

中国企业管理研究会社会责任专业委员会

企业社会责任最新文献导读 (2014~2015)

An Introduction to the Latest Literatures on
Corporate Social Responsibility (2014-2015)

肖红军 李伟阳 郑若娟 编译



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

中国企业管理研究会社会责任专业委员会

企业社会责任最新文献导读 (2014~2015)

An Introduction to the Latest Literatures on
Corporate Social Responsibility (2014-2015)

肖红军 李伟阳 郑若娟 编译



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

企业社会责任最新文献导读 (2014~2015) / 肖红军等编译. —北京: 经济管理出版社, 2017.10
ISBN 978-7-5096-5449-1

I. ①企… II. ①肖… III. ①企业责任—社会责任—文集 IV. ①F272-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 261095 号

组稿编辑: 申桂萍

责任编辑: 高 娅 梁植睿 赵亚荣 侯春霞

责任印制: 黄章平

责任校对: 张晓燕

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 三河市延风印装有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 35.25

字 数: 688 千字

版 次: 2017 年 10 月第 1 版 2017 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-5449-1

定 价: 148.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

前言

企业社会责任思想的演进历经百年，时至今日，无论在研究或实践领域依然生机勃勃。为了让学界和业界同人能更加便捷地了解各个时期企业社会责任思想的发展，我们甄选、翻译了各个时期有代表性的企业社会责任文献，其中既包括经典文献，也包括前沿文献。

第一，2011年出版的《企业社会责任经典文献导读》收录了企业社会责任思想产生、发展和兴起过程中18篇具有重大影响的标志性文献，这些文献发表于20世纪30年代到21世纪初，这些文献归类为：企业社会责任必要性的争论、企业社会责任的内涵和演进、企业社会责任的研究范式、企业社会责任与企业财务绩效的相关性。我们希望通过这些文献使读者更加清晰地了解企业社会责任理论的发展渊源和脉络，领会企业社会责任发展过程中重要的议题和观点。第二，2013年出版的《企业社会责任前沿文献导读》选取了发表于2006~2011年的18篇文献，包括企业社会责任最新认知、企业社会责任影响因素、企业社会责任影响效应、企业社会责任管理模型四个主题。第三，2017年出版的《企业社会责任前沿文献导读（2012~2013）》对在2012~2013年发表于国际顶尖学术期刊的企业社会责任领域的相关论文进行收集、甄选，选取了16篇有代表性的文献，这些来自不同学科背景的文献被归类为四个议题：企业社会责任的不同视角透视、企业社会责任的影响因素与效应、责任领导力与道德决策、利益相关方期望与压力回应。

为了持续跟踪企业社会责任理论发展的最新进展，本书收集、甄选出16篇在2014~2015年发表于国际顶尖学术期刊的企业社会责任领

域的相关论文,按照企业社会责任的认知与理解、企业社会责任的影响因素、企业社会责任的影响效应三个部分进行分类、翻译并加以导读。本书依然采用“众筹”的方式,组成了一个由来自国内外一流高校、研究机构 and 企业的学界和业界人士组成的研究团队,包括清华大学的钱小军、北京大学的杨东宁、广西大学的黄瑛、太原科技大学的刘传俊、中国社会科学院数量经济技术经济研究所的陶野、中国社会科学院工业经济研究所的谭玥宁,责扬天下(北京)管理顾问有限公司的殷格非、中国石油昆仑能源公司的李文、国家电网公司的浮婷、中国有色矿业集团公司的聂丽蓓。为了确保对原文理解的准确性以及中文表达的統一性和规范性,我们对初稿进行了3~4次的校对。

