

# 社会创业视角下的社会价值创造研究与展望

张锦

(广东省科技干部学院创新创业学院, 广东珠海, 519090)

**[摘要]** 社会创业是一种可持续创造价值的方式,其实质就是创造社会价值的完整过程。社会价值可以看作是组织将各项资源进行整合并投入各种要素、开展运营过程和实施最优化系统组合后,为个人、团队或整个社会生活所产生的影响与改善部分。结合现有研究中关于能力理论、改善社会福祉的需求和社会创业者个人特质等流派观点,对社会价值的内涵进行全面梳理,对社会价值评估方法进行总结。从商业模式、影响因素和创业过程模式三个角度分析,发现厘清概念、构建整合性分析框架以及数字化变革背景下的实证研究是未来重点的研究方向。

**[关键词]** 社会创业; 社会价值; 商业模式; 创业过程; 影响因素

**[中图分类号]** F272 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2021)03-0007-09

## 一、引言

社会创业(social entrepreneurship)因其在解决发展中国家的实际问题中成效显著,引起了学术界和社会实践者的高度关注,成为研究领域的热点<sup>[1]</sup>。社会创业研究所关注的社区治理和草根服务等内容已经对传统商业创业研究产生了重要的补充贡献。从国际视野来看,社会创业研究的类型和深度还远未满足实践领域的急切需求,整体上还处于发展的早期阶段,获得认同的理论基础仍然薄弱,对社会创业的理解视角需要更加多元化,也需要跨学科构建坚实的知识体系,这些问题导致了不同学科背景的研究者产生较大的理解差异<sup>[2]</sup>。

从早期研究的回顾与总结可以看出社会创业既是一个日渐成熟的研究主题,也是一个尚存诸多待解之谜的研究领域。社会创业组织(social entrepreneurship organization,在理论和实践领域也被称为社会企业)可持续运营并创造社会价值是关注度较高的研究主题<sup>[3]</sup>。从广义理解,社会创业就是一种可持续创造价值的方式,实质就是

创造社会价值的完整过程,因而,该议题讨论的核心就是社会价值创造机理及其核心变量<sup>[4]</sup>。然而,这方面的研究较少,针对特定区域的实证研究比较罕见<sup>[5]</sup>。本研究从社会创业视角出发,全面梳理社会价值创造过程的研究现状与问题,并提出未来研究的具体方向,以期为深入开展社会价值创造的研究与应用领域提供参考。

## 二、社会价值的概念与评估

### (一) 社会价值的内涵理解

社会价值的概念源于价值内涵。从用户体验角度来看,用户体验的主观感受最终决定了创造价值的大小。不管是在个人、团队抑或社会层面,价值最终也都体现在用户愿意为主观感受所交换的货币量。也可以理解为,当用户自愿为商品或服务支付高于其包含人力资源、原材料、生产设备和物流运输等环节成本的货币时,价值产生。组织通过正常经营活动所产出的财务回报可以作为评价商业创业领域创造价值的标准,但是这种价值评判方式显然与非营利组织或社会创业组织旨在解决社会问题,并达成社会使命的要

**[收稿日期]** 2021-04-05; **[修回日期]** 2021-06-15

**[基金项目]** 2020年广东省教育科学规划项目“大湾区背景下港澳青年来粤创业服务生态体系建设研究”(2020GXJK232)

**[作者简介]** 张锦,山东济南人,广东省科技干部学院创新创业学院副教授,主要研究方向:社会创业与社会创新、创新创业教育,联系邮箱 spy\_roy731@163.com

求完全不同<sup>[6]</sup>。

2008年,学者泽托(Certo)和米勒(Miller)通过对从事社区服务类项目的组织实施调研后发现:社会创业行为中的社会价值创造与创业过程中的经济价值创造并无直接关系,只是源于达到基本需求或生存需要,例如向符合条件的社会成员给予干净安全的水和食物,向社区服务对象给予最基本的医疗服务和教育服务等<sup>[7]</sup>。在相关研究领域,社会价值也被看成是促进经济社会发展的一类社会福祉(比如减少性别不平等)或一类能够解决社会问题的行为(例如脱贫减贫行为)<sup>[8]</sup>。经济学家试图将社会价值创造理解为“经济社会发展增加总值减去消耗资源的价值”。然而研究人员也发现,经济学理论中的众多基础知识理论(如边际效用理论)并不能全面概括社会价值的核心要义,这是因为符合市场逻辑下的“交换价值”产生过程并不能与追求社会变革逻辑下的价值完全等同。另外,政府主导的应用于公用服务领域的价值评价方法也不能完全用来评价社会创业组织开展的社会变革过程,许多的社会变革行为是不可以借助市场交换行为来发挥它的作用的,比如借助市场交换行为来消除社会中的性别歧视<sup>[9]</sup>。

