

互联网平台型企业社会责任国内研究现状

吴颖颖*, 田雪莹

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2024年1月22日; 录用日期: 2024年3月4日; 发布日期: 2024年5月6日

摘要

随着平台经济的蓬勃发展,在双边市场的影响下,互联网平台型企业社会责任实践的内容和范式相较于传统制造业企业呈现出全方位的迭代与创新。本文通过文献分析和归纳演绎的方法梳理总结了国内互联网平台型企业社会责任的研究成果和研究热点,并基于现有研究的不足对未来的研究重点提出了建议。研究发现:在理论层面,生态圈理论为平台企业社会责任的探讨提供了新的有力支撑;在实践层面,平台企业的责任边界伴随着自身角色的厘清而逐渐清晰,履责模式与治理模式在理论指导与实践探索中不断创新,向平台化、生态化方向发展。未来关于平台企业社会责任治理的研究可采用跨层次案例研究与扎根理论,进一步深化平台情境下企业社会责任缺失研究,可采用大样本的面板数据或问卷跟踪调查等形式对命题进行实证检验,尤其是要探寻平台型企业社会责任治理适用的前置影响因素和调节因素。

关键词

互联网企业, 平台企业, 企业社会责任, 治理

Domestic Research Status of Internet Platform Corporate Social Responsibility

Yingying Wu*, Xueying Tian

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Jan. 22nd, 2024; accepted: Mar. 4th, 2024; published: May 6th, 2024

Abstract

With the vigorous development of platform economy, under the influence of bilateral market, the content and paradigm of Internet platform corporate social responsibility practice show all-round iteration and innovation compared with traditional manufacturing enterprises. Through litera-

*通讯作者。

ture analysis and inductive deduction, this paper summarizes the research achievements and hotspots of domestic Internet platform corporate social responsibility, and puts forward suggestions for future research focus based on the shortcomings of existing research. The findings are as follows: At the theoretical level, the ecosphere theory provides a new and powerful support for the discussion of platform corporate social responsibility; At the practical level, the responsibility boundary of platform enterprises is gradually clear along with the clarification of their own roles, and the performance mode and governance mode are constantly innovated in the theoretical guidance and practical exploration, and develop in the direction of platform and ecology. Future research on platform CSR governance can adopt cross-level case studies and grounded theories to further deepen the research on the lack of CSR under the platform context, and empirically test the proposition with large-sample panel data or questionnaire tracking survey, especially to explore the pre-influencing factors and moderating factors applicable to platform CSR governance.

Keywords

Internet Enterprise, Platform Enterprise, Corporate Social Responsibility, Governance

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

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

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



Open Access

1. 引言

企业社会责任这一概念自提出以来便受到学界的广泛关注和深入研究,进入21世纪以来,随着移动互联网、大数据、云计算、人工智能的蓬勃发展,人类由传统的工业经济时代迈入了平台经济时代[1],新的时代、新的经济模式和新的企业组织结构赋予了企业社会责任新的内涵。基于数字技术的平台经济是由数据驱动、平台支撑、网络协同的经济活动单元所构成的新经济系统[2]。由平台经济所催生的互联网平台型企业是以互联网为基础,以服务用户为核心的新型企业组织模式[3]。互联网平台型企业的崛起不仅带动了经济的增长,更是对政治文化生活产生了重要影响,受到了社会各界的广泛关注。互联网平台型企业快速发展的同时产生了一系列的企业社会责任缺失与异化行为,给社会带来了严重的负外部性,引发了学界对企业社会责任在平台情景下的热切关注与探索。习近平总书记高度重视企业社会责任工作,指出“一个企业既有经济责任、法律责任,也有社会责任、道德责任”,强调“只有真诚回报社会、切实履行社会责任的企业家,才能真正得到社会认可,才是符合时代要求的企业家”,为企业履行社会责任指明了方向、提出了明确要求。本文以平台经济背景下的互联网平台型企业为研究对象,对国内互联网平台型企业社会责任实践的相关文献进行回顾与梳理,系统分析互联网平台型企业社会责任的研究现状。

