

共生视阈下平台企业社会责任评价体系构建^{*}

辛 杰 卞 江

(山东大学管理学院, 山东 济南 250100)



内容提要: 本文将共生理论引入平台企业社会责任指标评价体系研究, 阐述平台企业社会责任与共生理论的契合机理, 提出企业社会责任评价体系传统范式到共生范式的变迁, 运用内容分析法和层次分析法确定共生视阈下的平台企业社会责任评价维度、构成题项及权重。三个一级指标是平台企业社会责任共生单元、平台企业社会责任共生模式、平台企业社会责任共生环境, 平台企业社会责任共生单元包含政府责任、员工责任、客户责任等七个二级指标, 平台企业社会责任共生模式包含与平台入驻方的共生责任模式、与消费者/公众的共生责任模式等四个二级指标, 平台企业社会责任共生环境包含共生政治环境责任、共生文化环境责任、共生技术环境责任等五个二级指标。平台企业社会责任三级指标共包含 59 个题项, 较为充分地体现了平台属性和共生特质。本研究明确平台企业社会责任的内容及边界, 更强调平台企业与其共生成员、履责对象的互动协同和共生演化, 突破传统理论视角的局限和割裂地看待企业社会责任问题的局面, 推动企业社会责任评价从利益相关者语境下的企业单边评价范式进阶到平台语境下企业共生协同评价范式。

关键词: 共生 平台企业社会责任 评价体系 协同演进

中图分类号: F270 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002—5766(2022)06—0097—18

一、引言

随着互联网、数字中国、人工智能等的普及, 平台经济和平台企业成为未来社会发展的重要组织形态。在平台经济模式下, 平台企业作为经济主体, 通过整合双边或多边资源、提供差异化的服务, 创造了一种区别于单边市场的新型经济形式(Carmelo 和 Juan, 2013)^[1]。平台作为新的中心在一定程度上承担了市场和政府职责, 衍生出平台层面的社会责任要求(肖红军, 2017)^[2]。平台企业与传统企业的单边形式不同, 其往往表现出跨边或多边特征, 平台涵盖了中小微各类异质性的企业个体、顾客、第三方中介机构等, 平台企业与其他平台参与者构成了复杂的利益与责任耦合体, 平台企业的社会责任需要兼顾个体企业社会责任以及平台范围内双边或多边用户群体的集体共生性社会责任行为(辛杰和屠云峰, 2020)^[3], 这涉及对多方主体之间权责边界的重新划分, 又是一个基于各自资源能力的动态博弈过程(肖红军和李平, 2019)^[4]。平台独特的“经济”和“社会”情境与内容维度的双元属性使得平台企业社会责任问题呈现主体多元性、隐蔽性、复杂性和圈层性等特点, 企业社会责任异化行为在平台商业生态系统内部传染和扩散造成极大的社会危害, 治理难度更

收稿日期: 2022-02-27

*** 基金项目:** 国家自然科学基金项目“共生视阈下平台企业社会责任研究: 构建、治理与价值效应”(71972118); 教育部人文社会科学基金项目“基于协同演进的平台企业社会责任治理及价值获取机制研究”(19YJA630094); 山东省自然科学基金项目“平台型企业社会责任的协同治理及双元价值创造机制研究”(ZR2019MG031)。

作者简介: 辛杰, 男, 教授, 博士生导师, 管理学博士, 研究领域是商业伦理与企业文化, 电子邮箱: cnxinjie@126.com; 卞江, 男, 副教授, 硕士生导师, 管理学博士, 研究领域是企业研究与公司治理, 电子邮箱: 182533459@qq.com。

大,治理决策更加复杂(肖红军和阳镇,2020)^[5]。

企业选择什么样的视角看待企业组织本身决定了其社会责任内容边界的构成。传统的基于利益相关者范式的企业社会责任内容边界聚焦于企业个体资源与能力大小或个体性的社会影响,探寻面向各个单体利益相关者的企业社会责任的合法性与正当性,企业组织资源边界清晰,主体责任明确,其逻辑起点在于企业的个体社会责任行为,实质上并未超脱企业自身直接履行社会责任的范式(肖红军,2017)^[2]。现实情况是,平台企业社会责任从传统的单体社会责任过渡到平台共同体的社会责任,形成了互动更为紧密、互惠更加常态、共演更加高级、发展更为协同的共生关系(肖红军和李平,2019)^[4]。平台企业社会责任内容边界的界定更为复杂,多层次、广领域的社会责任共生协同使得平台企业社会责任的内容边界与评价体系需要重构。

平台企业面向更大层面的“社会生态圈”情境中吸纳、聚合与优化配置各类社会主体进入平台企业所搭建的共生系统(肖红军,2020)^[6],那么平台企业社会责任的具体内容是怎样的?应当采取何种方式扩充和界定平台企业社会责任的内容边界?本文引入“共生”理论,通过文献扎根编码技术构建基于共生单元(U)、共生模式(M)、共生环境(E)的平台企业社会责任指标评价体系,以期明确平台企业社会责任的内容和边界,为平台企业履践社会责任提供标准,通过更为系统和清晰的指标评价体系推动平台企业社会责任的演化升级。

二、相关理论与文献回顾

1. 共生理论及其应用

共生(symbiosis)最初是1879年由德国生物学家德贝(Anton de Bary)提出的,主张生物界不同物种之间共同生存并相互联系、相互作用,不同物种的生命之间由于生存的本能而自组织起来并选取一定的方式彼此依赖、共生发展,形成共同生存、协同进化的状态(杨玲丽,2010)^[7]。共生关系是生物体生命周期的永恒特征,可被定义为多个生物种群的生命体在生理生存方面产生的彼此需求、彼此依存的状态,由三个部分组成,即共生单元(U)、共生模式(M)、共生环境(E)(Maurice, 1952)^[8]。共生单元是共生系统中的基本物质元素和能量单位,共生模式是维持共生系统生存与发展的共生单元之间能量与信息的关系,共生环境是除共生系统以外的所有外生性要素的总和(Golf, 1982)^[9]。共生理论关注共生系统中共生单元之间物质、信息、能量的交换与分配,本质是共生主体按照共生模式和共生组织程度的不同而产生的共生关系。共生理论及相关的研究帮助人们打开了认识生物进化的新视野,共生主体之间以及共生主体与共生环境之间互相依赖、互动作用、相互收益而又彼此制约的关系促进了生命体的进化和演变(Scott, 1998)^[10],正是这种关系机制带来了生物系统的发展演进。

不少学者将共生理论与思想融入到人文社会科学领域,借鉴生物学中的共生原理,融合运用经济学、社会学的分析框架与工具,建立了适用于解释经济现象、解决社会问题的共生理论范式(Margulis和Fester, 1993)^[11]。袁纯清(1998)^[12]阐释了共生的本质及共生的三大要素的涵义,在此基础上构建了适用于经济学领域的分析框架。共生的本质是共生主体之间物质、能量与信息的联系,它们沿着“点-间歇-连续-一体化”的轨迹发展(刘志迎和郎春雷,2004)^[13]。共生关系是组织得以运转的驱动力量,人类应当将与社会、自然的和谐共生作为终极关怀。企业要可持续健康经营,必须要实现与诸多利益相关者和外部环境的共生、共享、共创,从而实现协同价值,创造一个共生共荣的企业生态群落(徐彬,2010)^[14]。共生理论与思想不仅涉及结构的范畴,还涉及具体的行为范畴。在结构范畴方面,共生理念是更高层次的关系,超越了传统的竞争关系和零和博弈,从非此即彼的关系走向兼容并包、和谐共存,共生关系才是事物发展的最本质力量(袁纯清,1998)^[12];在行为范畴方面,共生理论界定了多主体利益相关者之间互动协作、互依共生的行为模式,主要包括资源重新分配、物质交换,以及

能量与信息流动的方向、周期、频率、强度等(Margulis, 1993)^[11]。共生不仅是阐释性的,更多地是分析性的,我们不仅可以从宏观的视角理解主体间的关系,还可以从共生过程剖析资源交换与能量交互的微观景象。陈春花(2018)^[15]认为未来经济社会和微观企业组织的演变趋势是和谐共生,企业组织需要开放边界,和互动协同创造共同价值。

