企业家回乡创业绩效的影响因素分析

——基于四川样本数据的实证研究[1]

周 冬，吴 翔，刘宗英

【摘 要】：本文利用四川省企业家回乡创业调查数据，根据文献理论基础，采用结构方程模型偏最小二乘法分析企业家回乡创业绩效的影响因素。研究结果表明：政策支持、社会关系和企业家创业效能感对回乡创业企业绩效有着明显的促进作用；文化环境对回乡创业企业绩效的直接影响不明显，但通过作用于社会关系和企业家创业效能感对企业绩效起到间接促进作用；市场环境对返乡创业企业绩效影响不显著。因此，对于回乡企业、尤其是小微企业，政府部门应有针对性地进行政策扶持和财税支持，疏通金融渠道；回乡创业企业家也要不断提升自己的知识水平和信息获取能力，及时准确地抓住市场机会，以促进创业绩效。

【关键词】：创业绩效；回乡创业；结构方程模型偏最小二乘法

【中图分类号】：F127 **【文献标识码】**：A **【文章编号】**：1006-012X（2018）-01-0109（08）

当前，我国正处于经济结构调整升级的关键阶段，经济增长进入规模质量同步提升期、多点多极发展整体跃升，产业转型持续推进，积蓄了新常态下发展的重要动能和积极因素，蕴含着的巨大发展潜力为创业带来无限的商机。但是，在实际的企业创业活动中，由于多个创业活动参与者存在利益博弈，剧烈的市场竞争使得企业通过创业孵化、获取效益变得非常困难。如何实现更加理性、更加科学的创业活动？明确创业绩效结构、找准创业绩效的影响因素，将有助于提升创业理论研究的有效性，使研究成果更好地应用于创业实践。

一、问题的提出

1.创业绩效

目前，创业研究中的创业绩效理论主要源于组织理论和战略管理的研究。系统资源论、组织目标论和利益相关者论是衡量组织效能的三种基本理论视角。战略管理进一步将以上三种绩效理论进行整合，形成了多层次的组织绩效测量结构，包括财务绩效，运营绩效，董事会评价绩效。对于企业而言，财务指标是传统的衡量企业绩效的标准，而运营指标又和企业的成长和未来息息相关，因此，在组织绩效研究中，应将这两大因素一并考虑。[1]除此之外，企业的营利性亦是创业绩效的测量所应考虑的，衡量指标包括资产回报率、投资回报率、销售利润率和销售收益率等。但是，在实际研究中，研究者很难获取公司的财务绩效，运营绩效、营利绩效，当某些企业不愿或不能向研究者透露财务数据时，如何进行创业绩效的测量呢。有学者认为，由企业高层所提供的主观绩效与企业实际绩效之间存在高度的相关性。[2]虽然主观指标的准确性有所降低，但建立在客观指标基础上的结果，却有着很好的信效度，[3]由此，当客观绩效数据不易获得时，可以考虑直接使用主观评价绩效数据来代替客观绩效数据。

2.回乡创业

[1][**作者简介**]：周冬，助理研究员，硕士，四川省社会科学院政治学研究所，四川成都 610072 吴翔，副研究员，硕士，四川省社会科学院政治学研究所，四川成都 610072 刘宗英，助理研究员，硕士，四川省社会科学院社会学研究所，四川成都 610072

回乡创业，被称为“地瓜经济”，不管其枝叶多么茂盛，它的根系却始终扎在生它养它的大地上。[4]谭建军（2016）指出，在外发展的企业家“都有浓浓的家乡情，为了事业有更好地发展，他们在外成立异地商会实行抱团发展”。[5]他进一步将异地商会的功能概括为“招商引资、回归创业、政商沟通、区域协作、社会公益、社会和谐、服务会员”等内容，同时，主张打好“亲情牌”、“宣传牌”、“服务牌”、“扶持牌”来推进回乡投资事业的发展。应焕红（2012）以浙商回乡创业为例，指出浙商在回归浙江经济过程中面临“资源瓶颈与高额成本、配套政策与投资环境、金融环境与人才制约、社会资本与家庭环境”等方面的难题。[6]金涛（2006）亦以浙商为例表达看法，省外浙商回乡创业，不是狭义的汇现金或项目投资，信息、人才、文化、资源等投入更具意义。[7]孙黎明、张凯（2014）分析指出，内地企业家回乡投资有三大驱动力。一是伴随经济发展，广东等发达地区的市场空间相对饱和；二是伴随沿海地区人工等成本不断上涨，企业成本压力越来越大；三是在广东历经多年发展后，企业家积累了不少先进的理念，大家都想为家乡贡献力量。[8]以上研究认为，企业家回乡创业，一方面是基于家乡情感；另一方面是积累了一定资金、经验后的选择。而家乡政府如何同异地商会做好沟通，推出配套政策，改善家乡企业家投资环境，显得尤为重要。

