

农户初始社会资本影响创业机会识别的实证研究

高 静^{1,2},张应良²,贺昌政¹

(1. 四川大学 工商管理学院,四川 成都 610064 ;2. 西南大学 农村经济与管理研究中心,重庆 400715)

摘 要 运用多元有序 Logistic 和 Probit 回归方法,采用对全国农户创业的调查数据,分析了社会资本(即社会网络)对农户识别创业机会及创业机会属性的影响。研究发现:农户嵌入社会网络的规模正向影响农户识别创业机会的概率;社会网络中的弱连带网络规模和联系频率越大,农户发现创新性机会的可能性越大,但强连带网络对复制型创业机会影响不显著;创业农户的教育经历、外出务工经验、创新能力、创业氛围均是影响农户机会识别行为的重要因素。

关键词 农户创业; 社会资本; 机会识别; 创新性机会

中图分类号:F 321.5 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-3456(2013)01-0047-06

创业是经济发展的重要推手。十七大报告把鼓励创业、支持创业摆到了就业工作的突出位置。2008 年《中华人民共和国就业促进法》颁布,提倡劳动者树立正确的就业观念,提高就业能力和创业能力,鼓励劳动者自主创业。农村经济的发展,农民始终是主体,以农户或其集体体为基础的农民创业对转移农村富余劳动力、促进农业产业升级、增加农户收入,破解“三农”难题具有重要意义。

对比国际创业,我国的创业现象正发生着质的改变。按照全球创业观察(global entrepreneurship monitor, GEM)的统计,2010 年我国的早期创业活动指数在 59 个 GEM 成员国中位列第 15 位,属于较高水平。同时,我国创业企业的主要驱动力正由生存型为主导向机会型为主导转变。对比生存型创业,机会型创业是指对创业机会的识别、评价与开发,进而在经济社会层面的价值创造,所识别机会的特征决定着创业活动的价值创造潜力^[1]。因此,创业机会识别成为了创业的核心元素,然而国内外学者关于机会识别行为的研究还是相当匮乏^[2]。

与一般创业者一样,农户创业是基于一定金融资本、人力资本、技术支持和社会资本禀赋的前提下进行的,与城市创业者相比,农户缺乏丰富的金融资本和人力资本。在我国农村,基于“家缘、

血缘、地缘”的社会关系再加上劳动力流动嵌入的市场网络,让农户拥有了丰富的社会资本,其不仅能影响农户创业行为,还能提升创业者的人力资本和金融资本水平。农户的社会资本对农户创业机会识别的影响,社会资本对创业机会识别途径和创业机会属性的影响值得关注。基于此,本文尝试采用从我国中部、东部、西部典型地区采集的 518 户创业农户的相关数据,对创业者社会资本和机会识别行为进行研究,从而提升农户对创业机会识别的质量。

一、文献回顾和理论假设

1. 农户社会资本与创业机会识别

创业机会源于 Kirzner 把奥地利经济学派的研究成果应用到创业领域,提出机会发现时个体创业警觉性作用,即个体对未满足市场需求及充分使用或能力的敏感力^[3]。Hills 等发现 90% 的创业者认为创造力对机会识别至关重要^[4]。Ardichivili 等认为识别出个人特质、先前经验、社会网络关系等是影响机会识别的关键因素^[5]。Shane 等认为机会识别依赖于创业者拥有的知识和信息,强调了信息资源的重要性^[1]。社会关系网络是获取创业信息的重要渠道,利用社会关系网络也是创业者识别创业机会的重要途径^[6]。当这种网络社会关系被人们加加工

收稿日期:2012-08-09

基金项目:国家社会科学基金重点项目“新农村建设背景下中国农户创业理论与实证研究”(10AGL007);重庆市人文社会科学重点研究基地重点项目“农产品物流价值增殖与利益分割:基于农产品物质流、价值流、信息流的协同实证——以重庆柑橘产业为例”(11SKB29);西南大学青年基金项目“重庆市城乡统筹框架下的财政转移支付制度研究”(SWU07104)。

作者简介:高 静(1981-),女,讲师,博士研究生;研究方向:技术经济。E-mail:gaojing0039@126.com

具性的利用,为人们带来经济利益时,社会网络被资本化了,资本化的社会网络也即社会资本^[7]。Singh 强调社会资源丰富的个体比其他人拥有更多有价值的信息,能够进行有效的机会识别^[8]。对于农村创业者而言,规模较大的社会网络可以获得更多的信息,从而提高识别创业机会的概率。因此,提出假设 1:农户的社会资本丰裕度正向影响农户识别创业机会的概率。

