

DOI: 10.16538/j.cnki.fem.20230525.101

元宇宙与创业企业社会责任: 行动困境、 过程重构与未来方向

冉 戎, 王欣源, 杨笑然
(重庆大学 公共管理学院, 重庆400030)

摘 要: 数字化时代的创业企业能否以及如何突破履行社会责任不力的困境? 本文首先回顾了创业企业社会责任的概念, 并结合企业社会责任过程框架, 基于资源基础理论和利益相关者理论, 从问题识别、战略决策、履行过程和信息披露四个方面, 论证了元宇宙的革命性特征助力突破创业企业社会责任行动困境的机理。最后, 结合元宇宙下创业企业履行社会责任的过程重构思路, 提出创业企业履行社会责任的研究视角应该从现实互动转向虚拟互动、从单维身份转向多重身份, 并提出未来重要的研究方向和重点研究问题。

关键词: 元宇宙; 创业企业; 社会责任过程; 理论框架

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2023)07-0036-17

一、引 言

创业企业的社会责任履行是国内外学术界研究的重要议题(Song等, 2016; 王垒等, 2017; 李大元等, 2021)。自中共十八大提出“大众创业, 万众创新”战略和“十四五”规划中倡导“弘扬企业家精神”以来, 作为推动我国创新创业发展的关键主体, 创业企业日益活跃在公众视野, 被认为是促进创新和经济发展的动力, 也被期待着承担更多的社会责任(刘志阳等, 2019; 田茂利, 2012)。虽然许多学者已经提出, 履行社会责任能够为包括创业企业在内的众多企业带来益处, 如提高声誉、获得稀缺资源、维护利益相关者关系、提高经济绩效等(王垒等, 2017; 谢佩洪等, 2019; Du等, 2019; 刘艳博和耿修林, 2021), 但是, 创业企业作为市场中的新兴主体, 在履行社会责任的过程中面临着愈发窘迫的困境。例如, 创业企业对存活和发展的迫切关注, 使其减少社会责任投入甚至忽略履行社会责任(王加灿, 2006; 阮丽旻等, 2017); 创业企业的初创性使其社会责任实践难以获得消费者的关注和认可(Liu和Xu, 2021; Tang和Tang, 2018), 进而影响

收稿日期: 2023-02-10

基金项目: 国家自然科学基金项目(72074035); 国家自然科学基金重大项目(2091313); 中央高校基本科研业务费项目(2020CDJSK01PT20)

作者简介: 冉 戎(1978—), 男, 重庆大学公共管理学院教授;

王欣源(2000—), 女, 重庆大学公共管理学院硕士研究生(通讯作者, 202201021012@stu.cqu.edu.cn);

杨笑然(1997—), 女, 重庆大学公共管理学院博士研究生。

了创业企业履行社会责任的积极性。因此,深入探析创业企业履行社会责任的行为困境及其解决方案,对丰富创业企业社会责任的研究议题具有重要意义。

元宇宙作为数字技术进步过程中最新的发展成果,使创业企业所处市场环境发生变化,会对创业企业社会责任产生深远影响(何帆和刘红霞,2019)。作为近二十年来各种前沿技术(虚拟世界技术、通信技术和人工智能技术等)成熟后互相融合的成果,元宇宙推动了全球各领域企业改变经营布局,积极拓展元宇宙赛道(Nevelsteen,2018),使得整个市场愈发重视融合和应用元宇宙。例如,2021年“元宇宙第一股”游戏公司Roblox成功上市。随后,Facebook更名为META,宣布实现战略转型(方凌智和沈煌南,2022)。国际上的元宇宙应用也带动着国内的互联网公司的元宇宙布局,腾讯、网易等多个互联网企业均在未来业务中融合应用元宇宙(喻国明和耿晓梦,2022)。这引起理论界对元宇宙的关注,开始探索元宇宙在解决企业发展困境方面的效用(Dionisio等,2013)。例如,将元宇宙纳入银行信用风险管理模式,以解决企业融资的征信和信贷风险(周雷等,2022)。利用元宇宙技术建立“商贸平台+商贸产业”的电商新模式,能够破除电商企业技术薄弱和体验感不足的问题(杨勇等,2022)。创业企业具有高度的环境敏感性,可以充分利用外界技术环境和感知市场环境以更好地塑造和发展自身(Marcon和Ribeiro,2021)。有研究表明,在互联网时代下,创业企业能利用数字平台获取信息,提高对市场的信息掌控度,也能够基于互联网时代的技术环境提升业务效率和获得发展(Battistella等,2017;肖红军等,2021;项国鹏等,2022)。元宇宙作为数字时代的最新技术形态,其特征深刻影响了创业企业所处的市场环境,并助力众多企业突出发展困境,必然会对创业企业社会责任产生影响(肖红军等,2021;刘志阳等,2021;陆亮亮等,2023)。这启发本文关注以下研究问题,作为一种新型数字技术,元宇宙对创业企业社会责任过程的影响机理是怎样的?在元宇宙影响下,创业企业如何突破自身社会责任困境,实现企业社会责任的重构?

本文首先对元宇宙的概念、演进和特征进行归纳总结。其次,对创业企业社会责任相关研究进行梳理,分析现有研究不足。随后,基于企业社会责任过程,梳理创业企业在履行企业社会责任时的困境和原因。在此基础上结合元宇宙主要特征,从理论层面讨论了元宇宙助力突破创业企业履行社会责任困境的机理。最后,从企业社会责任过程视角,提出元宇宙影响下创业企业履行企业社会责任的重构思路。并且,基于“现实互动过渡到虚拟互动、从单维身份过渡到多重身份”的理念,剖析未来研究的重要方向和问题。

本文的贡献在于:第一,明晰创业企业社会责任的定义,为完善创业企业社会责任的相关研究提供概念支撑。第二,探明元宇宙对创业企业社会责任行为困境的影响机理,为解决数字化时代创业企业面临的社会责任困境提供了理论参考。第三,构建元宇宙的影响下创业企业社会责任的重构思路,并提出未来研究方向,为创业企业提供了社会责任逻辑变革思路,也为未来元宇宙与创业企业社会责任研究奠定基础。

二、技术背景与文献回顾

(一)技术背景

1. 元宇宙概念

随着“元宇宙第一股”Roblox公司成功上市以及Facebook公司更名为META,元宇宙持续受外界关注,但是学术界内对其一直没有明确的定义。以往学者对元宇宙进行了描述,Davis等(2009)将元宇宙技术定义为一组用于通信、渲染、交互和团队过程的功能,强调了元宇宙的交互性。喻国明(2021)认为元宇宙是互联网、虚拟现实、沉浸式体验、区块链、云计算及数字孪生等互联网全要素的未来融合形态。袁园和杨永忠(2022)认为元宇宙是一种起始于游戏平台、奠

基于数字货币、并由一系列集合式数字技术和硬件技术同步涌现所支持的、人类生活深度介入其中的虚拟世界及生存愿景。虽然定义各不相同,但能清晰认识到元宇宙的到来对人类社会的创造力和运作方式将产生极大影响。这为社会责任研究提供了一个生动的研究新场景,可以通过元宇宙来探索更具虚实互动和高度融合的创业企业社会责任新未来。

2. 元宇宙的演进

元宇宙最早在小说、游戏和影视作品中得到描述,与游戏、互联网、人工智能技术、数字化、虚拟现实等紧密相关。元宇宙(Metaverse)一词最早出现于尼尔·史蒂文森1992年出版的小说《雪崩》中,被设想为一个平行于现实世界的另一重时空。电影《头号玩家》中,元宇宙是一个现实世界和虚拟世界无缝融合的世界。游戏《第二人生》中的元宇宙,将每个用户数字化,可以在游戏中自由设定身份和行动,不受物理世界的各种限制(Papagiannidis等,2008)。

然而,元宇宙并不是游戏产品,它被认为是互联网的最高形态,即数字化时代的重要形态。互联网发展从web1.0(信息时代),过渡到web2.0(关系时代),并正在步入web3.0(数字化时代)(Hendler,2009;Barassi和Treré,2012)。在web1.0(信息时代),互联网的普及给社会信息传递方式带来了颠覆性的改变,信息传递变得即时与便捷(方凌智和沈煌南,2022)。在web2.0(关系时代),QQ、微信等即时性社交软件兴起,人与人的交流打破了空间的距离,虚拟化的人际网络在互联网上建立起来(方凌智和沈煌南,2022)。随着智能技术的高度发达,互联网发展进入了web3.0,即数字化时代。在此阶段,互联网的发展重心从信息转移到人本身,交互方式也逐渐从信息转变到以人为中心,更加强调人的沉浸感以及与万物的交互(方凌智和沈煌南,2022;Kraus等,2022)。互联网交互中心的转移和交互水平的提升,既体现了人工智能技术的进步,也是媒介技术的进步。因此元宇宙伴随着互联网的发展而出现,但范畴又超越互联网(Barassi和Treré,2012)。