以上研究有以下三个方面的特点：一是文献主要集中在创业者个人行为的分析，缺乏基于我国市场环境对回乡创业企业的整体研究；二是研究偏重于回乡创业意愿和心理动因的分析，缺乏对回乡创业企业绩效及其影响因素的研究；三是文献一般采用典型案例分析，通过量化研究方法分析的成果相对较少。鉴于此，本文利用四川省企业家回乡创业调查数据，着眼于企业家回乡创业，以提升创业绩效为研究目的，紧紧围绕创业绩效结构、创业绩效影响因素及其相互关联展开实证分析，以期对现有理论作有益补充。本文通过文献回顾确定企业家回乡创业绩效的影响因素，并提出相应的研究假设。在此基础上，运用结构方程模型偏最小二乘法（SEM-PLS）进行实证分析，以此提出相应的对策建议。

二、研究假设

从对现有研究的梳理来看，国内外学者关于回乡创业研究主要集中于政策支持、社会关系、创业效能感、文化环境、市场环境等六个方面。具体表现为作用机制、影响因素以及对创业企业的不同影响。为了进一步揭示回乡创业绩效的动因，笔者根据已有文献成果提出如下研究假设。

1.市场环境

创业行为与市场环境息息相关，如何在变化着的市场环境中寻找到创业机会、选择合理的创业战略来应对市场环境尤为重要。[9]目前，政府控制着土地、信贷和投资规模等稀缺资源。正是这种不完善的资本市场，[10]使得企业在实施创业战略过程中，无法通过市场获取资源，资源投入无法保障。加之企业自身缺乏足够的资金支撑，自身知识和技能也相对有限，[11]使得其创业战略无法为企业带来应有的收益和价值。这些不利因素导致企业不得不将有限的资源投入到非市场活动中。其实，在发达的金融体系下，企业容易获得外部的长期融资，从而有效地促进企业绩效的提升。[13]好的融资环境对中小企业发展更为重要，融资困难是中小企业在发展中遇到的最大障碍。王辉（2007）指出，积极拓宽中小企业融资渠道，加快建立信用担保体系，是促进中小企业发展的重要途径。[15]总之，虽然社会主义市场经济经历了 30 余年的发展，但尚未建立起成熟的市场体系，国企垄断、政府干预、不同所有制企业差异化待遇的现象依然存在。[16]对此，笔者提出研究假设 H1：

市场环境对回乡创业绩效有着正向影响。

2.政策支持

政府政策和法律对创业者的创业意愿和行为都具有积极影响。优惠的税收政策可以激发创业意愿，促进更多的潜在创业者选择创业。[17]Black & Strahan（2002）研究显示，完善的信贷市场将有利于促进创业的产生和创业企业的增长。[18]而官僚规章制度则对企业进入某些行业的意愿有抑制作用。[19]就我国而言，在经济增速换挡和动能转换的背景下，政府对企业发展的态度

及其推行的政策支持力度决定了企业能否更容易地获得各种要素资源，从而对企业绩效产生积极的影响。刘光明、宋洪远（2002）和林斐（2002）通过对回乡创业案例的分析后认为，创业条件的改善、政府的重视是诱发返乡创业的经济原因，这些企业在创业和发展过程中需要得到政府的大力支持。[20, 21]马海刚、耿晔强（2008）认为，政府行为是影响中部地区中小企业绩效的重要因素。政策资源获取越多，返乡创业绩效越好。[22]其中，创业技能培训、税收减免和创业信贷等政策支持对回乡创业行为有重要影响。[23]因此，笔者提出假设 H2：

政策支持对回乡创业企业绩效有着正向影响。

3.文化环境

尽管已经有很多关于文化的定义被提出，但几乎每个人都同意文化是人们彼此学习的某种东西。就当前的研究目的而言，文化被假设要满足两个简单的前提：人们更加可能和拥有更多文化特征的其他人相互影响。在两类人之间的相互影响会促使两者拥有的共同特征数目提高。组织行为学者认为，信仰、态度、行为的改变会扩展到社会习俗的散布和知识的散布。因此，文化作为社会传统价值观和信念的集合体，[24]反映的是人们用于解释周围世界的主观模式，在经济活动中起到重要作用。中国独特的文化环境主要表现为社会资源的支配性、权力的亲近性和集体主义倾向等几个方面，并深刻地影响着创业活动。[25]集体主义与权力亲近性是进行跨文化比较研究时关注最多的两种文化，在中国情境下的特征较为明显。[26]因此，笔者提出研究假设 H3：

