

DOI: 10.16538/j.cnki.fem.2016.07.003

创业激情有助于提升大学生创业意愿吗?

——基于六省大学生问卷调查的研究

方卓, 张秀娥

(吉林大学商学院, 吉林长春 130012)

摘要: 大学生创业是实施国家创新驱动发展战略的迫切需要, 创业激情能有效提升大学生群体的创业意愿。本文从创业激情视角, 结合情绪理论和认知理论, 构建了创业激情、创业自我效能、创业风险感知和创业意愿各变量之间的关系模型。采用六省大学生的问卷调查数据, 运用SPSS和AMOS软件对数据进行实证分析和检验, 分析了创业激情对大学生创业意愿的促进机制。研究表明: 创业激情能有效促进大学生创业意愿的形成, 引导创业实践; 创业自我效能、创业风险感知在创业激情与创业意愿之间存在部分中介效应。关于创业激情与创业意愿间关系的研究, 目前多停留在理论研究阶段, 本文首次以我国大学生为样本进行实证研究, 探索和证明了创业激情对创业意愿的具体作用机制。本文的研究结果有助于探寻将创业激情转化为创业活动意愿的有效途径, 制定激励大学生自主创业的政策措施, 助推我国创新型经济发展。

关键词: 大学生创业; 创业激情; 创业自我效能; 创业风险感知; 创业意愿

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2016)07-0041-16

一、引言

创业已成为经济社会发展的动力, 创新驱动下的创业是地区经济可持续发展的永驱力。作为创业行为的有效预测指标之一, 创业意愿是个体对其所创建企业的承诺程度 (Krueger等, 2000)。近年来, 创业研究逐渐由组织层面向个体层面拓展, 创业激情作为个体创业意愿的关键内部驱动因素日益受到关注 (Cardon等, 2005)。创业激情是

收稿日期: 2015-10-07

基金项目: 吉林大学哲学社会科学研究重大课题培育项目 (2015ZDPY10); 吉林省教育厅“十二五”社会科学研究项目 (吉教科文合字 [2015] 第497号); 吉林大学本科教学改革研究项目 (2015XZD058); 吉林大学继续教育研究课题 (JLUCEKT 2015005); 吉林省科技发展计划项目 (20160418017FG)

作者简介: 方卓 (1987—), 女, 吉林大学商学院博士研究生;
张秀娥 (1963—), 女, 吉林大学商学院教授, 博士研究生导师。

一种强烈且积极的情绪，能够激励创业者克服困难，增强创业成功的信心，提升创业意愿（Baron和Ward，2004；Chen等，2013），是创业行动的动力源泉（Bierly等，2000）。认知理论认为创业认知是判别创业者与非创业者的重要要素，是创业意愿的关键前置变量（Liñán和Chen，2009），而现有研究主要从创业自我效能和创业风险感知两个角度分析创业认知对创业意愿的作用（Krueger等，2000；Keh等，2002），认为个体对自身能力的认知状况会影响创业意愿的强度（Ajzen，1991；Mitchell等，2002）。Cardon等（2009）进一步研究创业激情的内在作用机制，认为创业激情可增强个体的认知能力，激励个体以较高的热情参与创业实践活动。具体而言，创业激情中的积极情绪可以引导个体对自身创业能力及创业结果做出积极评价，较强的身份认同感可以使创业者的自我定位更明确，对创业更有信心。此外，具有创业激情的个体能更敏锐地识别和应对风险，增强风险感知能力，提高创业成功的可能。那么，创业激情如何促进创业活动的意愿？创业自我效能和创业风险感知在其中的具体作用机制如何？这个问题显然值得作深入的理论探究。

但现有研究未能全面的解释以上问题，尚存在以下局限：第一，创业激情促进创业意愿的研究与创业认知促进创业意愿的研究相互脱节，对“创业激情”、“创业认知”、“创业意愿”三者之间关系及具体作用机制的研究匮乏。一些研究将创业激情作为创业者的人格特质，认为创业激情是相对稳定的人格特征（Baum等，2001；初玉霞，2011），这意味着对于个体创业者来说，创业激情对创业意愿的作用是普遍存在的。尽管Dirk等（2013）提出创业认知是创业激情与创业意愿关系研究的重要切入点，但较少研究将创业自我效能和创业风险感知两者作为个体认知要素引入创业激情研究。第二，直觉上看，大学生更容易受到非理性因素的影响，但创业激情研究中以大学生群体为对象的研究较为缺乏。作为创业活动的主体，个人层面的研究较多关注不同企业家或地区文化对创业激情的影响（Jamil等，2014）。国外一些学者未对大学生群体的创业激情进行差别研究，可能的原因是发达国家大学毕业生自主创业比例较高，达20%—30%，创业激情较高。而我国高校毕业生的自主创业率仅为2.86%，与发达国家相比较，存在明显差距，大学生创业氛围不浓。但是，与其他创业群体相比，大学生在知识积累、自身价值追求、主观能动性等方面具有独特优势，更可能在创业激情的作用下将创业认知内化为自我同一性，对创业产生更强的认同感，更愿参与创业活动。第三，在Cardon等（2005）开创性地提出创业激情对创业活动的作用后，虽然国外已有学者对创业激情与组织学习、企业绩效的关系进行了研究，但国内学者只有谢雅萍和陈小燕（2014）对创业激情的研究现状进行了总结和展望，相关实证研究还较匮乏。

因而，本文通过分析创业激情、创业自我效能、创业风险感知与创业意愿之间的关系，提出创业自我效能和创业风险感知在创业激情对创业意愿促进作用中具有中介效应的假设。通过构建创业激情与创业意愿作用机制模型，利用六个省454名大学生的问卷调查数据进行实证研究。研究结果拓展了创业意愿基于情绪和认知视角的研究范围，证明了激发大学生的创业激情，以及增强对自我价值和能力的认知，是提高大学生创业意愿的有效途径。为政府和相关部门制定促进大学生创业的政策提供理论依据和实践支撑，促进国家创新型经济发展。

本文剩余部分安排如下：第二部分分析创业激情与创业意愿的关系，以及创业自我效能和创业风险感知与两者之间的关系，提出待验证的理论假设和理论模型；第三部分说明样本选择和变量测量情况，进行实证分析；第四部分是研究结论及讨论；第五部分是研究意义和未来研究展望。

