

创业成功观量表开发及对创业 呼唤预测效度研究^{*}

● 陈建安¹ 芦梦婷² 武雪朦³

(1 武汉大学中国产学研合作问题研究中心 武汉 430072;

2, 3 武汉大学经济与管理学院 武汉 430072)

【摘要】围绕“成功对于创业者来说意味着什么”的核心议题，基于对22名学生创业者的访谈材料和两轮针对参加创业课程学习的在校大学生的大样本调查数据，编制了由经济回报导向、内在满足导向和社会影响力导向三个维度构成的创业成功观量表。基于183名学生创业者的调查数据，以创业呼唤为效标，揭示创业成功观的预测效度，结论如下：创业成功观正向预测创业呼唤，且创业进展感知增强创业成功观对创业呼唤的预测效度。从现象学视角对创业成功观的量表开发及预测效度的研究，拓宽了对创业成功认知从结果状态的标准论到价值取向的特质论的研究思路。

【关键词】经济回报导向 内在满足导向 社会影响力导向 创业呼唤 创业进展感知

中图分类号：F270 文献标识码：A

1. 引言

创业成功是每位创业者追求或利益相关者对创业者期待的结果，但是人们对创业成功的理解千差万别。因此，什么是创业成功以及如何测量创业成功，是否有统一的标准来衡量创业者的创业结果，或者成功对于创业者来说意味着什么，这些问题都是进行创业研究的关键议题。鉴于创业成功比较抽象，难以给人直观感受，实务界人士或理论界学者们试图提炼公认的创业成功标准。其中，关于可操作化的评价标准，客观创业成功是以外在客观的标准来评判达成的创业成功(如盈利、拥有注册办公室、拥有员工、创造就业岗位、

^{*} 基金项目：国家社会科学基金项目“中国大学生创业成功标准及其与创业行为的关联机制研究”(项目批准号：BIA150092)，湖北省科技厅软科学研究项目“以‘双创’平台促进湖北高质量创业者集聚对策研究”(项目批准号：2019ADC106)。

通讯作者：陈建安，E-mail: cja_818@126.com。

维持财务流动性、为员工提供福利、与客户维持长期合作) (Staniewski & Awruk , 2018) ; 主观创业成功则是个体对已经获得的创业成果状态的积极评价, 如对企业发展、顾客数量、员工完成任务结果、公司竞争力和已建企业发展目标达成的满意水平(Staniewski & Awruk , 2018) 。两者的差异在于, 对达成的成功状态是采取客观参照点比较还是主体的主观评判。就创业成功的指向客体来说, 研究对象存在创业企业和创业者, 从而创业成功标准存在创业企业的成功(如企业存续、企业盈利能力、企业成长、企业形象、客户满意度、社会责任、企业创新、商业计划实施) (Wach et al. , 2016; Wiktor & Mariola , 2018; 张秀娥和赵敏慧, 2018) 和创业者的成功(如个人的财富创造、成就感、社区影响力、创业满意度、生活满意度和心理幸福感) (Lau et al. , 2007; Reijonen & Kompola , 2007; Wach et al. , 2016; Angel et al. , 2018; Staniewski & Awruk , 2018) 。总体而言, 这些研究旨在识别判断创业成功的状态标准, 从具象学视角以第三人称的“观察”作为出发点, 凸显创业成功的外在具体化、可感化。但是, 基于标准的方法假设创业者以相同的方式来诠释创业成功的达成状态, 忽视了创业者可能对公认的成功标准赋予不同的内涵及对不同成功标准的重视程度。

现象学方法则力求不带任何预设地直观认识“成功”, 从第一人称经验(创业者自己的感受) 出发去还原“成功”的本质, 即回到原始的意识现象。遵循现象学的思路来诠释创业成功的主要优势在于能够揭示个人对创业成功理解的潜在差异, 突出“成功”的价值观。价值观与目标的概念有关, 意味着对目标的愿望和希求(Fayolle et al. , 2014) 。当然, 相对于创业价值观, 创业成功观指向的客体更加具有针对性, 表现了创业者对于创业领域“成功”的价值认知。依据 Trope 和 Liberman(2010) 的解释水平理论, 时间距离将对创业的希求与可行性区分开来。当将一项新风险事业的成功达成解释为发生在遥远的未来而不是不久的将来时, 创业者关注的是期望(目标) 而不是可行性(Chen et al. , 2018) 。期望目标往往是创业者最普遍的初始信念, 在很大程度上决定他们创业的内容(如商业项目创业或社会公益创业) 和发展空间。因此, 引入创业成功观, 从现象学视角关注创业者对成功的理解和赋予意义, 更有利于促进创业的持续发展。

随着政府和高校对学生的就业指导思想从鼓励就业拓宽到支持创业, 在大学校园内外从事商业活动的在校学生创业者逐渐成为一个不可忽视的特殊群体。当然, 试水创业既是他们创业成功观形成也是创业呼唤搜寻或被唤醒的关键期。因此, 本文以学生创业者为调查对象, 按照规范流程开发创业成功观的量表, 并引入创业进展感知作为情境条件, 揭示创业成功观对创业呼唤的预测效度。从基于标准的具象学方法向基于理解的现象学方法转变, 便是从视象到心象的转换, 从而拓宽了创业成功从结果状态论到价值观研究的新思路。

2. 创业成功观的量表编制

2.1 访谈编码与量表题库整理

创业成功观代表个体对于成功的需求(成功对于创业者来说意味着什么) , 并非成功达成的评判标准。依据解释水平理论, 对远心理距离的成功, 创业者使用抽象、本质和整

体的特征进行高水平解释，突出创业成功去情境化的价值观特征；对近心理距离的成功，创业者则以具体、表面和局部的特征开展低水平解释，强调创业成功的相对非结构化和情境化的状态标准特征。因此，本研究选择与成功心理距离比较远的 22 名在校大学生创业者进行半结构化访谈，旨在调查其对成功的本质理解。开放性问题包括：开始创业的动机是什么？当时设想的创业预期(目标)是什么？创业成功对你来说意味着什么？

2.1.1 开放式编码

初始编码之前，按照以下两个标准对访谈材料进行初步筛选：(1) 访谈语句中所聚焦的中心点为创业成功观的测量，而不是创业动机或者创业意图；(2) 访谈语句中所涉及的创业成功观能够应用于所有的创业情境，而不是只能针对某种特殊的情境。按照开放式编码的要求，对筛选完成后的原始访谈材料逐字逐句进行基础编码形成原始语句。本研究共得到 530 个原始语句，整理并摘录部分访谈观点如下：“我想创业对我来说就是创造出一种独立运营的模式。帮助我能在社会中适应下来，能把想法实现，能够得到社会的认可，就可以视为创业成功”“我认为创业成功即通过创业能够提升个人能力，实现个人的创业理想，看看是否有机会做成，但不一定要赚钱，能够实现短期收支平衡即可”“我开始创业的动机来源于自己的想法和点子，之后召集老乡同学，希望实现自己的想法，属于成就感驱动，但属于玩的心态。所以创业成功对我来说就是尽力实现自己的想法，有经历体验就好，不一定要盈利赚钱”。在原始语句的基础上，采用双盲方式对原始语句分别编码，依据最大可能性原则和意思相同或相近原则，总结提炼代码，产生 50 个初始概念，并对初始概念进行分类组合获得 11 个子范畴，分别为个人经济收入、个人创业绩效、公司发展前景、公司财务状况、自我价值实现、能力培养与发展、社会关系积累、工作家庭平衡、生活满意度、社会身份认可和社会贡献，如表 1 所示。