此外,元宇宙的实现需要沉浸式的三维数字环境,其发展依赖于虚拟现实技术。与互联网时代的信息交换或者人际关系网络不同,元宇宙对交互的维度要求更高,在这背后,需要虚拟现实技术的支撑(Davis等,2009)。元宇宙强调将单一虚拟世界转变为参与者间互联互通的大型虚拟世界网络,需要高维度沉浸感。克服参与者间的地理和身份等距离,对元宇宙的形成至关重要。已有学者研究发现,虚拟现实技术能够使参与者感知到他们与虚拟环境而非实际物理环境的交互(Grinberg等,2014;Dwivedi等,2022)。并且,虚拟现实技术能够克服距离分散和身份差异等带来的挑战,进而产生更高维的沉浸感(Nevelsteen,2018)。因而,虚拟现实技术对于元宇宙的高维沉浸的形成,发挥着不可替代的作用。

3. 元宇宙的特征

元宇宙诞生于小说、游戏和影视作品,其发展依赖于数字通信技术和虚拟世界技术。对元宇宙概念的直接描述较为困难,但是对元宇宙特征进行描述易于得到元宇宙的具体认识。沉浸性、交互性和去中心化的特征是学者们对元宇宙的共识,使其区别于互联网(Davis等,2009;方凌智和沈煌南,2022;Dwivedi等,2022)。

沉浸性是指元宇宙能够以超高拟真技术生动再现现实世界,使人身临其境。元宇宙沉浸性的实现依赖虚拟现实技术创造的网络虚拟环境(Nevelsteen,2018)。虚拟环境会让人们产生强烈的临场感和真实性,让人们产生脱离现实人格,并同数字替身完全融为一体的感觉(Davis等,2009)。目前来说,通信技术的发展还不能实现真正跨越空间的交流,如微信等通讯软件仅能实现实时通讯,但难以做到感官沉浸。正如喻国明(2021)在其研究中强调的,目前的科技能解决精准信息和服务适配的问题,但是还不能实现沉浸式体验。而元宇宙能够将虚拟世界和现实世界无缝连接在一起,即利用搭载虚拟现实技术的智能穿戴设备或数字技术,将现实世界中的个

体和场景进行拓展和升维,搭建起具备临场感和真实感的万物互联虚拟世界。

交互性是沉浸性的进一步强化,指通过仿真及增强现实技术连接现实世界,实现互相影响。目前的技术发展都在加深人与人、人与环境的交互程度,元宇宙的落地更突出了交互特征。这种交互与当今互联网发挥的“上传—下载”的交互不同。元宇宙交互性的特征改革传统的交互模式,强调从全方面多角度融入现实世界,实现虚拟与现实世界的相互影响(张辉等,2023;郭海等,2023)。如数字孪生已经开始应用于先进的数字制造业中,即把现实世界中的物体结构强度、刚性、稳定性、热传导等特性进行建模,从而更好地进行现实世界的研发制造。值得注意的是,元宇宙交互性带来的虚拟与现实世界中人与人、人与环境的互相影响,也能够催生出众多形式变革和需求革新(Davis等,2009;郭海等,2023)。

去中心化是指元宇宙基于TCP/IP协议上的服务技术(Hendler,2009),能够破除资源垄断,实现交互中的主体身份认知和去权威化,并且规范数字技术伦理。回顾互联网发展的历史,互联网的底层逻辑有两个漏洞:一方面,一般来说只有实力强劲的公司才能开发出成本很高的平台级产品,这样容易形成垄断,不利于市场竞争(Zyskind等,2015);另一方面,通过构建防火墙来保护互联网底层协议的方式过于简单,容易被攻破,所以会导致欺诈案件的发生。而元宇宙在区块链技术上建立了新的底层协议,将去中心化发挥得更加淋漓尽致。首先,去中心化一定程度破除了资源垄断。元宇宙下,数据的验证、记账、存储、维护和传输等过程均是基于分布式系统结构,资源不再被核心主体垄断,可获得性大大提升。其次,主体身份认知和去权威化在元宇宙去中心化的数字社会得到凸显。在宽广互联的元宇宙中,主体能够清晰认知自身身份并在元宇宙中找到自我的身份价值,实现主体间相互协调、相互作用的平等交互。最后,数字伦理在元宇宙数字社会得到去中心化。互联网时代,数字隐私、信任问题、公平正义问题出现了危机,并且越来越得到广泛关注。去中心化具有时序数据、集体维护、可编程和安全可信等特点,因此能够在元宇宙数字社会对数字隐私进行规范。

(二)创业企业社会责任文献回顾

1. 创业企业社会责任概念

对企业社会责任的研究最早可以追溯到1960年,早年对企业社会责任问题的研究主要集中于成立大中型成熟企业(Wang和Sarkis,2017;Tang和Tang,2018)。近年来,研究者开始关注到创业企业社会责任的重要性(Harris等,2009)。但是,对于创业企业社会责任的内涵尚未进行明确定义。一方面,有学者从“社会公民”的角度理解创业企业社会责任。刘柏和卢家锐(2018)提出,企业可以被视为普通社会公民,不管企业是何种类型和发展层次,都需要像普通公民一样履行自己应尽的社会责任和社会义务。另一方面,有学者将创业企业社会责任的研究与创业伦理和企业家素质联系在一起。中国企业家调查系统(2016)和Ma等(2020)指出,创业企业社会责任最初的形态是创业伦理,是指企业内部正式和非正式机构整合后指导的企业行为标准,如创造新产品或服务、提供就业机会。Harris等(2009)和Devece等(2016)认为,创业企业社会责任是创业企业家基于个人素质的道德决策。总体而言,以往学者对于创业企业社会责任的定义是对其定义较为模糊。基于已有研究,本文将创业企业社会责任界定为:创业企业社会责任是指初创企业在面对自身生存发展困境的同时,积极承担面向企业内部利益相关者(企业所有者、员工等)、外部利益相关者(客户、供应商、政府等)的社会责任,实现企业自身生存发展与经济社会可持续发展的统一。

2. 创业企业社会责任研究进展

随着企业社会责任的研究逐渐走向成熟,现有文献开始关注创业企业社会责任的研究,并主要从创业承担社会责任的必要性、方式和驱动因素两方面进行研究。首先,已有研究强调了

创业企业承担社会责任的必要性。基于委托-代理理论、利益相关者理论、声誉理论和资源基础理论的研究均表明,无论是从满足社会需要、平衡各方利益,还是塑造企业声誉、助力企业发展和竞争方面,都需要企业承担社会责任(温素彬和方苑,2008;田茂利,2012;Wang和Sarkis,2017)。对于创业企业而言,承担社会责任同样具有必要性,是外部环境压力和企业发展诉求共同作用下的必然选择。例如,张慧玉和尹珏林(2011)在其研究中强调,创业企业必须与大中型成熟企业一同承担社会责任,这是经济负外部性、利益相关者压力和制度环境挑战下的必然选择。其次,已有研究指出创业企业社会责任会有选择地履行社会责任。Song等(2016)研究表明,企业在执行社会责任实践的过程中,更倾向于选择跟国际业务(如出口)相关的社会责任内容;Zhang等(2021)从CEO导向的角度研究发现,以CEO的选择为导向的创业企业在履行社会责任时更偏好选择参与企业社会责任创新,而非企业慈善捐赠的社会责任。最后,已有研究突出了制度和战略导向对创业企业社会责任的驱动作用。眭文娟和张慧玉(2015)从市场战略方面对创业企业战略导向的作用进行了研究,发现相对于保守型战略导向,探索型战略导向更能显著促进新创企业的慈善捐赠。包英群等(2017)分析了正式与非正式制度嵌入对新创企业社会责任参与的调节作用,研究发现两者对新创企业社会责任参与都有显著的正向效应,但是非正式制度嵌入的影响更大。王钰和胡海青(2021)基于创业导向与社会责任双重视角,以知识产权保护为例探究了制度保障与新创企业绩效的关系,发现宏观制度保障能够提高新创企业的绩效。