二、文献回顾与研究假设

（一）创业激情与创业意愿

创业激情是对挑战性活动的热爱（Baum和Locke，2004），是创业者坚持不懈、积极主动参与创业活动的动机（Baum和Smith，2001）。“激情是源于灵魂、精神和内心的无限能量，创业者需要面对风险和挑战的勇气，而创业激情便是这种勇气的来源”（Cardon等，2009）。创业激情是创业动机和意愿产生的核心要素，是解释创业意愿产生的关键（Baron，2008）。创业激情体现了对实现创业目标更高层次的承诺，较高的自我价值追求会激发个体的创业热情，进而提升个体参与创业的意愿。Chen等（2009）将创业激情定义为一种创业者强烈的情感表现，并伴随认知和想法的产生，潜在创业者将创业想法转变为行为意愿，参与创业实践。同时，Vallerand等（2010）也认为激情是一种动机因素，可以解释个体参与活动的意愿，而创业意愿强度在创业初期直接影响未来创业的结果（Bird，1988），因此，创业激情是个体是否愿意将机会转化为行动的决定性因素（Brannback等，2006）。Cardon等（2013）将积极情绪和身份认同作为创业意愿的两维度，分析了不同阶段的创业激情对行为动机的影响。其中，积极情绪是对所开展活动的强烈兴趣，创业者的情绪越积极，对应对不确定性和挑战也就越有信心，也说明其参与创业活动的意愿或倾向越强。从组织层面看，情感传递理论认为创业者的积极情绪可以传递给员工，提升员工的组织承诺和对目标实现的追求（Breugst等，2012）。身份认同同样是创业激情的组成部分之一，包括自我认同和社会认同，即对自身能力、创业者身份的认知，以及他人或社会对创业者身份的接受与认可程度。身份认同是创业者对自身群体归属及所处群体的情感和价值意义的认知，是创业者作为群体成员的认知评价（Tajfel和Turner，1979），会影响创业者对行动的态度，并作用于行为意愿（Ajzen，1991）。创业者在创业过程中有三种身份，即创新者身份、创建者身份和发展者身份（Cardon等，2009），身份认同是创业者对自己创业身份的感知，是激发创业信心、提升创业意愿的有效途径。因此，本文从积极情绪和身份认同两维度分析创业激情与创业意愿的关系，创业激情不仅能够激发创业者产生积极愉悦的情绪，提升应对困难和不确定性事件的信心，同时，明确创业者作为决策制定者和实施者的身份认同感，更能够激励创业者快速识别并获取有效信息，为创业活动提供支持。基于此，本文提出以下假设：

H1：创业激情对创业意愿有正向影响作用。

此外，基于创业激情中的积极情绪和身份认同两个维度，提出以下假设：

H1a：积极情绪对创业意愿有正向影响作用。

H1b：身份认同对创业意愿有正向影响作用。

（二）创业激情与创业自我效能

创业激情是创业者识别机会、探索新产品或管理方式的核心要素（Cardon等，2013），是一种强烈且积极的情绪，激励创业者克服困难（Baron，2008）。高创业激情的创业者更相信自己可以识别到高潜力的创业机会，对创业活动更有信心。Perttula（2003）同样认为个体的创业激情是积极情绪驱动的一种心理状态，积极情绪促使创业者对结果产生积极评价，增强创业自我效能感。Cardon等（2005）从心理学角度着重分析了创业者身份认同对创业激情的作用，认为创业者的自我定位是决定创业激情能否转化成创业成功的关键。在创业激情的测量方面，Cardon等（2009）按照创业活动的不同阶段将创业激情分为创新激情、创建激情和发展激情，从情绪视角分析创业激情在识别机会、企业创立、企业发展中的作用。在之后的研究中，研究视角逐渐由情绪观转向认知观，Cardon等（2013）从积极情绪和身份认同两个方面对创业激情进行测量，强调创业者自我认知的作用，认为积极情绪是一种有意识的强烈感受，具有积极、持久、连续的特点（Cardon，2008），身份认同是将创业者角色内化为自我认知的过程（Cardon等，2009）。因此，有创业想法的个体，获得身份认同是明确自我价值的关键。要激发创业激情，增强创业者自我效能感，一是要使创业者对创业活动保持积极且强烈的情感体验，二是要使创业者感受到个体价值在创业中的重要性及深远影响。由此，在面对高度动态创业环境下，创业者强烈的创业激情能够激发个体创造力（Chen等，2009），增强应对不确定性的能力，提升创业自我效能感。基于此，本文提出以下假设：

H2：创业激情对创业自我效能有正向影响作用。

此外，基于创业激情中的积极情绪和身份认同两个维度，提出以下假设：

H2a：积极情绪对创业自我效能有正向影响作用。

H2b：身份认同对创业自我效能有正向影响作用。

（三）创业激情与创业风险感知

创业激情是创业者面对不确定性、风险性的勇气（Baum和Locke，2004）。创业激情的结果是激发创业者产生愉快情绪，促使创业者积极地面对困难和不确定性。创业者是决策的制定者和指导者，具有能够为制定决策而快速识别和获取信息的能力（Vallerand等，2003）。具有创业激情的创业者有着成功决策的信心，但创业激情并不能克服所有的不确定性和困难，只能提升创业者应对风险的感知能力。

创业激情在应对外部环境中发挥重要作用，“一切都会好起来”的积极情感会激发创业者拓宽社会网络资源的应用范围，为应对动态环境变化提供支持（Fredrickson，2001）。期望效应理论认为，个体感知到创业项目风险较高时，其创业意愿会较低。而实际状况是，即使创业者知道创业活动具有高风险性，却依然投身创业活动，这显然与期望效用理论相悖。此时便是创业激情发挥其激励作用的时候，积极的创业激情促使创业者更倾向于选择风险性的项目。McMullen和Shepherd（2006）构建了创业行动模型，研究创业激情与不确定性之间的关系，认为创业激情会影响个体对创业机会不确定性的评价。情绪启发式理论认为，创业者情绪会影响其对风险信息处理能力，决策者的情绪在不同程度上影响了个体决策，并促使创业者进行非理性的信息评价（Loewenstein，2001）。同时，积极情绪会降低创业者与周围个体的敌对情绪（Barsade，2002），使创业者感