尽管编译者都十分认真和谨慎,但由于时间和学识的局限,加上中英文语境的差异,对文中词句含义的理解可能出现偏差,对语言的把握和表达可能不当,敬请读者不吝指正。

目 录

第一部分 企业社会责任的认知与理解 / 1

导 读 / 3

界定企业社会责任：问题及解决方案 / 17

企业目的和责任的社会契约模型 / 59

企业可持续性的认知框架：矛盾框架与商业理由框架下的管理意义建构 / 86

比较社会价值创造的概念构架 / 120

利益相关方理论的微基础：管理不同动机的利益相关方 / 157

模糊制度领域中的手段与目的：在可持续性的标准被采纳的过程中对
合规与达成目标的取舍 / 183

第二部分 企业社会责任的影响因素 / 215

导 读 / 217

没有察觉到的良心：潜意识激发对道德行为的影响 / 224

企业慈善决策中的共鸣理论 / 252

道德领导：道德领导人观念的构建和结果 / 282

在混合型组织中缓和生产率的紧张：以工作整合型社会企业为例 / 322

产品市场竞争是否会强化企业社会责任？来自贸易自由化的证据 / 357

第三部分 企业社会责任的影响效应 / 383

导 读 / 385

企业诉讼风险及企业社会绩效的保险价值 / 393

点石成金：利益相关方参与的财务回报 / 421

企业社会绩效与高管薪酬的关系：基于利益相关方理论和人力资本视角 / 450

企业社会责任感知对员工态度的影响 / 483

为什么企业社会绩效会吸引求职者？试验和实地检验三项信号机制 / 523



第一部分 企业社会责任的认知与理解

导 读

企业社会责任的认知与理解历经了百余年的发展，时至今日，观点依然异彩纷呈。

本部分共选取了六篇具有代表性的文献，来展现当今学术界对企业社会责任的不同认知和理解。在第一篇文献中，Benedict Sheehy 应用哲学的方法对企业社会责任的定义重新做出了解释。在第二篇文献中，Nien-hê Hsieh 提出了一个用社会契约理论来解决关于商业参与者责任的问题。在第三篇文献中，Tobias Hahn 等提出企业可持续性的两个认知框架：商业理由框架和矛盾框架，并探索了两者在认知内容与结构上的差异是如何影响管理意义建构的三个阶段的，即对可持续性议题的管理扫描（Managerial Scanning）、解释以及响应。在第四篇文献中，Arne Kroeger 和 Christiana Weber 构建了一个模型来量化和比较社会价值创造。在第五篇文献中，Flore Bridoux 和 J. W. Stoelhorst 提出要用不同的策略管理不同动机的利益相关方，如公平策略对吸引、维护和激励互利型利益相关方创造价值更加有效；而保持距离的策略则能更有效地激励利己型利益相关方，吸引和维护议价能力较高的利己利益相关方。在第六篇文献中，Frank Wijen 探讨了可持续标准在应用过程中如何处理合规与实现目标的取舍问题。

第一篇文献是 Benedict Sheehy 的《界定企业社会责任：问题及解决方案》。作者认为，企业社会责任这一术语的普遍存在对其所隐含的特定含义构成了威胁。尽管企业社会责任一词由来已久，业内人士、学术界和其他有关各方对其仍然莫衷一是。作者认为其复杂性来源于企业社会责任与哲学、社会和经济系统这三者之间紧密的联系。作者认为可以通过：其一，应用传统的用于定义的学术方法；其二，认识论方法，来界定企业社会责任并在这个过程中拓展有关企业社会责任的知识。

该文的第一部分是问题和方法。首先，作者讨论了当前企业社会责任定义存在的问题和混乱状况。其次，重点分析了经济学、商业、法学、政治学和制度主义的方法论和认识论目标，因此形成了对企业社会责任的不同关注点和定义。作者提出由于各学科对企业社会责任定义和关注的多元和混乱，使得企业社会责任无论在实践或理论发展上都受到制约。再次，作者讨论是否有可能对这一概念加以定义。作者认为，现在存在着与企业社会责任和伪企业社会责任相关的重要法律和经济影