为了解决这个矛盾,国外研究者试图借鉴能力理论,认为社会价值应该从理解个人和团队的相互关系以及具备的能力方面开展研究。能力理论认为:从群体能力角度看,人们往往持有一种固有的观念,即人类最大的需求是实现福祉,而福祉本身并不等同于财富的最大化。从个人能力的角度来理解幸福,这表明在个体意识中一直存在着一种选择:选择做最有价值的事情<sup>[10]</sup>。学者罗纳尔多(Renouard)认为“从社会环境和赋权水平的角度来看,人们是可以对这种能力进行认识和评估的”。基于能力理论,研究者将人的能力类型划分为10个层次,并认为这些能力层次对于保障社会正义生活至关重要,如在社会中正常生活的能力、身体健康、能够自由地活动、通过教育培养思维和想象力、准确表达情感、批判性地反思、避免歧视、关注与自然和环境的关系、

尽情享受娱乐以及能够参与政治活动等<sup>[11]</sup>。

有研究者从社会企业家精神出发分析社会价值的概念。社会企业家关注社会活动结果,通过商业运营解决社会问题,产生积极和负责任的行为。得到一致认同的观点是:传统商业创业者与社会创业者的最大不同点主要在于两者对“社会使命”持有的关注程度。社会企业家通过机会识别、评估和利用,以及与个人的经济价值追求(创造财富)相对立的创业方法来实现社会价值创造<sup>[2, 12]</sup>。这一观点表明,社会企业家精神所指向的可持续运营方法与企业家精神相似,但目标不同,其具有社会使命和创造社会价值的独特性<sup>[13]</sup>。

综上所述,现有研究中关于社会价值的核心要义和理论基础仍然存在较大争议,并无统一的认识或受到认可的概念,但是研究争论也体现出社会价值核心要义的三个典型特征:一是社会创业活动对个人或群体产生了显著影响或做出了明显改革;二是社会价值的客观结果并不是只能由社会创业组织创造出来,非营利组织、商业企业或政府部门内部都能创造社会价值;三是要达成社会使命创造社会价值必须要有系统清晰的目标和任务,如果要准确把握社会问题得到改善的程度也需要进行评估,并不断完善。因此,本研究认为社会价值应该是组织将各项资源进行整合、投入相关要素、开展运营和利用政策体系实施最优系统组合之后,对个人、团队或整个社会生活所产生的影响与改善部分。

## (二) 社会价值评估

现有对社会价值的评估研究大多是在社会影响力(social impact)或社会利益(social profit)评估中考虑社会价值因素,也有一部分研究直接将这个变量称为社会绩效(social performance)<sup>[9]</sup>。为什么在实践领域需要对社会价值进行测量与评价?因为向社会创业组织、员工、客户、资助者(捐赠者)、投资者或政府机构证明组织工作的重要意义需要明确传达成果的价值。特别是在压缩成本和增加外部支持的竞争环境中,展示社会价值更有助于组织可持续性地整合利用更多资源。

另外，社会创业组织也可以应用社会价值评估信息来回顾和评估组织自身的工作完成情况。社会价值作为组织清楚了解自身所具备实现社会使命的能力的有效数据，也有助于组织更有效地规划经营管理工作。社会价值评估鼓励组织持续改进，加强管理，以及明确社会使命，能够使现有客户及潜在客户更加关注组织发展，并帮助组织赢得更多业务<sup>[14]</sup>。

获得较多研究支持的一个结论是：基于投资

的社会回报率(social return on investment)可以被看作是一种将社会创业项目的投入、产出与影响的结果联系起来，同时体现经济价值与社会价值的评估工具。尽管理论界较为认同，但这个工具对使用者的要求较高，需要具有专业评估技术的团队才能完成，对评估过程应用到的具体数字和内容权重也容易产生异议，对于最终结果的解释也容易产生偏差<sup>[15]</sup>，因此，社会创业实践领域对价值评估就衍生出众多方法，具体内容见表1。

