 目前关于农民工新创企业竞争优势的研究还很少, 导致现有研究成果对农民工新创企业缺乏竞争优势进而影响其持续发展的现象缺乏解释力, 从而不能很好地为政府扶持农民工创业提供准确的政策参考。企业缺乏竞争优势不仅会影响新创企业的成长, 甚至还会导致创业失败, 因此, 农民工创业研究应当对新创企业竞争优势的重要性给予足够关注。基于以上分析, 本文以创业农民工为研究对象, 从情感型关系和工具型关系两个维度来考察农民工的社会网络关系对其新创企业竞争优势的影响机理, 以及创业农民工的社会网络关系、异质性资源与企业竞争优势三者之间的匹配情况。

现有相关研究主要将企业资源分为两大类, 即战略性资源和运营性资源<sup>[10]</sup>。其中, 战略性资源主要是指知识技术类的资源, 而运营性资源的内涵则比较丰富, 一般包括资金、人力等。对于新企业运营资源的研究, Reynolds 和 Miller<sup>[11]</sup>、Kaulio<sup>[12]</sup>通过跟踪式研究发现, “首次获得外部融资”“首次雇佣关键员工”以及“取得首笔销售收入”是决定创业成败的关键因素, 与这三个“里程碑式”事件相对应的就是财务资源、人力资源和市场资源的获取<sup>[13]</sup>。因此, 技术资源、财务资源、人力资源和市场资源是构成企业资源的关键维度<sup>[14]</sup>。根据上述分析, 本文将从这四个维度对异质性资源进行分析。

## (二) 研究假设

### 1. 情感型关系与创业农民工异质性资源获取

根据费孝通先生在《乡土中国》一书中提出的“差序格局”理论, 在中国乡村的人际格局中, 个体都是按照与自己关系的紧密度来划分亲疏<sup>[15]</sup>。情感型关系由两部分组成: 一个是基于血缘的家人和亲戚, 一个是基于地缘、学缘形成的老乡、同学等“熟人关系”。情感型关系往往是建立在情感基础之上, 具有“义务”和“人情”的特征。因此, 农民工在创业初期, 由于自身“地位弱势”与企业“新生弱势”的双重制约,

主要依赖于家人、亲戚朋友的支持和帮助来完成创业任务。创业者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<sup>[16]</sup>, 其中, 网络规模与关系质量是两个基本方面。创业者的社会网络关系规模越大, 网络成员的异质性越强, 就越容易接触到一些稀缺性资源<sup>[17]</sup>。朱秀梅和费宇鹏<sup>[10]</sup>、杨俊等<sup>[14]</sup>研究都发现, 关系质量对双方资源交换的数量和质量有着直接影响。农民工创业者通过与掌握资源的网络成员进行沟通互动, 加深彼此间的感情和信任, 能够获得创业所需的资源, 并且, 彼此间的关系质量越高, 在资源搜寻和获取过程中所需付出的代价越小。基于以上分析, 本文提出如下假设:

H1a 情感型关系能正向影响创业农民工获取异质性的技术资源

H1b 情感型关系能正向影响创业农民工获取异质性的财务资源

H1c 情感型关系能正向影响创业农民工获取异质性的市场资源

H1d 情感型关系能正向影响创业农民工获取异质性的市场资源

### 2. 工具型关系与创业农民工异质性资源获取

工具型关系主要指创业者与供应商、客户、银行等经济主体建立的业务联系, 这类关系往往基于明确的经济利益。李雪灵等认为, 工具性社会关系是一种资源交换性质的市场关系, 交往主要是为了满足彼此需要<sup>[9]</sup>。由于家人、“熟人关系”等情感型关系的同质性较强, 难以提供创业所需的全部资源, 因此, 创业农民工还需要通过工具型关系来满足创业资源需求。李新春和刘莉<sup>[18]</sup>研究指出, 具有交易性质的工具型关系作为家族关系和熟人关系的补充, 也是创业者获取市场机会和创业资源的重要途径。不过, 工具型关系容易出现机会主义, 且往往不会无条件提供资源。根据 Granovetter 的观点, 交往频率能够增进网络成员间的认同和信任<sup>[19]</sup>, 因而创业农民工提高与供应商、客户等网络成员的交往频率, 可以降低利用工具型关系过程中面临的交易风险和交易成本。一般来说, 工具型关系的规模越大, 关系质量越高, 越有利于创业者接触和获得情感型关系无法提供的异质性资源<sup>[20]</sup>。例如, 与相关企业建立合作伙伴关系进行技术交流、从供应商那里获得特殊的优惠(折扣、赊销等)、通过客户关系管理保持和提升顾客忠诚度。基于以上分析, 本文提出如下假设:

H2a 工具型关系能正向影响创业农民工获取异质性的技术资源

H2b 工具型关系能正向影响创业农民工获取异

质性的财务资源

H2c 工具型关系能正向影响创业农民工获取异质性的  
人力资源

H2d 工具型关系能正向影响创业农民工获取异  
质性的市场资源

3. 异质性资源与农民工新创企业竞争优势

新企业的发展是不断探索和学习的过程，也是对  
拥有的各类资源进行整合和配置的过程。资源基础理  
论认为，企业的竞争优势源于企业对关键资源的有效  
获取和开发。在此基础上，Wang 和 Ahmed<sup>[21]</sup>、董保  
宝和李全喜<sup>[22]</sup>等学者都认为，网络资源对新企业的竞  
争优势有重要影响。党兴华等指出，资源异质性不仅  
有助于企业提高难以被竞争者模仿的复杂技能水平，  
还能缩短研发时间、降低创新成本与风险<sup>[23]</sup>。可见，  
新创企业的长期发展需要创业者从外部获得有效的技  
术支持，才能保持持续的竞争优势。另外，农民工创  
业者主要集中在那些进入门槛相对较低的行业，面临  
着激烈的市场竞争，能否获得充足的财务支持对其实  
施创业以及新企业的存活具有直接影响。同时，为了  
增强自己的获利能力和生存能力，创业者需要以较低  
成本从外部吸引到必要的人员，员工的创造力能够为  
企业的发展提供智力保障。最后，企业的产品或服务  
还必须通过商业化来最终实现价值创造，外部的商业  
支持能使企业在市场中占据一席之地。耿帅研究发  
现，集群内部的共享性资源是集群企业获得竞争优势  
的重要源泉<sup>[24]</sup>。也就是说，企业对外部网络资源的积  
累有助于构建自己的核心竞争力，并可以为新创企业带  
来“李嘉图租金”。基于以上分析，本文提出如下假设：

H3a 创业农民工从社会网络关系中获得异质性  
技术资源正向影响新创企业竞争优势

H3b 创业农民工从社会网络关系中获得异质性  
财务资源正向影响新创企业竞争优势

H3c 创业农民工从社会网络关系中获得异质性

人力资源正向影响新创企业竞争优势

H3d 创业农民工从社会网络关系中获得异质性  
市场资源正向影响新创企业竞争优势

二、实证研究

(一) 数据来源

本文的数据来自江苏大学新农村发展研究院、创  
业与区域发展研究所“创业研究课题组”的问卷调查。  
课题组选取了我国安徽、江西和江苏三个省作为调研  
地点，在调查中采用面对面填写问卷的方式，问卷均  
由企业负责人填写，确保了数据收集的质量。课题组  
通过实地调研共获得问卷 220 份，其中有效问卷 183  
份，问卷有效率为 83.2%。具体的样本特征分布情况  
如表 1 所示。

(二) 变量测量

本研究的问卷设计采用了 Likert 5 点计分法来对  
各变量进行测量，赋值如下：1 表示“完全不同意”，  
2 表示“比较不同意”，3 表示“中立”，4 表示“比较  
同意”，5 表示“完全同意”。

1. 社会网络关系的测量

情感型关系。参考贾生华等<sup>[25]</sup>、蔡莉等<sup>[26]</sup>的研究，  
本文从创业农民工的网络规模和关系质量两个维度来  
测量其社会网络关系。其中，情感型关系从创业农民  
工与亲朋好友的关系来考察，关系规模指主要联系的  
网络成员数量，关系质量则包括信任、沟通、承诺三  
个方面<sup>[25]</sup>。