现有研究不断提高对创业企业社会责任的关注,对创业企业承担社会责任的必要性、方式和驱动要素进行了一定的分析。但是,现有文献中系统性地梳理创业企业履行社会责任困境并构建理论框架的研究尚不充足。已有学者指出,剖析创业企业社会责任困境是开展创业企业社会责任研究的前提和基础(张慧玉和尹珏林,2011;包英群等,2017)。但是,目前有关创业企业社会责任的研究与元宇宙的研究联系不强。已有研究强调,元宇宙以人工智能、虚拟世界技术等数字化技术为载体,对社会秩序以及经济环境都带来影响,并在未来持续发展,势必会引起企业运行方式的变革(Nevelsteen,2018)。因此,本文将基于企业社会责任过程框架,研究元宇宙对创业企业社会责任的影响,完善创业企业社会责任相关研究,为研究元宇宙对社会秩序以及市场环境的影响提供理论参考。

三、元宇宙影响创业企业社会责任行动困境的机理

企业社会责任过程包括企业社会责任问题的识别、企业社会责任战略决策、企业社会责任履行过程以及企业社会责任披露(肖红军等,2021;新时代企业高质量发展研究中心课题组,2022)。在创业企业社会责任过程中,利益相关者是其社会责任识别和披露的逻辑起点,形成资源壁垒是其社会责任决策和履行的本原动力。具体而言,一方面,利益相关者理论强调企业的生存和发展依赖提供物质资本、人力资本以及公共资本等的利益相关者,企业需要有效地处理与各种利益相关者的关系。这形成了创业企业识别和披露社会责任的逻辑起点。另一方面,资源基础观强调,企业成长所需的持续竞争优势来自其所具有的优良资源禀赋(Randrianasolo和Semenov,2022)。拥有强大内部资源的企业具有“资源定位壁垒”,而整合和利用自由优质资源来进行社会责任决策并做好社会责任履行方式的资源布局,能为企业带来独特的竞争优势。这产生了创业企业社会责任决策和履行的本源动力。因此,本文基于利益相关者理论聚焦企业社会责任过程中的识别和披露问题,基于资源基础观探究企业社会责任过程中的决策和履行问题,对创业企业履责过程中面临的困境进行梳理(如图1所示)。进而,深入探究元宇宙影响创业企业社会责任的机理。

(一) 创业企业社会责任的行动困境

首先,在社会责任问题识别方面,创业企业利益相关者网络局限性导致其对利益相关者诉求不清晰,难以识别社会责任问题。社会责任问题识别的核心是对利益相关者诉求的界定,即明确承担哪些利益相关者的社会责任,对社会责任哪些方面进行承担(新时代企业高质量发展研究中心课题组,2022)。田茂利(2012)、Li等(2020)以及Marcon和Ribeiro(2021)的研究中均强调,创业企业与包括政府、消费者和供应链上下游企业在内的利益相关者关系较为薄弱,在识别利益相关者诉求时易



图1 创业企业社会责任困境

受到干扰,从而无法更好地履行社会责任。例如,互联网生态衍生了平台经济,即卖方向平台让渡权利或者提供收益来置换平台资源,而平台利用这些权利最大化自身收益,导致了内容管理权缺失、用户信息泄露等企业社会责任缺失问题(Hendler,2009;Zyskind等,2015;肖红军和阳镇,2020;阳镇和陈劲,2020)。同时,Udayasanka(2008)、Lechner和Gudmundsson(2014)、Wang(2021)均发现,创业企业在其所在地和行业中均处于边缘地位,且容易受同行企业社会缺失的同构效应负面影响。

其次,在企业社会责任战略决策方面,创业企业人才积累少,治理水平低,导致其在社会责任问题战略决策方面能力不足。社会责任问题战略决策的核心是企业对于利益相关者采取怎样的态度与预期行为。已有的研究强调,资源和能力的积累是社会责任战略决策的前提(Song等,2016)。创业企业人才积累少,治理能力弱,严重影响了其社会责任战略决策能力(Battistella等,2017)。一方面,由于创业企业规模小,对人才的吸引力不足,在对企业治理问题进行决策时依赖于“启发式决策”模式(于晓宇和蔡莉,2013)。然而,“启发式决策”模式下,创业企业难以谨慎和周密地进行社会责任决策。另一方面,由于创业企业成立时间短,治理模式尚不完善,缺乏合理的操作流程和程序、有效沟通的内部系统和结构以及利益相关者的稳定关系(Van Gelderen等,2021),使得企业决策随意性和投机性较大,难以做出收益最大化的社会责任战略决策,容易造成资源浪费。进而,使得创业企业更加忽视社会责任,进入了低效社会责任决策的恶性循环。

再次,在企业社会责任履行时,创业企业自身资源匮乏,在履行社会责任时面临资源匮乏和外部环境异化影响。社会责任履行过程的核心问题是如何满足利益相关者的诉求。一方面,资源匮乏限制了创业企业履行社会责任。大中型成熟企业利用自身资源的优越性攫取更多信息,这对于初始资源积累较少的企业而言,信息差负向加强了资源配置的不均衡。例如,王加灿(2006)、田茂利(2012)和王垒等(2017)均指出,处于初创期的创业企业资源匮乏,首要目标是解决生存的关键问题,容易忽视社会责任履行。另一方面,环境异化阻碍了创业企业社会责任的履行。在平台经济下,平台型企业的垄断导致市场秩序混乱,巨头瓜分市场,创业企业生存空间受到挤压(Song等,2016;肖红军和李平,2019),给创业企业营造了不利于履行社会责任的外部环境。例如,阳镇和陈劲(2020)、Sánchez-Pérez等(2021)的研究均强调,支撑平台经济的算法具有的“黑箱”属性,使得算法提供者与算法使用者之间信息不对称问题严重。而这样的问题同样会体现在创业企业的社会责任履行过程中,导致创业企业难以有效履行社会责任。

最后,在社会责任披露环节,创业企业社会责任披露程度低,且自愿性披露不强。社会责任披露的核心是如何展现企业社会责任投入和成效。企业社会责任披露分为自愿性披露和强制性披露(谭克诚和张衔,2013)。一方面,披露渠道不足限制了创业企业社会责任披露的程度。例如,Udayasankar(2008)和李云鹤等(2011)的研究均指出,由于处于初创阶段,创业企业普遍属于中小型企业范畴,能获得的社会责任披露渠道有限。另一方面,披露收益有限和监管压力较小阻碍了创业企业自愿披露的强度提升。例如,张芬芬(2016)分析了创业企业年报发现,创业企业大多不主动披露社会责任信息,自愿性披露水平有待提高。眭文娟和张慧玉(2015)的研究强调,由于创业规模较小且相对保守,这第三方对其进行管理和评价造成了困难。

基于利益相关者理论和资源基础观,梳理了创业企业社会责任的行为困境(如图1所示),发现创业企业面临着社会责任问题难以识别,社会责任问题战略决策能力不足,履行社会责任资源匮乏以及社会责任披露程度低的困境。当今数字化时代下,创业企业社会责任亟待摆脱现有困境。

(二)元宇宙对创业企业社会责任行为困境的影响机理

由前文回顾可知,创业企业履行社会责任的积极性和状况不佳。其中,创业企业对社会责任问题难以识别,在社会责任问题战略决策方面能力不足,在社会责任履行过程中缺乏资源以及社会责任披露程度低。因此,有必要以创业企业社会责任过程为研究框架,利用元宇宙的沉浸性、交互性和去中心化特征对创业企业社会责任行为困境的影响机理进行研究。

1. 实现社会责任问题的清晰识别

元宇宙的去中心化与沉浸性特征使得创业企业社会责任议题的识别和可行性分析成为可能。创业企业对社会责任议题的选择分为两个阶段:第一阶段,创业企业对可能的社会责任议题进行识别;第二阶段,在第一阶段识别的基础上,进行可行性分析,进一步明确创业企业能够进行实践的社会责任议题。一方面,元宇宙的去中心化特征,使资源不被成熟企业所垄断,让创业企业拥有更多的资源进行社会责任问题的识别。另一方面,元宇宙的沉浸性特征,能够将过去和未来、远方和近处联系起来,实现真正的感官沉浸,体验真正的现场(方凌智和沈煌南,2022)。即,通过元宇宙技术建立起包含视听嗅味等多方面感官刺激的虚拟世界,将现实世界无法展现和利用的社会问题具象化和立体化(王德宇等,2016;吴春雅等,2020),分析当前社会发展存在的重要问题。例如,数字孪生已经开始应用于模拟未来尖端制造业以及科研行业的制造和实验过程;51WORLD推出的元宇宙产品落地后,可以通过建立虚拟会议室和待客空间,解决创业企业的资源桎梏^①。同样,元宇宙能为创业企业社会责任识别提供虚拟资源助力,帮助创业企业迈过资源鸿沟。并且,在元宇宙中,创业企业构建社会责任行为场景,利用数字化身模拟社会责任行为,以进一步分析社会责任议题的可行性。