受到和谐的创业氛围及较低的风险威胁。他人或社会对创业者身份的认可和接纳程度，同样会影响创业者凝聚资源和信息的能力。有着较高身份认同的创业者，会以更高的热情整合和利用各种资源，敏锐地识别风险，提升对风险的感知能力和应对能力。个体对某一身份强烈的认同感，能够使个体更持久、更专注地追求目标(Sheldon等，2006)。当个体创业活动与身份认同密切相关时，个体更愿意参与创业活动的全过程，特别是面临挑战和风险时，能更加积极制定风险防范和应对策略(Cardon等，2013)。创业者的身份认同使个体作为企业领导者、开拓者的信心倍增，提升其对外部环境的警觉性。有些学者进一步强调，强烈的创业激情会促使创业者产生美好的想象，增强其创业成功的信心(Cardon等，2005)，最大限度地提高其创业风险感知能力。因此，创业者积极的情绪有助于其识别风险信息，使创业者更加关注项目的优势和发展机遇，提升其创业风险感知能力。基于此，提出以下假设：

H3：创业激情与创业风险感知存在正向相关关系。

此外，基于创业激情的积极情绪和身份认同两个维度，提出以下假设：

H3a：积极情绪与创业风险感知存在正向相关关系。

H3b：身份认同与创业风险感知存在正向相关关系。

（四）创业自我效能与创业意愿

自我效能在20世纪90年代被引入创业研究领域，创业自我效能是个体深层次的信念，是提升创业意愿的前提(Boyd和Vozikis，1994)。由认知心理学理论可知，创业自我效能是影响创业者及其行为的主要因素，是创业者的内在认知特质。创业自我效能作用于个体思维、动机和行为(Krueger等，2000)，是对创业成功的信念(Bandura，1977；Mitchell，1992)，强调创业者对从事创业活动的信心(马昆姝等，2008)。创业者通过对自身能力的判断和评估，形成行为信念，因而，具有高创业自我效能的个体更容易识别、利用外部环境和资源，也更愿意参与创业。

国内外基于创业自我效能的研究主要有两个方向：一是组织层面，分析创业自我效能对企业绩效的作用，如财务绩效、非财务绩效等(Forbes，2005；Hmieleski和Corbett，2008)；二是个体层面，探讨创业自我效能对创业意愿、行为决策的作用(Krueger，2007；Zaidatol，2013)。随着创业认知研究的深入，创业自我效能对个体行为及意愿的作用日益受到众多学者的关注。Krueger(2000)将创业自我效能作为有效区分创业者和管理者的要素，验证了创业自我效能与创业意愿的正向关系。在创业萌芽期创业自我效能便产生，特别是大学生创业，由于面临环境和任务的特殊性，自身能力的认知和自信程度体现了对创业成功的期望。大学生对创业的态度、信心及人际网络的认知是创业意愿的前因变量，并通过创业自我效能作用于创业意愿(曹兴和汤勇，2012)。大学生创业者感知信念越强，对自身创业素质衡量和评价越积极，其主观能动性越高，也就更能理性地应对机会和挑战。因此，高创业自我效能的大学生更能有效的分析识别机会、防范风险、利用资源，强化自我期望，增强创业自我效能感知，有效预测创业意愿。基于此，本文提出如下假设：

H4：创业自我效能与创业意愿有正向相关关系。

（五）创业风险感知与创业意愿

对潜在创业者来说，是否开展创业是一项重要的决定，因为他们需要在寻找创业机会的同时承担一定风险。高风险性是创业的主要特点之一，创业风险感知是创业者认知领域的重要概念（Sitkin和Weingart，1995）。创业风险感知是创业者基于现有认知能力，搜集有效信息，对可能面临风险的主观感知，包括过程的危险性和结果的不确定性（Keh等，2002）。而对创业项目的评价依赖于对信息的收集及理解，个体能力或认识的差异造成对信息评价的有限性，这是创业者风险认知差异的主要来源。

在创业初期，创业者对潜在风险的认识程度直接影响机会评价结果，最终作用于创业意愿的强度。创业意愿是创立企业的第一步，是激发个体认知、评估创业机会可行性的内在动力，有助于提升创业的可行性。同时，创业者会努力搜索全面、准确的信息，以确保机会评价的可靠性，降低创业的不确定性和风险性，提升获得收益的可能性（Sitkin和Weingart，1995）。从认知角度对创业者和非创业者的创业风险感知差异的研究发现，多数创业者的冒险行为是因为感知到的创业风险比非创业者小，因此更愿意创业（Kahneman和Lovallo，1994；陈震红，2007）。面对高度不确定的市场环境，相对于对劣势和威胁的识别，创业者对优势和机遇的感知更多（Palich和Bagby，1995），同时，创业风险感知能力的增强和创业感知价值的增加会引起其对创业活动满意度的上升。创业风险感知是创业者对行为风险性和不确定性的评估，创业者风险感知能力提升会更敏锐的识别和应对风险，提升创业成功的概率，使个体更愿投身创业活动（Dash，2010）。国内学者主要从创业风险感知和创业决策关系入手，分析创业者风险感知与创业意愿的关系（刘万利等，2011）。创建新企业所面临的风险不可规避，创业风险是创业者在企业初创期及企业运营中最需要考虑的因素。谢科范和郭伟（2009）从创业者对风险感知的不确定性和不利结果的角度分析了创业风险感知对创业决策的作用，认为创业者感知风险较低时更愿做出创业决策。李敏和董正英（2014）从行为学角度验证了创业者对风险感知水平的差异，认为创业风险感知能力越强的个体越可能创业，创业意愿也越高。因此，潜在创业者在识别机会的同时会产生冒险的冲动，加之个体感知风险程度的差异，使创业风险的可控性感知影响创业意愿的产生。基于此，本文提出以下假设：