2. 平台企业社会责任与共生理论的耦合

学术界近几年已经有学者在企业社会责任研究中融入了共生思维和共生哲学。肖红军(2020)^[6]认为企业与社会处在共生的关系中,平台企业社会责任要实现从共享价值式企业社会责任范式的缺陷矫正和本质超越,基于长期主义和可持续性进行决策,调整优化商业运营和行为方式。阳镇和尹西明(2020)^[16]认为,平台企业社会责任实践的共生逻辑正在从低阶共生迈向高阶共生,即从有限共享逻辑下企业与员工共生走向开放共创与共享逻辑下平台企业与用户共生以及全面社会化共享逻辑下多元主体共生。陈春花等(2022)^[17]提出了基于协同共生论的数字时代的新管理范式以及协同共生管理模型,数字技术和数字场景促使企业的经营视角从内部向外部拓展,企业把握和运用平台共生模式进行企业社会责任的数字化转型成为一种趋势。总体来看,平台企业社会责任的“多中心”主体性、“准公共”物品特性、治理的共治和协同性等方面与共生理论有着内在的耦合性。

从主体来看,平台企业社会责任具有“多中心”主体性。互联网平台企业的社会责任不再是单一中心的模式,而是泛化为平台上的生态共生主体、共生环境成员的多中心模式。以互联网平台企业为核心,众多平台企业共生生态圈的参与者之间关系具有较明显的圈层性和辐射性,体现在不同的主体承担的责任内容不同、责任大小有异。基于非线性共生共演特征的成员通过耦合、嵌套和共演形成责任“超系统”(Iansiti 和 Levien, 2005)^[18],大量社会责任政策和规则的制定与执行需要政府、平台企业、相关社会组织和社会公众有效协调完成,需要调动利益相关群体共同参与社会责任治理的热情,从而形成多元立体和动态循环的社会责任框架。

从对象看,平台企业社会责任具有“准公共”物品特性。平台因满足社会需求而产生,承担着多重社会性角色和公共性功能。平台商业生态圈依托共生共利的生态网络运行(辛杰, 2015)^[19],生态圈某一成员的社会责任异化事件会沿着不同层级的生态网络传染与扩散,破坏经济秩序并产生巨大的负外部性特征。平台企业是根植于共生性社会大环境下的,即便可以利用信息技术工具,但由于网络环境的不确定性和复杂性,以及“准公共”物品特性,要甄别和定义平台相关的社会责任并不容易。平台企业社会责任因“准公共”特性而产生社会责任及其影响后果的放大效应,并且呈现复杂非线性的特质。

从路径看,平台企业社会责任提倡的是共治和协同。这种共治和协同要求共生单元之间通过社会责任的协同价值预期、创造、评价与分配过程来实现跨边界组织成长和生态系统的优化演进(陈春花等, 2022)^[17]。在社会责任治理过程中,平台企业充分利用市场、政府和社会组织多主体、多手段的优势,一方面履践基于单一主体和单一向度的社会责任,保障最基本的安全稳定、高效可靠的责任行为;另一方面作为跨边链接者则要承担起更广、更深层次的责任,对平台中的跨边参与者实施责任治理和责任价值观管理(阳镇和陈劲, 2021)^[20]。

3. 传统企业社会责任评价范式的困境与消解

传统企业社会责任评价主要沿用了两个理论脉络:其一是以经典“金字塔”模型为基础的评价研究,按照重要性和影响性可划分为经济责任、法律责任、伦理责任和慈善责任四个层级(Carroll, 1991)^[21];其二是以利益相关者理论为基础的评价研究,首先确定企业需要负责的利益相关者,然后再确定对这些不同的利益相关者的责任议题与事项。陈宏辉和贾生华(2003)^[22]提出企业社会责任的利益相关者责任包括将企业的合法收入实施合理分配、尊重员工、提高消费者满意度、依法经营纳税、与媒体保持良好的合作关系、维护生态环境、促进可持续发展七个方面。国内多数企业社会责任

评价的研究采用的是利益相关者范式,如金立印(2006)^[23]将企业社会责任维度概括为回馈社会、赞助社区、保护消费者权益和承担经济责任等几个维度;齐丽云等(2017)^[24]基于ISO26000《社会责任指南》将企业社会责任划分为消费者问题、责任治理等八个维度;孟斌等(2018)^[25]建立了基于利益相关者的环境、人权等五个一级指标和45个三级指标的企业社会责任测量题项。传统的企业社会责任评价范式的核心是企业对其利益相关者的合理诉求进行回应,然而,这种评价范式在复杂、动态、非线性的平台语境下面临着诸多现实困境,表现出了明显的不适应性。

第一,传统的企业社会责任评价范式虽然强调企业利益相关者的重要性,却没有从根本上走出新古典经济学下企业利润最大化的单一目标。在平台情境下,由于同边和跨边网络效应的存在,基于企业利润最大化的平台企业会选择降低自身的准入门槛,从而吸引更多的生产者和消费者进入到平台生态圈内,结果导致平台生态圈内的成员质量高低不齐,甚至出现无良商家,最终导致平台企业自身价值受到影响(肖红军,2017)^[2]。因此,平台企业的社会责任评价需要与各利益相关者构成一个不可分割的系统和整体,超越利润最大化单一目标的困境。

第二,传统的企业社会责任评价范式要求利益相关者是实体的、明确的、有限的,其内涵的基本假设是企业的边界是相对稳定的,无法突破其固有的视野局限性。在平台情境下,平台生态圈内的小微数量众多、类型多样,其利益相关方的边界实现了拓展和延伸。与此同时,随着生产者和消费者的进入或退出,平台的边界也在发生着变化,平台企业难以准确地确定其所面临的利益相关方群体,利益相关者也变得相对模糊和不确定(Parker和Alstyne,2016)^[26]。平台企业社会责任评价要求企业的社会责任利益相关者边界实现合理合度的延展,充分考虑潜在因素和创造性,同时要注重企业社会责任主客体的混沌关联性,扩展的利益相关者与环境、系统内部相互共生和影响,共同对企业经营产生良性结果。

第三,传统的企业社会责任评价范式将利益相关者视为外生因素,当企业与利益相关者在价值实现上产生冲突时,无法与利益相关者实现真正的交互关联。然而,在平台情境下,平台企业与平台生态圈上的利益相关者更多呈现出量子纠缠与互动的关系,平台企业对任何一方的管理行为都会对另一方产生影响;反过来,另一方的行为变化又会对前一方的行为产生影响,从而形成了“复杂非线性”的传导关系(Gaver,2009)^[27]。由此,平台企业社会责任评价需要将诸多参与进来的利益相关者视为共生和内生关系,一来可通过基于共生协同的社会责任履践产生价值扩展与增值;二来可避免社会责任异化行为所带来的巨大负外部性。

在平台企业社会责任的新边界、新内涵和新构成方面,已有不少学者开始做了探索研究。平台企业社会责任与传统的企业社会责任相比实现了四个超越:一是社会治理方式的超越,即从分散治理到集中治理;二是价值创造方式的超越,即从有限共享到全面共享;三是社会责任边界的超越,即从以影响为基础到以分工为基础;四是社会责任管理的超越,即从关系管理到价值观管理(肖红军,2017)^[2]。平台企业社会责任的内容边界实现了三个层级的跃迁:从作为独立运营主体的社会责任到作为商业运作平台的社会责任,再到作为社会资源配置平台的社会责任,从而整合形成平台型企业社会责任的完整内容边界(肖红军,2019)^[4]。平台型企业社会责任因其社会责任行为的网络外部性、社会责任的高阶价值共享等有了新的特征和内涵(阳镇和陈劲,2021)^[28]。平台企业社会责任的履责主体呈现多元化和协同化趋势,易开刚和黄慧丹(2021)^[29]以腾讯和阿里巴巴为案例研究对象,将平台型企业社会责任多中心协同治理的主体归纳为“平台企业+政府”“平台企业+政府+产业链”“平台企业+产业链”“平台企业+社会主体”“平台企业+社会主体”等类型,将平台型企业社会责任多中心协同治理的路径归纳为“文化+组织+技术”“组织+技术”“组织+制度”“组织+制度+技术”等类型,这与传统的利益相关者的单一主体和单一路径相比显示出其复杂多样性。马德芳和王梦凯(2019)^[30]认为平台企业社会责任可以划分成以下两个部分:企业自身

履行单向度的社会责任,平台企业与平台生态圈其他成员协同互动履行多向度的社会责任。浮婷和王欣(2019)^[31]从平台企业社会责任治理共同体资源的开放性、社会责任治理共同体边界的动态性、社会责任行为治理理念的社会化、社会责任行为治理主体的多元化等方面阐述了平台企业社会责任的内涵与构成。

由此可见,平台企业社会责任评价体系不宜再沿用传统的基于利益相关者单一向度、单一主体、单一路径、单边价值的范式,共生视阈下的平台企业社会责任评价因其共生单元、共生模式、共生环境而实现对传统的基于独立履责的利益相关者范式的超越,因此,应诉诸于基于共生演进、互动协同、多元参与、相互赋能的共生范式,尽管已有不少关于平台企业社会责任内容的研究,但尚缺乏评价对象的清晰性、评价维度的层次性和系统性、评价内容边界的清晰性、评价体系理论基础的适宜性,平台企业社会责任的指标评价研究目前尚处于待开发阶段。基于此,本文依据共生理论,通过规范的文献质性研究过程和层次分析法来确定平台企业社会责任的维度、指标构成及权重,以期提供一个可资借鉴的平台企业社会责任评价体系并为管理实践提供导向。

