

大学生公益创业者素质模型构建

郭婷, 谭秋蓉, 本清松

(重庆大学公共管理学院, 重庆, 400044)

[摘要] 公益创业者素质对公益创业能否成功起决定性作用。基于公益创业发展、公益创业教育、公益创业者素质的国内外研究成果, 结合扎根理论, 运用素质洋葱模型, 通过对719份调查问卷进行因子分析, 构建了结构合理的大学生公益创业者素质模型。该模型由公益人格、创新素质和创业素质等3大素质维度构成, 包含公益品质、动机观念、创新意识、创新人格、创新实践、创业认知、团队管理、经营发展、创业特质等9项素质, 系统地总结了公益创业者的素质特征。

[关键词] 公益创业者素质模型; 素质洋葱模型; 扎根理论; 因子分析

[中图分类号] G64 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2020)02-0103-10

一、引言

近年来, 越来越多的社会组织参与社会治理, 在提供公共服务方面发挥着越来越大的作用, 而这些社会组织主要运用公益创业这一模式来创新性地解决社会问题。公益创业(social entrepreneurship)又称“社会创新”“社会创业”, 是指个人、社会组织或者网络群体等在社会使命的激发下, 追求创新、效率和社会利益, 面向社会需要建立新的组织或向公众提供产品与服务的社会活动。与商业创业和公益慈善相比, 公益创业的显著特征是兼具商业性和社会性, 践行新型“自我造血式”的公益模式, 是社会公益事业的一种创新。

在“大众创业, 万众创新”的时代背景下, 我国大力支持社会群体尤其是大学生参与公益创业。虽然很多大学生积极响应号召投入公益创业中, 并逐渐成为公益创业的重要力量, 但我国大学生公益创业的实际并不乐观。其中最主要的原因在于大学生公益创业者的能力素质与经验不足, 比如对公益创业的认知不清晰、知识技能储备不足、缺乏创新能力等。构建大学生公益创业者素质模型对增强大学生公益创业有重要意义。首先, 使公益创业者素质系统化; 其次, 使学生自主学习时有明确的参照标准, 为大学生公益创业能力现状提供评价指

标, 科学地反映他们的真实水平; 最后, 它是支撑高校公益创业教育的根本和保障, 以模型为依据可以制定明确的教学目标和培养计划, 有效地培养公益创业人才。基于此, 本研究以有效提升大学生公益创业者素质为目标, 遵循创造型人才培养规律, 探索公益创业者所必备的素质, 构建大学生公益创业者素质模型, 为高校培养公益创业人才和提高社会公益创业的可持续性发展提供方向。

二、文献综述

国内关于构建公益创业者素质模型的研究并不多。韦小双基于经验推断列举了影响大学生公益创业效果的心理特征, 包括清晰的公益创业认知、多元的创业动机、强烈的公益创业意愿和潜在的公益创业期待^[1]; 刘蕾基于素质冰山模型、公益创业过程以及经验推断构建了测量公益创业者能力现状的指标体系, 其中技能一项包括问题识别、资源使用等20项能力^[2]; 方慧基于叙事学方法构建大学生公益创业者素质特征的理论模型, 该模型以资本力、创业力、内驱力为三大基本维度^[3]。

总的来说, 目前所构建的模型存在以下不足: (1) 在构建方法上多是基于经验推断, 缺乏理论基础。素质模型构建的方法主要有行为事件访谈法、团体焦点访谈法、情境法等。即便对大学生公益创

[收稿日期] 2019-06-21; **[修回日期]** 2020-03-24

[作者简介] 郭婷(1997—), 女, 广东汕头人, 重庆大学公共管理学院在读本科生, 主要研究方向: 公共人力资源管理, 联系邮箱: 20160237@cqu.edu.cn; 谭秋蓉(1998—), 女, 重庆云阳人, 重庆大学公共管理学院在读本科生, 主要研究方向: 公共人力资源管理; 本清松(1997—), 男, 贵州毕节人, 重庆大学公共管理学院在读本科生, 主要研究方向: 公共人力资源管理

业者进行行为事件访谈,但样本是否具有代表性仍有待商榷。虽然方慧的样本来自大学生创业比赛中的公益项目,但这些项目大多随着比赛结束而终止,缺乏可持续性,因此在比赛中拿到好名次的公益项目团队并不代表就是成功的公益创业者。(2)在模型的内容上,素质要素内涵表述不清、概念过大。在已有模型中,都包含创新精神这一要素,但创新精神本身就是一个内涵丰富的概念。由公益创业的定义可知创新素质是公益创业者的核心素质之一,将其作为一个最小单位的素质要素消解了其重要性。另外,未能体现公益创业与商业创业的区别。如在方慧的模型中,唯一一个能体现公益创业特征的素质是乐于服务,但这并不能完全展现公益创业的特质。

