

DOI: 10.16538/j.cnki.fem.20200701.401

创业者亲社会动机研究述评与展望

胡望斌^{1,2}, 彭小平^{1,2}, 彭息强³,
焦康乐^{1,2}, 张亚会^{1,2}

(1. 南开大学 商学院, 天津 300071; 2. 南开大学 创业与中小企业管理研究中心, 天津 300071;
3. 重庆工商大学 管理学院, 重庆 400067)

摘 要: 作为创业动机领域的新兴话题, 创业者亲社会动机既是解释企业生成和发展的重要因素, 也是引导创业者创造社会价值的动力。目前对创业者亲社会动机研究已取得一定理论成果, 但缺少关于该主题的系统综述, 国内的相关研究成果也较少。鉴于此, 本文首先阐述了创业者亲社会动机的内涵及测量, 并将利他、同情、共情等纳入到创业者亲社会动机的范畴; 随后总结了其影响因素包括性别、先前社会问题经验和正念; 进而分析了创业者亲社会动机不仅有利于增强社会创业意向、创业机会识别和实现个人成长, 还能促进企业发展和企业社会责任行为等; 最后提出未来研究应重视创业者亲社会动机的测量和研究方法、拓展影响因素及深化影响结果的实证研究、探索创业者亲社会动机与其他相关动机的交互效应、关注不同群体的亲社会动机及对比分析。本文构建了创业者亲社会动机研究的整体框架, 为创业动机研究指出了新方向。

关键词: 创业者; 社会创业者; 亲社会动机; 共情; 同情

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2020)10-0091-16

一、引 言

当今社会面临着诸如贫困、环境恶化等挑战(Dorado和Ventresca, 2013)以及由经济、制度发展不平衡引起的资源分配问题(Thomas等, 2009), 尤其是2020年新冠病毒的肆虐给人类社

收稿日期: 2020-02-03

基金项目: 国家自然科学基金项目(71672091, 71472098, 71532005, 71772055, 71872023); 中央高校基本科研业务费专项资金项目(63202303); 南开大学教改项目(NKJG2019033); 天津市研究生科研创新项目(2019YJSB088)

作者简介: 胡望斌(1976—), 男, 南开大学商学院教授/创业与中小企业管理研究中心, 博士生导师;
彭小平(1993—), 女, 南开大学商学院博士研究生/创业与中小企业管理研究中心(通讯作者, pengxiaoping1993@163.com);
彭息强(1996—), 男, 重庆工商大学管理学院硕士研究生;
焦康乐(1993—), 女, 南开大学商学院博士研究生/创业与中小企业管理研究中心;
张亚会(1993—), 女, 南开大学商学院博士研究生/创业与中小企业管理研究中心。

会带来严重伤害。创业者作为创意产生及转换的重要力量,社会的前进不仅需要创业者为解决社会问题付诸行动,还需要有这样做的动力。强调造福他人的亲社会动机概念便在创业领域逐渐受到关注。该动机是指为他人付出和使他人受益的一种愿望,挑战了创业者行为仅由自我利益所驱动的传统观念,意味着不刻意要求未来回报地帮助他人(Batson, 1987; Grant和Berry, 2011; Miller等, 2012; Shepherd, 2015)。

迄今为止,研究分析了创业者亲社会动机如何激活认知和情感过程以提升社会创业意向和社会企业创立行为(Miller等, 2012; Moon和Koh, 2015; Bacq和Alt, 2018),并证实创业者亲社会动机不仅有利于创业者作出可持续创业决策和实现个人成长(Li和Liang, 2015; Humbert和Roomi, 2018; Engel, 2019),还能提高企业的供应链绩效、促进团队创新和提升企业社会责任行为等(Garay和Font, 2012; Humphrey, 2013; 李江涛, 2019)。已有研究增加了我们对创业者亲社会动机的认识。然而,如Shepherd(2015)所言,亲社会动机是解释创业行为的一个特别相关但目前研究还不足的因素,我们对其内涵、范畴等的认识仍受到限制,其影响因素和影响效果等研究也较为零散,不利于理论构建及实证研究的进一步开展。从实践来看,创业者也逐渐关注企业的社会价值。同时,亲社会动机和行为的缺失也被视为私企倒闭的核心原因(只顾短期利益而忽视企业质量生命,导致假劣商品盛行)(蔡莉和黄贤凤, 2016)。可见,系统梳理创业者亲社会动机现有研究成果对创业者亲社会动机理论的系统认识、深化和拓展以及实践应用都具有重要价值。

为更清晰明了地展示创业者亲社会动机的研究概况,首先需要明确本文研究对象是创业者在创业过程中的亲社会动机,区别于组织行为、社会心理等其他领域研究的亲社会动机,为了行文简洁,本文将创业者在创业过程中的亲社会动机简称为“创业者亲社会动机”。需要注意的是,本文中的创业者包括社会创业者、商业创业者等所有创业者。在此基础上,为保证文献全面性,以“entrepreneurship”“entrepreneurial”“entrepreneurs”“start-up”“business owners”“self-employment”等关于创业的主题词与“prosocial”“prosocial motivation”“empathy”“compassion”“altruism”等关于亲社会动机的主题词进行逐一搭配,在中国知网、Science Direct、Springer、Web of Science、Emerald、Wiley等国内外数据库展开检索,共获得430篇文献。逐篇阅读并按照以下三条剔除标准筛选文献:与亲社会动机无关的文献、关注亲社会动机却与创业情境无关的文献、重复文献,最终整理出36篇与创业者亲社会动机直接相关的文献作为本文主要参考对象。36篇文献来源于*Journal of Business Venturing*、*Entrepreneurship Theory and Practice*等期刊,时间跨度为2006—2020年,发文量呈上升趋势,尤其是Shepherd(2015)于*Journal of Business Venturing*上发文呼吁未来研究应重视创业者亲社会动机,这一主题逐渐引起更多学者的关注。

总体而言,创业者亲社会动机是创业领域中处于成长期的研究主题之一,本文通过回顾与梳理现有创业者亲社会动机相关研究,着重解答“创业者亲社会动机是什么、有何前因后果、还应关注什么”三大问题。通过对上述问题的回答,本文试图更全面和准确地把握创业者亲社会动机的内涵、范畴及测量;理解创业者亲社会动机的影响因素、影响结果及影响过程;进一步掌握未来研究趋势,从而加深学术界对创业者亲社会动机的认识,并为跨学科创业研究和创业实践提供启发。

二、创业者亲社会动机的内涵、范畴及测量

(一)创业者亲社会动机的内涵

亲社会动机指个体为帮助他人而付出努力的愿望(Batson, 1987)。这一概念起源于心理

学,一般以儿童、青少年或大众群体为研究对象,探讨亲社会动机对幸福感、利他行为等的影响(Gebauer等,2008;李露等,2018)。随着研究的发展,学者发现组织中的员工也渴望通过工作对他人生活产生积极作用(Grant等,2007),亲社会动机研究逐渐在管理领域中散发光芒。该领域研究普遍采纳Grant等(2007)和Grant(2008)对亲社会动机的定义,即基于帮助或贡献他人的关心而付出努力的愿望,既可以指一种状态,也可以指一种特质。其中,他人包括个人(如同事、主管和客户)、群体(如部门和团队)或更大的集体(如组织、社区和社会);造福他人的福祉包括他人发展、身体、心理或物质福祉(Grant和Berg,2012)。既有研究主要围绕两个理论问题展开:一是领导风格、工作设计、与受益人的接触等对亲社会动机的影响;二是亲社会动机对员工建言、创造力、组织公民行为等的作用(Bolino和Grant,2016)。