2. 重塑社会责任战略的决策逻辑

元宇宙的去中心化和交互性特征使得创业企业社会责任战略的决策逻辑向“利益相关者价值共创”方向发生转变。价值共创是企业价值创造的一种观点,指价值创造主体通过服务交换和资源整合而共同创造价值的动态过程。在传统的企业价值创造观点下,企业和相关者扮演的是相互独立的不同角色,价值由企业独自创造,相关者(用户与供应商)是价值的接收者和使用者(吴瑶等,2017)。在此观点下企业社会责任行为的底层逻辑是单向为用户创造价值。而随着时代发展和竞争环境的变化,利益相关者的需求也发生变化,不仅局限于使用企业创造出来的价值,而且要求与企业进行价值共创。这对企业的信息获取与交互方式提出了挑战。首先,价值共创要求企业明晰利益相关者诉求;其次,要求企业变革与利益相关者的交互方式。元宇宙

^①参见<https://zhuanlan.zhihu.com/p/540406082>。

的去中心化和交互性特征能对上述问题提供解决方案。一方面,元宇宙的去中心化能够透明化企业和利益相关者信息,使得创业企业更充分地掌握利益相关者的诉求,并据此做出社会责任战略决策调整。另一方面,交互性使得元宇宙的交互方式得到变革,赋予使用者对创作内容的所有权,进而达到价值共创的目的(Van Gelderen等,2021)。例如,在游戏Alt-Space中,用户能够自己创建数字化身,在一些场景,用户能够与朋友或者与陌生人进行交流(张洪忠等,2022)。类似地,元宇宙使得用户参与可能性大大提高,这也为用户参与社会责任共创提供可能(张宁等,2023)。就影响深度而言,让利益相关者积极参与可以让他们感到更有价值,这将进一步建立创业企业与用户之间的信任感。

3. 突破社会责任履行的现实困境

元宇宙的去中心化特征从资源获取和竞争格局重构的角度,帮助创业企业突破社会责任履行过程中的资源困境以及外部社会责任异化困境。资源基础观认为,创业企业履行社会责任需要投入资源,但创业企业却处于资源匮乏的状态,无论资金的获取还是人才的招揽都存在客观阻碍(惠祥等,2016; Song等,2016)。从竞争格局角度,大中型成熟企业主导市场资源的流动与价值拥有,其商业竞争模式引发恶性商业竞争问题。这导致创业企业面临恶劣的社会责任外部环境,不利于自身社会责任的履行。元宇宙的去中心化特征能够从以下两个方面为这些问题提供解决方案:首先,去中心化通过优化创业网络,帮助创业企业迈过资源鸿沟(张建军和赵启兰,2017; Battistella等,2017)。创业网络指创业企业经营过程中所参与并构建的网络。创业网络的优化可以弥补企业创立和成长过程中由“新进入者缺陷”导致的资源和技术能力方面的劣势,促进企业获取更多资源用于社会责任履行(朱秀梅和李明芳,2011)。例如,元宇宙技术将财政金融、政府服务、信用管理等多个领域纳入创业网络,促进创业企业在其中获取更多资金支持和信贷服务(刘志阳和陈咏昶,2020)。其次,由于去中心化的开源性,大中型成熟企业对资源的垄断不复存在,“赢者通吃”的竞争格局得以改善。同时,元宇宙下的数据存储方式具有高安全性和保密性的特点,能够储存重要隐私数据,不受恶意侵犯。从这一角度上说,元宇宙在一定程度上为创业企业解决了履行社会责任外部环境束缚,重构了新的市场秩序,使创业企业获得重新入场的机会。

4. 拓宽社会责任披露的数字渠道

元宇宙的沉浸性和交互性特征能够拓宽创业企业社会责任信息披露渠道,并为监管者提供更直观的监管手段。创业企业社会责任信息披露程度低的问题是由创业企业披露意愿不足导致的(Michelon等,2015; Ali等,2017)。而披露意愿不足受到下面两方面因素影响。一方面,创业企业社会责任披露渠道较少,使得创业企业无法通过有效展示自身社会责任成果,不利于创业企业社会责任的披露积极性提升。另一方面,在外部环境中,第三方监管者(政府或公众)对创业企业社会责任披露的关注和监管有限,这使得创业企业并未受到监管压力的影响,打消了创业企业社会责任的披露意愿。而元宇宙沉浸式与交互式结合的披露方式能够对现实世界进行模拟,让企业将其社会责任信息披露通过元宇宙真实地展现在公众视野,为创业企业提供更为广泛的披露渠道。并且,元宇宙能够提高外部监管水平,使得创业企业受到来自政府和民众的更加有力监管。即,沉浸式与交互式结合的披露方式能够为第三方(政府和公众)监管提供更多信息,便于第三方制定披露标准、掌握披露情况。

四、元宇宙影响创业企业社会责任过程的重构思路

创业企业社会责任过程的各个环节的均会受到元宇宙特性的影响。因此,本部分围绕企业社会责任过程,分析元宇宙影响下创业企业对社会责任问题的识别、战略决策、履行以及披露

四个环节的重构机制(如图2所示)。并且,基于现有研究进展,遵循“现实互动过渡到虚拟互动、从单维身份过渡到多重身份”的思路,提出元宇宙影响下创业企业社会责任过程的未来重构思路,为研究推进提供充足的理论基础。

(一)识别过程重构

在元宇宙影响下,创业企业社会责任问题识别重构的关键在于建立社会责任议题识别流程以及元宇宙可行性分析生态,从而有效应对识别过程中“承担哪些利益相关者的社会责任,对社会责任哪些方面进行承担”的问题。

首先,以利益相关者诉求为导向,利用元宇宙构建社会责任识别流程,为创业企业选择适当的社会责任议题。在识别过程中,元宇宙的虚拟现实技术能为社会责任的识别提供支持,重构企业与社会的链接关系,帮助企业战略决策者更清晰地了解、识别、构建与选择相应的社会责任议题。第一,利用元宇宙提供的技术基础,从企业内部到外部确定利益相关者范围。第二,在元宇宙提供的虚拟场景中,对利益相关者诉求进行明确,对数据进行核算、分析及决策,构建社会问题识别数据分析库。第三,整合创业企业自身资源与优势,识别出创业企业可能面临的社会责任议题。其次,利用元宇宙构建创业企业社会责任可行性分析生态,通过仿真的模拟过程以及直观的模拟结果分析履行社会责任的可行性。具体来说,利用虚拟现实、增强现实与数字孪生技术,创业企业能将在现实世界面临的社会责任问题放到元宇宙场景,在元宇宙中对即将履行的社会责任问题进行模拟。进而,从经济与社会角度,对履行社会责任所需的资源以及造成的影响进行模拟分析。最后,结合自身资源优势对履行社会责任的可行性进行分析和确定,帮助创业企业决策者进行社会责任决策。

(二)决策过程重构

在元宇宙影响下,创业企业社会责任战略决策重构的关键在于建立基于价值共创的利益相关者服务生态系统和动态网络决策系统,从而有效应对决策过程中“企业对于利益相关者采取怎样的态度与预期行为”的问题。

首先,创业企业从底层逻辑的角度调整决策导向,利用元宇宙生态下的万物互联网络加强与用户的联系,发展出基于价值共创的利益相关者服务生态系统。在传统企业社会责任领域,创业企业利益相关者网络薄弱,无法以企业的个体行为对社会的影响为逻辑起点进行履责。而元宇宙将利益相关者框架下的社会责任履行逻辑拓展至价值共创视域下,有助于创业企业构建社会责任战略决策的服务生态系统。具体而言,创业企业可以基于元宇宙的交互性,提高与利益相关者的紧密联系,打通与外部环境的融合通道。从而,在承担社会责任的过程中,强调多主体间的价值共创,共同实现社会责任目标。并且,通过与环境的互动,形成良性循环的服务生态(Battistella等,2017;项国鹏等,2022)。其次,创业企业从行为方式决策上进行调整,将顾客和企业构成的二元视角拓展到众多利益相关者和企业构成的更为广泛复杂的动态网络决策系统。对于创业企业而言,元宇宙的去中心化特征一定程度上解决了其资源匮乏的困境,交互性又打破了与利益相关者之间的壁垒。因而,创业企业不仅可以作为个体利用现有资源充分履行社会责任,还可以进一步联动利益相关者(如用户和供应链上下游企业)形成履责的耦合体,使之参与企业价值共创,即通过元宇宙与利益相关者建立牢固联系,建立众多利益相关者和企业构成的更为广泛复杂的动态网络决策系统。利用这一动态网络决策系统,创业企业可以进一步在虚拟世界中进行高效决策,提高社会责任战略决策的合理性。

