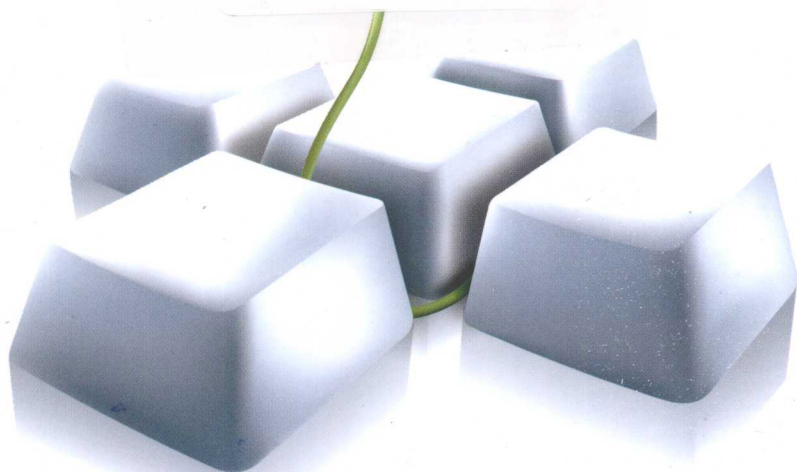


企业成长的社会关系网络研究

QIYE CHENGZHANG DE SHEHUI GUANXI WANGLUO YANJIU

李正彪◎著



人民出版社

云南师范大学学术文库

企业成长的社会关系网络研究

QIYE CHENGZHANG DE SHEHUI GUANXI WANGLUO YANJIU

李正彪 著



人民出版社

策划编辑:郑海燕

封面设计:天字行文化

图书在版编目(CIP)数据

企业成长的社会关系网络研究/李正彪 著. -北京:人民出版社,2010.5
ISBN 978-7-01-008842-6

I. 企… II. 李… III. 企业管理-社会关系-研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 064129 号

企业成长的社会关系网络研究

QIYE CHENGZHANG DE SHEHUI GUANXI WANGLUO YANJIU

李正彪 著

人民出版社 出版发行
(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京龙之冉印务有限公司印刷 新华书店经销

2010 年 5 月第 1 版 2010 年 5 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:22

字数:320 千字 印数:0,001-3,000 册

ISBN 978-7-01-008842-6 定价:43.00 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

目 录

导 论	1
第一章 相关理论述评	23
第一节 企业成长理论的简要回溯和社会关系网络 研究的缘起	23
第二节 社会关系网络的一般理论——新经济社会学的 观点	31
第三节 企业社会关系网络理论——经济学的观点	42
第四节 国内的研究现状和简要的评价	56
第二章 企业社会关系网络的核心:信任	60
第一节 信任的内涵及其来源的分析框架	60
第二节 企业信誉的决定机制	81
第三节 制度、文化变迁与企业信誉取向:从个人信誉到 企业信誉	95
第三章 企业社会关系网络的经济功能	101
第一节 企业社会关系网络的资本化:社会资本	101
第二节 企业社会资本有利于提高企业运行的效能	119
第三节 社会关系网络是企业获取各种经济资源的重要 途径	131
第四节 企业社会关系网络中的声誉增加了企业的 无形资产	138

第五节	企业社会资本是企业制度变迁的重要推动力量	141
第四章	企业社会关系网络的演进分析	151
第一节	企业社会关系网络的演进分析	151
第二节	企业社会关系网络与企业制度变迁的关系	159
第三节	从企业制度的变迁看企业社会关系网络的发展	163
第四节	国有企业社会关系网络结构变迁及其对资源 配置方式的影响	168
第五章	企业内部的关系网络(上)	186
第一节	出资者、经营者、员工间关系的动态研究	187
第二节	企业内部的人际关系网络分析	195
第三节	企业内部人际关系影响因素的多维分析	203
第六章	企业内部的关系网络(下)	210
第一节	企业劳资关系理论述评:劳资冲突与劳资合作	211
第二节	劳资关系的内涵、特征和影响因素	219
第三节	企业劳资关系的转换研究	222
第七章	企业间的关系网络:企业网络	240
第一节	企业外部网络化的动因	240
第二节	企业网络与市场组织和层级组织的区别	254
第三节	企业网络的类型	259
第四节	企业网络的演进分析	274
第八章	企业与政府间的关系研究	284
第一节	政企关系的不同分类	284
第二节	转轨中国家的畸形政企关系及我国政企关系的 重塑	293
第九章	构建企业和谐的社会关系网络(代结论)	309
第一节	构建企业内部和谐的社会关系网络	310

