

DOI: 10.16538/j.cnki.fem.2019.06.007

社会创新:源起、研究脉络与理论框架

陶秋燕^{1,2}, 高腾飞¹

(1. 对外经济贸易大学 国际商学院, 北京 100029; 2. 北京联合大学 管理学院, 北京 100101)

摘要: 本文在阐述社会创新研究源起与概念的基础上, 运用科学知识图谱方法和文献分析法, 对1975—2018年间社会创新研究的发展脉络进行了科学计量分析, 并对77篇代表性文献进行了系统性梳理, 从影响因素、作用机制、边界条件、影响效果四个方面围绕社会创新的重点议题提炼出整合式理论框架, 最后提出了社会创新在概念完善、测量与实证分析、现有框架研究内容的深化、中国情境下的本土化研究等领域的若干拓展方向。本文不仅为国内学者构建了社会创新研究的整体性视角, 更对推动国内社会创新研究与国际前沿水平接轨做出了有价值的贡献。

关键词: 社会创新; 研究脉络; 理论框架; 中国情境

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2019)06-0085-20

一、引言

创新是社会发展和人类进步的永恒主题, 以创新的精神去解决普遍性和敏感性的社会问题已成为全社会共同关注的焦点。随着工业社会向信息社会加速转变, 生态环境恶化、贫富差距扩大、人口老龄化加剧等社会问题日渐多元和复杂, 推动了以解决社会问题为导向的社会创新的产生与发展。作为创新实践显著领先于理论研究进展并正日益引起学者们重视的新兴领域, 社会创新是以一种以创新的理念和手段, 通过从社会问题中识别商业机遇、开拓市场空间, 为个体、组织同时创造社会价值和商业价值, 进而解决社会问题的过程。时至今日, 社会创新已经成为全球范围内的热门现象, 社会企业、共益企业等新兴组织形式日益涌现, 在社会创新中的作用也不断凸显。但技术创新、组织创新等传统创新理论已经无法有效解释这一新的社会现象。同时, 学界对于社会创新的研究也显著落后于实践领域的进展。虽然相关文献数量不断增长, 但多数研究仍停留在概念界定、形成原因分析等层面, 少数研究通过个案研究、实证研究等方式进行了探索(Pol和Ville, 2009; Dawson和Daniel, 2010; Cajaiba-Santana, 2014)。此外, 社会创新在很大程度上也是当前创新研究中所忽视的领域(Adams和Hess, 2010; Edwards-Schachter

收稿日期: 2018-11-09

基金项目: 国家社会科学基金重大项目(2015YZD03); 国家社科基金项目(16BGL037); 北京市属高校高水平教师队伍建设支持计划高水平创新团队建设计划项目(IDHT20180514)

作者简介: 陶秋燕(1965—), 女, 对外经济贸易大学国际商学院博士生导师, 北京联合大学管理学院教授;
高腾飞(1990—), 男, 对外经济贸易大学国际商学院博士研究生(通讯作者)。

等,2012)。尽管研究主题和研究范围在不断扩大,但创新研究的主流仍侧重于技术创新范式(Windrum等,2016)。社会创新作为一种新的创新范式,可以为创新领域的研究提供更全面并且不以技术性为主的研究视角(Foray等,2012)。更为紧迫的是,国内关于社会创新的研究尚处于起步阶段,对社会创新的研究重点及前沿进展缺乏统一且清晰的认识,在理论和实践层面的大量问题也亟需全面和深入的探讨。

本文通过宏观回顾社会创新的研究历程,系统梳理社会创新研究的代表性文献,回答以下四个问题:社会创新是什么?学者们重点关注哪些问题并取得了怎样的进展?未来在该领域的研究方向有哪些?如何开展中国情境下的本土化研究?在理论层面,本文提出了社会创新的概念,构建了社会创新研究的整体框架,并提出未来研究需要拓展的方向:(1)进一步丰富和完善概念,并加强量表开发及实证研究;(2)在影响因素、影响效果、作用机制、边界与条件四个方面拓展研究深度;(3)在现状与成效、中国情境因素、政府行为等方面加快推进本土化研究进展。在实践层面,为企业、社会组织、个体的社会创新决策提供指导,为政府加强社会创新及其管理提供有益的参考,以期推动各领域社会创新实践持续更好地发展。

本文的贡献主要体现在三个方面:第一,通过主观与客观相结合的方式,对国内外社会创新研究成果进行了系统梳理和述评,此前国内并无学者进行整体性的研究;第二,为加速国内社会创新研究、开展社会创新实践提供了有益的参考;第三,总结了社会创新现有研究的不足,并在多个层面提出了具体可行的研究方向,为国内学者未来开展社会创新研究奠定了基础。

本文首先论述了社会创新的源起与概念,并利用科学知识图谱方法分析了社会创新的研究脉络;然后,选择1975—2018年间社会创新研究的代表性文献以及发表在33个管理学、创新、创业等领域国际权威期刊^①的共77篇重点文献进行了深入分析,总结其研究主题、研究层次、研究内容等,并构建了整合式理论框架;最后,提出了未来可能的研究方向,并探讨了中国情境下开展社会创新研究应努力的重点。

二、社会创新的源起与概念

社会创新源于对传统创新理论的争论和批判,因为社会是影响创新产生、发展、扩散和应用的关键情境,所以创新也会面临社会机遇和社会风险,也需要承担社会责任,解决社会问题(Pol和Ville,2009)。学界也是近年才关注和开展社会创新领域的研究(Moulaert等,2005),尽管已经有了普遍性的描述,但要清晰地界定社会创新并不容易,需要考虑社会创新的兴起、目标、范围等诸多要素。

(一)社会创新的源起与概念

“社会创新”一词首次出现于20世纪20年代,Wolfe(1921)在研究具有激进主义的个体行为动机时,提出激进主义是在个体为了改变环境的动机下,对彻底的社会创新主张的强烈渴望。Swift(1930)也在分析美国新教教会演变历程时提出宗教活动也是社会创新的一种类型。但早期的学者们仅仅提到了“社会创新”这个词语,却没有做出具体阐释。

直到1957年,德鲁克首次肯定了社会创新的存在,他从管理学的视角提出社会创新是组织

^①选定的33个国际权威期刊包括:Academy of Management Journal、Academy of Management Review、Administrative Science Quarterly、Strategic Management Journal、Organization Science、International Journal of Technology Management、Journal of Business Ethics、Journal of Business Research、International Small Business Journal、Journal of Management Studies、Systems Research and Behavioral Science、Technovation、Research Policy、Journal of Product Innovation Management、Technological Forecasting and Social Change、R&D Management、Industry and Innovation、Journal of Business Venturing、Strategic Entrepreneurship Journal、Entrepreneurship Theory and Practice、Entrepreneurship & Regional Development、International Entrepreneurship and Management Journal、Journal of Small Business Management、Journal of International Business Studies、Small Business Economics、Journal of Technology Transfer、Science and Public Policy、Journal of Engineering and Technology Management、Research and Technology Management、Technology Analysis and Strategic Management、Journal of World Business、Information Systems Research、Journal of Strategic Information Systems。

理论和营销实践领域的一种非技术性研究(Drucker, 1957)。与技术创新相比,企业对社会创新的需求可能更大,至少从企业的发展历程来看,社会变革、社会创新、技术创新至少具有相同的重要性。因此,社会创新与产品创新和管理创新可以并列为企业创新的三种类型(Drucker, 1974)。同时,从更广泛的意义上来说,公民参与及社会运动也是社会创新的一种形式。所以,应在政府部门以外,引入私人部门及非盈利性组织作为社会创新领域的新型组织机构(Drucker, 1987)。与此同时,很多学者也从环境发展、社区生活、个体心理、健康医疗等其他学科视角对社会创新做出了论述(Garvey和Griffith, 1966; Taylor, 1970; Gershuny, 1982)。但在该时期,学界仍未对社会创新的概念达成统一且清晰的界定,社会创新研究也没有引起足够的重视。

直到Zapf(1994)系统性地梳理了1980年以来与社会创新有关的研究成果,并首次界定了社会创新的概念:社会创新是改变了社会发展方向的新的组织结构、控制手段、生活方式,它可以更好地解决社会问题,所以值得推广并将其进行制度化。此后,学者们试着从不同角度去探寻社会创新的本质,如基于创新理论、资源基础理论、利益相关者理论,或基于社会结构变革、社会发展需要等(纪光欣, 2017)。经过对现有文献的梳理,本文归纳出前人界定社会创新的两种视角,即特质视角和过程视角,各视角代表性学者及其对社会创新的界定如表1所示。