因此,为弥补目前研究存在的不足,本文基于素质洋葱模型与扎根理论,力求构建一个能充分体现公益创业独特性、概念表述清晰的大学生公益创业者素质模型。

三、大学生公益创业者素质理论模型构建

(一) 理论基础

1. 公益创业的概念界定

公益创业的定义仍然存在一些争议。Dees 基于公益创业目标的双重性^[4],在《公益企业家的含义》一书中最早提出了公益创业概念。他认为公益创业包括四个方面的内容:一是不断创造社会价值,二是不断发掘新的机会来实现使命,三是持续创新、积极适应和不断学习的过程,四是以服务对象和行为结果为导向。Peredo 和 McLean 将公益创业定义为识别出被边缘化的群体,即缺乏体面的生活质量所需资源或能力的群体,并通过创建企业来解决这

一问题^[5]。Carragher 和 Welsh 将公益创业定义为创新地利用和组合资源,以寻求引发社会变革和满足社会需求的机会^[6]。在国内研究中,严中华在《社会创业》中分广义和狭义对公益创业进行了界定,“广义公益创业是指采用创新的方法解决社会问题,采用传统的商业手段创造社会价值而非个人价值,狭义的公益创业主要是指非营利性组织应用商业机制和市场竞争来获利”^[7]。唐亚阳在《公益创业学概论》中指出:“公益创业是指个人、社会组织或者网络等在社会使命的激发下,追求创新、效率和社会成果,是面向社会需要,建立新的组织,向公众提供产品和服务的社会活动。”^[8]

2. 素质洋葱模型

美国学者 R.博亚特兹(Richard Boyatzis)深入研究了麦克利兰的素质冰山理论,并构建了素质洋葱模型。该模型呈现了人类能力素质的理论维度,并且阐释了各构成要素能被观察、被衡量的特点。素质洋葱模型是一个各胜任素质由内到外层层包裹的结构,具体结构与各层构成要素如图 1 所示。素质洋葱模型包括人的素质的各个层面,可作为公益创业者素质模型的参照系统。

3. 扎根理论

作为一种探究概念内涵的质化研究方法,扎根理论旨在通过全面收集、分析编码原始资料,从中获得充分的事实与数据支持,并在此基础上对概念和范畴进行归纳提炼,进而建构理论。Glaser 和 Strauss 描述的扎根理论立足于两个关键概念:一个是往复比较(constant comparison),即数据收集和数据分析同时进行;另一个是理论抽样(theoretical sampling),即数据收集的方向不是由预先的假设所

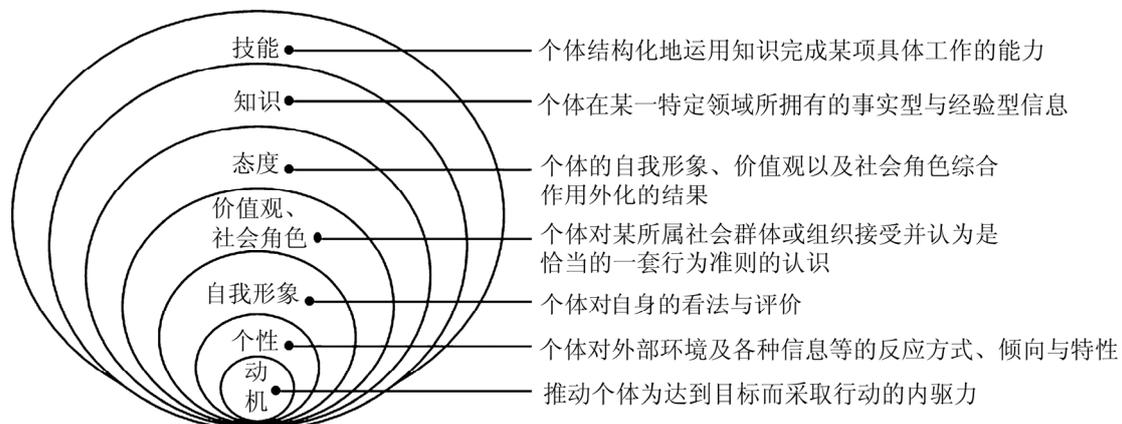


图 1 素质洋葱模型

引导,而是由对数据持续不断的解释和涌现的概念类属所决定。研究者应当保持开放的思想,从资料本身出发,如实看待资料中获得的概念以及概念之间的关系,而不是抱有某种先入之见,在资料中验证应该出现的理论假设。但这并不代表扎根理论的研究缺乏主题,漫无目的。在研究初始,研究者应该首先确定待研究的领域,这样能够确保研究的主题更有针对性,也便于我们进行有针对性的资料收集。在明确主题后,对该领域已有的理论研究进行回顾,有助于研究者找准研究主题在相关研究领域中的位置,更重要的是帮助研究者增强理论敏感性以及对原始材料的解读能力,为在更加抽象的层面上建构理论打下基础。

