

大学生社会支持对创业意向的影响： 创业自我效能为中介变量

王立宇 马泽霖 张小娇

海南热带海洋学院, 中国·海南 三亚 572022

【摘要】本研究旨在探讨大学生社会支持与创业意向之关系,以435名大学生进行调查研究,采用领悟社会支持量表,创业自我效能量表,创业意向量表来检视大学生社会支持、创业自我效能对创业意向的影响,以及创业自我效能对社会支持与创业意向之间的中介作用。研究结果显示:(1)社会支持对创业意向有显著正向预测力;(2)社会支持对创业自我效能有显著正向预测力;(3)创业自我效能对创业意向有显著正向预测力;(4)创业自我效能对社会支持与创业意向之间起到中介作用。

【关键词】大学生; 社会支持; 创业自我效能; 创业意向

【基金项目】海南省高等学校教育教学改革研究项目“大学生创业意向与创业行为的影响因素探究”(项目编号:Hnjg2024-105);海南省高等学校教育教学改革研究项目:“四个回归”视域下本科生导师制“十大育人”体系研究(Hnjgzc2023-33)。

1 引言

大学生创业不但有利于提供就业机会、增加就业岗位、减少就业压力以及缓解大学生毕业群体严峻的就业形势,还能有提升经济增长、促进技术革新和科技成果转变^[1]。做好创业的研究,对缓解大学生的就业压力,增进社会经济的和谐发展具有重要意义。

Hobfoll通过心理资源理论来说明,社会支持可以帮助个人赢得事业上的进展和成功^[2]。Krueger指出在进行创业之前一定要先拥有创业意向,只有具备潜在创业意向的创业者才可能真正从事创业行为,创业意向的一个重要影响因素就是创业自我效能^[3]。Kickul等人强调,学生的自信程度和对于创业的观念能够提高学生对于创业的思考以及可行性^[4]。还有研究在探讨了创业自我效能不同变量对创业意向的中介作用^{[5][6]},但很少有创业自我效能对社会支持与创业意向。在此基础上,本研究将探讨创业自我效能、社会支持、创业意向三者间的相互作用,以及创业自我效能对社会支持与创业意向是否有中介作用。

2 文献综述

Forbes认为,个体寻找并获得外界帮助的时候,可以增加个体自身创业的信念以及自信,随后付诸实施创业活动^[7]。因此本研究提出H1:大学生社会支持对创业自我效能有显著

正向预测力。Zhao等人的研究发现,如果个体创业自我效能越强,对自身创立公司的信心就越高,在未来进行创业活动的概率就越大^[5];Kickul等指出,学生如果具备较高自我效能,他们就越能够坚信自身可以成功创业^[4]。据此,本研究提出H2:大学生创业自我效能对创业意向有显著正向预测力。Lüthje和Franke认为无论是来自学校、家庭还是社会的影响,阻碍创业的环境会降低个体的创业意向,而支持创业的环境将会对个体的创业意向起促进作用^[8]。因此本研究提出H3:大学生社会支持对创业意向有显著正向预测力。

Yang等人研究了社会网络、创业自我效能和创业意向之间的关系,创业自我效能在其中充当中介变量,并发现情感支持性的强联系和创业自我效能可以增强创业意向^[6]。据此,本研究提出H4:大学生创业自我效能对社会支持与创业意向之间有中介作用。

3 研究方法

3.1 研究对象

研究对象为海南某高校大学生,采用立意抽样法进行样本抽取。本研究调查问卷共发放450份,收回问卷450份,其中有效问卷435份,有效回收率为96.6%。

3.2 研究工具

本研究将对样本进行分析的量表工具有：创业自我效能量表；领悟社会支持量表；创业意向量表，说明如下：

3.2.1 社会支持量表

本研究采用严标宾与郑雪修订的领悟社会支持量表^[9]，该量表包含3个维度，共有12题，采用五点计分法，从“1完全不同意”到“5完全同意”。该量表在本研究中的Cronbach's α 系数为0.905，累积总解释变异量为69.916%，具有良好的信、效度。

3.2.2 创业自我效能量表

本研究采用牛雪梅编制的创业自我效能量表^[10]，该量表包含4个维度，共有16题，采用五点计分法，从“1完全不同意”到“5完全同意”。该量表在本研究中的Cronbach's α 系数为0.929，累积总解释变异量为67.459%，具有良好的信、效度。

3.2.3 创业意向量表

本研究采用Liñán和Chen创业意向量表^[11]，该量表为单一维度，共6题，采用五点计分法，从“1完全不同意”到“5完全同意”，分值越高，创业意向越强。该量表在本研究中的Cronbach's α 系数为0.919，解释变异量为71.380%，具有良好的信、效度。

3.2.4 资料统计分析方法

本研究采用SPSS Statistics 22.0统计软件对所收集资料进行分析处理，使用描述性统计、Person积差相关分析以及回归分析等统计方法。

4 结果分析

4.1 研究对象描述统计

本研究调查问卷共发放450份，收回问卷450份，其中有效问卷435份，有效回收率为96.6%。其中性别：男生人数为154（35.4%），女生人数为281（64.6%）；是否独生子女：独生子女102人（23.4%），非独生子女占333（76.6%）；专业：人文类103人（23.7%），理工类52人（12.0%），艺术类29人（6.7%），体育类82人（18.9%），旅馆类75人（17.2%），商学类43人（9.9%），外语类51人（11.7%）。

