第一图书网, tushu007.com

<<中国私营企业主关系网络调查>>

图书基本信息

书名：<<中国私营企业主关系网络调查>>

13位ISBN编号：9787500481034

10位ISBN编号：7500481039

出版时间：2009-6

出版时间：中国社会科学出版社

作者：尉建文

页数：229

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

邀请指导老师为自己出版的博士论文写序，似乎成了一种俗成的“潜规则”，也是一种难以推脱的责任。
我在指导建文进行博士论文选题时，主要强调两点：一是要有兴趣。
有兴趣的题目，才会有研究的激情，能够享受做研究的乐趣。
没有兴趣的题目“硬”做，很难出优秀的成果。
二是题目要可行。
再好的想法无法实施，不能落到实处，也很难做好。
建文的硕士是在武汉大学学习经济社会学，对社会资本和关系网络一直都很感兴趣，而且当时我也能帮他找到相关的课题参与，故选择了这方面的题目。
一直以来，我都密切关注社会结构和非正式制度相关的理论问题。
我曾经撰文指出和论证，社会结构转型是社会资源配置的“另一只看不见的手”，即认为在政府干预这只看得见的手和市场调节这只看不见的手之外，还存在着另外一种看不见的力量，这就是社会结构的转型。
在家庭经营组织中、在企业中和在社会的非正式制度（社会潜网）中，都存在着与其组织形式相配套、相契合的社会关系网络，这些网络会影响人们的行为，影响社会资源的配置。
在私营和乡镇企业发展的一定阶段，家庭关系可能会形成一种降低监督成本的机制；在大型国有企业中，家庭关系可能会成为修改科层制的运行方式。
这都是社会结构影响社会资源配置的形式。
处在社会结构转型期的国家，社会结构转型对社会资源配置的影响会更加明显和具有分析意义。
《中国私营企业主关系网络调查》这本著作是建文在其博士论文的基础上，经过加工、修改和完善而撰成的。
该著作按照社会资源配置的三种机制——市场、政府和社会潜网，勾勒了私营企业主获取社会资源的三张关系网络——官员网、客户网和亲缘网。
在此基础上，对于私营企业主关系网络的运作、建构的过程以及关系网络的运行规则和资源交换规则进行了深入的探讨，这些研究对于中国本土化的关系研究有了一定的推进。

内容概要

中国历来是一个重视关系的国家。
关系在中国人经济与社会生活中扮演着极为重要的角色。
对于私营企业主来说，在中国社会转型的大背景下，市场经济还不完善，各种正式制度正在形成之中，他们无论从国家还是市场中获取资源，很大程度上都依赖于他们的关系网络。
因此，揭开私营企业主关系网络的面纱，剖析关系网络运行规则就成了本研究关注的核心问题。
本研究采用“事件网”的研究方法，通过个案访谈整理出一个个活生生的案例。
以具体的事件为核心，以关系网络的起始、发展、运作或建构为脉络，反映个体的网络建构策略，凸显网络的生成与再生过程，深刻地揭示私营企业主复杂的关系网络以及运作或建构的规律。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

尉建文，男，社会学博士，1978年生，山东莒县人。
先后在青岛大学，武汉大学和中国社科院研究生院获得文学学士、法学硕士和法学博士学位。
现执教于中央财经大学社会学系，主要从事社会资本、社会网络的研究．曾参与，主持过国际项目、国家社科重点项目多项，发表论文十余篇。

