

专创融合背景下大学生专业认同、创新效能感 与创业意向关系的实证研究

刘宇飞, 匡志建, 李亚娟

(吉安职业技术学院旅游学院, 江西吉安, 343006)

[摘要] 以高职院校旅游管理专业为例, 实证分析了大学生专业认同、创新效能感和创业意向的关系, 并探讨了推进专创融合的有效路径。研究表明: 大学生专业认同中的专业意识、专业归属维度对创新效能感具有显著的正向预测作用, 专业教学、专业归属维度对创业意向具有显著的正向预测作用; 创新效能感对创业意向具有显著的正向预测作用; 创新效能感在专业教学、专业归属维度与创业意向的关系中起完全中介作用, 但是中介效应和总效应较小。深化专创融合, 需要以专业教育为立足点, 多维度提升学生的专业认同度; 以引导式教育为着力点, 培育学生的创新思维与自我效能感; 以创造性人格为切入点, 提高学生人格特质与专创教育的适配性。

[关键词] 专创融合; 专业认同; 创业意向; 创新效能感

[中图分类号] F590-4; G712 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2023)04-0040-09

自2015年“大众创业、万众创新”被写入政府工作报告以来, 全国范围内掀起了创新创业的热潮。教育部连续出台多项文件, 要求各高校根据人才培养定位和创新创业教育目标要求, 促进专业教育与创新创业教育有机融合^[1](以下简称“专创融合”)。如何实证专业教育与创新创业教育的关系, 通过专业教育驱动大学生创新思维的形成、创业活动的开展, 有效推进高校专创融合工作, 越来越受到学界关注。目前, 关于专创融合的理论逻辑、面临困境、模式构建及实践路径等方面的研究成果日益丰富^[1-3], 但鲜有基于学生视角的定量分析, 专创融合的实际效果有待实证检验。

专业认同是学生对专业充分认知和情感趋同的过程, 积极的认知和情感能够较好地体现自我价值, 使学生愿意与专业、职业建立心理上的

联系, 进而影响职业规划与就业选择^[4]。创新效能感是指个人对自己能否取得创新成果的一种主观预期。创业意向是个人对创业的兴趣、在未来选择创业的可能性。在影响学生认可自我效能和追求职业发展的诸多因素中, 专业认同扮演着重要的角色。虽然专业认同与专业教育之间, 创新效能感、创业意向与创新创业教育之间不构成严格的相关关系, 但是专业教育与创新创业教育的实际效果可以通过学生的专业认同、创新效能感与创业意向进行衡量。因此, 本研究基于学生视角, 以高职院校旅游管理专业学生为研究对象, 在理论分析和实证研究的基础上, 探索专业认同、创新效能感与创业意向的关系, 以揭示专业教育与创新创业教育的融合、互动情况, 为创新创业教育嵌入高职旅游管理专业人才培养提供借鉴。

[收稿日期] 2022-10-11; **[修回日期]** 2023-07-21

[基金项目] 江西省教育科学规划项目“高职旅游管理学生专业认同与创业意向关系研究”(19YB376); 江西省教育科学规划项目“高职院校‘政校企社’嵌入式旅游人才培养路径研究”(19YB375)

[作者简介] 刘宇飞, 男, 江西吉安人, 吉安职业技术学院旅游学院讲师, 主要研究方向: 旅游职业教育、创新创业教育, 联系邮箱: jxliuyufei@163.com; 匡志建, 男, 江西吉安人, 吉安职业技术学院旅游学院助教, 主要研究方向: 旅游职业教育; 李亚娟, 女, 湖南衡阳人, 吉安职业技术学院旅游学院讲师, 主要研究方向: 旅游职业教育

一、文献回顾与研究假设

(一) 专业认同

“认同”的含义最早由德国心理学家弗洛伊德提出,他认为,认同是个人与他人、群体在感情上、心理上趋同的过程^[5]。之后,认同的研究范围扩大至政治学、教育学、社会学、地理学等领域,出现了国家认同、民族认同、职业认同、专业认同、文化认同、社会认同、地方认同等不同概念范畴^[6]。目前,专业认同多指学生喜欢所学专业、认可专业教学、接受本专业的职业规范、认可职业的发展前景、认可在专业中的个人价值、愿意在本专业范围就业等方面^[7]。学生对专业在人才培养、课程设置、教学质量以及就业前景等方面的认可程度,是专业认同维度的重要方面。学生专业认同感的强弱对于专业建设、课堂教学、人才培养、专业就业等具有重要的反馈价值^[8-9]。因此,本研究将专业认同作为检验大学生专业教育效果的重要变量。