文化环境对回乡创业绩效有着正向影响。

4.社会关系

大多数学者认为，创业者的社会关系与其企业创业绩效呈正相关。因为有着良好社会关系的企业，往往能够掌握更多的社会资源，因而能有效降低交易成本，改善企业创业绩效。Aldrich & Martinez（2007）通过实证研究发现，在创业活动中，作为社会资本重要因素的社会关系规模对创业绩效有着最为重要的影响。[28]拥有较大社会关系规模的创业者，有着较强的融资能力，能够根据市场机会自主决策自己的投资行为，提高创业成功率。不仅如此，较大的社会关系规模同时也能为创业者提供更多获取客户信息、管理知识和相关技术的渠道，从而提高创业者的决策正确率。[29]由于深受儒家文化的影响，关系在交易活动中有着悠久的历史传统，这往往使中国社会将关系视为企业运营的必要条件，[30] 尤其是个人关系的使用。[31] 边燕杰、丘海雄（2000）认为，企业法人代表通过个人社会网络获取稀缺资源的能力是一种社会资本，企业具有这样的社会资本对其经营能力和经济效益的提升有着重要的作用。由于社会关系的建立和维护需要一定的情感和精神支持，如果创业者具有有效的社会关系，这对创业活动也是情感保障，进而提升其创业绩效。[32]因此，笔者提出研究假设 H4：

社会关系对回乡创业企业绩效有着正向影响。

由于经济活动嵌入在人际交往中，创业者与其他企业经营人、管理人和政府官员有着商业或政治的联系。[33, 34]蔡莉、单标安（2013）认为，中国情景下的制度、市场和文化环境对企业创业绩效的作用受到社会关系这一中介变量的影响。[35]因此，笔者提出研究假设 H5：

社会关系在政策支持、市场环境、制度环境、文化环境对回乡创业绩效的影响中发挥中介作用。

H5a：社会关系在政策支持对回乡创业绩效的影响中发挥中介作用；

H5b：社会关系在市场环境对回乡创业绩效的影响中发挥中介作用；

H5c：社会关系在文化环境对回乡创业绩效的影响中发挥中介作用。

5.创业效能感

效能感是在既有规则下个人认为自己所处的环境是可能改变且自认为能造成这些改变的信念。当创业者将自我效能感与特定创业任务相结合，并对自己的创业能力进行评价时便形成了创业效能感。创业效能感是隐藏在创业者认知和创业行动背后更深层次的信念，为个体对自己完成各项创业目标和任务的信心。[36]Chen（1998）指出，创业效能感属于特定创业任务构建，是个体能够成功地扮演创业者角色和完成创业任务的信念强度。[37]Luthans & Ibrayeva（2006）认为，创业效能感是创业者的一种对其能力的信念，是创业者对潜在的自信和效能的感知，以及其对创业绩效的预估。[38]Shane et al.（2000）指出，外部环境的变化给创业者带来新信息，从而有助于他们发现创业机会。[39]因此，个人的创业效能感能够回应市场环境、政策支持、制度环境的影响，进而影响创业绩效。因此，笔者提出研究假设 H6 和 H7：

企业家的创业效能感对创业绩效有着正向影响，即企业家的创业效能感越高，企业创业绩效越好。

企业家的创业效能感在政策支持、市场环境、文化环境对回乡创业绩效的影响中发挥中介作用。

H7a：企业家的创业效能感在政策支持对回乡创业绩效的影响中发挥中介作用；

H7b：企业家的创业效能感在市场环境对回乡创业绩效的影响中发挥中介作用；

H7c：企业家的创业效能感在文化环境对回乡创业绩效的影响中发挥中介作用。

三、研究方法

1.采用数据

本文所用数据来自四川省社会科学院“川商文化和川籍企业家回乡创业”课题组于 2016 年 5～11 月对四川省川籍回乡创业企业家所做的抽样问卷调查。由于四川省各地经济发展水平存在差异，地区间回乡创业企业的数量、规模和发展不均衡，因此，课题组在充分考虑相关因素后，在成都市、广元市、绵阳市、自贡市、泸州市、雅安市、资阳市共计发放 103 份调查问卷，最终收回 93 份，问卷有效率达到 90%。

课题组通过问卷调查收集数据，依据前述提出的研究目的、研究架构、文献梳理将各个变量进行操作型定义整理。本研究问卷参考相关研究做问卷内容设计，并与相关领域专家学者及企业家进行讨论，经过数次修正完善。问卷题项衡量采用李克特五分量表，被访者依照其对问项持有的态度选择“5 完全同意”、“4 同意”、“3 不一定”、“2 不同意”、“1 完全不同意”。本文的操作型定义与文献来源和各变量的问题项目（见表 1）。