(三)履行过程重构

在元宇宙影响下,创业企业社会责任履行过程重构的关键在于建立社会责任履行内容和行为方式的新范式,从而有效应对履行过程中“如何满足利益相关者的诉求”的问题。

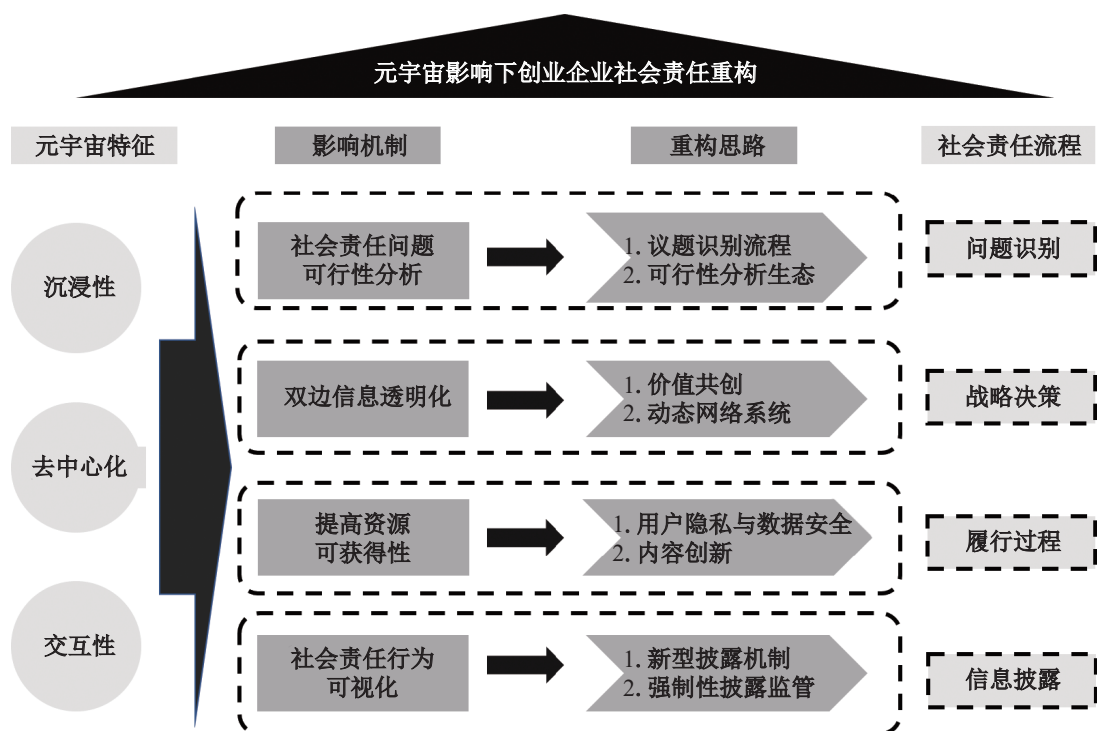


图2 元宇宙影响下创业企业社会责任重构

首先,创业企业从社会责任承担上进行调整,主动获取资源,将保护用户隐私和数据安全纳入企业社会责任内容,并使之成为社会责任基本内容。在传统社会责任框架下,企业社会责任行为忽略了用户隐私和数据安全问题。甚至,出现了用户隐私泄露、数据恶意篡改的社会责任异化行为,这使得创业企业面临着恶劣的外部环境。元宇宙为创业企业消除了许多外部环境障碍,使得资源的分布和惠及面更广,创业企业能够进行资源的获取、创造,并拥有自己的创造成果,这给创业企业提供了更多均等的机会。在元宇宙影响下,创业企业应该拓展自身的社会责任范围,主动承担保护用户隐私和数据安全的责任,并将其作为社会责任基本内容的一部分进行识别、履行和披露。其次,创业企业借助资源可获得性进行技术创新,开辟新的企业社会责任竞争赛道。对于创业企业来说,社会责任承担力度以及公众关注度远远不如大中型成熟企业。如果继续与大中型成熟企业在企业社会责任履行方面在同一赛道竞争,会使自身资源匮乏陷入恶性循环,所以急需找寻新的行为方式,从而在新的赛道上后发赶超。元宇宙时代的到来为给创业企业开辟新的赛道提供了条件,创业企业可以通过元宇宙的特征,推动层次多级、方式多样、主体多元的立体化、全方位的独特社会责任体系,进一步满足社会责任履行的个性化、时代化和优质化需求。例如,绿色技术创新是一种重要的企业环境责任,当前元宇宙技术的发展为创业企业利用绿色技术创新承担社会责任提供了新的行为方式——将元宇宙的技术基础(如虚拟现实、增强现实和数字孪生等)注入绿色技术、服务或产品的研发过程中,形成具有差异化优势的社会责任履行新赛道。

(四)披露过程重构

在元宇宙影响下,创业企业社会责任信息披露过程重构的关键在于重塑社会责任披露的渠道和外部监管路径,从而有效应对披露过程中“如何回应利益相关者诉求,展现企业社会责任投入和成效”的问题。

首先,基于披露手段多样、披露内容多元的原则,利用元宇宙环境将创业企业自身社会责任成果进行虚拟呈现,建立虚拟与现实结合的新型社会责任信息披露机制。传统的社会责任披露方式无法解决创业企业社会责任披露程度低的问题。创业企业有选择地进行社会责任履行,甚至出现避重就轻的现象(Song等,2016)。究其原因,一方面,创业企业无法准确捕捉利益相关者对信息披露的诉求,因此无法采取合适的披露手段对利益相关者诉求进行回应;另一方面,创业企业披露渠道窄,披露方式受限,因此无法达到对信息披露效果的期望。在元宇宙影响下,创业企业披露方式得以向虚实结合的方向进行重构。具体而言,创业企业借助区块链和人工智能的技术支持准确分析利益相关者对企业社会责任信息披露的期望与偏好。然后,针对不同利益相关者的期望与偏好,创业企业借助虚拟世界技术采取不同的披露手段,将履行社会责任的过程加以呈现,正面回应利益相关者诉求并调节各方诉求之间的冲突。例如,对慈善捐赠行为进行社会责任信息披露时,利益相关者关心的问题更可能是慈善捐赠是否到位。因此,创业企业可以借助元宇宙虚拟世界将慈善捐赠的流程以及资金最终去向展现在利益相关者眼前。其次,对创业企业社会责任信息披露的监管实现“以强制性披露为主、自愿性披露并行”的重构方式。社会责任信息披露模式可以分为自愿性披露和强制性披露。长期以来,企业社会责任对于创业企业而言都是避而不谈的“灰色地带”(包英群等,2017),创业企业很少主动地进行自愿环境披露。然而,作为创业企业社会责任强制性披露压力重要来源,外部监管主体(如政府、公众、非政府组织等)对创业企业及其社会责任的关注有限,尚未针对创业企业建立起系统监管机制,导致了创业企业社会责任披露程度明显不足。元宇宙带来的巨大变革将企业社会责任行为更加透明地呈现在公众面前。对于创业企业社会责任披露监管的重构不能采取完全自愿的方式,而应该兼顾强制性社会责任。具体而言,强制性披露意味着监管方要对创业企业的社会责任做出要求,界定一个社会责任最低履行限度。无论创业企业的规模、性质和经济效益发展程度如何,创业企业都应该对此限度进行遵守,并且违反强制性披露要求的创业企业应该受到制裁。同时,监管方将创业企业的自愿性披露作为激励机制的一部分,对自愿性披露程度高的创业企业予以资金或政策的倾斜。