(二) 创新效能感、创业意向

创新效能感是指个体对自身创造、创新能力的主观评估状况,是对是否有能力执行某种创新行为的主观判断,也可看作是个体创新自信的具体表现,是影响创业意向的关键内部因素^[10]。创业意向最早是指个体设定创业目标时所呈现的心理状态^[11],可理解为“个人在将来创业的潜在意愿,这种想法可能会激发,从而形成创业行为”,反映了个体对创业所持有的态度和心理倾向。影响学生创业意向的因素很多,外部因素包含学校教育、家庭背景、就业形势、创业政策等,内部因素包括性格、性别、是否经常参加学生活动等^[12-14]。大学生的创业意愿是未来创业行为的重要预测指标,提高大学生的创业意向有利于激发大学生的创业行为。当前,不同学科大学生的创业意向维度特征、个性差异及影响因素研究得到诸多学者的聚焦和关切,大多数研究聚焦于家庭经济条件、父母职业背景、学生人格特质、学校教育、创业外部环境等方面。创新创业教育的目的并不是把创业率、创业成功率指标化、功利化,而是培养学生的创新思维,孕育其在未来选择创业的可能性。因此,本研究将创新效能感、创业意向作为检验创新创业教育效果的

重要变量。

诸多实证研究表明,大学生创新效能感对创业意向有显著的正向预测作用,大学生较强的创新效能感会驱使其选择创业,即大学生越敢创新,他们在未来就越可能选择创业^[10]。部分学者从择业、就业的角度发现大学生专业认同对择业意向有显著的正向预测作用,认为专业认同与择业意向具有一定的正相关性,提高学生的专业认同度将直接促进其在专业范围内选择就业^[15-16]。

(三) 研究假设

大学生的创新效能感与创业意向已成为许多教育工作者、研究者评价专业人才培养、专业教学模式、专业内容设置等是否有效融入创新创业教育的重要指标。在影响学生认可自身价值和追求职业发展的诸多因素中,专业认同扮演着重要的角色,关于专业认同与创新效能感、创业意向之间的关系缺乏系统论证,研究较分散。本研究以高职旅游管理专业为例,通过分析大学生专业认同与创新效能感、创业意向的关系,揭示专业教育与创业创新教育的融合效果。

基于上述思路,本研究以高职院校旅游管理专业学生为例,假设大学生可通过专业上的充分认知和情感趋同,培养自身的创新思维,进而激发其在未来选择创业的潜在意识。故提出以下假设:高职旅游管理专业学生的专业认同及其维度对创新效能感有显著的正向预测作用(H1);高职旅游管理专业学生的专业认同及其维度对创业意向有显著的正向预测作用(H2);创新效能感对创业意向有显著的正向预测作用(H3);创新效能感在高职旅游管理专业学生的专业认同对创业意向的影响中起中介作用(H4)。

二、问卷设计与调查

问卷采用李克特量表形式,由1到5表示“非常不符合”到“非常符合”,问卷分为三个部分:①专业认同测项。问卷测项主要参考白凯^[9]七项维度量表、胡忠华^[17]六项维度量表、王金伟^[18]四项维度量表,并结合旅游职业教育现状对专业认同量表进行设计。共21项测项,量表内容包含了职业前景、课程教学、学科意识、情感归属等方面,测项具有一定的全面性、代表性及差异性。以开放性问答形式让学生写出量表以

外的测项,以补充量表。②创新效能感测项。参照阳莉华^[19]和余虹^[20]编制的大学生创新效能感量表,从创新自信效能感、创新人际效能感、机会识别效能感、创新变革效能感和抗风险效能感五个方面来设计。③创业意向测项。参考曹科岩^[12]、徐菊^[13]和杜晶晶^[14]的问卷内容,从创业念头、创业意识、创业准备、创业期望几个方面调查大学生的创业意向。