2. 农户社会资本与创业机会的创新性

创业机会识别作为创业活动的必要条件,其机会属性特征决定着创业活动的价值创造潜力^[1]。机会的创新性越高,企业持续获利的能力越强。而多数的创业者并非创新者,大多数都是在简单复制,或将产品或服务改进后提供给客户^[9]。创业机会的本质是位于复制型创业机会与创新型机会之间的连续体,其创新性取决于“手段—目的”的明晰性^[10]。由于创新型机会主要来自于创新性活动,创新性活动结果之一是带来新技术、新知识和新市场,而掌握这类资源的人主要来自于行业专家、科研人员、大学教授以及政府官员。他们一般处在社会经济系统中的金子塔结构的顶端,具有较高的社会地位^[11]。因此,创业者接触到的社会网络层次越高越有助于创新型机会的发现。

考察农户可以利用的社会网络,一类是基于情感为基础、联系频繁的强连带网络,另一类是以非情感为基础、联系不是很频繁的弱连带网络。强连带网络的维护成本较高,网络范围较小,由于身处农村,其网络成员多出在社会经济系统金字塔的低端,网络层次低。中国人的信任关系是建立在家族亲戚或准亲戚之上,是一种难以普遍化的特殊信任^[12],信息的传播倾向于在强连带之间进行,但由于强连带网络成员的家庭背景、知识结构和思维模式相近,他们之间传递的信息多是冗余性、同质性信息。基于此,提出假设 2:农户的强连带网络有助于复制型创业机会的识别。

与强连带网络相比,弱连带网络由于维护成本低,网络规模较大,网络的多样性水平高,而多样性的网络能够为创业者提供多样化的信息来源^[13],有助于创业者识别创新型机会。同时,扩大的网络规模也意味着农户有机会接触到较高社会资本水平的个体,从而获得创新型信息。基于此,提出假设 3:农户的弱连带网络有助于创新型创业机会的识别。

二、农户创业行为影响因素计量分析

1. 数据来源

(1)样本选取。样本选取时要满足下列 5 个条件:一是创业者是农村户口;二是创业地点在农村或乡镇;三是创业产业是在传统农业基础上的扩展和延伸,具体分为传统农业的规模化经营、建立新产业、专门化生产、开展新业务和成立新组织 5 类,对于与农无关的产业(如农村建筑队、农村金融服务)等不在样本范围内;四是创业者雇佣人员在 10 人以内(含创业者在内);五是创业时间在调查时点的 1 年内,因为创业机会处在创业活动的初期,若调查时间距创业间隔太久,容易造成记忆退化和后视偏差。

(2)数据来源及特征。数据来源以问卷调查和案例访谈为主。2011 年 5 月先在重庆市内进行了预调查以对问卷进行测试,然后对问卷进行了修正,对自变量间相关系数较大者($\rho \geq 0.5$)进行了剔除和修改,以求扩大问卷的信息量。最后确定在河南叶县、浙江嘉兴县、四川双流县、遂宁县、乐山县以及重庆合川区、开县、铜梁县、荣昌县 9 个典型地区进行问卷发放和案例访谈。调查采用分层随机抽样的方法,涉及 5 个行业。发放问卷 800 份,回收问卷 692 份,有效问卷 518 份,有效率 74.8%。访谈 31 人,其中创业者 27 人,基层干部 4 人。受访农户基本情况见表 1。

表 1 受访农户基本情况

基本特征	分组	人数	占总样本比例/%
性别	男	473	91.31
	女	45	8.69
年龄	30 岁以下	105	20.27
	31~40 岁	126	24.32
	41 岁以上	287	55.41
受教育程度	小学及以下	119	22.97
	初中	248	47.88
	高中	108	20.85
是否为党员	大专及以上	43	8.30
	是	186	35.91
婚姻状况	否	332	64.09
	有配偶	447	86.29
	无配偶	71	13.71

2. 变量选取及测度

(1)因变量。因变量有 2 个。一是创业机会的识别,设置 2 个题项“①您常想赚钱或发展的机会吗,②您发现赚钱发展机会的能力如何”来测量。采用李克特 5 点量从弱到强进行打分,将两

