

创业环境对大学生创业激情的影响

——基于江、浙、皖高校的调研

王晶晶,黄小娟

(安徽财经大学 工商管理学院,安徽 蚌埠,233030)

【摘要】大学生创业是响应国家创新驱动发展战略的重要举措,结合认同理论,探讨创业环境对大学生创业激情的作用机制。创业环境的四个维度:行政、教育与培训、融资、社会文化环境均正向影响大学生创业激情,创业环境正向影响创业认同,且创业认同正向影响创业激情,创业认同在创业环境与大学生创业激情关系间起部分中介作用。在改善大学生创业环境的前提下,应重视培养大学生的创业认同感,激发创业热情,壮大大学生创业队伍。

【关键词】创业环境;创业认同;大学生创业激情;认同理论

【中图分类号】F061.15 **【文献标识码】**A **【文章编号】**2096-3300(2020)03-0053-08

创业环境广受学者关注,研究创业环境对创业活动的影响有助于创业者评估自身创业能力,规避风险以提高创业成功率。有研究表明创业环境通过提高大学生创业动机增强其创业意向和创业激情。创业激情是创业过程中创业者体验的积极强烈的情绪^[1],是创业活动的关键驱动力。现有研究关注创业激情内涵和维度的居多,少有学者研究创业激情起因和影响因素^[2],相关的实证研究才起步。创业环境对大学生创业者影响深远,当大学生得到的创业环境支持越多时,创业意向就会越强^[3],越有激情进行创业。同时学者发现良好的创业环境既能提高自我效能感,又能提高创业资源的可获得性,提高个体的创业认同。创业认同是创业激情的核心要素,企业家创业激情的产生依赖于自身对创业的认同程度,这对创业成功率的影响重大。本文引入创业认同变量,考察创业环境对创业激情的潜在作用

机制并提供实证研究支持。

一、理论分析和研究假设

(一) 理论基础

社会心理学认为,任何个体与其所处的社会环境和社会关系密不可分,在对自我和身份的研究中亦需考虑外界环境和社会关系的影响。自我和社会两者相互影响,一方面个体的自我概念在与外界环境的交互中逐渐形成,另一方面社会不断地塑造和重建个体的自我概念。而个体在与社会交互的过程中不断加深对自我的理解,同时进行验证和重建,认清“我是谁”,从而产生认同。目前,认同这一概念被广泛用于社会学、心理学、管理学等领域,认同的相关研究主要从社会认同和自我认同展开。20世纪70年代社会认同理论开始进入学术界,该理论下,个体的社会行为不仅归因于自身的心理因素,还强调把目光聚焦在个体与社会的交互过程,

收稿日期:2019-12-27

作者简介:王晶晶(1965-),女,安徽蚌埠人,教授,硕士,研究方向:创新创业;

黄小娟(1996-),女,江西赣州人,硕士研究生,研究方向:创新创业。

交互中所获得的社会身份正是个体自我概念中的重要组成部分。角色认同理论与之类似,个体在与个体、群体、社会的交互过程获得和持有特定的角色,基于这些角色形成自我概念,同时承认角色与其所在的社会环境密切相关,个体与其嵌入的社会环境进行交互,形成一定的社会地位,从而产生认同。自我认同则更关注个体的同一性,在承认社会影响的基础上更重视对个体的深入研究,目前也开始重视社会因素的影响,强调个体与社会环境之间的交互作用。

社会认同理论涵盖社会归类、社会识别、社会比较三阶段。个体首先在社会环境中明确自己的定位和责任,将自己归于某群体,在社会认知理论下,个体也在对他人进行归类,快速定位自己的群体且根据其群体特征来定义自己的社会行为;社会识别是指个体与所属群体保持一致性和同一性,大学生创业者通过与外界环境交互把自己归类为创业者群体后,更加认清自身创业者的本质属性;社会比较是指相似个体间会进行比较,并以此获取自尊上的满足,不同群体间也会相互比较,当所属群体获得更高的社会威望时,群体优越感使得个体相应获得更多的自尊和满足。根据认同理论,一切认同来源于社会角色和身份,角色认同认为当角色内化为个体认知方式时,认同由此产生,亦即个体将创业者角色的外部意义内化时,创业认同便会形成。大学生创业认同的形成,需要其在与社会环境的交互中逐渐认清自己的定位和角色,加深对创业者身份的理解,提高认同水平。