响,需要一个定义来指导法律和经济决策的制定、明确表达和维护。全世界的政府都开始倡议企业社会责任,投入大量的经济资本建立管制环境,没有企业社会责任的定义,那么,政府的努力和相关的支出就算不是完全浪费,至少也是用错了方向。同时,企业社会责任是一种跨国的治理形式,因此,一个更准确的企业社会责任定义是可取而且迫在眉睫的。企业社会责任显然会成为商业和社会互动的一种特定类型、一种私营部门的管制。最后,作者回顾了关于企业社会责任定义的几个经典研究,包括 Carroll 从四个责任类别的角度界定了企业社会责任; Donaldson 和 Preston 将学者们使用的方法归类为描述性的、规范性的和工具性的; Dahlsrud 在界定企业社会责任理论方法的基础上识别出三个广泛的学科——责任的哲学、政治科学以及公民身份概念的运用; Wartick 和 Cochrane 将企业社会责任分类为原则、过程和政策; Garriga 和 Mele 将企业社会责任理论分为四组或者说是四种类型,即将企业社会责任看做一种获利手段的工具主义理论,关注企业权力的政治理论,将社会看成一个整体,并强调将商业行为更广泛地与其他社会关注点相结合的整合性理论,以及强调人类共存性的伦理本质的伦理理论; Edward Freedman 的利益相关方观点; Elkington 关于经济繁荣、社会公正和环境质量的三重底线; Wood 界定的制度、组织和个人层次。作者认为,现在的大多数文献都关注组织和个人层次,然而,制度层次已经越来越重要了,由此产生了对企业社会责任的一种定义,即作为国际的私营商业部门的自我管制。第一部分已经解释了企业社会责任复杂且多变的状况、涉及问题的本质以及迄今为止在观点上的不同方法和完善。它还表明,至今尚未有合适的方法将这些表述和行为加以巩固或解读,使之成为一个对现象的整体描述,以适当对其加以定义。

该文的第二部分是解决方案。作者认为,科学定义的传统和广为接受的方法是通过识别“属”进而识别能引向“种”的“微小区别”。换言之,它先识别大范围的、被接受和知晓的群组,再去对那些明显的特征加以识别和归类,以此最终引导我们识别出现存的具体现象。

首先,在定义企业社会责任这一概念时,要以考虑企业社会责任的具体“属”为起点。从“属”的角度来看,作为一种政治争论,企业社会责任可能更接近于政治学,作者通过一系列的分析说明企业社会责任明确归属于政治,其更为具体的结果或者表现是法律和规章。

其次,作者分析了企业社会责任是哪一种政策、法律或规章。为了回答这一问题,作者先从官方机构和结构的角度审视基本的管制选择:从大众官方机构的角度审视,选项有:国际法律、国家法律或非国家法律;从结构的角度审视,选项有:集中管制、协同管制或自我管制。利用这一框架,将企业社会责任界定为一种国际私人自我管制的类型。这一描述意味着作为一种管制,企业社会责任不是主要依靠

公共资源来制订规则、执行（包括强制）和裁定。相反，它是一个主要依赖于私人资源的体制。也就是说，私人行为主体是标准创造、采用、执行和裁定的驱动力。企业社会责任被归类为自我管制，执行和裁定均依靠受管制的团体。进一步地，作者转向对“类”的分析。“类”可以源自两个互不相关的分析：一是对管制的实质内容的分析，从本质上看，我们可以将“类”的一个方面界定为包括对行业组织的内部管理的影响；二是对“类”的分析可以更细致地限制为分析行为主体，作者将满足企业社会责任的行为主体视为行业组织。

基于上述分析，作者给出定义：企业社会责任是一种国际私人法律，可以被界定为一种产生私人自我管制自觉性的社会—政治行为，包含公共和私人的国际法律规范，意在改善和减轻行业组织产生的社会危害，增加其公共产品的产出。其精简的定义是国际商业私人自我管制。在得出这一定义后，作者应用五条标准逐一对这一定义加以检验，这些标准分别是：①必须陈述潜在的属性；②避免循环；③既不过于广泛，也不过于狭隘；④不晦涩；⑤能用正面叙述的情况就不给出反面的界定。接下来，作者逐一反驳这一定义的三个假设性异议。一是“自愿性”，作者认为这是个误解，管制不再单纯地被理解为那些由公共官方机构发展和执行的强制规则，相反，它被理解为影响个人和组织行为的一系列广泛的方法和制度；二是它没有考虑单独的企业倡议，作者认为，单个组织采纳企业社会责任政策的决策不会发生在真空中，而是从其制度环境中发展而来的；三是企业社会责任是一种内部管理系统，作者认为这与本文所提出的定义没有冲突。