表1 实践领域能够借鉴使用的社会价值评估方法

方法名称	方法介绍	方法案例	待解决的问题
成本效益分析/成本有效性分析	计算一个项目的总成本，并量化效益，以评估成本效益或成本有效性比率	在帮助人们实现再就业项目中，为利益相关者提供新工作而节省的失业保险金应该作为工作总成本的重要组成部分	在计算中使用的数字和权重容易出现分歧，计算结果也存在不确定性
个性化陈述	询问人们会为特定商品或服务支付什么费用，以揭示能感知的使用价值	为了评估一项节能减排处理计划的社会价值，人们可能会被问到为改善空气质量，他们可能会支付多少费用	个性化陈述通常与现实行为的相关度不高
价格公告	比较价格，并确定服务人群愿意支付的交换价值	一项水资源保护倡议计划在沙漠地区分配1000升水，由此产生的价值作为另一个区域行动的参考	由于代理数据不可用或代理商品不一致，估价经常失败
基于投资的社会回报率	将社会创业项目的投入、产出与影响的结果联系起来	投入=一项倡议的总成本；产出=数量效应，例如创造的就业机会、分配的食品总量；收益=更好的健康水平或收入；影响=实际改善情况减去没有实施这项倡议的情况	对评估过程使用的数字和权重常常容易产生异议。最终结果只有一个数字，这也为分层解释带来困惑
混合价值或共享价值计量	从整合角度理解价值创造。市场是由经济和社会需求定义的，因此需要将价值结合在一起以反映市场需求的多样性	很多公平贸易行为同时满足了某些既定社会目标，如整个价值链的公平支付问题	容易产生双重标准问题。该方法同时指导组织朝向社会价值和经济价值的最大化
生活满意度评估	通过衡量一个受益者需要多少额外收入才能获得同等的的生活满意度来检验社会创业项目的价值	经济合作与发展组织倡议“更好的生活指数”和欧盟倡议“超越GDP”项目，致力于通过研究社会和环境指标进行幸福指数的评估	未经实证验证的新方法，对投入假设要求高
施瓦布基金会测量模型	通过施瓦布基金会数据创建社会价值创造的有效度量标准，按照创新、可持续性和直接影响三方面开展社会价值和社会影响评估	包括医疗保健、环境、组织发展、小额信贷、创新技术、水卫生、教育、无家可归者住房、通信、农村发展、公平贸易和劳动条件等12类社会创业组织的年度评选	通过探索分层能力和使用价值之间的关系来预测因果关系是评估难点。例如，社会创业者是否对受益者的生活质量产生了显著的影响，或者仅仅只是对其生活质量产生了适度的影响

从上述价值评价方法的总结情况可以看出,各社会创业组织在类型、规模、使命和注册形式等方面都存在显著差异,试图通过单一尺度衡量所有组织的评价工具都会导致评估结果的不理想以及衡量结果的不可靠。另外一部分研究提出,因为商业创业过程中的财务指标很难完整展现社会创业价值创造过程的核心要义,因此不能够衡量社会创业组织的使命责任,透明度也容易受到质疑。如果组织具有更好的财务表现,如更高的净利润指标,则可能意味着组织开展的社会改善行为更少。因此,现有工具均是针对混合价值开展评估。

### 三、社会价值创造过程的多维度研究

#### (一) 商业模式视角下的社会价值创造过程研究

商业模式不仅在商业创业研究领域受到重视,在社会创业研究领域也受到高度关注。商业模式借鉴资源基础理论、合作网络理论等,在研究领域呈现出多种解读方式。主流观点认为商业模式的本质就是价值创造的模式,是描述组织如何实施战略规划及资源整合,从而为客户创造价值并产生收益的一系列环节所构成的系统<sup>[6]</sup>。很多研究在构建商业模式理论结构的同时,也探索出分析商业模式的工具。然而,商业模式包含的要素繁多,这也成为社会创业组织商业模式研究中难以绕开的困扰。

既然商业模式是价值创造的模式,那么从商业模式视角解析价值创造过程较为合适。研究者将常见的社会创业商业模式分为三个类型:免费增值型、催化反应型和专业经纪型<sup>[6]</sup>。

免费增值型源自较为成熟的商业创业中的“免费增值”概念,组织将客户的类型、需求和支付能力分别进行归类,通过满足至少两个不同的客户群体需求从而创造价值。组织将其中一个客户群定位为免费群体,属于该群体的客户能够享受到组织产出的基本产品或基本服务。另外一个客户群则被定位为支付群体,这个群体的客户要为组织提供的定制化优质产品或高水准服务支付更高的“溢价”价格。所以,免费增值型商