需要指出的是,传统观点认为亲社会动机等同于利他动机,并与自利动机相对立(Meglino和Korsgaard,2004)。随后研究证实亲社会动机与自利动机相互独立,甚至正相关(De Dreu,2006;De Dreu和Nauta,2009)。事实上,亲社会动机可以出于多种目的,比如(1)强化自我形象(egoistic);(2)真诚帮助有需之人(altruistic);(3)维护道德准则(principlism);(4)维持集体关系(collectivism)(Batson等,2008)。因此,Grant和Berry(2011)总结提出亲社会动机包括而非等同于利他主义,即亲社会动机体现了对他人关心但并不一定以牺牲自我为代价。这一观点在随后的研究中被普遍接受(Grant和Berg,2012;Bolino和Grant,2016)。

近年来,不少研究开始关注创业者亲社会动机这一前瞻性话题,大多数沿袭心理学和组织行为学中的定义将创业者亲社会动机阐述为基于对帮助或贡献他人的关心而付出努力的愿望(Renko,2013;Shepherd,2015;Humbert和Roomi,2018)或在当前工作任务之外帮助他人的愿望(Kibler等,2019)。Li和Liang(2015)在研究亲社会动机与政治任命的关系时,尝试将创业者亲社会动机界定为创业者为解决社会问题和制定更好社会政策的愿望,但该定义更侧重于政治追求,不适用于普通创业者。可见,虽然大多数研究指出了创业者亲社会动机的本质是为他人福祉而付出努力的愿望,却未根据创业情境给出确切定义和内涵解释。关于创业者亲社会动机与利他动机、利己动机的关系,创业研究者则较为统一地认同Batson等(2008)、Grant和Berry(2011)的观点,即创业者亲社会动机包括利他动机,并独立于利己动机,创业者可以出于真诚帮助他人或让自我感觉良好等多种原因产生帮助客户或利益相关者的想法(Renko,2013;Bendell,2017)。

不难发现,创业者亲社会动机是一般亲社会动机在创业情境下的发展,其内涵既满足一般亲社会动机特征的同时也要强调创业情境。基于前文相关定义和研究,本文探索性地提出,创业者亲社会动机是指创业者在创业过程中表现出的为他人福祉而付出努力的愿望。具体包括以下内涵:(1)主体为创业者或潜在创业者;(2)对象囊括员工、客户、社会群体乃至环境等;(3)情境包括从创业意向、机会识别与开发、企业成立、发展到退出等整个创业过程;(4)可以服务于多种目的,即创业者内心产生帮助他人的愿望可以是因为他们渴望真诚帮助有需之人、希望提升自我形象、维护伦理和道德准则(正义、尊严、环境保护等)或为了促进集体福祉等多种追求。

(二)创业者亲社会动机的范畴

就表现形式来看,有学者将创业者亲社会动机作为独立概念来探讨(Renko,2013;Shepherd,2015;Kibler等,2019)。随着研究的发展,诸如利他、同情、共情等建立在亲社会动机文献基础上的概念也出现在创业研究中,研究者常将他们作为一种亲社会动机来进行阐述和探讨(Patzelt和Shepherd,2011;Miller等,2012;Bacq和Alt,2018;Li等,2019)。因此,本文基于已有文献将利他主义(altruism)、共情(empathy)、同情(compassion)、同理心(symathy)纳入创业者亲社会动机的范畴(见表1)。具体而言,共情描述了个体将自身置于他人处境的能力,能思

考、感受和体验到与他人经历的相似情感(Eisenberg, 2000)。Bacq和Alt(2018)指出共情具有亲社会动机的特征,是亲社会人格的核心(Ernst, 2012),Li等(2019)则直接提出共情属于一种亲社会动机。而同情会产生和那些需要帮助之人一样的痛苦,并希望能够减轻这种苦楚(Omoto等,2009;Goetz等,2010)。Miller等(2012)和Grimes等(2013)也将具有他人导向和亲社会情感特征的同情视为亲社会动机。类似的,同理心(sympathy)源自于对他人情绪状态的理解和忧虑,体验到对他们的怜悯(pity),从而激励个体减轻他人痛苦,即使在帮助他人时会使自身承受巨大代价(Dijker, 2001;Patzelt和Shepherd, 2011),这与亲社会动机“努力造福他人的愿望”相似。此外,前已述及,利他主义是为他人福祉而牺牲自身利益,属于亲社会动机的一种极端表现。总之,以上构念都包含了创业者亲社会动机关心他人并渴望为他人福祉而付出努力的本质内涵。

表1 创业者亲社会动机的内涵及范畴

亲社会动机	定义	代表文献
亲社会动机	为促进他人福祉而付出努力的愿望	Renko(2013);Shepherd(2015);Kibler等(2019)
利他(altruism)	为他人福祉而牺牲自身利益	Bolino和Grant(2016)
共情(empathy)	将自身置于他人处境的能力	Ernst(2012);Li等(2019);Bacq和Alt(2018)
同情(compassion)	感受到并希望减轻他人的苦楚	Goetz等(2010);Miller等(2012);Grimes等(2013)
同理心(sympathy)	对他人痛苦感到怜悯	Eisenberg(2000);Patzelt和Shepherd(2011)

资料来源:作者根据相关文献整理。

(三)创业者亲社会动机的测量

目前,创业者亲社会动机的测量主要借鉴Grant(2008)的员工亲社会动机量表,包括“通过我的工作为他人做好事对我来说很重要”等4个题项(见表2)。其中,Bendell(2017)、Kibler等(2019)直接采用原题项来测量创业者的亲社会动机,虽然信度值较高,却未明显体现创业情境,其语境更适用于已经创业的个体,不利于潜在创业者作出准确判断。而Moon和Koh(2015)以潜在创业者为研究对象时,则对原题项进行了改进,使量表更符合创业情境,其Cronbach's alpha值也高达0.91。此外,Li和Liang(2015)在探讨创业者的政治追求时,尝试开发了创业者亲社会动机的独立量表,包括“采取行动帮助解决社会问题,为社会做出贡献”等6个题项(Cronbach's alpha=0.81)。较前文量表而言,该作者使用间接提问的方式要求受访者根据自身经历或对周围创业者的判断来对上述6项内容的重要性作出评价,以避免社会称许性问题。但该量表侧重于强调政治情境,其普适性有待提高。

除了借鉴成熟量表以外,研究者还基于研究内容自行设计测量问题。Renko(2013)根据受访者对以下两个开放式问题的回答来筛选具有亲社会动机的新创业者,分别是“你为什么要开始这项新业务”和“促使你开始这项新业务的一两个主要机会是什么”。调查员随后对问题的回答进行分类,第一个问题有44个类别,第二个问题有62个类别。如果创业者的第一个答案被归类为“帮助他人、帮助社区”或“经济援助、经济发展、充分利用”,则被认为具有亲社会动机。类似的,Humbert和Roomi(2018)也通过对“响应社区中未被满足的需求”和“寻求具体的社会影响力”这两个问题的回答来衡量女性社会创业者的亲社会动机。此外,研究还将企业是否发布企业社会责任报告作为衡量创业者亲社会动机的标准(Li和Liang, 2015)。这些问题设计为丰富创业者亲社会动机测量工具提供了参考,遗憾的是,鲜有研究指出其问题信度。

概括而言,创业者亲社会动机的测量主要为借鉴Grant(2008)的成熟量表和根据研究情境自行设计测量工具两种类型(见表2),但量表的普适性稍显不足,自行设计问题的可靠性也尚未明确。比较而言,创业者亲社会动机的研究方法较为单一,尚未从多种方法来验证相关研究