者按照平均权重加权求和,若得分在 2.5 分值以上者视为可以识别创业机会,否则视为不能识别。二是创业机会的类型,根据“手段—目的”的关系进行创业机会的类型划分,设置 2 个题项来测量。
 ①您创业时,非常清楚自己去创业的目的吗?
 ②非常清楚通过什么方法去达到您的目的吗? 若 2 个题项都回答是,则是复制型创业机会;若都回答否,则是创新型创业机会;若其一为是,其一为否,则视为改进型创业机会。

(2)自变量。自变量有 3 个:社会资本的丰裕

度、社会资本的强连带程度、弱连带程度。衡量社会资本的维度众多,如结构维度、关系维度和认知维度^[14]。借鉴黄金睿对西方文献的总结,选择社会网络规模来衡量社会资本丰裕度^[15]。此外“是否外出务工”“务工期限长短”“务工地点”也是影响农户社会资本积累的重要因素。强连带网络强度主要是指基于“亲缘、地缘、血缘”的联系紧密程度。弱连带网络强度主要指熟人之间的联系密集程度,另外“创业者的人缘关系”“创业者获得消息的主动性”也会影响其社会资本。变量说明及预期效应见表 2。

表 2 变量说明及预期效应

变量名称	变量说明	均值	方差	先验判断
因变量				
创业机会识别	能够识别创业机会=1;不能识别=0	0.44	0.51	
创业机会属性	创新型创业机会=2;改进型创业机会=1;复制型创业机会=0	0.67	0.80	
自变量				
社会资本丰裕度				
平时联系人(x_1)	A. 亲戚 B. 邻居 C. 同乡 D. 朋友 E. 同学 F. 战友 G. 村镇领导 H. 陌生人 I. 其他。创业者每选择一项算 1 分。	5.78	2.43	+
创业者在当地的人缘关系(x_2)	经常得罪人=1;较差=2;一般=3;较好=4;好=5	4.21	0.87	+
与消息灵通人保持联系(x_3)	几乎不=1;偶尔=2;一般=3;有时=4;经常=5	3.25	1.28	+
是否外出务工(x_4)	是=1;否=0	0.59	0.49	+
务工时间长短(x_5)	1 年以下=1;1~2 年=2;3~5 年=3;5~10 年=4;10 年以上=5	2.22	0.83	+
电话和手机(x_6)	两者都有=2;只有其一=1;都没有=0	1.66	0.48	+
强连带程度				
联系亲戚朋友的数量(x_7)	5 人及以下=1;6~10 人=2;11~15 人=3;16~20 人以上=4;21 人以上=5	4.01	0.67	-
联系频度(x_8)	几乎不=1;偶尔=2;一般=3;有时=4;经常=5	3.53	0.69	
弱连带程度				
联系熟人的数量(x_9)	5 人及以下=1;6~10 人=2;11~15 人=3;16~20 人以上=4;21 人以上=5	4.55	0.38	+
联系频度(x_{10})	几乎不=1;偶尔=2;一般=3;有时=4;经常=5	3.21	1.45	
农户特质控制变量				
性别(x_{11})	男性=1;女性=0	0.91	0.28	+
年龄(x_{12})	按照创业者实际年龄计算	43.65	12.47	-
受教育程度(x_{13})	小学及以下=1;初中=2;高中=3;大专及以上=4	2.14	0.87	+
政治面貌(x_{14})	党员=1;非党员=0	0.36	1.59	?
配偶(x_{15})	有=1;无=0	0.95	0.21	?

(3)控制变量。控制变量主要指创业者年龄、性别、受教育程度、政治面貌和配偶情况。一般而言,创业者的年龄趋于年轻化,受教育程度较高的农户拥有的知识和能力,更易于识别创新型机会。农村基层党员同志,发挥着新农村建设中模范带头的作用,可能识别创业机会的意愿和能力略强。

3. 模型构建

根据 2 个因变量的特征,分别设置了 2 个不同的回归模型。

一是农户识别创业机会与否。模型函数为逻辑概率分布函数,具体形式如下:

$$p_i = F(Z_i) = F\left(\beta_0 + \sum_{i=1}^n \beta_i x_i + u\right) = \frac{1}{1 + \exp\left(-\left(\beta_0 + \sum_{i=1}^n \beta_i x_i\right)\right)} \quad (1)$$