(二) 构建过程

本文的原始资料来源于国内外新闻、文献中有关公益创业的信息,其中不乏公益创业成功者的案例、公益创业过程的细节描述。我们在搜集资料的过程中尤其关注公益创业的定义、公益创业与商业创业的区别以及创新能力的内涵。首先,进行开放性编码,边搜集资料边分析。以素质洋葱模型为分类标准,对提取的原始语句进行归类、注解(即将不直接呈现为素质的语句进行概念化,归纳或推断为某种素质再进行归类)。通过初步分析和筛选资料,合并重复、意思相近的原始语句,共得到201条与公益创业相关的素质资料。其次,进行主轴编码,将之前所得的素质项建立关系连接,从而具体化为大学生公益创业者特有的属性和维度。本文根据公益创业的定义和范畴间的相互关系与逻辑次序把大学生公益创业者素质分成公益人格、创新能力、创业能力三个维度。最后,进行选择性的编码,即根据三大维度对得到的素质项进行筛选和分类,再基于相关资料和理论对各范畴及它们之间的关系进行动态整合和完善,从而达到理论饱和要求,最终形成概念化模型。

1. 文献梳理

在模型构建中利用扎根理论将公益人格、创新素质、创业素质作为大学生公益创业者素质模型的三大基本维度。而这一分类标准也可以从众多学者对公益创业定义中的共性部分得到验证,学者们都强调解决社会问题的方法的创新性,而且公益创业顾名思义是一种创业活动。近年来,学者们也将公益创业定义为创业学的一个子学科^[9],因此,创业素质和创业素质是公益创业者必备的两大基本素

质。另外,学者们还强调公益创业的社会价值,认为公益创业的宗旨是解决社会问题。在理论模型中将公益人格、创新素质、创业素质作为大学生公益创业者素质理论模型的三大基本维度,接下来利用扎根理论丰富这三大基本维度的二级维度及内涵。

(1) 公益人格。Joyce KoeHwee Nga认为公益创业者往往具有某些独特的人格特征,这些特征形成了他们的价值观和信念,决定了他们的行为,在推动公益创业决策中发挥着重要作用^[10]。本文将公益创业者这种独特的人格特征称为公益人格。一些学者描述公益创业者时也体现了公益人格的内涵,如Nidhi Aggarwal认为公益创业者是对自己的工作充满激情和决心的人,他们具有很高的成就动机^[11]; Jill Sperandio认为公益创业者在实现愿景及强烈的道德目标感的驱动下,仍然可以在资源匮乏的情况下实现很大的社会效益^[12]; Brett R. Smith等人认为公益创业者对社会问题的道德感越强,就越有可能通过开放而不是封闭的模式来扩大企业规模,从而达到更快的速度和更大的社会影响范围^[13]; Miller等人认为公益创业者具有很强的亲社会动机,即为造福他人而付出努力的愿望^[14]。

(2) 创新素质。虽然所有的学者都强调公益创业者的创新素质,但有关公益创业的文献大多没有出现有关创新能力具体内涵的语句,因此我们有必要对创新能力这一维度的构建再次进行文献分析。如Alden Rivers等人认为创新即保持原创性和创造性,并运用横向思维与习惯思考未来^[15]; Amabile认为创新是一个组织成功地实施创造性想法的过程^[16]; Levitt认为有创造力的人有很多想法,但有时几乎没有商业上的跟进,也没有主动做出正确的努力来帮助他们的想法得到倾听和尝试,因此创新的人还必须同时表现出高水平的主动性,将想法带到实施阶段^[17]; Frese等人发现实施新想法常常会遇到来自他人的障碍,而主动性意味着一个人要积极而持久地应对这些障碍^[18]; Ella Miron等人认为无论是产生新想法还是实践新想法,创新的文化价值都允许规则侵权,创新往往是突破而不是改进^[19]; Fullan提出了一个有助于创新的领导模式,即保持明确的道德目标、了解变革过程、分享知识、建立协作关系以及为创新设定愿景和环境^[20]; 伯克利创新指数将个性品质纳入创新的衡量因素,包括信任他人、强心理恢复力、多元化、自信、精益求精等^[21]。

(3) 创业素质。在创业教育的发展过程中发生

过这样的理念转变,即强调从教授学生关于创业的原则和具体过程转向为学生配备一套使他们作为企业家能够成功的个人技能、品质和行为^[22-24]。Kirby 认识到有抱负的企业家需要了解创业原则、创业流程和工具,更重要的是获得具有企业家个人特征的技能 and 行为^[23]。从这个角度出发,本文将创业素质定义为能够使创业者创业成功的创业认知、创业技能和创业特质。很多学者也对创业素质的这三大维度作了相关诠释。

在创业认知方面, Mitchell 等将创业认知定义为人们用来进行评估、判断或决策的知识结构,包括机会评估、企业创建和发展^[25]。具体的知识除了一般管理知识(战略、市场营销、人力资源、会计或金融等)外,还包括机会型知识和风险型知识,其中机会型知识是指关于特定市场漏洞或可用于创业的资源信息,风险型知识是指实施特定产品或服务运作的实际知识^[26]。除此之外, Anne-Claire Pache 等人认为公益创业者还需了解公共、社会、商业三个不同领域的制度逻辑,必须熟悉与公益项目运营、公益企业相关的具体知识,以便能够为社会问题制定解决方案^[27]。