2. 核心概念界定

2.1. 互联网平台型企业

互联网平台型企业是平台经济时代的产物,是以互联网为基础,以服务用户为核心的新型企业组织模式。本文特指具有开放性以及跨边网络效应的互联网平台型企业(以下简称平台企业)。平台企业以服务用户为核心,借助大数据、云计算与工业互联网等技术,聚合与整合资源、优化资源配置、创造共赢价值。相较于传统企业,平台企业具有一些新的特征,一方面平台企业并不直接提供产品或服务,而是通

过搭建交互或交易平台,促使买卖双方在上进行交互或交易,从而形成双边(或多边)市场结构;另一方面不同于传统企业强调内部资产的重要性,平台企业更强调外部的连接性及其网络效应,平台企业能够在链接市场主体进行交易活动的同时产生同边网络效应与跨边网络效应,从而产生同边用户价值与双边用户价值创造效应,从而间接性产生平台价值创造效应。平台企业的目的在于降低交易成本,促进原本处于不同市场的企业或消费者进行互动、交易以及创新活动[4] [5]。

2.2. 企业社会责任

1924年欧利文·谢尔顿首次提出企业社会责任这一概念。1953年鲍恩发表《商人的社会责任》一书,该书成为了对“企业社会责任”这一概念正式研究进程的开端[6]。学界首先对企业社会责任的合法性与正当性进行了探讨,主要以克拉克、谢尔顿、鲍恩等知名学者关于“利益最大化的企业本质特征”与“盈利之外的社会责任”主次问题的“三次大争论”为主要内容;在承认“盈利之外的社会责任”的基础上,诸多学者又对企业社会责任的解决方案进行了探索,探索初期形成了以层次责任观、社会契约观、利益相关者观等社会责任观点[7]。秉持层次责任观的主要学者有卡罗尔和约翰·埃尔金斯顿。卡罗尔提出了企业社会责任的四维模型,认为企业社会责任等同于全社会对企业履行社会责任的期待的总和[8]。约翰·埃尔金斯顿将企业社会责任分为经济责任、环境责任和社会责任,同时构建了三重底线的分析框架。社会契约观主张企业社会责任就是企业与社会之间的契约关系,通过契约关系来规范双方的权利和义务。利益相关者观是由欧盟和世界银行等组织提出的,该观点强调企业社会责任与利益相关者的关系。在这些观点的基础上企业社会责任大致可以分为创造经济价值、社会价值和环境价值等[9]。而后出现的战略性企业社会责任、企业公民理论以及金字塔模型、同心圆模型等各类企业社会责任内容模型,均是在寻找企业社会责任的落实之道,具有跨管理学、经济学、法学、心理学等多学科研究趋势[10]。

3. 互联网平台型企业社会责任研究议题

目前国内对平台企业社会责任实践的研究主要聚焦于内容边界、履责范式和平台治理等议题。

3.1. 互联网平台型企业社会责任的内容边界

平台企业履行社会责任的必要性源于其经济属性和社会属性的双重性。肖红军和阳镇学者认为这种双重性赋予了平台企业社会责任内生的正当性[11]。许英杰学者基于“互联网+”的概念,指出企业天然的社会属性功能决定其履行社会责任的内在动力[12]。不管是戴维斯(Davis, 1960)提出“责任铁律”即“权力大小-责任边界”模式,认为社会权利的大小决定着企业社会责任的内容边界,还是卡罗尔(Carrol, 1979)提出社会责任金字塔模型,认为企业社会责任的内容边界即企业的经济责任、法律责任、伦理责任以及慈善责任的综合,这些经典的社会责任理论都聚焦于企业个体的权力大小或个体性的社会影响,因而其逻辑起点在于企业的个体行为对社会的影响[10]。而对于平台企业而言,其所涵盖的企业类型异质性较大囊括了大、中、小、微企业,相较于传统企业社会责任只聚焦于企业个体对社会的影响,平台企业的社会责任内容具有混合性,边界具有动态性[12]。