H5：创业风险感知与创业意愿存在正向相关关系。

（六）创业自我效能的中介作用

创业自我效能是揭示潜在创业者真正开展创业的先决条件，并作用于创业意愿。在组织层面，创业自我效能的中介效应主要体现在企业家能力与绩效关系之间（张瑾，2009），创业自我效能能在创业风险控制与新创企业成长的关系中起中介作用（Prabhu等，2012）。在个体层面，关于创业自我效能的中介效应研究，主要集中在个人特质、创业机会识别、社会网络、创业态度等与创业意愿的关系（Phan，2002；Kolvereid，2006；曹兴和汤勇，2012）。在创业想法产生后，创业者对外部环境和条件进行评估，分析和防范各种挑战、风险，面对这些风险需要充分的勇气，创业激情恰恰可以激发其应对挑战的勇气。对于情感和激情对创业意愿作用的研究逐渐受到关注（Cardon等，2009；Perttula等，2011）。研究认为，创业激情体现了创业活动的动机，即使在面对风险和挑战时，个体也会保持行为动力，对自身能力及行动产生积极评价。现有关于创业激情对创业意愿的

作用机制研究发现，创业激情可以直接作用于创业意愿，也可以通过创业自我效能的中介效应作用于创业意愿（Vallerand等，2003）。Tahsildari等（2014）研究认为创业激情有利于增强创业者成功的信念，创业自我效能感的增强使创业者产生更强的创业意愿，引导创业者积极投身到创业活动中。基于此，本文提出以下假设：

H6：创业自我效能能在创业激情与创业意愿之间起中介作用。

（七）创业风险感知的中介作用

创业的高风险性是个体在决定是否创业时必须考虑的因素，个体的创业风险感知能力能显著影响创业者的意愿（Kahneman和Lovallo，1994）。激情是创业动机的核心要素（Cardon等，2005），创业激情对创业过程的作用受到学者的关注（Baron，2008；Liu等，2010）。而创业是创业者应对不确定性和创造机会的过程，积极的创业激情为个体克服风险提供动力（Mitchell等，2002），提升其创业积极性。Vallerand等（2003）认为，创业激情是行为动机的重要组成部分，同时激情能够驱动个体感知不确定性因素。通常情况下，较高的创业激情是创业者应对风险的有效手段，并作用于创业意愿形成。虽然有研究认为创业激情与创业动机有显著的正向关系（Baum和Locke，2004），但较少关注创业者风险感知的中介作用。如前所述，积极的创业激情能够增强个体的认知能力，增强其应对环境的灵活性，可以更敏锐地感知环境中的机遇。在创业初期，创业者感知到的风险越少，越有助于明确创业机会的发展潜力，创业意愿也就越强。在新创业企业高失败率的状况下，深刻理解创业风险感知在创业意愿形成中的作用，能使具有创业激情的潜在创业者提升风险感知能力，增强决策自信心。而创业者感知风险的能力是将创业激情、创业机会转变成创业意愿的动力，由此，本文提出以下假设：

H7：创业风险感知在创业激情和创业意愿之间起中介作用。

综上，构建了本文的理论框架（见图1）。

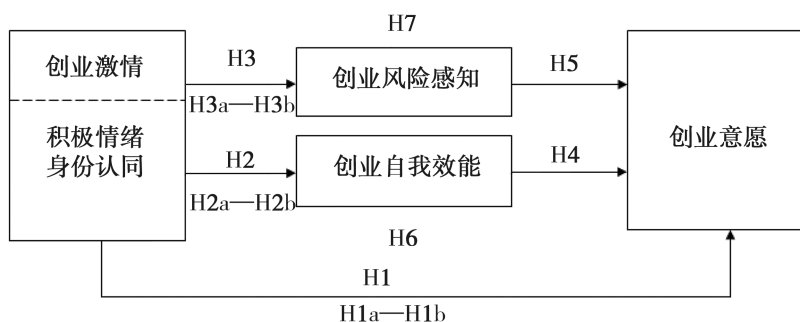


图1 理论框架

三、实证分析

本文在理论框架基础上，采用层次回归方法检验中介效应（Baron和Kenny，1986；温忠麟和叶宝娟，2014），自变量（X），因变量（Y），中介变量（Z）。具体步骤如下：第一，对X与Y进行回归分析，得到回归系数a，如果a不显著，说明不存在中介效应，停止检验；如果a显著则进行下一步检验。第二，对X与Z进行回归分析，得到回归系数b，如果b不显著，停止检验；如果b显著，说明X可以预测Z，进行下一步检验。第三，将X和Z作为新的自变量与Y进行回归分析，得到X与Y回归系数a'，Z与Y回归系数d，如

果都不显著则中介效应不存在；如果d显著，这说明中介效应显著；如果a'显著，说明存在部分中介效应；如果a'不显著，说明存在完全中介效应，X对Y的作用可以完全通过Z实现。因此，本文通过分析创业激情与创业意愿的关系，逐步检验创业自我效能和创业风险感知在两者之间的中介作用。首先，将创业激情与创业意愿进行回归分析；其次，将创业激情与创业自我效能和创业风险感知分别进行回归分析；最后，将创业激情与创业自我效能和创业风险感知分别同时作为新的变量与创业意愿进行回归分析。为完成以上检验，具体研究如下。

（一）样本与数据收集

本文选择大学生群体为研究对象，采用网络调研和实地调研两种方式对广东省、福建省、江苏省、山东省、河北省、吉林省的大学生进行问卷调查。在实际调研之前，针对吉林省的部分大学生进行预调研，对题项进行反复修正最终形成正式问卷。为避免他人意见对问卷回答的影响，本文采取匿名方式填写，保证问卷的机密性和内容的真实性。问卷发放和回收时间为2015年3-7月，共发放问卷520份，回收477份，剔除不完整和无效问卷23份，有效问卷共454份，问卷有效回收率87.3%。样本的描述性统计结果见表1。数据显示大学生的年龄分布相对集中，主要在21-25岁，这一阶段的大学生思维较为活跃，更愿意接受新思想、新知识，更容易受到外部信息的冲击及创新创业思潮的感染。因此，大学生群体的创业激情表现更为突出，对创业意愿的促进作用可能更显著。

表1 样本的构成分布 (N=454)