三、共生视阈下平台企业社会责任评价系统

本文仿照生态系统理论以及共生原理与共生关系运作法则,以生态学中的整体系统观、共生互动观和可持续发展观为指引,模拟构建平台企业社会责任基于共生单元(U)、共生环境(E)、共生模式(M)的评价系统,如图1所示。平台企业社会责任共生评价系统更强调共生单元各组成要素之间互动更为密切的生态联结关系,通过共生模式和共生环境实现对传统的基于单一向度、单一主体、单一路径、单边价值的社会责任评价范式的超越,通过基于共生视阈的平台企业社会责任评价体系升级实现平台企业与平台其他参与者的互动协同、共生共演、共治共荣。

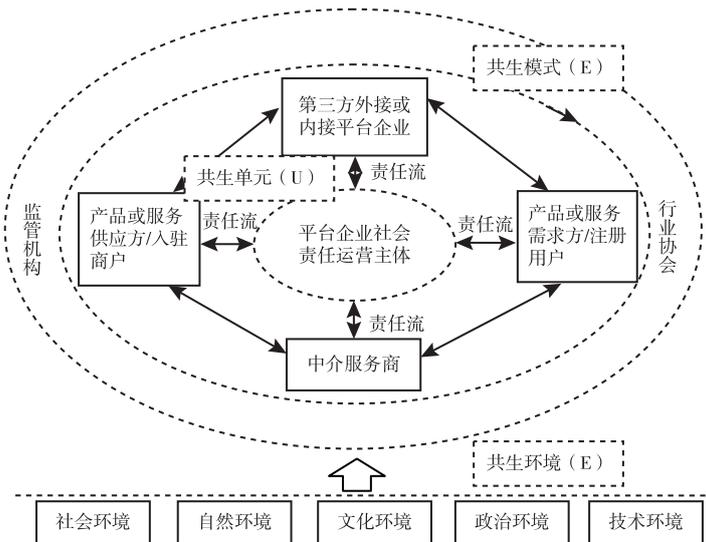


图1 共生视阈下平台企业社会责任评价系统

资料来源:作者整理

1. 平台企业社会责任共生单元(U)

平台企业社会责任共生单元(U)包含三类主体:平台运营企业,入驻商户、注册用户等供应方和需求方,监管机构、行业协会、平台技术外包商等,具体对应到各个利益相关者的责任。平台运营企业在平台企业社会责任共生系统中居于核心地位,是共生平台界面的运营者和管理者,是共生系统履责规则、机制、文化的搭建者和主导者(Scott,1998)^[10]。入驻商户、注册用户等供应方和需求

方在平台企业社会责任共生系统中扮演生产者和消费者的角色,通过履践企业社会责任产生价值创造、价值转移。监管机构、行业协会等组织协调机构以及技术平台外包商等要素在平台企业社会责任共生系统中扮演还原者及分解者的角色,它们依据企业社会责任的法律法规和契约制度在企业出现社会责任问题时介入调解,消化平台活动中产生的不良代谢或者污染物,从而净化平台生态环境(袁纯清,1998)^[12]。

2. 平台企业社会责任共生模式(M)

平台企业社会责任共生模式(M)指的是共生单元彼此互动联系与产生作用的关系模式,这种关系可以是物质层面的,也可以是意识和能量层面的(Gaver,2014)^[32]。在平台企业社会责任共生系统中,共生单元之间并非独立而存在,它们既存在利益诉求的一致性,也内含着价值冲突的可能性,以相互依存、相互影响的方式共同作用于平台企业社会责任共生系统(Margulis和Fester,1993)^[11]。共生模式主要体现为平台企业责任实践场景、平台企业社会责任共生界面规则、平台企业社会责任运行反馈机制等,核心在于平台企业社会责任通过构建约束各共生单元的社会责任契约以及发起达成共识并互动参与的企业社会责任活动来维系各共生单元的共生关系。平台企业社会责任的共生模式是自组织现象,共生单元之间相互吸引、共同进化、协同发展、互相适应,彼此形成某种共生关系以促进整个共生系统的发展。

3. 平台企业社会责任共生环境(E)

平台企业社会责任共生环境(E)是指共生单元以外的使得共生单元存续和发展的外部环境。在共生社会环境方面,平台企业作为社会责任配置平台,应依托这一平台的公共属性和社会属性形成多元社会主体广泛参与和协同共治的局面。在共生自然环境方面,平台企业带动其他平台成员的环保意识,致力于社会环境和社会生态的可持续发展。在共生文化环境方面,平台企业的社会责任能够有效地引导公众的价值取向、改变不合理的消费习惯、影响公众的成长环境。在共生政治环境方面,作为主要的监管机构,政府通过制度安排来规范平台企业运营与企业社会责任实践,平台企业主动配合政府完善相应的法律法规,特别是推进平台内部责任治理与政府法律相衔接。在共生技术环境方面,一方面致力于平台商业模式下的数字技术异化消解;另一方面借助于数字技术来赋能,利用生态力量创造经济与社会的共享价值。

四、平台企业社会责任评价体系的开发

1. 定性研究方法 with 指标体系的确定

本研究将平台企业社会责任评价体系作为定性研究对象,其具有常规资料归纳难度大、量化数据不易获取等特征。定性研究的目的在于搜集“平台企业社会责任”的陈述句,本文运用Nvivo11、ROSTCM6软件对2015—2021年平台企业社会责任的期刊文献资料、网络报导文章及社会责任报告三类来源资料进行文本分析。文献方面,研究者查阅了主题为“共享经济社会责任”“互联网经济社会责任”“平台经济社会责任”“平台企业社会责任”“平台型企业社会责任”的期刊文献216篇;平台企业社会责任报道资料方面,根据责任铁律理论,本文将“网络报导资料充沛、企业总体营业规模较大、企业社会责任报告齐全”作为样本选择的重要前提,在具体的样本选择过程中,保证平台企业均来源于2018—2020年工信部公布的“互联网平台企业百强”,具有双边市场、网络外部性的平台企业特征,经过层层筛选,最终选取字节跳动、阿里巴巴、美团、京东、百度、腾讯、唯品会等10余家互联网平台企业作为研究样本,共搜寻到网络报导文章265篇;社会责任报告方面,研究者搜集2016—2020年上述平台企业的企业社会责任报告37份。

本文运用内容分析方法,深入、系统地探讨能体现“平台企业社会责任”的典型行为,确定平台企业社会责任的内容与边界。通过收集、整理、归纳、分析文本中有关平台企业社会责任履践的具

体做法描述,结合共生理论判断其在平台企业社会责任共生单元、共生模式、共生环境中的类属。以重点用词和用句的出现频率反映质性内容的深层次文献编码信息,并进一步选取相对应的子节点编码做统计分析,以此实现平台企业社会责任指标评价体系的现实验证。经过以上过程确定共生视阈下平台企业社会责任评价体系,如表1所示。

表1 共生视阈下平台企业社会责任评价体系

| 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 |
|----------------------------|--------------------|--------------------------|
| 平台企业社会责任共生单元 (编码次数:776) | 政府责任 (编码次数:42) | 纳税情况 |
| | | 带动就业 |
| | 员工责任 (编码次数:124) | 劳动合同签订率(含平台员工) |
| | | 职业健康与安全 |
| | | 福利与关怀 |
| | | 员工工作生活平衡 |
| | | 员工培训与发展 |
| | | 员工沟通机制 |
| | 客户责任 (编码次数:186) | 人身安全 |
| | | 信息与用户隐私保护 |
| | | 产品安全 |
| | | 服务品质与用户体验 |
| | | 关注弱势群体(如未成年人、老人等) |
| | 投资者责任 (编码次数:65) | 用户赋能与教育 |
| | | 股东收益 |
| | | 可持续的价值增长 |
| | | 投资回报率(净资产收益率) |
| | | 信息披露透明 |
| | 商户责任 (编码次数:105) | 股东沟通 |
| | | 公司治理、风险管理 |
| | | 保障商户不被恶意评价 |
| | | 裁决交易纠纷、对侵犯他人知识产权的审查管控与处理 |
| | | 对入驻商户进行服务/产品的认证、分级、评价、激励 |
| 环境责任 (编码次数:48) | 帮扶、扶持平台内商户 | |
| | 绿色建筑与绿色办公 | |
| | 环保公益活动 | |
| 社区与社会责任 (编码次数:206) | 应对气候变化 | |
| | 慈善捐赠行为 | |
| | 乡村扶贫、精准扶贫 | |
| | 创造多元化就业、创业途径 | |
| | 助力疫情等社会重大危机防控 | |
| 青少年发展支持与保护 | 为弱势群体赋能 | |