表1 社会创新概念分类

视角	代表性学者	社会创新概念
特质视角	Zapf(1994)	改变社会发展方向的新的组织结构、新的控制手段、新的生活方式
	Mumford(2002)	以满足一个或多个共同目标的人际活动或社会交往的新思想
	Cajajiba-Santana(2014)	由集体以目标为导向的行动创造出来的、以促进和改善生活质量的新的社会实践
	Frantzeskaki和Loorbach(2010)	新的思维方式和/或利益集团之间相互作用的新形式
过程视角	Kanter(1999)	辨识未被满足的需要,通过提出解决方案来开辟新的市场,并为社会及自身带来有利的、可持续的影响
	Mulgan(2006)	由满足社会需求的目标所驱动的社会组织来发展和扩散的创造性活动和服务
	Pol和Ville(2009)	改变社会结构,实现社会目标,满足公共利益或社会未满足需求的过程
	Mirvis等(2016)	将一套独特的企业资产与其他部门和企业的资产相结合,共同为复杂的经济、社会和环境问题创造突破性的解决方案,从而影响商业和社会的可持续发展的过程
	Gallouj等(2018)	通过多个授权的参与者进行共同生产,以增加共同创造的价值和社会福利

资料来源:作者根据相关文献整理。

根据学者们的描述,在特质视角下,社会创新主要包含新的思想、新的思维方式、组织形式、控制手段、生活理念、社会实践等内容。在过程视角下,社会创新被理解为相关组织或个体利用新的理念、手段、方式,来解决社会问题、改变社会关系、创造共享价值、增加社会福利、提高社会效率的系统性变革的过程。

(二)本文的界定

综观现有社会创新研究,涉及经济、社会、管理、文化、生态等多个领域,内涵相互交织,概念错综复杂。但现有社会创新概念都包含了三个基本要素:一是满足社会需求,解决社会问题;二是创造新的社会关系;三是提供新产品、新服务或新的解决方案。因此,本文将社会创新界定为:社会创新是一种以创新的理念开展社会实践的过程,它是具有社会属性的特定主体通过确

立特定的社会目标,提供创新的解决方案,并与利益相关者共同生产、实施,以解决社会问题、创造共享价值及进一步推动社会变革的过程。

社会创新具有三个基本特征:一是系统性。社会创新因其具备的“社会”属性使其创新路径具有一定的特殊性,需要对经济发展、社会大众、生态环境、制度规范,甚至民俗文化、价值观念进行系统的考虑。二是互动性。社会创新需由多个主体共同产生和实施,不同主体间会发生利益、价值观、知识经验、资源等方面的持续互动。三是广泛性。社会创新不仅涉及广泛的利益相关者,如商业企业、政府部门、非盈利性组织、社会公民等,其目标及影响非常广泛,如解决未被满足的社会问题、提高人民生活质量、改善政府治理水平、改善生态环境、塑造新的文化观念等。

三、社会创新的研究脉络

(一)研究方法

本研究结合传统文献综述方法、文献共被引和关键词共现分析方法,对现有社会创新研究进行系统梳理,并将结果可视化为科学知识图谱,从而更有效地探索社会创新研究的源起、研究脉络和研究趋势。本文选取在学界已较为成熟的科学计量工具CiteSpace软件进行科学知识图谱的绘制,这需要经过收集文献信息、提取学术前沿术语、参数设定(阈值、时区等)、数据可视化与结果输出等步骤(陈超美等,2009)。根据CiteSpace对研究样本的要求,并为保证数据的完整性与权威性,本文选取Web of Science(WOS)平台中的社会科学引文索引(SSCI)、艺术与人文引文索引(A&HCI)、社会科学及人文会议录引文索引(CPCI-SSH)和新兴渠道引文索引(ESCI)四个数据库作为文献搜索引擎,检索关键词为“social innovation”,检索时间为1975—2018年^①,最终得到1 166篇文献。具体检索方式如表2所示。

表2 研究数据获取方式

检索设定科目	检索设定内容和结果
数据库	SSCI、A&HCI、CPCI-SSH、ESCI
检索方式	TS=(“social innovation”)
文献类型	Article; Proceeding Papers; Review
时间跨度	1975—2018年
检索时间	2018年5月28日
检索结果	1 166
引文数量	5 042

注:TS表示检索主题词,包括文献标题、摘要、关键词。

(二)描述性结果

首先,从发表时间来看,最早关于社会创新的文献发表于1978年,而2003年以前的文献非常少,之后才逐渐增加,并在2017年达到了峰值289篇(见图1)。其次,从发表期刊来看,总体分布较为分散,发表最多的期刊为“Design Journal”,共发文38篇,占比仅为3.3%,发表超过10篇文献的期刊也仅有13个,共同占比仅为19.1%。再次,从期刊影响因子来看,刊载社会创新研究文献中最多的5个期刊均不是管理学、创新、创业、社会学等领域有影响力的期刊。以上特征说明,学界对社会创新的研究仍处于探索阶段,社会创新研究还没有受到主流期刊的认可。

(三)社会创新研究脉络呈现出三个发展阶段

通过扫描该领域内的主题关键词并对其表征进行计量和分析,可以系统全面地对社会创新研究领域范围内的代表性文献、学者、前沿进展等进行梳理。本文以1975—2018年间每2年为一个时间段切片,选择节点类型为“keyword”,筛选出每个切片内排名前10的关键词形成知识

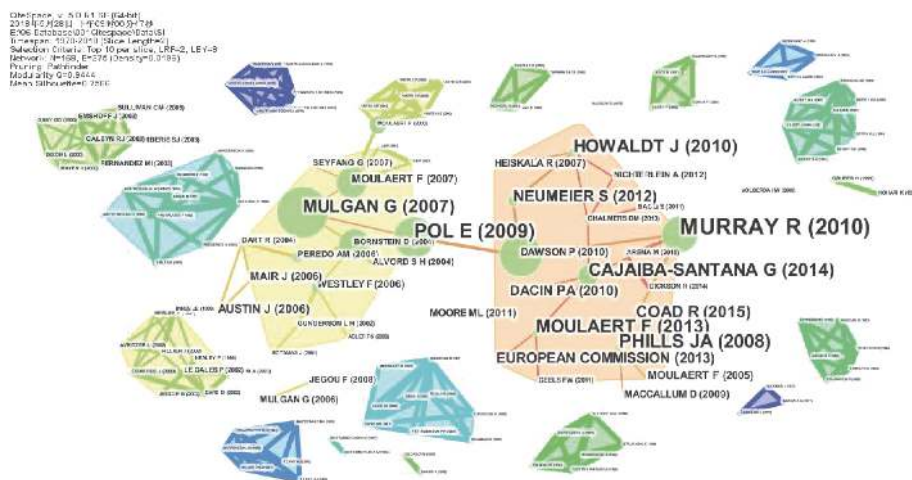
^①Web of Science核心合集收录的文献最早只能回溯到1975年。

深入分析还可以发现,学者们对社会创新的关注度及理论形成,与社会创新实践及社会发展存在显著的关联。首先,创新理论的建立、完善与演进深受社会发展的影响,而目前对社会创新的研究普遍以创新理论为源头,这也说明社会创新的研究脉络与社会发展息息相关。其次,伴随着从工业社会向信息社会的转变,社会转型节奏不断加快,社会问题日益凸显,其带来大量挑战的同时也蕴含着潜在的商业机遇,促使社会创业、社会企业等创新形式不断涌现,创新与社会问题两个主题之间的联系更加紧密。再次,随着社会问题日趋复杂,除了政府及社会组织外,企业也开始提供有效的解决方案,在创造社会价值及商业价值的同时,产生了组织、产品、服务等多个层面的创新与改变,这些新的趋势也引起了学界的关注。为此,在创新理论的基础上,学者们日益关注社会创新这一新范式,从更加多元的视角已经开展并正在进行大量研究。

(四)社会创新研究已经形成两大主要知识群

通过LLR(log-likelihood ratio)算法对社会创新研究共被引文献进行聚类提取,以揭示其基本特点。其中Modularity $Q=0.9444$, Mean Silhouette $=0.7586$ 。Modularity是评价网络聚类效果的指标,其值越大,表示网络聚类越好,当Modularity >0.3 时得到的网络聚类就是显著的;Mean Silhouette是用来衡量网络同质性的指标,取值范围越接近于1,表明同一聚类内文献同质性越高,当Mean Silhouette >0.5 时得到的聚类结果就是合理的(李杰和陈超美,2016)。

由图3可知,知识图谱包含了较多聚类,表明目前该领域研究较为分散。但结合代表性学者及文献,并对主题进行合并归类后,可以将社会创新研究的知识基础主要划分为两个知识群:一个是以Sanders等(2007)、Moulaert等(2007)、Pol和Ville(2009)等被引文献为代表的关注社会创新所带来的根本性变革的知识群;另一个是以Murray等(2010)、Dawson和Daniel(2010)、Cajaiba-Santana(2014)等被引文献为代表的关注社会创新特征内涵、内在机制等方面的知识群。此外,还有社会创新与城市管理、生态系统、组织领导能力等知识群,每个知识群对应一个研究方向。根据代表性节点和文献信息也可以发现,社会创新研究最早集中在具体的社会现象,如城市问题、房地产政策、生态环境保护、弱势群体生活质量等,转而关注社会创新所能产生的社会影响以及带来的社会变革;此后,结合相关理论与具体问题开始重点对社会创新的内在特征及作用机理进行探讨,最后涌现出关于企业、组织等层面的讨论。