结果。因此,丰富研究方法、开发或修订当前相对独立的量表及完善开放式问题的信度在未来研究中显得尤为必要。

表 2 创业者亲社会动机的测量

测量类型	测量题项/内容	α /信度	代表文献
借鉴量表	我想对他人产生积极的影响 我想通过我的工作来帮助他人 我在意通过自己的工作造福他人 通过我的工作为他人做好事对我来说很重要	0.92—0.94	Bendell(2017); Kibler等(2019)
借鉴量表	我有动力实现我的社会企业理念,因为我想对他人产生积极影响 我有动力实现我的社会企业理念,因为我想通过我的工作来帮助他人 我有动力实现我的社会企业理念,因为我在意通过自己的工作造福他人 我有动力实现我的社会企业理念,因为通过我的工作为他人做好事对我来说很重要	0.91	Moon和 Koh(2015)
开发量表	采取行动帮助解决社会问题,为社会做出贡献 了解并评论国家和地方发展的政策与未来方向 影响国家或地区的经济政策 影响商业运作和产业政策 影响政府关于社会问题的决策过程 获得公众的信任和尊重,以代表市民的声音	0.81	Li和Liang(2015)
自行设计	是否发布企业社会责任报告	—	Li和Liang(2015)
自行设计	你为什么要开始这项新业务 促使你开始这项新业务的一两个主要机会是什么	—	Renko(2013)
自行设计	响应社区中未被满足的需求 寻求具体的社会影响力	—	Humbert和 Roomi(2018)

资料来源:作者根据相关文献整理。

三、创业者亲社会动机的影响因素

梳理现有文献,创业者亲社会动机主要受到性别、先前社会问题经验和正念等因素的影响。首先,创业者亲社会动机在性别上具有差异。Bernardino等(2018)收集的数据表明,女性和男性社会创业者都具有高度的开放性、亲和性、尽责性、外向性和情绪稳定性,而对比两者之间的差异发现,女性一般通过产生同理心成为社会创业者,男性一般由于产生共情成为社会创业者(Li等,2019)。其次,先前社会问题经验与共情的积极关系也在多项研究中得以验证。因为参与社会企业/组织或经历社会问题,使得个体接触和感受到不同社会问题,对他人苦难和不幸遭遇产生共情,从而明白自身的责任感并坚定帮助他人的信念(Mulyaningsih和Veland,2017)。Hockerts(2017)以数十个国家的上千人为样本证实先前社会问题经验确实能促进共情,Lacap等(2018)对该结果再次验证后也得出同样结论。最后,正念(mindfulness)也是同情的重要激励因素。正念是专注于正在发生的事情而形成的意识,能培养创业者对生活的洞察水平,感知他人情绪,关注他人观点,以激发更多同情(Kelly和Dorian,2017)。而正念可以通过冥想练习来获得,其中,仁慈冥想(loving-kindness meditation)将注意力集中在对他人无条件的关爱之情上,能唤醒爱和善意(Dahl等,2015),并有效地产生和保持同情状态(Engel等,2020)。Engel等(2019)在两项实验研究中发现,冥想是一种强大而容易获得的同情之源,进行仁慈冥想后的创业者同情明显增加。

总体而言,创业者亲社会动机的影响因素在近年来逐渐受到关注,但既有研究只是零散地探索了其前因变量,尚未开展系统研究,并且主要集中在个体层面的因素,缺乏对企业和社会层面因素的探讨,而创业者处于复杂多变的创业情境下,其亲社会动机必然会受到多方面的影响。因此,未来可加强对创业者亲社会动机前因变量的研究。

四、创业者亲社会动机的影响结果及影响过程

(一)创业者亲社会动机的影响结果

1. 个体层面

(1)社会创业意向

创业者亲社会动机有利于促进社会创业意向,主要体现在共情、同情、利他主义等研究中。首先,大量心理学研究发现高水平共情与更大程度的帮助行为有关(Davis, 2015)。事实上,社会创业者通过创业来追求社会使命的这种“他人导向”行动也可以被视为一种持续的帮助行为。因此,早期研究基于计划行为理论认为,受共情激励的个体更可能以益于他人的方式行事,从而有助于社会创业意向的形成(Mair和Noboa, 2006)。这一观点在随后多项研究中得以证实,比如Hockerts(2015, 2017)在Mair和Noboa(2006)的模型基础上验证了共情对社会创业意向的积极作用,Lacap等(2018)对菲律宾和印度尼西亚大学生的调查也得出同样结论。其次,同情作为社会创业意向的动力之源,当创业者注意到他人痛苦和苦难时,同情会激发个体付出努力以减轻他人痛苦,进而增强个体创办社会企业的可能性(Pittz等, 2017)。利他主义则能促使人们较少考虑自身收益,更多关注他人、环境的利益而产生以可持续为导向的创业意向(Vuorio等, 2018)。最后,有学者还更为细致地将社会创业意向的个体心理动机归纳为同情、共情、利他主义、同理心、乐于给予等(Katre和Salipante, 2012; Petrovskaya和Mirakyan, 2018)。可见,大量研究已表明亲社会动机有利于促进社会创业意向(Miller等, 2012; Bacq和Alt, 2018)。但利用模糊集定性比较分析方法(fsQCA), Douglas和Prentice(2019)发现,包括同情、共情、利他在内的亲社会态度并非是社会创业意向的必要条件,甚至在形成社会创业意向的过程中可能不存在亲社会态度。因为当盈利动机、自我效能感和创新等足以使社会创业的总利益比其他商业创业或就业机会收益更高时,个体仍愿意成立社会企业,这一结论为此后的理论建构和实证研究提供了新的信息。

(2)创业机会识别与开发

创业者亲社会动机对创业机会识别与开发具有积极作用。对于机会识别, Patzelt和Shepherd(2011)首先构建了可持续发展机会识别模型,提出并列举了大量案例来表明利他主义在可持续机会识别过程中发挥的作用,以及创业知识的正向调节作用。需要指出的是,作者所指的利他主义并非以牺牲自我利益为代价,而是利他与利己两者相结合,事实上这与亲社会动机的内涵更为接近。基于该模型,研究者对利他主义与可持续机会识别之间的关系进行了一系列检验。其中, Choongo等(2016)将利他主义分为向慈善机构捐款、帮助陌生人、为他人努力三种倾向。结果显示只有慈善捐款这一倾向与可持续机会识别正相关,创业知识也并非起调节作用,而是正向影响可持续机会识别。该作者解释,之所以与Patzelt和Shepherd(2011)的论断不同,可能是由于样本量有限和样本高度的利他主义导致。进一步地, Hanohov和Baldacchino(2018)对该模型进行了再次验证,得知可持续创业机会识别会受到利他动机的影响,支持了Patzelt和Shepherd(2011)最初的论断,但由于定性研究的局限性,未能验证创业知识的调节作用。此外,共情也促进了社会创业机会识别,是推动社会创业的重要动力(彭伟等, 2019)。然而,并非每一个创业机会都能转化为新创企业,创业者还需要进行机会开发。具有亲社会动机的创

业者关注到这些与陌生人紧密相关的社会问题,首先会进行他人机会开发,并萌生建立社会企业、解决社会问题的想法;当预期到机会开发成果有益于自身及亲友时,具有亲社会动机的创业者会希望更迅速地改变个人及亲友现状,享受自身机会开发成果,从而加快了他人机会向自身机会开发的转变(仇思宁和李华晶,2018)。总之,大量案例研究表明创业者亲社会动机有助于识别和开发创业机会,但未来还需增加实证研究的支持。