续表 1

| 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 |
|----------------------------|-----------------------------|---|
| 平台企业社会责任共生模式 (编码次数:253) | 与平台入驻方的共生责任模式 (编码次数:53) | 对需求方用户(消费者)的行为引导与评价 |
| | | 对供应方用户(入驻商户)提供服务/产品的审查管控 |
| | | 规范运营,整治平台内不当行为 |
| | | 维护平台运营便捷性与稳定性 |
| | 与消费者/公众的共生责任模式 (编码次数:84) | 打造线上公益平台,吸纳与激励用户、社会成员参与社会责任 |
| | | 唤醒和培养绿色、低碳环保意识与行为,与消费者联动推进可持续消费观念和绿色生活的普及 |
| | 与政府的共生责任模式 (编码次数:47) | 科技赋能助力数字政府建设,助推政府服务现代化 |
| | | 与政府部门合作开展数据驱动的联动协同治理 |
| | | 联合政府、行业协会等制定行业标准,规范和促进行业发展 |
| | | 聚合多方力量助力产业建设,助推产业生态升级 |
| | 与生态合作伙伴的共生责任模式 (编码次数:69) | 联合多方为伙伴科技赋能,提升服务水平 |
| | | 联合多方打造全要素孵化平台 |
| 携手生态伙伴发起系列公益活动 | | |
| 平台企业社会责任共生环境 (编码次数:227) | 共生政治环境责任 (编码次数:36) | 盘活社会资源,联合政府组织各方解决社会重大事件问题 |
| | | 科技赋能助力数字城市建设,助推城市智慧化 |
| | | 与保持良好的政府定期会谈机制,积极贯彻国家战略 |
| | 共生文化环境责任 (编码次数:63) | 推动文化与互联网技术的融合,传承发扬优秀中华文化 |
| | | 利用平台优势传播弘扬正能量,塑造正确的社会价值取向 |
| | | 通过大数据和人工智能等赋能,创造经济与社会的共享价值 |
| | 共生技术环境责任 (编码次数:65) | 技术赋能公益发展 |
| | | 践行科技向善,避免技术侵害行为 |
| | | 联合环保部门等机构,推动环保事业发展 |
| | 共生自然环境责任 (编码次数:42) | 利用平台优势联合多方推动资源再生利用与可持续发展 |
| | | 提供激励机制吸引绿色环保产品经营者的入驻 |
| | | 建设数字化健康生态,提升大数据智慧健康效能 |
| 共生社会环境责任 (编码次数:21) | 建设数字化健康生态,提升大数据智慧健康效能 | |
| | 利用平台优势推进智慧教育发展 | |

平台企业社会责任评价体系在基于利益相关者范式的指标体系基础上又实现了共生性、跨边性、协同性的超越,从单体企业社会责任升级到了复杂非线性的多元主体共同履践社会责任。具体来说,共生视阈下的平台企业社会责任评价体系的三个构成维度中,平台企业社会责任共生单元更多是延续了基于利益相关者的单体、单向度、静态的责任模式,而平台企业社会责任的共生模式和共生环境的落脚点在于面向平台多元联动主体的多向度、扩展性、跨边协同的动态责任,基于共生模式和共生环境的平台企业社会责任在时空延展性、责任关系复杂性、共生协同性和主体多元性等方面都实现了责任升维。因此,即便是在上述平台企业社会责任评价体系中不少主体出现过两次或三次,但其社会责任主体的联动性、跨边协同性、时空延展性等方面却存在明显不同,比如平台企业社会责任共生单元中包含“政府责任”“客户责任”,平台企业社会责任共生模式中包含“与政府的共生责任模式”“与消费者/公众的共生责任模式”,二者都含有对政府和消费者的责任,但前者着眼于单一主体、单一向度的责任,而后者则诉诸于多元主体联动与互动协同的责任,其三级指

标描述中的“联合政府、行业协会等制定行业标准,规范和促进行业发展”和“打造线上公益平台,吸纳与激励用户、社会成员参与社会责任”已经不仅仅是单体企业对政府或消费者的责任,而是平台企业与政府或消费者成为不分彼此的社会责任共同体,通过发挥数据赋能和平台优势履践多元协同、共生演进的社会责任。

2. 典型指标的管理实践举例

本文选取部分平台企业社会责任的典型指标所对应的管理实践做举例说明,以便区分于传统的企业社会责任评价描述,并对其指标描述有更贴切平台属性和特征的理解。

(1)平台企业社会责任共生单元。政府责任议题与指标。2020年新冠疫情期间,哈啰出行、盒马生鲜等公司在全国范围公开招聘和聘用“共享员工”,提高非常时期的就业率。

员工责任议题与指标。在“职业健康与安全”方面,腾讯为员工提供了全方位的健康管理,包含年度体检、24小时健康咨询顾问、健康餐饮、运动场馆、专业私教、“心灵解压舱”心理咨询服务等。在“福利与关怀”方面,美团通过建立“全橙爱”综合福利计划,从财富保障、生活平衡、健康医疗三个方面履践社会责任;美团推出骑手关怀计划、袋鼠宝贝公益计划等举措,如给骑手们提供了300~500元的居住补贴,以解决骑手们在京居住成本较高的问题。在“员工培训与发展”方面,美团搭建“互联网+大学”,并制定“学习全景地图”。

客户责任议题与指标。在“人身安全”方面,携程强调旅行安全保障,上线全球24小时“旅行SOS”服务,面向所有用户,免费提供旅行中的紧急援助。在“信息、用户隐私保护”方面,美团为保护用户隐私安全,参照国家标准和行业最佳实践,落实用户隐私保护工作,建立了严格的隐私保护流程:制定隐私政策-专门团队-建立用户账户授权及管理机制-在网络传输中加密用户数据-制定一系列备份管理程序-与雇员签署保密协议并提供持续的信息安全培训。在“服务品质与用户体验”方面,携程网首家推出6 σ 管理,及时发现并解决问题,确保每个消费者都能获得优质服务。在“关注弱势群体”方面,腾讯于2019年4月发布了首份未成年人安全在线保护白皮书,率先启动制定《网络游戏未成年人保护指南》,这是首个针对未成年人的国际网络保护标准。

投资者责任议题与指标。在“公司治理、风险管理”方面,阿里巴巴成立廉正合规部,坚决推动公司内部的体系化预防,并用系统性措施持续打击腐败问题,内控部门全面强化公司财务报告及与合规相关的内部控制系统。

商户责任议题与指标。在“裁决交易纠纷、对侵犯他人知识产权的审查管控与处理”方面,小红书组建了专门的“熊猫计划”团队,协助品牌严打假冒类笔记。在“对入驻商户进行服务/产品的认证、分级、评价、激励”方面,滴滴进行供给质量分级,用户评价决定司机服务分,从而影响平台对其派单优先度与平台补贴。在“帮扶、扶持平台内商户”方面,唯品会面向全体品牌商伙伴推出了五大扶持措施,包括优质免费流量资源、三亿现金销售补贴等。

环境责任议题与指标。在“绿色建筑与绿色办公”方面,字节跳动数据中心在选址、设计和施工过程中充分考虑环保因素,研发和大力推广节能环保的数据中心(IDC)。在“环保公益活动”方面,字节跳动于2020年联合国家林草局、自然资源部等组织发起多项环境保护活动,包括“无条件写作日·爱地球专场”“有生命的宝藏”“我为大自然代言”等。

社区与社会责任议题与指标。在“乡村扶贫、精准扶贫”方面,字节跳动通过“山里DOU是好风光”为目标农村和农民创造价值。在“助力疫情等社会重大危机防控”方面,阿里巴巴通过开发疫情防控健康信息码和免费社区智能防疫小程序,支持杭州市复工平台建设,搭建“数字防疫系统”,助力政府提升数字抗疫水平。在“青少年发展支持与保护”方面,B站于2018年5月成立“未成年人权益保护中心”,利用大数据分析和关键词管理,过滤含有对未成年人有害信

息的内容。在“为弱势群体赋能”方面,唯品会以赋能女性、促进女性公平发展为出发点,不断投入并汇聚多方资源,从健康保障、经济赋能、教育赋能、社会倡导、权益保护五个方向入手,面向乡村女性、单亲妈妈、困境妇女三个核心帮扶群体开展了一系列带有唯品会特色的女性公益项目。