胡英杰等学者通过对比传统制造业企业研究发现,平台企业的社会责任内容涉及员工培养、法律援助、行业标准遵循以及社会公益等多个层面[7]。程贵孙和张忠程学者则从利益相关方视角,将平台企业的社会责任划分为多个维度,并构建了与传统制造业企业社会责任不同的金字塔模型[13]。肖红军和李平学者则是从企业与社会的关系这一企业社会责任产生的逻辑起点出发,发现平台型企业与社会之间的关系呈现两条路径,即“企业个体→社会”和“企业个体→平台商业生态圈→社会”,通过“三层三步法”将平台企业划分为“作为独立运营主体的社会责任”、“作为商业运作平台的社会责任”和“作为社会

资源配置平台的社会责任”等三个层次来分别进行内容边界界定[10]。总的来说,传统企业在履责内容上关注于员工培养、遵循自身制定的行业标准、抗震救灾、捐赠等公益活动;而平台企业更关注于用户体验、自身利益价值链相关主体、遵循整个行业准则和教育事业。

3.2. 互联网平台型企业社会责任的履责范式

国内学者对平台企业履责范式的研究主要采取了三种方式:第一种,与传统企业履责范式对比分析,如胡英杰学者发现相较于传统制造业企业通过平台模式和直接捐赠的方式,平台企业偏向于采用互联网技术、基金等现代化方式履责[7];第二种,基于利益相关方视角,如阳镇等学者认为平台企业的双边用户成为平台型企业的内部利益相关方,平台不仅需要对企业员工负责更要对双边用户负责[12];第三种,跳出平台商业生态圈这一组织场域,搭建全新的履责平台场域来解决某一特定的社会性问题即平台化履责范式。

相较于传统企业履责范式,平台化履责范式在社会治理方式、价值创造方式、社会责任边界和社会责任管理上均实现了超越,是推动企业在更大范围和更高层次上实现履行社会责任目的的新范式。平台化履责可以看作是企业对自身以及平台上不同社会主体的道德资源、爱心资源与要素资源在偏好社会福利最大化上的社会化配置方式创新。平台化履责的基本目标是要形成针对特定社会问题的社会化解决机制,高阶目标则是要打造可持续的社会责任生态圈。平台化履责范式作为一种新的社会责任实践范式,在具体的实施过程中要考虑到企业个体的异质性,要采用权变的思想综合考量所需解决的社会问题类型、企业承诺的社会回应策略和企业具有的影响力范围等多重因素来进行战略决策。平台化履责战略模式分为六种,分别为:新创战略、演化战略、包络战略、购买战略、嫁接战略和转化战略。特定企业个体在对选择实施平台化履责范式做出战略决策后,需要在最大化降低风险保证实施成功的基础上,选择适宜的平台化履责战略模式。平台化履责作为一种基于平台企业创新的企业社会责任履责范式,实现了企业在解决社会责任问题中从“救世主”到社会资源的整合与优化配置者的角色转换,但是平台化履责并不是企业唯一的社会责任履责范式,在实践中,要实事求是的将平台化履责与传统履责方式有机结合[10]。

3.3. 互联网平台型企业社会责任的治理

平台企业作为平台经济运行的主要微观组织载体,近些年来,在党和政府提供的体制机制助力下发展迅速。平台企业的蓬勃发展带动社会经济增长的同时随之产生的企业社会责任缺失和行为异化问题也层出不穷,如直播平台的涉黄问题、共享平台的用户信息安全问题、网购平台的假货劣货问题、搜索平台的信息真实度问题、交通出行平台的乘客人身安全保障问题等[4],这一系列的平台企业社会责任行为异化事件给经济社会带来了严重的负外部性,引起国内学术界的普遍关注,平台企业社会责任治理成为平台企业社会责任研究重点。