社会认同理论现已涉及众多学科和领域,因其能理论支撑组织运行、组织氛围和员工行为等积极的组织结果,目前在组织领域的应用较多,主要有领导力、组织以及员工之间的关系等。除此之外,众多学者开始关注社会认同理论在集体行为上的应用,阐释了群体之间由于比较而带来的不满足感。个体对所属群体的社会认同水平会影响对其他群体的认知,对内群体的认同水平越高,越容易察觉到来自其他群体的敌意,而增加对内群体的好感度,也越有可能参与集体行为。认同水平与个体的心理

健康和社会适应也有联系,个体的社会认同和感知的社会支持能缓解个体的压力体验,提高其生活和工作的满意度^[4],同时提高个体应对压力的能力。角色认同理论则关注角色认同中的情绪问题,当个体感受到外界因素对其身份的威胁,譬如不支持不认可时,易产生负面情绪,情绪的激烈程度影响个体的认同。而激情与身份认同有关,激情的产生源自个体参与身份认同的相关活动,当创业者身份认同显著时,创业激情由此产生。大学生创业者对其创业者身份的认同水平和对创业行为的看法影响创业激情的强度和持久度。因此结合认同理论,可以合理推测外界环境和感知的社会支持能够引起大学生创业者对创业的认同,拥有自信和应对压力的能力,获得更持久和更强劲的创业激情。

(二) 创业环境与创业认同

创业环境涵盖创业过程中能够利用的所有外部因素,不仅包括创业政策、文化制度和行业等宏观性的因素,社会网络、家庭背景及其亲人的支持性也囊括在内。胡玲玉等^[5]重点从资源的充裕和获得难度来考察创业环境的宽松性对创业的影响,市场资源环境和制度规范环境越宽松,个体的创业意向越强。Gnyawali和Fogel^[6]基于创业核心要素提出含政府政策、对创业的资金与非资金支持等的五维度模型,用以判断创业环境的优劣。国外另一具有影响力的是GEM九维度模型。两者作为创业环境模型的基础,被后来研究者广为采用。本文从行政、教育与培训、融资和社会文化四个维度衡量大学生创业环境。其中行政环境是指政府对新创企业的支持力度,如在设立、税收和规范行为方面;教育与培训环境指各类高校、政府机构对大学生的培训指导等;融资环境指大学生获得扶持基金的容易程度、渠道的多样性等;社会文化环境指社会大众包括家人、朋友对创业的支持以及对创业失败的看法等。

创业认同是一种特殊的社会认同,与产生于某一组织的组织认同和特定领域或职业的职业认同相异,是与两者并列同行的另一新分支,产生于个体与创业环境的互动过程中。创业认同被称为创业行为研究的第五乐章,借助创业叙事认同和老生常谈

这两种工具,能够更好地理解创业认同的构建。老生常谈认为创业教育和学习对个体构建创业认同具有积极的推动作用,差异论则认为创业认同是在内部个体特征的基础上,个体内外部环境相互作用下不断得到加强的。

认同理论下,个体与外界环境密不可分,认同在个体与外界环境和社会关系的不断交互中形成,创业认同的形成亦是如此。创业和管理技能以及创业的资金支持对创业机会影响较大,政府政策和规程、社会经济条件及创业的非资金支持影响创业的过程和结果,良好的创业环境会使更多的创业企业得以生存和发展^[7],强化创业者的创业成功预期,增强创业者的创业认同。陈建安等^[8]归纳总结了创业环境主要通过代际关系、同群效应、家庭环境和社会环境对创业认同产生影响。新老一代在创业思想、创业动机和行为方面的差异以及新一代寻求刺激和独特的喜好,促进新一代创业者建立独特的自我认同。社会识别阶段与群体内个体的情感交流形成联结性会促进形成认同,而与创业群体接触产生的同群效应会影响整个创业过程,同群交往可以加速获得创业资源,亦能缓解创业者的压力,促进个体构建积极的创业认同。其中广受关注的是家庭环境和社会环境。自主创业的父母有榜样示范作用,对子女的创业认同产生积极的推动作用,但是家庭中冲突和矛盾会降低个体进行创业决策的决心。此外父母双方的雇佣状况对子女的创业认同有截然相反的影响,前者正向影响,后者则会产生负面作用。家庭不仅能够树立榜样的作用,还能提供资金和劳动力等创业资源,给予创业者物质和精神上的全力支持,能够显著增强个体的创业认同。创业的社会环境主要涵盖市场、政府支持等,创业所选的行业前景越好,越容易受风险投资者青睐,越容易得到家庭的支持,个体的创业认同感越高。政府积极的创业支持,例如政策优惠、补贴、扶持等,能够帮助创业者实现最大效能,强化创业者的自我意识,所代表政府的肯定意见亦有异曲同工之妙。融资环境的便利性及低门槛、低利息的特点有效缓解大学生创业者的资金压力,弥补大学生创业的先天劣势,