问卷以被调查者的社会人口统计学特征为附录,采用单项选择题形式。附录内容包含性别、年级、专业选择、是否是学生干部、是否经常参加学生活动、学习成绩、家庭居住地、是否独生子女、家庭经济情况等9项。研究团队在2021年5月—6月对高职院校旅游管理专业学生进行了问卷发放,共收到问卷477份,剔除无效问卷26份,问卷的有效率为94.5%。

三、结果分析

(一) 样本特征与数据检验

样本数据显示的统计特征如下:男生81人(占18%)、女生370人(占82%);年级分布为大一164人(占36.4%)、大二169人(占37.5%)、大三118人(占26.1%);在专业选择分布中自主选择的较多(282人,占62.5%),父母/其他人选择的87人(占19.3%),调剂专业的82人(占18.2%);学生干部有107人(占23.7%);大部分学生偶尔参加学生活动(296人,占65.6%),经常参加的114人(占25.3%),从不参加的41人(占9.1%);现家庭居住地为乡村的学生数量(234人,占51.9%)略高于城镇学生数量(217人,占48.1%);绝大多数学生不是独生子女(412人,占91.4%);家庭经济状况一般的学生较多(315人,占69.8%),经济状况较差的学生占有一定比例(103人,占22.8%);个人学习成绩一般的学生较多(306人,占67.8%)。样本数据具有一定的典型性和代表性,符合高职院校旅游管理专业学生群体实际。对问卷各测项的极大值、极小值、均值、标准差、偏度和峰度进行描述性统计分析,显示样本数据符合正态分布的假设,适合进行进一步的数据分析。

数据检验主要包括问卷的信度分析与效度分析。运用SPSS19.0对问卷进行可靠性分析,

得出问卷整体量表的Cronbach's α 系数为0.848,其中专业认同量表在因子分析前的Cronbach's α 系数为0.850,创新效能感量表以及创业意向量表的Cronbach's α 系数分别为0.843、0.845,均在0.8以上,表明整体量表与各分量表的内部一致性较好,可信程度较高。效度分析用来测量问卷的有效性,涉及内容效度分析和结构效度分析。专业认同量表各测项与得分总和的相关系数均在0.321到0.684之间,均大于0.3,说明量表各测项均有良好的内容效度。采用因子分析中的KMO样本测量和Bartlett球形检验进行结构效度分析,发现专业认同量表的KMO值为0.856(>0.8),Bartlett球形检验 p 值都为0.000(<0.001),表示量表具有较好的结构效度,问卷设计较合理,专业认同各变量具有较高的相关性,适合进一步进行因子分析。

(二) 专业认同因子分析

专业认同量表的21项测项按照探索性因子分析的三项标准进行纯化和筛选^[21-22]。经过5轮因子分析后,逐步剔除了5项不适宜的测项,量表最终保留了16项测项,获取了完全载荷因子。最终量表的整体Cronbach's α 系数为0.889(>0.8),KMO值为0.884(>0.8),Bartlett's球形检验的显著水平 p 值为0.000(<0.001),具有较好的信度和效度。将萃取量表的5项公因子分别命名为:①专业前景因子($M=3.21$),包含测项“疫情后旅游专业很吃香”“疫情后旅游专业很赚钱”“疫情后旅游专业就业前景很好”“家人对本专业是理解和支持的”“坚信本专业会让我有用武之地”,主要反映学生对旅游行业发展前景与就业前景的预判;②专业教学因子($M=3.62$),包含测项“教材适合我们的学习需要”“课程设置很符合社会对我们的要求”“旅游专业实习安排很合理”“老师的授课能让我们学到很多东西”,显示了学生对教材、课程设置、实习、课程教学方面的评价;③专业意识因子($M=3.38$),包含测项“专业学习中我逐渐形成了旅游服务意识”“我逐渐形成了从旅游学科看问题的视角”“我会按照专业学习和实习规范发展自己”,主要展现学生的服务意识、学科视角、职业理想等;④专业归属因子($M=3.17$),包含测项“旅游专业总体学习氛围很

好”“和本专业师生在一起有一种归属感”, 主要体现学生对旅游管理专业的归属感; ⑤专业认识因子($M=3.44$), 包含“未来职业发展需要长期工作于基层”“旅游专业学生会大量就职于服务型企业”两个测项, 主要体现学生对旅游行业的认知。各维度的方差解释率分别为 30.9%、12.5%、8.6%、6.8%、6.4%, 累计贡献率为 65.23%, 各维度的 Cronbach's α 系数分别为 0.835、0.817、0.773、0.720、0.724。从新提取的五个公因子的均值上看, 高职院校旅游管理专业学生对专业($M=3.36$)有一定的认可度, 对专业教学、专业意识、专业认识($M>3.36$)认可度较高, 但是对于专业前景、专业归属($M<3.36$)认可度较低。

