

关怀他人有利于创业吗？

——亲社会动机和创业心理与行为的元分析

林巧艳, 陈莹, 陈丽萍

(福建师范大学经济学院, 福建福州, 350117)

[摘要] 共同富裕是实现中国式现代化的本质要求, 促进共同富裕要求各类经济主体在发展过程中兼顾经济价值和社会价值。亲社会动机是创业企业追求社会价值、践行共同富裕战略目标的重要推力。然而, 当前关于亲社会动机对创业心理与行为的作用还缺乏系统性的探讨。基于49篇文献的57项独立研究, 对亲社会动机和创业心理与行为(社会创业意愿、创业进入与坚持、主观幸福感)的关系进行元分析, 探究了创业自我效能感和创业创造力的中介效应, 并检验了高等教育水平的调节作用。研究结果表明: 亲社会动机与社会创业意愿、创业进入与坚持存在正相关关系; 创业自我效能感中介了亲社会动机与社会创业意愿、创业进入与坚持的关系, 创业创造力中介了亲社会动机与社会创业意愿的关系; 高等教育水平正向调节亲社会动机与社会创业意愿、创业进入与坚持的关系。研究为亲社会动机如何作用于创业心理与行为提供了一个更加系统性的理论框架, 同时也为共同富裕背景下如何围绕亲社会动机促进创业活动提供了理论依据。

[关键词] 亲社会动机; 社会创业意愿; 创业进入与坚持; 主观幸福感; 元分析

[中图分类号] C93 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2025)03-0088-12

一、引言

实现全体人民共同富裕是化解人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分发展之间矛盾的重要战略举措, 更是实现中国式现代化的本质要求。这一战略目标要求各类市场主体在发展成果方面要更加注重民生福祉, 也意味着企业最终需要兼顾经济价值和社会价值^[1]。亲社会动机作为影响创业者实现社会价值的重要因素之一, 是创业企业积极履行社会责任、践行共同富裕战略目标的重要推力。亲社会动机是指为他人付出努力和满足他人需求的一种愿望^[1-2]。近年来, 强调利他的亲社会动机逐渐在创业领域受到学者们的关注^[3-5]。现有研究分析了亲社会动机如何激发创业者的认知和情感以产生社会创业意愿^[6-8], 并证实了亲社会动机有利于创业者识别和开发创业机会、做出可持续创业决策^[9-12]。

尽管亲社会动机的相关研究已较为丰富, 但仍存在以下问题。首先, 现有研究还未系统地梳理亲社会动机会对哪些创业心理与行为产生影响。到目前为止, 亲社会动机对创业心理与行为作用的研究主要集中于社会创业意愿、创业进入与坚持和主观幸福感三个方面, 但还缺乏系统性的整合研究。其次, 对亲社会动机对创业心理与行为的作用效果仍然存在不一致的结论。虽然大多数研究认为亲社会动机有利于创业心理与行为, 但有学者提出, 亲社会动机也会对创业心理与行为造成一些负面的影响。

[收稿日期] 2024-08-20; **[修回日期]** 2025-01-08

[基金项目] 福建省科技厅创新战略研究项目“政策工具视角下福建省专精特新企业高质量发展研究”(2024R0030)

[作者简介] 林巧艳, 女, 福建平潭人, 福建师范大学经济学院硕士研究生, 主要研究方向: 创业管理; 陈莹, 女, 福建莆田人, 博士, 福建师范大学经济学院副教授, 主要研究方向: 可持续创业、战略变革, 联系邮箱: yingchen@fjnu.edu.cn; 陈丽萍, 女, 福建泉州人, 福建师范大学经济学院硕士研究生, 主要研究方向: 副业创业

例如, Kibler 等^[2]认为, 当创业者的亲社会动机过高时, 他们将会面临更大的工作压力和心理负担, 从而导致主观幸福感的降低。最后, 已有研究主要从个体层面来探究亲社会动机是否存在不同的作用效果, 然而亲社会动机对创业心理与行为的作用效果是否存在更高层面上的差异, 现有研究还未给出答案。鉴于共同富裕的时代背景以及亲社会动机对社会价值创造的重要性, 厘清亲社会动机对创业心理与行为的作用机制具有重要的理论和实践意义。因此, 有必要通过元分析探究亲社会动机对创业心理与行为的作用效果、作用机制以及可能的调节因素。具体而言, 本文从以下三方面开展研究: 一是系统评估亲社会动机对不同创业心理与行为变量的影响, 从而得出更加准确、客观的结论。二是以创业自我效能感和创业创造力作为中介变量来探索亲社会动机作用效果的中介机制。三是基于高等教育强国指数来探究高等教育水平对亲社会动机作用效果潜在的调节作用。

本文可能的贡献主要表现在以下三个方面: 首先, 本研究在系统性整合国内外亲社会动机与创业相关实证研究的基础上, 通过元分析厘清了亲社会动机与各个因变量间的关系, 提供了一个更加系统准确的理论框架。其次, 本研究揭示了创业自我效能感和创业创造力的中介作用, 明确了亲社会动机对创业心理与行为的作用机制。最后, 本研究探讨了在不同的高等教育水平下, 亲社会动机与各个因变量之间的关系, 拓展了亲社会动机与其因变量间的情景边界条件。

二、文献回顾和研究假设

(一) 亲社会动机对创业心理与行为的影响

1. 亲社会动机对社会创业意愿的影响

亲社会动机的出发点是对他人的关怀, 其本质体现了个体通过自身努力实现助人目标、满足他人需求的积极意愿, 反映了人类行为中利他性与社会责任感的内在驱动力^[4, 13]。需要注意的是, 亲社会动机包含利他主义但又与之不完全相同。利他主义的核心特征在于对自我利益的让渡, 强调纯粹的他人导向; 而亲社会动机的行为模式并不必然以牺牲自我利益为前提, 体现了个体在自我利益与他人福祉之间的动态平衡^[4]。因此, 亲社会动机的内涵更加广泛, 涵盖了共情、同情等情感维度及利他主义等行为倾向^[5, 14-15]。社会创业意愿是指在追求经济效益之外, 为了追求社会使命而创建社会企业的意愿^[16]。社会创业的目的在于创建一个解决社会问题的社会企业, 是经济效益和社会效益双重目标的结合^[17]。