(3) 创业决策

创业者亲社会动机还会影响创业决策。首先,同情促使人们关注弱者或受苦难之人的需求,在进行效益分析时,具有同情的创业者会综合考虑决策对更大群体的潜在后果,最终作出更合乎道德和可持续发展的决策(Miller等,2012; Kelly和Dorian,2017; Engel等,2019)。其次,对他人的同情还可以“转移”到对与之密切相关的动物、植物和自然的关注,进而采纳利于环境的行为决策,比如支持政府提出的气候变化政策(Pfattheicher等,2016; Lu和Schuldt,2016)。最后,在决策判断过程中,共情促使创业者更多站在客户、利益相关者的立场思考问题,将他人观点、需求纳入考虑范围,作出更准确的决策判断和提供更好的产品解决方案(McMullen,2015)。也正因为对客户过于重视,具有高亲社会动机的干洗店创业者在考虑多方利益的情况下,为了企业的生存发展,最大程度地满足客户需求,从而不太可能采用环境友好型创新决策,尤其是在客户兼容性较低的情况下,这一结果更加明显(Bendell,2017)。

(4) 主观幸福感

创业者亲社会动机与其主观幸福感的关系存在不同观点。一方面,以社会创业者为主体的研究认为亲社会动机能提高社会创业者自身幸福感(Miller等,2012; Shepherd,2015)。细言之,受亲社会动机激励的社会创业者通过建立新的创业活动来帮助他人和减轻他人痛苦,为其社区创造价值,这样的助人意愿能产生良好的自我感觉,从而提升幸福感(Grimes等,2013; Shepherd,2015; Williams和Shepherd,2016a,b; Moroz等,2018)。另一方面,也有学者提出当受到帮助他人的欲望驱使时,商业创业者面临着帮助他人和追求企业经济效益的艰巨任务,会进行过多活动,消耗个人资源,最终造成一种压力体验而影响他们的幸福感(Baumeister和Tice,2007)。Kibler等(2019)研究结果也证实亲社会动机将导致商业创业者的压力增加,从而降低整体生活满意度,但这一负面效应会受到自主性的调节,当创业者的自主性高时,负面效应会减弱。所以,不同创业群体的亲社会动机所起到的作用并不相同,这为亲社会动机在创业领域的研究指出了新方向。

(5) 创业者成长

少数研究还关注创业者亲社会动机对创业者成长的影响。首先,具有亲社会动机的女性社会创业者出于对社区的关心和贡献,更有可能在实现社会目标方面取得成功。这与先前研究结果一致,表明强烈的亲社会动机与更高的社会影响力正相关(De Dreu和Nauta,2009; Grant和Sumanth,2009; De Dreu等,2011)。但由于社会创业者未能像商业创业者那样最大化商业利益,女性社会创业者即便拥有高亲社会动机,也不一定会获得高经济收入(Humbert和Roomi,2018)。其次,研究还发现亲社会动机将增强创业者的商业成功与政治任命之间的关系。因为在取得商业成功之前,创业者亲自我动机将主导政治关联行为以帮助企业获得社会资本、资源和信息等;在成功后,创业者亲社会动机将被激活,推动他们寻求政治任命以促进社区或社会更大的利益。这一发现解释了中国许多成功的创业者在人民代表大会或政治协商会议等政治委员会中担任代表职务的现象(Li和Liang,2015)。最后,具有共情的创业者常表现出关系导向的领导行为,进而在激励和领导员工方面取得成功,员工对他们的领导能力也会给予更高评价(Humphrey,2013)。可见,创业者亲社会动机有利于促进创业者在实现社会目标、政治任命和

领导员工方面获得成长。

2. 企业层面

在企业成立与发展过程中,创业者亲社会动机具有不同作用。在企业成立方面,亲社会动机通过感知意义和感知创业能力促进社会企业的创立行为(Moon和Koh,2015)。然而,由于新企业的成立涉及多方利益相关者,并非所有人都对受益者有情感承诺,且社会企业收益见效慢。因此,若仅有亲社会动机而没有经济愿景,新创社会企业可能会“胎死腹中”,同时,高度新颖的社会创业理念还会进一步加剧亲社会动机对社会企业成立的负面影响,因为方案越新颖,利益相关者的信任度越低,政府组织也难以支持这种冒险行动(Renko,2013)。而一旦企业成立后,创业者亲社会动机表现出的为他人着想,跳出个人利益得失,从全局出发的心境,能够减少沟通障碍和利益障碍,获得供应商、客户和组织成员的信任与认可,不仅有利于供应链整合的成功(李江涛,2019),还能提高客户忠诚度以阻止竞争对手的进入(McMullen和Bergman,2017)。并且,具有共情的创业者能理解员工的意见、态度和感受,帮助员工应对工作压力,这将更有效地领导团队进行创新和创造,从而在开发新产品和服务方面具有优势,最终拥有更高的客户满意度(Humphrey,2013),这些都有利于企业的成长与发展。

此外,创业者亲社会动机还利于增加企业社会责任行为等。研究者一般立足于效益与公益、利己与利他相互统一来界定企业社会责任,所以企业社会责任本身就具有“社会性”“利他性”(Du等,2007)。当然,具有利他动机的创业者实际上也更乐于履行企业社会责任。因为利他主义价值观的核心是认识到自己对他人的责任,希望更大程度上发挥自我的社会价值,积极承担对他人和社会的道德责任。因此,创业者利他价值观越强,越有助于慈善、捐款等企业社会责任的履行(Garay和Font,2012)。比如,海地地震之后创业者的亲社会心态在灾后重建工作中发挥了重要作用。一位创业者谈到:“我的方法是帮助人们改变自己的状况,即通过他们自己的聪明才智和能力获得食物、住房和其他必要的资源……这是我的愿望——帮助我们的人民”(Williams和Shepherd,2016a)。

