

How to Achieve the Entrepreneurship of University and College Students by Social Culture: Considering the Intermediary Role of Social Capital and Psychological Capital

Zheng Wang Jiayang Xu Shurui Feng Lanqian He Jiaying Tan Yishan Luo

Lingnan Normal University, Zhanjiang, Guangdong, 524000, China

Abstract

In order to explore the influence mechanism of social culture on college students' entrepreneurship, and to test the intermediary effect of social capital and psychological capital. In this study, 404 college students were investigated by questionnaire, so as to construct the relationship model among the four variables and explore the influence mechanism of college students' entrepreneurship. The results show that (1) Social culture affects psychological capital, social capital and entrepreneurship. (2) Social capital and psychological capital play a partial intermediary role in the relationship between social culture and entrepreneurship, accounting for 18.61% and 48.76% of the total effect, respectively. According to the above research results, for college students Suggestions are provided on the path of entrepreneurship training.

Keywords

university and college students' entrepreneurship; social culture; psychological capital; social capital intermediary effect

社会文化何以成就大学生的企业家精神：考虑社会资本与心理资本的中介作用

王征 许佳阳 冯淑睿 贺澜倩 谭嘉颖 罗怡姗

岭南师范学院, 中国·广东 湛江 524000

摘要

为探讨社会文化对大学生企业家精神的影响机制,并检验社会资本与心理资本的中介效应。本研究采用问卷调查法,对404名大学生进行调查,借此构建四个变量之间的关系模型,探索大学生企业家精神的影响机制。结果表明(1)社会文化影响心理资本、社会资本和企业家精神。(2)社会资本和心理资本在社会文化与企业家精神关系间起部分中介作用,中介作用分别占总效应的18.61%和48.76%。根据以上研究结果,为大学生企业家精神培养路径提供建议。

关键词

大学生企业家精神; 社会文化; 心理资本; 社会资本; 中介效应

1 引言

国际关于大学生企业家精神领域的研究不在少数,这些研究形成的测量量表、工具方法及理论发现可为本研究提供理论支撑与借鉴。但是,当前的大学生企业家精神文献主要集中在探讨创业实践中的企业家精神培育存在的问题,而忽略了区域社会文化环境在大学生企业家精神的孕育、成长过程中所发挥的重要作用,亦缺乏对特定社会文化环境下大学生企业家精神的培育路径的探讨^[1]。

本研究将社会文化中背景下的心理资本、社会资本抽出,

将其作为中介变量探讨大学生企业家精神的影响机制,为深入理解大学生企业家精神的生成机理提供理论依据,为高校开展创新人才培养活动、构建企业家精神长效培育机制、提高大学生创新创业能力以及完善高校创新创业教育体系提供有针对性的理论指导和实用工具^[4]。

2 文献综述与假设提出

2.1 社会文化影响社会资本

詹姆斯·科尔曼(1992)提出社会资本是指“能够通过协调的行动来提高经济效率的社会网络、信任和规范”。社

会资本形成的途径是多样的,有亲族、宗教、经济、政权等多种途径,特定的文化会影响社会资本的形成,然而在中国,儒家文化影响社会资本的形成^[1]。Turner(2005)研究认为当以某种血统规则构建起来的家族和更大的亲族结构真正代表着某种形式的社会资本,而且中国学者李翠华(2016)也谈到个人的家庭社会资本主要是家庭建立在信任、规范、制度或责任等基础上的人际关系网络并由此能够获得的各种家庭内外部资源。由此可知,家庭环境对社会资本的形成有着不容忽视的作用。甚至有学者认为文化就是一种社会资本^[2]。因此,社会资本是在社会文化下形成的,两者之间的关系不可分割。

依据以上分析,本研究提出假设:

2.2 社会文化影响心理资本

唐江兰(2011)认为社会文化是对社会群体施加广泛影响下的各种文化现象和文化活动的总称。社会文化蕴藏于社会各方面,经过长期的沉淀和发展,在不同的区域背景下形成了不同的学校文化、群体文化、家庭文化。

心理资本(Psychological Capital)是积极组织行为学(POB)领域的构念,是指在个体发展过程中表现出的一种积极心理状态(李超平,2008)。根据前人研究,所在高校氛围会影响心理资本^[15],影响个体积极的生理和心理结果(李林英&肖雯,2011),激发其心理潜能(Lyons,2006)。并且和谐的团队易于形成积极合作、互相信任和主动自愿的工作氛围,对其工作意愿和行为起巨大推动作用(Martin,Bush,2006)。此外,家庭教育方式对大学生心理资本有影响,民主主义式教育方式下成长的大学生心理资本水平较高,自由放任式教育方式次之,威权主义教育方式下的大学生心理资本水平最低(鞠蕾,2016)。社会文化环境不仅影响了个体或群体乃至组织、社区的心理资本水平,而且更深刻地形塑了心理资本的结构维度^[11]。

