

Research on College Students' Willingness to Start a Business in Rural Areas from the Perspective of Identity

—A Case Study of 7 Universities in Xiasha, Hangzhou

Jiayang Xu, Ziyang Shen, Yijin Zhu, Yang Huang

School of Tourism and Urban-Rural Planning, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou Zhejiang
Email: 603156262@qq.com

Received: Jul. 21st, 2020; accepted: Aug. 5th, 2020; published: Aug. 12th, 2020

Abstract

The report of the 19th national congress of the communist party of China put forward the strategy of rural revitalization. Through the overall revitalization of the rural areas, the rural areas can find new development space beyond the original agricultural production, thus generating a large number of entrepreneurship and employment opportunities for the rural areas. Among these, college students returning to their hometowns to start their own businesses are an important force to promote the implementation of the rural revitalization strategy. Identity is not only the structural condition but also the important mobilization factor for the rural entrepreneurship of college students. Based on the identity theory, this paper explains the formation logic of rural entrepreneurship willingness, constructs the theoretical relationship among "identity-attitude and willingness of rural entrepreneurship" and constructs a rural entrepreneurship willingness integrated model of college student. A questionnaire survey was conducted among 352 undergraduates from 7 colleges and universities in Xiasha, Hangzhou. Amos was used to collect and analyze data. The influence of occupational evaluation on the "attitude towards the behavior" shows a positive correlation. Based on those conclusions, China should break through the "top-down" mode to promote the creation and stability of college students' willingness to start a business in rural areas, change their stereotypes against "working in rural areas", stimulate and cultivate their willingness to start a business in rural areas through emotional support, institutional encouragement, identity connection and so on, to promote the occurrence of rural entrepreneurship.

Keywords

Identity, Attitude towards the Behavior, Behavior Intention, College Students, Rural Entrepreneurship

身份认同视角下大学生乡村创业意愿实证研究

——以杭州下沙7所高校为例

徐嘉阳, 沈紫莹, 朱怡瑾, 黄 阳

浙江工商大学, 旅游与城乡规划学院, 浙江 杭州

Email: 603156262@qq.com

收稿日期: 2020年7月21日; 录用日期: 2020年8月5日; 发布日期: 2020年8月12日

摘 要

党的十九大报告提出“乡村振兴”战略, 通过全面振兴, 乡村在原有农业生产之外找到新的发展空间, 从而催生了大量的创业、就业机会。其中, 大学生回乡创业是促进乡村振兴战略实施的重要行为。对于自我认同尚在发展阶段的大学生创业者来说, 创业者的身份认同显得尤为敏感而重要。本文基于身份认同理论解释大学生乡村创业意愿的形成逻辑, 构建了“身份认同-乡村创业态度-乡村创业意愿”之间的理论联系, 构建大学生乡村创业意愿的整合模型。针对杭州下沙7所高校在校本科生352人进行问卷调查, 并利用AMOS分析收集数据, 结果显示: 乡村创业情感和乡村创业评价对大学生开展乡村创业的行为态度具有的正向影响; 乡村创业情感和态度对行为意向的影响呈现出正向的影响。基于上述结论, 我国推动大学生乡村创业意愿的产生和稳定应突破“至上而下”的模式, 从观念上改变大学生对于“在农村工作”的固化偏见, 通过情感支持、制度鼓励、身份联系等渠道, 激发大学生乡村创业的意愿, 促进乡村创业行为的发生。

关键词

身份认同, 行为态度, 行为意向, 大学生, 乡村创业

Copyright © 2020 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

乡村振兴人才先行, 自党的十九大报告提出“乡村振兴”战略, 中央连续出台政策鼓励大学生返乡就业创业, 2018年, 2019年中央“一号文件”都明确提出支持大学生乡村创业, 出台乡村创业的配套优惠政策, 鼓励高校毕业生下乡创业。但从现状来看, 大学生回乡村创业的实际情况并不乐观, 虽然当前政策积极鼓励和引导大学生回乡创业, 大学生回乡创业的意愿不高, 比率也很低。总体上, 大学生乡村创业的现状离助力乡村振兴的要求仍有较大差距, 如何提高大学生乡村创业意愿是个亟待解决的重大问题。