亲社会动机有助于社会创业意愿的产生。首先, 共情对社会创业意愿具有显著的驱动作用。共情是指个体能够理解他人的心理状态并产生相似的情感反应的能力, 这种情感共鸣机制为社会创业行为提供了重要的内在动力^[18]。高共情能力的个体能够敏锐感知他人的精神状态与处境, 并产生强烈的助人动机, 以缓解他人的困境^[16]。具体而言, 共情通过观点采择和共情关怀两个维度影响社会创业意愿。观点采择是指从他人视角理解世界的社会认知能力, 而共情关怀则体现为感受并关心他人情感的能力^[14]。一方面, 高共情能力的个体通常具备更强的观点采择能力, 能够更好地识别他人需求, 从而激发社会创业意愿^[19]。另一方面, 高共情关怀的个体对受社会问题困扰者会产生情感共鸣, 并预见助人行为带来的积极情绪, 进而更倾向于参与解决社会问题的活动^[17]。

其次, 同情能够促进社会创业意愿的产生。同情促使个体对他人的困境产生情感关怀, 并激发其助人行为, 从而成为社会创业意愿的重要驱动力之一。高同情心的个体具有以他人为导向的特质, 能够深度连接他人的情感状态, 当个体感知到他人的困境时, 同情会激励其采取行动以缓解他人的困难, 进而提升其参与社会创业的可能性^[20]。此外, 高同情心的个体倾向于从多维度综合分析社会问题, 对社会问题的认知更为深刻。相较于其他个体, 他们更可能关注社会弱势群体的需求, 这不仅有助于其探索潜在问题的解决方案, 还能够通过类比推理将不同背景的问题归结为社会问题, 从而使社会创业成为解决这些问题的重要途径^[21]。

综上,本文提出假设1。

假设1:亲社会动机正向影响社会创业意愿。

2. 亲社会动机对创业进入与坚持的影响

首先,亲社会动机会影响创业进入与坚持的选择。在创业决策过程中,亲社会动机促使个体更多地站在他人立场,综合评估决策对更广泛群体的潜在影响,从而做出更为精准的决策^[5]。首先,亲社会动机会影响创业进入。这是由于亲社会动机引导个体在信息加工过程中将自身与他人视为一个整体,超越自身视角的局限,从他人角度思考问题^[22]。因此,具有亲社会动机的个体更易于识别各类社会问题。社会问题的存在导致社会需求无法得到满足,进而激发创业者通过创立企业来解决这些问题的意愿^[3]。此外,亲社会动机的他人导向性促使个体采取与其价值观一致的行为,例如为弱势群体提供就业机会,从而推动其进入创业领域^[23]。

其次,亲社会动机促进创业生涯坚持。在创业的过程中,创业者常面临是否坚持创业的困境,而亲社会动机有助于其做出坚持创业的决策。一方面,亲社会动机促使创业者在决策时权衡利益相关者的得失,从而增强创业坚持意愿。具有亲社会动机的创业者在评估创业选择时,不仅关注自身利益,还会考量决策对他人的积极影响,这种倾向激励其努力克服创业中的困难,降低退出创业的可能性^[24]。另一方面,亲社会动机通过提升企业绩效间接促进创业坚持。亲社会动机驱使创业者关注利益相关者的需求,获得其支持,并与员工建立良好关系,这种和谐的工作氛围有助于提高企业绩效,从而增强创业者继续创业的动力^[25],减少创业退出的可能。

综上,本文提出假设2。

假设2:亲社会动机正向影响创业进入与坚持。

3. 亲社会动机对主观幸福感的影响

在创业研究领域,幸福感被定义为与创建和运营企业相关的积极情感体验。主观幸福感是个体对其生活质量的情感与认知的整体评价,涵盖生活幸福感和工作幸福感,分别反映创业者对生活与工作的主观评估^[26]。尽管亲社会动机对工作绩效、职业坚持等工作相关结果具有积极影响^[13],但从心理视角来看,本文认为亲社会动机可能对主观幸福感产生负面影响。一方面,亲社会动机会降低创业者的生活满意度。亲社会动机促使创业者同时追求企业目标和社会目标,并驱动其投入更多努力以实现社会目标^[2]。为实现双重目标,创业者需投入更多时间和精力,导致个人资源过度消耗,进而引发压力体验和内在压抑,降低生活满意度及主观幸福感^[13,27]。另一方面,亲社会动机负面影响创业者的工作满意度。创业者的亲社会动机可能导致其与其他股东在价值观念上存在分歧^[28],这种价值观念的差异可能降低企业的经营效率^[29]。在价值观念不一致的环境中,创业者的亲社会动机和价值观往往难以被他人理解,从而加剧与其他股东的矛盾。这种矛盾不仅会阻碍社会问题解决方案的探索,还会降低创业者的工作满意度。

综上,本文提出假设3。

假设3:亲社会动机负向影响创业者的主观幸福感。

(二) 亲社会动机对创业心理与行为的中介作用研究

1. 创业自我效能感对亲社会动机与社会创业意愿关系的中介作用

亲社会动机通过创业自我效能感影响社会创业意愿。创业自我效能感是指个体对自身完成特定任务(如营销、创新、管理、风险承担和成本控制等)的能力信念^[16],它显著影响创业者的行为选择及克服障碍的信心^[21]。亲社会动机作为自我效能感的前置因素,能够减少个体在困境中的不适感,从而增强其通过社会创业帮助他人的信心^[30]。此外,亲社会动机促使个体致力于解决他人困难,强化其对目标可行性的信念^[21]。高创业自我效能感有助于创业者基于自身能力评估社会创业的可行性,进而激发