运用 AMOS20.0 对专业认同各结构因子进行验证性因子分析, 进一步检验因子结构的稳定性、可靠性。拟合结果显示: 绝对拟合指数 χ^2/df 为 2.201(1~3), GFI 为 0.911(>0.8), $RMSEA$ 值为 0.066(<0.08); 相对拟合指数 NFI 值为 0.888(>0.8), RFI 值为 0.862(>0.8), IFI 值为 0.936(>0.8), TLI 值为 0.919(>0.8), CFI 值为 0.935(>0.8); 简约指数 $PGFI$ 值为 0.650(>0.5), $PNFI$ 值为 0.718(>0.5), RMR 值为 0.038(<0.05)。数据与结构拟合效果良好, 具有良好的结构效度。16 个观测变量在 5 项维度下的标准化因子载荷值介于 0.46~0.843, 且均达到了 0.001 的显著性水平, 五个公因子的 AVE 值、 CR 值均大于标准阈值, 表明专业认同因子结构具有较好的信度, 收敛度、区分效度得到验证。

(三) 专业认同、创新效能感与创业意向的关系

1. 描述性统计与初步分析

从均值上看, 高职院校旅游管理专业学生对专业有一定的认可度($M=3.36>3$), 学生的创新效能感偏高($M=3.29>3$)、创业意向偏低($M=2.96<3$), 专业认同度略高于创新效能感, 创新效能感略高于创业意向。在新提取的专业认同五个维度中, 学生在专业教学、专业意识、专业认识方面的平均值较高($M>3.36$), 但是在专业前景、专业归属方面的平均值较低($M<3.36$)。通过相关性分析, 发现专业认同五个维度与创新效能感、

创业意向之间均呈显著的正相关关系($p<0.05$), 其中专业意识与创新效能感的相关性($r=0.439$, $p<0.01$)、创新效能感与创业意向的相关性($r=0.431$, $p<0.01$)较强, 为探讨三者间的回归关系提供了前提条件。

2. 专业认同对创新效能感及创业意向的预测作用

本研究采用多元逐步回归分析, 借助共线性诊断检验回归方程, 以明晰专业认同、创新效能感与创业意向的关系, 验证研究假设。

通过控制性别、年级、专业选择、是否是学生干部、是否经常参加学生活动、学习成绩、家庭居住地、是否独生子女、家庭经济情况 9 项人口统计学变量, 以专业认同 5 项维度为自变量, 创新效能感及创业意向为因变量, 利用强迫进入的解释变量筛选策略进行分层回归分析, 以此分析专业认同对创新效能感及创业意向的预测作用(如表 1)。

结果显示, 在控制学生人口统计学变量的前提下, 专业认同的 5 项维度可以解释创新效能感 25.6% 的变异量, 专业意识、专业归属维度均对创新效能感有显著的正向预测作用($\beta=0.384$, $p<0.001$; $\beta=0.136$, $p<0.05$), 假设 H1 得到部分验证。这表明专业意识、专业归属越强的学生, 其创新效能感也越强。性别、学习成绩变量在专业认同变量引入两步回归之后依然显著, 而其他人口统计学变量未在回归模型中显著, 说明性别、学习成绩对创新效能感有显著的影响, 其他人口统计学变量对创新效能感无显著影响。

在创业意向方面, 专业认同的 5 项维度可以解释 13.8% 的变异量, 专业教学、专业归属维度对创业意向有显著的正向预测作用($\beta=0.152$, $p<0.05$; $\beta=0.116$, $p<0.05$), 假设 H2 得到部分验证。这表明对专业教学、专业归属认可度越高的学生, 其创业意向也越强。性别、是否经常参加学生活动变量在专业认同变量引入两步回归之后依然显著, 而其他人口统计学变量未在回归模型中显著, 说明性别、是否经常参加学生活动对创业意向有显著的影响, 其他人口统计学变量对创业意向无显著影响。