资料来源:由CiteSpace直接生成。

图3 1975—2018年间社会创新研究共被引文献自动聚类知识图谱

总体来看,社会创新研究呈现出文献数量持续增长、研究主题不断丰富、研究视角和方法更加多元的发展趋势。通过对整个社会创新研究发展脉络的梳理,可以看出,由于社会创新研究的复杂属性和跨学科属性,学者们主要遵循三类研究模式:一是以创新的形式探讨管理学与社会学领域的研究模式,二是将社会创新研究作为拓展创新研究的一种手段和方法的研究模式,三是将社会环境问题作为创新研究的一个特殊对象的研究模式。

四、社会创新研究的理论框架

通过科学知识图谱分析,可以在宏观层面认识社会创新的研究脉络。同时,为了在微观层面能更深入地掌握社会创新领域的前沿议题及研究内容,本文更进一步对国外文献进行了系统收集,并通过文献分析法进行了深入梳理。所选文献主要来源于四个方面:第一,从知识理论的角度来看,关键节点文献一般是该领域的知识基础,也是提出新理论或理论创新的重要文献。为此,基于知识图谱分析结果,本文选取被引频次 ≥ 5 的经典文献21篇。第二,分析作者共引情况,可以知道在该领域做出重要贡献的学者,而其研究成果也构成了该领域重要的知识基础。为此,本文选取被引频次 ≥ 5 的作者的代表性文献共27篇。第三,一个领域的知识基础也会随着研究前沿的发展而演进,及时掌握研究热点可以巩固和提升对该领域的认识。为此,本文选取社会创新聚类下的所有前沿文献共65篇。第四,国际权威期刊发表的文献代表了该领域最高及最前沿的研究水平,对掌握该领域的研究进展具有不可替代的作用。为此,本文参考以往学者在综述时的期刊选择标准,重点聚焦管理学、创新、创业领域,并适当增加了一些比较关注社会创新且具有一定影响力的其他领域的期刊,最终选定了33个国际权威期刊,利用与前文相同的方式进行检索,得到文献256篇。

在剔除以上来源中重复的文献后,对余下的文献进行下载,并对摘要和全文进行快速浏览及筛选。一方面,本文主要聚焦于管理学、创新、创业领域的研究文献;另一方面,考虑到社会创新研究的跨学科属性及研究边界的模糊性,适当保留了少数其他领域的重要文献,兼顾全面性、前沿性和权威性。最终得到77篇直接针对社会创新主题的代表性文献。

在对文献进行深入梳理后,本文发现,虽然学界对社会创新的概念、特征等方面的研究已经初成体系,学者们也对社会创新领域做了进一步探索,但因社会创新研究历史相对较短,研究成果比较分散,造成目前对社会创新的基本认识依然较为模糊(Phillips等,2015),缺乏一个统一的分析框架来有效整合与巩固该领域的研究成果。为此,通过对现有研究成果的梳理,本文从影响因素、作用机制、边界条件、影响效果四个方面围绕社会创新的重点议题提炼出了整合式分析框架,希望能够对未来更深入的研究提供整体性的参考。

(一)社会创新的影响因素

从现有文献来看,有关社会创新影响因素的研究主要停留在理论层面,实证研究相对较少。总体来说,主要从个体、组织、制度、技术四个方面进行了探讨。

1. 个体因素

(1)个体亲社会行为。个体作为社会实体的重要组成部分,其天然的社会属性决定了个体会关注与社会有关的现象或问题。特别是一些特定的特征和行为对促进个体进行社会创新具有积极的作用,如个体对待社会现象的态度、对特定社会问题的关注程度等(Bacq和Janssen,2011)。这些促使个体产生和参与社会创新的动机因素与个体追求私人利益的目标并不冲突,而恰恰因为这些因素的存在,个体会愿意接受一定程度的付出以换取参与社会创新活动的机会(Bode和Singh,2018)。

(2)个体创新精神。越来越多的学者认为创新是社会企业家行为的核心要素(Austin等, 2006; Mair和Martí, 2006),创新精神也是社会企业家精神的重要特征,如喜欢冒险、具有创造力、积极主动等(Bulut等, 2013)。所以,社会企业家精神也是社会创新运动的基础(Mongelli和Rullani, 2017),经常被视为社会创新的代表性案例之一(Gallouj等, 2018)。为此,创新精神也在促进社会创新产生的过程中发挥了重要的影响作用。

(3)个体思维方式。社会创新实践及研究备受关注的的一个重要原因是人们迫切需要解决新的社会问题及挑战(Moulaert等, 2005; van der Have和Rubalcaba, 2016)。为此,在个体层面,个体必须以创造性的方式利用现有且有限的资源,而这往往是个体先改变原有观念,塑造新的价值观,然后提出创新的思路或想法,以创新的形式解决社会问题,进而推动了社会创新。所以,个体思维方式、价值观的改变也是产生社会创新的重要原因(Choi和Majumdar, 2014)。此外,领导风格在社会创新的产生过程中也扮演着重要角色(Voegtlin等, 2012),CEO的领导风格是影响企业是否参与社会创新以及参与程度的决定性因素,负责任的领导人会积极地影响并带领组织开展或参与社会创新(Maak等, 2016)。

2. 组织因素

(1)组织的社会目标。参与社会创新的主体可以简单分为非盈利性组织(如非政府组织、慈善机构)和盈利性组织(如商业企业)两类。非盈利性组织往往致力于保护脆弱的社会环境资源,调整私人 and 公共利益(Gopaldas, 2015),其呼吁并参与社会创新的动机主要源于对追求合作的关系需求以及对利他主义的道德需求(Aguilera等, 2007)。而慈善事业、公益事业等也是企业家通过对经济、文化、社会资源的积极投资,追求非盈利社会目标的结果(Maclean等, 2013)。同时,非盈利性组织创造并参与社会创新往往也与企业社会责任密切相关,因为以盈利为目的的企业正变得越来越有社会良知,而非盈利性组织则通过盈利活动来确保其生存能力。所以,在社会目标方面,二者在某种程度上达成了统一。

(2)企业的战略导向。社会创新并不是非盈利性组织的特权,企业也是社会创新的重要主体。为此, Kanter(1999)在“社会创新”概念的基础上率先提出了“企业社会创新”(corporate social innovation)的概念,他认为“企业应该将社会问题作为一个学习实验室,以辨识未被满足的需要,并提出解决方案以开辟新的市场”。与传统以成本和投入为主的企业社会责任不同,企业社会创新是一种与社会相关的战略投资,它是企业以创新的形式对社会做出的贡献,涉及公司内部与外部各方更深层次的合作,为社会问题提供可持续的解决方案(Mirvis等, 2016)。此外,结合社会创业,具有考虑或关注社会问题和社会现象的决策环境的企业也会参与更多社会活动,促进企业更好地发展(Aguilera等, 2007; Dacin等, 2007)。

3. 制度因素

从社会建构主义的角度来看,社会创新可以被看作是人与制度环境之间社会互动所产生和建构的结果,它在情境性的制度背景下才具有意义(Cajaiba-Santana, 2014)。制度可以被分为正式制度与非正式制度两类,而在两个层面上的制度缺失(institutional void)或制度不完善导致了社会创新的产生。

(1)正式制度。正式制度源于法律法规、社会规范等客观约束。学者们从对抗性的角度讨论了制度缺失对社会创新的影响。Onsongo(2019)在分析沃达丰集团在肯尼亚推出移动支付业务M-Pesa的案例时,认为这项社会创新利用了BOP(bottom of pyramid)环境下的制度缺失来发现和创造了社会创新的机会。在制度复杂的环境中,避免或跨越制度缺失是成功实施社会创新的关键。而Rao-Nicholson等(2017)从国家创新体系的角度提出社会创新是一个自上而下

的集体学习过程,为发展和加强制度安排提供了一种新的手段。社会创新通过跨越公共部门和私营部门的跨界活动来发展和加强制度建设,弥补政府治理不足和市场失灵。

(2)非正式制度。相比于正式制度,非正式制度的作用更加缓慢、持续和内隐。Bridgstock等(2010)将社会创新描述为“具有文化偏见的、强调思想的重要性以及事物如何变得不同和更好的愿景”。Harrison等(1998)在对社会问题的多样性与社会创新的关系进行了研究后发现,尽管表面层次的多样性(如人口特征)在短期内对社会创新的开展有重要影响,但从长远来看,深层次的多样性问题与人们的态度、期望和信念的关系变得更加重要。同时,文化有助于激励人们创造价值体系,对于文化传统的重视、维护和遵从会促进人们在生产新产品和新服务的过程中转化为社会创新的生产力(De Miranda等,2009)。因此,价值信念、社会文化、道德伦理、集体意识等非正式制度的缺失或不完善在群体的社会创新中也发挥着重要作用。