在创业技能方面, Nidhi Aggarwal 认为公益创业者是伟大的人才招聘者,他们以许多改变潮流的方式展示他们的想法或解决方案,动员他人进行变革是公益创业者的标志^[11]; Mair & Marti 认为公益创业非常具有挑战性,因为公益创业者不仅必须尝试建立一个组织,而且必须努力建立一套支持组织的基础设施^[28]; Amin 等人认为公益创业者是为了

社会目的而关注企业的人,公益创业涉及建立具有商业可行性和社会建设性的组织,要求社会企业家识别和利用市场机会,以开发实现社会目的的产品和服务,或产生可在社会项目中再投资的盈余^[29]; Kourilsky 发现公益创业者面临着与传统企业家一样的挑战:机会识别、资源整合和新企业的创建^[30]; Geoffrey Desa 等人同样认为对于以公共利益为目的的企业来说,有效调动资源的过程对社会使命尤其重要^[31],由于公益创业者只有通过持续盈利才能产生可持续的社会变革,这为社会企业提出了特殊的领导困境^[32],因此公益创业者需具备出色的领导能力; Cone 等人研究了许多案例,发现不管企业高管选择将自己的品牌与一项社会事业结合起来的动机是什么,社会回报都是可观的,那些表现出社会责任感的公司,会在一个日益缺乏差异化服务的世界中脱颖而出^[33],因此在某些情况下追求社会目标不仅是为了其内在价值,也是为了其营销价值,这也要求公益创业者要能够利用好公益的营销红利。

在创业特质方面, Matthew G. 等人则从纯经济学的角度出发,认为公益创业的个人风险很高,收益未知^[34]。这就要求公益创业者具有冒险精神,敢于冒险,能够承担风险,同时还要有坚强的意志,不轻易被困难击倒,能够推动公益创业项目发展,达到创造社会价值,造福他人的目的。

2. 初步模型

基于对大量文献资料的归纳整理,以素质洋葱模型为参照系统可以对公益创业者所需的能力素质做出初步的假设。具体见表 1。

表 1 大学生公益创业者素质理论模型

公益人格(P) public personality	公益品质(P1)	奉献精神(P11)——愿为社会奉献自己 心慈仁爱(P12)——能够感受他人痛苦 道德使命(P13)——具有强烈的社会道德感 服务意识(P14)——能服务社会 and 他人 价值认知(P15)——志在解决社会问题
	动机观念(P2)	公益创业意愿(P21)——愿意尝试公益创业 成就动机(P22)——渴望成功实现愿望
创新素质(I) innovative quality	创新意识(I1)	创新认识(I11)——理解创新的本质 创新准备(I12)——为创新设定愿景和环境,丰富自身的社会资本,追求多样性 创新思维(I13)——具有创造力、横向思维、批判性思维
	创新人格(I2)	好奇尚异(I21)——不拘一格,对新鲜独特的事物具有好奇心 果敢自信(I22)——相信自己能改变世界 乐观坚强(I23)——能够快速从失败中恢复过来 严谨务实(I24)——注重细节,精益求精
	创新实践(I3)	主动性(I31)——喜欢将想法付诸行动

续表 1

创业认知(E1)	一般管理知识(E11)——包括战略、市场营销、人力资源、会计或金融等 公司运营的专业知识(E12)——实施特定产品或服务运作的实际知识 公益领域知识(E13)——公共、社会、商业三大领域的制度逻辑、公益项目运营、不同形式的 公益企业相关的具体知识 行业的基本情况(E14)——关于特定市场漏洞或可用于创业的资源与信息
创业素质(E) entrepreneurial qualities	人际沟通(E21)——善于与他人合作共处 团队组建(E22)——能够动员他人, 组建团队 团队建设(E23)——保持组织的凝聚力 组织运营(E24)——能够保证公司持续盈利 机会识别(E25)——善于发现社会的需要 营销宣传(E26)——能够打造公益品牌, 善于利用各种媒介进行宣传 资源整合(E27)——能够克服现有资源的限制
创业技能(E2)	
创业特质(E3)	坚强的意志(E31)——意志坚定, 不易动摇 冒险精神(E32)——敢于冒险, 能够承担风险

3. 关键素质条目说明

(1) 公益品质。Grimes 等人研究得出^[34], 同情心能够促使人们形成更高层次的综合思维以及致力于减轻他人痛苦的承诺, 并且采取更亲社会的权衡成本和收益的方式来解决。这些都是进行公益创业的重要条件, 例如, 承诺使人们有更大的毅力和动机为他人采取行动, 与有利于自身的决定相比, 减轻他人痛苦的承诺会导致更有创造性和更灵活的思维过程^[35], 而创造性和灵活性是形成社会企业的必要条件, 因为这种企业需要将现有的方法创新组合。基于学者的阐述, 本文将同情心这一品质具化为志在解决社会问题、能够感受他人痛苦、愿为社会奉献自己、服务社会的意识, 再加上文献中多次强调的社会道德感, 共同构成公益品质的要素。