表1 专业认同、创新效能感与创业意向的回归分析

变量	创新效能感		创业意向		创业意向	
	第1步 β	第2步 β	第1步 β	第2步 β	第1步 β	第2步 β
性别	-0.209**	-0.201***	-0.225***	-0.227***	-0.225***	-0.144*
年级	-0.038	-0.031	0.002	0.017	0.002	0.017
专业选择	-0.014	0.044	-0.024	0.022	-0.024	-0.019
是否是学生干部	0.073	0.044	0.101	0.063	0.101	0.073
是否经常参加学生活动	-0.124	-0.105	-0.272***	-0.251***	-0.272***	-0.224***
学习成绩	0.282***	0.205**	0.026	-0.007	0.026	-0.083
家庭居住地	0.023	0.022	0.008	0.007	0.008	-0.001
是否独生子女	0.029	0.038	0.007	0.008	0.007	-0.004
家庭经济情况	0.105	0.036	0.092	0.026	0.092	0.051
专业认同						
专业前景		-0.087		-0.051		
专业教学		0.016		0.152*		
专业意识		0.384***		0.025		
专业认知		-0.039		0.092		
专业归属		0.136*		0.116*		
创新效能感						0.388***
F 值	4.693***	11.384***	4.135***	3.696**	4.135***	45.401***
R^2	0.138	0.294	0.124	0.183	0.124	0.253
Adj- R^2	0.109	0.256	0.094	0.138	0.094	0.225

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

3. 创新效能感对创业意向的预测作用

在控制9项人口统计学变量的情况下，以创新效能感为自变量，创业意向为因变量，利用强迫进入的解释变量筛选策略进行分层回归分析，以此分析创新效能感对创业意向的预测作用(见表1)。结果显示，创新效能感可以解释创业意向22.5%的变异量，创新效能感对创业意向有显著的正向预测作用($\beta=0.388$, $p < 0.001$)，假设H3得到验证。这表明创新效能感强的学生，其创业意向也强。性别、是否经常参加学生活动变量在创新效能感变量引入两步回归之后依然显著，而其他人口统计学变量未在回归模型中显著，说明性别、是否经常参加学生活动对创业意向有显著的影响，其他人口统计学变量对创业意向无显著影响。

4. 创新效能感的中介效应检验

为了进一步考察专业认同对创业意向的影响

机制，即考察专业认同是直接影响还是通过创新效能感间接影响创业意向，本研究借鉴温忠麟等提出的依次检验法^[21-22]，在明确自变量(高职旅游管理专业认同— X)、中介变量(创新效能感— M)、因变量(创业意向— Y)的前提下，采用回归分析和Sobel单侧检验，分三步来检验创新效能感的中介效应：①检验专业认同和创业意向的回归方程，求出和检验回归系数 c ；②检验专业认同和创新效能感的回归方程，求出和检验回归系数 a ；③检验专业认同、创新效能感和创业意向之间的回归方程，求出和检验回归系数 b 和 c' 。

由于专业认同的专业教学、专业归属2项维度对创业意向具有显著的正向预测作用，所以将专业教学、专业归属纳入自变量进行中介效应检验。在控制人口统计学变量的情况下，利用强迫进入的解释变量筛选策略，分三次依次进行回归分析(见表2)。

表2 创新效能感中介效应检验

变量	创业意向	创新效能感	创业意向
	第1步系数 <i>c</i>	第2步系数 <i>a</i>	第3步系数 <i>c'/b</i>
控制变量			
性别	-0.221***	-0.202**	-0.150*
年级	0.040	0.006	0.038
专业选择	0.025	0.045	0.010
是否是学生干部	0.057	0.019	0.050
是否经常参加学生活动	-0.245***	-0.091	-0.213***
学习成绩	-0.009	0.239***	-0.092
家庭居住地	0.005	0.021	-0.003
是否独生子女	0.010	0.031	-0.001
家庭经济情况	0.022	0.018	0.016
自变量			
专业教学	0.165*	0.179**	0.103
专业归属	0.124*	0.183**	0.061
中介变量			
创新效能感			0.348***
<i>F</i> 值	7.750**	12.820***	17.032***
<i>R</i> ²	0.173	0.215	0.268
Adj- <i>R</i> ²	0.138	0.182	0.234