类别	分类指标	频数	频率 (%)
性别	男	182	40.1%
	女	272	59.9%
年龄	<20岁	97	21.4%
	21-25岁	323	71%
	26-30岁	32	7.0%
	31-35岁	2	0.4%
受教育程度	大专	57	12.6%
	本科	289	63.6%
	硕士	90	19.8%
	博士及以上	18	4.0%
专业	经管类	141	31.1%
	文史哲类	67	14.8%
	理工类	114	25.1%
	农医法类	54	11.9%
	其他	78	17.1%

（二）变量测量

本文采用国内外较为成熟的量表以确保测量的信度和效度。创业激情量表采用Cardon等（2013）的研究，从积极情绪和身份认同两个维度对创业激情进行测量，包括13个题项，如“寻找到解决未满足市场需求，并将其商业化是非常令人兴奋的”、“探索解决问题的新方案是表明我身份的重要方式”等，两者的Cronbach's α 值分别为0.797和0.701。创业自我效能主要采用De Noble（1999）和Forbes（2005）的研究，从市场、资源、决策等方面评价个体自我效能感，包括6个题项，如“我相信我可以不断发

现新的市场,提供满足顾客需求的新产品或服务”、“我相信我可以与很多人建立和维持长久的关系,并从中获得资金、信息等资源的支持”等,该量表的Cronbach's α 值为0.792。创业风险感知量表主要参考Barbosab和Kickul(2007)的研究,从创业失败风险和收获两个方面评估创业活动的风险性,包括10个题项,如“如果创业失败了,会打击我的信心”、“创业行为可能会影响我在周围人中的形象”等,该量表的Cronbach's α 值为0.706。创业意愿主要借鉴Shapero(1982)及贺丹(2006)的研究,主要从创业希求性感知和创业可行性方面测量创业意愿,包括4个题项,如“我认为将来会创业”、“我未来五年创业的可能性很大”等,该量表的Cronbach's α 值为0.783。采用Likert 5点计分法测量以上所有题项,其中1表示“完全不同意”,5表示“完全同意”,被调查者根据自己的实际状况进行评价选择。为减少系统偏差的影响,本文选择调研对象的性别、年龄和受教育程度为控制变量,以往研究证实这些变量对创业意愿有显著影响(Martin等,2012)。

(三) 信度与效度检验

量表的信度分析采用Cronbach's α 值作为判断标准,本文利用SPSS19.0进行信度检验,结果见表2。所有构念的Cronbach's α 值均大于0.7,且删除任何一个题项都不能显著提高Cronbach's α 值,同时,大多数KMO值大于0.7,由此可知量表的整体信度较高,内部一致性良好。

表2 因子分析(N=454)

变 量	最小因子载荷	Cronbach α	KMO	Total variance explained
积极情绪	0.664	0.797	0.833	50.268%
身份认同	0.762	0.701	0.666	62.623%
创业自我效能	0.683	0.792	0.823	54.885%
创业风险感知	0.752	0.706	0.821	63.184%
创业意愿	0.782	0.783	0.683	70.171%

本文采用国内外较为成熟的量表,并在正式发放前进行预调研,对问卷题项进行反复修正,以确保问卷的准确性。通过SPSS19.0对样本进行因子分析,表3结果显示各变量的AVE均大于0.5,大多数因子载荷大于0.7,说明变量的聚合效度较好。采用AMOS17.0对变量进行验证性因子分析,检验创业激情、创业自我效能、创业风险感知、创业意愿的判别效度,结果见表3。分析结果显示,本文模型的拟合度较好($\chi^2/df=2.253$, RMSEA=0.053),该基本模型下的拟合度良好,说明模型具有较好的判别效度。

(四) 共同方法偏差检验

本文问卷在正式发放之前进行了反复修正,但由于数据来源及测量环境的同一性,问卷仍然可能存在共同方法偏差。为此,本文采用Harman单因素检验的方法分析共同方法偏差的问题。本文对所有题项进行探索性因子分析,未旋转的分析结果显示所有题项自动聚合成5个特征值大于1的因子,累积方差贡献率为61.087%。其中,第一特征根的值为6.728,方差贡献率为29.252%,未占总解释变量的一半。对共线性检验发现,方差膨胀系数VIF值均小于2,且变量间的容忍度均大于0.6,说明共同方法偏差和共线性均未对本文造成严重影响。

表3 描述性统计变量、相关系数、AVE及CR值 (N=454)

变 量	均值	标准差	性别	年龄	受教育程度	创业激情	积极情绪	身份认同	创业自我效能	创业风险感知	创业意愿
性别	1.40	0.50									
年龄	1.87	0.56	0.062								
受教育程度	3.28	0.58	-0.030	0.461**							
创业激情	3.88	0.47	-0.148**	0.201**	0.092	0.835					
积极情绪	4.14	0.58	-0.209**	0.166**	0.021	0.850**	0.709				
身份认同	3.62	0.54	-0.032	0.170**	0.137**	0.821**	0.396**	0.791			
创业自我效能	3.65	0.60	-0.108	0.065	0.018	0.517**	0.525**	0.332**	0.741		
创业风险感知	3.78	0.55	-0.178**	0.134**	0.075	0.486**	0.488**	0.317**	0.447**	0.778	
创业意愿	3.03	0.84	0.061	0.144**	0.238**	0.297**	0.240**	0.257**	0.440**	0.398**	0.838
AVE						0.697	0.503	0.626	0.549	0.605	0.702
CR						0.822	0.857	0.834	0.859	0.900	0.876
拟合优度指数	χ^2	df	χ^2/df	GFI	AGFI	RFI	IFI	TLI	CFI	RMSEA	
	473.193	210	2.253	0.920	0.895	0.848	0.926	0.909	0.925	0.053	

注: **表示0.01的显著水平, *表示0.05的显著水平; 对角线上为AVE的平方根。

(五) 假设检验

1. 变量的相关分析

表3表示创业激情、创业自我效能、创业风险感知、创业意愿的相关系数。结果显示受教育程度 ($\beta=0.092$) 与创业激情没有显著的相关关系, 说明不同学历水平对大学生的创业激情影响不明显, 而年龄 ($\beta=0.201, p<0.01$) 与创业激情为显著相关, 性别 ($\beta=-0.148, p<0.01$) 与创业激情显著负相关, 说明不同年龄和性别的大学生的创业激情存在显著差异。此外, 由分析结果显示创业激情及维度、创业自我效能、创业风险感知和创业意愿各变量之间均存在显著的正向相关关系, 为明确变量间的相关程度, 还需进一步做回归分析, 进行检验。