4. 技术因素

社会创新既可以是某种制度化社会实践的结果,也可以是一个过程。但无论哪种方式,社会创新都与技术发展存在紧密联系。比如,信息通信技术的发展就有助于加快社会创新,它可以使社会创新实践者能够更好地管理和转移知识、进行跨组织的沟通与合作、应对危机和自然灾害、实现政府服务、预测环境动荡、引入新的产品及服务(Xu等,2014)等。而电子商务技术作为信息通信技术的一种特定形式,近年来在促进社会创新中的作用持续加大。Cui等(2017)基于资源基础理论,采用了资源编排的视角分析在信息通信技术和变革背景下,社会企业家如何组织资源以实现电子商务领域的社会创新。他们发现,要实现社会创新,必须实现社会创新战略(分为本土型、外生型和协作型)与资源协调的契合。同时,Sandeep和Ravishankar(2015)认为将基于数字化、信息化的外包工作机会带给边缘人群的做法是一项重要的社会创新,提供信息技术和业务流程外包服务的影响力外包模式不仅寻求为客户提供业务价值,也能受到帮助边缘社区享受全球化成果的明确社会使命的驱动。总之,提供并发展必要的技术基础设施和应用程序,可更有效地推动社会创新及其进程。

(二)社会创新的作用机制

学者们主要从知识、网络、资源、合作等角度探讨了社会创新对组织层面的影响机制。具体来看,现有探讨可以归为以下四个方面:

1. 知识共享

社会创新需要多元化的知识,其自身也是一个不同主体的多种知识并存及持续交互的过程(Krlev等,2014)。首先,在商业企业方面,Cajaiba-Santana(2014)基于制度理论提出“社会创新是通过合法的活动而被动员起来的,是知识与资源的交换及应用所导致的,企业通过从外部环境获取隐性知识来学习成功的社会创新”。在这个过程中,CEO需要对社会创新相关主体进行授权,使其能够本能地采取行动、开发和实施新想法来促进社会创新。这一模式意味着企业会主动地、反射性地与社会环境进行知识的互动、吸收和转化(Murphy等,2012)。其次,在非盈利性组织方面,Chalmers和Balan-Vnuk(2013)认为非盈利性组织的一个特殊优势是它们成功获取、吸收、转换和利用用户知识的能力。用户知识被认为是社会创新过程的重要组成部分,它构成了社会创新过程的基本输入,许多非盈利性组织会认真考虑用户知识和其他背景信息,以使社会创新有效地满足其目标受益人的需求。因此,非盈利性组织的社会创新一般会利用外部创造的知识,并通常依赖于与技术水平较高的合作伙伴共同开发和创新。再次,在个体方面,Clements和Sense(2010)提出人们通常在知识共享网络进行跨边界工作,这需要持续的学习。而在任何情况下,社会创新本身就具有一定的新颖性和紧迫性,这促使参与者进一步学习创新

和改变,以及学习如何学习,进而促使组织、合作伙伴、个体等主体之间持续的知识流动与创新,最终以更有效的方式解决社会问题(Murphy等,2012;Unceta等,2016)。

2. 资源整合

首先,社会创新的产生与实施将会为企业聚集一批拥有社会创新意识,愿意为社会做出贡献的优秀人才。Bode和Singh(2018)认为考虑社会问题已不再是企业经营中的边缘议程,而是日益成为商业战略的组成部分,企业可以在制定包含社会问题的商业战略过程中,挖掘、招聘到具有亲社会行为或追求社会影响的员工,使用一些非财务导向的激励手段促使员工创造更多社会价值。其次,社会创新也越来越多地利用技术创新的模式和资源,技术和技术进步已经被用来创造新的产品和服务,有助于解决社会问题(Arena等,2018),通过技术手段提高贫困人群的生活状况是近年来社会创新项目的主要模式。例如2011年孟加拉国成立的第一个移动货币服务机构bKash、肯尼亚的M-Pesa移动支付业务等都是基于技术创新的快速发展和普及的结果,它们都是社会创新和技术融合的产物(Rahman等,2017)。再比如大数据技术提高运营效率和组织的有效性,推动新产品、服务的开发与发展,也是实施社会创新的一种途径(van den Broek和van Veenstra,2018)。再次,整合组织内部资源,实现内部创业,也是实现社会创新的途径之一。Alt和Craig(2016)将在组织内部的可持续性、社会伦理和企业家之间挑战盈利性组织中商业逻辑主导地位的变革推动者称为社会内部创业者。在社会创新战略或氛围的影响下,员工可以利用组织优势及个人能力获得新的发展机遇,高层管理者也可以在做出将企业社会责任纳入商业战略的决策时,把与社会创新有关的活动与组织的其他部门分离开,并将开放创新的原则应用到社会创新的发展中,将特定的非盈利性组织作为新的社会创新项目的创意来源,并利用它们使新产品和服务得以应用和推广(Altuna等,2015)。

3. 创新互动

社会创新并不是一个孤立的过程,它既可以是破坏性的,也可以是建构性的(Lettice和Parekh,2010)。在此过程中,社会创新与技术创新、商业模式创新等也必然存在一定的关联。如服务创新、社会创新、低技术创新、关系创新、价值创新等被认为是高度相关的创新领域(Schirmeister和Warnke,2013)。尤其对社会创新与服务创新,学者们的争议较大,提出了相互关联但又截然不同的观点。Witell等(2017)提出将社会创新研究纳入服务创新研究的范畴。而Windrum等(2016)、Gallouj等(2018)认为服务是社会创新的关键因素,所以服务创新是社会创新的一种方式。Dwivedi和Weerawardena(2018)也认为服务创新应该属于社会创新的研究范畴。虽然学者们尚未达成统一的认识,但却都认为社会创新通过创造新的服务或者带动完善服务,来提高个人、社区的生活质量。同时,公民不再是被动的消费者,而是积极参与、共同尝试、改进这些服务,服务创新与社会创新在协作配合的过程中共同创造社会价值。此外,Avelino等(2017)认为社会创新挑战、改变、取代了现有的社会关系,这主要是通过共同产生新的社会关系来实现的,包括新的行为、组织、机制等等,社会创新的这种变革潜力在一定程度上增强了它与其他变化和创新的共同发展程度。所以,社会问题的解决是社会创新与不断变化的各类创新范式、心智模式、政策、制度等共同进化的结果。

4. 利益相关者共同参与

考虑到社会创新影响范围的广泛性,其会涉及政府、企业、社会组织、公民等多个利益相关主体(Mulgan,2006;Sanders等,2007;Murray等,2010)。Cajaiba-Santana(2014)基于结构理论对社会创新进行了分析,他认为社会创新通过利用创新中介、现有制度和社会系统之间的参与程度和相互关系共同推动了社会变革。Kinder(2010)认为社会创新的实施提升和发展了组织的社会愿景,构建了注重边做边学的学习过程,并对愿意与用户保持密切联系的专业人员及合作

伙伴进行了赋能。这些变化可能会打破原有制度的界限,创造新的因果关系和社会关系,进而成为社会变革的加速器。Bhatt等(2016)在研究印度地区基于开源软件的社会创新项目时提出,社会创新推动了企业家、目标受益人和各主体共同参与解决社会问题,如激发了本地社会企业家的远见和激情,推动目标受益人更加积极主动的参与,并促使各主体之间建立了良好的合作关系。此外,部分社会创新项目甚至激发了非直接相关主体关注类似问题的社会意识,如志愿者团队、具有相似经历但不在该项目范围内的公民群体等等(Garrone等,2018)。总之,社会创新的产生与实施对企业、公民等利益相关者在培养创造力、寻求将知识转化为商业产品和服务方面及解决社会问题中的作用变得越来越重要(Ozkan-Canbolat和Beraha,2016)。

(三)社会创新的边界条件

当前,对社会创新边界条件的探讨仍处于探索期,有关社会创新调节因素的研究非常匮乏。在现有的成果中,学者们主要从情境因素进行了分析:

1. 环境情境因素

(1)市场动荡性。市场环境是企业开展创新活动必须要考虑的因素之一,良好的市场环境对创新效果具有积极的促进作用。Candi等(2018)也认为在高市场动荡的情况下,顾客和其他利益相关者更有可能促使公司关注社会层面而不是竞争对手,市场动荡性显著调节了“包含社会意图在内的创新”与顾客接受程度之间的正相关关系,而竞争强度感知水平的调节作用却不显著。这也表明当管理者注意到顾客期望和需求的高度变化时,他们需要将社会层面产生差异的因素纳入他们的创新努力中。