(2)平台企业社会责任共生模式。与平台入驻方的共生责任议题与指标。在“对需求方用户(消费者)的行为引导与评价”方面,京东、淘宝对注册用户的优质评价内容进行额外的积分奖励,对那些违反道德标准的恶意评价扣除相应的积分,对性质恶劣的“刷单”行为及时取缔其账号。在“对供应方用户(入驻商户)提供服务/产品的审查管控”方面,阿里巴巴颁布《阿里巴巴集团采购指引》,设立严谨的采购制度流程,通过采购系统对供应商认证、询比价 PO 等把控风险。在“规范运营、整治平台内不当行为”方面,小红书于 2020 年 9 月宣布正式启动“啄木鸟”计划,针对低质内容、虚假推广行为进行专项整治。

与消费者/公众的共生责任议题与指标。在“打造线上公益平台,吸纳与激励用户、社会成员参与社会责任”方面,腾讯平台利用互联网平台优势激励和发动广大流量网民开展便利捐赠活动,随时随地做公益。在“唤醒和培养绿色、低碳环保意识与行为,与消费者联动推进可持续消费观念和绿色生活的普及”方面,蚂蚁森林通过与当地专业化、规模化的环境保护组织合作将蚂蚁森林中用户所积攒的绿色能量进行实际转换。

与政府的共生责任议题与指标。在“科技赋能助力数字政府建设,助推政府服务现代化”方面,阿里运用云计算在快速业务部署、弹性伸缩、安全等方面的优势,将积累的数据化运营能力转化为社会资源,帮助政府全面提升面向公众的便捷服务能力。在“与政府部门合作开展数据驱动的联动协同治理”方面,阿里、腾讯等平台公司联合政府组织多方力量进行互联网内容整治,肃清社会文化环境。在“联合政府、行业协会等各方制定行业标准,规范和促进行业发展”方面,京东参加中国人民银行非银行支付机构联网支付清算平台筹备建设方案的制定,主笔编写《网络支付清算平台风险管理规章》。在“聚合多方力量助力产业建设,助推产业生态升级”方面,拼多多与政府、科研院所、平台企业共同推动云南保山建立以咖啡产业为主导的农业产业体系,政府通过资金支持、政策优惠和行政审批便利加速当地的生态种植示范基地和加工工厂的建立,对企业履责进行监督以确保建档立卡户的权益。

与生态合作伙伴的共生责任议题与指标。在“联合多方为伙伴科技赋能,提升服务水平”方面,马上消费通过技术赋能,其旗下的信用借款产品“安逸花”为腾讯、今日头条等诸多平台提供技术支持和便利体验。在“联合多方打造全要素孵化平台”方面,腾讯打造全要素孵化平台,为创业者提供一站式服务。在“携手联合生态伙伴发起系列公益活动”方面,腾讯携手多家国际公益组织发起“企鹅爱地球”公益活动,利用大数据优势了解珍贵野生动物的非法交易情况,对微信、QQ 等社交违规不良信息进行专项打击和定向清理,实现线上线下的协同配合。

(3)平台企业社会责任共生环境。共生政治环境责任议题与指标。在“盘活社会资源,联合政府组织各方解决社会重大事件问题”方面,阿里、腾讯等互联网平台企业利用技术优势,在社会重大事件、突发事件和自然灾害发生之际,利用平台的受众广、传播快的优势,迅速整合盘活社会资源,与多方携手共同解决公共事件。在“科技赋能助力数字城市建设,助推城市智慧化”方面,针对共享单车在城市无序停放的难题,哈啰制定行业标准并首次推出应用级别的自适应蓝牙电子围栏。在“与保持良好的政府定期会谈机制,积极贯彻国家战略”方面,阿里响应《数字农业农村发展规划(2019—2025 年)》,跟踪贯彻国家战略,建立常态化政府沟通机制,响应精准扶贫号召,打通“网货下乡”和“农产品进城”的双通道。

共生文化环境责任议题与指标。在“推动文化与互联网技术的融合,传承发扬优秀中华文化”

方面,京东众筹上线大国匠版块,让用户增加对传统文化产品的认识和民族自豪感,让更多人了解中国非物质文化遗产继承者的匠人匠心。在“利用平台优势传播弘扬正能量,塑造正确的社会公众价值取向”方面,共青团中央于2017年1月正式加入B站,并以“皮皮团”的角色定位与广大青年群体进行个性化互动;小红书响应《人民日报》点名批评炫富博主一事,上线《社区公约》,公约明确提出了小红书的社区价值观——“真诚分享、友好互动”。

共生技术环境责任议题与指标。在“通过大数据和人工智能等赋能,创造经济与社会的共享价值”方面,喜马拉雅在AI算法技术的支持下打造了“云逛博物馆”等产品,通过“声音+场景”的打造来创造产品精神价值。在“技术赋能公益发展”方面,阿里赋能公益行业,为了解决长期困扰公益事业的信息不对称问题,阿里于2019年发布了“链上公益计划”,对公益机构免费开放。

共生自然环境责任议题与指标。在“联合环保部门等机构,推动环保事业发展”方面,唯品会联手云南省绿色环境发展基金会,在澜沧江、怒江、金沙江营造森林。在“利用平台优势联合多方推动资源再生利用与可持续发展”方面,京东通过清流计划,推动可降解塑料袋、FSC认证纸张和产品的全面应用、纸箱回收项目等绿色包装和物资循环利用等行动,遏制环境污染,助力环保事业。在“提供激励机制吸引绿色环保产品经营者的入驻”方面,阿里电商平台提供激励机制吸引扶贫产品、绿色环保产品经营者的入驻,并上线旧物再利用的服务。

共生社会环境责任议题与指标。在“建设数字化健康生态,提升大数据智慧健康效能”方面,腾讯打造的大众医学科普资讯平台“腾讯医典”联手国家药监局新闻中心,携手人民网等媒体平台,共同打造“人民医典”,进行健康科普;腾讯还通过微信医保支付、电子健康卡等服务平台,帮助医院、改善患者就医体验,提高服务质量。在“利用平台优势推进智慧教育发展”方面,喜马拉雅于2020年12月联合中国民生银行携手支持希望工程,为贫困地区的农村小学捐赠喜马拉雅智能音箱、有声读物和在线优质课程,旨在丰富农村青少年的校园文化生活,为他们提供多元化的学习平台。

五、平台企业社会责任评价权重的确定

1. 层次分析法概述

层次分析法(analytical hierarchy process,简称AHP)是美国运筹学家萨蒂于20世纪70年代初提出的一种层次权重决策分析方法(Satty,2000)^[33]。其基本步骤主要分为四步:第一步是建立层次结构模型,将最终目标分解成若干层次,如目标层、准则层、指标层和方案层等;第二步是构造判断(成对比较)矩阵,根据专家提供的意见,确定其权重;第三步是收集真实数据,计算各指标值,并得到最终评估系数(取值范围为0~1),即层次单排序及其一致性检验;第四步即在上述计算结果的基础上进行最后的评估,即层次总排序及其一致性检验。

2. 构建层次结构模型

本文的层次结构模型由目标层、准则层、指标层构成。将平台企业社会责任指标的重要性评价作为目标层;目标层包含三个要素,分别为平台企业社会责任的共生单元(U)、共生环境(E)、共生模式(M),三者相互联结,构成了共生系统,并以此作为该结构模型的准则层;指标层也称为评估对象层,以共生单元为例,在该准则下涵盖了政府责任、员工责任、客户责任、投资者责任、商户责任、环境责任、社区与社会责任七个具体指标;在政府责任下又包含两个子指标,纳税情况和带动就业。同理,可构建出其他准则层下的指标层与子指标层,从而形成一个完整的平台企业社会责任指标体系,如图2所示。