2. 回归分析

本文构建13个回归模型进行假设检验, 将控制变量性别、年龄和受教育程度加入回归分析中。由表4的Model1、Model2和Model3结果所示, 创业激情有效解释13.8%的创业意愿变异, 且两者正向显著相关 ($\beta=0.229, p<0.01$), 积极情绪 ($\beta=0.264, p<0.01$) 和身份认同 ($\beta=0.231, p<0.01$) 对创业意愿有显著的正向作用, 假设H1及子假设H1a、H1b成立。

表5中的Model4、Model5和Model6检验了创业激情及维度对创业自我效能的影响, 结果显示创业激情解释26.3%的创业自我效能变异, 与创业自我效能显著正向相关 ($\beta=0.520, p<0.01$)。同时, 积极情绪 ($\beta=0.531, p<0.01$) 和身份认同 ($\beta=0.329, p<0.01$) 对创业自我效能有显著的正向影响, 假设H2、H2a、H2b成立。

表6中的Model7、Model8和Model9数据表明创业激情能解释24.3%的创业风险感知, 两者显著相关 ($\beta=0.459, p<0.01$), 同时, 积极情绪 ($\beta=0.463, p<0.01$) 和身份认同 ($\beta=0.296, p<0.01$) 与创业风险感知有显著的正向相关关系, 即假设H3、H3a、H3b成立。

表7中的Model10和Model11分别是创业自我效能和创业风险感知对创业意愿的影响, 数据显示创业自我效能 ($\beta=0.448, p<0.01$) 对创业意愿有显著的正向影响, 创业风险感知 ($\beta=0.409, p<0.01$) 对创业意愿有显著的正向影响, 即假设H4和H5成立。

表4 回归分析结果(因变量:创业意愿)

	Model1	Model2	Model3
创业激情	0.229**		
积极情绪		0.264**	
身份认同			0.231**
创业自我效能			
创业风险感知			
性别	0.114**	0.125**	0.074
年龄	-0.028	-0.021	0.005
受教育程度	0.227**	0.264**	0.206**
R ²	0.146	0.126	0.114
Adj.R ²	0.138	0.119	0.106
F值	19.139	16.250	14.399

注: **表示0.01的显著水平, *表示0.05的显著水平。

表5 回归分析结果(因变量:创业自我效能)

	Model4	Model5	Model6
创业激情	0.520**		
积极情绪		0.531**	
身份认同			0.329**
创业自我效能			
创业风险感知			
性别	-0.029	0.060	-1.102
年龄	-0.030	-0.033	0.037
受教育程度	-0.017	0.220	-0.047
R ²	0.270	0.276	0.122
Adj.R ²	0.263	0.270	0.114
F值	41.518	42.836	15.537

注: **表示0.01的显著水平, *表示0.05的显著水平。

表6 回归分析结果(因变量:创业风险感知)

	Model7	Model8	Model9
创业激情	0.459**		
积极情绪		0.463**	
身份认同			0.296**
创业自我效能			
创业风险感知			
性别	-0.112**	-0.082	-0.175**
年龄	0.045	0.043	0.103
受教育程度	0.009	0.043	-0.018
R ²	0.250	0.250	0.137
Adj.R ²	0.243	0.243	0.130
F值	37.366	37.353	17.885

注: **表示0.01的显著水平, *表示0.05的显著水平。

本文的中介效应结果如表8所示, Model12将创业激情和创业自我效能同时作为自变量与创业意愿加入回归分析, 数据显示, 创业激情的正向作用仍显著, 但回归系数从0.229降低到0.089, 影响效果减弱, 说明创业自我效能在创业激情和创业意愿之间起部分中介作用, 假设H6成立。Model13将创业激情和创业风险感知作为自变量与创业意愿进行回归分析, 结果表明创业激情的正向作用仍显著, 但回归系数从0.229降到0.140, 影响效果减弱, 说明创业风险感知在创业激情和创业意愿之间起部分中介作用, 假设H7成立。

表7 个性化推荐对消费者决策影响的主要研究发现

	Model10	Model11
创业激情		
积极情绪		
身份认同		
创业自我效能	0.448**	
创业风险感知		0.409**
性别	0.116**	0.142**
年龄	0.010	-0.022
受教育程度	0.073	0.221**
R ²	0.259	0.221
Adj.R ²	0.253	0.214
F值	39.329	31.823

注：**表示0.01的显著水平，*表示0.05的显著水平。

表8 中介效应分析（因变量：创业意愿）

	Model12	Model13
创业激情	0.089	0.140**
积极情绪		
身份认同		
创业自我效能	0.404**	
创业风险感知		0.346**
性别	0.125**	0.152**
年龄	-0.016	-0.043
受教育程度	0.234**	0.224**
R ²	0.265	0.235
Adj.R ²	0.257	0.227
F值	32.287	27.581

注：**表示0.01的显著水平，*表示0.05的显著水平。

四、结论与讨论

本文构建了创业意愿作用机制模型，利用六省大学生的问卷调查数据，检验了创业激情和创业认知因素对大学生创业意愿的影响。实证分析得出以下结论。

第一，创业激情及各维度均对创业意愿有显著的正向影响。通过回归结果可以看出，创业激情对创业意愿有显著的正向促进作用，这验证了Baron（2008）的研究。同时相比身份认同，积极情绪对创业意愿的正向作用更显著，这表明大学生对创业意愿的积极情绪是激发和引导创业活动的独特动力，这种非理性且不可抗拒的行为信念将促进大学生将激情转化为行动意愿。

第二，创业激情及各维度对创业自我效能和创业风险感知的正向作用显著，验证了Cardon等（2009）提出的创业激情与创业认知的关系。创业激情引导创业者设置挑战性的目标，激发其解决问题的创造力，增强创业自我效能感。此外，受创业激情驱动的创业者，即使是在面对困难和风险的情况下仍能搜索有效信息，提升其风险感知能力，降低风险压力。