(2)道德合法性。由于社会企业家会支持、参与、实施各种以前并不为人知的社会创新,他们可能会在尝试引入社会变革的过程中面临新的责任。考虑到这种责任,道德合法性就可能是影响社会企业开展社会创新的关键因素(Dart,2004)。道德合法性的判断主要基于目标对象认为他们是否从组织的活动中受益,这也反映了组织的活动是否改善了社会现象,增加了社会福利的理念,以及是否会被公众的社会价值体系所认可(Suchman,1995)。企业在开展社会创新时为了获取道德合法性,就必须顺应当前环境下公众已有的认知和理念,在获取了社会认可及道德合法性以后,公众就对企业有了更高的道德合法性的期望,企业还要为随之而来的困境及解决方案寻找和获得新的合法性,社会创新始终面临着在目标环境中获取合法性的挑战。

2. 组织情境因素

(1)创新异质性。Candi等(2018)在研究中将探索式创新和利用式创新作为控制变量,分析了包含社会意图的创新与顾客接受程度之间的关系。他们发现探索式和利用式创新都与顾客接受程度有关,但探索式创新在一定程度上调节了包含社会意图的创新与顾客接受程度之间的关系,但利用式创新却没有显著的调节作用。一方面,这说明探索式创新与包含社会意图的创新存在一定的内在关联;另一方面,也表明企业可以或甚至必须考虑社会因素并不是获取良好表现的唯一途径,企业需要在创新维度和社会维度两个方面做好有效的平衡,只有这样才能取得卓越的业绩(Vargo等,2015)。

(2)组织承诺。非盈利性组织是开展社会创新的重要主体之一,基于信任和承诺的密切关系推动了非盈利性组织创新的发展,两者的关系越好,非盈利性组织发展创新能力的程度就越高(Sanzo等,2015)。而在盈利性组织方面,Altuna等(2015)以意大利圣保罗银行为案例,他们发现最高管理层做出的有关于社会价值的真正信念和承诺将会显著影响企业的社会创新能力,并使得该银行的一个社会创新实验室项目真正融入到银行的总体战略体系中。许多从事社会创新的企业都在对社会目标承诺基础上努力地寻求解决重大的社会、经济和环境问题的方

案,不仅提升了企业发展的动力,也加速了组织内外部的知识交流和共同创造的过程(Mirvis等,2016)。

(四)社会创新的影响效果

由于社会创新的研究时间相对较短,理论分析和实证研究依然很不成熟。在现有研究中对社会创新影响效果的探讨可以被归纳为以下四个方面:

1. 制度层面

(1)推动社会制度进步。每一项创新都涉及创新的两个维度:技术创新和社会创新,技术创新可能涉及技术过程和新产品的变化,社会创新可能涉及引入新的社会制度,如股票市场、专利制度(Linton,2009)。社会创新是影响人类行为的决定性因素,任何时期的制度和组织的规则都是社会创新的功能与体现(Simms,2006),具体表现在建立新的制度与机构、建立投资者和受益者之间的新关系、推动企业家更关注对社会和环境方面有益的目标等方面(Avelino等,2017)。同时,企业在实施社会创新的过程中也会塑造社会规范、价值观、用户行为等非正式制度,根据参与社会创新的用户群体规模大小,企业将会通过单边、双边、多边等方式推动社会制度的进步(Purtik和Arenas,2019)。此外,社会创新也对城市经济和居民生活产生了重要影响(Moulaert等,2007;Bouchard,2012)。Garrone等(2018)对社会创新与城市宜居性之间的关系进行了研究,发现社会创新的主要影响体现在可访问性和公平性方面,即通过社会创新项目为城市提供更广泛和更公平的服务,使得以前被边缘化的城市居民群体可以享受并参与到对城市生活至关重要的服务中。

(2)创造社会共享价值。社会创新总是发生在多个利益相关者的网络中,包括政府、企业、公民、第三部门等。其中,公民的利益是由第三部门来代表的,他们共同参与、实施社会创新,并通过积极地利用这些创新成果来进一步传播社会创新(Citroni,2015)。社会创新的合法化进程也揭示了社会创新项目的可复制性和受益人作为社会价值共同创造者的作用(Choi和Majumdar,2014)。虽然并不是社会创新项目都能实现其社会目的,但所有的社会创新都可以创造社会共享价值,这是因为在社会背景下,企业家寻找社会创新项目的主动程度就已经体现了企业家为创造共享价值所做出的努力(Lumpkin等,2013)。同时,企业层面的社会创新也可以被理解为企业在努力追求商业价值和社会价值的过程中所碰撞出的跨界新机遇,它不仅是多主体共同进化的结果,也会促进各主体创造更多的共享价值和社会福利(Popoli,2017)。尤其在新产品和服务具有显著外部性的地区,社会创新所创造的社会价值将大于对创新者的私人效益(Gallouj等,2018)。

2. 组织层面

(1)提升组织绩效。在非盈利性组织方面,社会创新是社会企业家精神的现实体现。Felicio等(2013)对社会企业家和变革型领导在解释非盈利性组织的社会价值和组织绩效方面的作用进行了分析,结果发现社会企业家精神正向影响非盈利性组织的组织绩效。而在盈利性组织方面,Alonso-Martinez等(2019)发现企业投入社会创新以及社会创新对企业绩效的影响并不是当期的,而是普遍会滞后一年。Odunlade(2017)进一步发现参与企业社会创新的企业与仅承担企业社会责任的企业相比将会显著提高企业的社会绩效;而在与财务绩效的关系中,却没有足够的证据能够证明企业社会创新比企业社会责任对财务绩效有更大的正向影响作用,但企业社会创新可以推动企业社会和环境绩效实现可持续的增长。

(2)提升组织竞争力。一个深思熟虑的、系统的社会创新方法或项目不仅可以解决客户和产品的问题,如公平营销、产品安全、可持续消费等,还能为组织创造更多的竞争优势

(Herrera, 2015)。企业家及企业会利用外部舆论、社会道德导向等,寻求政府部门、权威机构、精英人士的关联,并强调它们的社会活动对社会的益处,这可以为企业带来更多的资源和机会(David等,2013)。利益相关者的参与增加了企业进行合作创造的机会,通过知识的收集和创造使商业模式创新成为可能,而加强和调整组织元素提高了企业的管理能力,为企业构建竞争优势提供了强大的来源(Herrera, 2016)。社会创新推动制度变革,包括监管制度,而监管可以进一步推动市场竞争,从而鼓励企业不断开发新产品和新服务,持续进行创新(Linton, 2009)。

3. 社区层面

(1)解决边缘化社区难题。社会创新并不只关注商业收益,同时也需兼顾社会价值创造和社区发展(Dawson和Daniel, 2010)。Mongelli和Rullani(2017)发现社会创新并不只是由于人们为了解决自己遇到的各种问题,而更多的是自愿且有组织地提供一种更经济有效的方法来解决政府机构或社会组织所无法解决的一些紧迫的社会和环境挑战,包括为解决边缘化社区问题而开发开源软件、组织创意比赛、寻求技术支持、社区风力发电等。它是以社区为基础,以改善社区生活质量为目的的集体行动的结果。

(2)提升社区参与度。关于社会创新的实践活动越来越强调社区在创造和传播方面的作用。Dwivedi和Weerawardena(2018)认为社区参与是社会创新的重要特征,它本质上需要与目标群体进行接触,以有效地促进社会价值的创造。他们强调社区参与对社会企业家、社会创新实践者的重要性,以及自我组织在重新嵌入社区中的力量和作用(Maclean等,2013)。

4. 个体层面

(1)改善个体生活质量及社会关系。社会创新通过新的或改进的服务和产品,提高了个体的生活质量。如向缺乏传统金融体系的穷人提供贷款、储蓄、保险和其他金融服务的小额贷款,新的乡村旅游计划,智慧城市的倡议,以及越来越多新的、可持续性的解决方案。而人们也在这一共享网络和创新实践中跨越边界工作与生活,通过学习社会技能来改善个体之间的社会关系(Clements和Sense, 2010)。

(2)激发更多社会企业家精神。部分个体由于受益于社会创新活动,而在价值观、信仰、思维方式等方面发生了改变,并综合多种原因决定从事社会创新,成为社会企业家或社会创新实践者,以提高自身及所在社区的生活质量(Sandeep和Ravishankar, 2015)。这在一定程度上增强了个体的创新精神与社会使命感,使得当地企业蓬勃发展,从而帮助一个地区摆脱贫困(Avelino等,2017)。

五、结论与未来研究展望

通过对代表性文献的深入分析,本文认为社会创新研究已经从概念界定等基础性问题探讨阶段发展到了分析前因后果等多元视角研究阶段,并形成了整合式分析框架。虽然目前社会创新研究已经取得了较为丰硕的成果,但仔细分析可以发现,现有研究依然存在三方面的不足:一是,现有研究多数借用组织理论、创新理论、利益相关者理论等其他领域的理论或经验进行分析,理论基础较为分散,且并未遵循一个连续或统一的研究体系,更缺乏适用于社会创新自身的理论。二是,扎根于社会创新情境的实证研究更是不足,包括社会创新的测度方法、工具选择等多个方面,这不仅说明社会创新研究领域依然存在大量空白,也说明社会创新研究仍缺乏系统性。三是,现有研究缺乏对社会创新动机、内在机理、影响结果等方面的深度挖掘与分析,而且现有研究多集中在对个别案例或现象的讨论,研究得出的结论并不能作为被广泛接受的理论框架或分析结果,它们也不具有普遍性的影响。因此,为了推动社会创新研究的深入发