2.研究方法

在验证性因素分析中，结构方程模型的拟合指数容易受到样本容量和变量数量的影响。[46]一般而言，大多数模型需要 100～200 个被试样本，每个变量应至少有 3 个指标。[47]由于本研究所采集的样本低于 100，为了使研究假设与实际数据的拟合效果达到最佳，故而采用结构方程模型偏最小二乘法（SEM-PLS）分析本文所提出的研究架构。相比传统结构方程模型分析方法，PLS 能同时处理更多的研究变量，不需评估原始数据是否具备多元正态分布，且能在小样本时获得稳健的参数估计结果。

表 1 变量操作性定义与参考来源

潜在变量	测量题项	操作性定义	参考来源
市场环境	土地成本低	在发达的金融体系下，企业容易获得外部的长期融资，从而有效地促进企业绩效的提升	Demirguc-Kunt & Maksimovic（1999），[40]林毅夫、李永军（2001）[41]
	厂房租金便宜		
	有很多融资机会		
	有很多投资机会		
	用工成本低		
	物流成本低		
政策支持	地方领导高度重视	政府政策和制度对创业者的创业意愿和行为都具有积极影响	Keuschnigg et al.（2004）t42]
	土地政策优势		
	税收政策优势		
	行政审批优势		
文化环境	叶落归根的传统思想	中国独特的文化环境主要表现为社会资源的支配性、权力的亲近性、集体主义倾向等几个方面，并深刻地影响着创业活动	Zhang & Wong，（2008）[43]
	富而思源、回馈乡土		
	包容多元的人文精神		
	商业文明的悠久历史		
	勤劳智慧、明礼诚信的品格特质		
	执着果敢、开拓创新的品格特质		
	携手并进、互利共赢		
	达济天下、担当责任的企业公民精神		
社会关系	家乡人更可信任	中国社会将关系看作是企业运营的生存根源，规模可以从多个方面提升创业绩效	边燕杰、丘海雄（2000）[44]
	家乡有着重要的社会资源		
	与家人相伴、亲朋相聚		
创业效能感	企业家对政府行为和招商政策，没有任何影响力	个体能够成功地扮演创业者角色和完成创业任务的信念强度	Chen et al.（1998）[45]
	家乡政府官员不会回应我们企业家的想法		
	政策太复杂了，我们企业家实在搞不懂		

根据研究假设，本文采用结构方程模型偏最小二乘法设定理论模型，以探析市场环境、文化环境、政策支持、社会关系、创业效能感对企业家回乡创业绩效的影响，并以社会关系和创业效能感为中介变量，衡量市场环境、政策支持、文化环境通过社会关系和创业效能感影响创业绩效的实际效果。本研究理论模型架构（如图 1 所示）。

四、实证分析

1.样本特征的描述性统计

本研究调查的企业家人数为 93 人。其中，男性 79 人，女性丨 4 人；年龄 30 岁以下的 4 人、30～39 岁的 24 人、40～49 岁的 59 人、50～59 岁的 4 人、60 岁以上的 2 人；大专以上学历的 63 人；在川投资企业所属建筑业的 5 人、制造业的 33 人、农

业的 31 人、金融地产的 2 人、其他的 22 人；其企业年收入 500 万元以下的 39 家、500 万～2500 万元的 24 家、2500 万～5000 万元的 13 家、5000 万～1 亿元的 8 家，1 亿元以上的 9 家；在川投资占企业总资产 10%以下的 5 家、10%～50%的 28 家、50%～90%的 20 家、90%～100%的 40 家（见表 2）。

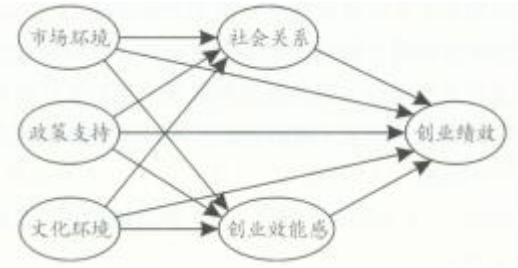

图 1 理论模型架构图

表 2 样本描述性统计表

	类别	人数	百分比（%）
性别	男	79	84.9
	女	14	15.1
年龄	30 岁以下	4	4.3
	30～39	24	25.8
	40～49	59	63.4
	50～59	4	4.3
	60 岁以上	2	2.2
学历	大专	30	32.2
	本科	19	20.4
	硕士	12	12.9
	博士	2	2.2
	高中及以下	30	32.3
在川企业所属行业	建筑业	5	5.4
	制造业	33	35.5
	农业	31	33.3
	地产金融	2	2.2
	其他	22	23.6
在川企业的年收入	500 万元以下	39	41.9
	500 万～2500 万元	24	25.8
	2500 万～5000 万元	13	14.0
	5000 万～1 亿元	8	8.6
	1 亿元以上	9	9.7
在川企业员工人数	1～25 人	16	17.2
	26～100 人	47	50.5
	101～500 人	24	25.8
	500 人以上	6	6.5