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

结果显示, 在控制了人口统计学变量的情况下, 前两步的回归分析中专业教学、专业归属 2 项维度对创新效能感和创业意向具有显著的正向预测作用, 标准化回归系数均较低, 回归系数 *c* 和 *a* 显著($p < 0.05$, $p < 0.01$)。基于第一步回归分析, 引入创新效能感(中介变量)进行第三步回归分析, 发现创新效能感对创业意向的标准化回归系数为 0.348, 回归系数 *b* 显著($p > 0.001$), 表明创新效能感在专业教学、专业归属维度与创业意向关系中的中介效应显著。但是, 在引入创新

效能感(中介变量)之后, 专业教学、专业归属维度对创业意向影响已不再显著($p > 0.05$, 回归系数 *c'* 不显著), 这说明创新效能感在专业教学、专业归属维度与创业意向之间起完全中介作用。由此, 假设 H4 得到部分验证。

基于上述分析, 可以得出创新效能感的中介效应示意图及分解表(见图 1、表 3)。可以看出: 创新效能感在专业教学、专业归属维度与创业意向的关系中存在完全中介作用, 中介效应和总效应相对较小。

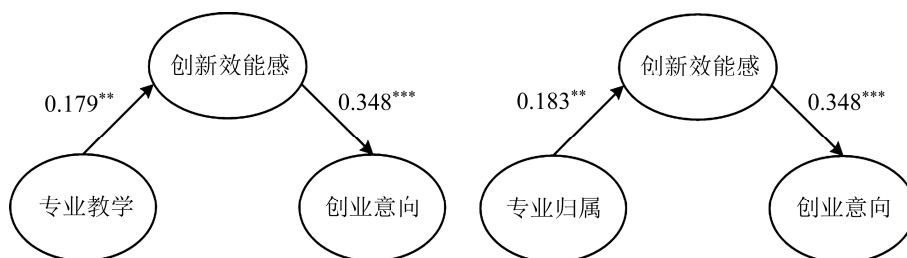


图1 创新效能感中介效应示意图

表3 创新效能感中介效应分解

中介路径	直接效应(c')	中介效应(a*b)	总效应(c)
专业教学=>创新效能感=>创业意向	0.103	0.062	0.165
专业归属=>创新效能感=>创业意向	0.061	0.064	0.124

四、结论与讨论

本研究以高职旅游管理专业为例,通过构建“专业认同→创新效能感→创业意向”的研究假设,揭示专业教育与创新创业教育的融合效果。相关研究结论主要包含以下三个方面。

(一) 专业认同对创新效能感及创业意向的作用

专业认同具有多维性,包含学生对专业属性与职业前景的认知、对专业教学的认可,以及延伸至心理深处的意识与归属,外化至从事专业对口工作的行为。专业认同中的专业意识、专业归属维度对创新效能感有显著的正向预测作用,专业教学、专业归属维度对创业意向有显著的正向预测作用,其他维度无显著的预测作用,表明专创融合的效果有待加强。换句话说,内心深处的意识与归属感对学生的创新效能感影响较大,学科教学与心理归属对创业意向的解释力度较强。因此,应从提高专业教学水平、培植专业意识和增强专业归属感着手,培养学生的创新思维,以提升学生在未来选择创业的倾向性。

(二) 创新效能感对创业意向的作用

创新效能感对创业意向有显著的正向预测作用。也就是说,增强大学生创新效能感有利于提升大学生的创业意向。创新效能感代表个体对自身创新创造能力的感知,创新效能感越强,说明其越相信自己的创造性思维,越愿意进行创造性的活动。创新效能感是诱发学生创业意向的重要因素,良好的创新自我效能感能够有效促进创业行为的产生。在人口统计学特征方面,男生的创新效能感、创业意向显著强于女生;经常参加活动的学生的创业意向显著强于其他学生;学习成绩较好学生的创新效能感显著强于其他学生。

(三) 创新效能感在专业认同与创业意向间的中介效应

创新效能感对专业认同中专业教学、专业归

属维度与创业意向的关系起显著的完全中介作用,中介效应和总效应均较小,而创新效能感在专业认同其他维度与创业意向间的中介作用不显著。换言之,较高的教学水平与专业归属感对创业意向不存在直接的正效应,而是通过创新效能感间接对创业意向产生积极影响,创新效能感发挥了一定的中介作用。在这个过程中,学生自身的创新效能感不容忽视,即使学生对旅游管理专业有很高的评价,如果缺乏自我创新效能感的话,依然不会有较强的创业意愿。