业模式就是通过“免费群体”加“溢价群体”的客户分类方式实现免费服务加增值服务的模式,每个类别的客户各取所需,可持续性地实现社会使命。印度亚拉文(Aravind)眼科医院是免费增值型商业模式的典型例证。20世纪70年代末,文卡塔斯瓦米(Govindappa)眼科医生发现生活在印度底层的穷苦人无法为白内障手术支付费用,亚拉文眼科医院应运而生。亚拉文眼科医院的愿景非常明确:“尽最大可能减少失明,为客户提供贴心暖心且高水准的眼睛治疗服务。”医院的外科医生基于大规模的眼疾免费手术,积累了丰富的眼部手术经验,并成长为白内障等眼疾技术领域的专家。专家的规模、影响力在印度的眼科医院中首屈一指,这样就能吸引更多有支付能力的患者前来就医。管理者同时面向较为富裕的患者提供高附加价值的定制服务(如优渥的病房、周到的日常护理和定期回访复查服务等)形成可持续的收入来源。免费患者的来源除了日常接诊外,亚拉文眼科医院还与其他慈善机构或非营利组织合作(例如世界卫生组织),开展“眼疾免费扫描营”等活动加强与该群体的联系。亚拉文眼科医院的商业模式能够取得成功的地方在于:那些希望为社会使命做出贡献但业务水平刚起步的外科医生更多是在非营利性医院工作,亚拉文眼科医院则可以通过良好的口碑和独特的运营方式吸引大批高水平技术专家。出于文化教义因素和收入水平的考量,富裕的印度眼疾患者也不会选择去非营利性医院就医,这为亚拉文眼科医院实现可持续性经营创造了有利条件<sup>[7]</sup>。

综上所述,亚拉文眼科医院为“支付群体”提供定制化手术产品和高标准服务,产生收益之后再补贴到“免费群体”,同时为两类客户按照各自需求和实际情况提供质量上乘的眼疾手术与眼部护理服务。由于亚拉文眼科医院客户群体规模庞大,其运营过程可以达到规模效应,这又对医院实现社会使命产生积极影响,从而为更多的免费群体客户提供源源不断的服务,实现良性循环。

催化反应型商业模式的原理也很简单,在化

学领域，催化剂能够促进两种或多种通常不会相互反应的成分发生特殊的化学反应。催化反应型商业模式就是力促本来并没有什么关系的双方或多方共同合作的模式。愿意投身社会创业事业的员工通常都是身怀特殊技能的人，比如，细节感知能力超常的自闭症患者、音频感知能力超常的盲人或者视觉感知能力超常的聋哑人。另外，客户的某些难以实现的需求可以从这些具有独特能力的人力资源中得到满足。例如，由于自闭症患者具有超常的细节感知能力，很多软件公司通过与社会创业组织合作，邀请自闭症患者作为测试和调试软件代码的专家。“发现手”(Discovering Hands)是一家德国社会创业组织，旨在培训盲女进行乳腺癌的预防性筛查。盲女的超常触觉技能增加了她们检测早期乳腺癌的可能性。“发现手”的创始人弗兰克(Frank)是一位妇科医生，她意识到罹患乳腺癌的女性人数在增加。但是，德国医疗保健系统并不能支付女性乳房X光的检查费用。因此，乳腺癌经常被发现得太晚。弗兰克想到了这种创新的方法来检测乳腺癌，“发现手”为女性提供了有价值的医疗服务，同时为盲女提供了有意义的工作<sup>[18]</sup>。

专业经纪型商业模式是一种依靠核心技术(又称信息资源)等关键资源来运营业务的方式。拥有独特技术诀窍(或排他型信息资源)的社会创业组织能够积累大量特殊项目的专业知识。获得专业知识和经验后，再将这些知识和经验用于客户的培训业务或教育素材。专业经纪型商业模式的典型例子是“父爱之家”(Vaeter)，即一家专注帮助男性更好地承担父亲角色的辅导机构。随着社会经济的发展和人们思想意识的改变，传统意义上男性和女性的社会刻板印象也在不断变化。人们越来越重视父亲的家庭角色，男性也希望积极参与到抚养孩子的过程当中。然而，就目前来说，社会对“专职奶爸”的接受程度仍然很低。在这样的背景下，沃尔克(Volker)创立了社会创业组织“父爱之家”。其社会使命是为已经成为父亲的男性在遇到工作与家庭相矛盾时提供可借鉴的方法。首先，它为父亲们创造各种形式的交