关于大学生乡村创业及返乡就业的问题与现象, 学术界已经取得了相当的研究成果, 重点集中在大学生返乡创业的客观支持要素, 但从大学生乡村创业意愿及行为的心理形成视角所做的研究显得不足,

特别是关于影响大学生乡村创业意愿的心理因素及其机制作用的研究更为匮乏。有学者指出由于特定历史时期发展需要，政府所推行的以户籍制度为核心的城乡二元分割体制，在一定程度上形成了城乡身份的认同固化[1]。传统上，上大学被学生和家长视为改变个人命运的重要途径，大学毕业后跳出“农门”，在大城市、大企业谋得一份稳定的，朝九晚五的工作成为学生和家长的追求。

大学生受到传统观念以及城乡资源分配差异的影响，为了争取更好的发展机会与社会资源，毕业后往往选择在城市工作，人才竞争激烈。乡村却存在着人才稀缺的问题，造成教育资源的浪费，人才资源未能得到有效利用。创业作为自主性的经济行为，研究表明创业者的身份认同对于创业决策的影响巨大。基于此，本研究以身份认同理论来解释大学生乡村创业意愿的形成逻辑，构建“身份认同-乡村创业态度-乡村创业意愿”之间的理论联系，分析大学生身份认同对于乡村创业意愿的影响机理。

2. 文献综述

(一) 身份认同理论

身份认同的含义是错综复杂的。一方面由于研究者的研究视角不同、身份认同的切入点不同，其所表现的内涵与外延就不同；另一方面身份认同是一个动态的过程，即使是同一个群体在不同时间、不同空间的身份认同也会不一样。但唯一不变的是身份认同始终围绕着两个问题：我是谁，我属于哪一个阶层。

身份认同是人们对自我身份的确认，是有关个人在情感和价值意义上视自己为某个群体成员以及隶属某个群体的认知；角色身份认同提供了一个自我在角色中的定义，它包括和角色有关的目标、价值观、信念、规范、时空和角色间相互作用模式的认知[2]。社会认同理论创始人 Tajfel 认为，一个人的社会群体成员身份和群体类别是一个人自我概念的重要组成部分，并主张人们努力地获得和维持积极的社会认同，从而提升自尊。这种积极的认同很大程度上来自内群体和相关外群体的比较[3]。社会认同理论指出，身份认同的概念不是孤立、割裂的，而是与个体所处的环境相联系和适应的。这种联系性和适应性所带来的结果是双向的，在个人层面表现为积极的自我认同，进而上升为对自我社会身份的认同，从而诱发相应的行为表现；在社会层面，个体将自我和外群体区分出来，利用自身的比较优势定位身份，成为外群体的参照对象。

个体身份作为解释行为的认知框架促使其寻求和他们的身份一致的行为和行动[4]。Bird 等人[5]认为创业行为是一种价值驱动型的创造性活动，包含了机会识别行为和资源获取行为，通过促进新企业创办、成长和转型的活动得以完成。身份认同在创业过程中的构架，为个体的创业行为提供了持续的动力和源泉。个体对自我身份的认同与社会期望值之间的匹配度，将通过个体最终的行为态度表现出来。因此，个人对自我身份的认同担当着行为态度的输入端，创业者的创业行为是其身份和创业动机的体现。基于此，社会认同理论为阐释创业者群体成员之间的观念和其行为及其影响因素提供了理论基础。

身份认同理论在过往的研究中，广泛运用于对个人行为态度的影响分析当中，所涉及的领域包括：新闻传播学、社会语言学、教育学等多个不同的专业维度，亦有学者将其迁移运用到创业者身份构建的过程中。本文运用身份认同理论探讨大学生乡村创业的意愿，旨在突破乡村创业这一概念在大学生思维中的固有印象，激发大学生内在的认同感，以此带动乡村振新战略的落实。