第二节 构建企业间和谐的社会关系网络	317
第三节 构建企业与政府、社会的和谐关系网络	321
参考文献	329

导 论

一、问题的提出

(一)选题的背景

企业是一系列关系的组合体,而人在企业生产经营活动中又处于中心地位,企业是以人为主体的、以人与人的关系为中心的协作组织。以提高企业绩效为目的的企业经营管理的实质就是,处理好企业中的以利益为核心的各种经济关系和社会关系。企业改革的实质是以利益为核心的社会关系的调整,公司治理的目的是协调好企业不同利益主体的相互关系。所以,研究企业就不能不研究企业内部各主体之间的关系以及企业间、企业与政府间的关系。对企业社会关系的全面探讨,是全面理解企业性质和企业成长的一个重要视角。企业的成长、企业制度的变迁实际上也就是企业社会关系的复杂化、契约化和制度化的过程。企业社会关系经历了以家族关系、朋友关系等为基础的初级社会关系到建立在以正式制度为基础的契约性社会关系的变迁。今天的企业社会关系实际是以契约性社会关系为主、初级社会关系为辅的“混合性的社会关系”。

从企业间的关系发展来看,20 世纪 80 年代以后,随着分包和外购越来越成为一种主流的生产方式,网络化作为企业组织结构的新的变化特征更加明显,形成了有别于市场和层级制组织的新型组织形式:企业网络。自 20 世纪 70 年代末以来,越来越多的企业采用企业间协调的方式来组织交易和生产活动。许多学者用不同的术语来概括这一新的组织形式。诸如“网络组织”(Miles and Snow, 1992)、“战略网络”

(Jarillo, 1988)、“组织的网络形式”(Powell, 1990)、“混合组织”(Williamson, 1991)、“企业间网络”(Schibany et al., 2000)、“组织网络”(Uzzi, 1997)、“准企业”(Eccles, 1981)和“网络治理”(Jones, Hesterly and Borgatti, 1997)等。尽管这些概念之间有或多或少的差别,但它们指的都是一种与市场 and 科层组织结构所不同的企业间的协调形式。企业网络巨大地改变着企业的经营和竞争方式,企业要想取得竞争优势,除了构造自身的价值链以外,还必须注重通过建立与供应商、分销商、最终顾客甚至是竞争者的合作关系来取得竞争优势;竞争不只是企业间的竞争,还是网络间的竞争。对于企业网络的研究,理论界也给予了极大的关注,如企业集团理论、企业战略联盟理论、企业集群理论、网络组织理论等。经 Thorelli、Jarillo、Nohia、Pont 等人多年的研究,企业网络理论已逐步形成。管理学界把供应链协调、外包和下包生产、特许经营、战略联盟等,都看做企业网络的具体存在方式。特别是由供应链的协调和虚拟企业构成的企业网络被看做是对工业化时代传统生产组织方式的颠覆性的革命。如以 Yashino、Rangan(1992)为代表的企业战略联盟理论,以 Goldman、Nagel、Preiss(1995)为代表的虚拟企业理论。在战略联盟和虚拟企业出现之后,供应链管理、联盟营销、战略联盟管理、虚拟生产等新的管理理论层出不穷,为企业指出了创造利润源的新途径。

从目前国内的研究状况来看,社会学对社会关系网络的研究较为充分,出现了许多理论成果。但学科的特点使其研究更多的是从文化、政治的视野来分析个体、家庭、社区以及国家的关系网络。与此形成鲜明对比的是,目前国内经济学对企业社会关系网络的研究明显落后于企业发展的实际,目前可以散见一些经济学者关于国外对“信任”、“社会资本”、“社会关系网络”研究理论成果的介绍性文章,但系统全面地对企业社会关系网络进行深入研究的专著还没有出现。