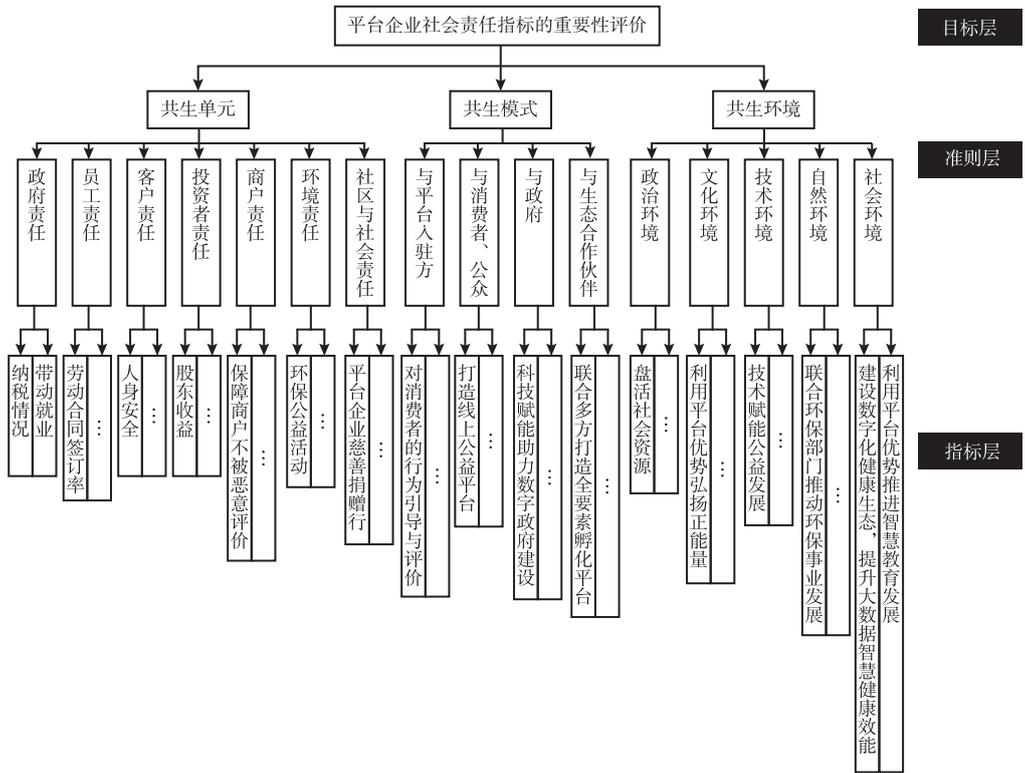


图2 平台企业社会责任指标结构模型

资料来源:作者整理

3. 构建两两比较判断矩阵

本文根据影响平台企业社会责任的不同变量来设计调查问卷,参考平台企业社会责任相关文献,整理构建了平台企业社会责任指标体系,如表2所示,为各个指标赋予序号,通过比较影响同一准则下各因素之间的重要性构造比较判断矩阵。假定准则 A_1 与指标层中的因素 $X_1, X_2, X_3, \dots, X_7$ 有关,那么构造的判断矩阵如表3所示。同理,可构造 A_2, A_3 准则下指标层以及准则层之间的判断矩阵。其中, X_{ij} 的含义是对于 A_1 来说 X_i 对于 X_j 的相对重要性。矩阵满足: $X_{ij} > 0; X_{ii} = 1; X_{ij} = 1/X_{ji}$ (Y, Z 与 X 同理, $i, j = 1, 2, 3, \dots, n$)。

表2 平台企业社会责任指标体系

| 一级指标 | 二级指标 |
|--------------------|----------------------|
| 平台企业社会责任共生单元 A_1 | 政府责任 X_1 |
| | 员工责任 X_2 |
| | 客户责任 X_3 |
| | 投资者责任 X_4 |
| | 商户责任 X_5 |
| | 环境责任 X_6 |
| | 社区与社会责任 X_7 |
| 平台企业社会责任共生模式 A_2 | 与平台入驻方的共生责任模式 Y_1 |
| | 与消费者、公众的共生责任模式 Y_2 |
| | 与政府的共生责任模式 Y_3 |
| | 与生态合作伙伴的共生责任模式 Y_4 |

续表 2

| 一级指标 | 二级指标 |
|-----------------------------|-------------------------|
| 平台企业社会责任共生环境 A ₃ | 共生政治环境责任 Z ₁ |
| | 共生文化环境责任 Z ₂ |
| | 共生技术环境责任 Z ₃ |
| | 共生自然环境责任 Z ₄ |
| | 共生社会环境责任 Z ₅ |

表 3 判断矩阵模型

| | | | | | | | |
|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| A ₁ | X ₁ | X ₂ | X ₃ | X ₄ | X ₅ | X ₆ | X ₇ |
| X ₁ | X ₁₁ | X ₁₂ | X ₁₃ | X ₁₄ | X ₁₅ | X ₁₆ | X ₁₇ |
| X ₂ | X ₂₁ | X ₂₂ | X ₂₃ | X ₂₄ | X ₂₅ | X ₂₆ | X ₂₇ |
| X ₃ | X ₃₁ | X ₃₂ | X ₃₃ | X ₃₄ | X ₃₅ | X ₃₆ | X ₃₇ |
| X ₄ | X ₄₁ | X ₄₂ | X ₄₃ | X ₄₄ | X ₄₅ | X ₄₆ | X ₄₇ |
| X ₅ | X ₅₁ | X ₅₂ | X ₅₃ | X ₅₄ | X ₅₅ | X ₅₆ | X ₅₇ |
| X ₆ | X ₆₁ | X ₆₂ | X ₆₃ | X ₆₄ | X ₆₅ | X ₆₆ | X ₆₇ |
| X ₇ | X ₇₁ | X ₇₂ | X ₇₃ | X ₇₄ | X ₇₅ | X ₇₆ | X ₇₇ |

相对重要性的数值如表 4 所示,计算矩阵的最大特征根和相应的排序向量,并进行一致性检验。

表 4 1~9 标度及其含义

| 标度 | 含义 | 标度 | 含义 |
|---------|--------------|-----------------|--------------|
| 1 | 两者同样重要 | 1 | 两者同样重要 |
| 3 | 两者相比,前者稍微重要 | 1/3 | 两者相比,后者稍微重要 |
| 5 | 两者相比,前者明显重要 | 1/5 | 两者相比,后者明显重要 |
| 7 | 两者相比,前者强烈重要 | 1/7 | 两者相比,后者强烈重要 |
| 9 | 两者相比,前者极端重要 | 1/9 | 两者相比,后者极端重要 |
| 2,4,6,8 | 上述两相邻重要性的中间值 | 1/3,1/5,1/7,1/9 | 上述两相邻重要性的中间值 |

4. 层次单排序及其一致性检验

平台企业社会责任的指标重要性各不相同,为了减少个人主观因素的影响,指标重要性的判定采取了将 11 名企业社会责任研究领域的专家评分取平均值以计算各指标权重的方法。通过 MPai 软件计算权重和最大特征根 λ_{max} ,由于平台企业社会责任指标的相关因素具有复杂性和多样性,为了避免判断矩阵产生明显偏差,要对判断矩阵进行一致性检验。首先计算其一致性指标 CI($CI = (\lambda_{max} - n) / (n - 1)$),一致性指标 CI 的值越小,则矩阵的一致性越好。为了判断矩阵是否有令人满意的一致性,还需要将 CI 与平均随机一致性指标 RI(如表 5 所示)比较,CI 与 RI 的比率称为检验系数 CR,即 $CR = CI / RI$ 。由此得出各层次相对于上一个层次的权重、最大特征根 λ_{max} 、一致性指标 CI 以及检验系数 CR,如表 6 所示。可见,各矩阵均通过了一致性检验($CR < 0.1$),这说明各判断矩阵具有高度的一致性。

表 5 平均随机一致性指标 RI 标准值

| | | | | | | | | | | |
|------|---|---|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 矩阵阶数 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| RI | 0 | 0 | 0.52 | 0.89 | 1.12 | 1.26 | 1.36 | 1.41 | 1.46 | 1.49 |

表 6 平台企业社会责任指标层次单排序

| 目标层 | 准则层 | 准则层权重 | 最大特征根 λ_{\max} | CI | CR | 指标层 | 指标层权重 | 最大特征根 λ_{\max} | CI | CR |
|------------------|----------------|--------|------------------------|--------|--------|----------------|--------|------------------------|--------|--------|
| 平台企业社会责任指标重要性的评价 | A ₁ | 0.4585 | 3.0059 | 0.0029 | 0.0056 | X ₁ | 0.1665 | 7.4667 | 0.0778 | 0.0572 |
| | | | | | | X ₂ | 0.2108 | | | |
| | | | | | | X ₃ | 0.1910 | | | |
| | | | | | | X ₄ | 0.1383 | | | |
| | | | | | | X ₅ | 0.1384 | | | |
| | | | | | | X ₆ | 0.0812 | | | |
| | | | | | | X ₇ | 0.0739 | | | |
| | A ₂ | 0.3135 | | | | Y ₁ | 0.4414 | 4.0391 | 0.013 | 0.0146 |
| | | | | | | Y ₂ | 0.2782 | | | |
| | | | | | | Y ₃ | 0.1231 | | | |
| | | | | | | Y ₄ | 0.1574 | | | |
| | A ₃ | 0.2279 | | | | Z ₁ | 0.3085 | 5.3114 | 0.0778 | 0.0695 |
| | | | | | | Z ₂ | 0.2003 | | | |
| | | | | | | Z ₃ | 0.1930 | | | |
| | | | | | | Z ₄ | 0.1695 | | | |
| Z ₅ | | | 0.1287 | | | | | | | |

