

论社会企业的合法性

孙宇凡¹ 李硕²

(1.安徽大学社会与政治学院,安徽合肥 230601 2.安徽大学经济学院,安徽合肥 230601)

[摘要] 社会企业的组织形态与现行法律体系格格不入,产品受到公众质疑,定位受限于一线城市,导致在法规合法性、道德合法性与认知合法性等方面面临难题,并进而影响社会企业的经济效益与社会效益。鉴于此,唯有通过主动地适应或选择、改变或创造环境才能化解这一难题。

[关键词] 社会企业 合法性 多案例分析

[中图分类号] C912.2 [文献标识码] A [文章编号] 1672-4828(2012)08-0037-03

DOI: 10.3969/j.issn.1672-4828.2012.08.009

一、问题的提出

作为近年新兴的组织形态,社会企业日益受到社会各界的关注。一方面,社会企业的兴起为商业组织注入了道德血液,另一方面,社会企业的发展也被视作非营利组织增强“造血”能力的有效途径。因此,国内学者对社会企业这一组织颇多赞美之词,甚至有学者将其看成是公共政策、市场以及公民社会的结合点。但是,从创业管理的角度来看,社会企业的合法性问题令人担忧。Stinchcombe(2000:142-193)更是直接指出,从合法性的角度来看,具有创新、整合等特征的新企业其本身具有难以得到公众接受、认可等“新进入缺陷”(liability of newness)问题。那么,国内社会企业是否面临合法性问题呢?如果面临这一困境,那么它将给社会企业带来怎么样的影响?又将通过哪些途径消除其负面影响?本文试以合法性理论为基础,运用跨案例研究法分析上述问题。

二、合法性理论的回溯

总的来说,企业的合法性概念更强调从“社会人”而非“经济人”的视角研究企业组织。就概念界定而言,Suchman(1995)给出的定义较为常用:合法性是指一个

由社会建构的规范、价值或定义的体制中,一个实体的行为被认为是可取的、恰当的、合适的一般性感知和假定。因此,合法性并非企业自身的属性,而是社会公众,尤其是利益相关者授予企业的评价。

从类型学的角度来看,合法性的类型划分虽然各有争议,但Scott的“三类型说”得到了较为普遍的认同。Scott(1995:58-61)认为,合法性可划分为法规合法性、道德合法性、认知合法性。具体而言,法律合法性主要是源于政府、专业机构等制定的规章制度赋予的合法性。道德合法性主要是指源于社会价值与道德规范的合法性。例如诚信是广为接受的经商原则,若这一原则为某新企业所坚持则该企业易于获得道德合法性。认知合法性主要是指源于特定事物或活动的知识扩散及其接受水平的合法性,例如淘宝网上的一些网店通过品牌推广具有同某些实体品牌同样水平的社会认知水平。认知合法性与道德合法性有所不同,简言之,前者可视为“美誉度”,后者可视为“知名度”。

对于新企业而说,主要有四种策略可以帮助其获取合法性资源。第一种是顺应环境,即调整架构并将之与制度要求保持一致。第二种是选择环境,即针对于不同

[作者简介] 孙宇凡,安徽大学社会与政治学院社会学专业在读本科生,研究方向:组织社会学;

李硕,安徽大学经济学院国际经济与贸易专业在读本科生,研究方向:社会经济学

行业不同领域的制度环境,选择对于新企业而言制度压力较小的一种环境。第三种是控制环境,即主动地部分改变外部环境将之与自身保持一致性。第四种是创造环境,即以前无古人的魄力开创一套新的合法性话语环境。

三、研究方法与研究设计

本研究所采取的案例资料来源于上海财经大学社会企业研究中心(Social Enterprise Research Center)的会员资料。作为国内较早开始社会企业研究的科研机构,该研究中心建立了国内最全面的社会企业案例库。各案例资料均源于一手访谈资料,并通过专业人员整理形成结构化案例文集,使相关内容的信度与效度得到了较为有力的保证。SERC 目前提供了 53 个案例,覆盖了扶贫开发、教育文化等八大议题。

根据罗伯特·殷(2009:19-20)的多案例分析法,笔者对案例进行了两次筛选。初次筛选遵从的是复制法则。复制法则强调整程序及其后果的相似匹配性,即遵循相同的程序便可以产生相同的后果。通过这一筛选过程,得到 20 个案例。接着,又通过再次筛选确认研究对象。具体而言,再次筛选标准包括如下两条:(1)尽量来自于不同的行业、不同的议题。(2)案例信息较为翔实,可以进行充分地分析。最后,本研究筛选出六个案例作为分析对象,即“齐放网”、“花旦工作室”、“多背一公斤”、“春芽残疾人互助协会”、“新世纪梦想图书馆”、“心灵容器商店”。以下为这六个案例的基本信息。