4.2 变量描述统计与相关分析

从表1中可得各变量平均数和标准差为：社会支持（ $M=3.643$ ， $SD=0.618$ ），创业自我效能（ $M=3.420$ ， $SD=0.598$ ），创业意向（ $M=3.171$ ， $SD=0.788$ ），因为三个量表均为5点量表，根据研究结果显示，各变量在现状的表现均属于中上水平。本研究中的所有变量之间均存在显著正相关，社会支持与创业自我效能达到显著的正相关（ $r=0.473$ ， $p<0.01$ ）；社会支持与创业意向达到显著的正相关（ $r=0.298$ ， $p<0.01$ ）；创业自我效能与创业意向达到显著的正相关（ $r=0.639$ ， $p<0.01$ ），各变量相关系数介于0.298—0.639之间，因此没有共线性的问题。

表1 变量描述性统计与相关分析摘要表

变量	M	SD	社会支持	创业自我效能	创业意向
社会支持	3.643	0.618	1		
创业自我效能	3.420	0.545	0.473**	1	
创业意向	3.171	0.788	0.298**	0.639**	1

注：** $p<0.01$

4.3 回归分析

由表2的结果显示，各变量的整体F检验与标准化回归系数的p值均小于0.001，验证研究假设H1、H2、H3。

4.4 创业自我效能中介作用分析

如表2所示，社会支持对创业自我效能具有显著的解释力（ $\beta=0.473$ ， $p<0.001$ ），社会支持对创业意向具有显著的解释力（ $\beta=0.298$ ， $p<0.001$ ），创业自我效能对创业意向具有显著的解释力（ $\beta=0.639$ ， $p<0.001$ ），然而同时考虑社会支持与创业自我效能对创业意向之解释力时，社会支持的解释力不显著（ $\beta=-0.005$ ， $p=0.909$ ），而创业自我效能仍然显著（ $\beta=0.641$ ， $p<0.001$ ）。根据Baron和Kenny之判断标准，中介效果成立，创业自我效能完全中介了社会支持与创业意向之间的关系。以Sobel test来复检创业自我效能对社会支持和创业意向的中介效果：分析结果显示，中介效果达到显著（ $z=9.049$ ， $p=0.000$ ），显示社会支持透过后过创业自我效能进而影响创业意向，验证研究H4。

表2 中介效果回归分析摘要表

变量	创业自我效能		创业意向	
	模型1	模型2	模型3	模型4
社会支持	0.473***	0.298***		-0.005
创业自我效能			0.639***	0.641***
R ²	0.224	0.089	0.408	0.408
Adj R ²	0.222	0.087	0.407	0.406
F	124.696***	42.344***	298.902***	149.117***

注: ***p<0.001

5 结论与建议

5.1 结论

本研究得出以下结论:

社会支持正向显著预测创业自我效能; 创业自我效能正向显著预测创业意向; 社会支持正向显著预测创业意向; 创业自我效能在社会支持与创业意向之间起到完全中介作用, 表明大学生关键是通过创业自我效能来影响创业意向, 证明了大学生创业意向的促成主要是因为透过创业自我效能这个关键要素。

5.2 建议

学校应多开展多项创业竞赛活动以及增加创业实训课程, 在此过程中让大学生能够找到和发现自己的创业特长和方向。政府、学校、企业要加强合作, 提供更多的创业实践机会和条件给大学生, 在创业讯息、培训和资金方面给予大学生更好的保障和服务。学校应积极邀请校友与社会上的创业成功人士到校交流互动, 通过座谈会分享其创业心得以及创业团队的管理经验。创办多种创业型的学生社团, 可以加强学生的人际沟通, 还能培养和激发学生的协调与管理潜质。

参考文献:

[1] Gielnik M M, Frese M, Kahara-Kawuki A, et al. Action and

action-regulation in entrepreneurship: Evaluating a student training for promoting entrepreneurship[J]. Academy of Management Learning & Education, 2015, 14(1): 69-94.

[2] Hobfoll S E. Social and psychological resources and adaptation[J]. Review of general psychology, 2002, 6(4): 307-324.

[3] Krueger Jr N F, Brazeal D V. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs[J]. Entrepreneurship theory and practice, 1994, 18(3): 91-104.

[4] Kickul J, Gundry L K, Barbosa S D, et al. Intuition versus analysis? Testing differential models of cognitive style on entrepreneurial self-efficacy and the new venture creation process[J]. Entrepreneurship theory and practice, 2009, 33(2): 439-453.

[5] Zhao H, Seibert S E, Hills G E. The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions[J]. Journal of applied psychology, 2005, 90(6): 1265.

[6] Yang Y, Hu B. Research on Relationship between Social network, Entrepreneur Self- efficacy and entrepreneurship Intention[J]. Soft Science, 2011, 6: 59-63.

[7] Forbes D P. The effects of strategic decision making on entrepreneurial self-efficacy[J]. Entrepreneurship theory and practice, 2005, 29(5): 599-626.

[8] Lüthje C, Franke N. The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT[J]. R&d Management, 2003,33(2): 135-147.

[9] 严标宾, 郑雪. 大学生社会支持、自尊和主观幸福感的关系研究[J]. 心理发展与教育, 2006 (03): 60-64.

[10] 牛雪梅. 大学生社会网络、创业自我效能感与创业意向的关系研究[D]. 西南交通大学, 2017.

[11] 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.