书籍目录

序导言　研究主题、研究意义和叙述逻辑　一、从“关系也是生产力”说起　二、研究对象、研究问题、研究思路和研究假设　三、主要概念的说明　四、主要观点和研究重点　五、研究意义与些许探索第一章 理论准备与研究方法　第一节 理论工具与相关研究成果　一、“社会资本”理论　二、交换理论　三、“社会关系”理论　第二节 文献回顾与相关研究　一、中国社会的“关系”研究　二、企业家关系网络与社会资本的相关研究　第三节 研究方法　一、调查方法　二、调查的方案与实施　三、网络分析方法第二章 私营企业主的关系网络特征　第一节 样本描述　一、私营企业主特征描述　二、企业特征描述　第二节 私营企业主交往的四大群体　一、家人群体　二、朋友群体　三、客户群体　四、员工群体　第三节 私营企业主的“电话本”分析：　一、W总的电话本分析　二、Y总的电话本分析　本章小结第三章 权力主导的官员网络　引言　第一节 建构型官员网络　一、互惠、阳光的关系网络　二、勾结利用的灰色关系网络　第二节 亲缘型官员网络　一、和谐、阳光的情感关系网络　二、情感、利益和权力交织的灰色网络　第三节 冷漠型官员网络　一、典型案例：养鸡场的w总　二、案例分析　第四节 员工型官员网络　一、典型案例：CD公司的H总　二、案例分析　本章小结第四章 利益主导的客户网络　引言　第一节 短期个人关系网络　一、典型案例：货运代理的招标与运作　二、案例分析　第二节 长期的个人关系网络　一、利益维系的网络　二、利益和情感混合的关系网络　第三节 长期企业间关系网络　一、非正式的企业间关系网络　二、商业联盟　本章小结第五章 情感主导的亲缘网络　引言　第一节 家庭亲缘网络　一、家庭亲缘网络与资源获取　二、家庭网络的桎梏与求变　第二节 朋友网络　一、朋友网络与资源获取　二、朋友网络的缺陷与回避　本章小结第六章 关系网络的“社会转型论”解释　引言　第一节 关系网络：正式制度的替代品　一、突破资本市场的壁垒　二、获得产权的保护　三、信息的获取　第二节 关系网络：市场信用和信任机制　一、提供信用担保　二、降低道德风险　三、提高交易效率　第三节 特殊历史条件和深层的文化因素　一、特殊的历史与社会条件　二、深层的文化因素　本章小结结束语　简要总结与讨论　一、资源获取的关系路径与规则　二、关系网络的实质、功能评价和发展趋势　三、嵌入还是殖民：经济活动与社会关系的再探讨结语　加强社会主义法制和精神文明建设，树立和谐、诚信的人际关系附录 私营企业主深度访谈问卷附录 私营企业主关系网络的统计描述附录 Rz公司董事长的电话本附录 部分访谈企业背景资料参考文献后记

章节摘录

但是这种调查的缺点也非常明显。
一是时间短，不够深入。
这样的企业访谈一般是两个小时。
老板们都很忙，如果耽误时间过久，他们就会不耐烦而且调查者也过意不去。
两个小时，对于一个复杂的企业，也只能是了解一个大致的轮廓，很难对某些问题作深入的了解。
尽管我们也会对很多企业进行二轮甚至三轮的回访，但是时间还是短促、不充分。
二是在当地官员看来，我们的调查带有领导视察的意味。
因此，他们安排的大多是当地的样板企业，都是绩效非常好的企业。
这样就会使得我们的调查对象存在一些偏差。
三是领导在场，有所干扰。
在调查的过程中，很多时候省厅会有一个工作人员陪着，到了区县以后，当地有关部门的领导又会陪着，如此一来很多时候访谈人员和各级领导人数相当，这样就会产生很多噪音。
一些企业的老总们对于某些问题的谈话难免有些放不开，尤其是对于一些敏感的话题，他们更是避而不谈。
另外一条路是靠个人的关系进入企业进行调查。
这样调查的好处非常明显，那就是在企业的入住时间长，可以通过对企业多名员工的访谈，以及自己的观察和感受，多方位、多角度地了解企业。
特别是对于企业老板们的关系网络调查，通常他们自己谈得很少，而且还有很多回避。
这种情况下，从他的下属以及朋友人手，侧面打听，就可以获得非常丰富的资料。
还有，由于有内线在企业，他对企业的很多内幕比较了解，很多事情都是他们亲自参与。
因此，这样的访谈是最有价值的。
但是，这条路子的缺点是对大的企业只能接触到某些具体部门，不能一下子从整体把握企业。
还有，如果内线在企业的职位不高，那就很难接触到公司的高层，对于研究老总的关系网络来说这种制约是很致命的。
所以，本研究在调查中，在选择企业的时候总是尽力避免这样的问题发生。
总的来说，这两条途径都各有利弊。
如果单靠一条腿走路，在调查中，难免就会存在很大的偏颇。
但在本研究中，笔者采取了这两种办法，最大限度地避免了调查中的误差，最大程度地收集到了更多、更加真实的资料。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com