五、对策建议

鉴于上述专业认同、创新效能感与创业意向关系的实证分析结果,专业教育和创新创业教育的融合效果有待提升,应该从以下三个方面对学生引导和培育。

(一) 以专业教育为立足点,多维度提升学生的专业认同度

离开专业教育的创新创业教育如无源之水、无本之木,专业是开展创新创业教育的沃土。在专业教学上:整合教学资源,在专业教学活动中高效利用政府、行业、企业资源,实现“校、政、行、企”多方联合培养;优化课程体系,将创新的思维与理念融入课堂学习、实训实习与毕业设计;在创新评价机制方面,应注重学生在学习过程中的创新意识和自主能力评价,推动学生学习方式的转变,培养学生的创新能力。在专业意识上:让学生树牢职业服务意识,提升专业核心素养,能从本学科的视角看问题。在专业归属上:正确引导学生规划职业生涯,营造良好的学习氛围,拓展专业的广度与深度,增强学生的专业自豪感。

(二) 以引导式教育为着力点,培育学生的创新思维与自我效能感

创新效能感直接对创业意向起显著的正向预测作用,间接在专业认同与创业意向之间起调

节作用, 应通过提升学生的创新效能感推动其创业行为。创新创业存在一定的风险, 对风险的容忍与挑战需要个人有坚定的自信心。这需要采用引导式教育, 运用聆听、发问、区分、回应等方式及时引导、挖掘学生的创新潜能, 需要夯实其专业知识和技能, 储备其创新创业基础知识, 不断提高学生的创新效能感。对此, 高校应推动“创新思维”“创业基础”“创业流程与实务”等创新创业课程的改革与创新, 培育学生的创新思维与创业能力; 同时, 开展丰富多彩的双创竞赛活动, 以此累积学生的创新经验, 培养学生的自信心; 此外, 为学生创新创业提供必要的资源支持与政策保障, 使其抵御风险、应对挑战多一份底气。

(三) 以培养创造性人格为切入点, 提高学生人格特质与专创教育的适配性

部分个人因素不仅对专业认同具有显著影响, 也对创新效能感、创业意向具有显著影响, 应注意学生的性别、性格、学习成绩等因素与专创教育是否相匹配。人格特征影响着一个人的认知、情感与行为, 人格特质与创造性之间存在着千丝万缕的联系。因此, 应培养大学生的独立性、探索性、想象力、敏锐性、坚持性等创造性人格特质, 以增强学生对个人创新能力的信心, 塑造创造性人格; 同时, 提升学生在学习与实践中的参与性、主动性与自主性, 引导学生正确认识自我, 准确剖析自身人格特质的优势与不足; 此外, 专业教育、创新创业教育的开展与融和, 应考虑不同学生的个人特征差异, 采取个性化和多元化的教育方式, 激发学生的个性发展。

本研究尚存在一定的局限性, 有待将来补充和完善: 首先, 样本学校只涉及三所高职院校, 可尝试增加样本量, 或进一步解析沿海院校与内地院校、高职“双高”院校与非“双高”院校的差异。其次, 样本专业单一, 可延伸至工学、理学、农学、医学等其他专业, 以增加实证的适用性与代表性。再次, 专业认同、创新效能感及创业意向量表需进一步完善与验证, 可增加调试环节, 不断优化量表的内容和结构, 以达到测量的最佳效果。最后, 需进一步完善专创融合效果的

评价方式, 比如定性描述与定量数据相结合、选取影响专创融合的其他变量等。

参考文献:

- [1] 王永钊, 程扬, 李丽军. 职业院校专创融合实践教学体系构建研究[J]. 职业技术教育, 2022, 43(8): 28-32.
- [2] 张弛, 赵良伟, 李蔚佳. 高职院校专创融合的多元价值、实施困境与模式构建[J]. 教育与职业, 2021(9): 50-56.
- [3] 卢卓, 吴春尚. 专创融合改革的理论逻辑、现实困境及突围路径[J]. 教育与职业, 2020(19): 74-78.
- [4] 唐颖, 张惠琴, 李璞, 等. 专业认同、职业规划与心理应激——基于《大学生职业生涯规划》课程的研究[J]. 中国卫生事业管理, 2016, 33(12): 938-941.
- [5] 车文博. 弗洛伊德主义原理选辑[M]. 沈阳: 辽宁人民出版社, 1988.
- [6] WILSON M E, LIDDELL D L, HIRSCHY A S, et al. Professional identity, career commitment, and career entrenchment of midlevel student affairs professionals[J]. Journal of College Student Development, 2016, 57(5): 557-572.
- [7] 王顶明, 刘永存. 硕士研究生专业认同调查[J]. 中国高教研究, 2007(8): 18-22.
- [8] 秦攀博. 大学生专业认同的特点及其相关研究[D]. 重庆: 西南大学, 2009.
- [9] 白凯, 倪如臣, 白丹. 旅游管理专业的学科认同: 量表开发与维度测量[J]. 旅游学刊, 2012, 27(5): 41-48.
- [10] 师保国, 李俊, 王黎静, 等. 越敢创新, 越可能创业: 创新效能感对大学生创业倾向的预测作用[J]. 河南师范大学学报(哲学社会科学版), 2017, 44(4): 152-156.
- [11] BARBARA B. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention[J]. The Academy of Management Review, 1988, 13(3): 442-453.
- [12] 曹科岩, 尤玉钿, 马可心, 等. 大学生创业意向及其影响因素调查研究[J]. 高教探索, 2020(1): 117-122.
- [13] 徐菊, 陈德棉. 创业教育对创业意向的作用机理研究[J]. 科研管理, 2019, 40(12): 225-233.
- [14] 杜晶晶, 王晶晶. 创业教育对大学生创业意向影响的实证研究[J]. 高校教育管理, 2015, 9(5): 113-119.
- [15] 杨竹兰. 学前教育本科生专业认同与就业选择关系研究[D]. 南充: 西华师范大学, 2021.
- [16] 马莉慧. 旅游专业本科生专业认同对择业意向的影响研究[D]. 大连: 辽宁师范大学, 2019.

- [17] 胡忠华. 四川省护理本科生专业认同调查分析[D]. 成都: 四川大学, 2008.
- [18] 王金伟. 一级学科建设背景下的旅游管理专业认同——来自高校专业学生视角的实证研究[J]. 旅游导刊, 2018, 2(2): 56-74.
- [19] 阳莉华. 大学生创新效能感量表的初步编制[J]. 中国健康心理学杂志, 2007(4): 297-299.
- [20] 余虹, 孔莉, 张建民. 创业自我效能感对大学生创业意向的影响研究[J]. 云南大学学报(自然科学版), 2020, 42(S1): 106-115
- [21] 杨一翁, 孙国辉. 战略视角下的公司品牌研究: 一个量表的开发[J]. 中国管理科学, 2013, 21(S2): 535-541.
- [22] 温忠麟, 张雷, 侯杰泰, 等. 中介效应检验程序及其应用[J]. 心理学报, 2004(5): 614-620.

An empirical study on the relationship between college students' major identity, innovation efficacy and entrepreneurial intention under the background of integration of specialty and entrepreneurship

LIU Yufei, KUANG Zhijian, LI Yajuan

(College of Tourism, Ji'an Polytechnic, Ji'an 343006, China)

Abstract: Taking vocational college tourism management major as an example, this paper empirically analyzes the relationship among college students' major identity, innovation efficacy and entrepreneurial intention, the effective path of specialty and entrepreneurship is also discussed. The results show that, the college students' major identity including major consciousness and major attachment have significant positive forecast effect on innovation efficacy, the major teaching and major attachment have significant positive forecast effect on entrepreneurial intention. The innovation efficacy have significant positive forecast effect on entrepreneurial intention. The innovation efficacy fully mediate the relationship between the major teaching, major attachment and entrepreneurial intention, but the mediating effect and the total effect are small. To deepen the integration of specialty and entrepreneurship, we need to take professional education as the foothold and improve students' major identity in multiple dimensions; taking guided education as the key point, cultivating students' innovative thinking and self-efficacy; taking creative personality as the breakthrough point, improving the compatibility between students' personality traits and specialty and entrepreneurship education.

Key Words: integration of specialty and entrepreneurship; major identity; entrepreneurial intention; innovation efficacy

[编辑: 何彩章]