表 1 访谈材料的编码分析结果

主范畴	子范畴	初始概念(题项)	原始语句
经济回报	个人经济收入	A1 通过创业获得丰厚的月收入	1. 通过创业，我能获得丰厚的月收入(10)
		A2 创业收入多于大多数同龄人	2. 通过创业，收入比身边大多数同学朋友的高(9)
		A3 作为一个商人，收入在同行中较高	3. 作为商人，通过创业获得的收入是同行中较高的(10)
		A4 通过创业实现财务自由	4. 通过创业获得财务独立和自由，想买什么就买什么(12)
		A5 我可以被认为是一个富有的人	5. 通过创业，我可以被看作是一个富有的人(11)
		A6 赚了很多钱	6. 通过创业，我的产品能挣很多钱(11)
	个人创业绩效	A7 创业工作表现非常好	7. 我在创业的过程中，总体工作表现非常好(12)
		A8 创业工作的质量很高	8. 我的每项创业工作的完成质量都很高(11)
		A9 每一步创业工作都完成得很好	9. 在创业的过程中，我的每一个步骤都完成得很好(11)
		A10 他人看到我在创业工作上有好的绩效	10. 每一个人都可以看到我在创业过程中有很好的绩效(11)
		A11 创业工作上的效率很高	11. 我创业的每一项工作都完成得很快，效率很高(12)

续表

主范畴	子范畴	初始概念(题项)	原始语句
经济回报	公司发展前景	A12 所创公司正逐步发展	12. 在我的经营管理下, 所创公司正逐步发展(12)
		A13 所创公司的发展很繁荣	13. 在我的管理下, 所创的公司发展繁荣, 蒸蒸日上(11)
		A14 所创公司很有希望	14. 总体来说, 所创的公司发展有希望、有前途(12)
	公司财务状况	A15 所创公司的财务状况稳定	15. 创业不是做慈善, 我所创办公司财务方面有稳定收入(11)
		A16 所创公司的订单很稳定	16. 所创办公司每月有稳定且逐步增长的顾客和订单量(10)
		自我价值实现	A17 在创业生涯中完成有价值的事情
A18 在创业生涯中做成我想做的事情	18. 我有自己的想法, 想通过创业尽力实现自己的想法(12)		
A19 有机会做自己最擅长的事	19. 我可以通过创业主导从事的工作, 做自己擅长的事情(10)		
A20 创业中自己的理想得到实现	20. 我很小就有创业的理想, 想通过创造出一种独立运营的模式实现创业理想(11)		
A21 创业中有热情有激情, 感到充实	21. 我的内心热爱创业, 创业让我感到有意义(11)		
A22 愿景和信仰在创业中得到证明	22. 我一直以来都有创业的想法, 认为创业是一种价值观的选择, 创业是我的信仰(11)		
A23 在创业中有独立、自由、自豪的感觉	23. 通过创业, 我感到独立自由, 感到自己能站在比同龄人更高的地方看世界(10)		
能力培养与发展	A24 有能力把创业做好, 可以胜任创业		24. 通过创业做一些实践性强的工作来锻炼自己的能力, 最终把企业做好(12)
	A25 对创业过程中能力提高的进度满意		25. 在创业过程中, 抗压能力、问题解决能力和时间管理能力均得到较大提升(11)
	A26 潜力得到充分的发挥	26. 通过创业发现并发挥自己的潜力, 更客观地认识自己(11)	
	A27 得到充足的发展空间	27. 不喜欢循规蹈矩的生活, 创业给我提供挑战和发展机会(11)	
	A28 获得很多机会促进个人成长	28. 通过创业, 内心更加成熟开放, 可以实现自身持续发展(12)	
社会关系积累	A29 拓展了非常好的人脉	29. 通过创业, 接触很多一线用户, 拓展了自己的人脉(12)	
	A30 在社会中获得任何层次的人的帮助	30. 在我需要的时候, 可以从社会中获得任何层次的人的帮助(10)	
	A31 拓展了相当多的社会联系	31. 通过创业的过程, 我与社会中很多团体和个人有一些联系(10)	
	A32 人际关系变得非常广	32. 认识了很多, 我的人际关系和圈子因为创业而变得更大(12)	
工作家庭平衡	A33 创业和家庭实现了平衡	33. 创业过程中, 我能兼顾家庭, 实现创业和家庭的平衡(8)	
	A34 可以支配的自由时间增多	34. 通过创业, 在工作和生活中, 我可以自由支配的时间较多(10)	
	A35 有时间和家人、朋友相处	35. 通过创业, 有时间和家人、朋友相处, 情感生活丰富(7)	
	A36 在创业中对生活状况非常满意	36. 我在创业的过程中, 对于自己的生活状态总体满意(12)	
生活满意度	A37 通过创业生活质量得到提高	37. 通过创业, 我的生活质量提高(12)	
	A38 通过创业感到活得自在舒服	38. 通过创业, 我感到自己活得很自在舒服(11)	
	A39 通过创业生活环境变得理想	39. 通过创业, 我可以在理想的环境中生活(12)	
	A40 在创业中孤独、沮丧等情绪减少	40. 在创业过程中, 整体而言, 我的情绪较为高涨, 很少体验到孤独和沮丧(10)	

续表

主范畴	子范畴	初始概念(题项)	原始语句
社会影响力	社会身份认可	A41 我因为商人身份得到尊重	41. 我因为创业者或商人的身份得到社会上其他人的尊重(12)
		A42 创业给予我社会地位	42. 通过创业, 我的社会地位得到提升(11)
		A43 同行中大多数人认为我是杰出商人	43. 通过创业, 同行中大多数人认为我是一个杰出的商人(11)
		A44 创业同行中很多人知道我	44. 因为创业, 在同行中许多人听过我的名字, 知道我从事的创业项目(9)
		A45 我在创业同行中得到很好的声誉	45. 通过创业, 我在同行中得到好声誉, 他们对我评价很高(10)
		A46 其他人认可我的创业成就	46. 其他人对我的创业成果感兴趣, 而且觉得我做得好(9)
		A47 朋友欣赏我通过创业获得的成就	47. 朋友和同学会欣赏、羡慕我通过创业所取得的成果(9)
	社会贡献	A48 通过创业为社会贡献很多	48. 通过创业, 可以创造新兴的产品和模式来方便人们和解决相应社会问题(12)
		A49 通过创业对社会产生价值	49. 通过创业, 产品和服务对社会产生了一定的价值(12)
		A50 通过创业可以回馈社会	50. 通过创业, 可以解决人们的需求, 让社会变得更好(11)