工具型关系。参考 Wu 等<sup>[27]</sup>学者的研究，结合农  
民工创业的实际情况，本文从创业农民工与合作伙伴  
的关系来考察创业农民工的工具型关系。同样从关系  
的规模和质量两个维度进行测量，具体测量题项见  
表 2。

表 1 调查样本的特征分布情况

| 特征   | 类别        | 频数  | 比例(%) | 特征   | 类别      | 频数 | 比例(%) |
|------|-----------|-----|-------|------|---------|----|-------|
| 性别   | 男         | 132 | 72.1  | 年龄   | 25 岁及以下 | 13 | 7.1   |
|      | 女         | 51  | 27.9  |      | 26~35 岁 | 52 | 28.4  |
| 企业规模 | 20 人以下    | 134 | 73.2  |      | 36~45 岁 | 80 | 43.7  |
|      | 21~50 人   | 27  | 14.8  |      | 46 岁及以上 | 38 | 20.8  |
|      | 51~100 人  | 9   | 4.9   | 文化水平 | 小学及以下   | 18 | 9.8   |
|      | 101~200 人 | 4   | 2.2   |      | 初中      | 77 | 42.6  |
|      | 200~500 人 | 5   | 2.7   |      | 高中(中专)  | 60 | 31.7  |
|      | 500 人以上   | 4   | 2.2   |      | 大专以上    | 28 | 15.3  |

在进行实证分析之前, 需要对测量指标及数据的有效性和可靠性进行检验。本文通过统计软件 SPSS18.0 来检验量表的信度和效度。信度检验采用克 尔巴赫(Cronbach)系数和项目总体相关系数(以下简称 CITC)两项指标来考察。经统计, 情感型关系与工具 型关系的克 尔巴赫系数分别为 0.856 和 0.834, 且各题 项的 CITC 均大于 0.5, 说明量表的可信度较高。效度 检验采用因子分析的载荷值来判断, 由于各题项的因 子载荷均大于 0.6, 故认为量表具有良好的效度。表 2 为创业农民工情感型关系与工具型关系的信度、效度 检验结果。

2. 异质性资源的测量

异质性技术资源。Dollinger 认为技术资源主要包 括生产工艺、技术诀窍等<sup>[28]</sup>, 本文据此形成了技术资 源异质性的测量题项, 即与竞争对手相比, 贵企业能: 利用关系网络获得独特的产品开发技术; 从关系网络 获得领先的生产工艺; 从关系网络获得本行业前沿的 技术知识和信息。

异质性财务资源。依据蔡莉和柳青对财务资源的 定义, 财务资源主要是指企业创建和成长中所需要的 运营资金<sup>[29]</sup>, 故本文通过以下三个题项来度量新企业 对异质性财务资源的获取情况, 即与竞争对手相比, 贵企业能: 获得企业所需资本的渠道很多; 能以较低 成本获得民间资本; 在交易与合作中能获得赊销或更 多的折扣等优惠。

异质性人力资源。参考余绍忠等<sup>[30]</sup>学者的研究量 表, 本文通过以下三个题项来测量新企业异质性人力 资源的获取情况, 即与竞争对手相比, 贵企业能: 利 用关系网络以较低代价获得企业员工; 利用关系网络

吸引到专业人才; 从外部网络中得到针对性较强的指 导和培训。

异质性市场资源。王庆喜和宝贡敏<sup>[31]</sup>认为, 市场 资源包括了市场信息、销售渠道和业务支持等, 因此 本文从这三个角度对新企业异质性市场资源获取情况 进行考察, 即与竞争对手相比, 贵企业能: 利用关系 网络有效拓宽销售渠道; 从关系网络中获得异质性市 场信息; 从关系网络中获得大量特殊的业务支持。