依据以上分析,本研究提出假设:

社会文化对心理资本有正向影响。

2.3 社会资本影响大学生企业家精神

社会资本与企业家精神存在一定相关关系。一方面,企业家精神中的冒险性与创新性影响社会资本的结构维度^[9]。另一方面,企业家社会资本结构、关系及认知是企业家精神形成与发展的重要影响因素,社会资本是企业家精神的基础

与集中体现(刘军伟,刘华,王伟,2018),社会资本中的关系维持对创新能力有直接影响^[6]。社会资本通过提供资源、分享资源和情感支持的方式强化了企业家精神^[9]也通过信息交换与认可以及企业家学习三方面决定了企业家创新精神的发挥^[7]。社会资本不仅可以促进企业家精神,也可以推动企业创新。社会资本的认知维度、关系维度和结构维度促进企业创新^[13]。社会资本对产品创新有着显著的正向影响^[14],成功的创业企业通过建立、融合和积累各种社会资本实现企业创新(Flora,Sharp,Flora,&Newlon,1997;Peng,Luo,2000;Peng,2003)。

依据以上分析,本研究提出假设:

社会资本对大学生企业家精神有正向影响。

2.4 心理资本影响大学生企业家精神

心理资本作为一个核心构念,包括自我效能感、乐观、希望和韧性四个能力^[15]。企业家精神是与风险承担能力、市场机会洞察能力以及创新创业精神等相关的一种个人特质,能使企业家在不确定环境中依靠个人创新能力、风险承担能力及冒险精神,主动开展商业活动^[9]。心理资本高的个体更敢于承担挑战性的任务,面对创业中的困难能够积极归因,并恰当地调整消极心理^[16]。大学生的心理资本对创业意向具有显著正向预测作用^[14],因此心理资本可能影响企业家精神。

依据以上分析,本研究提出假设:

心理资本对大学生企业家精神有正向影响。

2.5 社会文化通过社会资本、心理资本影响大学生企业家精神

基于以上文献分析,社会文化会影响社会资本和心理资本,而社会资本和心理资本会影响大学生企业家精神。因此,社会文化通过社会资本、心理资本影响大学生企业家精神。

据此提出如下假设:

社会文化通过社会资本、心理资本的中介作用对大学生企业家精神有正向影响。

3 研究方法

本研究以大学生为研究对象进行数据收集,采用网上收集问卷的方式,覆盖南北方地区,最初收回432份,对无效问卷剔除后,共404份,有效回收率为93.5%,问卷对象年龄集中在18—28岁,男106份,女298份。

表 1 社会资本与心理资本的中介模型

	社会资本				心理资本				企业家精神			
	模型 1-1		模型 1-2		模型 2-1		模型 2-2		模型 3-1		模型 3-2	
	B	VIF	B	VIF	B	VIF	B	VIF	B	VIF	B	VIF
常数	3.248***		1.502***		2.954***		1.066**		-.794		-3.217***	
学校	.034	1.018	-.015	1.028	.154***	1.018	.101**	1.028	.098*	1.018	-.005	1.059
性别	.010	1.031	.106	1.046	-.124	1.031	-.020	1.046	-.069	1.031	.007	1.044
年龄	-.062	1.036	-.178	1.039	.135	1.036	.010	1.039	.252	1.036	.178	1.039
职业	.021	1.061	.024	1.061	-.013	1.061	-.009	1.061	-.011	1.061	-.006	1.063
父母职业	.025	1.034	.005	1.040	.008	1.034	-.013	1.040	.007	1.034	-.003	1.037
社会文化			.608***	1.028			.657***	1.028				
心理资本											.628***	1.464
社会资本											.175***	1.413
F	.365		25.811		3.271		49.746		1.644		83.833	
ΔF			152.344***				270.992***				283.459***	
调整后的 R ²	-.008		.270		.027		.421		.008		.591	
ΔR ²			.277***				.390***				.577***	

N=404 *p<0.05, ** p< 0.01, *** p< 0.001

4 结果

4.1 样本统计

填写问卷的参与者年龄主要集中在 18 到 28 岁之间,以女生居多;参与者来自于中国各类院校,以普通二本类院校为主,其父母职业为农民、企业家或商人、教师或公务员等公职人员或其他职业。

4.2 观测变量之间的相关关系

通过对社会文化、社会资本、心理资本与企业家精神进行相关分析,结果显示,社会文化与社会资本呈正相关($r=.52, p<.001$),社会文化与心理资本呈正相关($r=.64, p<.001$),社会资本与企业家精神呈正相关($r=.54, p<.001$),心理资本与企业家精神呈正相关($r=.75, p<.001$),社会文化与企业家精神呈正相关($r=.70, p<.001$)。