(二) 大学生创业者的身份建构

我国学者王晶晶等人[6]认为大学生创业者的身份建构除了受创业经历、个性特征、原有身份特征等个体自身因素影响，还被网络关系、社会文化等外界环境制约。在外界环境因素中，尤以父母和亲朋好友的态度影响最大。王秀芝[7]指出农村学生的教育投资需要回报，家族门庭需要光耀，生存问题需要解决。传统观念的影响和父母家庭的期盼使那些即使有意愿想回到农村发展的大学生畏缩不前。

在现代社会学和心理学的研究中,常常将身份视为个体的一个相对稳定的特征,会在创业过程中决定创业行为。但现实实践表明,身份建构是一个不断发展的动态前进的过程。现代主义对创业者身份的研究目的在于发现创业者身份的普遍特征,将对其进行分类,并从工具性的视角去探索身份对创业结果的影响以及提升创业成功率和效率的可能性[8]。但是,创业并不是由具有固定心理特征的创业者实施的普遍过程。由此,其局限性便凸显出来。因此,本文在研究过程中重点关注了创业者身份建立的动态过程,强调其形成的发展轨迹与成长历程,探索大学生对乡村创业的意向从产生到成熟,再到实施落地的全程。

依据身份认同理论,创业者身份是在社会互动与交往中形成的,它是某种特定的职业身份认同与社会身份认同的综合体,人们需要理解创业者身份包含的意义,以指导自己的创业行为。创业身份被赋予了一定的社会期望,因此,为了回馈这种社会期望,创业者就会实施与社会期望一致的创业行为。Murnieks等人[9]认为创业者身份是一个多维度的概念。组成自我概念的身份维度有中心性和突出性之分。中心性指的是与其他身份相比,焦点身份对于创业者的相对重要性;突出性是指创业者表达焦点身份的意愿强度。由于意愿是预测行为的最直接的指标,因此,创业者对自我身份越是认同,通过行为来表达身份的可能性就越大。

创业者身份认同会驱动目标导向行为[10]。同时,个人的创业行为又会受到其身份认同的限制。自我所归属群体的特征往往具有同一性,这势必会在个体发展中局限其思路的走向,并对其行为产生偏正性影响;基于比较优势基础上的自我定位,很大程度上难以体现个体的真实心理意愿,对其后续的行为发展的自主性与积极性都会产生相应的阻滞。也就是说,个体的身份认同与创业行为的实施有着密切的联系。大学生对乡村创业者群体的认知度越强,评价越高,对该职业的涉入程度就会越深,因此身份认同是研究乡村创业意愿的重要因素。

(三) 研究模型和假设

职业身份认同维度结构大多基于社会认同理论结构的基础上并加以改进。社会身份认同理论创始人Tajfel & Turner [11]认为,一个人的社会群体成员身份和群体类别是一个人自我概念的重要组成部分,他将身份认同分为三个维度:1、对特定群体成员资格的认知 2、对特定群体的承诺 3、对特定群体的评价。成员资格认知是对自我的一种归类过程,即认识到自己属于哪一类群体,这是身份认同形成的基础。对特定群体的情感在行动上反映为对该群体的涉入程度。在涉入的过程中,成员能够加强社会成员的关系,加深对群体价值与意义的认同。在对特定群体的评价方面,人们出于自尊往往会积极评价自己所处的群体,从而产生内群偏好和外群歧视。

创业者基于个人经验、内在动机和自我身份的创业行为是存在明显差异的,这些差异对于解释同样类型的创业者之间的创业结果提供了新的见解。创业者的社会身份通过创业行为加以显现,因此,在创业者身上能找到共同之处,但是,不同创业者在自我概念形成的内在动机和参照标准上存在差异,因此,还可以看到同一类型创业者之间的个体差异。