最后，作者总结了从管制的角度定义企业社会责任的启示。作者认为，私人管制与公共管制一样具备三个任务，即遵从、强制执行以及裁定。但私人管制在两个明显的方面存在差异。第一个区别是规则制定、执行和裁定的资源并不是从公共范围内征用的，相反，这些资源必然是由各种私人实体提供的；第二个区别特征是受到管制的团体可以选择是否参与管制。此外，从管制角度定义企业社会责任还有五个启示。第一个启示是它为进一步分析和争论企业社会责任提供了一个框架，并且为增加企业社会责任有效性提供了一个平台；第二个启示在于它有助于减少各方观点的不一致性并对其加以完善，也允许各方关注其自身感兴趣和关注的特定领域；第三个启示是制度性的，私人自我管制的定义是制度层次的具体阐述，这一定义将企业社会责任置于国家、国际机构和行业的制度环境中；第四个启示来自于对政府角色的考虑，政府肩负着社会治理的任务，然而，其定义范围或宽或窄，根据定义，像社会成本这样的危害是社会的关注点，因此，显然在其管制中需要政府的参与；第五个启示是考虑这个定义对企业社会责任的其他定义的意义，这一管制定义并不否定其他定义或方法，而是通过将其他定义与更大的制度争论相联系起来发挥作用。

第二篇文献是 Nien-hê Hsieh 的《企业目的和责任的社会契约模型》。作者提

出,在 Thomas Donaldson 帮助先驱者建立的许多商业伦理中,其中一个就是用社会契约理论来解决关于商业参与者责任的问题。Donaldson 观点的核心是两个目标:①证明营利性企业存在的合理性;②说明其责任及其责任的基础。为了进一步了解生产组织的目的和责任以及支持对 Donaldson 想法的研究,本文总结了对 Donaldson 观点的批评,以及 Donaldson 对这些批评的回答。

该文第一部分简要总结了在社会和生产组织之间构建假设的社会契约的步骤,以及该契约规定的所有产生的权力及责任。在 Donaldson 的观点中,构建生产组织和社会之间的假设性社会契约分为三步。第一步就是想象一个没有生产组织的社会,也就是说“一个个体生产的国度”,在这个国度里,个人“独立生产和工作”。第二步就是说明生产组织能够解决的问题,而因此社会允许其存在。对于社会,Donaldson 想象的是社会的个体成员,而不是将社会视为一个整体。他关注的是两个群体的利益:消费者和员工。从消费者的观点来看,生产组织能够“提高经济利益的满意度”,例如,提高生产效率以及稳定生产和分销。生产组织也会给员工带来利益,例如,增加其收入并提高为社会做贡献的能力。第三步就是使用“第二步产生的理由来说明社会及其生产组织之间的社会契约”。所产生的契约规定了生产组织的权力和责任,并用这些权力给社会成员带来利益。与此同时,社会成员会向生产组织分配责任,来尽量减少其所带来的负面影响。

第二部分研究了一些异议,这些异议认为假设的契约本身就没有向社会成员提供任何理由来允许生产组织的存在,且契约未能在责任方面证明任何责任。首先是证明生产组织存在的合理性。在讨论 Donaldson 的观点时,按照 Paul Hodapp 的说法,社会成员可通过引入生产组织来合理地获得利益,且不需要引入社会契约的概念。在回应 Hodapp 时,Donaldson 区分了特定生产组织的目的和社会成员可能具有的允许生产组织存在的根本原因。Donaldson 认为,不需要了解特定组织的目的来实现社会契约的成果。但是,社会契约的概念可以帮助我们说明生产组织的目的,因为“只有在此类组织能够推动社会的整体利益时,理性的社会成员才会承认其合法,因此从社会的角度来看,社会福利的进步是生产组织的‘目的’”。其次是说明并证明生产组织的责任。针对 Donaldson 提出的社会契约概念,Kultgen 反驳他的第一条意见认为这是一种想象的协议,而并不是真正的协议,这样的协议对任何人都没有约束力。对此,Donaldson 解释为,“社会契约可以作为一种线索来发现这些权力和责任”。Kultgen 提出的第二条反对意见就是否认了社会契约在发现这些责任时会起到探索作用。对此,Donaldson 回应道,分配给生产组织的角色责任实际上并不是属于组织或其管理者的全部道德责任,社会契约的概念有助于确定这些额外的道德责任。