注 “原始语句”栏中, () 中的数字表示被试提到的事件频次, 如(11) 表示被试提到该事件 11 人次。

2.1.2 主轴编码

依据 11 个子范畴在概念内涵上的关联性和逻辑次序, 经过反复比对分析, 提炼出学生创业者在理解成功时的三类主范畴: 经济回报、内在满足和社会影响力。“经济回报”强调创业者对高收入的追求和公司的经济绩效, 包括: (1) 创业者的个人经济收入; (2) 创业者作为公司所有者的创业绩效表现; (3) 公司发展前景; (4) 公司财务状况。“内在满足”涉及创业者的心理体验, 包括: (1) 自我价值实现; (2) 能力培养与发展; (3) 社会关系积累; (4) 工作家庭平衡; (5) 生活满意度。“社会影响力”则描述创业者希望通过创业而获得的社会影响, 包括: (1) 社会身份认可; (2) 社会贡献。其中, 经济回报和内在满足属于个人取向的维度, 社会影响力则属于社会取向的维度。

2.2 探索性因子分析

根据访谈材料编码的分析结果, 编制创业成功观的初始问卷, 每一条目采用李克特五分制。不管是在创业路上还是并没有投入创业的在校大学生, 对创业成功体验的心理距离都大, 从而他们对创业成功的理解更为抽象(Chen et al., 2018)。因此, 参加创业课程学习的在校大学生作为编制量表的调查样本是合适的。第一轮数据收集共向在汉高校参加创业课程学习的在校大学生发放问卷 300 份, 除去无效填答问卷 39 份, 有效问卷为 261 份。其中, 从性别来看, 男性 150 人(占 57.5%), 女性 111 人(占 42.5%); 从学历来看, 大一在读的 74 人(占 28.4%), 大二在读的 61 人(占 23.4%), 大三在读的 61 人(占

23.4%)，大四在读的 62 人(占 23.8%)，研一及以上在读的 3 人(占 1.1%)；从所学专业来看，理科类专业 52 人(占 19.9%)，工科类专业 97 人(占 37.2%)，医科类专业 5 人(占 1.9%)，经济管理类专业 71 人(占 27.2%)，文科类专业 32 人(占 12.3%)，师范类专业 2 人(占 0.8%)，其他专业 2 人(占 0.8%)；从创业计划来看，95 人今后打算从事创业活动(占 36.4%)，166 人尚在观望(占 63.6%)；从家庭成员创业经历来看，98 人的家庭成员(父母或兄弟姐妹)有过创业经历(占 37.5%)，163 人的家庭成员从未有过创业经历(占 62.5%)。

2.2.1 一阶探索性因子分析

创业成功观初始量表的 Cronbach's α 值为 0.937>0.70，表明该量表的总体信度较高。并且，探索性因子分析结果显示，KMO 值为 0.878>0.70，Bartlett 球形检验结果的 $\chi^2 = 6864.343$ ，在 0.01 水平上显著，表明对 261 份数据进行探索性因子分析是适宜的。对初始问卷中的 50 个题项进行主成分分析，按照特征值大于 1 的原则抽取因子，并采用方差极大正交旋转法获得因子载荷矩阵，如表 2 所示。按照共同度低(小于 0.50)和多重高负荷(多个因子负荷超过 0.40 或多重负荷相差小于 0.20)的排除标准，共删除 18 个条目。其中，5 个条目的共同度低于 0.50，9 个条目因子载荷低于 0.50 和 4 个条目跨因子载荷超过 0.40 或多重负荷相差小于 0.20。删除这些条目之后，得到由 32 个条目构成的 9 维度结构，可以解释 67.558%的总方差。

表 2 一阶探索性因子分析结果

题项	共同度	因子 1	因子 2	因子 3	因子 4	因子 5	因子 6	因子 7	因子 8	因子 9
A1	0.704	0.825								
A2	0.630	0.729								
A3	0.571	0.687								
A4	0.592	0.696								
A5	0.530	0.680								
A7	0.703		0.800							
A8	0.662		0.746							
A9	0.616		0.716							
A11	0.515		0.609							
A12	0.655			0.635						
A13	0.744			0.780						
A14	0.730			0.786						
A15	0.704				0.745					
A16	0.775				0.833					
A22	0.621					0.663				

续表

题项	共同度	因子 1	因子 2	因子 3	因子 4	因子 5	因子 6	因子 7	因子 8	因子 9
A23	0.614					0.666				
A26	0.663					0.697				
A27	0.702					0.754				
A28	0.668					0.747				
A29	0.604						0.606			
A30	0.552						0.606			
A31	0.705						0.771			
A32	0.788						0.860			
A37	0.732							0.755		
A38	0.726							0.765		
A39	0.729							0.758		
A41	0.657								0.685	
A43	0.723								0.795	
A44	0.711								0.778	
A48	0.749									0.777
A49	0.746									0.788
A50	0.796									0.816
特征值		3.166	2.935	2.620	2.581	2.346	2.342	2.059	2.052	1.518
因子方差贡献率(%)		9.893	9.173	8.187	8.065	7.332	7.319	6.433	6.412	4.743
累计方差贡献率(%)		9.893	19.067	27.254	35.318	42.650	49.970	56.403	62.815	67.558

因子 1 被命名为“个人经济收入”，描述创业者对于创业给自己带来的收入和财富的看法和诉求。因子 2 被命名为“个人创业绩效”，描述创业者在创业成功方面对于个人工作的绩效和质量的看法。因子 3 被命名为“公司发展前景”，描述所创公司的未来发展预期和空间。因子 4 被命名为“公司财务状况”，描述所创公司的经营状况，主要是财务方面的盈利和稳定性。因子 5 被命名为“自我价值实现”，描述创业者在创业过程中理想实现和个人成长的追求。因子 6 被命名为“社会关系积累”，描述创业者通过创业希望追求的人际交往和人脉联系。因子 7 被命名为“生活满意度”，描述创业者通过创业对于生活质量提升的诉求。因子 8 被命名为“社会身份认可”，描述创业者在社会中地位和身份的追求。因子 9 被命名为“社会贡献”，描述创业者希望通过创业为社会带来影响和贡献的诉求。

总体来说，探索性因子分析结果与访谈材料编码结果基本吻合，创业成功观由“个人经济收入”“个人创业绩效”“公司发展前景”“公司财务状况”“自我价值实现”“社会关系积

累”“生活满意度”“社会身份认可”和“社会贡献”九个维度构成。其中，访谈材料编码中“自我价值实现”“能力培养与发展”合并为探索性因子分析中的“自我价值实现”维度；“工作家庭平衡”在探索性因子分析中并没有得到体现，可能原因在于：第一，调查对象是参与创业课程学习的在校大学生，学生身份使其距离构建独立的家庭尚远，因此在理解创业成功之时并未过多考虑家庭因素；第二，虽然中国人的家庭观念很强，但是创业异常复杂和充满风险，为创业投入大量的时间、精力和资源导致家庭和创业难以兼顾。甚至，家庭和创业的二元对立思想让艰辛的创业者为追求创业成功而牺牲家庭的和谐。

2.2.2 二阶探索性因子分析

鉴于创业成功观是一个组合型多维构念，对其的测量从成功取向维度展开。根据访谈材料编码结果，创业成功观在九个因子的基础上存在更高阶的维度。并且，九因子的KMO值为0.819，Bartlett球型检验结果在0.01水平上是显著的，说明一阶因子中确实存在共享的高阶因子。因此，基于主成分分析法和方差极大正交旋转，获得二阶因子载荷矩阵，如表3所示。