(2) 创业认知。创业认知是创业者重要的创业素质之一, 企业家的创业认知影响其思考方式、对信息的处理以及战略决策。

本文在公益领域知识中强调了解三大领域制度逻辑的重要性, 因为公益创业者依赖于一个复杂的利益相关者网络, 这些利益相关者属于不同的制度领域^[36]。一方面, 公益创业者需要社会部门的支持, 需要当地社会行动者提供战略资源, 还需要与社会组织合作, 协调社会服务。另一方面, 当从商业部门调集资金时, 公益创业者需要嵌入商业世界, 即采用商业做法与商业实体发展商业关系, 并与相关产业人员建立伙伴关系。在大多数国家, 公益创业者还直接与负责公民福利的政府和公共机

构进行互动, 以便获得政策、财政支持或促进政策和制度的完善。因此, 尽管公益创业也是创业活动的一种, 但公益创业者的经营环境与商业创业者的经营环境截然不同, 后者主要与以商业逻辑为指导的组织互动, 而公益创业者需要在三个制度领域(社会部门、商业部门和公共部门)的交叉点上运作, 从中调动重要的社会和物质资源。而这些领域的参与者遵循不同的目标、规范和价值观^[37], 为了从这些不同的制度领域调动对企业成功至关重要的资源, 公益创业者需要了解三个不同领域的制度逻辑, 了解各种利益相关者的文化、利益和规范, 并满足其期望, 以获得社会或财政支持^[38]。

此外, 公益创业者解决的社会需求与传统企业家解决的市场需求不同。公益创业者可能会关注那些无力支付所提供产品或服务费用的客户, 可能涉及公共物品或社会物品, 本质上很难收费。因此他们可能需要对特定的社会问题有非常深入的了解^[27]。考虑到这些限制, 解决这些需求可能需要具体的资源调动战略, 出于这些原因, 公益创业者必须熟悉与公益项目运营、不同形式的公益企业相关的具体知识, 以便能够为社会问题制定可行的解决方案。

四、检验与优化大学生公益创业者能力素质模型

(一) 研究设计与样本分析

根据上面建立的模型, 课题组设计了 49 个问题项, 采用 Likert 5 级量表(即 1=极不重要, 2=较不重要, 3=不能确定, 4=比较重要, 5=极其重要), 发给在读大学生和已就业的社会群体进行填写。回收

问卷后对问卷数据进行因子分析以检验理论模型,根据分析结果对理论模型进行优化,形成适用性较高的最终模型。

课题组总共发放 800 份问卷,回收 719 份,为了使评价具有可信度,剔除对公益创业完全不了解的被调查者,筛选了 402 份有效问卷进行因子分析,问卷有效率为 55.91%。样本特征大致情况见表 2:在教育水平上,74.8%为本科,7.8%为研究生,极

大部分是本科及以上学历;在职业状态上,45.6%的被调查者还在上学,54.4%为已就业或创业群体;在志愿行动方面,46.9%的被调查者加入过志愿团体,78.9%的被调查者参加过志愿者活动;在公益创业了解程度上,67.8%的被调查者听说过公益创业,24.6%的被调查者有创业经历,对创业中的困难和挑战有切身体验,49.6%的被调查者对创业相关政策有了解。

表 2 调查样本特征统计表

变量	变量分类	占比/%	变量	变量分类	占比/%
教育水平	高中及以下	7.1	对公益创业的了解程度	没有	21.8
	大专	10.2		说不清	10.4
	本科	74.8		听说过	67.8
	硕士研究生	7.8	是否有过创业经历	没有	75.4
	博士研究生	0.1		有	24.6
是否加入过志愿团队	加入	46.9	对创业政策的了解程度	比较熟悉	11.2
	已退出	10.6		不太了解	42.1
	没有	42.5		非常熟悉	0.6
是否参加过志愿活动	参加过	78.9		完全不了解	8.3
	没参加过	21.1		一般了解	37.8

(二) 信度和效度分析

创建大学生公益创业者的素质模型,需要保证结构效度和内容效度良好。模型中的要素是根据相关的研究文献拟定的,在专家的指导下对每个测量项目进行了清晰界定,并进行初步测试,以保证结构模型的信度和效度。通过测试和分析,最终确定了 28 个项目变量。

在信度检验上,通过 Cronbach's α 系数对分析的全样本进行了检验,结果为 0.843(见表 3)。一般情况下,Cronbach's α 系数愈高,表示量表愈稳定,可靠性越高。在社会科学研究中,信度检验的系数值在 0.7 水平就可以接受。本量表总信度为 0.843,说明该量表具有较好的内部一致性。

表 3 信度检验

克隆巴赫 Alpha	基于标准化项的克隆巴赫 Alpha	项数
0.843	0.846	31

在效度检验上,构建好大学生公益创业者素质模型后,通过 SPSS 24.0 中因子分析的 KMO 检验

及 Bartlett 球型检验对分析量表进行了测量,见表 4,最终 KMO 的结果为 0.826。Bartlett 检验的相伴概率为 0.000,小于显著性水平 0.05,因此拒绝 Bartlett 球度检验的原假设,说明原始变量之间存在相关性。统计学家认为 KMO 值越接近 1,意味着变量间的相关性越强,原有变量越适合作因子分析,其中 0.6—0.7 是勉强适合水平,0.7—0.8 是适合水平,0.8—0.9 是很适合水平,0.9 以上是适合水平。0.826 属于很适合水平,因此,该量表很适合进行因子分析,效度水平较高。