5. 层次总排序

各项指标的权重计算出之后,计算出其合成权重。具体方法为各指标的判断矩阵权重乘以其上一层的权重,即权重总排序 = 准则层权重 × 指标层权重,如表 7 所示。

表 7 平台企业社会责任指标层次总排序

| 目标层 | 准则层 | 准则层权重 | 指标层 | 目标层权重 | 权重总排序 |
|------------------|--------------|--------|----------------|--------|--------|
| 平台企业社会责任指标重要性的评价 | 平台企业社会责任共生单元 | 0.5285 | 政府责任 | 0.1665 | 0.0880 |
| | | | 员工责任 | 0.2108 | 0.1114 |
| | | | 客户责任 | 0.1910 | 0.1009 |
| | | | 投资者责任 | 0.1383 | 0.0731 |
| | | | 商户责任 | 0.1384 | 0.0731 |
| | | | 环境责任 | 0.0812 | 0.0429 |
| | | | 社区与社会责任 | 0.0739 | 0.0391 |
| | 平台企业社会责任共生模式 | 0.2932 | 与平台入驻方的共生责任模式 | 0.4414 | 0.1294 |
| | | | 与消费者、公众的共生责任模式 | 0.2782 | 0.0816 |
| | | | 与政府的共生责任模式 | 0.1231 | 0.0361 |
| | | | 与生态合作伙伴的共生责任模式 | 0.1574 | 0.0461 |

续表 7

| 目标层 | 准则层 | 准则层权重 | 指标层 | 目标层权重 | 权重总排序 |
|------------------|--------------|--------|----------------|--------|--------|
| 平台企业社会责任指标重要性的评价 | 平台企业社会责任共生环境 | 0.1782 | 共生政治环境责任 Z_1 | 0.3085 | 0.0550 |
| | | | 共生文化环境责任 Z_2 | 0.2003 | 0.0357 |
| | | | 共生技术环境责任 Z_3 | 0.1930 | 0.0344 |
| | | | 共生自然环境责任 Z_4 | 0.1695 | 0.0302 |
| | | | 共生社会环境责任 Z_5 | 0.1287 | 0.0229 |

由表 7 可知,准则层中平台企业社会责任共生单元的权重最高(0.53),其次是平台企业社会责任共生模式(0.29),再其次是平台企业社会责任共生环境(0.18)。平台企业社会责任共生单元指标层所包含的二级指标中按照权重排序依次是员工责任(0.231)、客户责任(0.19)、政府责任(0.17)、商户责任(0.14)、投资者责任(0.14)、环境责任(0.08)、社区与社会责任(0.07),平台企业社会责任共生模式指标层所包含的二级指标中按照重要性排序依次是与平台入驻方的共生责任模式(0.44)、与消费者/公众的共生责任模式(0.28)、与生态合作伙伴的共生责任模式(0.16)、与政府的共生责任模式(0.12),平台企业社会责任共生环境指标层所包含的二级指标中按照重要性排序依次是共生政治环境责任(0.31)、共生文化环境责任(0.20)、共生技术环境责任(0.19)、共生自然环境责任(0.17)、共生社会环境责任(0.13)。

六、研究结论与讨论

1. 研究结论

本文将共生理论引入到平台企业社会责任评价研究,在介绍共生理论在经济管理研究领域应用的基础上,阐述平台企业社会责任与共生理论的契合,提出企业社会责任评价体系的传统范式到共生范式的变迁,仿照生态系统理论以及共生原理与共生关系运作法则构建平台企业社会责任评价系统,对 2015—2021 年平台企业社会责任的期刊文献资料、网络报导文章及社会责任报告三类资料来源进行文本分析和质性研究,运用层次分析法确定平台企业社会责任指标权重,基本结论如下。

首先,平台企业社会责任评价需要对传统的基于金字塔模型和利益相关者的评价范式进行重构,构建基于多中心共生演进、互动协同、多元参与、相互赋能的平台企业社会责任评价范式。传统的点对点式基于利益相关者范式的企业社会责任评价体系,一来没有从根本上走出企业利润最大化的困境;二来要求利益相关者是实体的、明确的、有限的、边界稳定清晰的,无法突破其固有的视野局限性;三来将利益相关者视为外生因素,无法与利益相关者实现真正的交互关联与价值共创。因此,平台企业社会责任的评价体系需要从传统范式升级,可以嵌入共生理论进行重构和升维,构建共生视阈下平台企业社会责任评价体系。

其次,仿照生态系统理论以及共生原理与共生关系运作法则,以生态学中的整体系统观、共生互动观和可持续发展观为指引,模拟构建平台企业社会责任基于共生单元(U)、共生环境(E)、共生模式(M)的评价系统。平台企业社会责任共生单元(U)包含三类主体:平台运营企业,入驻商户、注册用户等供应方和需求方,监管机构、行业协会、平台技术外包商等;平台企业社会责任共生模式(M)指的是共生单元彼此互动联系与产生作用的关系模式;平台企业社会责任共生环境(E)是指共生单元以外的使得共生单元存续和发展的外部环境,包括社会环境、自然环境、文化环境等五个方面。

最后,共生视阈下的平台企业社会责任评价体系包含三个一级指标、16 个二级指标、59 个三级

指标测量题项,这 59 个题项较为充分地体现了平台属性和共生特质。一级指标中按照权重高低排序依次是平台企业社会责任共生单元、共生模式、共生环境;平台企业社会责任共生单元所包含的二级指标中按照重要性排序依次是员工责任、客户责任、政府责任、商户责任、投资者责任、环境责任、社区与社会责任;平台企业社会责任共生模式所包含的二级指标中按照重要性排序依次是与平台入驻方的共生责任模式、与消费者/公众的共生责任模式、与生态合作伙伴的共生责任模式、与政府的共生责任模式;平台企业社会责任共生环境所包含的二级指标中按照重要性排序依次是共生政治环境责任、共生文化环境责任、共生技术环境责任、共生自然环境责任、共生社会环境责任。

2. 研究贡献与启示

第一,将生态共生理论引入平台企业社会责任指标评价体系研究,推动企业社会责任评价从“利益相关者语境下的企业单边评价范式”进阶到“平台语境下企业共生协同评价范式”。平台企业社会责任的相关问题研究是企业社会责任实践与互联网、大数据等多种情境因素共同演化的结果,本研究关注共生理论与平台新情境下企业社会责任研究的契合,实现单体社会责任评价到共同体社会责任评价、点/线/面式企业社会责任评价到网式社会责任评价、单边社会责任评价到跨边或多边社会责任评价、静态孤立社会责任评价到互动共生社会责任评价、简单线性社会责任评价到复杂非线性社会责任评价的研究升级。

第二,基于共生理论构建基于共生单元(U)、共生环境(E)、共生模式(M)的平台企业社会责任评价体系,明确平台企业社会责任的内容及边界,规避责任边界单一化或混淆难题,更强调平台企业与其共生成员、履责对象的互动协同和共生演化,发挥平台企业社会责任的同边与跨边价值创造效应,为平台企业履践社会责任提供新的标准和实践导向。平台企业与共生成员、履责对象之间具有互赖、互依、共生的动态结构关系,促使各主体共生与共演,发挥各主体在治理上的互补优势。本研究拓展了传统企业社会责任的内容边界,发挥共生视阈下平台企业社会责任的同边、跨边责任履践和价值创造效应。

第三,突破理论视角的局限和割裂地看待企业社会责任问题的局面,在将共生理论与企业社会责任进行耦合研究的基础上,对传统的企业社会责任评价研究做出理论拓展。现有的企业社会责任评价研究大多处在利益相关者理论、社会回应理论等传统理论背景下,这可能使其评价的研究难以突破理论视角的局限,造成分离、孤立地看待企业社会责任关系的局面。共生视阈下平台企业社会责任关系超越了之前的“嵌入”和“影响”,形成互动更为紧密、互惠更加常态、共演更为高级、发展更为协同的共生关系,本研究基于这种多层次、广领域的社会责任共生与协同,对传统的社会责任评价体系进行重构,提供了一个多向度、扩展性、高维度的企业社会责任评价研究理论和视角。

3. 研究不足与未来展望

平台企业社会责任的内容与构成维度研究刚刚起步,其评价体系的理论与实证研究十分缺乏,尚未形成统一的概念界定及系统性的理论框架。尽管本研究通过规范的质性研究和量化研究过程得到共生视阈下的平台企业社会责任评价体系,但仍然有待于继续优化和完善:一是平台企业社会责任的共生场景化实践不断涌现,因此其指标体系未来将有新内涵和新描述的呈现,需要对其进行动态跟踪和及时归纳,每隔一个周期还要对该评价体系进行迭代升级;二是本研究的质性研究过程不免带有研究者本人的主观判断,所归纳的各个维度和各个层级的评价内容构成未免偏颇,量化研究过程的调研对象也存在一定的局限性,未来还可以进一步提升研究过程科学性和严谨性,如增加国外学者作为层次分析法的调研对象;三是共生视阈下的平台企业社会责任评价属于探索性研究,所嵌入的共生理论尚未被多数被访者清晰认知,因此本研究未采用大样本的调