五、元宇宙影响创业企业社会责任过程重构的研究方向

(一)识别过程研究方向

探索元宇宙影响下创业企业社会责任议题识别流程和可行性生态内在逻辑,是未来对创业企业社会责任议题识别过程研究的重要方向。基于已有研究可知,对社会责任议题的识别决定了创业企业社会责任后续决策、履行和披露流程的效果(新时代企业高质量发展研究中心课题组,2022)。同时,元宇宙为创业企业社会责任议题识别提供了技术支持与虚拟环境,能推动创业企业基于元宇宙带来的“现实互动至虚拟互动、单一身份至多维身份”的转变进行社会责任识别。因此,基于元宇宙带来的变革,构建创业企业社会责任议题识别流程,进一步构建社会责任议题可行性分析生态,是可行且必要的。本文提出的社会责任议题识别过程重构思路,明确了构建创业企业社会责任识别流程和可行性生态的具体效用。但是,对元宇宙影响下创业企业社会责任识别过程内在逻辑的研究仍存在较大分析空间。具体来说,在这一内在逻辑探索的研究方向中:其一,从整体性逻辑出发,探究创业企业社会责任议题识别流程和可行性生态间的内生逻辑关系,并基于不同地区或不同行业创业企业进行异质性分析,为实现识别流程和可行性生态的良性互动格局提供基础。其二,从识别流程逻辑出发,先明确创业企业进行社会责任识别时涉及的对象(如政府、公民和非政府组织)和议题类型(如经济责任、文化责任、教育责

任、环境责任等),进而探析不同对象和议题组合下,各个识别流程间的包容性耦合程度,为推动识别流程的演进提供参考。其三,从可行性生态逻辑出发,先利用模糊定性比较分析法或层次分析法明确不同社会责任议题的可行性分析标准,为探析可行性水平提供研究根基。同时,可以考虑计算机、医学、管理学和经济学的多学科融合,结合具体创业企业案例进行元宇宙影响下的可行性分析模拟仿真实验。

(二)决策过程研究方向

探索元宇宙影响下,基于价值共创的利益相关者服务生态系统和动态网络决策系统的运行机理,是未来对创业企业社会责任战略决策过程研究的重要方向。基于已有研究可知,社会责任战略的决策过程影响着创业企业的利益相关者网络质量(阳镇和陈劲,2020)。而元宇宙提供的虚拟世界环境及其搭载的一系列技术,正促使创业企业在社会责任决策中的互动方式从现实拓展至虚拟,同时将创业企业社会责任决策中涉及各个主体的身份从单一拓展至多维。因此,亟需重构社会责任战略决策过程的思路,以明确其底层逻辑以及决策方式。本文认为创业企业战略决策过程应该遵循“利益相关者参与价值共创”的底层逻辑,以及“动态网络决策系统”的决策方式。但是,对元宇宙影响下创业企业社会责任战略决策过程的运行机理仍存在较大研究空间。具体来说,在这一运行机理探索的研究方向中:其一,可以从整体运行机理的角度出发,对创业企业社会责任战略决策过程中的服务生态系统和动态网络决策系统进行博弈分析,从而了解系统间的最优决策点,提升创业企业社会责任战略决策过程的有效性。其二,可以从服务生态系统运行机理的角度出发,基于利益相关者理论,对不同利益相关者主体下的服务生态系统进行建模和仿真,从而明晰其服务生态系统运行的具体过程,形成更有针对性的决策模式。其三,可以从动态网络决策系统运行机理的角度出发,基于社会网络理论,构建创业企业与利益相关者间的关系网络,剖析创业企业在动态网络中的位置,从而了解其运行机理中的主体关系,提升创业企业社会责任战略决策过程的有效性。

(三)履行过程研究方向

探索元宇宙影响下创业企业社会责任履行的范式变革,是未来对创业企业社会责任履行过程研究的重要方向。基于已有研究可知,社会责任战略的履行过程奠定了创业企业履行和披露社会责任的收益(Li等,2020)。通过对互联网时代创业企业履行社会责任时的困境的分析,本文发现创业企业面临着资源获取困难,受外界社会责任异化行为影响程度大的困境。同时,元宇宙“现实互动至虚拟互动、单一身份至多维身份”的逻辑能为创业企业履行社会责任过程提供资源获取和适应环境的助益。因此,本文提出了元宇宙影响下创业企业履行社会责任过程的重构思路。但是,对元宇宙影响下创业企业社会责任履行过程范式变革的研究,仍然存在较大的分析空间。具体来说,在这一范式变革探索的研究方向中:其一,可以从整体履行过程的范式变革角度出发,明晰元宇宙影响下,创业企业社会责任履行过程的权责边界内容,确定内容维度和行为方式维度的变革方向及其动态博弈过程。其二,可以从内容范式变革的角度出发,基于共生理论,分析元宇宙影响下,基于虚拟环境的创业企业社会责任履行的多中心协同和多主体参与的内容范式变迁。并且,可以将新的内容范式与传统企业社会责任进行对比分析,提炼出新内容范式的特征。其三,可以从行为范式变革的角度出发,基于内容分析法和层次分析法,先明晰元宇宙影响下创业企业社会责任履行过程的行为方式变革,进而建立起行为范式变革下的创业企业社会责任履行程度评价体系。

(四)披露过程研究方向

探索元宇宙影响下创业企业社会责任信息披露机制与外部监管的重塑路径,是未来对创

业企业社会责任信息披露过程研究的重要方向。基于已有研究可知,社会责任披露过程是创业企业社会责任流程良性循环的保障(Li等,2020;肖红军等,2015)。同时,元宇宙影响下创业企业社会责任披露过程从现实至虚拟、单一身份至多维身份的转变亟需关注。因此,本文信息披露机制与外部监管两方面提出了元宇宙影响下创业企业社会责任披露过程的重构思路。但是,对元宇宙影响下创业企业社会责任披露过程重塑路径的研究,仍然存在较大的分析空间。具体来说,在探究其重塑路径的研究方向中:其一,基于披露过程的整体重塑,利用大数据技术进行文本分析,明确元宇宙带来的虚拟互动和多维身份转变嵌入现存披露机制和监管体系的方向,并利用建模与仿真确立具体重塑路径。其二,基于披露机制的重塑,探析元宇宙影响下创业企业新型披露机制出现的驱动因素及其影响效果,并从内部和外部视角探究重塑路径中的具体作用机制。其三,基于外部监管的重塑,从“公共部门创新”的视角出发,探究元宇宙为政府监管体系构建带来的全新路径。进而,在“公共部门影响私营部门”的视角下,分析外部监管路径重塑后对创业企业社会责任披露的影响。

六、结论与讨论

(一)研究结论

元宇宙时代的到来对整个社会来说都是革命性的,其最显著的特征就是其沉浸性、去中心化和交互性,这种变化也体现在创业企业社会责任承担的改变。本文以企业社会责任过程视角,基于元宇宙对创业企业社会责任的影响构建创业企业社会责任分析框架,并为创业企业社会责任的重构提供建议。具体而言,企业社会责任过程包括社会责任问题识别,社会责任战略决策过程,社会责任履行过程和社会责任信息披露。本文首先考察了元宇宙带来的新的时代特点,发现元宇宙具有沉浸性、去中心化和交互性等革命性特点。其次,从社会责任过程的四个环节切入,发现创业企业社会责任实践存在以下困境:利益相关者网络比较薄弱,对社会责任问题难以识别;创业企业决策资源少、治理能力不强,在社会责任问题战略决策过程方面能力不足;创业企业自身资源匮乏,在履行社会责任时面临资源困境以及受外部社会责任异化影响;创业企业存在社会责任披露程度低的问题。为了破解创业企业担当社会责任的发展困境,本文基于元宇宙特征,从企业社会责任过程的四个环节探讨元宇宙影响创业企业社会责任的新思路。最后,本文对创业企业在元宇宙影响下社会责任重构方式提出了建议。

(二)研究贡献

第一,本文将创业企业社会责任从企业社会责任这一重要的企业非市场战略中提炼出来,对创业企业社会责任的内涵进行了定义,深化了企业社会责任领域的研究。既有的企业社会责任研究已经较为成熟,但是创业企业作为最为活跃的市场主体,其社会责任的定义尚不明确,相关研究也较为匮乏。此外,尽管创业企业社会责任仍属于企业社会责任范畴,能够在企业社会责任框架下加以讨论,但是创业企业有其自身独特性,也面临特殊问题。本文认为,创业企业社会责任是企业社会责任的深化,尝试拓展其定义内涵,并且根据现有社会责任研究框架分析创业企业社会责任过程中面临的独特难题,从而深化了企业社会责任领域的研究。