表3 二阶探索性因子分析结果

	二阶因子 1	二阶因子 2	二阶因子 3
个人经济收入	0.811		
个人创业绩效	0.659		
公司发展前景	0.689		
公司财务状况	0.788		
自我价值实现		0.799	
社会关系积累		0.739	
生活满意度		0.568	
社会身份认可			0.728
社会贡献			0.651
特征值	2.227	1.853	1.593
因子方差贡献率(%)	24.746	20.594	17.695
累计方差贡献率(%)	24.746	45.339	63.035

二阶因子1被命名为“经济回报”，由“个人经济收入”“个人创业绩效”“公司发展前景”和“公司财务状况”构成，描述个体对创业带来的与经济回报有关的期望。二阶因子2被命名为“内在满足”，由“自我价值实现”“社会关系积累”和“生活满意度”构成，描述个体在创业过程中对心理体验的期待。二阶因子3被命名为“社会影响力”，由“社会身份认可”和“社会贡献”构成，描述个体通过创业所追求的社会认可。整体来看，二阶因子的结构维度与访谈材料编码的三类主范畴：经济回报、内在满足和社会影响力是一致的，方差解释率为63.04%。

2.3 验证性因子分析

根据探索性因子分析的结果,编制由32个条目构成的创业成功观正式量表,每一条目采用李克特五分制。第二轮数据收集共向在汉高校参加创业课程学习的在校大学生发放问卷250份,剔除无效问卷38份,有效问卷为212份,有效问卷回收率为84.8%。从性别分布来看,男性被试109人(占51.4%),女性被试103人(占48.6%);在学历分布上,大一在读的27人(占12.7%),大二在读的62人(占29.2%),大三在读的44人(占20.8%),大四在读的15人(占7.1%),研一及以上在读的63人(占30.2%);从所学专业分布来看,理科类专业24人(占11.3%),工科类专业69人(占32.5%),农科类专业1人(占0.5%),医科类专业6人(占2.8%),经济管理类专业99人(占46.7%),文科类专业8人(占3.8%),其他专业5人(占2.4%);从创业计划来看,57人今后打算从事创业活动(占26.9%),155人今后无创业计划(占73.1%);从家庭成员创业经历来看,74人的家庭成员(父母亲或兄弟姐妹)有过创业经历(占34.9%),138人的家庭成员从未有过创业经历(占65.1%)。

为了检验探索性因子分析得到的一阶九因子结构和二阶三因子结构,验证性因子分析采用AMOS 20.0处理212份样本的有效数据,结果如表4所示。其中,一阶单因子模型、一阶三因子模型、一阶四因子模型、一阶九因子模型和二阶单因子模型(仅列举代表性的因子模型)的拟合指数均不甚理想,GFI、NFI、IFI、CFI均未达到0.80, RMSEA大于0.08;然而,二阶三因子模型中, $\chi^2/df = 1.98 < 3$, GFI = 0.801、IFI = 0.883和CFI = 0.880,均大于0.80, RMSEA小于0.08,达到可接受标准。由此推断,创业成功观的二阶三因子结构得到验证。

表4 验证性因子分析模型拟合指数

	χ^2	df	χ^2/df	GFI	NFI	IFI	CFI	RMSEA
一阶单因子	2599.423	464	5.602	0.492	0.350	0.396	0.391	0.148
一阶三因子	2138.548	461	4.639	0.550	0.465	0.526	0.521	0.131
一阶四因子	1949.161	458	4.256	0.583	0.513	0.579	0.574	0.124
一阶九因子	1419.181	449	3.161	0.673	0.645	0.727	0.723	0.101
二阶单因子	1224.957	443	2.765	0.710	0.694	0.780	0.777	0.091
二阶三因子	847.610	428	1.980	0.801	0.788	0.883	0.880	0.068

2.4 信效度分析

为了确保量表中各条目在所属构念或维度中的一致性,基于第二轮收集的数据,开展Cronbach's α 信度分析。分析结果表明,创业成功观量表整体的Cronbach's α 系数为0.903,具有较高的可靠性。对于创业成功观各维度的信度检验,采取组合信度C.R.值分析。结果表明,九个一阶因子的C.R.值均大于0.70,达到可接受标准。量表的收敛效

度和区分效度分析结果如表 5 所示, 32 个题项在相应一阶因子上的标准化因子载荷均大于 0.50, 且均达到显著水平; 所有一阶因子的 AVE 值均在 0.50 至 0.759 之间, 满足要求。因此, 该量表具有良好的收敛效度, 一阶九因子结构有较好的区分效度。

表 5 创业成功观量表效度分析

变量	题项	标准化因子载荷	标准化系数平方 (SMC)	标准化残差 (1-SMC)	C. R.	AVE
个人经济收入	A1	0.754	0.569	0.431	0.837	0.508
	A2	0.778	0.605	0.395		
	A3	0.722	0.521	0.479		
	A4	0.665	0.442	0.558		
	A5	0.634	0.402	0.598		
个人创业绩效	A7	0.694	0.482	0.518	0.809	0.515
	A8	0.749	0.561	0.439		
	A9	0.741	0.549	0.451		
	A11	0.684	0.468	0.532		
公司发展前景	A12	0.673	0.453	0.547	0.793	0.562
	A13	0.779	0.607	0.393		
	A14	0.792	0.627	0.373		
公司财务状况	A15	0.911	0.830	0.170	0.863	0.759
	A16	0.830	0.689	0.311		
自我价值实现	A22	0.609	0.371	0.629	0.847	0.532
	A23	0.570	0.325	0.675		
	A26	0.792	0.627	0.373		
	A27	0.833	0.694	0.306		
	A28	0.801	0.642	0.358		
社会关系积累	A29	0.742	0.551	0.449	0.885	0.660
	A30	0.727	0.529	0.471		
	A31	0.903	0.815	0.185		
	A32	0.864	0.746	0.254		
生活满意度	A37	0.817	0.667	0.333	0.870	0.691
	A38	0.853	0.728	0.272		
	A39	0.823	0.677	0.323		

续表

变量	题项	标准化因子载荷	标准化系数平方 (SMC)	标准化残差 (1-SMC)	C. R.	AVE
社会身份认可	A41	0.742	0.551	0.449	0.757	0.510
	A43	0.750	0.563	0.438		
	A44	0.646	0.417	0.583		
社会贡献	A48	0.669	0.448	0.552	0.852	0.662
	A49	0.828	0.686	0.314		
	A50	0.923	0.852	0.148		