查数据来进行探索性因子分析和验证性因子分析以确定指标构成与维度,这也是未来有待深化研究的地方。

参考文献

- [1] Carmelo, C., and Juan. S. Platform Competition; Strategic Trade-off Platform Markets[J]. Strategic Management Journal, 2013, 34, (5): 1331 - 1350.
- [2] 肖红军. 平台化履责: 企业社会责任实践新范式[J]. 北京: 经济管理, 2017, (3): 193 - 208.
- [3] 辛杰, 屠云峰. 如何撬动社会资源——平台企业社会责任履践新范式[J]. 北京: 清华管理评论, 2020, (12): 80 - 87.
- [4] 肖红军, 李平. 平台型企业社会责任的生态化治理[J]. 北京: 管理世界, 2019, (4): 120 - 144, 196.
- [5] 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, (1): 57 - 68.
- [6] 肖红军. 共享价值型企业社会责任范式的反思与超越[J]. 北京: 管理世界, 2020, (5): 87 - 115.
- [7] 杨玲丽. 共生理论在社会科学领域的应用[J]. 石家庄: 社会科学论坛, 2010, (2): 57 - 64.
- [8] Maurice, J. Parasitism and Symbiosis[M]. London, Sedgwick and Jackson, 1952.
- [9] Golf, I. J. Symbiosis and Parasitism Another Viewpoint[J]. Bioscience, 1982, 32, (2): 16 - 24.
- [10] Scott, G. D. Plant Symbiosis in Attitude of Biology[J]. Studies in Biology, 1998, (10): 158 - 170.
- [11] Margulis, L., and Fester, R. Symbiosis As a Source of Evolutionary Innovation[M]. Cambridge MA: MIT Press, 1993.
- [12] 袁纯清. 共生理论——兼论小型经济[M]. 北京: 经济科学出版社, 1998.
- [13] 刘志迎, 郎春雷. 基于共生的产业经济分析范式探讨[J]. 北京: 经济学动态, 2004, (2): 32 - 41.
- [14] 徐彬. 基于共生理论的中小型科技企业技术创新管理研究[J]. 成都: 软科学, 2010, (11): 73 - 77.
- [15] 陈春花. 共生——未来企业组织进化路径[M]. 北京: 中信出版社, 2018.
- [16] 阳镇, 尹西明. 平台企业社会责任实践: 新情境、新维度与新范式[J]. 北京: 清华管理评论, 2020, (12): 88 - 95.
- [17] 陈春花, 朱丽, 刘超, 徐石. 协同共生论: 数字时代的新管理范式[J]. 上海: 外国经济与管理, 2022, (1): 68 - 83.
- [18] Iansiti, M., and Levien, R. Strategy as Ecology[J]. Journal of Management, 2005, 31, (3): 413 - 446.
- [19] 辛杰. 企业生态系统社会责任互动: 内涵、治理、内化与实现[J]. 北京: 经济管理, 2015, (8): 189 - 199.
- [20] 阳镇, 陈劲. 平台情境下的可持续商业模式: 逻辑与实现[J]. 天津: 科学学与科学技术管理, 2021, (2): 59 - 76.
- [21] Carroll, A. B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders[J]. Business Horizons, 1991, 34, (4): 39 - 48.
- [22] 陈宏辉, 贾生华. 企业社会责任观的演进与发展: 基于综合性社会契约的理解[J]. 北京: 中国工业经济, 2003, (12): 85 - 92.
- [23] 金立印. 企业社会责任运动测评指标体系实证研究: 消费者视角[J]. 北京: 中国工业经济, 2006, (6): 114 - 120.
- [24] 齐丽云, 李腾飞, 尚可. 企业社会责任的维度厘定与量表开发——基于中国企业的实证研究[J]. 北京: 管理评论, 2017, (5): 143 - 152.
- [25] 孟斌, 钮尔轩, 匡海波, 骆嘉琪. 基于云模型的企业社会责任评价模型及应用[J]. 北京: 科研管理, 2018, (7): 139 - 150.
- [26] Parker, G. and Alstyne, M. V. Platform Revolution[M]. New York: W. W. Norton & Company, 2016.
- [27] Gaver, A. Platforms, Markets and Innovation[M]. Edward Elgar Publishing, 2009.
- [28] 阳镇, 陈劲. 互联网平台型企业社会责任创新及其治理: 一个文献综述[J]. 天津: 科学学与科学技术管理, 2021, (10): 34 - 55.
- [29] 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]. 郑州: 河南社会科学, 2021, (2): 1 - 10.
- [30] 马德芳, 王梦凯. 共享型企业社会责任评价指标体系研究——以共享单车为例[J]. 沈阳大学学报(社会科学版), 2019, (6): 701 - 705.
- [31] 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]. 湘潭: 消费经济, 2019, (5): 77 - 88.
- [32] Gaver, A. Industry Platforms and Ecosystem Innovation[J]. Journal of Product Innovation Management, 2014, 24, (3): 417 - 433.
- [33] Satty, T. L. Fundamentals of Decision Making and Priority Theory(2nd ed)[M]. Pittsburgh: RWS Publications, 2000.

Construction of Platform Corporate Social Responsibility Index Evaluation System under Symbiosis Visual Threshold

XIN Jie, BIAN Jiang

(School of Management, Shandong University, Jinan, Shandong, 250100, China)

Abstract: This research introduces symbiosis theory into platform corporate social responsibility index evaluation system. This paper expounds the agreement between the platform corporate social responsibility and the symbiosis theory, and puts forward the change from the traditional paradigm to the symbiosis paradigm of the corporate social responsibility evaluation system. This paper constructs the platform corporate social responsibility evaluation system based on the symbiosis theory, use the content analysis method to determine the evaluation dimensions and components of the platform corporate social responsibility, and determine the weight of the platform corporate social responsibility index through the Analytic Hierarchy Process. Platform corporate social responsibility under the symbiosis visual threshold includes three first-level indicators: platform corporate social responsibility symbiosis unit, platform corporate social responsibility symbiosis model, platform corporate social responsibility symbiosis environment. The platform corporate social responsibility symbiosis unit contains seven secondary indicators: employee responsibility, customer responsibility, government responsibility, merchant responsibility, investor responsibility, environmental responsibility, community and social responsibility. The platform corporate social responsibility symbiosis model contains four secondary indicators: symbiotic responsibility model with platform entrants, symbiotic responsibility model with consumers/public, symbiotic responsibility model with ecological partners, symbiotic responsibility model with government. The platform corporate social responsibility symbiotic environment contains five secondary indicators: symbiotic responsibility political environment, symbiotic responsibility cultural environment, symbiotic responsibility technology environment, symbiotic responsibility natural environment, symbiotic responsibility social environment. The platform corporate social responsibility three-level index contains 59 items, which fully reflects the platform attributes and symbiotic characteristics. This study clarifies the content and boundary of platform corporate social responsibility, avoids the problem of simplification or confusion of responsibility boundary, emphasizes the interactive coordination and symbiotic evolution between platform enterprises and their symbiotic members and responsibility objects, breaks through the limitations of the traditional theoretical perspective and looks at the issue of corporate social responsibility in a fragmented way, and promotes the evaluation of corporate social responsibility from “unilateral evaluation paradigm of enterprises in individual context” to “symbiotic collaborative evaluation paradigm of enterprises in platform context”. The symbiotic relationship between corporate social responsibility under the perspective of platform beyond before “embedded” and “impact”, to form closer interactive, more normlier reciprocity, and more collaborative symbiotic relationship. Based on the multi-level and broad cooperation in the field of coexistence, this study refactoring traditional evaluation system for the social responsibility, It provides a multi-dimensional, expandable and high-dimensional corporate social responsibility evaluation theory and perspective. This study realize research to upgrade, including individual social responsibility evaluation to the community social responsibility evaluation, point/line/face type social responsibility evaluation to the network corporate social responsibility evaluation, unilateral social responsibility evaluation to the cross-border or multilateral social responsibility evaluation, static isolated social responsibility evaluation to the interactive symbiosis social responsibility evaluation, a simple linear social responsibility evaluation to the complex nonlinear social responsibility evaluation. This study expands the content boundary of traditional corporate social responsibility, and play effect of cross-side platform responsibility implementation and value creation from the symbiotic perspective.

Key Words: symbiosis; platform social responsibility; evaluation system; collaborative evolution

JEL Classification: M14, G32, I44, L22

DOI:10.19616/j.cnki.bmj.2022.06.006

(责任编辑:刘建丽)