表 4 KMO 和 Bartlett's 检验

KMO 取样适切性量数		0.826
近似卡方		2 577.986
巴特利特球形度检验	自由度	496
	显著性	0.000

(三) 因子分析结果

利用筛选出的 402 份有效评价问卷,在 SPSS 24.0 软件中用主成分分析、最大方差旋转进行因子

分析, 最终分析结果见表 5。结果显示, 28 个项目变量在 9 个公因子里, 9 个公因子又在设定的公益人格、创新素质、创业素质 3 个维度里。对构成大学生公益创业者素质的 3 大方面进行信度检验, 公益人格的 Cronbach's α 系数为 0.837, 创新素质的 Cronbach's α 系数为 0.828, 创业素质的 Cronbach's α 系数为 0.850, 均处于较高的可信度水平, 结合总量表的信度检验(见表 3), 说明模型构建和测量具有

较高的可信度。因子分析的总方差解释率为 56.326%, 处于可接受水平, 基本反映了原始数据的大部分信息。

(四) 结论与讨论

通过问卷筛选, 量表测试和因子分析, 创建了结构合理、可靠的大学生公益创业者素质模型。该模型由公益人格、创新素质和创业素质 3 大素质构成, 包含公益品质、动机观念、创新意识、创新人格、创新实践、创业认知、团队管理、经营发展、创业特质 9 项素质。与表 1 的理论模型相比, 在创业素质上稍有出入, 创业技能被拆分为团队管理、经营发展两大素质, 比理论模型更为具体。总体来看, 基本符合假设, 并且在构建方法和模型内容上弥补了已有研究的不足。

在构建方法上, 本研究基于扎根理论, 梳理了大量国内外有关公益创业者素质的文献。扎根理论主张数据收集的方向不是由预先的假设所引导, 而是由对数据持续不断的解释和涌现的概念类属所决定, 这就避免了经验推断的局限性。本研究所搜集的材料中也不乏对已经产生巨大社会效益的社会企业家的分析总结, 以及对公益创业案例的描述和剖析, 由此可见搜集的原始资料具备较高的参考价值。最终的 9 大素质囊括了素质洋葱模型的 7 大维度的全部内涵, 大大提高了模型的科学性。

在模型内涵上, 公益人格的内涵是公益创业者具有亲社会动机且具有社会责任意识, 愿意将动机转化为公益行动; 创新素质是指具有意识上的主动创造性和人格上的自我认同性; 创业素质则是具有创业行为的基本认知和运作概念, 能以强大的自我意志实现持久性创业。在构建模型的过程中, 本研究剔除了一些“解决问题的能力”“创新能力”等概念过大的要素, 具化为于公益创业而言关键的不可再分割的人际沟通、团队组建、团队建设、组织运营等能力。对于创新能力, 本研究将其作为一大维度, 同样通过文献梳理展示其丰富的内涵, 体现了其对公益创业者的重要性。公益人格对公益创业者的战略决策、恪守公益创业经济效益和社会效益的双重底线、克服现有资源的限制具有重要作用。因此, 本研究将公益人格单独作为一个大维度, 阐述了其具体内涵, 体现了公益创业的独特性。此外, 创业素质强调公益创业者需要了解不同领域的制度逻辑、需要对特定的社会问题和不同的公益创业

表 5 经方差最大正交旋转的因子载荷矩阵

3 大素质	9 大因子	28 变量	共同因子	Cronbach's α 系数
公益人格(P) public personality	公益品质 (P1)	奉献精神(P11)	0.724	0.837
		心慈仁爱(P12)	0.662	
		道德使命(P13)	0.588	
		服务意识(P14)	0.555	
		价值认知(P15)	0.489	
创新素质(I) innovative quality	动机观念 (P2)	公益创业意愿(P21)	0.682	0.828
		成就动机(P22)	0.560	
	创新意识 (I1)	创新认识(I11)	0.748	
		创新准备(I12)	0.591	
创业素质(E) entrepreneurial qualities	创新人格 (I2)	创新思维(I13)	0.491	0.850
		好奇尚异(I21)	0.774	
	创新实践 (I3)	果敢自信(I22)	0.687	
		乐观坚强(I23)	0.615	
创业素质(E) entrepreneurial qualities	创业认知 (E1)	严谨务实(I24)	0.531	0.850
		主动性(I31)	0.765	
		一般管理知识(E11)	0.725	
		公司运营专业知识(E12)	0.664	
	团队管理 (E2)	公益领域知识(E13)	0.643	
		行业的基本情况(E14)	0.638	
	经营发展 (E3)	人际沟通(E21)	0.611	
		团队组建(E22)	0.508	
		团队建设(E23)	0.476	
		组织运营(E31)	0.693	
创业特质 (E4)	机会识别(E32)	0.655		
	营销宣传(E33)	0.612		
创业特质 (E4)	资源整合(E34)	0.605		
	坚韧意志(E41)	0.685		
创业特质 (E4)	冒险精神(E42)	0.663		