平台企业社会责任治理离不开对平台企业角色的清晰识别。平台情景下形成的双边市场或多边市场结构使得平台企业在企业社会责任治理角色定位上与一般传统企业具有相似点也有不同点。一方面,平台企业与传统企业具有一致性的企业法人地位,即独立运营的个体意义组织,“平台”可以看作是平台企业的产品。此时平台企业社会责任治理与传统企业类似,治理受体是平台企业本身,治理主体为政府。另一方面,“平台”不仅仅是平台企业独立运营下的“产品与服务”,更重要的是通过平台连接形成自我组织、自我生长、自我进化、自我迭代的平台商业生态圈[3]。因此,平台企业社会责任治理突破了传统的原子式单边社会责任治理模式走向多层次多中心多链条的网络化治理模式。治理主体、治理对象具有嵌套性和耦合性,治理路径具有多样性。

目前,国内平台企业社会责任治理存在双边市场理论、商业生态圈理论、多中心理论、共同体理论、

公共选择与公共治理理论等多个理论视角。分层次治理、网络化治理、协同共治、生态化治理等是平台企业社会责任治理的关键词。肖红军学者融合共生理论提出平台企业生态化治理范式,其核心是分层次治理与跨层次治理,个体、情景和系统的全景式治理,以及跨生态位互治与网络化共治[3]。阳镇等学者认为平台企业的社会责任治理模式应当由传统的供应链治理走向多中心、多网络节点的网络化治理[14][15]。浮婷等学者系统研究了企业社会责任治理共同体的理论脉络,明确了平台情景下需建设网络化的治理结构实现对平台企业社会责任的柔性化与弹性化治理[16]。易开刚学者基于多中心治理理论和平台企业社会责任的特征构建了多中心协同治理模型,强调了治理主体和治理对象的耦合和嵌套性、治理路径的多样性[17]。根据理论视角和治理机制的不同,大致可将平台企业社会责任治理分为三类。在双边市场理论和平台经济理论下,采用价格机制和平台接口技术机制实现平台企业对双边用户的行为约束,促进平台价值共创。在共生理论和生态圈理论下,采用主要生态位成员的自组织治理机制和扩展生态位成员的外部制度能力共演机制,实现主要生态位成员扩展型生态位成员对生态圈内其他生态位成员的行为约束,促进平台商业生态圈向平台型企业社会责任生态圈升级转化。在公共治理理论下,采用平台企业个体社会责任治理机制、政府元治理机制和公民社会监督机制,实现平台企业、政府和公民社会对平台社会责任缺失现象的联合治理,确保平台型企业的价值创造行为符合“三重底线”与社会期望。在提高微观组织层面的社会责任意识、创新平台企业社会责任治理机制的同时还要加强网络平台信用体系的建立、推进社会责任报告制度和政策法律体系的建设,加强宏观层面社会责任制度供给和中观层面的公民社会监督力[18]。

4. 研究结论与未来展望

4.1. 研究结论

企业社会责任概念自提出以来便受到学界的广泛关注和深入研究,对于履责内容和具体实践范式的争议从未停止。随着社会经济的发展,平台经济的出现,平台企业的崛起,企业结构的变革,平台企业在企业社会责任实践中的角色较以往的传统企业变得更加复杂,新的时代对企业社会责任的实践提出新的要求,平台企业作为平台经济时代的主要微观组织载体在企业社会责任实践中扮演着重要角色。纵观现有文献,国内目前对互联网平台型企业社会责任的研究主要聚焦于内容边界、履责模式和平台治理等议题,其中平台治理是重点。在理论层面,生态圈理论为平台企业社会责任的探讨提供了新的有力支撑;在实践层面,平台企业的责任边界伴随着自身角色的厘清而逐渐清晰,履责模式与治理模式在理论指导与实践探索中不断创新,向平台化、生态化方向发展。在保证企业健康可持续发展带动社会经济增长的基础上怎样通过企业社会责任实践来增进社会整体福祉是学界研究的普遍目标。

