

# 高校创业氛围对中国大学生创业自我效能的影响

## ——基于创业学习的中介作用

### THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL ATMOSPHERE ON ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY OF CHINESE COLLEGE STUDENTS WITH ENTREPRENEURIAL LEARNING AS INTERMEDIARY

吴胜艳<sup>1</sup>, 徐二明<sup>2</sup>, 阎洪<sup>3</sup>

Shengyan Wu<sup>1</sup>, Erming Xu<sup>2</sup>, Hong Yan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>泰国正大管理学院中国研究生院

<sup>1,2,3</sup>Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

Received: October 22, 2020 / Revised: January 20, 2020 / Accepted: January 29, 2020

#### 摘要

在中国“大众创业，万众创新”氛围影响下，中国高校创业教育持续推进，大学生作为潜在创业者，创业失败率居高不下，其创业自我效能不足是关键。本文基于自我效能感理论，对大学生创业自我效能感及其影响因素进行了梳理。从高校创业氛围、创业学习和创业自我效能三个方面切入，对中国东部和西部十所高校四百余名本科生进行了问卷调查分析，通过定量分析旨在厘清高校创业氛围对学生创业自我效能的影响关系，探索高校正式课堂以外的“教”多大程度上能通过学生“学”来提升学生的创业自我效能。研究发现，高校创业氛围对学生创业自我效能有显著正向影响，创业学习在创业氛围和创业自我效能感之间起到部分中介作用，学生对高校创业氛围的整体感知能影响其创业学习和创业自我效能的提升。创业自我效能是创业者在面对创业情境中可能存在的各种风险和不确定性的信心，对创业活动的开展有着重要作用，高校在开展创业教育的过程中，应注重多场景多层次创业氛围的营造，让学生通过多种创业学习促进其创业自我效能感的提升。

**关键词：**创业氛围 创业学习 自我效能感

## Abstract

Under the influence of the atmosphere of “mass entrepreneurship and innovation” in China, entrepreneurship education in Chinese colleges and universities continues to advance. As potential entrepreneurs, the failure rate of college students is high, and their lack of entrepreneurial self-efficacy is a key factor. Based on the theory of self-efficacy, this paper combed the entrepreneurial self-efficacy of college students and its influencing factors. From the entrepreneurship atmosphere at colleges and universities, entrepreneurship and entrepreneurial self-efficacy in three aspects, more than four hundred undergraduate students at 10 eastern and western colleges and universities in China underwent a questionnaire survey analysis through quantitative analysis. The aim was to clarify the relationship between entrepreneurial atmosphere influences on students’ entrepreneurial self-efficacy. It explored formal outside-the-classroom “teaching” as a way to identify to what extent the students’ “learning” could enhance their entrepreneurial self-efficacy. The study found that the entrepreneurial atmosphere at colleges and universities had a significantly positive impact on students’ entrepreneurial self-efficacy. Entrepreneurial learning played a partial mediating role between the entrepreneurial atmosphere and entrepreneurial self-efficacy. The overall perception of the entrepreneurial atmosphere at colleges and universities among the students could affect their entrepreneurial learning and the improvement of entrepreneurial self-efficacy. Entrepreneurial self-efficacy involves entrepreneurs in a business situation who are faced with various risks and uncertainty but have confidence in the development of entrepreneurial activities. It plays an important role in the process of business-pioneering education at colleges and universities. More outlooks for a multi-level entrepreneurial atmosphere should be built to motivate students through a variety of entrepreneurial learning, which will promote the growth of entrepreneurial self-efficacy.