社会创业意愿^[31]。相反,低创业自我效能感会使个体认为社会创业所需能力超出其范围,从而抑制社会创业意愿的形成。据此,提出假设 4a。

假设 4a: 创业自我效能感在亲社会动机和社会创业意愿之间起中介作用。

2. 创业自我效能感对亲社会动机与创业进入与坚持关系的中介作用

亲社会动机通过创业自我效能感影响创业进入与坚持。具有亲社会动机的个体更易于识别他人的处境与需求,并对创业行为产生更强的信心^[32]。创业自我效能感是影响创业进入与坚持的关键因素之一,高自我效能感的个体更善于识别机会并具备更强的能力把握机会以实现成功。此外,高自我效能感的个体能够预见不同结果,并更努力地克服创业过程中的困难^[33-34]。大量研究表明,创业自我效能感是创业行为的重要预测指标,面对困难时,自我效能感越高的创业者越倾向于付出更多努力并坚持完成挑战性任务以实现目标^[35]。据此,提出假设 4b。

假设 4b: 创业自我效能感在亲社会动机和创业进入与坚持之间起中介作用。

3. 创业创造力对亲社会动机与社会创业意愿关系的中介作用

亲社会动机通过其以他人为导向的价值观影响创业创造力,从而驱动社会创业意愿的形成^[36]。创业创造力是指发现并利用机会以产生和实施创造性想法的能力^[37]。具有亲社会动机的个体能够更深入地理解他人的需求与价值,从他人视角思考问题,进而激发创业创造力^[22]。同时,亲社会动机通过引导个体聚焦于社会问题的解决,进一步提升创业创造力^[38]。而高创业创造力的个体能够生成丰富的创新想法,有助于识别社会问题的现象与本质之间的联系,同时增强个体的积极态度和感知行为控制能力,从而促进社会创业意愿的产生^[39]。此外,高创业创造力的个体能够提出更多关于社会企业运营的创新方案,增强其对创业成功的信心^[40],进而增强社会创业意愿。据此,提出假设 4c。

假设 4c: 创业创造力在亲社会动机和社会创业意愿之间起中介作用。

(三) 高等教育水平的调节机制

高等教育水平是国家发展水平和潜力的重要标志,对人才素质提升和能力培养具有关键作用。首先,高等教育水平能够正向调节亲社会动机对社会创业意愿的影响。高等教育对个体就业价值观的形成和塑造具有指引作用,并在一定程度上影响其创业决策^[41]。创新创业教育是高等教育的核心内容之一,高校创新创业教育不仅传授创业所需的技能和知识,还能增强学生对社会问题的感知能力。因此,高等教育使得高亲社会动机的个体更深入地理解社会问题,识别潜在的社会创业机会,并通过创业教育来提升其对创业可行性的感知,从而激发更高的社会创业意愿。

其次,高等教育水平正向调节亲社会动机对创业进入与坚持的影响。高亲社会动机的个体若缺乏必要的创业资源和创业精神,则难以参与创业活动。高等教育水平与个体社会资本及综合素质的提升密切相关。一方面,创业活动依赖于个体所拥有的资源,接受高等教育的个体更容易获取高质量的人脉资源,这些资源能够提供丰富的信息支持,从而促进资源整合与创业实施。另一方面,接受高等教育的个体通常具备更高的综合素质,使其在面临挑战时表现出更强的韧性。因此,高等教育水平越高,亲社会动机对创业进入与坚持的促进作用越显著。

最后,高等教育水平负向调节亲社会动机对主观幸福感的影响。国家的高等教育水平越高,其劳动力素质也普遍较高,能够为新创企业提供更多高素质的人力资源^[42]。高素质人力资源不仅更易于理解创业者的亲社会动机,还能够有效分担创业过程中的难题,从而缓解创业者的心理与工作压力,削弱亲社会动机对创业者主观幸福感的负向影响。综上,提出如下假设:

假设 5a: 高等教育水平负向调节亲社会动机和主观幸福感之间的关系。

假设 5b: 高等教育水平正向调节亲社会动机和社会创业意愿之间的关系。

假设 5c: 高等教育水平正向调节亲社会动机和创业进入与坚持之间的关系。

三、研究方法

(一) 文献搜集

为了确保研究样本的多样性和完整性,本研究按照如下检索过程进行文献搜集。①检索相关中文文献:参考胡望斌^[27]等的做法以及结合亲社会动机的相关概念,在中国知网(CNKI)数据库、中国优秀博硕论文数据库、会议论文数据库、万方数据知识服务平台、维普期刊资源整合服务平台及中国台湾学术论文数据库,使用“亲社会动机”“利他”“共情”“同情”“同理心”和“创业”等为关键词进行检索,共获得文章 376 篇;②检索相关外文文献:参考 Liao^[4]等的做法,结合亲社会动机的相关概念,在 Web of Science 数据库中使用以下关键词进行检索: [(TS=(prosocial motivation)) OR (TS=(altruism)) OR (TS=(empathy)) OR (TS=(compassion)) OR (TS=(sympathy)) OR (TS=(prosocial value)) OR (TS=(prosocial identity)) OR (TS=(communal value)) OR (TS=(communal motivation)) OR (TS=(social interest)) OR (TS=(other orient)) OR (TS=(altruistic value)) OR (TS=(social value orientation)) OR (TS=(other-focused)) OR (TS=(concern for others)) OR (TS=(prosocial orientation)) OR (TS=(prosocial obligation)) OR (TS=(benevolence)) OR (TS=(universalism))] AND [(TS=(entrepreneurship)) OR (TS=(entrepreneurial)) OR (TS=(start-up)) OR (TS=(business-owner)) OR (TS=(self-employment)) OR (TS=(entrepreneurs))]. 另外,为了进一步提高检索的相关性和针对性,本文将检索语言限定为英语,并将研究方向限定在: Business Economics OR Environmental Sciences Ecology OR Psychology OR Science Technology Other Topics OR Social Sciences Other Topics OR Public Environmental Occupational Health OR Education Educational Research OR Government Law OR Social Issues OR Social Work OR Sociology。在上述检索条件下,共获得 1 298 篇相关文章。③除 Web of Science 外,由于本文没有纳入其他数据库的检索,为了避免遗漏重要文献,在对 1 298 篇文章进行初步筛选后,选取其中相关度最高的三篇文章的引文,在谷歌学术中使用高级搜索对三篇文章的引文进一步检索以下关键词: (prosocial motivation) OR (altruism) OR (empathy) OR (compassion) OR (sympathy) OR (prosocial value) OR (prosocial identity) OR (communal value) OR (communal motivation) OR (social interest) OR (other orient) OR (altruistic value) OR (social value orientation) OR (other-focused) OR (concern for others) OR (prosocial orientation) OR (prosocial obligation) OR (benevolence) OR (universalism), 共获得 280 篇相关文章,筛去书籍、会议等类型的文章,剩余 189 篇。最终一共获得中文文献 1 114 篇,英文文献 1 496 篇。文献检索截止到 2024 年 3 月。