展,本文认为未来需要在以下三个方面做进一步的完善。

(一)概念完善、量表开发与实证研究

1. 进一步完善概念

早期的社会创新被简单地理解为一种区别于技术创新的非技术性创新。但实际上,社会创新中也会用到新的技术手段或者低技术的方式,基于非技术角度的社会创新研究产生了方向性的偏误。后来的学者们开始从公共政策、环境发展、社区生活、健康医疗、弱势群体等角度对社会创新进行了相关论述(Garvey和Griffith, 1966; Taylor, 1970; Gershuny, 1982),虽然比早期的概念更加丰富,但学科基础较为分散,仍然没有真正反映社会创新概念的本质。直到近年,社会企业的兴起给社会创新研究的学者们带来了新的思路,学者们逐渐识别出了社会创新的核心要素,包括社会目标、社会共享价值、商业价值等。但这些研究多侧重于制度和组织层面,缺乏对个体因素的考量。所以,未来的研究有必要加强社会创新概念在个体要素方面的探索,并根据自身研究主题进行清晰的界定。

2. 开发成熟的量表

综观现有社会创新研究,缺乏权威成熟的量表。现有的相关量表也仅是将社会创新作为一个细分维度,通过少数条目进行测度。这些量表在测量内容方面存在一定的主观性,采用这些量表的实证研究也非常匮乏,无法确保量表的有效性。而且,类似量表因研究主题或内容不同而存在很大分歧,在维度和条目设定上对情境因素的考虑也不够充分,未来的量表设计及测量条目中需要丰富情境因素。此外,目前在量表的开发方式上存在演绎法、归纳法等多种不同的方式,无法统一社会创新的测量维度和关键内容。在概念尚未界定清晰的情况下,未来或许通过质性研究等归纳法来开发量表可能更为有效。

3. 加快实证研究进展

当前,社会创新领域实证研究较为匮乏,主要难点在于指标选取和数据来源等测量方面。一方面,关于社会创新是否可以被量化测度仍存在明显的观点分歧。部分学者认为稳定且准确地测量社会创新是不可能的,也是不被认可的(Păunescu, 2014)。虽然目前有大量的方法和评估模型,但在某种程度上也意味着任何对社会创新的测量都有一定的随意性和不确定性,容易引起质疑(Meissner等, 2017)。另一方面,大多数学者依然认为社会创新是可以测量的,他们也从多个视角、采取多种方式进行了尝试,如从国家层面的社会创新政策角度(Berzin等, 2014)、组织层面的产品创新和服务创新角度(Dwivedi和Weerawardena, 2018)、社会目标导向的创新投入角度(Graddy-Reed和Feldman, 2015)、具有高社会效益的创新活动角度(Wagner, 2010)、个体层面的社会创新倾向角度(Bulut等, 2013)等。在指标和数据方面仍处于探索阶段,尚未出现较为权威或获得一致认可的指标或数据来源。考虑到社会创新与创新理论、社会责任等方面的关联,未来可以借鉴社会影响力投资、社会责任投资等研究成果进行积极地探索和尝试。

(二)拓展可能的研究方向

基于现有成果,本文认为未来仍可以从影响因素、作用机制、边界条件和影响结果四个方面对社会创新进行更全面深入地研究。为此,本文将未来可能的拓展方向进行了梳理,希望能为后续研究提供参考与借鉴。

1. 进一步探讨社会创新的前置影响因素

首先,在个体层面,个体特质对个体行为具有重要的影响。Gopaldas(2015)提出员工扮演着社会公民的角色,他们会认为更关注社会现象的企业是更加安全、令人钦佩和有意义的工作场所,员工出于对关注社会问题、实现社会目标的道德需求而会呼吁并驱动企业参与社会创

新。为此,未来可从个体特征角度进行深入探讨,如顾客购买具有社会创新意义的或包含社会创新意图的产品或服务的行为与企业开展社会创新的关系,或不同特质的顾客、员工对企业社会创新响应的过程和机制,不同创业者、管理者特质对个体社会创新或企业社会创新形成的影响,社会企业家(精神)在激发社会创新中的作用等(Chalmers和Balan-Vnuk,2013)。其次,在企业层面,现有研究主要基于资源基础理论、利益相关者理论等进行分析(Herrera,2015;Garrone等,2018),未来还可以从企业社会创新的多层次压力理论、权变理论等视角进行分析。如Aguilera等(2007)提出企业面临来自个体、组织、国家和跨界四种不同类型的压力,不同压力应用不同机制(如对话、抵制和法律)向企业施压以促使企业开展社会创新。Short等(2009)提出也可以从领导有效性、路径—目标领导模式等角度进一步探索促进或抑制社会创新的因素。再次,在制度层面,Purtik和Arenas(2019)从结构性视角出发,对制度变革及多种因素、多个主体的交互情境对社会创新的动机进行了分析。未来可进一步探寻这些理论对社会创新研究的贡献程度,也可寻找适用于社会创新研究、解释社会创新现象的其他理论、方法或工具。最后,在技术层面,信息通信技术包含互联网技术、社交媒体、移动技术等多种不同分类,未来仍可对信息通信技术及其各细分技术对社会创新的影响做更深入的研究;同时,在工艺、能源等生产和物流领域的技术研发与应用对社会创新的影响也值得深入探索。

2. 加强社会创新作用机制的研究

首先,从外部视角来看,未来研究可以对社会创新与企业声誉、社会创新与合法性方面进行深入探讨。在企业声誉方面,目前已有研究表明企业社会责任对企业声誉有直接和积极的影响(Hur等,2014)。从战略层面考量,企业声誉已经是企业创造商业价值和社会价值的关键要素(Agarwal等,2015)。目前尚未有企业社会创新与企业声誉之间的研究。因此,未来可以针对企业社会创新是否会对企业声誉产生影响,或企业社会创新是否会通过企业声誉对企业绩效、企业成长产生影响等做进一步的探讨。在合法性方面,当组织的行为遵从了其所处社会环境中的规范、价值观、理念,符合了社会对组织的需求和期望时,组织的行为就是被认可和接受的,这样组织就获得了合法性(DiMaggio和Baum,1983;Suchman,1995)。目前关于合法性的研究已经较为系统和丰富,学者们将其进一步拓展为政治合法性(Aldrich和Auster,1986)、组织合法性、道德合法性、产业合法性(Zimmerman和Zeitz,2002)等。当前,已有学者对社会创新与合法性的关系展开了研究(Onsongo,2019),如道德合法性对社会创新的调节和影响作用(Dart,2004)。但社会创新与其他合法性构念之间是否也存在一定关系或存在怎么样的关系,目前依然没有明确的结论。为此,未来可针对企业社会创新与其他合法性构念的作用机理,以及社会创新通过其他合法性构念对组织成长的影响做深入的探讨。

其次,从内部视角来看,已有研究表明当企业为了获取商业利润而履行社会责任时,会在产品创新、过程创新等方面表现出更强的创新能力,也更容易获得成功(Bocquet和Mothe,2011)。而当企业承担社会责任或开展与社会创新相关的活动时,会促进创新能力相对较弱的企业提升竞争力,在市场竞争中获取竞争优势,从而对企业财务绩效产生积极的影响(Hull和Rothenberg,2008)。那么,企业社会创新作为一种新的创新范式,与创新投入之间的关系是否也有类似的结果呢?同时,企业在承担社会责任时有可能促进企业增加研发投入,但也有可能因为要承担社会、员工、环境等方面的责任,反而影响了原有的研发投入水平,甚至出现减少研发投入的现象。那在企业开展社会创新的背景下,这种情况又会出现哪些不同?以上问题都值得学者们进一步研究探讨。

3. 加强社会创新边界条件的研究

首先,从外部视角来看,制度环境的改善不仅会对企业创新行为产生积极的影响,也会规

范公司经营活动和效率,促进企业的社会表现(Bagherinejad, 2006)。同样,企业社会创新是打破或改善原有制度安排,建立新的制度形式的过程,这其中一定会受到制度因素的影响。比如,在市场、法律、政府支持或干预等不同情境下的企业社会创新行为及其与创新投入、创新绩效、企业成长等方面的关系也一定存在不同。因此,企业社会创新背后的制度差异为后续研究提供了很大的拓展空间。同时,利益相关者是企业发展所需资源的主要来源,但利益相关者在为企业提供资金、人才、知识等资源的同时,也会产生不同的诉求,并对企业施加一定的压力。所以,企业为了满足利益相关者的差异化诉求而从事与社会相关的活动,以获取利益相关者的持续支持(Godfrey等, 2009)。那么在不同的利益相关者压力下,企业社会创新与创新投入、创新绩效、企业成长之间的关系会如何变化,这也是未来可以进一步研究的方向。同时,制度环境、企业社会创新、利益相关者压力的交叉领域也为未来的研究提供了丰富的土壤。