异质性资源的信度、效度检验结果如表 3 所示。 其中, 人力资源、财务资源、技术资源和市场资源的 克 尔巴赫系数分别为 0.698、0.796、0.722 和 0.753, 各题项的 CITC 也均大于 0.5, 说明量表的可信度较高; 各题项的因子载荷均大于或接近 0.6, 说明量表具有良 好的效度。

3. 企业竞争优势的测量

对于企业竞争优势的测量, 董保宝和葛宝山提出, 企业竞争优势会导致企业市场绩效的提高, 但是它与 绩效仍有差异, 不能完全用绩效指标来衡量, 它应当 有自己的度量指标<sup>[32]</sup>。前期调研发现, 农民工创办的 企业大多“扎堆”在劳动密集型行业, 主要提供附加 值相对较低的产品或服务, 且同行之间产品或服务的 差异性较小。针对这些特点, 本文整合了 Walter 等<sup>[33]</sup>、 朱秀梅等<sup>[34]</sup>的研究量表, 使用以下 6 个题项测量农 民工新创企业的竞争优势, 即与竞争对手相比, 贵企业: 产品质量更高; 具有明显的成本优势; 盈利状况更好; 开发或引进新产品(或新技术)的速度更快; 市场反应 速度更快; 拥有更高的顾客满意度。

企业竞争优势的信度、效度检验结果如表 4 所示。 根据竞争优势的克 尔巴赫系数为 0.853, 各题项的

表 2 社会网络关系的信度效度检验

| 变量    | 测量题项                  | 因子载荷  | T 值   | CITC  |
|-------|-----------------------|-------|-------|-------|
| 情感型关系 | 1. 您经常联系的亲朋好友很多       | 0.738 | 10.21 | 0.658 |
|       | 2. 您与亲朋好友拥有深厚的感情      | 0.712 | 12.08 | 0.723 |
|       | 3. 您与亲朋好友有频繁的互动交流     | 0.803 | 8.66  | 0.733 |
|       | 4. 您与亲朋好友的互惠往来很多      | 0.823 | 11.07 | 0.675 |
|       | 5. 您与亲朋好友之间相互信任       | 0.778 | 9.69  | 0.731 |
|       | 6. 您与亲朋好友都忠实执行各自的承诺   | 0.760 | 13.28 | 0.722 |
| 工具型关系 | 1. 企业拥有很多的合作伙伴        | 0.797 | 12.65 | 0.729 |
|       | 2. 企业与合作伙伴之间沟通交流频繁    | 0.782 | 13.40 | 0.622 |
|       | 3. 企业与合作伙伴之间相互提醒存在的问题 | 0.734 | 9.82  | 0.688 |
|       | 4. 企业与合作伙伴能相互帮助解决问题   | 0.815 | 8.79  | 0.695 |
|       | 5. 企业与合作伙伴能共同协作克服困难   | 0.682 | 10.25 | 0.753 |
|       | 6. 企业与合作伙伴之间都能信守承诺    | 0.704 | 10.33 | 0.683 |

表 3 异质性资源的信度效度检验

| 变量   | 测量题项                    | 因子载荷  | T 值   | CITC  |
|------|-------------------------|-------|-------|-------|
| 技术资源 | 1. 利用网络关系获得独特的产品开发技术    | 0.605 | 9.88  | 0.698 |
|      | 2. 从网络关系获得领先的生产工艺       | 0.651 | 13.05 | 0.636 |
|      | 3. 从网络关系获得本行业前沿的技术知识和信息 | 0.678 | 9.71  | 0.712 |
| 财务资源 | 1. 获得企业所需资本的渠道很多        | 0.839 | 10.83 | 0.711 |
|      | 2. 能以较低成本获得民间资本         | 0.681 | 12.68 | 0.582 |
|      | 3. 在交易与合作中能获得赊销或更多折扣等优惠 | 0.685 | 9.52  | 0.730 |
| 人力资源 | 1. 利用网络关系以较低代价获得企业员工    | 0.736 | 8.33  | 0.765 |
|      | 2. 利用网络关系吸引到专业人才        | 0.598 | 10.96 | 0.779 |
|      | 3. 从网络关系中得到针对性较强的指导和培训  | 0.665 | 10.45 | 0.615 |
| 市场资源 | 1. 利用网络关系有效拓宽销售渠道       | 0.653 | 7.67  | 0.733 |
|      | 2. 从网络关系中获得异质性市场信息      | 0.766 | 9.80  | 0.687 |
|      | 3. 从网络关系中获得大量特殊的业务支持    | 0.747 | 10.65 | 0.695 |