(二) 文献筛选

本文通过以下标准对初步检索到的文献进行筛选:①筛去重复的、与研究主题无关的文献;②剔除纯理论研究、综述研究以及案例研究等非定量研究;③删去没有报告样本量和相关系数或者是其他可以转换成相关系数的效应值如均值标准差、 T 值、 F 值等的文献;④对于研究数据重复发表的文章,只选其中一篇。基于以上标准,本研究最终获得的可用文献 49 篇,其中中文文献 7 篇,英文文献 42 篇,独立研究 57 项,总样本量为 26 323。文献的筛选流程如图 1 所示。

(三) 数据编码

数据编码的目标是建立一个数据库,方便进行后续的统计分析。由于编码工作的主观性较强,为了保证编码数据的客观性,文献编码由一位作者按照事先确定的编码表进行独立编码,再由另一位作者复核确认,对于有异议的部分进行讨论直至形成一致意见。本研究的元分析中具体编码的内容有:一是研究层次,包括文章题目、作者、发表年份、发表期刊等;二是样本层次,包括样本量、研究对象、样本国家等;三是效应量层次,包括变量相关系数、变量的量表信度数据等。其中,变量的编码包括:亲社会动机、社会创业意愿、主观幸福感和创业行为。具体地,参照亲社会动机的概念,如果

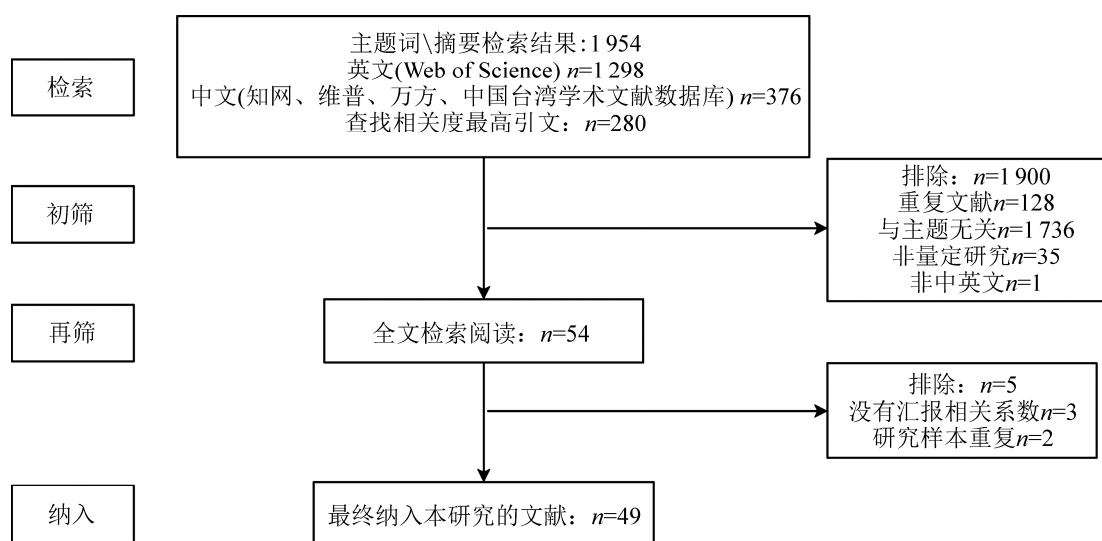


图1 元分析检索和筛选流程

一项研究的测量指标为“亲社会动机(Prosocial motivation)/利他主义(Altruism)/同理心(Sympathy)/共情(Empathy)/同情(Compassion)”等,则将其编码为“亲社会动机”;如果测量指标为“社会创业意愿(Social entrepreneurial intention)/社会创业准备(Social entrepreneurial preparation)”等,则编码为“社会创业意愿”;如果测量指标为“生活满意度(Life satisfaction)/工作满意度(Job satisfaction)”等,则编码为“主观幸福感”;如果测量指标为“创业行为(Entrepreneurship behaviour)/创业坚持(Entrepreneurship persistence)/创业退出(Entrepreneurship exit)”等,则编码为“创业进入与坚持”。最后本研究根据文献提供的样本信息编码了高等教育水平。

(四) 元分析过程

在完成文献检索、筛选和编码工作之后,本研究通过 Comprehensive Meta Analysis(CMA)3.0 软件对数据进行分析 and 检验,包括异质性检验、发表偏倚检验、主效应检验以及调节效应检验。在使用 CMA3.0 之前,为了降低由量表不一致带来的测量误差,通过信度系数对效应值的测量误差进行修正。对于没有报告变量信度的研究,如果是通过客观测量的方式来评价的,则信度记为 1;如果为主观测量的信度,则用其他研究的样本加权平均信度作为近似信度估计值。对于同一研究中相同含义的变量,采用组合效应值计算策略,随后再将样本数据和修正后的相关系数输入 CMA3.0 软件中进行数据处理。

四、研究结果

(一) 异质性、发表偏倚及主效应检验结果

异质性检验主要用来评价不同研究的效应值差异程度,如果效应值存在异质性,则说明不同研究之间可能存在潜在的调节变量。异质性水平基于 Q 统计量大小或其显著性水平以及 I^2 进行评估。如果 Q 统计量显著则表明存在异质性;当 $I^2=0$ 时代表各个研究的效应值是同质的, I^2 值越接近 100%,表明异质性程度越高^[26]。本文采用 Q 统计量和 I^2 统计量来评估异质性水平,异质性检验结果如表 1 所示。以亲社会动机和社会创业意愿之间的关系为例, $Q=1\ 107.563$, 且 $p<0.001$,说明效应值存在异质性; $I^2=96.208>0.75$,说明效应值的真实差异占观察变异的 96.208%,表明在这对关系中纳入元分析的 43 个效应值间存在着显著的高异质性。在本文研究的亲社会动机与社会创业意愿、主观幸福感以及创业进入与坚持之间的所有关系中, Q 统计量均显著($p<0.001$),并且 I^2 大于 75%,表明各个效应值之间均存在高异质性,因此,均采用随机效应模型进行分析。