宏观环境支持性越高,大学生越有可能进行创业活动来证明自身价值。浓厚的社会创业氛围有助于个体构建创业认同感,由于社会同化效应,创业的人数增加,创业者更快接纳创业是职业的看法。实证研究显示,小微企业的增加能够增强创业认同感,尤其当创业者是农民时,创业认同感的持续时间也会变长。综上所述,本文提出以下假设:

H1: 创业环境正向影响创业认同。

H1a: 行政环境正向影响创业认同;

H1b: 教育与培训环境正向影响创业认同;

H1c: 融资环境正向影响创业认同;

H1d: 社会文化环境正向影响创业认同。

(三) 创业认同与创业激情

对于创业激情,学者们的看法不一。个体特征视角下,创业激情被认为是创业者与生俱来的趋于稳定的人格特质,即创业激情是普遍稳定存在的,不随时间消失或增强,这与现实中一些创业者的创业激情随着创业过程或者企业的成长而慢慢消退的情况不符。部分学者转而从情绪视角认识创业激情,认为包含身份认同和非常积极的情绪两方面,可根据创业过程划分为三个阶段:前期识别和探索新机会中创新的激情,利用机会开发企业时创建的激情以及新企业培育、成长的过程中发展的激情。后来又出现创业激情的二元模型,认为存在和谐性激情和强迫性激情。也有学者从动机视角理解,认为激情是创业动机的核心因素,能够产生动机效应,刺激创业者不断克服困难并有助于机会的识别。

创业认同意味着对自身创业事业的认同度高,把创业看成长期的职业目标并坚信自身创业理念,近年来深受学者的青睐。Murnieks^[9]调查221名创业者后发现,创业认同可以激发企业家的创业激情,提升其自我效能感。尤为重要的是,创业认同中所包含的身份认同含义被广泛认为与激情的产生有关,在概念化激情中起着关键作用,是形成创业激情的关键驱动力,创业者对自己创业身份的认同度越高,越容易激发创业激情。有学者随后实证检验了身份认同对创业激情的正向影响,另通过研究激情发展过程,认为对某个行为的认同会导致相关激情的产

生。社会认同理论的社会识别阶段表明,当某些角色被个体内化到他自己的认知模式中时,就有了所谓的身份。创业者的创业身份也类似,当创业者专注于自己的企业家身份时,身份的存在会把外界的社会期望转化为个体的行为准则,这种身份被内化的方式是激发激情的核心驱动力。Murniek等^[10]研究证实,企业家身份的内在化和个人自我概念的中心位置驱动了男性的和谐性激情。基于以上分析,提出假设:

H2: 创业认同对创业激情有正向影响。

(四) 创业认同的中介作用

政府的政策支持和积极的态度很大程度上影响创业者的工作热情,而且影响创业活动间的资源配置。政府环境为创业者提供创业的可能,行业的经营环境为新创企业的成长提供必要的保障,创业者在创业的过程中与周围环境进行的良好互动,有助于减缓压力、识别创业机会、获得优势资源以及社会的肯定,同时降低创业风险和增强个体的自我效能感进而激发个体的创业激情。有学者提出,政府支持和其他外部环境支持显著增强科技创业者的自我效能感,外部环境的支持带来更多的成功心理暗示,增强创业者的创业自信和对自身创业能力的肯定,进而增强个体的创业激情水平。有实证检验发现,市场资源环境和制度规范环境对创业者的支持度促使个体主动参与到创业活动中越大,创业激情越容易产生。多渠道的融资方式对于资金匮乏的大学生来说至关重要,银行、学校等的资金支持提高大学生的创业成功感知,促使其全身心投入创业活动,激发积极情绪,产生积极的正能量。而对大学生创业激情的调查发现,高校创业培训课的开展和创业大赛的兴起一定程度上引起学生对创业的关注,而学校创业知识的教授帮助学生更全面认识创业,大学生感知自身的创业技能提高,创业成功的预期和自信心增强,从而可能激发创业激情。