在川企业资产占比	10%以下	5	5.4
	10%～50%	28	30.1
	50%～90%	20	21.5
	90%～100%	40	43.0

2.数据分析与假设检验

（1）外模型（OUTERMODEL）

在 PLS 中，指标变量与潜变量的关系称为外模型。各研究题项的因素负荷量与信度检测结果（见表 3），所有题项的 Cronbach’s α 与组成信度均大于 0.7 以上，符合研究所需的信度标准。[48]

在建构效度检验方面，笔者进行收敛效度与区别效度两种检测。根据 Fornell 和 Larker（1981）的建议，如指标变量的因素负荷大于 0.5、平均变异萃取值（AVE）大于 0.5、且信度高于 0.7，即代表具有收敛效度。[49]表 3 显示所有变量均符合 Fornell & Larcker（1981）的建议，验证本研究具有收敛效度。此外，本文检验每个变量的 AVE 值平方根是否大于变量间的相关系数，以了解区别效度是否存在。由表 4 可知，本研究具有区别效度。

表 3 信度检测和因素负荷结果

变量	题项	因素负荷量	Cronbach’s Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted（AVE）
创业绩效	创业绩效 a	0.918	0.951	0.962	0.837
	创业绩效 b	0.942			
	创业绩效 c	0.915			
	创业绩效 d	0.895			
	创业绩效 e	0.903			
创业效能感	创业效能感 a	0.837	0.826	0.896	0.742
	创业效能感 b	0.898			
	创业效能感 c	0.847			
市场环境	市场环境 a	0.826	0.915	0.93	0.598
	市场环境 b	0.8			
	市场环境 c	0.73			
	市场环境 d	0.719			
	市场环境 e	0.831			
	市场环境 f	0.844			
	市场环境 g	0.743			
	市场环境 h	0.746			
	市场环境 i	0.704			
政策支持	政策支持 a	0.845	0.899	0.93	0.768
	政策支持 b	0.87			
	政策支持 c	0.877			
	政策支持 d	0.912			

文化环境	文化环境 a	0.722	0.943	0.953	0.716
	文化环境 b	0.87			
	文化环境 cc	0.908			
	文化环境 d	0.817			
	文化环境 e	0.869			
	文化环境 f	0.847			
	文化环境 g	0.869			
	文化环境 h	0.852			
社会关系	社会关系 a	0.902	0.854	0.911	0.774
	社会关系 b	0.891			
	社会关系 c	0.845			

表 4 区别效度

	创业效能感	创业绩效	市场环境	政策支持	文化环境	社会关系
创业效能感	0.861					
人创业绩效	0.777	0.915				
市场环境	0.602	0.698	0.773			
政策支持	0.629	0.778	0.767	0.876		
文化环境	0.65	0.756	0.726	0.679	0.846	
社会关系	0.66	0.78	0.678	0.68	0.767	0.88

注：对角线数值为各潜在变量的平均变异萃取值（AVE）平方根，其余为变量间的相关系数。

模型 $GoF = \sqrt{\overline{AVE} \times \overline{R^2}} = 0.51$、大于 0.36，[50]表明该模型拟合优度尚可。

（2）内模型（INNERMODEL）

在 PLS 中，变量间的路径结构称为内模型。内模型的假设检验与路径分析结果（见表 5）。

表 5 路径分析与假设检验结果

路径关系	路径系数	T 值
创业效能感→创业绩效	0.329	3.409***
市场环境→创业绩效	-0.018	0.175
政策支持→创业绩效	0.315	2.790**
文化环境→创业绩效	0.156	1.66
社会关系→创业绩效	0.241	2.098*

注：显著性水平*、P＜0.05，**、p＜0.01，***、p＜0.001。

根据表 5，假设检验结果如下：

假设 H1 不成立，市场环境对企业家的回乡创业绩效没有正向影响。

假设 H2 成立，政策支持对企业家回乡创业绩效有着正向影响。

假设 H3 不成立，文化环境对企业家回乡创业绩效没有正向影响。

假设 H4 成立，社会关系对企业家回乡创业绩效有着正向影响。

假设 H6 成立，创业效能感对企业家的回乡创业绩效有着正向影响。

（3）中介效果

本文利用 Sobel Test、Aroian Test、Goodman Test 进行中介变量影响分析，当 Z 值大于 1.96 的绝对值即为显著，表示中介效果存在。[51, 52]以社会关系和企业家创业效能感作为中介变量，对市场环境、政策支持、文化环境对企业家回乡创业绩效的章节效果进行检验。中介效果检验结果（见表 6）。