对式(1)进行适当的变形得:

$$\ln \frac{p_i}{1 - p_i} = Z_i = \beta_0 + \sum_{i=1}^n \beta_i x_i + u \quad (2)$$

式(2)中, p_i 表示农户能够识别创业机会的概率, Z_i 是因变量, $Z=1$,标识农户能够识别创业机会;否则 $Z=0$; β_i 表示影响因素的回归系数; n 表示影响因素的个数; x_i 是自变量,表示第*i*种影响因素; β_0 表示回归方程的常数; u 为误差项。

二是农户创业的机会属性。模型为 Probit 概率模型,具体形式如下:

$$Y_i = \beta X_i + \varepsilon_i \quad (3)$$

式(3)中, Y_i 为某类隐变量或潜在变量; X_i 是解释变量的集合; β 是待估参数; ε_i 是随机扰动项。

4. 结果分析

采用 Eviews5.0 软件,对 518 个有序样本分别进行了多元有序 Logistic 和 Probit 模型分析及逐步向后回归处理。

首先对所有可能变量都引入模型进行显著性检

验,然后根据检验结果,在一个或多个不显著的变量中,将 Z 检验值不显著的那个变量剔除,在进行重新拟合方程,并进行各种修正和检验,直到保留的因变量对自变量的影响都通过显著性检验为止(见表 3 的模型 III、表 4 的模型 II)。

从表 3 的模型 III 和表 4 的模型 II 的统计值 LR 统计值分别为 188.765 和 166.980,均高度显著,模型中参数的显著性也通过检验,应该拒绝回归系数均为零的假设。

表 3 社会资本影响农户识别创业机会识别能力的多元有序 Logistic 模型估计结果

自变量	模型 I		模型 II		模型 III	
	回归系数	Z 值	回归系数	Z 值	回归系数	Z 值
x_1	0.235**	2.114	0.221***	2.331	0.151***	2.476
x_2	0.012	0.006	—	—	—	—
x_3	0.324***	4.221	0.400***	5.912	0.437***	4.875
x_4	0.378***	5.449	0.342***	4.459	0.401***	6.459
x_5	0.255**	2.462	0.269**	2.017	0.155**	1.649
x_6	0.006	0.066	—	—	—	—
x_{11}	0.018*	1.553	0.019*	1.597	0.024*	1.630
x_{12}	0.134**	1.457	0.218**	1.148	0.236**	2.467
x_{13}	0.153***	3.563	0.160***	4.315	0.164***	3.315
x_{14}	0.021	2.246*	0.011	1.243	—	—
x_{15}	0.079	1.243	—	—	—	—
LR statistic	-154.57***		-176.980***		-188.765***	
Pseudo R^2	0.165		0.170		0.182	

注: *、**、*** 分别表示 10%、5%、1% 的显著性水平;模型 I 是包含所有变量的回归结果,模型 II、模型 III 是依据变量的显著性将不显著的变量依次剔除,逐步回归的结果。

表 4 强、弱连带关系影响农户识别创业机会属性的 Probit 模型估计结果

自变量	模型 I		模型 II	
	回归系数	Z 值	回归系数	Z 值
x_7	-0.245*	3.456	-0.246**	4.896
x_8	-0.037	0.297	—	—
$x_7 \cdot x_8$	-0.241**	2.036	-0.245*	1.432
x_9	1.451***	5.239	1.236***	6.368
x_{10}	0.044	0.007	—	—
$x_9 \cdot x_{10}$	0.162**	1.026	1.107**	1.966
x_{11}	0.167**	1.852	0.245**	2.034
x_{12}	0.029***	4.422	0.016***	3.686
x_{13}	0.235***	4.241	0.246***	4.453
x_{13}^2	-0.021**	-2.789	-0.105***	-3.243
x_{14}	-0.006	-0.944	—	—
x_{15}	0.478	0.455	0.559	1.857
LR statistic	-154.57***		-187.980***	
Pseudo R^2	0.134		0.159	