Hoang & Gimeno [12]认为,创业者身份认同会驱动目标导向行为。也就是说,个体的身份认同与创业行为的实施有直接联系。创业者对身份认同的认可度、精确度,都会影响到其后续的创业行为的发生。这种影响是交叉性的,其所产生的效果往往也具有叠加性。因此本文从创业情感、创业评价、创业认知等三方面来探讨创业者的身份认同到底如何影响其创业意图,并通过营造乡村创业这个细分的创业环境,来显示不同个体身份的创业意愿差异性。根据前人的研究成果和上文的分析,本文将乡村创业身份认同维度与行为态度相联系,对其进行身份认同视角下的修正,从而构建大学生乡村创业意愿的整合模型(图1),并提出相关假设(表1)。

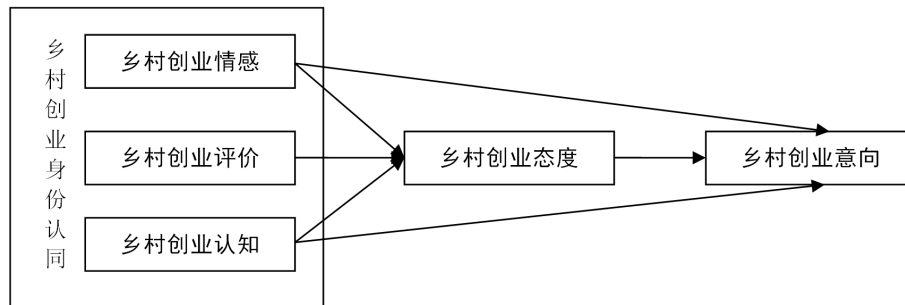


Figure 1. Rural entrepreneurship willingness integrated model

图 1. 乡村身份认同与意向的理论模型

Table 1. Research hypothesis

表 1. 研究假设

| 研究假设 | 假设内容 |
|------|----------------------|
| H1 | 乡村创业情感对乡村创业态度有正向调节作用 |
| H2 | 乡村创业评价对乡村创业态度有正向调节作用 |
| H3 | 乡村创业认知对乡村创业态度有正向调节作用 |
| H4 | 乡村创业情感对乡村创业意向有正向调节作用 |
| H5 | 乡村创业认知对乡村创业意向有正向调节作用 |
| H6 | 乡村创业态度对乡村创业意向有正向调节作用 |

3. 研究思路

(一) 数据收集

本文基于身份认同理论模型，采用定量分析的方式，对影响大学生乡村创业意愿强度的因素进行了分析与研究。研究数据来自研究者在 2018 年 11 月至 2019 年 2 月期间，在杭州各大高校群中调查所得。

2019 年 1 月 1 日至 2019 年 2 月 28 日，本文对杭州电子科技大学、浙江理工大学、中国计量大学、浙江工商大学、浙江财经大学、浙江水利水电学院、杭州师范大学等七所大学本科生的乡村创业意愿进行了实地调研。通过判断抽样的样式线上发放问卷 180 份，实地发放问卷 197 份，其中有效问卷共 352 份，有效率为 93.37%。Nielsen 和 Gartner (2017)指出，不同创业者身份以一种可预测和有意义的方式影响创业者的机会识别行为和资源获取行为。在研究创业者时，学者们不再将创业者当作凭借先前知识和经验或者内在动机做出创业行为的个体，而是基于自我身份做出特定决策的个体。因此，本文的研究样本选取具有特定自我身份的个体——在杭高校本科生。样本显示被调查者中男生 125 人，女生 227 人；专业大都集中于理工类(45.178%)和经管类(26.70%)；居住在城镇(51.70%)或乡村(48.30%)的比例相近。样本结果基本符合 7 所高校的总体情况。

(二) 问卷设计

为了保证问卷调查的科学性和有效性，本研究依据文献综述和对研究模型的探索总结，以及通过小范围地对周边同学、朋友的访谈后，确定问卷的题目设置，并对题目顺序进行调整，并确定问卷终稿，正式进入调查阶段。