流互动活动：支持线下见面和线上交流经验的在线服务平台、角色会议、父子周末等。其次，“父爱之家”力促政府改变了德国育儿假的相关规定，将原有条款修订为男性升级为父亲后可以申请陪产假，每年也可以申请亲子假期等。它还与各大公司密切合作，帮助他们开展这方面的系统培训，促使父亲角色与职场角色相平衡，这种培训成为各大公司吸引优秀人力资源的重要因素<sup>[19]</sup>。

结合上述三种模式分类，社会使命作为基础底线，包括社会价值主张、价值创造结构和运营收入系统三个方面的有机整体就构成了价值过程。一方面，组织需要结合客户的实际需求和实际支付能力产出一系列产品或服务满足客户需求并创造价值。另一方面，社会创业组织还要思考并形成符合价值主张和社会使命的价值创造结构，构建适合组织业务形态的独特渠道(如亚拉文的“眼疾免费扫描营”)，维系良好的客户关系(如“父爱之家”在线服务平台)，整合关键资源(如亚拉文庞大的专家队伍)，设计并开展顺畅的业务体系等。最后，社会创业组织还需要思考科学的盈利方式、尽可能节省的成本方式(如亚拉文的“支付”补贴“免费”方法)维持可持续性运营。

## (二) 影响因素视角下的社会价值创造研究

创新被认为是影响组织行为的基本因素。社会创业研究者也认同这一观点，有些研究甚至认为“社会创业是一种以社会问题为主要目标的创新活动，社会创业的创新应被视为社会创新”。如果创新源于社会目标，创新的原因也会千差万别。尽管已经有大量的研究对企业的技术创新及其对企业绩效的作用进行了研究，但创新本身具有不同类型。社会创业组织的技术创新可能有两个类型：高科技创新和应用型创新。应用型创新主要指适合社会创业组织业务形式的创新。有研究表明应用型创新的特点更适合社会价值创造过程，而高科技创新仍然更倾向于创造经济价值，社会创业与合适的应用型创新相结合，将产生更理想的社会价值创造过程<sup>[20]</sup>。在以高技术创新为主要技术创新手段的社会创业组织中，倾向

以利润为中心的业务模式会阻碍其社会价值创造过程。有研究者假设适当的技术创新有助于社会价值创造,而其他资本密集型的技术创新则会阻碍社会价值创造,但是在发达国家社会创业组织的研究又表明技术创新类型对社会创业绩效没有显著影响。

部分社会创业案例研究表明,有明确的战略重点是成功的社会创业组织的共同特点。社会创业组织要想取得成功,需要首先明确战略重点,在此基础上才能开始确定、选择和开发能够可持续运营的产品或者服务。例如,一家致力于生产太阳能灯,旨在提高人民生活水平的社会创业组织需要明确的战略重点是创新一款适合当地经济条件的廉价灯具<sup>[21]</sup>。因此,如果社会创业组织战略或使命较为单一的话,在破解多个社会问题时或试图同时创造不同的社会价值方面容易陷入困境。当组织聚焦于创造某一类社会价值时,效率可能会更高,效果也会更好。

一部分研究者关注社会创业的问责机制。诺贝尔奖获得者穆罕默德·尤努斯博士公开批评小额信贷机构开展的很多市场营销活动,这些活动都强调小额信贷机构能够创造经济价值而不是创造社会价值的“初心”。因为越来越多的社会创业组织只专注于社会价值的象征性管理,以实现政治和经济目标,从而忽略了社会价值创造过程本身的重要性。原因之一可能是社会创业组织对社会影响的评估确实难以开展。建立复杂的投入因素(如捐赠款、市场收入、公共资本、志愿者投入等各种收入来源)与由这些投入因素创造的社会价值之间的关系分析,比针对商业企业的关系分析更为复杂,因此真正开展这方面的分析不多<sup>[22]</sup>。另一方面,社会创业组织在成立之初就从其“解决社会问题”这个先天条件中获益,利益相关者大多认为衡量其社会价值的意义不大。