3. 创业成功观对创业呼唤的预测效度

对于人与创业关系的认知,存在谋生、职业及呼唤三种倾向类型。前两类倾向将创业视为谋生或获取权力和威望的工具,呼唤则希望从创业中获得生命的意义和找寻自身的价值感,强调对创业活动带来的意义、价值的内在感知和认同。由于环境的不确定性和事项的复杂性,创业者在创业过程中尤其需要呼唤的驱动与激励,才能在困难重重的应对之中坚持不懈(Zhang et al., 2015; Chen et al., 2018)。来自内心的呼唤能够增强个体对创业的关注、好奇心和信心,进而使其创业成功。一方面,呼唤倾向的创业者可能更敬业。呼唤是个体在某一职业领域中感受到的一种强烈、有意义的激情(Dobrow & Tosti-Kharas, 2011; Dobrow, 2013),具有热情、认同、做这件事的必要性/紧迫性、投入意识、持久、意义感和自尊的特征。拥有强烈呼唤的个体能够体验到职业领域的意义与乐趣,往往将生命与工作融为一体,这意味着更加积极的态度、自我效能和行为(Berg et al., 2010; Dobrow & Tosti-Kharas, 2012)。因此,呼唤倾向的创业者在创业中投入大量时间和精力,并将创业视为他们生活的核心构成部分。另一方面,创业者体验创业角色的方式影响投资者的信心,即呼唤倾向的创业者会主动搜索资源,从而外部投资者更愿意将资金投入该创业者所创企业(Jardim et al., 2018)。甚至有学者认为把创业作为一种呼唤就意味着心理成功的最高水平(Hall & Chandler, 2005)。但是,并非每位创业者均把创业视为一种呼唤来追求,例如有的创业者可能仅把创业体验为一份谋生的工作或职业。并且,创业者对呼唤追求的程度存在极大的差异,例如一些创业者积极寻找,另一些创业者存在呼唤并试图将其付诸实践,甚至还有一些创业者可能并没有意识到呼唤是与其相关的构念。创业呼唤形成并非逐步推进、水到渠成,而是一个需要在尚未成熟或者未知的范围内进行前瞻性探索的动态过程。已有研究表明,呼唤倾向属于认知范畴,其形成是个体和环境相互作用的结果,包括感觉到呼唤领域的能力、自信、自我意识、清晰的身份感、内在虔诚和寻找意义的强烈欲望,及近期工作经历(如增加工作挑战性需求)、参与学习、家庭影响和社会支持。然而,创业呼唤作为一种对人与创业关系的认知,更是由创业者的价值观决定的。鉴于此,本文以创业呼唤作为效标,并引入创业进展感知作为情境变量,以检验创业成功

观量表的预测效度。

3.1 理论基础与假设的提出

3.1.1 创业成功观对创业呼唤的预测

创业成功观意味着每位创业者对于成功不同理解，这些不同的理解隐含着他们在进行创业追求的过程中所秉持的价值取向。根据目标追求的差异化，创业成功观在内容属性上存在三种主要价值取向：第一种为经济回报导向，拥有此种导向的创业者会认为通过创业旨在获得经济回报，实现财务自由则意味着创业成功；第二种为内在满足导向，拥有这种导向的创业者认为创业是自我价值实现的过程，通过创业可以获得自身潜力的开发，积累社会关系，以及提高生活满意度，只有实现了这些心理体验才可以视为创业成功；第三种为社会影响力导向，拥有这种导向的创业者认为通过创业可以获得社会的认可并对社会做出贡献，只有提升了自身的社会影响力才可以视为创业成功。上述三种价值取向依据强度属性构成创业者的成功观价值系统，即创业成功观中经济回报、内在满足和社会影响力的层次性。

创业呼唤是经过灵活识别之后追寻的一种结果，包括呼唤搜寻和呼唤存在，其中呼唤搜寻涉及个体正在寻求呼唤的程度，呼唤存在涉及个人正在感知呼唤的程度(Dik & Dully, 2009; Dik et al., 2012)。跟随“真实自我”是寻找呼唤的重要手段(Fayoll et al., 2014)，创业呼唤的搜寻和感知是“寻找真实的自我”“自我实现”的过程。呼唤的形成与个体特质相关，例如自信、自我意识、清晰的身份感、内在虔诚和寻找意义的强烈欲望(Elangovan et al., 2010; Dik et al., 2012)。例如，对职业前途有明确认识的个体，更有可能随着时间的推移发展出一种呼唤。

依据自我一致性理论，价值取向意味着创业者把自己看重的某种价值作为行动的准则和追求的目标。创业成功观的上述三种价值取向中，非经济性导向(内在满足、社会影响力)的创业者享受创业过程的体验，经济性导向的创业者则享受创业达成的结果。个体对从事创业所诉求目标的重视程度越高，创业者就越有可能制订行动计划来实现目标(Fayoll et al., 2014)。专注于特定的任务可能会激发一种呼唤感，即使个体一开始并未意识到这是一种呼唤(Esteves & Lopes, 2017)。因此，创业成功观能够预测创业呼唤的形成。综合上述分析，得到以下假设：

H1: 创业成功观与创业呼唤正相关。

3.1.2 创业进展感知的调节效应

创业进展被定义为一个创业阶梯，有五个连续的步骤：从不考虑创业、思考创业、采取步骤、经营新创企业和经营成熟企业(Peter et al., 2013)。这五个连续步骤意味着客观的创业进展状态。但是，感知进展能够比实际进展更有效地解释创业者的态度与行为(Soman & Shi, 2003)。从创业成功观到创业呼唤的形成是创业者不断进行自我调节的理性思考过程。在此调节过程中，从自我观察的视角来说，与组织内的员工不同，创业者处于所创企业的最高层，缺乏来自上级的标准化定期反馈，通常依赖于自己在创业过程中的看法来评判取得的进展(Uy et al., 2015)。从自我判断的视角来说，创业者以自己在创业过程中达成的当前状态与追求目标之间的比较来评判自己的创业进程。依据解释水平理

论, 创业进展感知意味着创业者对创业成功的心理距离(如时间距离和空间距离)的缩短, 心理距离的变化进而引起创业者对创业成功心理表征从高水平解释向低水平解释转移, 将追求的目标具体化, 从而当感知到自己取得进展时, 即使是经历日常渐进式进展的小步骤也会对创业者产生积极的内心体验和自我效能感(Amabile & Kramer, 2011)。在实现目标的可能性更大时, 创业者更会依循内在兴趣和核心价值观来追求目标。兴趣强化创业者对创业的内心认同与强烈渴望, 进而有助于找寻呼唤和感知呼唤。因此, 创业进展感知能够强化创业成功观对创业呼唤的预测效度, 即创业进展感知越高, 创业成功观和创业呼唤之间的一致性越显著。由此, 提出如下假设:

H2: 创业进展感知能够正向调节创业成功观与创业呼唤的正相关关系。

3.2 研究设计

3.2.1 研究被试

鉴于学生创业者的创业成功观和创业呼唤均在形成之中, 被试选择来源于湖北、甘肃、海南、四川、江苏、湖南等地高校的学生创业者。通过学生联系正在创业的同学、课题组成员联系高校的辅导员和创业中心导师等, 共向在湖北、甘肃、海南、四川、江苏、湖南等省高校的在校学生创业者(包括本科生和硕士生)发放问卷 220 份。其中 212 份问卷为纸质版问卷, 18 份问卷为以微信工具发放的电子版问卷。根据“填写不完整或连续 6 个题项评价相同”的剔除标准, 共排查出 37 份无效问卷, 最终确认 183 份有效问卷, 问卷有效回收率为 83.18%。男性创业者占大多数(114 人, 62.3%), 女性创业者有 69 人, 占 37.7%; 所在年级分布比较均衡, 目前处于大一、大二、大三、大四或硕士研究生阶段的样本分别占 14.8%(27 人)、24.6%(45 人)、26.2%(48 人)、20.2%(37 人)和 14.2%(26 人); 被试的专业背景集中分布在经济管理类和理工科类(理工科类学生占 33.7%, 经济与管理类学生占 39.8%), 其他(文科类、医学类、师范类、艺术类、法律类等)占 26.5%; 79.8%的被试(146 人)采用团队形式开展创业活动, 20.2%(37 人)的被试通过个人独立创业。