因此,提出以下假设:

H3: 创业环境正向影响创业激情。

H3a: 行政环境正向影响创业激情;

H3b: 教育与培训环境正向影响创业激情;

H3c: 融资环境正向影响创业激情;

H3d: 社会文化环境正向影响创业激情。

H4: 创业认同在创业环境各子环境和创业激情之间起中介作用。

综上所述,构建的概念模型如图1所示。

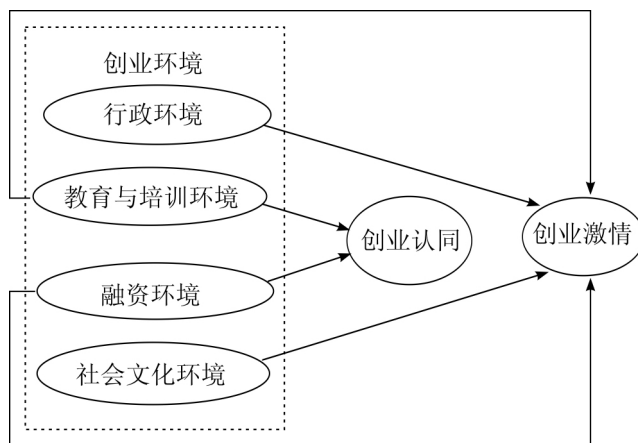


图1 概念模型

Fig. 1 Conceptual Model

二、研究设计

(一) 研究对象

调查对象为江、浙、皖三省高校的学生,所有调查对象都是自愿参与,保证了此次调查的匿名性。共回收了252份问卷,回收率为100%。通过对样本的基本信息进行分析,参与调查的女性居多,共有144人,占总数的57.1%;男性共108人,占42.9%。年龄在26岁及以上的有33人,占总数的13.1%;20岁及以下的有59人,占总数的23.4%;21~25岁之间,共有160人,占总数的63.5%。通过对调查者的受教育程度进行分析,发现20人学历为硕士研究生及以上,占总数的17.9%;74人为专科学历,占总数的29.4%;本科学历的调查者最多,共有158人,占总数的62.7%。综上,样本分布合理,可基于所收集的数据开展进一步研究。

(二) 研究工具

所采用的测量量表均来源于西方学者的文献,且经过学者的检验,具有一定的可操作性,已多次被采用。经过慎重考虑,本文确定了最后采用的调查问卷。非特别说明,所有的题目量表都采用1~5级Likert量表,5表示非常认同,1表示非常不认同。

创业环境:综合采用比较具有影响力的GEM模型和五维度模型,考虑到测量题项数目的合理性,对创业环境维度进行适当归纳和整理,最后分为行政环境、教育和培训环境、融资环境和社会文化环境这四个维度,共计12题,例如“政府提供优惠的税收政策”“我曾系统地学习创业教育课程”“容易获得政府或学校的创业基金”“创业会得到家人的支持”等。

创业认同:采用Obschonka等^[11]开发的以创业者为重点的创业认同量表,为了更准确地测量创业者对自身的创业认同,做了适当的修改。测量创业认同使用的修改后的题目是“我认为将我的研究商业化的创业想法对我而言很协调”“我认为将我的研究商业化的创业想法符合我的自我认知”“我认为将我的研究商业化的创业想法符合自身和科研工作的形象”。

创业激情:采用的是Cardon等^[12]开发的创业激情测量量表,考虑到测量的效果,根据实际情况适当删减了一些题项,将15个问题调整到12个题项,例如“我很高兴我能找到尚未被满足的市场需求”“我有内在动力去优化现有的产品或服务”“在环境中寻找到新机会让我非常兴奋”“我乐于创建公司并促进其成长”等。