第三部分研究了对 Donaldson 观点的修改对解决这些异议能有多大的帮助。首

先,作者研究了一些观点的合理性,以修改 Donaldson 对个体生产状态的说明。例如, Gillian Brock 提出了一种三方条件契约,根据该契约,社会成员同意允许生产组织的存在,但假设条件是国家提供各种保护和担保,包括保护公民权、提供失业福利以及教育资源的使用权。而按照 John Bishop 的观点,想象的社会契约并不是在社会和生产组织之间产生的,而是在管理企业建立和行为的規定方面时在社会成员之间产生的。作者讨论了关于各种经济安排的特殊性程度,以及管理生产组织的各种规定的特异性。作者认为,上文的观点旨在通过将关于生产组织的契约加入到这样的契约中来解决不确定性问题,这种契约是 Rawls 的公正观点中无知面纱背后的相关各方所制定的。在 Rawls 的框架中,社会成员会解决生产组织的目的和责任问题,但是只是在立法阶段。

第四部分通过研究 T. M. Scanlon 的道德契约观点探讨是否能够让假设契约成为 Donaldson 观点的核心。Scanlon 在其道德观点中使用了一种假设的协议,即人们应当遵守的准则是那些理性的人会接受的准则。契约论能够提供一种方法来说明并证明 Donaldson 分配给生产组织的责任,至少是在当我们支持他提出的证明这些责任的理由时。

第五部分通过描述社会契约理论对实现两个目标的过程中的作用进行了总结。作者认为,可以通过两种方法让社会契约的理念进入 Donaldson 的观点。第一种就是作为生产组织和社会成员之间的一种协议,这种协议能够列出生产组织存在及其权利和责任的基本原理。第二种引入该理念的方法更加普通,且指的是社会契约理论用来回答关于什么能证明生产组织存在合理性及其责任和理由是什么的问题的方法。作者总结道,Donaldson 的观点为进一步对生产组织的目的和责任进行理论化指明了道路,即便社会契约仅起到有限的作用。

第三篇文献是 Tobias Hahn 等的《企业可持续性的认知框架:矛盾框架与商业理由框架下的管理意义建构》。企业的可持续性要求管理者不得不面对来自复杂的经济、环境与社会议题的冲突。本文参考管理认知、企业可持续性与战略矛盾方面的文献,提出了对于企业可持续性的两个认知框架:商业理由框架和矛盾框架,并探索了两者在认知内容与结构上的差异是如何影响管理意义建构的三个阶段的,即针对可持续性议题的管理扫描(Managerial Scanning)、解释以及响应。

该文第一部分提出了商业理由框架和矛盾框架的内容与结构。作者认为,决策者往往在混乱组织环境中工作,环境中满是复杂和模糊的信号;通过认知框架,管理者从组织环境中选择地整理和解释信号,从而减少其复杂性与模糊性。作者将认知框架的内容与结构区别开。认知的内容“由他们所知道的、所想象的和所相信的组成”,而认知结构则表示“内容在执行者的思想中是如何安排、联系或研究的”。认知框架的内容与特定的领域有关,而认知框架的结构包括差异化和一体化两个主