第三，创业自我效能和创业风险感知对创业意愿的正向作用显著。创业自我效能是创业意愿的解释变量，可以有效预测大学生创业意愿，促进大学生创业意愿的形成，这

与Zhao (2005) 分析结果一致。创业是一项有计划的活动, 需要详细评估自身能力、资源, 对自身能力、资源积极的评价能够增强其实现创业目标的信念, 提升个体创业意愿。对大学生创业群体来说, 社会经验、创业意识和资源等方面的限制使其对风险的认识较弱。加之“初生牛犊不怕虎”的精神, 使大学生勇于创新并承担风险, 会在不充分考虑资源约束、存在风险的情况下把握机会开展创业活动。

第四, 创业自我效能和创业风险感知在创业激情与创业意愿之间存在部分中介效应, 这能够解析大学生创业激情影响创业意愿的具体路径。对大学生群体来说, 较强的自我价值追求期望, 可以有效提升创业激情。这种创业激情可促使大学生积极识别信息、利用信息资源, 增强创业自信心, 提升创业意愿, 坚持不懈地开展创业活动。大学生群体容易受到创业激情的感染, 灵活的思维方式和良好的知识储备使其对创业风险有更强的警觉性, 能敏锐地识别风险。同时, 创业激情能刺激创业者积极地搜寻、分析各种信息, 合理预测、应对风险, 提升风险防御能力, 提高创业成功的可能性, 进而激发大学生的创业积极性。

五、研究意义与展望

本文的理论意义主要体现在以下方面: 第一, 本文从创业激情、创业认知、创业意愿的关系出发, 基于认知视角, 探讨了创业自我效能和创业风险感知对创业激情与创业意愿关系的作用机制。以往研究主要关注环境动态性、社会比较等对创业激情与创业意愿关系的影响 (Baron, 2008), 采用外部视角难以全面的揭示两者的联系。因此, 本文首次从作为重要认知能力的创业自我效能和创业风险感知视角进行探讨, 发现创业激情部分地通过创业自我效能和创业风险感知的传递作用提升创业意愿。以创业自我效能和创业风险感知为中介变量, 拓展了创业意愿理论基于认知视角的研究范围。第二, 本文进一步丰富了创业意愿前因变量的研究, 推进了创业激情影响创业意愿的作用研究。目前国内外关于创业意愿前因变量的研究还处于探索阶段, 主要集中在目标动机、主观规范、创业态度等方面 (Ajzen, 1991; Sheldon等, 2006), 认知和情绪角度的研究较少。本文发现创业激情和创业认知作为前因变量, 直接影响创业意愿。该研究结论不仅丰富了创业意愿前因变量的研究, 而且为分析创业激情如何影响创业意愿提出了一个重要的中介条件。第三, 本文以大学生为研究对象填补了创业激情研究中大学生样本的空白。大学生容易受创业激情的影响, 但现有研究局限于对大学生创业现象的描述和宏观分析, 从个体情绪探讨其创业意愿形成机理的实证分析还相对较少。本文以具有发展潜力的大学生群体为调研对象, 从创业激情角度构建了大学生创业意愿形成的理论框架, 并进行实证检验, 提供了创业激情影响创业意愿的经验证据, 丰富了相关实证研究。

本文结论对激发大学生创业激情, 提升创业意愿, 鼓励大学生自主创业, 具有以下启示。第一, 为提升大学生的创业意愿, 要不断优化社会公共服务, 为大学生创业提供管理咨询、投资咨询、法律咨询等服务, 加大对创业成功企业及创业者的宣传力度, 厚植创业文化氛围, 激发大学生创业热情, 促使更多大学生投身创业浪潮。第二, 为提高大学生的自我能力认知, 增强创业成功的信心, 高校可以通过加强创新创业教育体系建设, 为大学生创业奠定坚实的理论基础, 同时通过创业孵化基地建设为大学生提供实践

机会,全面提升大学生的创业理论和实践能力。第三,为增强大学生对风险的警觉性、识别和应对能力,大学生主体要在学好创业管理相关理论知识基础上,积极参加各种创业实践,培养创新思维和风险意识。此外,政府要在金融支持、知识产权保护等方面,不断完善促进大学生创业的政策措施,为大学生创业构建良好的环境,为创业激情转化为创业行动提供支持。因此,通过社会、高校、大学生、政府“四位一体”的联动机制,积极鼓励与支持大学生自主创业,以实际行动践行“大众创业、万众创新”国家战略,助力创新型国家建设。

本文对提升大学生创业意愿研究具有重要的理论意义和实践意义,但仍存在一些局限,需要在未来的研究中进一步完善。第一,本文分析了创业自我效能、创业风险感知的中介效应,未来研究中可以探索其他调节变量,如创业氛围、创业承诺、风险倾向,不同变量的引入为创业研究提供了更多的视角。第二,创业激情存在一种极端状态,即创业者过度强烈的创业激情使其产生不合实际的幻想,轻视创业风险,产生强烈的创业意愿,这种认知偏差的影响还有待进一步研究。第三,研究样本量的选择上,仅选取了具有代表性的部分省份大学生进行调研,未来研究可以延伸到全国各地,对创业活跃地区和欠活跃地区进行对比研究。在增加样本量的同时,验证模型的适用性。