**Keywords:** Entrepreneurial Atmosphere, Entrepreneurship Learning, Self-efficacy

## 引言

创业活动为经济发展创造新的增长点，同时创造了大量就业岗位，为技术创新和经济转型带来新的加速度。针对大学生群体，在政策支持、社会认可等方面中国政府各级部门为创业活动创造了良好氛围和条件。加之中国经济正值转型升级时期，年轻人敢想敢拼的创业精神使得大学生创业迎来了新的机遇。然而，近年来高校毕业生创业失败率居高不下。研究发现，大学生作为潜在创业者，创业学习不够且信心不足是关键问题，即创业自我效能不足是重要因素。创业研究领域近年来开始关注大学生创业，已有创业研究中大量学者从创业激情、社会网络、创业教育、创业能力等方面对大学生创业进行了研究。以往的创业教育多从创业课程设计去考量，鲜有研究从高校创业氛围切入探讨大学生通过学习获取知识提升创业自我效能的影响机制，高校创业氛围是学校为大学生营造的诸如创业文化、创业比赛、创业交流等各个要素的总和，

大学生日常的学习、生活等方面紧密联系在一起。自 Drucker (1985) 提出的创业可教论以来, 学界大量创业研究聚焦创业学习。大学阶段是学习的黄金阶段, 通过创业学习, 大学生获得创业知识后他们的创业自我效能会得到提高, 后续创业活动水平也会更高。《2019/2020 全球创业报告》(GEM) 数据显示, 青年创业者的创业自我效能普遍不高。现有研究针对一般创业者探究了创业自我效能的关键影响因素, 但专门针对大学生创业自我效能的研究比较少见; 对于高校育人的情境而言, 创业教育更应注重大学生创业自我效能等内涵的提升, 中西方关于创业教育对创业自我效能的正向关系已经得到了诸多学者的验证, 但创业教育是个笼统的概念, 包含课程教育和非课程教育 Yin 和 Zhang (2019) 等维度, 即高校的创业教育除了课堂所学, 更多的知识应该是在课堂之外习得, 本文引入高校创业氛围的概念, 把高校创业氛围定义为课堂以外高校提供的各类创业文化、创业比赛、创业交流的等各种要素的总和。主要是分析高校课堂以外的创业教育对大学创业自我效能的影响路径。大学生正值学习知识的黄金年龄, 作为潜在创业群体, 有必要对其所处高校创业氛围、创业学习和创业自我效能感之间的关系进行探究。深入探究高校创业氛围对创业自我效能的影响机制, 有利于高校在创业育人环节更有针对性的调整育人方针, 在注重创业课程教育的同时, 营造更丰富更适宜学生创业学习的高校创业氛围。本研究基于自我效能感理论的研究视角, 以中国高校本科生为研究对象, 结合心理学、管理学、社会学相关理论, 探讨大学生创业氛围、创业学习对创业自我效能感的影响, 扩展自我效能感理论在创业领域的应用, 以期丰富自我效能感理论。

## 研究目的

本文基于自我效能感理论, 对大学生创业自我效能感及其影响因素进行了梳理。从高校创业氛围、创业学习和创业自我效能三个方面切入, 通过定量分析旨在厘清高校创业氛围对学生创业自我效能的影响关系, 探索高校正式课堂以外的“教”多大程度上能通过学生“学”来提升学生的创业自我效能。旨在以大学生为研究对象, 为创业自学习和创业自我效能感研究提供更丰富的研究视角, 同时为高校创业教育提供决策参考。

## 文献综述

### 文献回顾与研究假设

美国心理学家班杜拉在 20 世纪 70 年代提出了自我效能理论, 认为自我效能感是“人们对自己能否利用所拥有的技能去完成某项工作行为的自信程度”(Bandura, 1977)。自我效能感指个体对自己是否有能力完成某一行为所进行的推测与判断。近年来, 该概念被引入创业研究领域。创业自我效能是一个更为广泛的构念, 是指个体对自身“动机能力、资源识别及可控行为”的认知评估, 并通过自我认知评估对其创业行为产生影响。