4.3 中介模型的重回归分析

如表 1 所示,重回归分析模型 1 检验社会文化(X)对社会资本(M₁)的影响。第一步(模型 1-1)将基本变量作为自变量投入模型($R^2=-.008, F=.365, p<.001$),第二步(模型 1-2)将社会文化(X)作为自变量追加投入模型($R^2=.270, F=25.811, p<.001$)。前后两步相比较 R²变化了 .270, F 变化了 152.344, $p<.001$ 。因此,重回归分析模型 1 的信效度良好。此重回归分析的结果显示社会文化(X)对社会资本(M₁)的有正的影响($B=.608, p<.001, VIF=1.028$),此结果支

持假设 H₁^[10]。

重回归分析模型 2 检验社会文化(X)对心理资本(M₂)的影响。第一步(模型 2-1)将基本变量作为自变量投入模型($R^2=.027, F=3.271, p<.001$),第二步(模型 2-2)将社会文化(X)作为自变量追加投入模型($R^2=.421, F=49.746, p<.001$)。前后两步相比较 R²变化了 .390, F 变化了 270.992, $p<.001$ 。因此,重回归分析模型 2 的信效度良好。此重回归分析的结果显示社会文化(X)对心理资本(M₂)的有正的影响($B=.657, p<.001, VIF=1.028$),此结果实证假设 H₂。

重回归分析模型 3 检验社会资本(M₁)和心理资本(M₂)对企业家精神(Y)的影响。第一步(模型 3-1)将基本变量作为自变量投入模型($R^2=.008, F=1.644, p<.001$),第二步(模型 3-2)将社会资本(M₁)和心理资本(M₂)作为自变量追加投入模型($R^2=.591, F=83.833, p<.001$)。前后两步相比较 R²变化了 .577, F 变化了 283.459, $p<.001$ 。因此,重回归分析模型 3 的信效度良好。此重回归分析的结果显示社会资本(M₁)对企业家精神(Y)产生正的影响($B=.175, p<.001, VIF=1.413$),此结果支持假设 H₃;心理资本(M₂)对企业家精神(Y)产生正的影响($B=.628, p<.001, VIF=1.464$),此结果实证假设 H₄。通过以上三个重回归模型可知,社会文化(X)对社会资本(M₁)、心理资本(M₂)产生正向影响,社会文化对企业家精神产生正向影响,所以社会文化(X)对企业家精神(Y)的影响是通过社会资本、

心理资本进行中介的，此结果验证假设 H₅。

为了进一步检验中介模型，再参照 Hayes (2013) PRO-CESS for SPSS v2.13 (model 4) 提出的 Bootstrapping 方法进行中介检验，样本量选择 5000，在 95% 置信区间下，社会资本作为中介变量的检验结果如图 1 显示，社会文化能显著正向预测企业家精神 ($c: B = .6969, t = 19.24, p < .001$)；社会文化能显著正向预测社会资本 ($a_1: B = .5071, t = 12.31, p < .001, LLCI = .5018, ULCI = .6925$)；社会资本能显著正向预测企业家精神 ($b_1: B = .2172, t = 6.08, p < .001, LLCI = .1469, ULCI = .2875$)。而在纳入社会资本后，社会文化对企业家精神之回归系数下降，但仍达显著水平 ($c_1 = .5672, t = 13.92, p < .001, LLCI = .4871, ULCI = .6473$)。因此社会资本在社会文化对企业家精神的影响模型中发挥部分中介 (Partial mediation) 作用 ($a - b - c_1 = 0.0736$)，中介效果强度 = ($S_M = (a*b) / c = (c - c_1) / c = 18.61\%$)^[21]。

社会文化能显著正向预测心理资本 ($a_2: B = .6679, t = 16.83, p < .001, LLCI = .5899, ULCI = .7459$)；心理资本能显著正向预测企业家精神 ($b_2: B = .5088, t = 13.42, p < .001, LLCI = .4342, ULCI = .5834$)。而在纳入心理资本后，社会文化对企业家精神之回归系数下降，但仍达显著水平 ($c_2 = .3571, t = 9.07, p < .001, LLCI = 0.2797, ULCI = 0.4344$)，因此心理资本在社会文化对企业家精神的影响模型中发挥部分中介 (Partial mediation) 作用 ($a - b - c_2 = 0.1214$)，中介效果强度 = ($S_M = (a*b) / c = (c - c_2) / c = 48.76\%$)。