第二,本文利用元宇宙分析创业企业社会责任行为困境问题,拓宽了对元宇宙应用的理解。元宇宙作为数字化时代下的一种新兴技术,其到来已经成为社会发展的必然趋势。目前对元宇宙的研究处于起步阶段,主要应用场景也在虚拟现实、人工智能等领域。但是元宇宙的最终发展成果应当涉及经济社会的运行。本文将元宇宙的发展与企业的非市场战略联系起来,建立了“社会责任问题识别,社会责任战略决策过程,社会责任履行过程和社会责任信息披露”的创业企业社会责任分析框架,从理论上探析了元宇宙作用于创业企业社会责任行为困境的影

响路径,从而丰富了元宇宙联系经济社会的理论机制。

第三,本文提出了元宇宙的影响下创业企业社会责任的重构思路,构建了创业企业社会责任重构思路的未来研究方向,为创业企业社会责任发展提供了方案,为未来研究实现新的变革提供了思路。创业企业作为市场最为活跃的主体,其社会责任受到广泛关注,但是对社会责任行为困境重构的研究较为匮乏。本文借助元宇宙的影响为创业企业社会责任重构提出思路,从实践上为创业企业生存和发展提供了指导,也为国家更好推动创新驱动发展战略提供了参考。同时,基于创业企业社会责任过程的重构思路,遵循“现实互动过渡到虚拟互动、从单维身份过渡到多重身份”的思路,提出若干未来重要的研究方向及其具体研究问题,为未来元宇宙与创业企业社会责任研究奠定基础。

(三)研究不足以及未来展望

在元宇宙影响下,创业企业社会责任理论与实践具备了全新的研究情景,但仍然存在不足之处。第一,本文对元宇宙对创业企业社会责任的影响机理以及创业企业社会责任的重构进行了探讨,虽然具有一定普适性,但是未具体考虑具体行业发展现状,未来研究仍需要根据现实情况进行分析;第二,本文从理论层面提出了元宇宙对创业企业社会责任的影响框架,但是实证层面的有效性尚未得到检验,未来可以从大样本分析的角度进行进一步检验;第三,本文讨论了元宇宙影响创业企业社会责任积极因素,但是作为一个跨国界、跨产业、跨组织的复杂系统,其风险尚未被估计,未来研究可以从元宇宙风险衡量的角度为创业企业社会责任重构提供思路。

主要参考文献

- [1]包英群,张慧玉,陆文娟.新创企业的制度嵌入与企业社会责任前移[J].科研管理,2017,38(6):100-107.
- [2]方凌智,沈煌南.技术和文明的变迁——元宇宙的概念研究[J].产业经济评论,2022,(1):5-19.
- [3]郭海,杨主恩,丁杰斌.元宇宙商业模式:内涵、分类与研究框架[J].外国经济与管理,2023,45(3):23-45.
- [4]何帆,刘红霞.数字经济视角下实体企业数字化变革的业绩提升效应评估[J].改革,2019,(4):137-148.
- [5]李云鹤,李湛,唐松莲.企业生命周期、公司治理与公司资本配置效率[J].南开管理评论,2011,14(3):110-121.
- [6]刘柏,卢家锐.“好公民”还是“好演员”:企业社会责任行为异象研究——基于企业业绩预告视角[J].财经研究,2018,44(5):97-108.
- [7]刘艳博,耿修林.环境不确定下的营销投入、企业社会责任与企业声誉的关系研究[J].管理评论,2021,33(10):159-170.
- [8]刘志阳,陈咏昶.全数字技术-社会新范式:以区块链社会创新为例[J].东岳论丛,2020,41(8):113-124.
- [9]刘志阳,李斌,庄欣荷.初创企业创业机会迭代机制研究[J].科学学研究,2019,37(3):500-516.
- [10]陆亮亮,刘志阳,刘建一,等.元宇宙创业:一种虚实相生的创业新范式[J].外国经济与管理,2023,45(3):3-22.
- [11]阮丽畅,刘益,王良.转型环境下关系导向和创业导向对民营企业CSR的影响研究[J].软科学,2017,31(10):52-56,65.
- [12]陆文娟,张慧玉.新创企业的战略导向、企业可见性与慈善捐赠[J].管理学报,2015,12(9):1328-1336.
- [13]谭克诚,张衍.解构企业社会责任自愿原则——兼论企业社会责任维度的重构[J].西南民族大学学报(人文社会科学版),2013,(11):100-105.
- [14]田茂利.创业企业的社会责任与创业绩效——基于现代服务业的数据[J].科技管理研究,2012,32(4):198-202.
- [15]王德宇,宋述强,陈震.增强现实技术在高校创客教育中的应用[J].中国电化教育,2016,(10):112-115.
- [16]王加灿.基于生命周期理论的企业社会责任管理[J].企业经济,2006,(5):63-65.
- [17]王垒,刘新民,崔宁.创业企业社会责任会拖累其经济后果吗?——来自终极控制视角的实证研究[J].商业研究,2017,(12):137-145.
- [18]王钰,胡海青.知识产权保护与新创企业绩效——创业导向与社会责任的中介效应[J].科技进步与对策,2021,38(4):62-69.
- [19]温素彬,方苑.企业社会责任与财务绩效关系的实证研究——利益相关者视角的面板数据分析[J].中国工业经济,2008,(10):150-160.

- [20]吴春雅,江帆,袁云云.现实与虚拟社会网络对农民电商创业绩效的影响研究——基于创业学习中中介效应分析[J].*农业经济与管理*,2020,(1):90-100.
- [21]吴瑶,肖静华,谢康,等.从价值提供到价值共创的营销转型——企业与消费者协同演化视角的双案例研究[J].*管理世界*,2017,(4):138-157.
- [22]项国鹏,高挺,万时宜.数字时代下创业企业与用户如何开发机会实现价值共创?[J].*管理评论*,2022,34(2):89-101,141.
- [23]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.
- [24]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.
- [25]肖红军,阳镇,刘美玉.企业数字化的社会责任促进效应:内外双重路径的检验[J].*经济管理*,2021,43(11):52-69.
- [26]谢佩洪,李宁宁,陈怡霁.创业企业如何破解合法性难题?——以优步为例,基于非市场战略的视角[J].*清华管理评论*,2019,(Z2):54-62.
- [27]新时代企业高质量发展研究中心课题组.中国企业的碳中和战略:理论与实践[J].*外国经济与管理*,2022,44(2):3-20.
- [28]杨勇,窦尔翔,蔡文青.元宇宙电子商务的运行机理、风险与治理[J].*电子政务*,2022,(7):16-29.
- [29]阳镇,陈劲.数智化时代下企业社会责任的创新与治理[J].*上海财经大学学报*,2020,22(6):33-51.
- [30]喻国明.未来媒介的进化逻辑:“人的连接”的迭代、重组与升维——从“场景时代”到“元宇宙”再到“心世界”的未来[J].*新闻界*,2021,(10):54-60.
- [31]喻国明,耿晓梦.元宇宙:媒介化社会的未来生态图景[J].*新疆师范大学学报(哲学社会科学版)*,2022,43(3):110-118.
- [32]于晓宇,蔡莉.失败学习行为、战略决策与创业企业创新绩效[J].*管理科学学报*,2013,16(12):37-56.
- [33]袁园,杨永忠.走向元宇宙:一种新型数字经济的机理与逻辑[J].*深圳大学学报(人文社会科学版)*,2022,39(1):84-94.
- [34]张芬芬.中国创业企业社会责任发展问题及对策探讨[J].*现代商贸工业*,2016,37(16):60-62.
- [35]张洪忠,斗维红,任昊炯.元宇宙:具身传播的场景想象[J].*新闻界*,2022,(1):76-84.
- [36]张辉,曾雄,梁正.探微“元宇宙”:概念内涵、形态发展与演变机理[J].*科学学研究*,2023,41(5):769-776.
- [37]张慧玉,尹珏林.企业社会责任前移:小企业和新创企业的社会角色[J].*科学学与科学技术管理*,2011,32(7):130-135.
- [38]张建军,赵启兰.基于“互联网+”的产品供应链与物流服务供应链联动发展的演化机理研究——从“去中间化”到“去中心化”[J].*商业经济与管理*,2017,(5):5-15.
- [39]张宁,常帅峰,袁勤俭.元宇宙视域下数字文旅用户参与行为的影响因素[J/OL].*图书馆论坛*,1-12.<https://kns.cnki.net/kns8/Detail?sfid=fn&QueryID=0&CurRec=1&recid=&FileName=TSGL20230111001&DbName=CAPJLAST&DbCode=CAPJ&yx=Y&pr=&URLID=44.1306.g2.20230113.0939.007>,2023-01-18.
- [40]中国企业家调查系统.企业进入创新活跃期:来自中国企业创新动向指数的报告——2016·中国企业家成长与发展专题调查报告[J].*管理世界*,2016,(6):67-78.
- [41]周雷,朱凌云,韦相言,等.大数据征信服务小微企业融资研究——以长三角征信链应用平台为例[J].*金融理论与实践*,2022,(5):19-27.
- [42]Ali W, Frynas J G, Mahmood Z. Determinants of corporate social responsibility (CSR) disclosure in developed and developing countries: A literature review[J]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*,2017,24(4):273-294.
- [43]Barassi V, Treré E. Does Web 3.0 come after Web 2.0? Deconstructing theoretical assumptions through practice[J]. *New Media & Society*,2012,14(8):1269-1285.
- [44]Battistella C, De Toni A F, Pessot E. Open accelerators for start-ups success: A case study[J]. *European Journal of Innovation Management*,2017,20(1):80-111.
- [45]Davis A, Murphy J, Owens D, et al. Avatars, people, and virtual worlds: Foundations for research in metaverses[J]. *Journal of the Association for Information Systems*,2009,10(2):90-117.
- [46]Devece C, Peris-Ortiz M, Rueda-Armengot C. Entrepreneurship during economic crisis: Success factors and paths to failure[J]. *Journal of Business Research*,2016,69(11):5366-5370.
- [47]Dionisio J D N, Burns III W G, Gilbert R. 3D virtual worlds and the metaverse: Current status and future possibilities[J]. *ACM Computing Surveys*,2013,45(3):34.
- [48]Dwivedi Y K, Hughes L, Baabdullah A M, et al. Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging

- challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy[J]. *International Journal of Information Management*, 2022, 66: 102542.
- [49]Grinberg A M, Careaga J S, Mehl M R, et al. Social engagement and user immersion in a socially based virtual world[J]. *Computers in Human Behavior*, 2014, 36: 479-486.
- [50]Harris J D, Sapienza H J, Bowie N E. Ethics and entrepreneurship[J]. *Journal of Business Venturing*, 2009, 24(5): 407-418.
- [51]Hendler J. Web 3.0 emerging[J]. *Computer*, 2009, 42(1): 111-113.
- [52]Kraus S, Kanbach D K, Krysta P M, et al. Facebook and the creation of the metaverse: Radical business model innovation or incremental transformation?[J]. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2022, 28(9): 52-77.
- [53]Lechner C, Gudmundsson S V. Entrepreneurial orientation, firm strategy and small firm performance[J]. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 2014, 32(1): 36-60.
- [54]Li H Z, Terjesen S, Umans T. Corporate governance in entrepreneurial firms: A systematic review and research agenda[J]. *Small Business Economics*, 2020, 54(1): 43-74.
- [55]Liu Y, Xu C. Consumer intention to purchase and corporate social responsibility: Evidence from an experiment in an entrepreneurial context[J]. *Journal of Consumer Behaviour*, 2021, doi: 10.1002/cb.1987.
- [56]Ma L, Cao Y, Jiang D K, et al. Does ethics really matter to the sustainability of new ventures? The relationship between entrepreneurial ethics, firm visibility and entrepreneurial performance[J]. *PLoS One*, 2020, 15(1): e0226920.
- [57]Marcon A, Ribeiro J L D. How do startups manage external resources in innovation ecosystems? A resource perspective of startups' lifecycle[J]. *Technological Forecasting and Social Change*, 2021, 171: 120965.
- [58]Michelon G, Pilonato S, Ricceri F. CSR reporting practices and the quality of disclosure: An empirical analysis[J]. *Critical Perspectives on Accounting*, 2015, 33: 59-78.
- [59]Nevelsteen K J L. Virtual world, defined from a technological perspective and applied to video games, mixed reality, and the Metaverse[J]. *Computer Animation and Virtual Worlds*, 2018, 29(1): e1752.
- [60]Papagiannidis S, Bourlakis M, Li F. Making real money in virtual worlds: MMORPGs and emerging business opportunities, challenges and ethical implications in metaverses[J]. *Technological Forecasting and Social Change*, 2008, 75(5): 610-622.
- [61]Randrianasolo A A, Semenov A V. Synergy versus trade-off: The influence of national philanthropic environment and industry on the relationship between research and development and corporate social responsibility[J]. *Journal of International Marketing*, 2022, 30(1): 75-92.
- [62]Sánchez-Pérez M, Rueda-López N, Marin-Carrillo M B, et al. Theoretical dilemmas, conceptual review and perspectives disclosure of the sharing economy: A qualitative analysis[J]. *Review of Managerial Science*, 2021, 15(7): 1849-1883.
- [63]Song L H, Liang Q, Lu Y, et al. Why Chinese entrepreneurial firms selectively perform corporate social responsibility issues?[J]. *Chinese Management Studies*, 2016, 10(2): 272-290.
- [64]Tang Z, Tang J T. Stakeholder corporate social responsibility orientation congruence, entrepreneurial orientation and environmental performance of Chinese small and medium-sized enterprises[J]. *British Journal of Management*, 2018, 29(4): 634-651.
- [65]Udayasankar K. Corporate social responsibility and firm size[J]. *Journal of Business Ethics*, 2008, 83(2): 167-175.
- [66]Van Gelderen M, Wiklund J, McMullen J S. Entrepreneurship in the future: A Delphi study of ETP and JBV editorial board members[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2021, 45(5): 1239-1275.
- [67]Wang C Y. Monopoly with corporate social responsibility, product differentiation, and environmental R&D: Implications for economic, environmental, and social sustainability[J]. *Journal of Cleaner Production*, 2021, 287: 125433.
- [68]Wang Z H, Sarkis J. Corporate social responsibility governance, outcomes, and financial performance[J]. *Journal of Cleaner Production*, 2017, 162: 1607-1616.
- [69]Zhang Z, Wang X, Jia M. Echoes of CEO entrepreneurial orientation: How and when CEO entrepreneurial orientation influences dual CSR activities[J]. *Journal of Business Ethics*, 2021, 169(4): 609-629.
- [70]Zyskind G, Nathan O, Pentland A S. Decentralizing privacy: Using blockchain to protect personal data[A]. 2015 IEEE Security and Privacy Workshops[C]. San Jose: IEEE, 2015.

Metaverse and Entrepreneurial Corporate Social Responsibility: Action Dilemma, Process Reconstruction and Future Directions

Ran Rong, Wang Xinyuan, Yang Xiaoran

(*School of Public Policy Administration, Chongqing University, Chongqing 400030, China*)

Summary: The fulfillment of social responsibility by entrepreneurial corporates is an important topic of academic research both domestically and internationally, especially due to the increasing importance of corporate sustainability, which has received great attention. However, current research has not yet explored how entrepreneurial corporates in the digital age can break through the dilemma of fulfilling social responsibility.

This paper provides an overview of the concept of entrepreneurial corporate social responsibility (ECSR) and the current state of related research. Drawing upon the resource-based view and the stakeholder theory, this paper conducts a comprehensive analysis of the dilemma of CSR in entrepreneurial corporates by exploring four key dimensions: problem identification, strategic decision-making, implementation process, and information disclosure.

This paper illustrates the potential of the Metaverse's immersive, decentralized, and interactive features to overcome the dilemma of social responsibility actions faced by entrepreneurial corporates. Specifically, the Metaverse can identify social responsibility problems, reshape the decision-making logic of social responsibility strategies, break through the practical dilemma of social responsibility implementation, and broaden the digital channel of social responsibility disclosure.

Moreover, this paper presents a novel framework for redefining the process of ECSR in the context of the Metaverse. In the identification process, entrepreneurial corporates can establish a system for recognizing social responsibility problems and evaluating their feasibility. During the decision-making process, entrepreneurial corporates can adjust both the fundamental logic and behavior related to social responsibility strategies. In the implementation process, entrepreneurial corporates can proactively assume social responsibility and leverage resources for innovation. During the disclosure process, entrepreneurial corporates can develop a hybrid mechanism for disclosing social responsibility information that integrates both virtual and real elements.

Finally, this paper suggests that future research on ECSR should shift from real to virtual interactions and from unidimensional to multiple identities. To facilitate this shift, future research could investigate the implications of virtual interactions and the role of multiple identities in ECSR.

Key words: Metaverse; entrepreneurial corporate; social responsibility process; theoretical framework

(责任编辑: 宋澄宇)