### 1. 高校创业氛围与创业自我效能感的关系

高校是开展创业教育的主要阵地，以往的相关研究主要把创业氛围作为创业教育的一部分整体考虑创业教育对创业自我效能的影响，高校创业氛围是大学生对学校创业文化、创业活动等各要素的整体感知，学校的创业氛围影响着学生创业意识和创业自我效能。著名的印度学者 Sarasvathy (2003) 在 *Journal of Economic Psychology* 上发表了名为 *Entrepreneurship as a Science of the Artificial* 的文章，跟传统创业学领域看法不同，她把人们看做一个正态分布图，正态分布的两端的少部分人分别是一定会成为创业者（即天生创业者）和一定不会成为创业者的群体，而正态分布的中间大部分人在某些条件下，有可能成为创业者，那么创业学的问题应该是：创造什么样的条件，帮助这大部分有创业意愿的人克服障碍成为创业者。Sarasvathy (2003) 的观点对创业教育有很大的启发，创业教育应该培养大部分有创业意愿的学生克服创业障碍、应对不确定性和创业风险的能力和信心，这种创业教育除了课程教育以外，应注重课堂之外营造良好创业氛围对学生创业品质进行塑造和培训；2019 年度中国大学生创业报告显示（2020 年 7 月中国人民大学发布），75% 的大学生曾有过创业意向，而最终真正选择创业的毕业生不到 10%，高校的创业教育应培养学生创业自我效能，使得大学生在应对创业风险和情境的不断变化时更加自信，三元交互理论 Bandura (1977) 一个重要的观点认为环境是可以影响个体行为的，高校的创业氛围很大程度是能够影响大学生这种创业自我效能的。这在很多学者的研究中都有所体现，Yang (2018) 通过实证研究验证了学校的创业教育（如开设创业实践课程、举办创业大赛等）能提升学生的创业自我效能，但研究中主要是把创业教育认为是理论教育和实践教学，单一的考虑创业教育对创业自我效能的影响，没有考虑学生创业学习在这两者之间的作用。个体的创业自我效能不是一成不变的，可以通过其经验的累积获到提升，进而提升后续创业活动的水平，张秀娥等学者把创业自我效能作为中介变量，研究了创业者经验通过创业学习、创业自我效能对创业机会识别产生间接影响关系 (Zhang et al., 2017)；Li 和 Zeng (2018) 通过对 11 所高校的研究生、本专科学学生调研，发现社会支撑（包括创业教育和社会保障两个维度）对大学生自我效能感有显著影响，验证了创业教育能提升大学生的自我效能感，但未细分创业教育的各个维度对创业自我效能的影响。Qi et al. (2017) 研究指出，处于创业氛围浓郁的环境的创业者其创业自我效能更高，高创业自我效能能更有效地开展后续创业活动，但未对创业氛围和创业自我效能之间的关系进行深入探究。针对大学生群体而言，创业自我效能感是一种能促使大学生付诸创业实际行动的一种内在信心和信念，它会通过大学生个体综合能力的增强以及外部环境的改善而提升。

基于此，本研究提出假设 1:

H1: 高校创业氛围正向影响创业自我效能感

## 2. 高校创业氛围与创业学习的关系

创业是人和环境持续互动的结果,创业过程是动态变化的过程。《Global Entrepreneurship 2019/2020 Global Report》(GEM)研究表明,在创业教育、文化和社会规范、创业融资、创业政策等影响中国创业生态框架 12 项指标中,学校创业教育得分排名最后,说明高校创业教育还有很多需要提升和完善的地方。创业教育的可教性理论 Drucker (1985) 为学界研究创业教育对创业学习的影响机理奠定了理论基础。Yin 和 Zhang (2019) 通过对 215 个大学生实证检验,说明大学生可以在学校创业氛围中(如参加创业比赛、进行创业实践等)进行创业学习间接提升创业自我效能,研究论证了创业教育能对创业学习产生积极的影响,但未把创业教育细化出来,特别是创业氛围对学生的影响没有做深入探讨,不同的教育形式能引发不同的学习行为 (Shan et al., 2014)。Xu et al. (2018) 通过对江苏省大学生新创企业负责人或创业团队核心成员调查研究,发现高校创业氛围对大学生创业能力起着重要作用。高校创业氛围作为创业教育的关键部分,能够引发学生对创业的兴趣、给学生带来新的思想,从而对高校学生的创业行为产生积极影响。对高校或相关的创业教育推广部门来说,创业教育的开展次数越频繁,创业教育的方式越多元且内容越丰富,学生的创业意向越强烈,也就越有可能参与到创业活动中 (Li, 2013)。Qu (2015) 通过构建网络创业教育对大学生早期网络创业行为的实证模型,指出创业教育包括创业氛围的营造会影响个体早期的创业行为。创业教育是创业知识有效传递的平台,高校创业氛围可以有效提升大学生创业信心,并增强大学生创业知识储备。Bandura (1977) 在三元交互理论里面指出,环境、个体和行为三者之间相互影响,具体来说,所处环境、个体学习和个体行为相互影响,Bandura (1977) 认为环境不断塑造人的个性特征,同时个体因素同时还会反作用于外部环境因素,并产生极为复杂的交互作用;具体到高校创业氛围和大学生创业学习的关系中,根据三元交互理论高校创业氛围能够影响创业学习,在高校创业氛围影响中,大学生可以了解创业的真实过程,学习并掌握一定的创业知识和相关信息,以提升自身的水平。

基于此,本研究提出假设 2:

H2: 高校创业氛围正向影响创业学习

## 3. 创业学习的中介作用

创业是一个持续的学习过程。Shan et al. (2014) 基于大量文献梳理,发现现有创业学习研究中主要有经验学习、认知学习和实践学习三个流派,如学者 Minniti 和 Bygrave (2001); Politis (2005); 等都强调创业知识源于经验, Minniti 和 Bygrave (2001) 研究认为创业者不仅要为了总结成功的经验而进行学习,而且还必须从失败中吸取教训,并且把创业学习定义为能够增强创业者自信心并扩充其知识集合的行为过程。Politis (2005) 基于前人对创业学习的研究,对创业者经验和创业先前知识两者之间进行了区分。

教育以人为本, 学生群体对创业氛围的主观感知影响着创业学习及后续创业行为, 高校创业氛围对大学生的影响贯穿在高校育人的全过程, 包括举办创业大赛, 邀请成功创业者演讲, 创业案例讨论, 这些活动为学生提供了观察学习的榜样, 潜在创业者通过具体的实践交流和比较, 感知自己和创业榜样的相似之处和差异, 学生通过模仿和交流进行创业学习, 其所处的高校创业氛围浓郁, 能获取的内化于心外化于形的创业知识越多, 从而提高大学生的创业自我效能。学者们的大量研究也验证了创业学习是创业自我效能感的一个重要解释变量 (Qi et al., 2017)。

基于此, 本研究提出假设 3:

H3: 创业学习在高校创业氛围和创业自我效能感之间的关系中起中介作用

理论模型图如图 1 所示:

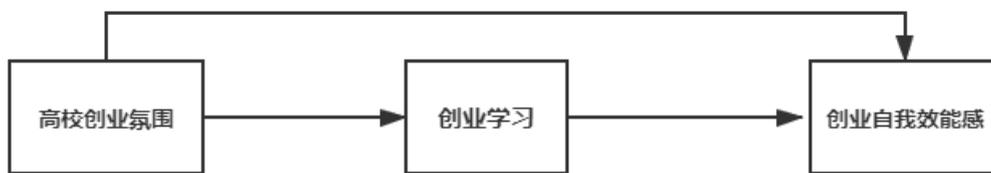


图 1 理论模型图

## 研究方法

本文采用问卷调查法开展研究, 问卷调查是一种基于某一特定样本进行信息搜集的方法, 研究者希望以此为基础得出关于样本总体的定量化描述。当前创业教育在中国高校日趋完善, 学校创业氛围营造的越来越好, 且越来越多的学生参与到诸如“创青春”、“互联网+”等创业大赛活动当中。本文的样本来源于中国本科院校的学生, 正式调查前邀请 40 名本科生进行了预测试, 根据结果对调查问项的表述进行了修改形成最终问卷。正式调查对象共有十所高校, 分别为东部和沿海地区的北京科技大学、南京工业大学、济南大学、潍坊学院等 5 所高校, 中西部地区贵州大学、贵州商学院、贵州财经大学、安顺学院、昆明理工大学 5 所高校, 主要考虑到中国东西部教育资源差异, 为保证调查结果的客观有效, 平均选取了东部和西部地区的各五所高校, 问卷发放之前对 10 所高校的创新创业教师做了培训和交流, 借助问卷星平台请本校创新创业负责教师向全国十所院校的本科生发放问卷, 去除答题时间不超过 1 分钟的问卷, 最终共收到 426 份有效问卷, 其中男性 127 名, 女性 299 名。

### 问卷设计

问卷包括高校创业氛围、创业学习、创业自我效能感三个部分。其中, 个人信息部分包括性别、所在年级两个题项。除个人信息之外, 其他问项均使用 5 点李克特量表, 1 表示“完全不同意”, 5 表示“完全同意”。

为了保证问卷的信度及效度,本文使用的量表大都来自权威文献,并结合具体的研究情境和大学生特质进行修改,最后形成问卷的主体部分。其中高校创业氛围的量表基于中国学者的研究,通过访谈和实际情境选定了三个题项,包括“学校经常举办创业大赛之类的活动”、“学校创业课程丰富”等3个测量题项。创业学习的量表来自 Politis (2005) 和 Hamilton (2011) 的研究,结合具体研究对象和问卷情境进行了修改,包括“喜欢通过组织或团体成员的支持和互动促进学习”、“能够实现知识转移”等3个测量题。创业自我效能感的量表来自 Yin 和 Zhang (2019) 的研究,并根据问卷情境进行了修改,具体包括“能够很好的掌控自己的情绪,不易焦虑或激动”、“在不同环境下,与不同人交流时,能很好适应”等3个测量题项。问卷正式发放之前邀请40名同学进行了预测试,根据预测试结果对问卷容易混淆的语义进行了修改,最终形成正式问卷。

## 数据分析

### 1. 信效度分析

对量表的信度进行分析,主要利用 Cronbach's  $\alpha$  系数判断量表整体可靠性。分析结果如下表1所示:

表1 信度分析结果

构面	问项	平均值 (标准差)	CITC	删除该项后的 $\alpha$ 系数	Cronbach's $\alpha$
高校创业氛围	FW 1	3.33 (1.057)	0.548	0.778	0.870
	FW 2	3.16 (1.111)	0.713	0.882	
	FW 3	3.13 (1.042)	0.553	0.668	
创业学习	XX 1	3.55 (1.057)	0.649	0.880	0.898
	XX 2	3.39 (1.164)	0.609	0.882	
	XX 3	3.31 (1.004)	0.664	0.876	
创业自我效能	XN 1	3.25 (1.077)	0.695	0.886	0.857
	XN 2	3.51 (1.087)	0.698	0.788	
	XN 3	3.36 (1.084)	0.667	0.881	

通过以上分析可以看到,每一个题项的 Corrected Item-Total Correlation: CITC 均在 0.548-0.713 之间, CITC 值均大于 0.5, 三个构面 Cronbach's  $\alpha$  均在 0.8 以上, 大于 0.7 的限制性水平, 这表明量表有比较好的信度。

量表的效度主要从内容效度和结构效度两个方面进行分析。本文的量表来自于学术期刊, 并且经过管理学领域专家讨论最终确定, 量表具有较好内容效度。采用探索性因子分析检验量表结构效度(见表2), 以主成分分析法提取因子, 以方差最大正交旋转获取因子载荷, 以特征根大于1为因子提取原则进行因子分析, 结果显示, KMO 值(Kaiser-Meyer-Olkin)为0.849, 大