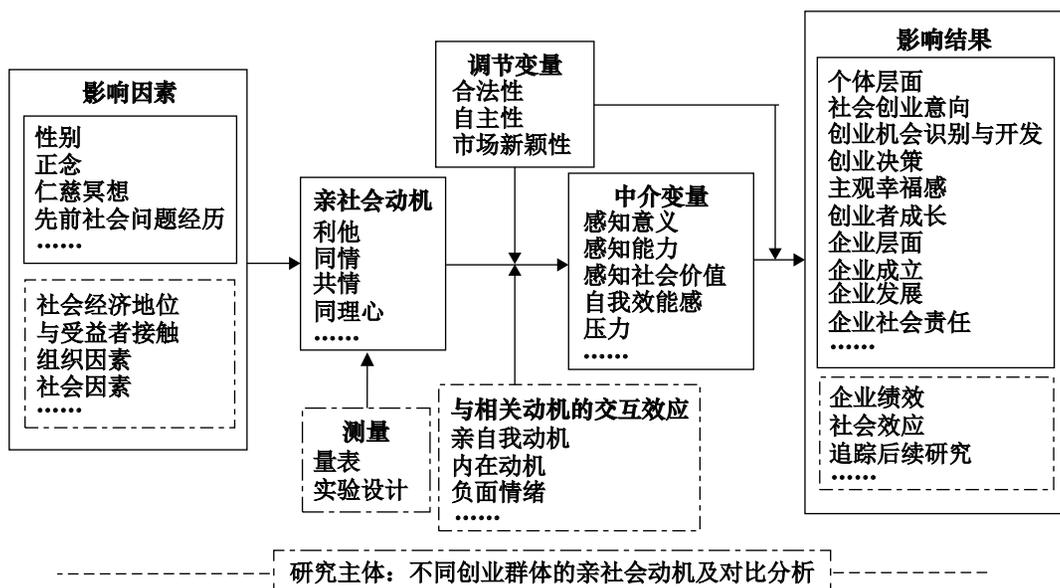
(二)创业者亲社会动机的影响过程

随着研究的深入,学者们不断地从认知和情感过程以及自我决定理论来解释创业者亲社会动机与其影响结果之间的作用机制。具体而言,认知和情感过程最初由Miller等(2012)提出,他们认为同情与社会创业关系背后的作用机制是通过情感和认知过程得以实现的。该过程包括综合性思考(integrative thinking)、亲社会成本效益分析(prosocial cost-benefit analysis)、减轻他人痛苦的承诺(commitment to alleviating suffering)三种中介机制。综合性思考能将社会和经济目标相结合并把受益者作为客户而非礼物的接收者,促使创业者在商业生存能力和解决社会问题之间取得平衡;亲社会成本效益分析使创业者从更广泛和更乐观的角度进行创业设想;减轻他人痛苦的承诺能增加创业者应对社会创业这一挑战所需的时间和精力。当这一过程与社会创业的道德合法性及实用合法性相结合时,能增强个体对社会创业者的认可度,提升人们创建社会企业的意愿。基于Miller等(2012)的认知基础,Moon和Koh(2015)验证了社会企业创立行为的理论模型,即创业者亲社会动机通过感知意义和感知创业能力对社会企业的创立行为产生积极影响。同样基于认知和情感过程,与Miller等(2012)不同的是,Bacq和Alt(2018)将共情分为观点采择(perspective-taking)和共情关怀(empathic concern)两个维度,前者代表“采纳不同观点的认知能力”,后者是指情感上“对他人经历过的消极经历感到同情和关心”(Davis,1983)。这两种共情促使个体体验到社会创业自我效能感和社会价值,最终促进社会创业意向。此外,基于自我决定理论的纵向研究发现亲社会动机将导致创业者压力增加,从而降低主观幸福感,而当创业者的自主性高时,负面效应会减弱(Kibler等,2019)。

总体而言,创业者亲社会动机影响结果研究已取得一定成果,但主要集中在个体层面,对企业和社会层面的影响结果及其作用机制探讨不足。同时,创业者行为决策往往是多种动机共同作用的结果,当前研究偏好关注创业者亲社会动机作为单一变量的影响结果,不利于综合考察创业者亲社会动机与其他相关动机的交互效应。此外,既有研究对商业创业者等其他创业群体亲社会动机的关注较少,这为有针对性地剖析不同群体的亲社会动机提供了更广泛的研究空间。

五、研究结论与未来展望

近年来,亲社会动机作为创业研究中的新兴领域备受学者关注,理论成果不断丰富和发展,本文主要从创业者亲社会动机的内涵、范畴、测量、影响因素、影响结果及影响过程方面对已有研究进行了系统梳理与分析,并形成创业者亲社会动机的研究框架(见图1中的实线框内容)。通过对已有文献梳理发现:第一,创业者亲社会动机指在创业过程中表现出为他人福祉而付出努力的愿望,其范畴包括同情、共情、利他等,现有研究主要通过借鉴成熟量表或根据研究情境设计具体问题来测量创业者亲社会动机,但其测量工具和研究方法还需进一步完善。第二,创业者亲社会动机的前因变量包括性别、先前社会问题经验、正念等个体因素,却鲜有文献揭示其具体形成机制,企业层面和社会层面的影响因素研究也较为匮乏。第三,创业者亲社会动机的影响结果主要聚焦于社会创业意向、创业机会识别、创业决策、幸福感、创业者成长及新企业的成立与发展等,而对企业层面和社会层面的影响效果研究较少,创业者亲社会动机的持续影响效应也尚不明确。第四,现有研究主要将创业者亲社会动机视为单一动机变量来研究,忽视了与其他相关动机的交互作用。第五,研究对象中的创业群体区分不够明确,且对商业创业者等其他群体关注不足。总的来说,创业者亲社会动机研究方兴未艾,未来研究还需对如下方面作进一步探讨(见图1中的虚线框内容)。



注:图中实线框为现有研究内容,虚线框为未来研究展望内容。

资料来源:作者根据相关文献整理。

图1 创业者亲社会动机整合研究框架

(一)创业者亲社会动机的测量与研究方法

当前关于创业者亲社会动机研究的测量方式往往因研究而异,尚未形成权威测量工具。而

测量工具作为实证研究和理论模型检验的基础,应当在后续研究工作中受到关注。一方面,与创业领域相比,心理学和组织行为学领域针对亲社会动机的研究由来已久,在测度方面已具备相对成熟的量表,其中,亲社会动机研究的集大成者Adam M. Grant开发的一系列量表可以为创业者亲社会动机的测度提供借鉴和参考。结合当前研究采纳Grant(2008)成熟量表的情况,需要注意的是,未来研究在测量题项上应结合创业情境对题项表述进行修改,而非照搬原题。同时,本文基于已有文献提出了创业者亲社会动机的定义和内涵,后续研究可以通过对创业者访谈,运用质性研究方法来开发新的测量工具。令人欣喜的是,有研究者已尝试开发创业者亲社会动机的独立量表,为丰富测量工具提供了参考。另一方面,既有研究方法多为单一的实地研究,而实验法通过操纵、提取创业活动中复杂因素的关键因子,能够更加准确地探索变量间的因果关系,正日益受到创业学者的关注(于晓宇等,2019),未来可将实地研究与实验研究相结合以多重验证研究结果。关于试验任务,Grant(2007)等设计的众多亲社会动机研究实验任务也值得参考。比如,在检验亲社会动机与坚持行为的关系时,让大学的电话劝捐员短暂地与那些接受奖学金的大学生接触,或使劝捐员得知捐款对于贫困生的意义以激发其亲社会动机,随后将募捐时打电话时长作为坚持行为的直接指标,将客观工作表现(捐款总额)作为坚持行为的间接指标来考察亲社会动机是否影响坚持行为(Grant等,2007)。同样要注意的是,员工所处情境与创业情境并不完全相同,西方实验元素也未必适合中国情境,借鉴实验任务时需根据具体情境对其适当修改或重新设计。

(二)创业者亲社会动机的影响因素

当前虽有少数研究开始探索创业者亲社会动机的影响因素,却尚未引起足够重视,导致难以全面清晰地揭示其形成机理,也未能就如何激发创业者亲社会动机提出有效建议。首先,研究表明创业者亲社会动机受性别、先前社会问题经验、正念、仁慈冥想等个体因素的影响,却鲜有文献揭示其具体作用机制。因此,前因变量与亲社会动机之间的“黑箱”还需深入探索。其次,既有研究对创业者亲社会动机在企业层面和社会层面的影响因素缺乏探讨。而创业者处于复杂多变的创业情境下,必然受到外部环境的影响,群体关系、企业文化、社会环境氛围等企业和社会层面因素对创业者亲社会动机的影响也应受重视。最后,先前组织行为研究结果或许可以为创业者亲社会动机的前因研究提供参考。比如,一致性和谨慎性高的个体更能表现出亲社会动机(Grant和Berry,2011)。又如,社会经济地位低的人会因为贫穷而无力展现亲社会动机,还是更愿在生活中乐善好施也有待验证(Brown和Lichter,2006;Piff等,2010)。此外,当个体与受益者接触,感受其行为能给他人带来福祉和产生影响时,亲社会动机也会被激发(Grant等,2007)。Grant和Sumanth(2009)强调,至少有三种心理机制可以解释为什么与受益人联系会导致更多的亲社会动机:收到受益人积极影响的反馈、受益人的感激、对受益人更强烈的情感依恋。这意味着与受益人接触似乎是亲社会动机的先决条件。创业者和员工皆为组织中的个体,具有一定相似性,但两者在组织中的职责和地位明显不同,关注的焦点自然相异。那么创业者个人特质、社会经济地位、与受益人接触等是否以及如何影响其亲社会动机还需要进一步探讨和剖析。总之,未来研究应继续探索创业者亲社会动机的影响因素及其形成机制,并注意在实践中对创业者亲社会动机进行引导和激发。