要维度,差异化抓住了框架之中元素的数量,一体化描述了这些元素之间的关联性。特定认知框架的结构与内容共同作用,导致对一个情形的特定解释,进而得到一个特定的管理响应。企业可持续性管理将管理者置于一种境地,他们要同时处理企业与社会层面上的多种合意但相互矛盾的经济、环境和社会的结果,这些结果遵循不同的时间框架和逻辑。本文提出了两个认知框架来反映决策者对于可持续性在这几个方面关系的假设。第一种认知框架称为商业理由框架,第二种认知框架被命名为矛盾框架,框架内容由决策者在理解模糊线索时所使用的属性决定,并根据这些属性的优势与多样性而变化。商业理由框架遵循一致的逻辑,并把经济属性放在第一位,其基础是相信处理环境与社会议题有助于实现利润的最大化。矛盾框架的内容特征是多种相互矛盾的经济、环境与社会属性并重,以此理解模糊的可持续性议题。两个框架的内容和基础逻辑的差异也会影响框架的结构,既影响主导的框架元素的数量(即差异化程度),也影响这些元素之间联系的复杂性和量级(即一体化程度)。对于两个框架之间的关系,作者认为,商业理由框架和矛盾框架是管理者如何将经济、环境和社会议题相联系的理想概念化模型。它们代表了一个连续统一体的两个观点,一端与经济属性完全一致,而另一端则是相互联系又相互冲突的经济、环境与社会议题的组合。虽然商业理由框架与矛盾框架这样理想的框架是有明显区别的,但真实的框架往往是两种理想框架在内容和结构上的不同组合。

第二部分研究了两个框架对可持续性议题的管理意义建构的影响。作者在此研究了具有商业理由框架或矛盾框架的决策者,在关于可持续性议题的管理扫描、解释和响应过程中的差异,并提出了如下命题:首先,在扫描阶段,当决策者的认知框架越趋近于商业理由框架时,他们就越可能基于聚焦于小范围的搜索而关注相对有限的可持续性议题,但是会寻求这些议题如何与经济目标相联系的详细信息。当决策者的认知框架越趋向于矛盾时,他们越有可能通过广泛的浏览去关注可持续性议题多个方面的信息,但详细程度低。具有外部导向职能背景的决策者会广泛地扫描不详细的信息,从而弱化了商业理由框架在扫描方面的作用;具有内部导向职能背景的决策者更倾向于扫描小范围但详细的信息,从而弱化了矛盾框架在扫描方面的作用。额外时间与资源的可用性将会使得具有矛盾框架的决策者扫描更详细的信息,但并不会增加具有商业理由框架的决策者扫描的广度。其次,在解释阶段,决策者的认知框架越趋近商业理由框架,他们越可能在所选定的可持续性议题上感觉到高度的控制感,并单向地解释这些议题;决策者的认知框架越趋近于矛盾框架,他们越可能对于可持续性议题的多个方面感到适中的控制感,并做出矛盾的解释。具有同质商业认同的组织决策者不太可能模糊地解释可持续性议题,同时也弱化了矛盾框架对解释的影响;具有异质认同的组织决策者更可能模糊地解释可持续性议题,同时也弱化了商业理由框架对解释的影响;时间与资源的缺乏会导

致具有矛盾框架的决策者对可持续性议题感到更低的失控感以及更单向地解释可持续性议题,但不会影响具有商业理由框架的决策者的解释。最后,在响应阶段,决策者的认知框架越趋近于商业理由框架,他们越可能在可持续性议题上采取务实的立场;决策者的认知框架越趋近于矛盾框架,他们对于可持续性议题越可能采取谨慎的立场。

第三部分总结了前文的结论,并提出本文的贡献在于推进了可持续性议题的管理决策理论,揭示了不同认知框架在潜在意义建构过程中的影响,该过程将认知与管理者的决策立场相联结。本文的另一个重要意义是在研究中加入管理者对于可持续性议题所考虑的不同种类的响应方式。最后,作者还总结了该领域的其他认知框架,并对未来研究进行了展望。