其次,从内部视角来看,已有研究表明企业异质性对企业发展具有显著的影响,如企业规模、所属行业、企业年龄、产权性质等(Chen等, 2008; Cole等, 2010)。而现有研究仅从非盈利性组织、盈利性组织的简单归类视角对社会创新进行了分析,尚没有从企业异质性的角度对社会创新与企业成长、创新绩效等方面进行研究。如,由于社会创新需要创新性地解决社会问题,如医疗、养老、环境等,那是不是这类行业的企业比不属于这类行业的企业更容易出现社会创新?或是不是这类行业的企业开展社会创新更容易提升企业绩效或创造共享价值?同时,对于国有企业、民营企业、内资企业、外资企业、不同年龄的企业等,开展社会创新对企业成长的影响作用是否存在不同以及存在何种不同?这些调节作用产生的内在机理又是什么?未来的研究有必要在这个方面加强探索与分析。同样,企业层面与个体层面的政治关联(Fisman, 2001; Faccio, 2006)与企业绩效的影响也已经取得了丰富的成果,而它们对企业社会创新与企业绩效之间关系的调节作用也非常值得进一步挖掘。

4. 加强社会创新影响结果的研究

目前,关于社会创新的研究多侧重于前置因素、作用机制等方面,虽然也有少数社会创新的影响效果被识别出来,但绝大多数仍未得到实证检验。为此,现有研究总体上呈现出“重前因、轻结果”的特点。有鉴于此,加强探讨社会创新的影响效果非常有必要。首先,在制度层面,可在现有研究基础上,结合公共管理、社会学等领域的理论和知识研究社会创新对正式制度、非正式制度的影响。其次,在组织层面,未来可对社会创新与对组织社会绩效、财务绩效、社会价值、财务价值、共享价值的影响效果进行深入研究,也可以就企业社会创新与企业社会责任对企业绩效或企业价值的影响进行对比分析,还可继续探讨社会创新对组织结构、组织公民行为、组织学习、组织创新创业氛围等方面的影响,这些都亟待进一步挖掘和研究。再次,在社区层面,社区是社会治理的终端,也是个体集聚的空间,更是一种组织形式,未来可从社区治理、社区参与、群体文化、社区认同、社区绩效等多个维度进行进一步的分析。最后,在个体层面,可以借鉴心理学和行为学方面的成果(Brown和Dacin, 1997),关注社会创新对个体投资者的投资决策的影响,也可以考察社会创新对社会企业家、社会创业者、员工、受益人、社会公众等个体心理、行为、习惯、认知等的影响,如社会创新对受益人生活质量、收入水平的影响(Varadarajan和Kaul, 2018)及其价值观念、生活理念、思维方式、消费行为的影响等。

(三)加强中国情境下的社会创新研究

1. 国内社会创新研究进展概述

社会创新在全球范围内已经成为一种重要的社会现象,社会创新研究也已成为国外学者关注的重点。而近年来,国内社会创新实践也正在如火如荼地开展,各类社会创新活动、比赛、

奖项层出不穷,但国内针对社会创新的研究却较为滞后。本文基于中国知网(CNKI)数据库进行检索,不限发表时间,检索关键词为“社会创新”,出现检索词的位置为“文章任何位置”,发现自1993年出现第一篇文献以来,国内已有1035篇相关成果(包含报纸、会议通知、笔谈等)。秉承全面性、前沿性和权威性的原则,本文对收录在“中文社会科学引文索引(CSSCI)来源期刊(2017—2018)目录(含扩展版)”的171篇文献进行下载及全文阅读,并按与前文同样的方式进行筛选,最终得到56篇相关文献。经过分析发现,国内社会创新研究呈现出三个显著特征:

第一,在文献发表趋势上,2009年以前文献数量稀少,社会创新研究发展缓慢,关注度不足;2009年以后文献数量大幅增长,说明国内学者对该领域的关注度和研究力量在持续提升。

第二,在研究主题和内容上,国内研究重点关注四个方面:社会创新概念界定与理论基础探讨(纪光欣和岳琳琳,2012;周红云,2015;纪光欣,2017),社会创新与社会企业、社会创业、企业社会责任等相关概念的关联研究(刘志阳等,2018;林洁珍和黄元山,2018),社会创新维度、作用机制、模式等的研究(周直和臧雷振,2009;周荣庭和解歆韵,2015),对金融、设计、制造、公共治理、扶贫、慈善等领域的社会创新实践的研究(余晓敏和李娜,2017;钟芳和刘新,2018;李华晶等,2018)。总体来看,国内社会创新研究仍处于起步阶段,在影响因素、作用机制、边界条件和影响效果等方面的探索与国外还存在一定差距。

第三,在研究方法上,国内研究主要以理论分析、案例研究为主(李妮,2016,2018),学者们通过实证方法分析了社会创新对电子商务发展的影响(崔丽丽等,2014)、对制造业升级的影响(刘奕等,2017)等。为此,在实证研究、量表开发、概念测度等方面,未来仍有极大的拓展空间。

2. 中国情境下社会创新研究可能的拓展方向

中国目前正处于经济转型期和改革深水区,社会的主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾,而“双创”战略、建设创新型国家等政策方针也都强调了对创新的迫切需求。社会创新作为一种新的创新范式,可以弥补政府和市场失灵,有效解决社会问题,满足社会需求,促进社会发展(Gallouj等,2018)。因此,加强中国情境下的社会创新研究极具紧迫性和现实性。具体来说,本文认为有以下三个议题值得探讨:

第一,国内社会创新实践的起源、机理、现状、成效。2004年,社会创新开始进入中国学术界和实业界视线,此后主要经历了三个阶段:第一阶段是2004年到2009年,在建设创新型国家战略的指引下,社会创新项目开始出现,社会企业开始兴起,国家从法律层面也规定企业需要承担社会责任。第二阶段是2010年到2015年,以“首届中国社会创新奖”为节点,在创新政策的鼓励下,政府、企业、非盈利性组织、公民等全社会范围内开始参与社会创新,并为社会企业、社会创新项目提供社会支持。第三阶段是2016年至今,创新成为推动中国社会发展的核心动能,更多社会企业、共益企业不断涌现,社会创新联盟开始形成,企业与非盈利性组织持续跨界合作,共同推动中国社会创新蓬勃发展。虽然社会创新在国内发展的时间较短,但也涌现出了很多成功、优秀的案例。那么这些案例主要集中在哪些行业或领域?重点解决了哪些社会问题?它们如何进行社会创新、如何成长和发展?对社会产生了怎样的影响?这些都值得国内学者们进行深入的探讨与分析。

第二,制度、市场、文化等中国情境因素与社会创新的互动关系。“中国情境”一词的内涵非常丰富,但核心要素可以分为制度环境(如制度不完善、法律执行力不够等)、市场环境(如供需不平衡、技术波动强度高)、文化环境(如集体主义、风险规避等)三个方面(蔡莉和单标安,2013)。这三个层面的具体因素会如何影响国内社会创新的开展?或者社会创新又会对三个层面的具体因素带来哪些改变?这些都是非常值得深入研究的方向。在社会问题积重难返、社会

矛盾日益凸显的当下,企业、政府、社会组织乃至个体应该如何有效地识别社会创新机遇?如何整合现有资源?以何种手段和方式解决该类问题或矛盾?不同类型的企业(如国有企业和民营企业)开展社会创新的动机、方式有何差异?企业所在行业的差异对开展社会创新又会产生何种影响?国内不同区域间的文化差异、道德观念、传统习俗又会对社会创新产生哪些影响?或者社会创新又会对其产生怎样的影响作用?这些方面都有待国内学者们进行深入细致地探索。

第三,政府行为对社会创新的影响机制。在国内,政府依然是经济活动的主要参与者,政府的支持与干预行为对企业、社会、个体的相关活动具有重要的影响。如政府对特定领域的政策扶持是企业经营的重要参考,对企业创新更有积极的促进作用(张赤东,2013)。而且,目前国内从事与社会相关的组织主体主要是基金会、慈善机构等非盈利性组织,或行业联盟、协会等社会组织,这些组织也多由政府主导。那么类似的政府行为或因素对社会创新与制度进步、组织变革、企业成长的关系会产生怎样的影响?具体的作用机制是什么?这些问题仍需要深入的研究。

总之,以上议题蕴含着国内学者在社会创新研究领域可能突破的方向。未来随着国内社会创新实践和研究的拓展,以及在研究对象、内容和方法等方面的持续丰富,我们对社会创新现象和理论的理解也将不断加深,有助于为社会创新研究做出情境化的知识贡献。