控制变量:年龄、性别。现有研究认为年龄一定程度上代表着心智的成熟度,是否成熟会影响创业者的心理和具体行为,进而影响创业的方方面面;不同性别的创业者在创业的目标、行为方式、思考模式和情感需求等方面存在显著差异,对创业行为的看法不一,对创业者自身和企业的发展方式起着不容忽视的影响。

三、实证结果分析

(一) 信度和效度检验

问卷中共有6个变量,采用SPSS 22进行量表的信度和效度检验。表1是问卷各个变量的信度和效度指标, α 值均在0.866~0.959之间,高于临界值,表明问卷具有较好的内部一致性,变量的测量具有良好的信度。接着对问卷进行验证性因子分析以测量指标因子载荷值,标准化系数的最小值为

0.78,高于临界值,表明量表的收敛效度良好。所有变量的CR值均大于0.8,AVE值大于0.5,进一步证明该量表具有较高的收敛效度。变量的最小AVE值为0.691,且变量间相关系数小于该变量AVE的平方根(见表1),按照国外学者提出的判断方法,变量的区分效度较高。

(二) 假设检验

应用相关分析方法来测量变量之间的相关程度,结果如表2。从相关系数来看,行政、教育与培训、融资、社会文化这四个创业子环境分别与创业认同、创业激情显著正相关,同时创业认同与创业激情亦是显著正相关,符合理论预期,初步支持了研究假设,证实良好的创业环境对创业激情有正向影响,而创业认同在中间起桥梁作用。

传统的类似sobel检验中介效应的方法是基于 a^*b 服从正态分布的条件下开展的,实际上 a^*b 并不一定服从正态分布,导致该检验方法错误概率变大。Bootstrap法无须假设 a^*b 服从正态分布,较为准确地检验中介效应的存在,受到国内外学者一致好评。Preacher和Hayes等^[13]都推荐使用Bootstrap方法来检验中介作用,因此采用Bootstrap方法分析模型中创业认同的中介作用。由表3可以发现,在路径“行政环境→创业认同→创业激情”中,间接效应95%的置信区间不包含0,间接效应为0.375,效应占比68.71%;在路径“教育与培训环境→创业认同→创业激情”中,间接效应95%的置信区间不包含0,间接效应为0.332,效应占比62.79%;在路径“融资环境→创业认同→创业激情”中,间接效应95%的置信区间不包含0,间接效应为0.335,效应占比53.97%;在路径“社会文化环境→创业认同→创业激情”中,间接效应95%的置信区间不包含0,间接效应为0.341,效应占比50.99%。这表明创业认同在创业环境各子环境对创业激情的影响中起着显著的中介作用,假设H4得证。创业环境的四个子环境分别通过创业认同而对创业激情产生影响,因此可以得出创业认同在创业环境与创业激情之间起到桥梁作用的结论,良好的创业环境会正向影响创业认同,进而促进创业者的创业激情。

表1 信度和效度检验

Tab. 1 Reliability and validity test

变量	题项	标准化系数	Cronbach's α	收敛效度	
				CR 值	AVE 值
行政环境	登记审批程序简化便捷	0.925	0.904	0.940	0.839
	规范创业行为的相关制度完善	0.916			
	政府提供优惠的税收政策	0.907			
教育和培训环境	我经常接受创业培训与指导	0.92	0.894	0.934	0.826
	我经常参加学校创业实践与创业设计大赛等活动	0.909			
	我曾系统地学习创业教育课程	0.897			
融资环境	容易获得银行低息贷款	0.922	0.895	0.935	0.827
	容易获得政府或学校的创业基金	0.915			
	大学生创业有多种融资渠道或信贷担保方式可供选择	0.890			
社会文化环境	大众对创业失败持宽容态度	0.917	0.866	0.918	0.789
	当地文化鼓励创新和冒险精神	0.882			
	创业会得到家人的支持	0.865			
创业激情	我有动力去推动成员(包括我自己)去为企业努力工作	0.895	0.959	0.964	0.691
	我喜欢去寻找适合企业发展的成员	0.892			
	我乐于创建公司并促进其成长	0.880			
	我热衷与培育并促进公司的成长	0.874			
	我乐于知人善任,根据人才的特点安排他们的工作	0.870			
	我有激情去创建自己的公司	0.830			
	我热衷于成为企业家	0.821			
	我有内在动力去优化现有的产品或服务	0.818			
	我乐于去发现解决问题的新方法	0.805			
	在环境中寻找到新机会让我非常兴奋	0.789			
我很享受搜寻关于产品或服务新想法的过程	0.780				
创业认同	我认为将我的研究商业化的创业想法对我而言很协调	0.933	0.909	0.943	0.847
	我认为将我的研究商业化的创业想法符合我的自我认知	0.930			
	我认为将我的研究商业化的创业想法符合自身和科研工作的形象	0.898			