(三) 数据分析方法

本研究利用统计软件 Amos21.0 和 SPSS.19，对测试性发放所搜集到的 38 份问卷进行了信度和效度分析，结果显示问卷题项有较好的内部一致性和有效性。收回 352 份问卷后，首先对其进行了描述性统

计分析。在对模型假设进行检验之前，我们排除了自相关性和多重共线性的可能，然后通过 AMOS 测量出了变量之间的标准化系数 β ，反映了变量之间的关系。最后我们通过方差分析测量出以人口统计学因素为自变量的因变量差异性。

4. 数据分析

(一) 人口统计学特征描述

样本的人口统计学特征如下：男生占 35.51%，女生占 64.49%；大一学生最多，占 38.07%，大二占 29.26%，大三占 21.31%，大四最少，占 11.36%；在专业分布上，理工类占 45.17%，然后依次是经管类 26.70%，文史哲 7.95%，农学与医学 7.67%，其他专业 6.82%，艺术体育 3.41%，法教类 2.27%；居住地分布基本持平，城镇和乡村分别占 51.70%，48.30%；父亲教育程度在硕士、博士及以上占 1.70%，本科/大专占 24.72%，高中/中专占 36.65%，初中及以下占 35.51%，其他占 1.42%；母亲教育程度在硕士、博士及以上占 1.99%，本科/大专占 17.90%，高中/中专占 34.09%，初中及以下占 44.60%，其他占 1.42%；

(二) 信度与效度检验

信度(Reliability)即可靠性，它是指采用同样的方法对同一对象重复测量时所得结果的一致性程度。当 Cronbach's Alpha 值越高，则表明题项内部一致性越高。问卷信度分析结果见表 2：

Table 2. Reliability test results

表 2. 问卷信度检验结果

| 测量题项 | 题项序号 | Cronbach's Alpha |
|--------|-----------------|------------------|
| 乡村创业认知 | A1~A4 (共 4 题) | 0.744 |
| 乡村创业情感 | A5~A8 (共 4 题) | 0.824 |
| 乡村创业评价 | A9~A12 (共 4 题) | 0.797 |
| 乡村创业态度 | B5~B9 (共 5 题) | 0.87 |
| 乡村创业意向 | B16~B20 (共 5 题) | 0.903 |

每一类题项的 Cronbach's Alpha 都大于 0.7，说明该问卷的内部一致性良好。

(三) 方差分析

表 3 列出了个体和环境等因素变量对大学生乡村创业行为意向的方差分析结果，自变量包括性别、专业、出生地、父母亲职业和父母亲文化程度，从结果来看，专业、年级、父亲职业、父亲文化程度的差异对大学生乡村创业行为意向并无显著性影响，而性别、出生地(城市/乡村)、母亲职业及母亲文化程度对大学生乡村创业行为意向具有显著影响。

Table 3. The influence of individual and environmental factors on behavioral intention

表 3. 个体和环境等因素对行为意向的影响

| 自变量 | 方差 Sig. | 组间 P | F |
|----------|---------|-------|-------|
| 1 专业 | 0.041 | 0.16 | 1.555 |
| 2 年级 | 0.073 | 0.278 | 1.288 |
| 3 父亲职业 | 0.484 | 0.062 | 1.783 |
| 4 父亲文化程度 | 0.996 | 0.066 | 2.22 |
| 5 性别 | 0.154 | 0.026 | 4.975 |
| 6 居住地 | 0.072 | 0.034 | 4.518 |
| 7 母亲职业 | 0.981 | 0.03 | 2.083 |
| 8 母亲文化程度 | 0.774 | 0.025 | 2.814 |

a.因变量：行为意向。

(四) 模型检验

模型的整体拟合指标 $\chi^2/df = 3.447$ ，位于 2~5 之间，表示模型具有良好的简约度。本研究综合选择 GFI、RMSEA、TLI、CFI、NFI 等指标全面检定结构模型的拟合情况。结果显示：GFI = 0.832，小于一般接受临界值 0.9，但十分接近；RMSEA = 0.083，十分接近临界值 0.08；TLI = 0.866、CFI = 0.884、NFI = 0.845 表明本研究提出的概念模型与样本数据拟合良好，见表 4。