(三)创业者亲社会动机的影响结果及其作用机制

既有研究多关注创业者亲社会动机在个体层面的作用,但对其复杂机理的探讨尚不充分,亲社会动机与创业机会识别的关系还存在疑惑(Choongo等,2016;Hanohov和Baldacchino,2018),未来可进一步开展实证研究以揭示其作用机理和边界条件。同时,当前对企业层面和社

会层面的影响研究并不多见,而创业者作为企业和社会的重要一员,其动机及行为与企业和社会有极强的关联,未来也需增加创业者亲社会动机在企业绩效、社会影响力等企业层面和社会层面的影响结果及其作用机制研究。纵观整个创业过程,可以发现,在创业初始,创业者亲社会动机对创业意向尤其是社会创业意向和机会识别具有促进作用,在企业成立时,亲社会动机会延迟新企业的创立,而在企业发展中能提高供应链整合绩效,也会增加个人压力而降低幸福感。可见,亲社会动机在创业的不同阶段所起到的作用不同,今后应利用纵向研究设计来追踪创业者亲社会动机的持续影响结果。此外,随着时间推移和环境变化,创业者亲社会动机在其内心的受重视程度或许会发生变化。商业创业之初主要以盈利动机为主导,当企业做大做强后,亲社会动机可能会被激发而想为更大群体的利益尽社会责任(Li和Liang,2015)。同理,社会创业之初是因为同情弱者或减轻他人痛苦的愿望,随着收入、声誉或其他自我导向利益的增长,企业目标或许会发生偏离(刘志阳等,2019)。并且,创业者长期关注特定的社会问题可能产生同情疲劳或对他人困境不敏感,导致亲社会动机随着时间的推移而减少,这种变化会给创业者和企业带来怎样的后果也值得继续关注。

(四)创业者亲社会动机与其他相关动机的交互效应

创业者行为决策往往受到亲社会、亲自我、内在动机等多种动机的综合影响,当前研究多关注创业者亲社会动机作为单一动机变量的影响结果。事实上,亲社会动机与其他相关动机之间交互效应的研究结论可能对实践的指导价值更大(Murnieks等,2019)。首先,心理研究认为伴随着高自利的亲社会动机往往能产生更持续的利他贡献(Kroll和Porumbescu,2017),创业学者指出创业者亲社会动机与亲自我动机可以共存,但当创业者同时具备这两种动机将带来何种结果还有待进一步探讨(Miller等,2012)。其次,先前研究指出内在动机、亲社会动机均为创业行为的激励因素,却鲜有研究分析两者在创业过程中的交互作用,而组织行为研究证实,两者共同作用会产生强大效果,如创造力、毅力、生产力(Grant,2008;李阳和白新文,2015;Bolino和Grant,2016),这些都与创业相关。因此,亲社会动机与内在动机之间的相互作用或许是创业研究中一个富有成效的探索领域(Miller等,2012;Murnieks等,2019)。最后,共情、同情等亲社会动机在创业过程中往往具有积极作用,而道德愤怒、羞耻、内疚等负面情绪也存在于创业者的情感中。研究表明,创业者情感状态,无论是积极还是消极的,都可能引发对未来的不同评估、风险认知和行动模式(Foo,2011;Lerne和Keltner,2001)。那么,当创业者亲社会动机与其他负面情绪共同发生时,行为决策是否会有所不同?综上,未来应进一步关注创业者亲社会动机与亲自我动机、内在动机、消极情绪等的交互作用。

(五)不同群体的亲社会动机及对比分析

既有研究较少对创业群体进行区分,而多将创业者作为一个总群体来探讨其亲社会动机。然而,不同创业群体有其独特特征,比如,社会创业的最本质维度是社会导向,商业创业则追求“利润至上”(彭伟等,2019),两者价值追求和出发点本身存在差异,其亲社会动机产生机制和作用结果也可能不同。所以,应区分研究不同创业群体的亲社会动机。当然,也有文献将研究主体明确为社会创业者或商业创业者,但多以前者为主,对商业创业者关注较少(Kickul和Lyons,2012;Markman等,2016;Farny等,2018;Littlewood和Holt,2018)。虽然以帮助他人为核心使命的社会创业与亲社会动机更为契合,但从创业大环境来看,商业创业者数量更大,实践中亲社会动机和行为的缺失也被视为企业倒闭的核心原因(蔡莉和黄贤凤,2016),探讨商业创业者亲社会动机的激励因素与影响结果,并加强对其亲社会动机的引导也至关重要。有趣的是,对比社会创业者和商业创业者两类群体的亲社会动机与幸福感的关系发现,前者一般会提升幸福感,后者则降低幸福感(Shepherd,2015;Kibler等,2019)。可见,不同群体亲社会动机的

对比分析也值得研究。此外,除以上创业群体,还有生存型创业者和机会型创业者等分类群体,他们也可能在不同程度上希冀能对社会、他人有所贡献,其亲社会动机又有何异同?总之,未来研究需区分创业群体并关注不同群体的亲社会动机及对比分析。

主要参考文献

- [1]蔡莉,黄贤凤.西方创业行为研究前沿回顾及对我国众创的展望[J].科学学与科学技术管理,2016,(8):34-46.
- [2]李江涛.企业家亲社会动机对供应链绩效的影响研究[D].浙江工业大学,2019.
- [3]李露,王敬群,叶宝娟,等.邻里关系对大学生利他行为的影响:共情、亲社会动机的链式中介效应[J].中国临床心理学杂志,2018,(6):171-173,177.
- [4]李阳,白新文.善心点亮创造力:内部动机和亲社会动机对创造力的影响[J].心理科学进展,2015,23(2):175-181.
- [5]刘志阳,庄欣荷,李斌.地理范围、注意力分配与社会企业使命偏离[J].经济管理,2019,(8):73-90.
- [6]彭伟,于小进,郑庆龄.中国情境下的社会创业过程研究[J].管理学报,2019,(2):229-237.
- [7]仇思宁,李华晶.亲社会性与社会创业机会开发关系研究[J].科学学研究,2018,(2):304-312.
- [8]于晓宇,渠娴娟,陶奕达,等.实验法在创业研究中的应用:文献综述与未来展望[J].外国经济与管理,2019,(5):32-43,57.
- [9]Bacq S, Alt E. Feeling capable and valued: A prosocial perspective on the link between empathy and social entrepreneurial intentions[J]. *Journal of Business Venturing*, 2018, 33(3): 333-350.
- [10]Batson C D. Prosocial motivation: Is it ever truly altruistic?[J]. *Advances in experimental social psychology*, 1987, 20: 65-122.
- [11]Batson C D, Ahmad N, Powell A A, et al. Prosocial motivation[A]. In J. Y. Shah & W. L. Gardner (Eds.), *Handbook of motivation science*[C]. New York: Guilford, 2008: 135-149.
- [12]Baumeister R F, Tice V D M. The strength model of self-control[J]. *Current Directions in Psychological Science*, 2007, 16(6): 351-355.
- [13]Bendell B L. I don't want to be green: Prosocial motivation effects on firm environmental innovation rejection decisions[J]. *Journal of Business Ethics*, 2017, 143(2): 277-288.
- [14]Bernardino S, Santos J F, Ribeiro J C. Social entrepreneur and gender: What's personality got to do with it?[J]. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2018, 10(1): 61-82.
- [15]Bolino M C, Grant A M. The bright side of being prosocial at work, and the dark side, too: A review and agenda for research on other-oriented motives, behavior, and impact in organizations[J]. *Academy of Management Annals*, 2016, 10(1): 599-670.
- [16]Brown J B, Lichten D T. Childhood disadvantage, adolescent development, and prosocial behavior in early adulthood[J]. *Advances in Life Course Research*, 2006, 11: 149-170.
- [17]Choongo P, Van Burg E, Paas L J, et al. Factors influencing the identification of sustainable opportunities by SMEs: Empirical evidence from Zambia[J]. *Sustainability*, 2016, 8(1): 81.
- [18]Dahl C J, Lutz A, Davidson R J. Reconstructing and deconstructing the self: Cognitive mechanisms in meditation practice[J]. *Trends in Cognitive Sciences*, 2015, 19(9): 515-523.
- [19]Davis M H. Empathy and prosocial behavior[A]. In: Schroeder, D.A., Graziano, W.G. (Eds.), *the Oxford Handbook of Prosocial Behavior*[C]. New York, Oxford University Press, 2015: 282-306.
- [20]Davis M H. Measuring individual differences in empathy: Evidence for a multidimensional approach[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1983, 44(1): 113-126.
- [21]De Dreu C K W. Rational self-interest and other orientation in organizational behavior: A critical appraisal and extension of Meglino and Korsgaard(2004)[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2006, 91(6): 1245-1252.
- [22]De Dreu C K W, Nauta A. Self-interest and other-orientation in organizational behavior: Implications for job performance, prosocial behavior, and personal initiative[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2009, 94(4): 913-926.
- [23]De Dreu C K W, Nijstad B A, Bechtoldt M N, et al. Group creativity and innovation: A motivated information processing perspective[J]. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 2011, 5(1): 81-89.
- [24]Dijker A J. The influence of perceived suffering and vulnerability on the experience of pity[J]. *European Journal of Social Psychology*, 2001, 31(6): 659-676.