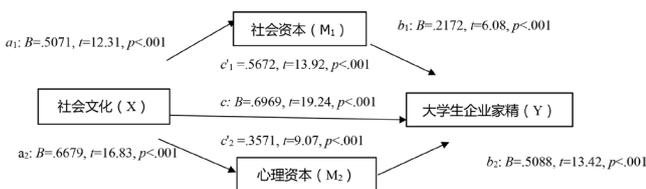


图 1 Bootstrapping 检验的中介效应

5 讨论与分析

5.1 社会资本的中介作用

本研究发现社会资本的中介作用显著。社会资本基于社会个体及组织间的信任而形成合作互动模式。社会资本结构、关系及认知是企业家精神形成与发展的重要影响因素。但社会资本不能使其持有者直接获益，因而只能通过将个人赋发展为企业家精神以充分利用来实现资本价值。社会资本是企业

家精神的基础与集中体现，企业家精神通过社会资本为企业或是自身提供所需的资源^[4]。

通过社会资本的中介作用，社会文化对大学生企业家精神的促进作用是显著的，影响也是多维度的。因此，要重视社会资本的影响，让其在社会文化的大背景下充分发挥作用。

5.2 心理资本的中介作用

社会文化会深刻地塑造心理资本的结构维度。父母应以身作则，具有良好的言行和正能量的思想品质，为子女企业家精神提供良好的家庭氛围。高校氛围会影响心理资本^[15]，因此高校应定期对大学生的心理资本进行测量，关注大学生心理资本的发展水平，并综合考察心理资本各因子的作用机理，设计心理资本整体开发方案，最大限度地发挥其对创业意向的积极作用，提高创业教育的有效性^[16]。国家应充分尊重大学生个性，鼓励创新精神，引导大学生参与社会实践，促进大学生自我效能感、韧性等多方面的提高，激发其潜能从而为国家培养创新驱动人才。

综上所述，社会文化中的良好的家庭教育、学校教育和环境都对人的心理健康、生活方式、价值观念产生积极的影响，是人拥有良好的心理资本的养分，而心理资本对于企业家精神的培养也有重要意义。通过心理资本的中介作用，社会文化对大学生企业家精神的促进作用是显著的，影响是多维度多角度的。

参考文献

- [1] 蔡华, 于永彦, 蒋天颖. 民营企业精神的测量与分析 [J]. 统计与决策, 2009, 2009(16): 163-165.
- [2] 陈斌开, 陈思宇. 流动的社会资本——传统宗族文化是否影响移民就业? [J]. 经济研究, 2018, 53(03): 35-49.
- [3] 胡少华. 儒家文化与社会资本的形成 [J]. 经济界, 2016(05): 83-91.
- [4] 金中坤, 潘镇. 企业家精神、社会资本与 OFDI 地区差异分析 [J]. 技术经济与管理研究, 2016(02): 8-13.
- [5] 李西焱, 弋亚群, 苏中锋. 社会关系对企业家精神与创新关系的影响研究 [J]. 研究与发展管理, 2010, 22(05): 39-45.
- [6] 林筠, 刘伟, 李随成. 企业社会资本对技术创新能力影响的实证研究 [J]. 科研管理, 2011, 32(1): 35-44.
- [7] 刘兴国. 社会资本与企业发展 [J]. 华东经济管理, 2008, 22(3): 101-104.

- [8] 钱海燕, 张晓, 杨忠. 企业家精神与中小企业国际化——基于企业家社会资本的分析 [J]. 南京大学学报, 2009(6):64.
- [9] 吴誉, 焦珊, 朱学义. 企业家精神与企业国际化路径的联系 [J]. 当代经济, 2008(3):16-17.
- [10] 詹姆斯·科尔曼. 社会理论的基础 [M]. 社会科学文献出版社, 1992.
- [11] 张铭. 心理资本影响因素研究回顾及拟议框架 [J]. 商业经济与管理, 2017, 37(12):24-34.
- [12] Avey, J.B., Reichard, R.J., Luthans F., & et al. (2011) Meta-analysis of the impact of positive psychological capital on employee attitudes, behaviors, and performance, *Human Resource Development Quarterly*, 22(2):127-152.
- [13] Camps, S., & Marques, P. (2014) Exploring how social capital facilitates innovation: The role of innovation enablers, *Technological Forecasting & Social Change*, 88:325-348.
- [14] Carmona-Lavado, A., Gloria Cuevas-Rodríguez, & Cabello-Medina, C. (2010) Social and organizational capital: Building the context for innovation, *Industrial Marketing Management*, 39(4):681-690.
- [15] Fred Luthans, Steven M. Norman, Bruce J. Avolio, & James B. Avey (2008) The mediating role of psychological capital in the supportive organizational climate—employee performance relationship, *Journal of Organizational Behavior*, 29(2):219-238.
- [16] 赵倩, 陈国鹏. 职业价值观、心理资本与大学生创业意向 [J]. 继续教育研究, 2018(2).