3.2.2 测量工具

(1) 创业呼唤。对于创业呼唤的测量, 本研究以 Dobrow 和 Tosti-Kharas(2011)开发的特定职业呼唤量表为基础, 遵循他们的建议: 将题项中“音乐”对音乐家的职业领域调整为“创业者”对创业领域。该量表共 12 个题项, 如“即使遇到阻碍或失败, 我仍然会做一名创业者”。创业呼唤的 Cronbach's α 系数为 0.901。

(2) 创业成功观。根据开发的创业成功观量表, 个人经济收入、个人工作绩效、公司发展前景、公司财务状况作为经济回报导向的衡量; 自我价值实现、社会关系积累和生活满意度用来测量内在满足导向; 社会身份认可和社会贡献作为社会影响力导向的测量。经济回报导向、内在满足导向和社会影响力导向的 Cronbach's α 系数分别为 0.864、0.884 和 0.805。创业成功观量表整体的 Cronbach's α 系数为 0.929。

(3) 创业进展感知。依循 Uy 等(2015; 2017)的做法, 本研究采用 Brunstein(1993)提出的目标进展来测量创业进展感知, 并将条目中的“该目标”调整为“创业”。该量表由进步、结果和阻碍三个维度构成, 每个维度分别有 2 个条目, 其中有 4 个条目是反向计分。

具体条目如“目前，我的创业是富有成效的”和“目前，创业情况远不如我所希望达到的那样”。创业进展感知的 Cronbach's α 系数为 0.798。

3.2.3 同源偏差分析

鉴于分析的数据来自被试的自我报告，开展同源偏差分析尤为必要。本研究采用 Harman 单因素检验法，未旋转的探索性因子分析结果显示：特征根大于 1 的因子共有 11 个，其中最大因子解释总变异的 21.848%（累积总变异的 68.983%），这表明本研究中共同方法偏差并不严重。

3.2.4 验证性因子分析

验证性因子分析基于 Amos 21.0 软件计算，单因子模型、二因子模型、三因子模型、四因子模型和五因子模型（仅列代表性的因子模型）的拟合指标如表 6 所示。结果显示：五因子模型中 $\chi^2/df = 1.594 < 3$ ，RMSEA = 0.055 < 0.080，CFI、IFI 和 NFI 均大于 0.900，各项拟合指标均达到标准，且拟合度最高，说明问卷整体结构效度良好。

表 6 所有变量的验证性因子分析结果

因子模型	因子组合	χ^2/df	RMSEA	CFI	IFI	NFI
单因子模型	ER+IS+SI+EC+EP	15.253	0.270	0.434	0.441	0.425
二因子模型	ER+IS+SI, EC+EP	7.726	0.185	0.736	0.739	0.712
三因子模型	ER+IS+SI, EC, EP	6.161	0.162	0.802	0.805	0.775
四因子模型	ER+IS, SI, EC, EP	4.936	0.142	0.854	0.856	0.826
四因子模型	ER+IS, SI, EC, EP	4.162	0.127	0.883	0.885	0.853
四因子模型	ER, IS+SI, EC, EP	3.715	0.118	0.899	0.901	0.869
五因子模型	ER, IS, SI, EC, EP	1.594	0.055	0.979	0.979	0.947

注：ER=经济回报导向；IS=内在满足导向；SI=社会影响力导向；EC=创业呼唤；EP=创业进展感知。

3.3 研究结果

3.3.1 相关分析

如表 7 所示，创业成功观与创业呼唤显著正相关 ($r = 0.250, p < 0.01$)；经济回报导向与创业呼唤不相关 ($r = 0.124, p > 0.05$)，内在满足导向、社会影响力导向分别与创业呼唤显著正相关 ($r = 0.210, p < 0.01$ ； $r = 0.332, p < 0.01$)；创业进展感知与创业呼唤不相关 ($r = 0.110, p > 0.05$)。

表 7 各变量的均值、标准差和相关系数

变量	均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 经济回报导向	3.244	0.598	—									

续表

变量	均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2 内在满足导向	3.560	0.620	0.596**	—								
3 社会影响力导向	3.439	0.709	0.544**	0.631**	—							
4 创业成功观	3.416	0.538	0.880**	0.881**	0.787**	—						
5 创业呼唤	3.842	0.684	0.124	0.210**	0.332**	0.250**	—					
6 创业进展感知	3.119	0.580	0.028	0.107	0.144*	0.118	0.110	—				
7 性别	1.40	0.490	-0.056	-0.141*	-0.055	-0.135*	-0.222**	-0.125	—			
8 学历	2.02	0.491	0.015	0.061	0.012	0.005	-0.207**	-0.149*	0.102	—		
9 年级	2.95	1.262	0.173*	0.150*	0.183*	0.176**	-0.094	-0.040	-0.083	0.480**	—	
10 专业	3.88	1.878	-0.094	-0.093	0.026	-0.072	-0.070	0.072	0.288**	0.088	-0.078	—

注: * 表示 $p < 0.05$, **表示 $p < 0.01$, ***表示 $p < 0.001$, 下表同。

3.3.2 回归分析

本研究采用层级线性回归分析来检验创业成功观对创业呼唤的预测作用及创业进展感知的调节效应,如表8所示。为了检验创业成功观对创业呼唤的主效应,按照以下三步开展分析:第一步,在模型1中,所有控制变量对创业呼唤的回归分析结果表明:仅有性别与创业呼唤是显著负相关的($\beta = -0.298, p < 0.01$)。第二步,在模型2中,在控制人口学变量后创业成功观对创业呼唤的回归分析结果表明:创业成功观对创业呼唤的影响显著($\beta = 0.274, p < 0.001$)。由此推断,H1得到数据支持。第三步,进一步分析创业成功观各维度对创业呼唤的影响,即在控制人口学变量后创业成功观各维度对创业呼唤的回归分析如模型3所示。结果表明:经济回报导向和内在满足导向对创业呼唤的预测都不显著($\beta = 0.093, p > 0.05$; $\beta = 0.019, p > 0.05$);社会影响力导向对创业呼唤具有显著的正向影响($\beta = 0.371, p < 0.001$)。

表8 层级线性回归分析结果

变量类型	模型1	模型2	模型3	模型4	模型5
截距	-0.016	-0.024	-0.025	-0.035	-0.025
性别	-0.298**	-0.215*	-0.267*	-0.250**	-0.224**
学历	-0.218	-0.220*	-0.188	-0.191*	-0.200*
所在年级	-0.018	-0.019	-0.053	-0.005	-0.010
专业	-0.001	-0.003	-0.013	-0.013	-0.022
经济回报导向			0.093		0.110
内在满足导向			0.019		0.023

续表

变量类型	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5
社会影响力导向			0.371***		0.274***
创业成功观		0.274***		0.159**	
创业进展感知				0.051	0.043
经济回报导向×创业进展感知					0.316*
内在满足导向×创业进展感知					0.430*
社会影响力导向×创业进展感知					-0.188
创业成功观×创业进展感知				0.565***	
R^2	0.079	0.118	0.186	0.199	0.259
调整 R^2	0.058	0.101	0.153	0.177	0.226
ΔR^2	0.079**	0.118***	0.107***	0.123***	0.085***
ΔF	3.793**	6.842***	7.703***	12.926***	9.489***