主要参考文献

- [1]曹兴,汤勇.大学技术创业意向影响因素模型及实证研究[J].系统工程,2012,(11):68-76.
- [2]刘万利,胡培,许昆鹏.创业机会真能促进创业意愿产生吗——基于创业自我效能与感知风险的混合效应研究[J].南开管理评论,2011,(5):83-90.
- [3]李敏,董正英.风险认知因素对创业意愿的影响研究——感知风险的中介效应与规则聚焦的调节效应[J].管理工程学报,2014,(3):26-32,41.
- [4]马昆姝,胡培,覃蓉芳.创业自我效能研究述评[J].外国经济与管理,2008,(12):59-64.
- [5]温忠麟,叶宝娟.中介效应分析:方法和模型发展[J].心理科学进展,2014,(5):731-745.
- [6]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,(5):3-11.
- [7]Ajzen I. The theory of planned behavior[J]. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 1991, 50(2): 179-211.
- [8]Bandura A. Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change[J]. Psychological Review, 1977, 84(2): 191-215.
- [9]Baron R A. The role of affect in the entrepreneurial process[J]. Academy of Management Review, 2008, 33(2): 328-340.
- [10]Baron R A, Ward T B. Expanding entrepreneurial cognition's toolbox: Potential contributions from the field of cognitive science[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2004, 28(6): 553-573.
- [11]Baron R M, Kenny D A. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations[J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1986, 51(6): 1173-1182.
- [12]Baum J R, Locke E A. The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth[J]. Journal of Applied Psychology, 2004, 89(4): 587-598.
- [13]Baum J R, Locke E A, Smith K G. A multidimensional model of venture growth[J]. Academy of Management Journal, 2001, 44(2): 292-303.
- [14]Bierly III P E, Kessler E H, Christensen E W. Organizational learning, knowledge and wisdom[J]. Journal of Organizational Change Management, 2000, 13(6): 595-618.
- [15]Boyd N G, Vozikis G S. The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 1994, 18(4): 63-77.

- [16]Breugst N, Domurath A, Patzelt H, et al. Perceptions of entrepreneurial passion and employees' commitment to entrepreneurial ventures[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2012, 36 (1) : 171-192.
- [17]Cardon M S, Zietsma C, Saparito P, et al. A tale of passion: New insights into entrepreneurship from a parenthood metaphor[J]. *Journal of Business Venturing*, 2005, 20 (1) : 23-45.
- [18]Cardon M S. Is passion contagious? The transference of entrepreneurial passion to employees[J]. *Human Resource Management Review*, 2008, 18 (2) : 77-86.
- [19]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.
- [20]Cardon M S, Wincent J, Singh J, et al. The nature and experience of entrepreneurial passion[J]. *Academy of Management Review*, 2009, 34 (3) : 511-532.
- [21]Chen X P, Yao X, Kotha S. Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: A persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions[J]. *Academy of Management Journal*, 2009, 52 (1) : 199-214.
- [22]De Clercq D, Honig B, Martin B. The roles of learning orientation and passion for work in the formation of entrepreneurial intention[J]. *International Small Business Journal*, 2013, 31 (6) : 652-676.
- [23]Jamil A, Omar R, Panatik S A. Entrepreneurial passion, achievement motivation goals and behavioural engagements in Malaysia: Are there any differences across ethnic groups?[J]. *Asian Social Science*, 2014, 10 (17) : 17-28.
- [24]Keh H T, Foo M D, Lim B C. Opportunity evaluation under risky conditions: The cognitive processes of entrepreneurs[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2002, 27 (2) : 125-148.
- [25]Krueger Jr N F, Reilly M D, Carsrud A L. Competing models of entrepreneurial intentions[J]. *Journal of Business Venturing*, 2000, 15 (5-6) : 411-432.
- [26]Liñán F, Chen Y W. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, 33 (3) : 593-617.
- [27]Liu D, Chen X P, Yao X. From autonomy to creativity: A multilevel investigation of the mediating role of harmonious passion[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2010, 96 (2) : 294-309.
- [28]McMullen J S, Shepherd D A. Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur[J]. *Academy of Management Review*, 2006, 31 (1) : 132-152.
- [29]Mitchell R K, Busenitz L, Lant T, et al. Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2002, 27 (2) : 93-104.
- [30]Sheldon K M, Houser-Marko L, Kasser T. Does autonomy increase with age? Comparing the goal motivations of college students and their parents[J]. *Journal of Research in Personality*, 2006, 40 (2) : 168-178.
- [31]Sitkin S B, Weingart L R. Determinants of risky decision-making behavior: A test of the mediating role of risk perceptions and propensity[J]. *Academy of Management Journal*, 1995, 38 (6) : 1573-1592.
- [32]Tahsildari H, Hashim M T, Wan N M. Contributing transformational leadership towards organizational effectiveness through entrepreneurial passion[J]. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 2014, 5 (24) :216-224
- [33]Tajfel H, Turner J. An integrative theory of intergroup conflict[A]. Austin W G, Worchel S. *The social psychology of intergroup relations*[C]. Monterey, CA: Brooks/Cole, 1979: 33-47.
- [34]Vallerand R J, Blanchard C, Mageau G A, et al. Les passions de l'âme: On obsessive and harmonious passion[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2003, 85 (4) : 756-767.
- [35]Vallerand R J, Paquet Y, Philippe F L, et al. On the role of passion for work in burnout: A process model[J]. *Journal of Personality*, 2010, 78 (1) : 289-312.

Will Entrepreneurial Passion Help to Improve College Students' Entrepreneurial Intentions? Based on a Questionnaire Survey of College Students in Six Provinces

Fang Zhuo, Zhang Xiu'e

(*Business School, Jilin University, Changchun 130012, China*)

Abstract: The college students' entrepreneurship is an urgent need as for the implementation of national innovation-driven development strategy, and entrepreneurial passion can effectively enhance the entrepreneurial intentions of college student groups. From a perspective of entrepreneurial passion, this paper constructs a model of the relationship among entrepreneurial passion, entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial risk perception and entrepreneurial intentions. Based on a questionnaire survey of college students in six provinces, it uses SPSS and AMOS software to empirically analyze the promotion role of entrepreneurial passion in college students' entrepreneurial intentions. Results show that entrepreneurial passion can effectively promote the formation of college students' entrepreneurial intentions, and guide the entrepreneurial practice. In addition, entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial risk perception play a partial mediating role in the relationship between entrepreneurial passion and entrepreneurial intentions. At present, there is only theoretical research about the relationship between entrepreneurial passion and entrepreneurial intentions. This paper uses the sample of college students in China in empirical research for the first time, to explore and prove the specific role of entrepreneurial passion in entrepreneurial intentions. The results help to explore an effective way of transforming entrepreneurial passion into the intentions of entrepreneurial activities, formulate the policy stimulating college students' entrepreneurship and promote innovation-driven economic development.

Key words: college students' entrepreneurship; entrepreneurial passion; entrepreneurial self-efficacy; entrepreneurial risk perception; entrepreneurial intention

(责任编辑: 度 生)