形式有非常深入的理解、需要注重公益品牌的营销价值。这也体现了公益创业与商业创业的区别。

但是,模型的适用性和可评价性仍需进一步验证,要实现大学生公益创业者能力素质的系统性培养也是一件困难的事。因此,根据本研究构建的素质模型和当前大学生公益创业者素质的现状提出针对性解决方案,还有很长的路要走,仍存在较大的研究空间。

五、结语

大学生公益创业者能力素质模型对大学生进行公益创业实践具有重要作用。本文通过梳理文献资料,构建理论模型,运用问卷调查、因子分析方法验证该模型,最终提出公益人格、创新素质、创业素质3大维度9个素质类别的素质体系。为高校公益创业教育体系建设提供参考,以提高大学生公益创业的成功率。

研究发现,培养和提高大学生公益创业能力应从公益人格、创新素质、创业素质3个方面着手。大学生应多参与社会实践,多与专业人士沟通并及时将自己的想法付诸实践,在试错中培养自己的创新素质。根据大学生公益创业者能力素质模型,公益人格和创业素质这两个维度里的公益品质和创业特质是大学生需要特别关注的。公益品质在一定程度上影响着大学生公益创业的初衷以及公益创业的持续性,创业特质则代表创业者的乐观度。对于如何提高公益创业者的能力素质,大学生自身起关键作用。本研究提出以下几点建议:一是积极学习公益创业类课程,为今后的公益创业做知识储备;二是多参加公益创业实践活动,如“创青春”“挑战杯”等比赛或者国家级创新创业大赛等,锻炼自身的创新素质和创业素质;三是定期反思、总结现阶段的不足,根据公益创业所需素质评估自己的能力,为下一阶段设定合理目标,以此不断进步。但提高公益创业能力素质不能只靠大学生个人的努力,需要学校、家庭、社会多管齐下。

参考文献:

[1] 韦小双. 大学生公益创业心理特征及培育对策研究[J]. 中国职工教育, 2014(22): 153-154.
WEI Xiaoshuang. A study on the psychological characteristics and cultivation countermeasures of college

students' public welfare entrepreneurship[J]. Staff and Worker's Education of China, 2014(22): 153-154.
[2] 刘蕾. 基于大学生公益创业能力提升的教育支持体系研究[J]. 江苏高教, 2017(11): 84-89.
LIU Lei. A study on the education support system based on the improvement of college students' social entrepreneurship ability[J]. Jiangsu Higher Education, 2017(11): 84-89.
[3] 方慧. 大学生公益创业者素质特征模型构建[J]. 中国人力资源开发, 2016(18): 59-67.
FANG Hui. Construction on model for college student social entrepreneur's competency[J]. Human Resources Development of China, 2016(18): 59-67.
[4] DEES J G. The meaning of "social entrepreneurship"[M]. Kaufman Center for Entrepreneurial Leadership and Graduate School of Business, Stanford University, 1998: 1-6.
[5] PEREDO A M, MCLEAN M. Social entrepreneurship: A critical review of the concept[J]. Journal of World Business, 2006, 41(1): 56-65.
[6] CARRAHER S M, WELSH D H B. Global entrepreneurship[M]. 2nd ed. Dubuque: Iowa, 2015.
[7] 赵莉, 严中华. 国外公益创业企业理论研究综述[J]. 理论月刊, 2009(6): 154-157.
ZHAO Li, YAN Zhonghua. A review of theoretical research on social entrepreneurship in foreign countries[J]. Theory Monthly, 2009(6): 154-157.
[8] 唐亚阳. 公益创业学概论[M]. 长沙: 湖南大学出版社, 2009: 35-36.
TANG Yayang. Introduction to social entrepreneurship[M]. Changsha: Hunan University Press, 2009(6): 35-36.
[9] AUSTIN J, STEVENSON H, WEI-SKILLERN J. Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?[J]. Entrepreneurship Theory Practice, 2006, 30(1): 1-22.
[10] NGA J K H, SHAMUGANATHAN G. The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions[J]. Journal of Business Ethics. 2010, 95(2): 259-282.
[11] AGGARWAL N. Corporate social responsibility and social entrepreneurship[J]. Asian Resonance, 2015, 4(2): 7.
[12] SPERANDIO J. Social entrepreneurs and educational