4.2. 局限与展望

不管是在平台企业社会责任实践的理论层面还是实践层面,未来学界对于平台企业社会责任的研究仍然存在诸多探索空间。

第一,国内现有研究大多采用归纳演绎的研究方法,缺少实证分析,未来在研究方法上可采用跨层次案例研究以及大样本的面板数据或问卷跟踪调查等形式对命题进行实证检验,进一步深化平台情境下企业社会责任缺失研究。

第二,国内现有研究未考虑到平台企业在类型上的异质性及生命周期的差异性;未来在研究对象上可进行进一步的细分。

第三,在跨学科多理论的研究中加强平台企业社会责任治理理论基础构建,继续深入探寻平台企业社会责任治理适用的前置影响因素和调节因素。

第四, 目前, 对平台企业社会责任治理的评价内容、指标及方法缺乏相关研究, 未来可通过案例研究及扎根理论准确设计相应的社会责任评价体系来更好的推动平台企业履责。

参考文献

- [1] 肖红军, 阳镇. 平台型企业社会责任治理: 理论分野与研究展望[J]. 西安交通大学学报(社会科学版), 2020, 40(1): 57-68.
- [2] 赵昌文: 高度重视平台经济健康发展[J]. 金融博览, 2020(1): 36-37.
- [3] 肖红军, 李平. 平台型企业社会责任的生态化治理[J]. 管理世界, 2019, 35(4): 120-144, 196.
- [4] 阳镇. 平台型企业社会责任: 边界、治理与评价[J]. 经济学家, 2018(5): 79-88.
- [5] 王仙雅, 吴珍. 短视频平台的企业社会责任及其动态履责路径——基于快手和抖音的双案例研究[J]. 软科学, 2024, 38(1): 138-144. <https://doi.org/10.13956/j.ss.1001-8409.2024.01.19>
- [6] 傅天玮. 企业社会责任国外文献探讨[J]. 现代商贸工业, 2018, 39(6): 61-63. <https://doi.org/10.19311/j.cnki.1672-3198.2018.06.026>
- [7] 胡英杰, 郝云宏, 陈伟. 互联网平台企业与传统制造企业社会责任差异研究——基于构建双循环新发展格局背景分析[J/OL]. 重庆大学学报(社会科学版): 1-12. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/50.1023.C.20201212.0810.002.html>, 2023-12-14.
- [8] Carroll, A.B. (1979) A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4, 497-505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
- [9] 党齐民. 国外企业社会责任的发展趋向与启示[J]. 甘肃社会科学, 2019(2): 229-236.
- [10] 肖红军. 平台化履责: 企业社会责任实践新范式[J]. 经济管理, 2017, 39(3): 193-208.
- [11] 肖红军, 阳镇. 平台企业社会责任: 逻辑起点与实践范式[J]. 经济管理, 2020, 42(4): 37-53.
- [12] 阳镇, 许英杰. “互联网+”背景下企业社会责任变革趋势与融合路径[J]. 企业经济, 2017, 36(8): 38-45.
- [13] 程贵孙, 张忠程. 互联网平台企业社会责任的结构维度与模型构建——基于扎根理论的探索性研究[J]. 华东师范大学学报(哲学社会科学版), 2023, 55(3): 155-168, 173.
- [14] 阳镇, 陈劲, 尹西明. 平台企业二元属性下的社会责任治理创新——理解数字化平台的新视角[J]. 财贸研究, 2021, 32(12): 1-12, 64.
- [15] 阳镇, 许英杰. 平台经济背景下企业社会责任的治理[J]. 企业经济, 2018, 37(5): 78-86.
- [16] 浮婷, 王欣. 平台经济背景下的企业社会责任治理共同体——理论缘起、内涵理解与范式生成[J]. 消费经济, 2019, 35(5): 77-88.
- [17] 易开刚, 黄慧丹. 平台经济视阈下企业社会责任多中心协同治理模式研究——基于平台型企业视角双案例的研究[J]. 河南社会科学, 2021, 29(2): 1-10.
- [18] 包国强, 宋钦章. 民营网络平台企业社会责任履行的影响机理与推进路径[J]. 新闻爱好者, 2022(1): 12-16.