- [25]Dorado S, Ventresca M J. Crescive entrepreneurship in complex social problems: Institutional conditions for entrepreneurial engagement[J]. *Journal of Business Venturing*, 2013, 28(1): 69-82.
- [26]Douglas E, Prentice C. Innovation and profit motivations for social entrepreneurship: A fuzzy-setanalysis[J]. *Journal of Business Research*, 2019, 99: 69-79.
- [27]Du S, Bhattacharya C B, Sen S. Reaping relational rewards from corporate social responsibility: The role of competitive positioning[J]. *International Journal of Research in Marketing*, 2007, 24(3): 224-241.
- [28]Eisenberg N. Emotion, regulation, and moral development[J]. *Annual Review of Psychology*, 2000, 51(1): 665-697.
- [29]Gebauer J, Riketta M, Broemer P, et al. Pleasure and pressure based prosocial motivation: Divergent relations to subjective well-being[J]. *Journal of Research in Personality*, 2008, 42(2): 399-420.
- [30]Engel Y, Noordlijk S, Spoelder A, et al. Self-compassion when coping with venture obstacles: Loving-kindness meditation and entrepreneurial fear of failure[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2020.
- [31]Engel Y, Ramesh A, Steiner N. Powered by compassion: The effect of loving-kindness meditation on entrepreneurs' sustainable decision-making[J]. *Journal of Business Venturing*, 2019.
- [32]Ernst K. Social entrepreneurs and their personality, 2012: 51-64.
- [33]Foo M D. Emotions and entrepreneurial opportunity evaluation[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2011, 35(2): 375-393.
- [34]Farny S, Kibler E, Solange H, et al. Volunteer retention in prosocial venturing: The role of emotional connectivity[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2019, 43(6): 1094-1123.
- [35]Garay L, Font X. Doing good to do well? Corporate social responsibility reasons practices and impact in small and medium accommodation enterprises[J]. *International Journal of Hospitality Management*, 2012, 31(2): 329-337.
- [36]Goetz J L, Keltner D, Simon-Thomas E. Compassion: An evolutionary analysis and empirical review[J]. *Psychological Bulletin*, 2010, 136(3): 351-374.
- [37]Grant A M. Does intrinsic motivation fuel the prosocial fire? Motivational synergy in predicting persistence, performance, and productivity[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2008, 93(1): 48-58.
- [38]Grant A M, Berg J M. Prosocial motivation at work: When, why, and how making a difference makes a difference[A]. Cameron k, Spreitzer G. *The oxford handbook of positive organizational scholarship*[C]. New York: Oxford University, 2012: 28-44.
- [39]Grant A M, Berry J W. The necessity of others is the mother of invention: Intrinsic and prosocial motivations, perspective taking, and creativity[J]. *Academy of Management Journal*, 2011, 54(1): 73-96.
- [40]Grant A M, Campbell E M, Chen G, et al. Impact and the art of motivation maintenance: The effects of contact with beneficiaries on persistence behavior[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2007, 103(1): 53-67.
- [41]Grant A M, Sumanth J J. Mission possible? The performance of prosocially motivated employees depends on manager trustworthiness[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2009, 94(4): 927-944.
- [42]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]. *Academy of Management Review*, 2013, 38(3): 460-463.
- [43]Hanohov R, Baldacchino L. Opportunity recognition in sustainable entrepreneurship: An exploratory study[J]. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2018, 24(2): 333-358.
- [44]Hockerts K. The Social Entrepreneurial Antecedents Scale (SEAS): A validation study[J]. *Social Enterprise Journal*, 2015, 11(3): 260-280.
- [45]Hockerts K. Determinants of social entrepreneurial intentions[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2017, 41(1): 105-130.
- [46]Humbert A L, Roomi M A. Prone to "care"? Relating motivations to economic and social performance among women social entrepreneurs in Europe[J]. *Social Enterprise Journal*, 2018, 14(3): 312-327.
- [47]Humphrey R H. The benefits of emotional intelligence and empathy to entrepreneurship[J]. *Entrepreneurship Research Journal*, 2013, 3(3): 287-294.