注: *、**、*** 分别表示 10%、5%、1% 的显著性水平。

(1) 创业机会识别的影响因素分析。从表 3 的计量结果可以看出,社会资本中 x_1, x_3, x_4 均在 1%

的显著性水平通过检验, x_5 在 5% 的显著性水平上通过检验,且 4 个变量的符合均为正。说明平时联系人较多、多与消息灵通人保持联系,外出务工经历能够增加农户识别创业机会的概率,与预期相符。相对于一般村民而言,与人多交往和外出务工是农户扩大网络规模、积累社会资本的重要途径,网络规模的扩大有助于创业机会的识别,假说 1 得到验证。而 x_2, x_6 未通过检验,因为人们对农村个体的人缘关系评价多从社会道德角度出发,而非仅从经济维度衡量。手机和电话的拥有量也对创业机会的识别影响不大,因为这种通讯工具已经成为人们生活的必需品,而非创业的专用性投资。创业者人口学特征中, x_{11}, x_{12}, x_{13} 均通过了显著性检验,其中 x_{13} 最为显著($Z=3.315$),说明男性识别创业机会的概率高于女性,年龄越大,受教育程度越高,越易识别创业机会。但 x_{12} 的符号为正,与一般研究结论不符,这个原因与样本对年龄分组粗略、样本多集中在农业领域创业有关。

(2) 创业机会属性的影响因素分析。根据表 4

的计量结果,在模型 I 和模型 II 中, x_7 通过了 5% 的显著性检验, x_8 以及其交互项 $x_7 \cdot x_8$ 均未达到 5% 的显著水平,且符号为负,而 x_9 及 $x_9 \cdot x_{10}$ 分别通过了 1%、5% 的显著性检验, x_{10} 未能通过显著性检验,且在 6 个变量中, x_9 最为重要($\beta = 1.236, Z = 6.368$)。由此看出,强、弱连带网络的规模有助于识别创新型机会,而强连带网络的频率对创新型机会的识别是负向影响,说明对复制型创业机会的识别也影响不大,假说 2 未得到验证。 x_9 的高度显著,说明弱连带网络的规模是创新型机会识别的决定性因素,联系的频率却不是十分重要,假说 3 得到了验证,这与黄洁等的研究结论一致^[16]。

(3) 人口学特征变量对农户机会识别行为的影响。在创业者人口学控制变量中,两个模型中, x_{11}, x_{12}, x_{13} 以及 $(x_{13})^2$ 通过了显著性检验, x_{14}, x_{15} 未能通过。说明男性识别创新型机会的概率显著高于女性,年龄较大者识别创新型机会的概率较高,受教育程度与机会类型呈倒 U 型关系(x_{13}^2 的系数为负值, $\beta = -0.015, Z = -3.243$),说明一定范围内,受教育程度越高,识别创新型机会的概率越大,而超越了一定范围,则与此相反。因为高学历者的创业机会成本较大,他们不愿去创业,更不愿意投入到农村或者农业创业领域。与表 2 中创业者的受教育程度 70.85% 在初中以下,91.70% 在高中以下的现状相符。 x_{14} 的系数为负值,说明党员识别创业型机会的概率较低,这可能源于农村基础党员数量较少(表 2 中参与创业的党员比例 35.90%)、年龄较大有关。

三、结论与启示

本文采用实际调查数据,采用多元 Logistic 回归、Probit 回归分析对农户识别创业机会行为的影响因素进行了实证研究,得出如下结论:

(1) 无论是创业机会识别还是创业机会属性的决定上,创业者的社会网络规模均是重要因素。尤其是弱连带网络的规模是机会创新性的决定性因素,与张玉利等对城市企业创业的结论吻合^[10]。从模型中可以看出外出务工、积极获取信息能够通过嵌入更多网络节点帮助农户拓展弱连带关系。究其本质,弱连带网络的规模能够带来多样性的信息,有助于农户提高创业机会的识别质量和效率,基于亲缘、血缘纽带的农村社会秩序正在面临着现代经济秩序的挑战。由此看出,能够提高农户识别创业机会行为的因素不是资本推动,而是信息带动,这与刘

小春对江西 1 145 位创业农户调查结论“有 45.3% 的人将缺乏创业信息作为首要困难”相印证^[17]。基于此提出:拓展农户获取信息的渠道、帮助农户甄别信息的质量、降低农户获取信息的成本是助推农户创业之关键。