还有一些研究关注社会价值创造本身包含的内容,认为社会价值包含员工、客户、社区和环境评估等部分。员工部分,主要考察组织给予员工的报酬、对员工的帮助教育和为员工提供的发展机会,同时考察组织内的工作条件,如上下

级沟通机制、工作灵活性、安全性、医疗保障体系和组织文化。客户部分,主要考察组织提供的服务或产品的公共价值,并考虑这些产品或服务是否旨在为弱势群体服务或解决社会问题。社区部分,主要考察组织与利益相关者的各种关系以及对当地社区的贡献程度。环境部分,主要考察组织对其各种业务流程的环境投入。在可能的情况下,它还评估组织的分销渠道,以检查其供应链的顺畅程度。另外,这个部分也要考察产品或服务能否创造环境价值,如可再生能源、资源保护、减少废物产生、土地或野生动物保护、有毒物质或污染的预防等问题。但也有研究认为这类评估只关注组织本身,缺乏对组织与外部环境的整体性探究<sup>[23]</sup>。

### (三) 创业过程模型视角下的社会价值创造研究

在商业创业领域,蒂蒙斯(Timmons)的创业过程模型有效地融合了创业的关键要素,考虑了创业活动的动态性和复杂性,它是目前最适合研究创业过程的模型之一。基于创业过程模式,研究者结合社会创业过程也对社会价值的产生与创造过程进行了探索研究。苏小华等构建了基于机会的过程模型<sup>[24]</sup>。

价值创造主体由社会创业者和组织两方面构成。社会创业者是社会变革与社会创新的推动者,他们有能力、资源和内在动力来鼓励自己坚持完成社会创业活动。社会创业者普遍具有亲社会动机,强调为他人谋取福祉,将寻求创造社会价值的思想融入机会识别的过程。同时,社会创业者善于带领并鼓励团队创新模式和方法,通过创新的视角来有效地识别、发展和利用社会创业机会。此外,先前经验也会影响社会创业者的创业动机。研究指出,童年的创伤、学业水平、职业挫折等可能会改变个人对其周围环境的看法,从而促进亲社会行为的发生。例如,受教育机会有限、失业或极度贫困的个体更容易对贫困现象产生共情从而加入脱贫扶弱的工作<sup>[25]</sup>。

社会创业机会主要来自市场失灵和政府职能失灵。政治、社会文化和税收等宏观调控因素

会影响社会价值主张和价值创造过程。当政府不能满足(准)公共产品(如医疗保健)的供应或市场不能满足公共需求时,更容易形成社会创业发展的机会或动力。包括利率在内的金融工具会极大地影响小额信贷等社会创业形式创造的绩效。这些研究印证了一个大胆的假设,即社会创业活动更可能发生在该领域为空或不完善的地区。现有研究已经从个人特征、认知逻辑、社交网络等方面探索了影响创业机会的因素。但是,相关研究通常集中于单个要素,例如社会创业者、组织或外部环境,常常忽略了不同要素的协同功能和作用。

系统资源观认为,核心的创业资源对于组织的生存和发展具有重要作用,需要在发展的各个阶段促进资源整合并维持资源流动。因此,社会创业过程研究旨在回答社会创业组织创立的合法性以及资源整合的一系列问题,通过机会识别、组织建设和影响社会其他成员来倡导社会价值主张。创造社会价值的使命常常迫使组织放弃全部或部分经济利益,从而在获取资源方面面临更加突出和复杂的挑战。社会创业组织需要在金融资本、人力资本以及其他资源方面积极行动。一方面,实现社会目标需要长期投资,金融机构评估人员常常低估社会创业的合法性,并高估其投资风险,他们更趋向于忽视社会活动所能带来的长期社会价值和经济回报。另一方面,社会创业活动的重点之一就是争取稳定的人力资本。社会创业组织在吸引和留住人才以及争取志愿劳动方面仍然具有一些优势。另外,合法性也被视为社会创业组织掌控外部资源的工具之一<sup>[26]</sup>。

#### 四、社会创业视角下社会价值研究展望

经济全球化背景下,一大批敢想敢为和富有远见的创业者已经将开展社会创新和社会变革,进而谋求社会福祉作为组织的使命和愿景。但是总体而言,社会价值的研究基础较为薄弱,成果零散,缺乏系统性,未来的研究应在重点关注社会价值动态发展基础上继续深化。