表 4 企业竞争优势的信度效度检验

| 变量   | 测量题项                     | 因子载荷  | T 值   | CITC  |
|------|--------------------------|-------|-------|-------|
| 竞争优势 | 1. 企业产品质量更高              | 0.683 | 8.07  | 0.710 |
|      | 2. 企业具有明显的成本优势           | 0.682 | 7.88  | 0.732 |
|      | 3. 企业盈利状况更好              | 0.825 | 10.53 | 0.655 |
|      | 4. 企业开发或引进新产品(或新技术)的速度更快 | 0.661 | 8.69  | 0.583 |
|      | 5. 企业市场反应速度更快            | 0.737 | 11.32 | 0.756 |
|      | 6. 企业拥有更高的顾客满意度          | 0.692 | 9.15  | 0.729 |

CITC 均大于 0.5，可以认为量表的可信度较高；各题项的因子载荷均大于 0.6，说明量表也具有良好的效度。

(三) 结构方程模型分析

为了验证创业农民工的情感型社会关系和工具型社会关系对其新创企业竞争优势的影响机理，我们采用 AMOS17.0 软件对本文的理论模型进行结构方程模型分析。模型的各项拟合指标如下：CMIN/DF 值为 2.60，GIF 值为 0.956，NFI 值为 0.975，CFI 值为 0.975，IFI 值为 0.938，RMSEA 值为 0.065，均达到了适配标准，说明模型具有较高的拟合度。结构方程模型的分析结果如图 1 所示。

结构方程模型的分析方法为我们验证了农民工社会网络关系通过资源异质性的传导效应进而影响新创企业竞争优势的作用路径，路径系数反映了变量间的影响强度和显著性，根据显著性检验基本原理得到的检验结果如表 5 所示。

由表 5 可知，在情感型关系对异质性资源获取影响的假设中，情感型关系对获取异质性的财务资源和

人力资源具有显著正向影响，但对异质性技术资源和市场资源的获取无显著影响，故 H1b、H1c 通过了检验，而 H1a、H1d 未通过检验。情感型关系能够促进创业农民工对异质性人力资源和财务资源的获取，说明创业农民工越注重社会关系的积累，关系规模越大，与相关网络成员的关系质量越高，就越容易获得专业人员的加盟或者培训指导，能获得的资金支持也越多。但是情感型关系对异质性技术资源和市场资源的获取并没有促进作用，可能是因为创业农民工的亲朋好友等情感型关系中所拥有的技术资源和市场资源相对较少，使得创业者通过情感型关系很难接触到相关的技术和市场信息。

在工具型关系对异质性资源获取影响的假设中，工具型关系对获取异质性的技术资源、人力资源和市场资源具有显著的正向影响，但对异质性财务资源的获取无显著影响，故 H2a、H2c、H2d 通过检验，而 H2b 未通过检验。工具型关系能够促进创业农民工对异质性人力资源、技术资源和市场资源的获取，说明创业农民工与其他组织保持业务联系与合作，有助于