- leadership in Bangladesh[J]. *Comparative Education*, 2005, 8(1): 18–30.
- [13] SMITH B R, KISTRUCK G M, CANNATELLI B. The impact of moral intensity and desire for control on scaling decisions in social entrepreneurship[J]. *Journal of Business Ethics*. 2016, 133: 677–689.
- [14] MILLER T L, GRIMES M G, MCMULLEN J S, et al. Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship[J]. *Academy of Management Review*, 2012, 37(4): 616–640.
- [15] ALDEN RIVERS B, ARMELLINI A, NIE M. “Embedding social innovation and social impact across the disciplines: Identifying ‘Changemaker’ attributes”[J]. *Higher Education Skills and Work Based Learning*, 2015, 5(3): 242–257.
- [16] AMABILE T M. Stimulate creativity by fueling passion[M]. *Handbook of Principle of Organizational Behavior*, 2000, 331: 341–357.
- [17] LEVITT T. Creativity is not enough[J]. *Harvard Business Review*, 2002: 137–144.
- [18] FRESE M, FAY D, HILBURGER T, et al. The concept of personal initiative: operationalization, reliability and validity in two German samples[J]. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 1997, 70: 139–161.
- [19] MIRON E, EREZ M, NAVEH E. Do personal characteristics and cultural values that promote innovation, quality and efficiency compete or complement each other?[J]. *Organizational Behavior*, 2004, 25: 175–199.
- [20] FULLAN M. *Leading in a culture of change*[M]. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 2007.
- [21] SIDHU I, GOUBET J E, WEBER H, et al. Berkeley innovation index: An approach for measuring and diagnosing individual’s and organizations’ innovation capabilities [EB/OL]. (2016–02–22) [2019–05–22]. <http://lup.lub.lu.se/record/297e1a1d-4f31-4293-a624-02bf01f23820>.
- [22] FAYOLLE A. Entrepreneurship education at the crossroads: Towards a more mature teaching field[J]. *Journal of Enterprising Culture*, 2008, 16: 325–337.
- [23] KIRBY D A. Entrepreneurship education: Can business schools meet the challenge?[J]. *Education Training*, 2004, 46: 510–519.
- [24] KOZLINSKA I. Contemporary approaches to entrepreneurship education[J]. *Journal of Business Management*, 2011, 4: 205–220.
- [25] MITCHELL R K, BUSENITZ L W, LANT T, et al. Entrepreneurial cognition theory: Rethinking the people side of entrepreneurship research[J]. *Entrepreneurship Theory Practice*, 2002, 27(2): 93–104.
- [26] VESPER K H. *Unfinished business entrepreneurship of the 20th century*[M]. San Diego, CA: USASBE, 1998.
- [27] PACHE A C, CHOWDHURY I. Social entrepreneurs as institutionally embedded entrepreneurs: Toward a new model of social entrepreneurship education[J]. *Academy of Management Learning & Education*, 2012, 11(3): 494–510.
- [28] MAIR J, MARTI I. Entrepreneurship in and around institutional voids: A case study from Bangladesh[J]. *Journal of Business Venturing*, 2009, 24: 419–435.
- [29] AMIN A, HUDSON R, CAMERON A. *Placing the social economy*[M]. London: Routledge, 2002.
- [30] KOURILSKY M L. Entrepreneurship education: Opportunity in search of a curriculum[J]. *Business Education Forum*, 1995, 50(1): 11–15.
- [31] DESA G, BASU S. Optimization or bricolage? overcoming resource constraints in global social entrepreneurship[J]. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2013, 7(1): 26–49.
- [32] MARTIN R. To the rescue: Beating the heroic leadership trap[J]. *Stanford Social Innovation Review*, 2003(1): 36–43.
- [33] CONE C L, FELDMAN M A, DASILVA A T. Causes and effects[J]. *Harvard Business Review*, 2003, 81(7): 95–103.
- [34] GRIMES M G, MCMULLEN J S, VOGUS T J, et al. Studying the origins of social entrepreneurship: Compassion and the role of embedded agency[J]. *The Academy of Management Review*, 2013, 38(3): 460–463.
- [35] POLMAN E, EMICH K J. Decisions for others are more creative than decisions for the self[J]. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2011, 37: 492–501.
- [36] MEYER J W, ROWAN B. Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony[J]. *American Journal of Sociology*, 1977, 83: 340–363.
- [37] DIMAGGIO P, POWELL W W. The iron cage revisited:

Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields[J]. *American Sociological Review*, 1983, 48: 147–160.

embeddedness of social entrepreneurship: Understanding variation across local communities[J]. *Research in the Sociology of Organizations*, 2011, 33: 333–363.

[38] SEELOS C, MAIR J, BATTILANA J, et al. The

Construction of the model of college students' quality as social entrepreneurs

GUO Ting, TAN Qiurong, BEN Qingsong

(School of Public Administration, Chongqing University, Chongqing 400044, China)

Abstract: The quality of social entrepreneurs plays a decisive role in the success of social entrepreneurship organizations. Based on the domestic and foreign research achievements of social entrepreneurship development, social entrepreneurship education, social entrepreneur quality, combined with grounded theory, and exploiting the onion model of quality, this study, by undertaking factor analysis of 719 questionnaires, constructs a well-structured quality model for college students as social entrepreneurs. The model is composed of three quality dimensions, namely public welfare personality, innovation quality and entrepreneurship quality, and consists of 9 qualities: public welfare quality, motivation concept, innovation consciousness, innovation personality, innovation practice, entrepreneurial cognition, team management, business development and entrepreneurial characteristics. Overall, it is a systematic summary of the of social entrepreneurs' quality characteristics.

Key Words: model of social entrepreneurs' quality; quality onion model; grounded theory; factor analysis

[编辑：胡兴华]