本文提出的假设大部分得到数据的支持。数据分析结果验证了乡村创业情感、乡村创业评价对行为态度的正向影响，以及乡村创业情感和行为态度对行为意向的正向影响。

Table 4. Results of research hypothesis test

表 4. 研究假设检验结果

| 研究假设 | 标准化路径系数 | 显著性 | 标准误 | 假设检验 |
|-----------------|-------------------|-------|-------|------|
| H1: 乡村创业情感→创业态度 | $\beta_1 = 0.55$ | *** | 0.126 | 成立 |
| H2: 乡村创业评价→创业态度 | $\beta_2 = 0.174$ | ** | 0.083 | 成立 |
| H3: 乡村创业认知→创业态度 | $\beta_3 = 0.017$ | 0.864 | 0.227 | 不成立 |
| H4: 乡村创业情感→创业意向 | $\beta_4 = 0.335$ | ** | 0.06 | 成立 |
| H5: 乡村创业认知→创业意向 | $\beta_5 = 0.048$ | 0.613 | 0.115 | 不成立 |
| H6: 乡村创业态度→创业意向 | $\beta_6 = 0.38$ | *** | 0.19 | 成立 |

注：***表示 $p < 0.01$ ，** 表示 $p < 0.05$ 。

5. 总结

本文以身份认同理论为基础框架，通过将行为态度和行为意向纳入到一般性的身份认同理论之中，从“认知-情感-评价”多维度的视角，深入探讨了大学生乡村创业意愿的催生和影响因素，实证研究得出的主要结论为：

结论一：论证了本文提出的假设模型，证实了乡村创业情感、乡村创业评价对大学生开展乡村创业的行为态度和行为意向具有显著的正向影响；乡村创业情感、行为态度对行为意向的影响均呈现出正相关的影响；乡村创业认知对行为态度虽然不存在直接的明显性影响，但根据问卷发放过程中的反馈，乡村创业认知的偏差性会导致行为态度的误差进而导致行为意向的误差。

结论二：乡村创业情感对行为态度的影响($\beta_1 = 0.55$, Sig. < 0.01)，乡村创业评价对行为态度的影响($\beta_2 = 0.174$, Sig. < 0.05)，乡村创业情感对行为意向的影响($\beta_4 = 0.335$, Sig. < 0.05)，行为态度对行为意向($\beta_6 = 0.38$, Sig. < 0.01)的影响也与假设模型相一致。说明大学生乡村创业的意愿来自于对创业者身份的认可和归属感以及创业这一行为对大学生所产生的心理和情感的支持。

结论三：大学生乡村创业意愿的强弱，不仅受到自身认知与想法的影响，还受到家庭环境和成长经历的重要影响，家庭中母亲角色的影响更为显著。从组间显著性水平($P < 0.05$)可以看出，母亲是务农人员和公务员的孩子意愿最高，专业/文教/科技人员和离退休人员的孩子比较不愿意去乡村创业。从显著性水平($P = 0.025 < 0.05$)上看，行为意向和母亲文化程度呈现出一种负相关趋势，即母亲文化程度越高，孩子越不愿意去乡村创业。与此同时，男生的乡村创业意向要比女生强烈一些；在农村成长的孩子较城市的孩子意愿更为强烈。

以上研究结论不仅对我国政府制定引导大学生乡村创业政策具有参考价值，而且对于高校创业教学课程的设置与教学内容设计具有指导意义。第一，应出台政策树立大学生乡村创业典型，让大学生接触乡村、了解乡村创业者，引导大学生对乡村创业的情感与评价，让大学生对乡村创业身份产生归属感与