于 0.7 的限制性水平。Bartlett 的球形检验的显著性为 0.000，小于 0.001，表明量表适合做因子分析。如表 3 所示，所有题项的因子载荷大于 0.6，不存在交叉载荷大于 0.4 的题项，因子的特征根均大于 1，累积解释方差达 69.153%，表明量表具有较好的区分效度，适合用于研究。

表 2 探索性因子分析结果

变量	题项	因子载荷	特征根
高校创业氛围	FW 1	0.741	4.524
	FW 2	0.851	
	FW 3	0.887	
创业学习	XX 1	0.751	3.824
	XX 2	0.835	
	XX 3	0.780	
创业自我效能感	XN 1	0.844	1.707
	XN 2	0.739	
	XN 3	0.641	

## 2. 回归分析

本研究使用 SPSS 软件包 24.0 来检验高校创业氛围对创业自我效能感的影响，数据分析结果如表 3、表 4、表 5 所示。

### 1) 主效应检验

首先进行主效应的假设检验，检验高校创业氛围对创业自我效能感的影响，将创业自我效能感为因变量，性别、年级设置为控制变量，高校创业氛围自变量进行回归分析。通过回归分析，构建了 3 个模型。模型 2 显示  $\beta = 0.223$ ， $p < 0.001$ ，即高校创业氛围对创业自我效能感有显著的正向影响，具体分析见表 3，主效应假设 H1 高校创业氛围正向影响创业自我效能得到验证。

表 3 主效应检验结果

解释变量	创业自我效能感	
	模型 1	模型 2
(常量)	3.769	3.214
性别	-0.115**	-0.077
年级	-0.006	-0.034
高校创业氛围		0.223***
R <sup>2</sup>	0.013	0.06
$\Delta R^2$	0.008	0.054
F	2.799*	9.04***

注：N = 426；\*\*\* $p < 0.01$ ，\*\* $p < 0.05$ ，\* $p < 0.1$

## 2) 中介效应检验

中介效应的验证一般采用经典三步法,首先验证自变量和因变量之间的关系,第二步验证自变量和中介变量之间的关系,第三步将中介变量均纳入自变量和因变量的回归分析中,验证他们之间的关系,然后再将前后的参数值进行比较,判断中介变量是部分中介还是完全中介下面就按照上述步骤进行检验。在进行主效应检验时已经验证自变量和因变量之间显著相关,接着验证自变量和中介变量之间的关系(如表 4 所示),高校创业氛围正向影响创业学习( $\beta = 0.272$ ,  $p = 0.000$ ),假设 H2 得到验证。

表 4 中介变量检验结果(第二步)

解释变量 (常量)	创业学习	
	模型 3	模型 4
性别	-0.055	-0.077
年级	0.060	-0.034
高校创业氛围		0.272***
R <sup>2</sup>	0.013	0.06
$\Delta R^2$	0.008	0.054
F	1.510*	11.818***

注: N = 426; \*\*\* $p < 0.01$ , \*\* $p < 0.05$ , \* $p < 0.1$

第三步把中介变量纳入自变量和因变量的回归分析中,如表 5 所示,比较模型 6 和模型 7,高校创业氛围对创业自我效能的影响  $\beta$  值从 0.223 变成 0.038,在创业学习的中介作用下,显著性从  $p = 0.000$ (非常显著)变为  $p = 0.03$ (显著),所以创业学习在大学生创业学习和创业自我效能感之间发挥了部分中介作用,假设 H3 得到验证。

表 5 中介效应检验结果(第三步)

自变量 (常量)	创业自我效能感		
	模型 5	模型 6	模型 7
性别	-0.115**	-0.077	-0.071**
年级	-0.006	-0.034	-0.051
高校创业氛围		0.223***	0.038**
创业学习			0.679***
R <sup>2</sup>	0.013	0.06	0.485
$\Delta R^2$	0.008	0.054	0.481
F	2.799*	9.04***	99.309***

注: N = 426; \*\*\* $p < 0.01$ , \*\* $p < 0.05$ , \* $p < 0.1$

基于前文实证研究结果,创业学习在高校创业氛围和创业自我效能之前起到部分中介作用,验证后的模型图 2 如下:

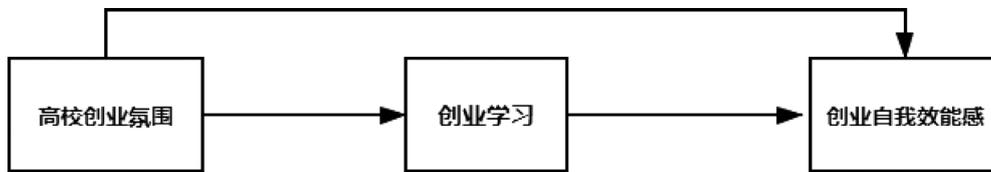


图 2 验证模型图

## 研究结果

创业教育是高校教育的重要部分,对学生创新精神培养尤为重要;梳理相关文献发现大学生创业教育相关研究主要集中在创业教育对大学生创业意向的影响 (Li, 2013)、创业教育对创业行为的影响 (Qu et al., 2015)、创业教育对创业能力的影响 (Xu et al., 2018) 等方面,且创业教育维度细分不够,现有创业教育研究中大都集中在课程教育及少部分非课程教育,对课程要求以外的创业实践和创业模仿等环节关注较少,本研究从高校创业氛围作切入,构建了高校创业氛围对创业自我效能的影响机制模型,考虑了潜在创业者大学生创业群体的独特性。基于创业领域研究中的成熟量表,结合大学生实际情况和实践情境,本研究设计了信度和效度均较好的问卷,采用问卷调查法收集到了中国十所高校高校本科生 426 份数据,运用多层回归分析处理数据,探索了高校创业氛围对创业自我效能感的影响,考察了创业学习在高校创业氛围和创业自我效能感之间的作用。得到了以下两个结论:

第一,高校创业氛围对创业自我效能感显著的正向影响;高校创业氛围能影响大学生创业信心,氛围越浓郁,大学生的创业自我效能越强。第二,创业学习在大学创业氛围和创业自我效能感之间起部分中介的作用,大学生置身于创业氛围浓郁的环境中,不仅仅是能提升创业自我效能,还能从环境中进行多方式的创业学习,从而提升自我效能。总体来看,高校创业氛围可以直接影响大学生的创业自我效能感,同时大学生通过创业学习能更好的把对创业氛围的整体感知转换为创业知识,从而提高创业自我效能感。大学生进行创业学习是提升其创业自我效能感的关键路径。

## 讨论

### 理论贡献

本研究的理论价值主要体现在以下两个方面,第一,本研究以大学生创业者这一独特群体作为研究对象,引入高校创业氛围,高校创业教育不应止于创业课程教育,创业精神的培育应该分布在大学生学习的多种场景中。研究揭示了大学生创业自我效能感提升的独特路

径。尽管以往研究针对一般性创业自我效能开展了广泛研究，然而大学生创业自我效能的产生及提升过程具有独特性。第二，本研究以创业学习为中介机制，深入探究高校创业氛围这一创业教育的关键因素对大学生创业自我效能感产生及提升的内在影响路径。以往研究大都关注了创业学习对创业能力的影响，忽视了创业知识的转化和吸收对创业自我效能感的作用，在创业失败率居高不下的情境下，大学生创业自信心的建立和提升也很重要；本研究对大学生创业学习在创业自我效能感产生及提升过程中的中介传导机制，进行了验证和探讨。

## 总结与建议

本研究在许多方面还存在值得探讨、改进的地方，主要存在以下不足之处：第一，样本的局限性。首先，由于时间和费用所限，本研究的调研范围较窄，样本数量较少。本研究主要以本科生样本为主体进行的问卷调研，虽然考虑到大学生作为潜在创业者主体，但是相对于中国大部分一般创业者来说，本研究可能代表性不足。在今后的研究中，可以将样本扩大到不同文化层次、不同区域的创业群体，从而增加样本的代表性，进一步对假设进行检验。其次，本研究只探讨了创业学习在创业氛围和创业自我效能感的中介作用，在今后研究中还应该进一步探讨创业自我效能感的其他影响因素。第三，研究方法的局限性。由于纵向数据获取的困难，本研究只是采用了横截面的调研数据，而没有对调研对象进行长时间跟踪，获取动态的调研数据，因此并不能够对理论模型中各个变量之间的因果关系得出完全肯定的结论。