表2 相关性

Tab. 2 correlation

变量	M	SD	行政环境	教育与培训环境	融资环境	社会文化环境	创业激情	创业认同
行政环境	3.533	1.000	0.916					
教育与培训环境	2.606	1.253	0.506**	0.909				
融资环境	3.015	1.165	0.569**	0.663**	0.909			
社会文化环境	3.181	1.113	0.615**	0.599**	0.764**	0.888		
创业激情	3.154	1.056	0.532**	0.625**	0.695**	0.708**	0.831	
创业认同	3.012	1.105	0.502**	0.575**	0.613**	0.604**	0.810**	0.920

注: *、** 分别表示 $p < 0.05$ 、 $p < 0.01$, 表中对角线数字代表该变量 AVE 的平方根值。

表3 中介效应
Tab. 3 Mediating Effect

路径关系	直接效应	95%置信区间		间接效应	95%置信区间		总效应
		下限	上限		下限	上限	
行政环境→创业认同→创业激情	0.171	0.084	0.258	0.375	0.265	0.488	0.546
教育与培训环境→创业认同→创业激情	0.197	0.123	0.270	0.332	0.258	0.413	0.528
融资环境→创业认同→创业激情	0.286	0.210	0.361	0.335	0.261	0.416	0.620
社会文化环境→创业认同→创业激情	0.328	0.250	0.406	0.341	0.263	0.424	0.669

四、结论与讨论

一方面,行政、教育与培训、融资、社会文化四个创业子环境对创业激情的产生有积极的促进作用,这意味着从宏观的行政、融资、社会包容层面和微观的家庭支持、学校培训等方面具体改善创业环境能够有效促进创业激情的生成;同时上述四个创业子环境对创业认同有正向影响,表明创业环境的改善可以改变情感上的认知,提高创业者的创业认同。另一方面,创业认同分别在创业环境四个子环境对创业激情的作用机制发挥中介作用,表明创业认同是创业激情的前置影响因素,积极的情感认知会推动积极的情感产生,创业者的创业认同使其把创业看成终生的职业目标,发自内心认同创业,从而产生创业激情。

实践启示有以下两点。一是营造良好的创业环境对提高创业者的创业激情至关重要,具体可以从行政、教育与培训、融资和社会文化四个环境方面抓起。行政环境方面,政府可以加大对大学生创业的扶持力度,给予一定的资金援助和税收方面的优惠;同时规范行业的相关制度,简化创办新企业的流程等。教育与培训环境方面,关键在于高校的观念转变,要把创业能力培养提到与学习能力同等重要的位置。一方面开展更加多样化的创业教育与培训,开辟更多如创业孵化基地、创业项目等创业实训途径;另一方面提供相适应的专业咨询、项目评估等。融资环境方面,社会需要不断地创新融资方式、降低融资门槛和融资费用等,缓解大学生创业的资金压力,提高其创业热情。社会文化环境方面,可以从社会和家庭两个角度切入。营造鼓励创新的文化氛围,提高社会大众对创业失败的宽容度;重视家

庭环境,支持创业的家庭氛围会潜移默化地影响创业者,对创业者的影响最为深远。二是把目光聚焦到创业者的创业认同,关注创业者的认知层面即本身对创业的认可程度。具体可以开展讲座、培训、咨询等,加强大学生对创业的全面认知,提高创业者的创业认同,高校则可以在大学生职业规划课程中强调创业作为职业选择的重要性等。