自豪感,提高大学生对乡村创业身份的认同度;第二,以学校为单位,学生为载体,开展一系列普及乡村创业概念与利好的展览、竞赛与讲座,形成“至下而上”的乡村创业观念,从观念上改变大学生对于“在农村工作”的固化偏见;第三,高校应积极与村镇合作建设乡村实践基地,开设与乡村创业有关的社会实践或课程,成立创业学院,聘请成功的乡村创业家作为创业导师,设立乡村创业专项基金等,将乡村实践教学融入课程设计与教学内容中,通过实践教学,指导学生更为现实、系统、深入地认识乡村创业身份所需的能力与担当;第四,积极通过媒体宣传,在全社会营造对乡村创业的正面评价,让大众充分感知到乡村创业的正面形象与社会认同度,通过周边亲友的影响,改变大学生对乡村创业身份的认知;第五,指导镇(乡)、行政村等出台或制定相关政策或制度,鼓励具有特定背景的大学生进行乡村创业活动,对其已经在开展的乡村创业行为进行资金、技术和政策上的支持,以加强和巩固其乡村创业意愿。如对农村户籍、家庭中直系亲属有一方从事农业相关工作的大学生的创业项目给予启动资金补贴和风险投资支持,同时优先与在当地开展科研型实验的科研团队合作,引进高科技的技术和先进的管理理念以支持乡村创业项目的可持续发展。

参考文献

- [1] 姜方炳. “乡贤回归”: 城乡循环修复与精英结构再造——以改革开放 40 年的城乡关系变迁为分析背景[J]. 浙江社会科学, 2018, 266(10): 72-79+158-159.
- [2] Samia, C., Bemie, W. and Bob, H. (2007) Interlevel Influences on the Reconstruction of Professional Role Identity. *Academy of Management Journal*, **50**, 1515-1539. <https://doi.org/10.5465/amj.2007.28226248>
- [3] Brown, R. (2000) Social Identity Theory: Past Achievements, Current Problems and Future Challenges. *European Journal Social Psychology*, **30**, 745-778. [https://doi.org/10.1002/1099-0992\(200011/12\)30:6<745::AID-EJSP24>3.0.CO;2-O](https://doi.org/10.1002/1099-0992(200011/12)30:6<745::AID-EJSP24>3.0.CO;2-O)
- [4] Hogg, W. (1995) An Object-Oriented Power Plant Adaptive Control System Design Tool. *IEEE Transactions on Energy Conversion*, **10**, 600-605. <https://doi.org/10.1109/60.464888>
- [5] Bird, B. and Iii, G.P.W. (2011) Time and Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, **22**, 45-58.
- [6] 王晶晶, 韩远翔, 杜晶晶. 大学生创业者的身份建构模型[J]. 管理案例研究与评论, 2017, 10(4): 381-390.
- [7] 王秀芝. 农村籍大学生回乡就业问题探讨[J]. 高等农业教育, 2013(5): 114-116.
- [8] 温兴琦, 陈昱璇, 温旭尧. 大学生创业者多重身份识别分析及启示[J]. 科技管理研究, 2019(4): 121-127.
- [9] Murnieks, C.Y., Mosakowski, E. and Cardon, M.S. (2014) Pathways of Passion: Identity Centrality, Passion, and Behavior among Entrepreneurs. *Journal of Management*, **40**, 49-55. <https://doi.org/10.1177/0149206311433855>
- [10] 谢雅萍, 陈小燕, 叶丹容. 创业激情有助于创业成功吗?[J]. 管理评论, 2016, 28(11): 170-181.
- [11] Tajfel, H. and Turner, J. (1979) An Integrative Theory of intergroup Conflict. *Social Psychology of Intergroup Relations*, **33**, 94-109.
- [12] Hoang, H. and Gimeno, J. (2010) Becoming a Founder: How Founder Role Identity Affects Entrepreneurial Transitions and Persistence in Founding. *Journal of Business Venturing*, **25**, 41-53. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.07.002>