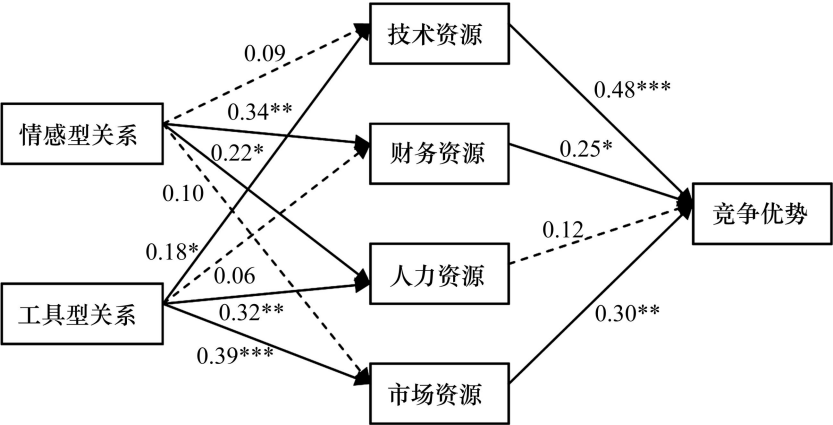


图 1 结构方程模型分析

表 5 假设检验结果

| 假设                  | 路径系数    | T 值  | 结论    |
|---------------------|---------|------|-------|
| H1a: 情感型关系—异质性技术资源  | 0.09    | 5.26 | 未通过检验 |
| H1b: 情感型关系—异质性财务资源  | 0.34**  | 7.92 | 通过检验  |
| H1c: 情感型关系—异质性人力资源  | 0.22*   | 5.82 | 通过检验  |
| H1d: 情感型关系—异质性市场资源  | 0.10    | 6.44 | 未通过检验 |
| H2a: 工具型关系—异质性技术资源  | 0.18*   | 6.12 | 通过检验  |
| H2b: 工具型关系—异质性财务资源  | 0.06    | 3.77 | 未通过检验 |
| H2c: 工具型关系—异质性人力资源  | 0.32**  | 5.91 | 通过检验  |
| H2d: 工具型关系—异质性市场资源  | 0.39*** | 5.79 | 通过检验  |
| H3a: 异质性技术资源—企业竞争优势 | 0.48*** | 8.18 | 通过检验  |
| H3b: 异质性财务资源—企业竞争优势 | 0.25*   | 5.32 | 通过检验  |
| H3c: 异质性人力资源—企业竞争优势 | 0.12    | 6.55 | 未通过检验 |
| H3d: 异质性市场资源—企业竞争优势 | 0.30**  | 7.65 | 通过检验  |

注: \* 表示 P<0.1, \*\* 表示 P<0.01, \*\*\* 表示 P<0.001

新创企业获得商业关系支持。但工具型关系对异质性财务资源的获取并无显著作用。由于财务资源主要是指资金, 创业者的工具型关系往往是建立在契约交易基础上的, 加之新创企业具有“新生弱势”, 当创业农民工需要财务支持时, 合作者更多的是出于投入产出的理性分析和对风险的考虑, 而不愿意提供资金上的帮助, 导致工具型关系的规模扩大和关系质量提高并不能直接促使农民工新创企业获得更多的来自合作伙伴在财务上的帮助。

在异质性资源对企业竞争优势影响的假设中, 异质性的财务资源、技术资源和市场资源对新企业的竞争优势具有显著的正向影响, 但异质性的人力资源对新企业竞争优势无显著影响, 故 H3a、H3b、H3d 通过检验, 而 H3c 未通过检验。企业的本质是专业性资

源的集合, 充足的资源是企业成长的基础。通过异质性资源的积累, 农民工新创企业能够克服内部资源不足的缺陷, 强化组织的自我发展能力, 不断增强竞争优势。然而, 实证结果显示, 异质性的人力资源对农民工新创企业竞争优势的影响不显著。本文认为, 这并不是说创业农民工对异质性人力资源的获取不能影响其新创企业的竞争优势, 而是说明这种资源并不是广泛存在于创业农民工的社会网络关系之中, 人力资源通常需要借助社会招聘等正规渠道获得。