##### (一) 厘清社会价值的概念内涵与基本框架

尽管早期研究者分别从能力理论、改善社会

福祉的需求和社会创业者个人特质等角度对社会价值的定义与内涵进行了阐释,但尚未形成统一的认识或受到认可的概念与基本框架,对其细分边界的认识仍然较为模糊。对社会价值内涵和外延的研究不仅关乎社会价值基本属性与核心构建的理解,也涉及对社会创业这个概念的深层次解析<sup>[27]</sup>。从广义上理解,社会创业就是一种可持续创造价值的方式,实质就是创造社会价值的完整过程,所以对社会价值概念内涵与基本框架的细致梳理对于回答社会创业实质的争论同样具有重要的学理贡献。

##### (二) 构建社会价值创造过程的整合性分析框架

通过对早期研究的回顾与总结可以看出社会价值创造过程既是一个日渐受到关注的研究主题,也是一个研究视角呈现碎片化、学科交叉且缺乏关联的研究领域,需要开展整合研究。另外,通过社会价值创造过程解决社会问题的中小微社会创业组织在实践领域中陷入的“社会价值与经济价值平衡两难”的困境也迫切需要社会价值创造过程整合框架的指导。未来研究首先需要对社会价值创造过程中主要涉及的核心维度、前置影响维度及其子维度,如社会使命(利他价值观、规范认同、社会目标关注度等)、商务模式(客户平台、价值网络、核心战略和战略性资源、创新性与协同性等)和社会绩效(社会影响、活动计划和政策等)等概念的模糊认识加以澄清与确定。同时也需要从社会创业生态系统观角度,注重对经济社会环境与后疫情时代各种行业产业政策进行综合分析,以期对社会价值创造过程形成更加全面与深入的认知与理解。

##### (三) 注重文化情境与数字化变革背景下社会价值创造过程的实证研究

纵观现有社会价值创造过程的相关研究成果,基本聚焦在传统的文化特殊性社会创业组织或非营利组织研究对象上,研究方法大多以文献综述和扎根研究为主。社会价值创造过程总是伴随创新与创业的发展而产生,创新创业过程日新月异,既需要充分考虑文化情境因素,又需要把

握时代特点与产业变革规律。信息化与数字化变革不仅对商业创业领域带来颠覆性发展,同样也在催促社会创业的理论研究和实践项目快速跟上并适应这些变化。事实上数字化变革与社会创业的结合已经在实践领域显示出巨大的推动社会变革潜力。未来研究应该结合不同的文化情境和数字化变革,对社会价值创造过程的产生机理、影响规律和实现方式等方面开展多角度实证研究,以便对该领域的理论探索、政策拟定和实践应用形成有力支撑。

### 参考文献:

- [1] JURGITA S, EIMANTAS K. Development of social entrepreneurship initiatives: A theoretical framework[J]. *Social and Behavioral Sciences*, 2015(213): 1015-1019.
- [2] AUSTIN J, STEVENSON H, WEISKILLERN J. Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2006, 30(1): 1-22.
- [3] DACIN P A, DACIN M T, MATEAR M. Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here[J]. *Academy of Management Perspectives*, 2010, 24(3): 37-57.
- [4] DEES G. Taking social entrepreneurship seriously[J]. *Social Science and Modern Society*, 2007, 44(3): 24-32.
- [5] ROBIN S. The process of value creation in social entrepreneurial firms[J]. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 2008, 8(21): 137-155.
- [6] ZEYEN A, BECKMANN M, AKHAVAN R. Social entrepreneurship business models: Managing innovation for social and economic value creation[J]. *Management*, 2014(21): 107-132.
- [7] CERTO S T, MILLER T. Social entrepreneurship: Key issues and concepts[J]. *Business Horizons*, 2008, 51(4): 267-271.
- [8] MCLOUGHLIN J, KAMINSKI J, SODAGAR B. A strategic approach to social impact of social enterprises: The SIMPLE methodology[J]. *Social Enterprise Journal*, 2009(2): 154-178.
- [9] BLOOM P, CHATTERJI A K. Scaling social entrepreneurial impact[J]. *California Management Review*, 2009, 51(3): 114-133.
- [10] DOMENICO M, HAUGH H, TRACEY P. Social bricolage: Theorizing social value creation in social enterprises[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2010(34): 681-703.
- [11] CHRISTLIEB J. Measuring social value creation: A quantitative study among social entrepreneurs[D]. Enschede: University of Twente, Netherlands, 2012.
- [12] MARTIN R L, OSBERG S. Social entrepreneurship: The case for definition[J]. *Stanford Social Innovation Review*, 2007(2): 29-39.
- [13] MAIR J, MARTI I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight[J]. *Journal of World Business*, 2006, 41(1): 36-44.
- [14] JAN L, RACHIDA J, SIRI T. Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: The Global Entrepreneurship Monitor social enterprise study[J]. *Small Business Economics*, 2013, 40(3): 693-714.
- [15] CYNTHIA G. SROI Act II: A call to action for next generation SROI[M]. San Francisco: REDF Press, 2009.
- [16] 斯晓夫, 刘志阳. 社会创业: 理论与实践[M]. 北京: 机械工业出版社, 2019: 113-115.  
SI Xiaofu, LIU Zhiyang. *Social entrepreneurship: Theory and practice*[M]. Beijing: China Machine Press, 2019: 113-115.
- [17] RANGAN K V, THULASIRAJ R D. Making sight affordable[J]. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 2007, 1(3): 35-49.
- [18] BOTTLE DREAM. 发现之手: 让视障女士变身乳腺癌“触觉体验员” [EB/OL]. (2017-08-07) [2021-03-01]. <https://www.bottledream.com/articles/17644>.  
BOTTLE DREAM. Hand of discovery: making visually impaired women become “tactile experiencers” of breast cancer.[EB/OL]. (2017-08-07) [2021-03-01]. <https://www.bottledream.com/articles/17644>.
- [19] WILSON F, POST J E. Business models for people, planet (& profits): Exploring the phenomena of social business: A market-based approach to social value creation[J]. *Small Business Economics*, 2013, 40(3): 715-737.
- [20] DUVNA H, STENHOLM P, BRANNBACK M. What are the outcomes of innovativeness within social entrepreneurship? The relationship between innovative orientation and social enterprise economic Performance[J].