表 1 六个社会企业的基本信息

名称	案例编号	主要议题	创建时间	注册形式
齐放网	C2009001	专注于为学生提供教育费用的小额网上信贷	2007年	商业法人
花旦工作室	C2009004	通过戏剧的方式提高流动人口的能力与经济水平	2002年	非营利组织(注册地为香港)
“多背一公斤”	C2009012	传播公益旅游理念,促进旅游者与贫困地区儿童的交流	2004年	商业法人
春芽残疾人互助协会	C2009020	提供信息交流、知识技能学习与康复服务的平台	2007年	先是商业法人后为社会团体
新世纪梦想图书馆	C2009029	致力于发展公共图书馆,促进教育公平	2006年	商业法人
心灵容器商店	C2010052	通过有创意的容器致力于为普通人提供心理健康服务	2007年	商业法人

注:该案例编号源于 SERC 案例库的编码

通过表 1 可知,社会企业的创建时间大多集中在 2005 年前后。但是,社会企业整体发展较慢,运作模式也处于探索中,没有明确的营利规划与公益计划,因此即使是花旦工作室等创建相对较早的社会企业也依旧具有新创企业的组织结构与组织行为特征。

四、社会企业合法性问题

首先,在法规合法性方面,现有法律并没有对社会企业这一组织形态进行明确定位,因而现在的社会企业

只能注册成为商业法人或社会团体、民办非企业单位等形式(见表 1),而这些组织形式与社会企业的愿景与运作又有所不同,从而造成了二者之间的张力,削弱了社会企业的合法性,并进一步影响利益相关者的投资意愿。春芽残疾人互助协会的刘瑞艳女士表示,以前作为工商注册的组织,只能以接受捐款的方式筹集资金,由于无法开具捐赠发票,捐赠企业往往要缴纳企业所得税,这对于筹资而言是个门槛(C2009020)。同时,注册为商业法人还意味着社会企业要按照商业组织的税收标准进行纳税,无法享有民办非企业单位等民间组织的税收优惠政策,这对于运作模式处于探索期的社会企业来说也是一大负担。但是,若注册为社会团体或民办非企业单位,根据法律规定,此类型民间组织具有非营利性,因而其营利性的项目必将受到制约。总的来说,根据社会企业的性质要求,既要有营利空间,又要能够进行公益活动,这与我国现行的法律规格格格不入。因此,社会企业的法规合法性受到营利与非营利两分式法律定位的约束,影响了社会企业的资金来源与分配,从而限制了企业绩效水平的提高。

其次,在道德合法性方面,社会企业往往因其产品的创新性、组织属性的混合性受到公众的质疑。心灵容器商店声称,他们出售的有形实体搭载着心灵治愈的无形概念,但这一心理健康想法引起了广泛的争议。为此,心灵容器商店不得不投入一定的资本进行公益培训,提高公众的心灵健康素养(C2010052)。同样的,齐放网虽然多次获得“世界科技先锋”等殊荣,但是

其网上民间信贷模式受到了公众的质疑,以致于齐放网不得不投入资本对产品的合法性进行解释(C2009001)。简言之,由于社会企业要兼顾经济效益与社会效益,因而需要通过不断创新提高效率,但是创新也意味着与原有社会道德规范有一定的冲突,使得社会企业不得不在获取公众信任方面付出一定的成本。

再者,在认知合法性方面,社会企业因只栖身于北上广等一线城市,使得部分大城

市社会公众对社会企业有所了解,而二三线城市公众对社会企业了解较少。创办新世纪梦想图书馆的王毅认为,除了北京、上海等一线城市,大多数城市不能提供社会企业容身的志愿者资源。因此,他的社会企业也只是在北京运作,并且定位为社区服务型,日均访问量在 40 人左右(C2009029)。总的来说,一线城市与二三线城市的公益文化、经济环境等方面差异影响了社会企业的地理定位,并影响了公众的认知水平,进而制约了社会企业的发展水平,客观上限制了客户群体的规模。