大学生创业自我效能感是实施下一步创业行为重要变量，除了受到创业氛围影响外，还受其他因素诸如创业者个人特质、社会网络等方面的影响，以后的研究中可以进一步讨论，其次，创业学习是一个动态的过程，加之现今环境和创业情境的不确定性，创业者如何将快速对环境变化进行感知和反应，这是一个巨大的挑战，值得我们未来进一步深入思考和研究。

## References

- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, 191-215.
- Drucker, P. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- Hamilton, E. (2011). Entrepreneurial learning in family business. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(1), 8-26.
- Li, A. G., & Zeng, X. J. (2018). How do growth experience and social support influence the entrepreneurial motivation of college students?--The integration function based on entrepreneurial self-efficacy. *Foreign Economics and Management*, 40(4), 30-42. [in Chinese]
- Li, J. W. (2013). *Research on the action mechanism of entrepreneurship education on college students' entrepreneurial intention* [Doctoral dissertation]. Nankai University. [in Chinese]

- Minniti, M., & Bygrave, W. (2001). A dynamic model of entrepreneurial learning. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(3), 5-15.
- Politis, D. (2005). The process of entrepreneurial learning: A conceptual framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 399-424.
- Sarasvathy, S. D. (2003). Entrepreneurship as a science of the artificial. *Journal of Economic Psychology*, 24(2), 203-221.
- Shan, B. A., Cai, L., Lu, X. F., & Liu, Z. (2014). The connotation, dimension and measurement of entrepreneurial learning. *Studies in Science of Science*, 32(12), 1867-1875. [in Chinese]
- Qi, W. H., Zhang, X. E., & Li, Z. H. (2017). The influence of entrepreneurs' experience on the identification of entrepreneurial opportunities. *Science and Technology Progress and Countermeasures*, (15), 136-140. [in Chinese]
- Qu, J. Y., Zhang, C. Q., & Shi, Y. T. (2015). Research on the influence of network entrepreneurship education on college students' early network entrepreneurship behavior. *Science & Management*, 17(6), 108-114. [in Chinese]
- Xu, Z. D., Mei, Q., & Chen, T. M. (2018). Entrepreneurial knowledge and start-up business performance of college students: Multiple mediating effects of entrepreneurial learning. *Industrial Engineering and Management*, 23(3), 177-183. [in Chinese]
- Yang, X. R. (2018). Research on the influence of entrepreneurship education and previous experience on college students' entrepreneurial ability. *Technical Economy and Management Research*, (9), 36-41. [in Chinese]
- Yin, M. M., & Zhang, X. Y. (2019). On the path to improve the entrepreneurial ability of Chinese college students. *Scientific Research Management*, 40(10), 142-150. [in Chinese]
- Zhang, X. E., Qi, Q. H., & Li, Z. H. (2017). Research on the influence mechanism of entrepreneur experience on entrepreneurial opportunity identification. *Science Research*, (3), 419-427. [in Chinese]



**Name and Surname:** Shengyan Wu

**Highest Education:** Doctoral Candidate

**Affiliation:** Panyapiwat Institute of Management

**Field of Expertise:** Business Administration



**Name and Surname:** Erming Xu

**Highest Education:** Doctoral Degree

**Affiliation:** Panyapiwat Institute of Management

**Field of Expertise:** Strategic Management, Innovation and Entrepreneurship



**Name and Surname:** Hong Yan

**Highest Education:** Doctoral Degree

**Affiliation:** Panyapiwat Institute of Management

**Field of Expertise:** Operations Research, Supply Chain Management,  
Logistics Management, and Container Leasing Management