发表偏倚的检验通常基于漏斗图、Egger's 回归系数和失安全系数(Nfs)进行,失安全系数大于 $5k+10$ 则表明研究结果受发表偏倚的影响较小。本研究通过观察漏斗图和计算失安全系数来检验发表

偏倚的问题,漏斗图如图2所示;如表1所示,以亲社会动机与社会创业意愿的关系为例,失安全系数为6391,远大于 $(5k+10)=225$,即观察到的研究需要找到6391项未发表的研究,才能够使统计结果不显著。从表1可以看出,亲社会动机与社会创业意愿、主观幸福感以及创业进入与坚持之间的关系的失安全系数均远远大于 $5k+10$ 。因此,本研究的效应值整合结果较稳定,所有的变量关系不存在严重的发表偏倚。

亲社会动机与社会创业意愿、主观幸福感和创业进入与坚持之间关系的主效应检验结果如表1所示。结果显示,亲社会动机与社会创业意愿和创业进入与坚持均为显著正相关, p 值 ≤ 0.001 ,假设1与假设2得到支持。但亲社会动机与主观幸福感之间的关系不显著,假设3未得到支持。

(二) 中介效应检验结果

结构方程模型元分析能够考虑在多个变量同时存在的情况下,变量之间相互影响的效应值,因此,我们使用该方法检验中介作用。首先,通过七次独立的双变量关系元分析,得到七个整合效应值,构造出如下(见表2)联合相关系数矩阵。其次,计算样本量的调和平均数。最后,获得联合相关系数矩阵和调和平均数后,采用Mplus展开结构方程建模。元分析结构方程的路径分析结果如图3

所示,检验了亲社会动机通过创业自我效能感影响社会创业意愿、创业坚持和行为,通过创业创造力影响社会创业意愿($\chi^2=15.926$, $df=3$, $CFI=0.950$, $RMSEA=0.124$, $SRMR=0.051$)。中介效应检验结果如表3所示,均发挥正向中介作用,且都达到显著水平。假设4a到假设4c得到验证。

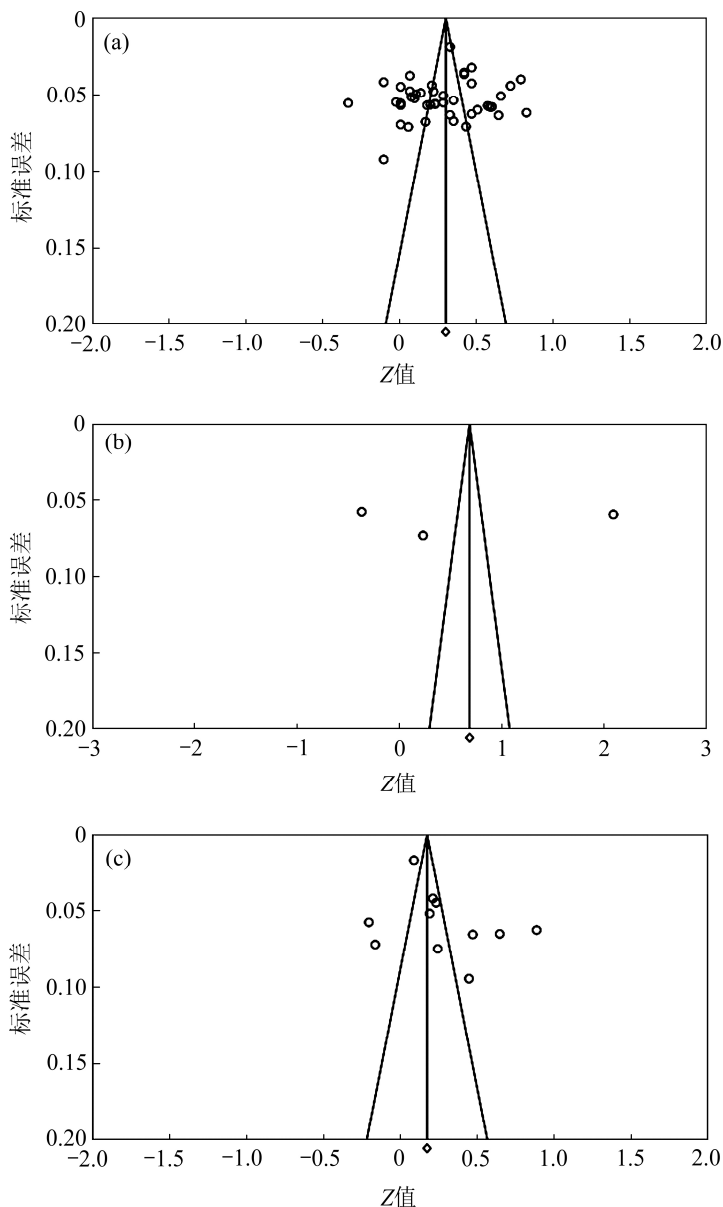


图2 漏斗图

注: (a) 漏斗图, 社会创业意愿; (b) 漏斗图, 主观幸福感; (c) 漏斗图, 创业进入与坚持。

表1 主效应分析结果

变量	k	N	r	ρ	Z	P	95%CI	Q	I^2	Nfs
社会创业意愿	43	19 192	0.231	0.276	7.513	0.000	[0.207, 0.343]	1 107.563***	96.208	6 391
主观幸福感	3	771	0.409	0.574	0.832	0.405	[-0.710, 0.975]	922.529***	99.783	263
创业进入与坚持	11	6 360	0.233	0.270	3.436	0.001	[0.118, 0.409]	300.512***	96.672	708