三、结论与启示

本文基于网络资源观, 引入异质性资源作为中介

变量,运用结构方程模型的分析方法,实证研究农民工社会网络关系对新创企业竞争优势的影响机理。我们将社会网络关系分为情感型关系和工具型关系,实证结果发现:创业农民工的情感型关系能提供异质性的人力资源和财务资源,而工具型关系能提供异质性的人力资源、技术资源与市场资源,并且,异质性的财务资源、技术资源与市场资源对新创企业的竞争优势具有显著的正向影响。以上研究结论对于农民工创业实践具有重要的指导意义:① 农民工创业者应当根据自身的实际需要来利用不同类型的网络关系。例如,当创业者的异质性技术资源和市场资源较为缺乏时,应当建立更多的工具型关系,增强与相关网络成员的关系强度;而当创业者的异质性财务资源较为缺乏时,应当拓展情感型关系的网络规模,提高彼此间的关系质量。② 不同类型的异质性资源对农民工新创企业竞争优势的影响存在差别,其中异质性技术资源对企业竞争优势的影响最为显著,异质性财务资源的影响较小,异质性人力资源则没有起到明显的作用,因而农民工创业者需要明确获取网络资源的目标,提高资源获取的针对性。

本研究为创业农民工利用社会网络关系提升新创企业竞争优势带来了几点管理启示。

首先,农民工新创企业的内部资源有限,创业农民工应当注重情感型关系的维护,在创业过程中利用交流互动保持关系质量,通过家人、亲朋好友等情感型关系来获得必要的资源支持。

其次,要想赢得持续性竞争优势,创业农民工应当提高自身的网络能力,跨越组织边界,增进与合作伙伴之间的信任,借助工具型关系来搜寻和获取可利用的独特资源。

最后,除了强调对异质性资源的获取,创业者还要注重对资源的合理配置与运用。创业农民工应当在创业过程中培养和增强对资源的识别和吸收能力,不断提高对资源的利用效率,在整合利用这些异质性资源的基础上塑造独特的竞争优势。

## 参考文献:

- [1] 陶欣,庄晋财. 农民工群体特征对其返乡创业过程影响的实证研究[J]. 农业技术经济, 2012(6): 87-94.
- [2] 朱红根,解春艳. 农民工返乡创业企业绩效的影响因素分析[J]. 中国农村经济, 2012(4): 36-46.
- [3] 陈聪,庄晋财,程李梅. 网络能力对农民工创业成长影响的实证研究[J]. 农业经济问题, 2013(7): 17-24.
- [4] 董保宝. 网络结构与竞争优势关系研究——基于动态能力中介效应的视角[J]. 管理学报, 2012, 9(1): 50-56.
- [5] 庄晋财. 自主创业视角的中国农民工转移就业研究[J]. 农业经济问题, 2011(8): 75-80.
- [6] 石智磊,杨云彦. 家庭禀赋、农民工回流与创业参与——来自湖北恩施州的经验证据[J]. 经济管理, 2012, 34(3): 151-162.
- [7] 黄洁,蔡根女,买忆媛. 谁对返乡农民工创业机会识别更具影响力: 强连带还是弱连带[J]. 农业技术经济, 2010(4): 28-35.
- [8] Lin N. Social Capital: A Theory of Social Structure and Action [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.
- [9] 李雪灵,马文杰,等. 中国新企业社会关系的特征与演化: 情感性关系和工具性关系[J]. 吉林大学社会科学学报, 2013, 53(1): 124-131.
- [10] 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.
- [11] Reynolds P D, Miller B. New firm gestation: Conception, birth and implications for research [J]. Journal of Business Venturing, 1992, 7(1): 33-51.
- [12] Kaulio M A. Initial conditions or process of development? critical incidents in the early stage of new venture [J]. R & D Management, 2003, 33(2): 160-175.
- [13] Brush C G, Manolova T S, Edelman L F. Properties of emerging organizations: An empirical test [J]. Journal of Business Venturing, 2008, 23(5): 547-566.
- [14] 杨俊,张玉利,等. 关系强度、关系资源与新企业绩效——基于行为视角的实证研究[J]. 南开管理评论, 2009, 12(4): 44-54.
- [15] 费孝通. 乡土中国[M]. 北京: 人民出版社, 2008.
- [16] 秦志华,刘传友. 基于异质性资源整合的创业资源获取[J]. 中国人民大学学报, 2011(6): 143-150.
- [17] 庄晋财,芮正云,曾纪芬. 双重网络嵌入、创业资源获取对农民工创业能力的影响——基于赣、皖、苏 183 个农民工创业样本的实证分析[J]. 中国农村观察, 2014(3): 29-41.
- [18] 李新春,刘莉. 嵌入性——市场性关系网络与家族企业创业成长[J]. 中山大学学报(社会科学版), 2009, 49(3): 190-202.
- [19] Granovetter M S. Economic action and social structure: The problem of embeddedness [J]. American Journal of Sociology, 1985, 91(3): 481-510.
- [20] 庄晋财,沙开庆,程李梅,孙华平. 创业成长中双重网络嵌入的演化规律研究——以正泰集团和温氏集团为例[J]. 中国工业经济, 2012(8): 122-134.
- [21] Wang L, Ahmed K. Dynamic capabilities: A review and research agenda [J]. International Journal of Management Review, 2007, 9(1): 31-51.
- [22] 董保宝,李全喜. 竞争优势研究脉络梳理与整合研究框架构建——基于资源与能力视角[J]. 外国经济与管理, 2013, 35(3): 2-11.
- [23] 党兴华,李雅丽,张巍. 资源异质性和企业核心性形成的影