第四篇文献是 Arne Kroeger 和 Christiana Weber 的《比较社会价值创造的概念构架》。随着商业实践在社会领域的普及,学者及业界人士更重视采用适当的方法以量化和比较社会价值创造。而现有文献表明,当前的方法既不能清晰地反映社会价值创造,也不能对社会价值创造进行特定的比较。为弥补以往研究的不足,本文构建了一个可以为在不同社会经济和制度背景下各目标群体差异性需求服务的异质、不相关的社会干预进行比较的概念模型,从主观幸福感、组织有效性理论、非营利管理与公益创业项目评估四个方面展开研究。更确切地说,采用主观满意度作为统一的测量单位,对不同领域社会干预的绩效表现进行测量、衡量,并与业内同行进行比较。

该文第一部分首先阐述了社会干预及不同社会背景下价值创造的内涵。将社会干预有效性定义为:组织减少目标群体社会需求的程度,并可以有效地与其他异质性社会干预的成效进行比较,这也减少了目标群体的社会需求。“组织有效性”研究形成了“大量潜在的有效性模型”,本文认为,综合性或多变量模型相比单变量有效性模型更全面,并兼顾了更大范围的方差有效性。单变量有效性模型主要用于组织成功的单一测量。多变量模型主要包括:目标模型、系统资源模型和功能模型。根据目标模型,有效性是一个组织实现目标的程度;系统资源模型将组织嵌入其所在的社会、经济和制度背景中,组织有效性体现在能够通过增强其获取稀缺性和有价值资源的议价能力来改善其经营环境,以确保自身的活力;功能模型将目标定位于社会经济和体制的背景下,并将有效性定义为组织的产出“造福其所属社会”的程度,它非常适宜于判断有利社区和全社会的社会干预的有效性。因此,本文将以功能模型作为比较社会价值创造的框架基础。然而,由于功能模型与目标模型、系统资源模型存在重叠,“组织有效性”相关文献中很少明确提及功能模型。

第二部分通过文献回顾总结出现有研究的不足,认为当前的方法既不能清晰地反映社会价值创造,也不能对社会价值创造进行明确的比较,并提出社会价值创造

的三个特征使其不具备可比性：①社会干预的异质性；②社会因素；③社会经济和制度环境的差异性。基于上述分析，针对不同社会经济、制度背景下目标群体差异化需求的社会干预框架提出如下三个要求：首先，在不同的生活领域存在大量的异质性社会干预，以提高不同目标群体的福祉，社会干预的异质性需要一个能够统一测量不同社会干预的社会价值架构及一个统一的基本测量单位，为此，提出了第一个要求：比较两个独立干预的社会价值创造框架必须基于能测量各类社会干预的统一的社会价值架构和测量单位。其次，“社会”这一构念还没有清晰定义，现有研究对“何谓社会价值创造”更未达成一致的理解。因此，社会价值创造的不可理解性成为对其进行比较的一大难题。本文将商业价值创造、文化价值创造以及其他潜在类型的价值创造归入非社会化的集体名词中，并将社会化的和非社会化的价值创造进行区别，为此，提出第二个要求：比较两个独立干预的社会价值创造的框架必须区分社会和非社会价值创造。最后，比较社会价值创造对不同国家的改善程度非常困难，社会价值创造的研究必须考虑其所发生的背景，因此提出第三个要求：两个独立干预的社会价值创造框架必须考虑不同的社会经济和制度条件的可能性。