注: k 表示纳入研究数量, N 表示样本量, r 表示未经修正的相关系数, ρ 表示修正后的相关系数, Z 、 P 表示双尾检验的统计值, 95%CI 表示 95% 的置信区间, Q 表示同质性检验统计量, I^2 表示因研究之间的真实差异而产生的效应大小的变异百分比, Nfs 表示失安全系数值。

表 2 联合相关系数矩阵					
变量	1	2	3	4	5
1. 亲社会动机	1				
2. 自我效能感	0.349***	1			
(<i>k</i> , <i>N</i>)	(10, 6 758)				
3. 创业创造力	0.155	—	1		
(<i>k</i> , <i>N</i>)	(3, 829)				
4. 社会创业意愿	0.265**	0.513***	0.452***	1	
(<i>k</i> , <i>N</i>)	(9, 3 187)	(6, 2 358)	(3, 829)		
5. 创业进入与坚持	0.242**	0.3*	—	—	1
(<i>k</i> , <i>N</i>)	(4, 4 400)	(4, 4 400)			

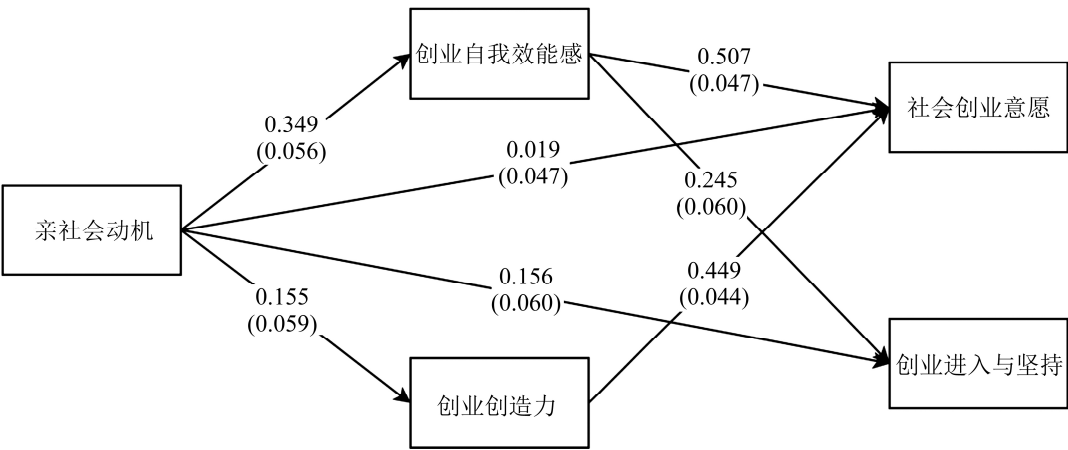


图 3 元分析结构方程模型的路径分析

表 3 中介效应检验结果					
路径关系		系数估计值	系数标准误	<i>Z</i>	<i>p</i>
PM→ESE→SEI	间接效应	0.177***	0.033	5.389	0.000
PM→ESE→EB	间接效应	0.086**	0.025	3.403	0.001
PM→EC→SEI	间接效应	0.070*	0.027	2.533	0.011

注: PM 表示亲社会动机, ESE 表示创业自我效能感, SEI 表示社会创业意愿, EB 表示创业进入与坚持, EC 表示创业创造力。

(三) 调节效应检验结果

本文纳入研究的样本分布在中国(包括中国香港和中国台湾地区)、美国、印度等多个国家和地区, 基于高等教育强国指数进行元回归, 检验了不同国家及地区高等教育水平的调节作用(如表 4 所示)。由于本研究纳入的文献存在高异质性, 所以对调节效应的检验也采用随机效应模型。如表 4 所示, 国家高等教育水平对亲社会动机与社会创业意愿($b=0.004\ 3$, $p=0.000$)和创业进入与坚持($b=0.006\ 5$, $p=0.002\ 0$)存在显著调节作用, 具体表现为高等教育水平越高, 亲社会动机对社会创业意愿与创业进

入与坚持关系的影响越强，故假设 5b 和假设 5c 得到支持。此外，高等教育水平对亲社会动机与主观幸福感的关系并不存在显著的调节作用，假设 5a 未得到支持。

表 4 高等教育水平调节效应检验结果

调节因素	因变量	<i>k</i>	<i>b</i>	<i>SE</i>	95% <i>CI</i>	<i>Z</i>	<i>p</i>
高等教育水平	社会创业意愿	41	0.004 3	0.001 0	[0.002 3, 0.006 2]	4.27	0.000***
	主观幸福感	3	0.013 2	0.014 9	[-0.016 0, 0.042 4]	0.89	0.3741
	创业进入与坚持	10	0.006 5	0.002 0	[0.002 7, 0.010 3]	3.34	0.000 8***

注：*b* 表示回归系数，*p* 表示显著性。

五、结语

(一)结论

本研究基于国内外 57 项独立实证研究进行元分析，探讨了亲社会动机如何影响创业心理与行为。研究发现，亲社会动机分别与社会创业意愿、创业进入与坚持呈显著正相关，这与以往多数实证研究结果相一致^[14, 23]。但亲社会动机与主观幸福感不存在显著的相关关系，这与 Kibler^[2]等的研究结论不同，他们发现当创业者的亲社会动机过高时，创业者将会面临更大的工作压力和心理负担，从而导致主观幸福感的降低。此外，亲社会动机与社会创业意愿、创业进入与坚持的关系会受高等教育水平的调节。具体而言，高等教育发展水平越高的地区，亲社会动机越能够促进社会创业意愿的产生以及促进创业进入与坚持。

(二) 理论贡献

第一，本研究通过元分析方法厘清了亲社会动机与社会创业意愿、创业进入与坚持、主观幸福感之间的关系，为亲社会动机对创业心理与行为的影响研究提供了一个更加综合的理论框架。已有研究从不同角度探讨了亲社会动机对创业带来的影响，本文通过系统性的文献搜集从社会创业意愿、创业进入与坚持和主观幸福感三个方面归纳了亲社会动机对哪些创业心理与行为能够带来影响。通过系统性的整合有助于更加深刻地理解亲社会动机对创业的影响，从更加全面的视角理解亲社会动机和创业心理与行为的关系。