表 6 中介效果检验

变量关系	衡量变量	标准化的路径系数 T 值	Sobel Test’s Z-value	Aroian Test’s Z-value	Goodman Test’s Z-value
市场环境→社会关系→创业绩效	市场环境→社会关系	-0.027 0.975	0.884	0.811	0.98
	社会关系→创业绩效	0.236 2.089			
市场环境→创业效能感→创业绩效	市场环境→创业效能感	0.110 0.820	0.797	0.767	0.832
	创业效能感→创业绩效	0.343 3.409			
政策支持→社会关系→创业绩效	政策支持→社会关系	0.291 1.709	1.323	1.24	1.424
	社会关系→创业绩效	0.236 2.089			
政策支持→创业效能感→创业绩效	政策支持→创业效能感	0.291 2.108	1.793	1.74	1.851
	创业效能感→创业绩效	0.343 3.409			
文化环境→社会关系→创业绩效	文化环境→社会关系	0.527 4.803	1.963	1.955	1.96
	社会关系→创业绩效	0.236 2.089			
文化环境→创业效能感→创	文化环境→创业效能感	0.374 2.861	2.191	2.138	2.25

业绩效	创业效能感→ 创业绩效	0.343 3.409			

根据表 6，中介效果检验结果如下：

H5a 不成立，社会关系在市场环境对企业家回乡创业绩效的影响中没有发挥中介作用。

H5b 不成立，社会关系在政策支持对企业家回乡创业绩效的影响中没有发挥中介作用。

H5c 成立，社会关系在文化环境对企业家回乡创业绩效的影响中发挥中介作用。

H7a 不成立，企业家创业效能感在市场环境对企业家回乡创业绩效的影响中没有发挥中介作用。

H7b 不成立，企业家创业效能感在政策支持对企业家回乡创业绩效的影响中没有发挥中介作用。

H7c 成立，企业家创业效能感在文化环境对企业家回乡创业绩效的影响中发挥中介作用。

五、研究结论和对策

本文利用四川省企业家回乡创业的调查数据，采用结构方程模型偏最小二乘法分析了企业家回乡创业绩效的影响因素。结果表明：政策支持、社会关系对回乡创业企业绩效有着明显的促进作用；文化环境对回乡创业企业绩效的直接影响不明显，而是通过作用于社会关系对企业绩效起到间接促进作用；创业效能感对回乡创业企业绩效有直接影响，并且在文化环境对企业绩效的影响中起到了中介作用；市场环境对回乡创业企业绩效影响不显著。据此，提出如下结论和对策建议。

第一，政策支持对企业家回乡创业绩效有重要影响。政策支持力度越大，企业家回乡创业绩效就越高。本研究涉及调查的政策支持主要包括土地政策、税收政策和行政审批政策等方面。良好的政策环境能使企业及时了解各种市场信息和法律法规知识，有助于企业明确自身的发展定位。企业通过减少行政审批手续，享受土地和税收政策上的优惠，减少成本支出，拓展销售渠道，扩大企业产品销售，从而促进企业快速发展。

第二，社会关系是影响企业家回乡创业绩效的重要因素，能够显著提升企业家回乡创绩效。相比异地开厂办企，回乡创业企业的社会关系更加丰富，其掌握更多的社会资本，易于通过健全的社会网络渠道，即时了解市场动态，获取互补性资源。同时，手握更多社会资本的回乡创业企业家，其知名度较高，当地政府更愿意为这些企业家的企业提供信贷、税收、用地、项目等方面的政策支持。因此，对于小微创业企业，政府部门也应有针对性的进行政策扶持和财税支持，加强对相关政策的宣传，充分发挥小微企业与科研机构、金融机构之间的联系和纽带作用。

第三，文化环境对企业家回乡创业绩效没有直接影响。文化环境对创业绩效影响的直接路径系数没有通过显著性检验，但对社会关系和企业家创业效能感的路径系数却通过了显著性检验，表明文化环境主要通过社会关系和企业家创业效能感来影响企业绩效。商业文化对企业绩效影响的大小主要依赖于企业家的社会关系和个人的创业效能感，良好的社会关系网络和较高的创业效能感能够促进商业文化更好地发挥作用。这一结果恰好印证了儒家文化所提倡的人情关系，商业文化若要对企业发展壮大发挥重要作用，必须根植于中国固有的社会关系网络之中，唯有如此，才能正向影响创业企业运营绩效。