本文的不足。一是样本范围有所局限,仅仅只覆盖江苏、浙江、安徽等中东部地区,具有一定的地域局限性,未来研究可以将样本范围扩展至全国或进行更详细的样本调查,如划分正在进行创业的大学生以及有创业意愿但未实施的大学生等。二是对创业认同的测量不够准确,目前国内外对创业认同的看法不一,缺乏广为大家接受的成熟量表,未来研究可以针对创业认同开发更多的测量方式。最后在创业环境对创业激情的影响研究中,分析了创业认同的中介效应,可能还存在变量的调节作用,未来可以考虑加入调节变量,对影响路径进行更详细深入的探讨。

参考文献:

- [1] CARDON M S, WINCENT J, SINGH J. The nature and experience of entrepreneurial passion [J]. *Academy of Management Review* 2009, 34(3): 511-532.
- [2] 谢雅萍, 陈小燕. 创业激情研究现状探析与未来展望[J]. *外国经济与管理* 2014, 36(5): 3-11.
- [3] 叶宝娟, 方小婷. 创业环境与大学生创业意向的关系: 有调节的中介模型[J]. *心理科学* 2017, 40(6): 1442-1448.
- [4] HASLAM S A, O'BRIEN A, JETTEN J, et al. The strain: social identity, social and the experience of stress [J]. *British Journal of Social Psychology* 2005, 44(3): 355-370.
- [5] 胡玲玉, 吴剑琳, 古继宝. 创业环境和创业自我效能对个体

- 创业意向的影响[J]. 管理学报 2014 ,11(10) : 1484-1490.
- [6] GNYAWALI D R , FOGEL D S. Environment for entrepreneurship development: key dimensions and research implications [J]. Entrepreneurship Theory and Practice , 1994(6) : 43-62.
- [7] 沈超红 欧阳苏腾. 国内创业环境研究综述 [J]. 企业技术开发 2004(9) : 31-32.
- [8] 陈建安 曹冬梅 陶雅. 创业认同研究前沿探析与未来展望 [J]. 外国经济与管理 2015 ,37(12) : 30-43.
- [9] MURNIEKS C Y , MOSAKOWSKI E , CARDON M S. Path ways of passion identity centrality , passion and behavior among entrepreneurs [J]. Journal of Management , 2014 ,40 (6) : 285-300.
- [10] MURNIEKS C Y , CARDON M S , HAYNIE J M. Fueling the fire: examining identity centrality , affective interpersonal commitment and gender as drivers of entrepreneurial passion [J]. Journal of Business Venturing 2020 ,35(1) : 1-17.
- [11] MARTIN O , RAINER K , SILBEREISEN U C , et al. Entrepreneurial self-identity: predictors and effects within the theory of planned behavior framework [J]. Journal of Business and Psychology 2015 ,30 (4) : 773-794.
- [12] CARDON M S , GREGOIRE D A , STEVENS C E , et al. Measuring entrepreneurial passion: conceptual foundations and scale validation [J]. Journal of Business Venturing , 2013 ,28(3) : 373-396.
- [13] PREACHER K J , HAYES A F. SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models [J]. Behavior Research Methods 2004(36) : 717-731.

A Study on the Influence of Entrepreneurial Environment on College Students' Entrepreneurial Passion

——Based on the Investigation of Colleges and Universities in Jiangsu , Zhejiang and Anhui Province

WANG Jingjing , HUANG Xiaojuan

(School of Business Administration , Anhui University of Finance and Economics , Bengbu 233030 , China)

Abstract: College students' entrepreneurship is an important measure to respond to the national innovation-driven development strategy. Based on the theory of identity , this paper discusses the mechanism of entrepreneurial environment on college students' entrepreneurial passion. The four dimensions of entrepreneurial environment , administration , education and training , financing , and social and cultural environment all positively influence the entrepreneurial passion of college students , while the entrepreneurial environment positively influences the entrepreneurial identity , and the entrepreneurial identity positively influences the entrepreneurial passion. Entrepreneurial identity plays a part in mediating the relationship between the entrepreneurial environment and the entrepreneurial passion of college students. On the premise of improving the entrepreneurial environment for college students , we should attach importance to cultivating their entrepreneurial identity , stimulating their entrepreneurial enthusiasm and strengthening their entrepreneurial team.

Key words: entrepreneurial environment; entrepreneurial identity; entrepreneurial passion of college students; identity theory

(责任编辑: 杨成平)