旨在检验创业进展感知在创业成功观与创业呼唤之间的调节作用，按照以下三步开展分析：第一步，将所有变量(创业成功观及其三维度、创业进展感知和创业呼唤)进行中心化处理；第二步，以创业呼唤为因变量，将控制变量、创业成功观和创业进展感知及两者的交互项加入回归方程，得到模型 4。结果表明，创业进展感知在创业成功观和创业呼唤之间发挥正向调节作用($\beta = 0.565, p < 0.001$)，由此推断 H2 得到数据支持；第三步，以创业呼唤为因变量，将控制变量、创业进展感知、创业成功观及其三维度分别与创业进展感知的交互项加入回归方程，得到模型 5。结果表明，创业进展感知在经济回报导向、内在满足导向分别预测创业呼唤之中均发挥显著的正向调节($\beta = 0.316, p < 0.05$; $\beta = 0.430, p < 0.05$)，然而在社会影响力导向预测创业呼唤之中的调节作用不显著($\beta = -0.188, p > 0.05$)。

4. 研究结论与讨论

4.1 创业成功观的结构及量表的信效度

本研究从具象学和现象学视角区分主观创业成功标准和创业成功观，严格按照心理测量学的原则编制了创业成功观的量表，并获得了以经济回报导向、内在满足导向和社会影响力导向三个维度为核心的正式量表。与创业成功标准是主观还是客观的争论相比，创业成功观作为一种导向性概念，与创业者的价值观联系起来。虽然本研究提出的三维结构和 Angel 等的四维结构均兼具个人取向和社会取向，能概括个体对创业成功的理解。但是，Angel 等(2018)提出的个人导向(如个人成就)、顾客导向(如顾客关系)、市场导向

(企业成长) 和社会导向(社区影响) 四维结构突出创业者围绕利益相关者来理解创业成功, 更倾向于主观创业成功标准; 本研究提出的经济回报导向、内在满足导向和社会影响力导向则强调创业者围绕自身诉求来理解创业成功, 更倾向于创业价值观。经过预试的探索性因子分析和正式测试的验证性因子分析, 量表获得较好的信效度, 并且经济回报、内在满足和社会影响力三个维度分别反映创业者对成功追求的不同价值取向。在以创业呼唤为效标的预测效应实证研究中, 创业成功观中三个维度之间在内容和结构上存在区别, 各分量表的内部一致性均大于 0.70, 整体构念的内部一致性为 0.929, 表明测量是可靠的。

4.2 创业成功观与创业呼唤的关系

对于职业呼唤的前因, 研究对象集中在医生、音乐家、教师等职业, 研究内容集中在个体特质如能力、自信、动机等。然而, 将创业情境和呼唤结合起来探讨的研究微乎其微, 并且忽视了从深层次的价值观来诠释呼唤形成。本研究从价值观视角来挖掘创业呼唤的前因, 结果发现: 创业成功观正向预测创业呼唤, 并且创业进展感知能强化两者之间的预测效度。其中, 社会影响力导向对创业呼唤的预测作用最大; 内在满足导向和经济回报导向对创业呼唤的预测作用存在情境依赖性。形成该结论的原因在于中国传统文化中集体主义价值观的影响。个人主义文化中, 创业者更多强调财务自由和自我的意义感(内在满足), 从而将创业视为一种实现财务自由或内在满足的手段; 然而, 集体主义文化中, 创业者更多强调社会贡献, 看重自己被他人和社会认可的程度, 从而更可能将创业体验为一种呼唤。因此, 具有典型集体主义文化价值观的中国创业者更重视自己对他人和社会的贡献, 其创业呼唤可能更多源自社会需求, 即创业成功观中的社会影响力导向。社会影响力导向的创业者更会从解决社会问题和满足社会需求出发, 追求社会价值目标, 经济回报只是该类创业者的手段而不是终极目的。此外, 感知创业进展较快意味着对创业目标的心理距离较近和对创业进展较满意。对创业满意的经济回报或内在满足导向创业者更有可能随着时间的推移, 从关注如何设置目标转向关注如何达成目标, 在达成目标过程中搜寻生活的意义和有意自我完善, 进而形成创业呼唤(Bott & Duffy, 2015)。

4.3 管理启示

(1) 引导学生创业者怎样理解成功对于预测创业呼唤的形成是至关重要的。与社会上的全职创业者相比, 学生创业者兼具学生和创业者身份, 其中学生身份允许学生延迟承担自己需要去承担的责任, 花时间去思考自我。学生在校期间的试水创业活动更多的是在为未来正式创业或进行职业探索做准备, 他们并不会孤注一掷地投入创业活动, 甚至随时可能退出创业活动。在“双创”战略掀起新一轮大学生创业热潮之下, 众多高校开设创业课程或创业学院来激发学生创业, 但是这些创业教育重在为学生提供创业的技能及资源, 很少涉及创业成功观的培育与引导。创业成功观是本文提出的一个新构念, 意指创业者心目中理解成功对自己意味着什么的价值取向, 能够预测个体的创业呼唤形成。来自内心的创业呼唤能够增强创业者对创业活动的关注和信心, 进而创业成功。因此, 创业教育中需要引导学生形成正确的创业成功观。在内容属性上, 尤其需要注重引导学生创业者在创业之初形成社会影响力导向的成功观而不是财务自由至上的经济回报导向和自我取向的内在满

足导向,从而使其在创业旅途中不忘创业初心,持续践行创业的使命。

(2) 引导个人取向的创业者设立阶段性目标和开展目标进展的自我评价,有利于创业呼唤的形成。与全职创业者相比,学生创业者拥有的经验、资源等相对比较欠缺,但是受到社会和学校的多重支持和呵护,尤其是众多高校利用教师资源和校友资源为学生创业者配备了创业导师。因此,与全职创业者相比,学生创业者更容易通过创业导师等多渠道获得外界的反馈。对于创业呼唤的形成,以经济回报和内在满足为创业追求目标的自我导向型创业者具有强烈的自我感、欲望,容易受到创业进展感知的影响;以社会影响力为创业追求目标的利他导向型创业者则往往受到别人期望的影响,对创业进展感知并不敏感。并且,相比待完成的目标发展信息,已达成的目标进展信息对自我导向型创业者在创业呼唤形成中的影响更高。因此,创业导师在提供辅导过程中需要引导自我导向型学生创业者定期开展创业进展评估,积极看待创业进展和结果,这更有利于创业呼唤的形成。

4.4 局限性及未来展望

本文局限在于:(1) 样本的局限性。从解释水平理论视角来说,虽然以尚未经历创业成功体验的学生创业者和参加创业教育的在校学生为被试来开发创业成功观量表是合适的,但是该样本群体兼具学生和创业者身份,且他们的成功观正处于探索和形成阶段,存在不确定性;(2) 预测效标选择的局限。从自我一致性理论来说,创业成功观和创业呼唤在终极上是一致的。但是,依据三元交互决定论,在现实情境中两者之间会存在不同程度的冲突。因此,本研究以态度领域的创业呼唤作为创业成功观的预测效标可能存在局限。

未来可以从以下方面扩展研究:(1) 以社会上的全职创业者为样本开发和检验本研究编制的创业成功观量表,使其具备跨对象、跨情境的适应性;(2) 引入创业投入、创业绩效等行为或结果构念,扩展创业成功观的预测效标和作用机制。