第三部分以“主观幸福感”和组织有效性理论为基础，构建了一个满足上述三个要求的比较社会价值创造框架。

要求 1：统一的社会价值架构与测量单位。与现有的文献一致，本文将社会价值创造理解为由社会干预引起的弱势群体的主观幸福感的积极变化。主观幸福感主要关注个体内心对幸福的感知，而非政策制定者、学者或其他人的判断。文中构建了一个包含以下内容的主观幸福感架构。首先，作者认为，主观幸福感包含积极和消极两种情感成分，情感成分体现个体经历愉快或不愉快感觉的程度，主观幸福感的认知成分则关注个体的生活满意度，社会价值创造框架突出主观幸福感中生活幸福感的部分。其次，框架引入全球生活满意度这一维度，且将生活满意度定义为个体感知到的其渴望和需求实现水平之间的差距。这一定义强调了三个方面：第一，将生活满意度在个体层面进行评估，个人的生活满意度可以被聚合到群体或社会层面，本文关注群体、地区及国家的平均生活满意度；第二，生活满意度具有极强的个人主观性；第三，生活满意度反映了人的需求。鉴于生活满意度的这三个特点和前文所述的条件，即社会干预的最终目的在于提高目标群体的生活满意度，个体全球生活满意度为社会价值创造比较框架奠定了基础。虽然社会干预存在较强的异质性，对全球生活满意度构建可以体现社会干预下不同目标群体的不同需求。最后一个维度是领域满意度。为体现干预与目标群体生活满意度改善之间更直接的关系，全球生活满意度可以被划分为几个领域，即人类的需求，如流动性、安全性、健康、平等、社区整合和教育的需要，因此，领域满意度是个人根据与其所感知的涉及某一特定的需要情况的满意度，其中包括对流动性和安全性的满意度。领域满意

度指数是一个不同领域满意度的函数，并与全球满意度相关。作者进一步分析了领域满意度指数的指标、权重和函数等问题。本文在领域满意度指数的基础上构建其框架，并用生活满意度的样本填补领域满意度指数数据的空缺。

要求 2：社会因素。确定比较社会价值创造的框架，需要将社会价值创造从非社会价值创造中区分出来。功能模型表明：如果社会干预输出有益于社会，那么社会干预就创造了价值。然而，社会干预通常不会针对单独的个体。通过将收益群体的代表性样本和没有接受干预的代表性样本的领域满意度指数的总和除以样本中个体的数量，可以计算社会的平均指数（以下简称指数的阈值）。总之，一个社会干预的有效性等于它所提高的目标群体的平均领域满意度指数，一个社会干预的特征取决于受益个体的领域满意度指数低于领域满意度指数阈值的程度。

要求 3：对不同社会经济和制度环境的控制。不同地区或国家生活水平的不同，导致了相同的目标群体领域满意度指数绝对改善程度在贫穷国家的增长率高于富裕国家的增长率。因此，要将有效性理解为相对的概念，社会价值创造取决于社会干预对受益群体社会需要的减少上。

从以上的讨论中，得出含有以下六个变量的功能模型：① $t=0$ 时受益群体的平均领域满意度指数；②地区或国家的领域满意度指数阈值；③ $t=0$ 时某一地区或国家的社会需要；④ $t=1$ 时目标群体的平均领域满意度指数改善；⑤社会价值创造的程度；⑥社会价值创造的加权程度。作者逐一分析了这六个变量的测算。

该文最后部分是讨论，提出其所构建的基于量化的社会价值比较的概念框架对非营利管理和公益创业在评估框架研究方面的贡献，包括：第一，这是一个新的、可以满足于不同社会经济和制度环境下的不同实验组不同需求的社会干预方法，填补了该领域的空白，具有较高的信度和效度；第二，为非营利管理和公益企业方面的研究提供了社会要素（在社会价值创造讨论中的核心要素）的新概念；第三，考虑了不同国家和地区的社会干预、社会经济和制度环境的重要性；第四，通过论证针对特定的社会环境的，具有适当性、独立性和合法性的功能模型对组织有效性文献做出补充。最后，作者提出了本文的理论意义在于：提出了一种能够比较在不同国家和地区，服务于不同受益群体的异质性社会干预的社会价值创造方法，推进了非营利性管理和公益创业研究的发展；为社会领域的研究和发展提供了一个全新的视角；对备受争议的“社会”的含义进行了界定；对主观幸福感研究和组织有效性理论有一定影响。在理论上，其存在的问题是在不同国家背景下对企业社会责任进行测量时“缺乏可行的测量方法”，未来研究的一个重要方向在于通过实证研究检验这个框架。此外，作者提出社会价值创造框架在实践意义方面对社会干预的各类利益相关方，尤其是非营利组织和公益企业的管理者、影响力投资者、企业和政府的影响。