第四，企业家创业效能感能够显著提升企业家回乡创业绩效。企业家创业效能感越高，回乡创业绩效越好。一方面，创业

效能感越高的企业家，其对政策的理解能力越强，越能有效地运用政策实现企业物质资源和人力资源的合理配置，提高企业管理效率；另一方面，创业效能感高的企业家能准确洞察到市场信息，及时抓住市场机会。因此，创业企业家不断提升自己的知识水平和信息获取能力，高度负责地对创业行为进行思考和规划，重视和积极规避创业风险，都将有利于促进创业绩效。

第五，市场环境对企业家回乡创业绩效影响的路径系数为负，且没有通过显著性检验。这说明回乡创业企业没有通过市场实现资源的优化配置，从而提升创业绩效。这是因为回乡创业企业都是民营企业，其发展规模不大，承担市场风险的能力较差，加上目前我国扶持中小民营企业发展的金融体系还不完善，造成回乡创业企业融资渠道单一，融资能力不强。回乡企业家创业初期所利用的资金大都是多年来外出创业在异地经营企业的盈利积累，甚至还有民间借贷。这些资金在被用于基础设施建设、设备购买、场地租用等固定投资后便所剩无几。因此，一般创业活动都会出现后期流动资金匮乏的状况。企业如果失去流动资金的支撑，其经营规模、生产效率、品牌影响力等都将受到极大的限制，甚至将面临资金链断裂的存亡之危。而一般企业解决流动资金问题的融资办法通常是向银行贷款，但实际上，由于返乡创业者创办的多为小微企业，既缺少房地产等抵押物，也很难找到有资产条件的人或机构愿意做第三方担保。在信贷渠道单一、手续繁多、交易成本较高的情况下，回乡创业企业家很难贷到款。即使成功贷到款，也因款项较少、无法满足企业正常运转的资金需要，从而在一定程度上影响了回乡创业企业的良性可持续发展。因此，设立回乡创业引导基金，探索回乡创业风险分担机制，积极引导各级各类金融机构加大对回乡创业的信贷投入极为必要。

[**参考文献**]：

[1]Tang J，Tang Z，Marino L D，et al.Exploring an Inverted U-Shape Relationship between Entrepreneurial Orientation and Performance in Chinese Ventures[J].Entrepreneurship Theory & Practice，2007，32（01）：219-239.

[2]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，1984，5（03）：265-273.

[3]Chandler G N，Hanks S H.Market Attractiveness，Resource-Based Capabilities，Venture Strategies，and Venture Performance[J].Journal of Business Venturing，1994，9（04）：331-349.

[4][7]金涛.浙商回乡创业春潮涌动[N].浙江日报，2006-06-04（A02）.

[5]谭建军.加快异地商会回乡创业的调研和思考：以清远为例[J].广东省社会主义学院学报，2016，（01）：76-81.

[6]应焕红.浙江发展浙商回归经济的对策研究[J].观察与思考，2012，（12）：55-57.

[8]孙黎明，张凯等.东部渝商回乡：紧盯高端业态[EB/OL].

http：//cq.cqnews.net/jjxw/2014-04/03/content_30349740.htm.

[9]蔡莉，单标安•中国情境下的创业研究：回顾与展望[J].管理世界，2013，（12）：160-169.

[10]Li Y，Zhao Y，Tan J，et al.Moderating Effects of Entrepreneurial Orientation on Market Orientation-Performance Linkage：Evidence from Chinese Small Firms[J].Journal of Small Business Ma-nagement，2007，46（01）：113-133.

[11]Zhao Y，Li Y，Lee S H，et al.Entrepreneurial Orientation，Organizational Learning，and Performance：Evidence From China[J]，Entrepreneurship Theory & Practice，2011，35（02）：293-317.

[12]Tang Z，Hull C. An Investigation of Entrepreneurial O-rientation，Perceived Environmental Hostility，and Strategy Application among Chinese SMEs[J].Journal of Small Business Management，2012，50（01）：132-158.

[13][40] Demirguc-Kunt A，Maksimovic V. Institutions，Financial Markets，and Firm Debt Maturity[J].Journal of Financial Economics，1999，54（03）：295-336.

[14][41]林毅夫，李永军.中小金融机构发展与中小企业融资[J].经济研究，2001，（01）：10-18.

[15]王辉.我国企业提高国际融资能力的对策[J].特区经济，2007，（01）：199-200.

[16]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，（04）：36-46.

[17][42] Keuschnigg C，Nielsen S B. Start-ups，Venture Capitalists，and the Capital Gains Tax[J].Journal of Public Economics，2004，88（05）：1011-1042.

[18]Black S E，Strahan P E. Entrepreneurship and Bank Credit Availability[J].Journal of Finance，2002，57（06）：2807-2833.