◎ 参考文献

- [1]高岭,余吉双,杜巨澜.雇员薪酬溢价对企业创新影响的异质性研究[J].经济评论,2020(6).
- [2]孙计领,王国成.阶层认知偏差对再分配偏好和幸福感的的影响研究[J].江西财经大学学报,2019(2).
- [3]张秀娥,赵敏慧.创业成功的内涵、维度及其测量[J].科学学研究,2018,36(3).
- [4]Amabile, T. M., Kramer, S. J. The power of small wins [J]. Harvard Business Review, 2011, 89(5).
- [5]Angel, P., Jenkins, A., Stephens, A. Understanding entrepreneurial success: A phenomenographic approach [J]. International Small Business Journal, 2018, 36(6).
- [6]Berg, J. M., Grant, A. M., Johnson, V. When callings are calling: Crafting work and leisure in pursuit of unanswered occupational callings [J]. Organization Science, 2010, 21(5).
- [7]Bott, E. M., Duffy, R. D. A two-wave longitudinal study of career calling among

- undergraduates: Testing for predictors [J]. *Journal of Career Assessment* ,2015 23(2) .
- [8] Brunstein , J. C. Personal goals and subjective well-being: A longitudinal study [J]. *Journal of Personality and Social Psychology* ,1993(65) .
- [9] Chen , S. H. , Mitchell , R. K. , Brigham , K. H. , et al. Perceived psychological distance , construal processes , and abstractness of entrepreneurial action [J]. *Journal of Business Venturing* ,2018 33(3) .
- [10] Chen , J. , May , D. R. , Schwoerer , C. E. , et al. Exploring the boundaries of career calling: The moderating roles of procedural justice and psychological safety [J]. *Journal of Career Development* ,2018 45(2) .
- [11] Dik , B. J. , Dully , R. D. Calling and vocation at work: Definitions and prospects for research and practice [J]. *The Counseling Psychologist* ,2009 37(3) .
- [12] Dik , B. J. , Eldridge , B. M. , Steger , M. F. , et al. Development and validation of the calling and vocation questionnaire (CVQ) and brief calling scale (BCS) [J]. *Journal of Career Assessment* ,2012 20(3) .
- [13] Dobrow , S. R. Dynamics of calling: A longitudinal study of musicians [J]. *Journal of Organizational Behavior* ,2013 34(4) .
- [14] Dobrow , S. R. , Tosti-Kharas , J. Calling: The development of a scale measure [J]. *Personnel Psychology* ,2011 64(4) .
- [15] Dobrow , S. R. , Tosti-Kharas , J. Listen to your heart? Calling and receptivity to career advice [J]. *Journal of Career Assessment* ,2012 20(3) .
- [16] Elangovan , A. R. , Pinder , C. C. , McLean , M. Callings and organizational behavior [J]. *Journal of Vocational Behavior* ,2010 76(3) .
- [17] Esteves , T. , Lopes , M. P. Crafting a calling: The mediating role of calling between challenging job demands and turnover intention [J]. *Journal of Career Development* ,2017 , 46(8) .
- [18] Fayolle , A. , Liñón , F. , Moriano , J. A. Beyond entrepreneurial intentions: Values and motivations in entrepreneurship [J]. *International Entrepreneurship and Management Journal* ,2014 ,10(4) .
- [19] Hall , D. T. , Chandler , D. E. Psychological success: When the career is a calling [J]. *Journal of Organizational Behavior* ,2005 ,26(2) .
- [20] Jardim , D. P. P. , Pereira , L. M. , Ferreira , A. T. Entrepreneurship as a calling: A pilot study with aspiring entrepreneurs [J]. *The Journal of Entrepreneurship* ,2018 ,27(2) .
- [21] Lau , V. P. , Shaffer , M. A. , Au , K. Entrepreneurial career success from a Chinese perspective: Conceptualization , operationalization and validation [J]. *Journal of International Business Studies* ,2007 ,38(1) .
- [22] Peter , V. D. Z. , Verheul I. , Thurik R. , et al. Entrepreneurial progress: Climbing the entrepreneurial ladder in Europe and the United States [J]. *Regional Studies* ,2013 47(5) .
- [23] Reijonen , H. , Komppula , R. Perception of success and its effect on small firm performance

- [J]. *Journal of Small Business and Enterprise Development* ,2007 ,14(4) .
- [24] Soman , D. , Shi , M. Virtual progress: The effect of path characteristics on perceptions of progress and choice [J]. *Management Science* ,2003 ,49(9) .
- [25] Staniewski , M. W. , Awruk , K. Questionnaire of entrepreneurial success: Report on the initial stage of method construction [J]. *Journal of Business Research* ,2018(88) .
- [26] Trope , Y. , Liberman , N. Construal-level theory of psychological distance [J]. *Psychological Review* ,2010(117) .
- [27] Uy , M. A. , Foo , M. D. , Ilies , R. Perceived progress variability and entrepreneurial effort intensity: The moderating role of venture goal commitment [J]. *Journal of Business Venturing* ,2015 ,30(3) .
- [28] Uy , M. A. , Sun , S. , Foo , M. D. Affect spin , entrepreneurs' well-being , and venture goal progress: The moderating role of goal orientation [J]. *Journal of Business Venturing* ,2017 , 32(4) .
- [29] Wach , D. , Stephan , U. , Gorgievski , M. More than money: Developing an integrative multi-factorial measure of entrepreneurial success [J]. *International Small Business Journal* , 2016 ,34(8) .
- [30] Wiktor , R. , Mariola , L. Dimensions of entrepreneurial success: A multilevel study on stakeholders of micro-enterprises [J]. *Frontiers in Psychology* ,2018(9) .
- [31] Zhang , C. , Hirschi , A. , Herrmann , A. , et al. Self-directed career attitude as predictor of career and life satisfaction in Chinese employees [J]. *Career Development International* , 2015 ,20(7) .

Entrepreneurial Success Value: Scale Development and Its Predictive Effect on Entrepreneurial Calling

Chen Jianan¹ Lu Mengting² Wu Xuemeng³

(1 Research Center for China Industry-University-Research Institute Collaboration ,
Wuhan University , Wuhan , 430072;

2 , 3 Economics and Management School , Wuhan University , Wuhan , 430072)

Abstract: Focusing on the core issue of “what does success mean to an entrepreneur” , we developed the scale of entrepreneurial success value (ESV) based on interviews with 22 studentpreneurs and two-rounds data from college students who participated in entrepreneurial courses. Our findings indicated that ESV consists of three dimensions: economic-return orientation , intrinsic-satisfaction orientation and social-impact orientation. Finally , based on the survey data of 183 studentpreneurs , the predictive validity of ESV is revealed by using entrepreneurial calling as a criterion. The findings are as follows: ESV can positively predict entrepreneurial calling , and perceived entrepreneurial progress enhances the predictive effect. From the perspective of phenomenology , those studies on the scale development and predictive

validity test of ESV broaden the recognition of entrepreneurial success from the standardism of outcome state to the trait view of value orientation.

Key words: Economic-return orientation; Intrinsic-satisfaction orientation; Social-impact orientation; Entrepreneurial calling; Perceived entrepreneurial progress

专业主编: 杜旌