第二，本研究揭示了创业自我效能感、创业创造力在亲社会动机和创业心理与行为关系中的中介效应。具体而言，创业自我效能感能够中介亲社会动机与社会创业意愿及创业进入与坚持的关系，创业创造力能够中介亲社会动机与社会创业意愿的关系，明晰了创业自我效能感、创业创造力发挥作用的中介机制，充实了亲社会动机的中介机制研究。

第三，本研究探讨了高等教育水平对亲社会动机创业心理与行为关系的调节作用，拓展了亲社会动机与其因变量间的情景边界条件。已有研究从个体层面探究了调节效应，例如性别等变量对亲社会动机作用发挥产生的影响^[30]，而本研究从更高层次的情景探究高等教育水平的调节作用，发现在高等教育发展水平越高的背景下，亲社会动机与社会创业意愿、创业进入与坚持的关系越强，由此从情景边界视角丰富了关于亲社会动机的影响研究。

(三) 实践启示

第一，将亲社会意识融入主流价值观，创造良好的社会氛围，拓展创业教育内容，有针对性地培育个体的亲社会动机，培养具有亲社会意识的公民。在共同富裕的时代背景下，提升亲社会动机水平对推动国家共同富裕战略的实施具有重要意义。与欧美发达国家相比，我国创业教育体系更侧重于创业技能的培养，而在亲社会动机的培育方面相对滞后。因此，一方面应在创业课程设计中融入更多亲社会内容，例如通过公益企业创业案例的分析，帮助创业者树立关注社会、利他导向的价值观；另一

方面, 政府应加强媒体宣传, 创造良好的社会氛围, 潜移默化地将亲社会意识融入个体的思想中。

第二, 加大高等教育投入, 缓解地区间高等教育发展不均的问题, 并将创业教育深度融入高等教育体系, 培养更多具有亲社会动机的创业者。高等教育有助于个体更深入地认识和接触社会, 增强其社会责任感和使命感, 从而更积极地投身创业活动, 通过创新和创业解决社会问题, 实现个人价值与社会价值的统一。当前我国高等教育存在地区发展水平差异显著、教学内容与社会现实脱离等情况。因此, 政府应加强对高等教育水平落后地区的帮扶, 鼓励发达地区向薄弱地区提供人才和技术支持。此外, 高校在教学过程中应更加关注社会发展动态, 避免教学内容滞后于社会现实, 同时将社会价值教育深度融入课程体系, 提升个体对社会价值的认知, 培养兼具专业素质和社会意识的创业人才。

第三, 加强创业者心理健康的针对性辅导, 注重创业者自信心的专项培养, 强化创造力培育, 为个体在创业过程中保持积极心态提供支持。创业者的心理状态对其创业行为具有深远影响, 例如本文研究表明, 创业自我效能感能够增强亲社会动机对社会创业意愿和创业行为的正向影响。尽管心理因素在创业研究中得到广泛关注, 但是社会层面针对创业者的心理辅导资源仍然匮乏, 需要政府、高校等多方协同努力。因此, 一方面, 高校应与企业合作, 为个体提供实践机会, 通过积累成功经验提升其自信心。另一方面, 政府应通过加大创业政策扶持力度、增加财政投入等措施, 降低创业难度, 增强个体创业信心。

参考文献:

- [1] 买忆媛, 古钰, 叶竹馨, 等. 创始人的亲社会动机与创业企业共创共赢研究[J]. 研究与发展管理, 2023, 35(1): 41–56.
- [2] 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.
- [3] 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, 36(2): 304–312.
- [4] LIAO H, SU R, PTASHNIK T, et al. Feeling good, doing good, and getting ahead: A meta-analytic investigation of the outcomes of prosocial motivation at work[J]. *Psychological Bulletin*, 2022, 148(3/4): 158–198.
- [5] 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.
- [6] TIWARI P, BHAT A K, TIKORIA J. Mediating role of prosocial motivation in predicting social entrepreneurial intentions[J]. *Journal of Social Entrepreneurship*, 2022, 13(1): 118–141.
- [7] YAMINI R, SOLOVEVA D, PENG X. What inspires social entrepreneurship? The role of prosocial motivation, intrinsic motivation, and gender in forming social entrepreneurial intention[J]. *Entrepreneurship Research Journal*, 2022, 12(2): 71–105.
- [8] ZAINOL N R, NAZNEN F, AL MAMUN A, et al. Does environmental values, beliefs and norms effect social entrepreneurial intention? A study based on an emerging country context[J]. *Journal of Social Entrepreneurship*, 2023: 1–24.
- [9] URBAN B, GALAWÉ J. The mediating effect of self-efficacy on the relationship between moral judgment, empathy and social opportunity recognition in South Africa[J]. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2020, 26(2): 349–372.
- [10] YASIR N, MAHMOOD N, MEHMOOD H S, et al. The integrated role of personal values and theory of planned behavior to form a sustainable entrepreneurial intention[J]. *Sustainability*, 2021, 13(16): 9249.
- [11] SRIVASTAVA M, SHIVANI S, DUTTA S. Antecedents of sustainability-oriented entrepreneurial intentions: A comprehensive model and empirical evidence[J]. *Sustainable Development*, 2023: sd.2747.
- [12] VUORIO A M, PUUMALAINEN K, FELLNHOFER K. Drivers of entrepreneurial intentions in sustainable entrepreneurship[J]. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2018, 24(2): 359–381.
- [13] 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.