(2) 农户的受教育年限均是重要影响因素,超过了年龄和性别的影响,政治面貌和配偶则未能显示对农户机会识别行为的影响。在机会识别能力上,年长者凭借丰富的社会阅历扩大自身的网络规模提高了机会识别的概率。在识别机会属性的模型上,中年创业者成为农村创业的主流,女性识别创新型机会的能力较弱。由此看出:农户的受教育程度是提高农户机会识别行为的重要保障,农村创业观念不强,人员素质整体不高。基于此提出:在创业观念上,需进一步解放,吸引年轻人、女性进行创业;在教育体系上,加强农村的基础教育、拓展农民继续教育、启动农民创业教育,构建全方位的教育体系保障农户创业的顺利推进;在教育内容上,不仅仅是知识传递和讲解,更应注重创新性能力、创新性活动的引导,以提高农户识别创业机会的质量,提高农户创业的价值创造潜力。

参 考 文 献

- [1] SHANE S, VENKATARAMAN S. The promise of entrepreneurship as a field of research[J]. *Academy of Management Review*, 2000, 25(1): 217-226.
- [2] ARDICHVILI A, CARDOZO R. A model of the entrepreneurial opportunity recognition process[J]. *Journal of Enterprising Culture*, 2000, 8(2): 103-119.
- [3] KIRZNER I M. Perception, opportunity and profit: studies in the theory of entrepreneurship[M]. Chicago: University of Chicago Press, 1979.
- [4] HILLS G, SCHRADER R, LUMPKIN T. Opportunity recognition as a creative process[J]. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 1999, 19(19): 216-227.
- [5] ARDICHVILI A, CARDOZOR. A model of the entrepreneurship opportunity recognition process[J]. *Journal of Enterprising Culture*, 2000, 8(2): 103-109.
- [6] BIRLEY S. The role of network in the entrepreneurial process[J]. *Journal of Business Venturing*, 1985, 1(1): 107-117.
- [7] 梁漱溟. 中国文化要义[M]. 上海: 上海学林出版社, 1987.
- [8] SHANE S. Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities[J]. *Organizational Science*, 2000, 11(4): 448-469.
- [9] ALDRICH H E, MARTINEZ M A. Many are called but few

- are choosen; an evolutionary perspective for the study of entrepreneurship [J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2001(5):41-56.
- [10] 张玉利, 杨俊, 任兵. 社会资本、先前经验与创业机会——一个交互模型及其启示[J]. *管理世界*, 2008(7):91-102.
- [11] 林南. 社会资本: 关于社会结构与行动的理论[M]. 张磊 译. 上海: 上海人民出版社, 2005.
- [12] 马克思·韦伯. 儒教与道教[M]. 王蓉芬译, 北京: 商务印书馆, 1995.
- [13] ALDRICH H, ROSEN B, WOODWARD B L. Social behavior and entrepreneurial networks[J]. Summarized in *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 1986(2):39-40.
- [14] NAHAPIET J, GHOSHAL S. Social capital, intellectual capital and the organizational advantage[J]. *Academy of Management Review*, 1998, 23(2):242-266.
- [15] 黄金睿. 环境特性、创业网络对创业机会识别的影响研究——以服务业为例[D]. 长春: 吉林大学管理学院, 2010.
- [16] 黄洁, 买忆媛. 农民创业者初始社会资本对机会识别类型的预测能力研究[J]. *农业技术经济*, 2011(4):50-57.
- [17] 刘小春, 李婵, 朱红根. 农民工返乡创业扶持政策评价及其完善——基于江西省 1145 个返乡农民工调查数据 [J]. *农村经济*, 2011(6):101-104.

An Empirical Research: Farmer's Initial Social Capital Affect Entrepreneurial Opportunity Identification

GAO Jing^{1,2}, ZHANG Ying-liang², HE Chang-zheng¹

(1. *Business School of Sichuan University, Chengdu, Sichuan, 610064;*

2. *Research Centre of Rural Economics and Management, Southwest University, Chongqing, 400715)*

Abstract Based on the survey data of national peasants entrepreneurship, this paper analyses the effects of social capital (Social Network) on farmers' recognition of entrepreneurial opportunity and opportunity attribute, by using multivariate ordinal logistic and probit regression methods. The result shows that scale of farmers' embedding social network has positive influence on probability of the opportunity recognition. The scale of weak joint social network and contact frequency have positive influence on the innovative opportunity recognition, but strong joint social network has no significant influence on copying opportunity recognition. At the same time, entrepreneurial farmer's education, experience of non-agricultural working, creativity, strong entrepreneurial atmosphere are important factors affecting farmers' opportunity identification.

Key words peasants entrepreneurship; social capital; opportunity recognition; innovative opportunity

(责任编辑: 金会平)