[19]Klapper L，Laeven L，Raj an R. Entry Regulation as a Barrier to Entrepreneurship[J].Journal of Financial Economics，2006，82（03）：591-629.

[20]刘光明，宋洪远.外出劳动力回乡创业：特征、动因及其影响——对安徽、四川两省四县 71 位回乡创业者的案例分析[J].中国农村经济，2002，（03）：65-71.

[21]林斐.对安徽省百名“打工”农民回乡创办企业的问卷调查及分析[J].中国农村经济，2002，（03）：72-76.

[22]马海刚，耿晔强.中部地区乡镇企业绩效的影响因素分析——基于结构方程模型的实证研究[J].中国农村经济，2008，（05）：56-64.

[23]朱红根.政策资源获取对农民工返乡创业绩效的影响——基于江西调查数据[J].财贸研究，2012，（01）：18-26.

[24]Tsui A S，Nifadkar S S，Ou A Y.Cross-national，Cross-Cultural Organizational Behavior Research ：Advances，Gaps，and Recommendations[J].Journal of Management，2007，33（33）：426-478.

[25][43] Jing Zhang，PohKam Wong. Networks vs.Market Methods in High-Tech Venture Fundraising：The Impact of Institutional Environment[J]. Entrepreneurship & Regional Development，2008，20（05）：409-430.

[26]Li W，He A，Lan H，et al.Political Connections and Corporate Diversification in Emerging Economies：Evidence from China[J].Asia Pacific Journal of Management，2012，29（03）：799-818.

[27]Boisot M，Child J. From Fiefs to Clans and Network Capitalism ：Explaining China’s Emerging Economic Order[J]. Administrative Science Quarterly，1996，41（04）：600-628 .

[28]Aldrich H E，Martinez M A. Many are Called，but Few Are Chosen ：An Evolutionary Perspective for the Study of Entrepreneurship[C].Entrepreneurship. Springer Berlin Heidelberg，2007，293-311.

[29]Steier L，Greenwood R. Entrepreneurship and the Evolution of Angel Financial Networks[J].Organization Studies，2000，21（01）：163-192.

[30]Tsui A S. Where Guanxi Matters Relational Demography and Guanxi in the Chinese Context[J].Work & Occupations，1997，24（01）：56-79.

[31]Jing Zhang，PohKam Wong. Networks vs.Market Methods in High-Tech Venture Fundraising：The Impact of Institutional Environment[J]. Entrepreneurship & Regional Development，2008，20（05）：409-430 .

[32][44]边燕杰，丘海雄.企业的社会资本及其功效[J].中国社会科学，2000，（02）：87-99.

[33]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（03）：486-501.

[34]Sheng S，Zhou K Z，Li J J.The Effects of Business and Political Ties on Firm Performance：Evidence from China[J].Journal of Marketing，2011，75（01）：1-15 .

[35]蔡莉，单标安.中国情境下的创业研究：回顾与展望[J].管理世界，2013，（12）：160-169.

[36]Boyd B K. Board Control and Ceo Compensation[J].Strategic Management Journal，1994，15（05）：335-344.

[37][45]Chen C C，Greene P G，Crick A.Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers?[J].Journal of Business Venturing，1998，13（04）：295-316.

[38]Luthans F，Ibrayeva E S.Entrepreneurial Self-Efficacy in Central Asian Transition Economies：Quantitative and Qualitative Analysis[J].Journal of International Business Studies，2006，37（01）：92-110 .

[39]Shane Scott and Venkataraman，S. Note；The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research[J].Academy of Management Review，2000，25（01）：217-226.

[46]Marsh H W，Hau K T，Balia J R，et al. Is More Ever Too Much? The Number of Indicators per Factor in Confirmatory Factor Analysis[J].Multivariate Behavioral Research，1998，33（02）：181-220.

[47]侯杰泰，温忠麟，成子娟.结构方程模型及其应用[M].北京：教育科学出版社，2006.48-60.

[48]Nunnally J C，Bernstein I H. Psychometric Theory[J].American Educational Research Journal，1994，5（03）：83.

[49]Fornell C, Larcker D F.Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error[J].Journal of Marketing Research, 1981, 18 (01) : 39-50 .

[50]Wetzels M, Odekerken-Schroder G, Oppen C V.Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration[J].Mis Quarterly, 2009, 33 (01) : 177-195.

[51]Sobel M E.Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effects in Structural Equation Models[J]. Sociological Methodology, 1982, 13 (13) : 290-312 .

[52]Aroian L A.The Probability Function of the Product of Two Normally Distributed Variables[J].Annals of Mathematical Statistics, 1947, 18 (02) : 265-271 .