- [14] 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.
- [15] 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.
- [16] KIM J R. People-centered entrepreneurship: The impact of empathy and social entrepreneurial self-efficacy for social entrepreneurial intention[J]. *Global Business & Finance Review*, 2022, 27(1): 108–118.
- [17] KIM J, PARK B. The effect of social justice advocacy and ethical sensitivity on the social entrepreneurial intention of high school students[J]. *International Journal of Business and Management*, 2019, 14(11): 18.
- [18] 秦佳良. 个体共情与社会创业意愿[J]. *企业经济*, 2021, 40(2): 124–133.
- [19] LIN M L, YU T K, SADAT A M. The psychological motivations to social innovation and transmitting role of social worth[J]. *Frontiers in Psychology*, 2022, 13: 850783.
- [20] PITZ 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): 37–52.
- [21] RIEGER V, GRÜNDLER A, WINKLER H J, et al. A cross-national perspective of compassion's role in driving social entrepreneurial intentions[J]. *Journal of International Management*, 2021, 27(1): 100824.
- [22] 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.
- [23] 胡望斌, 彭小平, 彭息强. 亲社会动机如何影响创业坚持: 直觉和环境不确定性的作用[J]. *科学学与科学技术管理*, 2024, 45(1): 150–167.
- [24] CHEN Y, KLYVER K, ZHANG H. Altruistic entrepreneurs: How does religious belief affect entrepreneurial career persistence?[J]. *Journal of Small Business Management*, 2024, 62(5): 2638–2669.
- [25] 汪忠, 程铭. 农民社会创业者亲社会动机、创业拼凑与创业绩效: 环境动态性的调节作用[J]. *研究与发展管理*, 2022, 34(4): 127–140.
- [26] STEPHAN U, RAUCH A, HATAK I. Happy entrepreneurs? everywhere? A meta-analysis of entrepreneurship and wellbeing[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2023, 47(2): 553–593.
- [27] 胡望斌, 彭小平, 彭息强, 等. 创业者亲社会动机研究述评与展望[J]. *外国经济与管理*, 2020, 42(10): 91–106.
- [28] O'NEIL I, UCBASARAN D. Balancing “what matters to me” with “what matters to them”: Exploring the legitimation process of environmental entrepreneurs[J]. *Journal of Business Venturing*, 2016, 31(2): 133–152.
- [29] ZHENG Q, LUO Y, WANG S L. Moral degradation, business ethics, and corporate social responsibility in a transitional economy[J]. *Journal of Business Ethics*, 2014, 120(3): 405–421.
- [30] CARDELLA G M, HERNÁNDEZ SÁNCHEZ B R, DE MIRANDA JUSTO J M R, et al. Understanding social entrepreneurial intention in higher education: does gender and type of study matter?[J]. *Studies in Higher Education*, 2024, 49(4): 670–689.
- [31] SOUSA-FILHO J M D, GRANADOS M L, LACERDA FERNANDES J A. Social entrepreneurial intention: Educating, experiencing and believing[J]. *Studies in Higher Education*, 2023, 48(7): 1067–1081.
- [32] IP C Y, ZHUGE T, CHANG Y S, et al. Exploring the determinants of nascent social entrepreneurial behaviour[J]. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2022, 19(6): 3556.
- [33] 张秀娥. 创业自我效能感对创业坚持的作用机制[J]. *社会科学家*, 2018(8): 24–30.
- [34] KIM A, MOON C W, KIM S K, et al. An Empirical investigation on the psychological antecedents of social entrepreneurship[J]. *Entrepreneurship Research Journal*, 2019, 10(3): 20170129.
- [35] BOUDREAUX C J, NIKOLAEV B N, KLEIN P. Socio-cognitive traits and entrepreneurship: The moderating role of economic institutions[J]. *Journal of Business Venturing*, 2019, 34(1): 178–196.
- [36] PENG X E, LIANG C. Before nonprofit organisations become social enterprises[J]. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 2019, 30(3): 460–474.
- [37] IP C Y, LIANG C, WU S C, et al. Enhancing social entrepreneurial intentions through entrepreneurial creativity: A comparative study between Taiwan and Hong Kong[J]. *Creativity Research Journal*, 2018, 30(2): 132–142.

- [38] LIU D, JIANG K, SHALLEY C E, et al. Motivational mechanisms of employee creativity: A meta-analytic examination and theoretical extension of the creativity literature[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2016, 137: 236–263.
- [39] YU C, YE B, MA S. Creating for others: linking prosocial motivation and social entrepreneurship intentions[J]. *Management Decision*, 2021, 59(11): 2755–2773.
- [40] 张秀娥, 张坤. 创造力与创业意愿的关系: 一个有调节的中介效应模型[J]. *外国经济与管理*, 2018, 40(3): 67–78.
- [41] 翟爱梅, 黄立奋. 学历对劳动者创业决定的影响: 基于中国微观数据的实证研究[J]. *南方经济*, 2020(7): 75–91.
- [42] 张秀娥, 王超, 李帅. 制度环境、创业自我效能感与创业意愿[J]. *科研管理*, 2022, 43(5): 59–66.

Is caring for others beneficial for entrepreneurship? A meta-analysis of prosocial motivation and entrepreneurial psychology and behavior

LIN Qiaoyan, CHEN Ying, CHEN Liping

(School of Economics, Fujian Normal University, Fuzhou 350117, China)

Abstract: Common prosperity is the essential demand for realizing Chinese-style modernization, and the promotion of common prosperity requires all kinds of economic entities to take both economic and social values into account in the process of development. Prosocial motivation is an important driving force for entrepreneurial enterprises to pursue social value and practice the strategic goal of common wealth. However, the current research on prosocial motivation on entrepreneurial psychology and behavior lacks systematic exploration. Based on 57 independent studies from 49 papers, we conducted a meta-analysis of the relationship between prosocial motivation and entrepreneurial psychology and behavior (social entrepreneurial willingness, entrepreneurial entry and persistence, and subjective well-being), explored the mediating effects of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial creativity, and examined the moderating role of the level of higher education. The results of the study showed that: there is a positive relationship between prosocial motivation and social entrepreneurial intention, entrepreneurial entry and persistence; entrepreneurial self-efficacy mediated the relationship between prosocial motivation and social entrepreneurial intention, entrepreneurial entry and persistence, and entrepreneurial creativity mediated the relationship between prosocial motivation and social entrepreneurial intention; higher education level positively moderated the relationship between prosocial motivation and social entrepreneurial intentions, entrepreneurial entry and persistence. The study provides a more systematic theoretical framework for how prosocial motivation acts on entrepreneurial psychology and behavior, and also provides a reference for how to promote entrepreneurial activities around prosocial motivation in the context of common wealth.

Key words: prosocial motivation; social entrepreneurial willingness; entrepreneurial entry and persistence; subjective well-being; meta-analysis

[编辑: 何彩章]