- 响研究——基于技术创新网络的分析[J]. 科学学研究, 2010, 28(2): 299-306.
- [24] 耿帅. 共享性资源与集群企业竞争优势的关联性分析[J]. 管理世界, 2005(11): 112-119.
- [25] 贾生华, 吴波, 王承哲. 资源依赖、关系质量对联盟绩效影响的实证研究[J]. 科学学研究, 2007, 25(2): 334-339.
- [26] 蔡莉, 单标安, 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.
- [27] Wu Zhiwei, Chen Ying, Liu Huimin. A study on factors influencing relationship quality between enterprises under different economic environment [J]. Management Science and Engineering, 2011, 5(3): 42-48.
- [28] 马克·J·多林格. 创业学: 战略与资源[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2006.
- [29] 蔡莉, 柳青. 新创企业资源整合过程模型[J]. 科学学与科学技术管理, 2007(2): 95-102.
- [30] 余绍忠. 创业资源对创业绩效的影响机制研究——基于环境动态性的调节作用[J]. 科学学与科学技术管理, 2013, 34(6): 131-139.
- [31] 王庆喜, 宝贡敏. 社会网络、资源获取与小企业成长[J]. 管理工程学报, 2007(4): 57-61.
- [32] 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.
- [33] Walter A, Auer M, Ritter T. The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance [J]. Journal of Business Venturing, 2006, 21(4): 541-567.
- [34] 朱秀梅, 张妍, 陈雪莹. 组织学习与新企业竞争优势关系——以知识管理为路径的实证研究[J]. 科学学研究, 2011, 29(5): 74-755.

## Social network effect of migrant workers on the competitive advantage of start-ups—— A structural equation model analysis based on the view of network resource

ZHUANG Jincai, RUI Zhengyun

(School of Management, Jiangsu University, Zhenjiang 212013, China)

**Abstract:** Entrepreneurship group of migrant workers expands gradually, but their new ventures lack of competitive advantage which restricts their entrepreneurial performance and entrepreneurial quality. Enterprises' competitive advantages mainly depend on their internal heterogeneous resources, but the lack of internal resources is often faced in the early stages of migrant worker entrepreneurship, and relations of social network become an important way for them to obtain the heterogeneous resources. This paper made an analysis framework of "network relationship, heterogeneous resources and competitive advantage" based on the view of network resource, used the survey data of migrant worker entrepreneurs to analyze the impact mechanism of migrant worker entrepreneur's "emotional" relationship and "instrumental" relationship on competitive advantage of new ventures. Research results show that the "emotional" relationship plays a positive role in acquisition of heterogeneous human resources and financial resources; "instrumental relationship" plays a positive role in acquisition of heterogeneous human resources, technical resources and market resources; heterogeneous financial resources, technology resources and market resources have significant positive effect on competitive advantage of migrant worker entrepreneur's new venture.

**Key Words:** social network; emotional relationship; instrumental relationship; migrant worker entrepreneurship; competitive advantage of new venture

[编辑: 苏慧]