- Journal of Strategic Innovation and Sustainability, 2012, 8(1): 68–80.
- [21] KATRE A, SALIIPANTE 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.
- [22] MATHILDE M. Understanding social performance: A “Practice Drift” at the frontline of microfinance institutions in bangladesh[J]. Development and Change, 2018, 50(3): 623–654.
- [23] KIM J B. Social value creation of social entrepreneurship: An empirical analysis[D]. Ulsan: Ulsan National Institute of Science and Technology, 2015: 7–17.
- [24] SU Xiaohua, ZHOU Yan, ZHANG Shujun. Social entrepreneurship from the perspective of opportunity: Integration analysis based on Timmons Process Model[J]. Journal of Human Resource and Sustainability Studies, 2019, 7: 438–461.
- [25] KEDMENEK I, REBERNIK M, PERIB J. The impact of individual characteristics on intentions to pursue social entrepreneurship[J]. Ekonomski Pregled, 2015, 1: 109–137.
- [26] 曹森. 组织形式及社企认证意愿对社会企业绩效的影响[D]. 成都: 电子科技大学, 2019(6): 11–15.
- CAO Sen. The influence of organizational form and social enterprise certification willingness on social enterprise performance[D]. Chengdu: University of Electronic Science and Technology of China, 2019(6): 11–15.
- [27] 刘志阳, 李斌, 陈和午. 企业家精神视角下的社会创业研究[J]. 管理世界, 2018(11): 171–173.
- LIU Zhiyang, LI Bin, CHEN Hewu. Research on social entrepreneurship from the perspective of entrepreneurship[J]. Management World, 2018(11): 171–173.

## Research and prospect of social value creation from the perspective of social entrepreneurship

ZHANG Jin

(Innovation and Entrepreneurship College, Guangdong Science and Technology Cadre College, Zhuhai 519090, China)

**Abstract:** Social entrepreneurship is a sustainable way to create value, the essence of which is the complete process of creating social value. Social value can be seen as the impact and improvement of individual, team or whole social life after the integration of resources and input of various factors, operation process and implementation of optimal system combination. Based on the existing research on the ability theory, the need to improve social well-being and the individual characteristics of social entrepreneurs, this paper summarizes the connotation of social value and the evaluation methods of social value. It analyzes the process of social value creation from three aspects: business model, influencing factors and entrepreneurial process model. Finally, the future research direction is prospected from three aspects: clarifying the concept, constructing the integrative analysis frame, paying attention to the social value creation process under the background of cultural context and digital transformation.

**Key Words:** social entrepreneurship; social value; business model; entrepreneurial process; influencing factors

[编辑：何彩章]