主要参考文献

- [1]蔡莉,单标安.中国情境下的创业研究:回顾与展望[J].管理世界,2013,(12):160-169.
- [2]崔丽丽,王骊静,王井泉.社会创新因素促进“淘宝村”电子商务发展的实证分析——以浙江丽水为例[J].中国农村经济,2014,(12):50-60.
- [3]纪光欣,岳琳琳.德鲁克社会创新思想及其价值探析[J].外国经济与管理,2012,(9):1-6.
- [4]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.
- [5]Agarwal J, Osiyevskyy O, Feldman P M. Corporate reputation measurement: Alternative factor structures, nomological validity, and organizational outcomes[J]. *Journal of Business Ethics*, 2015, 130(2): 485-506.
- [6]Alt E, Craig J B. Selling issues with solutions: Igniting social intrapreneurship in for-profit organizations[J]. *Journal of Management Studies*, 2016, 53(5): 794-820.
- [7]Arena M, Bengo I, Calderini M, et al. Unlocking finance for social tech start-ups: Is there a new opportunity space?[J]. *Technological Forecasting and Social Change*, 2018, 127: 154-165.
- [8]Bhatt P, Ahmad A J, Roomi M A. Social innovation with open source software: User engagement and development challenges in India[J]. *Technovation*, 2016, 52-53: 28-39.
- [9]Bode C, Singh J. Taking a hit to save the world? Employee participation in a corporate social initiative[J]. *Strategic Management Journal*, 2018, 39(4): 1003-1030.
- [10]Citroni S. Civic events in a dynamic local field. The role of participation for social innovation[J]. *Industry and Innovation*, 2015, 22(3): 193-208.
- [11]Cui M, Pan S L, Newell S, Cui L L. Strategy, resource orchestration and E-commerce enabled social innovation in rural China[J]. *Journal of Strategic Information Systems*, 2017, 26(1): 3-21.
- [12]Dwivedi A, Weerawardena J. Conceptualizing and operationalizing the social entrepreneurship construct[J]. *Journal of Business Research*, 2018, 86: 32-40.
- [13]Gallouj F, Rubalcaba L, Toivonen M, et al. Understanding social innovation in services industries[J]. *Industry and Innovation*, 2018, 25(6): 551-569.
- [14]Garrone P, Groppi A, Nardi P. Social innovation for urban liveability. Empirical evidence from the Italian third sector[J]. *Industry and Innovation*, 2018, 25(6): 612-631.
- [15]Gopaldas A. Creating firm, customer, and societal value: Toward a theory of positive marketing[J]. *Journal of Business*

- Research, 2015, 68(12): 2446-2451.
- [16]Graddy-Reed A, Feldman M P. Stepping up: An empirical analysis of the role of social innovation in response to an economic recession[J]. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 2015, 8(2): 293-312.
- [17]Herrera M E B. Creating competitive advantage by institutionalizing corporate social innovation[J]. *Journal of Business Research*, 2015, 68(7): 1468-1474.
- [18]Herrera M E B. Innovation for impact: Business innovation for inclusive growth[J]. *Journal of Business Research*, 2016, 69(5): 1725-1730.
- [19]Hur W M, Kim H, Woo J. How CSR leads to corporate brand equity: Mediating mechanisms of corporate brand credibility and reputation[J]. *Journal of Business Ethics*, 2014, 125(1): 75-86.
- [20]Lumpkin G T, Moss T W, Gras D M, et al. Entrepreneurial processes in social contexts: How are they different, if at all?[J]. *Small Business Economics*, 2013, 40(3): 761-783.
- [21]Maak T, Pless N M, Voegtlin C. Business statesman or shareholder advocate? CEO responsible leadership styles and the micro-foundations of political CSR[J]. *Journal of Management Studies*, 2016, 53(3): 463-493.
- [22]Mirvis P, Herrera M E B, Googins B, et al. Corporate social innovation: How firms learn to innovate for the greater good[J]. *Journal of Business Research*, 2016, 69(11): 5014-5021.
- [23]Mongelli L, Rullani F. Inequality and marginalisation: Social innovation, social entrepreneurship and business model innovation[J]. *Industry and Innovation*, 2017, 24(5): 446-467.
- [24]Onsongo E. Institutional entrepreneurship and social innovation at the base of the pyramid: The case of M-Pesa in Kenya[J]. *Industry and Innovation*, 2019, 26(4): 369-390.
- [25]Păunescu C. Current trends in social innovation research: Social capital, corporate social responsibility, impact measurement[J]. *Management & Marketing*, 2014, 9(2): 105-118.
- [26]Phillips W, Lee H, Ghobadian A, et al. Social innovation and social entrepreneurship: A systematic review[J]. *Group & Organization Management*, 2015, 40(3): 428-461.
- [27]Popoli P. Corporate social innovation in comparison with corporate social responsibility: Integration, development or replacement?[J]. *International Business Research*, 2017, 10(10): 148.
- [28]Purtik H, Arenas D. Embedding social innovation: Shaping societal norms and behaviors throughout the innovation process[J]. *Business & Society*, 2019, 58(5): 963-1002.
- [29]Rahman S A, Taghizadeh S K, Ramayah T, et al. Technology acceptance among micro-entrepreneurs in marginalized social strata: The case of social innovation in Bangladesh[J]. *Technological Forecasting and Social Change*, 2017, 118: 236-245.
- [30]Rao-Nicholson R, Vorley T, Khan Z. Social innovation in emerging economies: A national systems of innovation based approach[J]. *Technological Forecasting and Social Change*, 2017, 121: 228-237.
- [31]Sandeep M S, Ravishankar M N. Social innovations in outsourcing: An empirical investigation of impact sourcing companies in India[J]. *Journal of Strategic Information Systems*, 2015, 24(4): 270-288.
- [32]Unceta A, Castro-Spila J, Fronti J G. Social Innovation Indicators[J]. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 2016, 29(2): 192-204.
- [33]van den Broek T, van Veenstra A F. Governance of big data collaborations: How to balance regulatory compliance and disruptive innovation[J]. *Technological Forecasting and Social Change*, 2018, 129: 330-338.
- [34]van der Have R P, Rubalcaba L. Social innovation research: An emerging area of innovation studies?[J]. *Research Policy*, 2016, 45(9): 1923-1935.
- [35]Varadarajan R, Kaul R. Doing well by doing good innovations: Alleviation of social problems in emerging markets through corporate social innovations[J]. *Journal of Business Research*, 2018, 86: 225-233.
- [36]Vargo S L, Wieland H, Akaka M A. Innovation through institutionalization: A service ecosystems perspective[J]. *Industrial Marketing Management*, 2015, 44: 63-72.
- [37]Witell L, Gebauer H, Jaakkola E, et al. A bricolage perspective on service innovation[J]. *Journal of Business Research*, 2017, 79: 290-298.

Social Innovation: Origin, Research Context and Theoretical Framework

Tao Qiuyan^{1,2}, Gao Tengfei¹

(1. *Business School, University of International Business and Economics, Beijing 100029, China;*

2. *School of Management, Beijing Union University, Beijing 100101, China*)

Summary: As a new innovation paradigm, social innovation can provide a more comprehensive and non-technical research perspective for innovation research. Therefore, accelerating the progress of research on the social innovation theory is of great significance to enrich the achievements of the innovation theory and guide enterprises, social organizations, individuals and governments to carry out practical activities. Combining traditional literature review methods, literature co-citing and keyword co-occurrence analysis methods, this paper uses Cite Space, which is already a mature scientific measurement tool in academia, to draw scientific knowledge maps, and makes deeply analysis to the representative literature on social innovation between 1975 and 2018, and 77 key papers published in 33 international authoritative journals in management, innovation, entrepreneurship and other fields. Through the combination of subjective and objective methods, this paper systematically sorts out the research process of social innovation, in order to explore the origin and research context of social innovation research more effectively, and deeply grasp the frontier issues and research content. This study finds that social innovation research has evolved from the stage of discussing basic issues, such as concept and definition, to the stage of analyzing causes and effects from multiple perspectives. Overall, scholars have conducted in-depth research on the key issues of social innovation from four aspects: causes, mechanisms, conditions and effects, and have made rich achievements in research topics, levels and content. However, the theoretical basis of the existing research is relatively scattered, and does not follow a continuous or unified research system, the empirical research rooted in the social innovation situation is also scarce, and the existing research mainly focuses on the discussion of individual cases or phenomena, which means the research conclusions cannot be regarded as the widely accepted theoretical framework or analysis results, lacking a certain universal influence. Finally, this paper constructs an integrated analysis framework of social innovation research, summarizes the existing research progress and achievements, puts forward future research directions in terms of definition, measurement, empirical analysis, and the deepening of existing framework research content, and specifically points out some key points of social innovation research in the Chinese context, including the origin, mechanism, current situation and effect of Chinese social innovation practice, the interaction between Chinese situational factors such as system, market and culture and social innovation, and the mechanism of government behavior on social innovation. This paper constructs a holistic perspective for social innovation research for Chinese scholars, provides a useful reference for accelerating social innovation research and carrying out practical activities, and also makes an important contribution to the integration of Chinese social innovation research and international research.

Key words: social innovation; research context; theoretical framework; Chinese context

(责任编辑:王雅丽)