- [48]Katre A, Salipante P. Start-up social ventures: Blending fine-grained behaviors from two institutions for entrepreneurial success[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2012, 36(5): 967-994.
- [49]Kelly L, Dorian M. Doing well and good: An exploration of the role of mindfulness in the entrepreneurial opportunity recognition and evaluation process[J]. *New England Journal of Entrepreneurship*, 2017, 20(2): 26-36.
- [50]Kibler E, Wincent J, Kautonen T, et al. Can prosocial motivation harm entrepreneurs' subjective well-being?[J]. *Journal of Business Venturing*, 2019, 34(4): 608-624.
- [51]Kickul J, Lyons T S. Understanding social entrepreneurship: The relentless pursuit of mission in an ever changing world[M]. New York, NY: Routledge, 2012.
- [52]Kroll A, Porumbescu G A. When extrinsic rewards become "sour grapes": An experimental study of adjustments in intrinsic and prosocial motivation[J]. *Review of Public Personnel Administration*, 2017: 1-20.
- [53]Lacap J P G, Dwi M H, Veland R. The mediating effects of social entrepreneurial antecedents on the relationship between prior experience and social entrepreneurial intent[J]. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 2018.
- [54]Lerner J S, Keltner D. Fear, anger, and risk[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2001, 81(1): 146-159.
- [55]Li X H, Liang X Y. A confucian social model of political appointments among Chinese private-firm entrepreneurs[J]. *Academy of Management Journal*, 2015, 58(2): 592-617.
- [56]Li X L, Liu J, Li C R. Decision on social entrepreneurship: Empathy or sympathy?[A]. International Conference on Management Science & Engineering Management[C]. Springer: Cham, 2019: 87-96.
- [57]Littlewood D, Holt D. Social entrepreneurship in South Africa: Exploring the influence of environment[J]. *Business & Society*, 2018, 57(3): 525-561.
- [58]Lu H, Schuldt J P. Compassion for climate change victims and support for mitigation policy[J]. *Journal of environmental psychology*, 2016, 45(Mar.): 192-200.
- [59]Mair J, Noboa E. Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture get formed[A]. In: Mair J, Robinson J, Hockerts K. (Eds.), *Social Entrepreneurship*[C]. New York, Palgrave MacMillan, 2006: 121-136.
- [60]Markman G D, Russo M, Lumpkin G T, et al. Entrepreneurship as a platform for pursuing multiple goals: A special issue on sustainability, ethics, and entrepreneurship[J]. *Journal of Management Studies*, 2016, 53(5): 673-694.
- [61]McMullen J S. Entrepreneurial judgment as empathic accuracy: A sequential decision-making approach to entrepreneurial action[J]. *Journal of Institutional Economics*, 2015, 11(3): 651-681.
- [62]McMullen J S, Bergman Jr B J. Social entrepreneurship and the development paradox of prosocial motivation: A cautionary tale[J]. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2017, 11(3): 243-270.
- [63]Meglino B M, Korsgaard A. Considering rational self-interest as a disposition: Organizational implications of other orientation[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2004, 89(6): 946-959.
- [64]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.
- [65]Moroz P W, Branzei O, Parker S C, et al. Imprinting with purpose: Prosocial opportunities and B Corp certification[J]. *Journal of Business Venturing*, 2018, 33(2): 117-129.
- [66]Mulyaningsih H D, Veland R. Social entrepreneurship in an Islamic context[A]. *Entrepreneurship and Management in an Islamic Context*[C]. Springer International Publishing, 2017: 143-158.
- [67]Murnieks C Y, Klotz A C, Shepherd D A. Entrepreneurial motivation: A review of the literature and agenda for future research[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2019, 41(2): 1-29.
- [68]Omoto A M, Malsch A M, Barraza J A. Compassionate acts: Motivations for and correlates of volunteerism among older adults[A]. In B. Fehr, S. Sprecher, & L. G. Underwood (Eds.), *The science of compassionate love: Theory, research, and applications*[C]. Chichester, UK: Blackwell, 2009: 257-282.
- [69]Patzelt H, Shepherd D A. Recognizing opportunities for sustainable development[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2011, 35(4): 631-652.
- [70]Petrovskaya I, Mirakyan A. A mission of service: Social entrepreneur as a servant leader[J]. *International Journal of*

- Entrepreneurial Behavior & Research, 2018, 24(3): 755-767.
- [71]Pfattheicher S, Sassenrath C, Schindler S. Feelings for the suffering of others and the environment: Compassion fosters proenvironmental tendencies[J]. *Environment and Behavior*, 2016, 48(7): 929-945.
- [72]Piff P K, Kraus M W, Stéphane Côté, et al. Having less, giving more: The influence of social class on prosocial behavior[J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2010, 99(5): 771-784.
- [73]Pittz T G, Madden L T, Mayo D. Catalyzing social innovation: Leveraging compassion and open strategy in social entrepreneurship[J]. *New England Journal of Entrepreneurship*, 2017, 20(2): 36-51.
- [74]Renko M. Early challenges of nascent social entrepreneurs[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2013, 37(5): 1045-1069.
- [75]Shepherd D A. Party On! A call for entrepreneurship research that is more interactive, activity based, cognitively hot, compassionate, and prosocial[J]. *Journal of Business Venturing*, 2015, 30(4): 489-507.
- [76]Thomas E F, McGarty C, Mavor K I. Transforming “apathy into movement”: The role of prosocial emotions in motivating action for social change[J]. *Personality & Social Psychology Review*, 2009, 13(4): 310-333.
- [77]Vuorio A M, Puumalainen K, Fellnhöfer K. Drivers of entrepreneurial intentions in sustainable entrepreneurship[J]. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2018, 24(2): 359-381.
- [78]Williams T A, Shepherd D A. Building resilience or providing sustenance: Different paths of emergent ventures in the aftermath of the Haiti earthquake[J]. *Academy of Management Journal*, 2016a, 59(6): 2069-2102.
- [79]Williams T A, Shepherd D A. Victim entrepreneurs doing well by doing good: Venture creation and well-being in the aftermath of a resource shock[J]. *Journal of Business Venturing*, 2016b, 31(4): 365-387.

Prosocial Motivation of Entrepreneurs: A Literature Review and Prospects

Hu Wangbin^{1,2}, Peng Xiaoping^{1,2}, Peng Xiqiang³,
Jiao Kangle^{1,2}, Zhang Yahui^{1,2}

(1. Business School, Nankai University, Tianjin 300071, China;

2. Research Center of Entrepreneurship and SME Management, Nankai University, Tianjin 300071, China;

3. School of Management, Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400067, China)

Summary: Today's society is facing challenges such as disease, poverty and environmental degradation. Especially in 2020, the rampage of COVID-19 has caused serious harm to human society. The advancement of society requires not only entrepreneurs to take action to solve social problems, but also the motivation to do so. Thus, prosocial motivation of entrepreneurs has gradually become a hot topic in the field of entrepreneurship. Prior studies have highlighted the importance of entrepreneurs' prosocial motivation and achieved certain results. However, there are few research results in the context of China, and there is also a lack of a systematic review of this topic, which is not conducive to further research. In this paper, we conduct a systematic review of related literature, including the definition, category, measurement, antecedents, and results of prosocial motivation of entrepreneurs. The purpose of this paper is not only to review the existent research, but also to attract the attention of scholars for entrepreneurs' prosocial motivation. To begin with, this paper illustrates the definition, category and measurement of entrepreneurs' prosocial motivation. Specifically, prosocial motivation of entrepreneurs refers to entrepreneurs' desire to work hard for the well-being of others during the entrepreneurial process, whose category includes altruism, empathy, compassion, etc. Researchers mainly use Grant's

mature scale or design their own measuring tools to measure entrepreneurs' prosocial motivation. Secondly, we summarize the influencing factors of entrepreneurs' prosocial motivation including gender, previous social issues experience, mindfulness, etc. Then, this paper sums up the influencing results of entrepreneurs' prosocial motivation. At the individual level, entrepreneurs' prosocial motivation makes a significant effect on entrepreneurs' social entrepreneurial intentions, entrepreneurial opportunity recognition, entrepreneurial decision-making, subjective well-being, and personal growth of entrepreneurs. At the enterprise level, entrepreneurs' prosocial motivation can influence the establishment of a new enterprise, and once the enterprise established, it is conducive to the development and corporate social responsibility behaviors of the enterprise. In addition, with the deepening of research, scholars explain the mechanism between entrepreneurs' prosocial motivation and their influencing results from cognitive and affective processes and self-determination theory. Finally, we propose future research needs to further explore the following aspects: (1) The measurement and research methods of entrepreneurs' prosocial motivation; (2) The influencing factors of entrepreneurs' prosocial motivation; (3) The impact of entrepreneurs' prosocial motivation and its mechanism; (4) The interaction between entrepreneurs' prosocial motivation and other related motivations; (5) The prosocial motivation and comparative analysis of different groups. In general, the prosocial motivation of entrepreneurs is an important research topic which is in the growing period. This paper reviews the existing researches on the prosocial motivation of entrepreneurs, focusing on the three major questions of "what is the prosocial motivation of entrepreneurs, what are the causes and effects, and what else should we pay attention to in the future". By answering the above questions, we present a clear and complete research framework, which is helpful to deepen the understanding of entrepreneurs' prosocial motivation, and provide inspiration for interdisciplinary entrepreneurship research and entrepreneurship practice.

Key words: entrepreneurs; social entrepreneurs; prosocial motivation; empathy; compassion

(责任编辑:王雅丽)