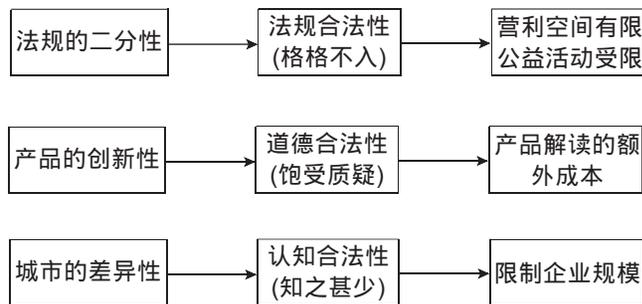


图1 社会企业的合法性问题及其影响

五、社会企业获取合法性的对策建议

由于合法性不足带来经济效益与社会效益有限的难题,因而社会企业有必要以合法性获取的理论为指导,扭转当前的不利局面。

第一,适应环境。社会企业虽然是新颖的组织形态,但是在其运作过程中仍需要适应制度环境以避免直接冲突。因为从战略的角度来看,社会企业往往缺乏经济资源,社会影响力也较小,难以改变现有的社会结构、制度设置环境,因此唯有严格地遵守制度规定才能保证企业持续地生存下去。由于社会企业多具有慈善性,郭亚楠(2011)提出过“慈善失范”的概念与上述问题类似。她认为,中国慈善事业的发展正处于转型期,不适应现代慈善发展的制度正在被淘汰,而新制度尚未出台,这必然导致慈善发展中的矛盾与无序的现象。但如果慈善组织能依法筹资,按规定使用善款,公众对它们的信任度也必然提升。举例来说,齐放网尝试将尤努斯的格莱珉银行模式移植到中国,但是我国对民间借贷进行了严格规定,齐放网在资金进出与资金监督等方面仍处于灰色地带。因此有必要遵循现行的法律法规,对组织运作模式进行必要的调整,从而打消公众的疑惑。例如:齐放网有必要将业务限制于贷款信息共享的建设,坚持拒绝吸储与放贷,从而避免违反“民间借贷”的相关规定。

第二,选择环境。对于新创社会企业而言,虽然栖身一线城市可能难以带来较大规模的社会影响,但却较容易因志愿者资源丰富等条件而获得一定的合法性资源。李伟梁、刘艳(2011)指出,对于社区社会企业而言,志愿者是其发展的宝贵资源,对社会企业的发展具有重要意义。同时,不同地区对于社会企业的税收优惠等政策也各不相同。例如深圳对社会企业采取免税的政策,并以政府购买服务的形式支持社会企业的发展。因此,选择适宜扎根的城市或地区,社会企业可以更为快速地获得社会公众的信任,尤其是在得到地方政府的政策支持的情况更易打消公众的疑惑。

第三,控制环境。社会企业并非只能依赖于环境而进行适应或选择,同样也可以主动出击,通过改变环境获取合法性。社会企业也需要在分析环境因素的基础

上,主动地与外部利益相关者进行谈判,从而获取对市场环境、制度环境的控制权。例如,社会企业因商业法人的定位无法为捐赠的企业开具捐赠发票的问题便可通过公关活动向政府有关部门提出关于解决这一问题的申请。

第四,创造环境。由于社会企业在营利的同时也要兼顾社会效益,因而制度创新才是最大限度获取合法性的理想途径。为此,社会企业需要提供一套能为后来者所接受的制度规范,例如行业标准、产品标准、服务标准等。同时,社会企业的混合属性也迫使其不能仅仅满足裹挟于商业法人与社会团体之间,而应当向政府部门提供建议,建立一个属于社会企业的组织范畴,从而在根本上确立其合法性的基础。

[参 考 文 献]

- [1] [美]罗伯特·殷著,周海译.案例研究方法的应用[M].重庆:重庆大学出版社,2009.
- [2] 郭亚楠.“中国式慈善”的现状与未来——基于社会资本视角的分析[J].社会工作(学术版),2011,(12).
- [3] 李伟梁,刘艳.社区社会企业的责任承担与培育发展[J].社会工作(学术版),2011,(5).
- [4] Stinchcombe, A L. Social Structure and Organization. in March, J. G. Handbook of Organization. Chicago, Rand McNally, 2000:142-193.
- [5] M C Suchman. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. The Academy of Management Review, 1995, 20(3):571-610.
- [6] W R Scott. Institutions and organizations Thousand Oaks, California: Sage Publication, 1995:58-61.

On the Legitimacy of Social Enterprise

SUN Yu-fan¹ LI Shuo²

(1. School of Sociology and Political Science, Anhui University, Hefei, Anhui, 230601; 2. School of Economics, Anhui University, Hefei, Anhui, 230601)

Abstract: The organizational form of the social enterprise organizations is incompatible with the existing legal system, the product is questioned by the public, and the position is limited in the area of first-tier cities. Based on the situation, it has to face with the challenges in regulatory legitimacy, moral legitimacy and cognitive legitimacy, and thus affecting the social enterprises' economic and social benefits. In order to resolve the problem, the social enterprise should either adapt or choose the environments passively or change or create the environments initiatively.

Key words: Social Enterprise; Legitimacy; Multi-case Analysis

编辑/汪鸿波