从当前我国的经济改革的实际来看,研究企业社会关系网络具有必要性、重要性和迫切性。

我国正经历着快速的制度变迁。由于产权制度改革的相对滞后、企业预算软约束、法律法规不健全和不良社会风气等原因,我国的社会

信任结构遭到了很大程度的破坏(童士清,1999)。制度性资源的相对缺乏,导致了企业内部的低效率、企业间的低信用、政府对企业的高寻租等严重现象。

市场经济应是有正式制度规范的法治经济,同时也应是有非正式制度支持的诚信经济。应该看到,在正式制度真空、缺失甚至失信的背景下,在企业资源配置中非正式制度的社会关系因素必然在一定程度上取代正式制度因素发挥着广泛的作用。在中国,非国有企业中社会关系因素在资源配置中的作用比正式制度更为重要。中国社会中对人际关系的重视为人们寻找短缺资源提供了有利的帮助。在法制不健全的社会中,传统的文化对于规范人们的行为起着非常重要的作用,可是,当正式的制度真正成为配置资源的有效途径时,社会关系就很少再纳入企业经济活动者重视的行动工具箱之中,即特殊信任基础上的社会关系网络同正式制度成反比例,但并不存在替代性。这就意味着:一方面,要对现有的社会关系网络存量进行改造,发掘传统社会关系网络中社会关系的积极配置效用。对企业而言,为提高企业社会资本的功效,一是要深化产权改革,克服经营者的短期行为,引导他们为了企业的长期发展而进行社会资本投资;二是提高企业家的教育水平和社会活动能力,使他们有意识、有能力、有机会为企业进行社会资本的投资,充分运用社会资本,提高企业的经营绩效。另一方面,也是更重要、更艰巨的工作,是利用制度创新增加现代意义的具有普遍信任的社会关系网络规模,在法制基础上重新建构中国的社会关系网络资源配置机制。

(二)问题的提出

新制度经济学看到了企业相同或相似的生产要素(资本、劳动力、技术等)投入但绩效差异的制度因素。但新制度经济学同样没有给出——从微观的角度看,为什么制度相似的企业绩效迥异?从宏观的角度看,为什么制度相似的国家经济绩效迥异?——答案。是否意味着制度完备就有企业的高效率,制度的缺失就导致企业的无效率或低成长,或者说仅仅靠作为正式制度安排的经济体制、法律、合约等就能



实现企业的成长和经济的发展?如果是这样,我们怎样来回答,在制度真空、制度缺失、制度滞后甚至制度失信的条件下,二十多年来中国的企业特别是乡镇企业、民营企业是通过什么途径获得资金、技术、人才等稀缺资源而飞速发展?是什么因素在推动着中国企业的成长和经济的快速发展呢?如同 Nee(1998)所说,没有考察正式和非正式约束如何共同塑造制度和影响经济绩效,也就没有正式和非正式约束关系的性质理论,关于制度效应的解释令人难以信服。制度不是附着在企业成长之外的一些既定因素,而是通过传导、保障、协调企业内和企业间各相关利益主体的权利来推进企业成长和发展的内在因素。研究企业成长及其绩效的差异可以从企业的社会关系网络角度进行解释:企业绩效的差异不在于投入生产要素的差异,而在于企业社会关系网络即企业社会资本的差异。企业成长所需的资源(资金、人员、信息、服务、建议、知识、机会等)存在于企业的社会关系网络之中,企业摄取资源的能力与其社会关系网络的大小和疏密密切相关。整个社会系统的运行离不开社会关系网络,企业的成长亦如此。所以我们需要研究企业的社会关系网络究竟是如何构成、演进和发展的?它们之间的关系是什么?作为维持企业内外合作的企业信任或信誉是如何建立和维持的?企业社会资本的作用是什么?

二、选题的意义

(一)理论意义

中国传统文化中的重视人伦、人际关系和社会优先的理念以及中国转轨时期的社会状况、制度的急剧变迁和企业成长的经验,使我们对社会关系网络的研究找到了理论的原型和大量证明的依据,使研究社会关系网络就具有了很强的理论意义(李正彪,2004)。

第一,在方法论上,社会关系网络的分析方法在社会关系的层次上将微观社会网和宏观的社会结构连结起来,即把微观层次的个体行为与宏观层次的集体选择结合在一起,摆脱了范畴或属性分析的个人主义方法论、还原主义解释和循环论证的困境。深深渗透着经济人假定、

理性选择范式和个体主义方法论的主流经济学,妨碍了我们在其框架内对社会行动者动因特别是对企业的集体行为和长期性选择的理解和分析。在主流经济学的框架内对信任、道德等非正式制度不能给予充分的说明,这需要方法论的新视角:社会关系网络(或者说是社会资本)来承担起这个责任。社会关系网络的核心是信任,只有互利合作性质的社会关系才能实现个人理性和社会理性的和谐、个人利益和社会利益的统一。

第二,对企业社会关系网络的研究为企业成长提供了不同于制度经济学的新的视角和理论工具:信任和社会资本。企业成长及其绩效的差异可以从企业的社会关系网络(社会资本)角度进行解释:企业绩效的差异不仅仅在于投入生产要素的差异和制度的差异,而且还在于企业社会关系网络即企业社会资本的差异。

第三,对企业社会资本的研究,丰富了资本范畴的内涵和公司治理理论。资本范畴的多样性决定企业的性质是金融资本、人力资本、组织资本和社会资本的一个不完全合约组合。相对于个别资本的社会资本是个多义的范畴。在政治经济学中,社会资本是个别货币资本的总和。社会资本的现代定义是指能给企业带来共同收益的社会关系网络。企业是不同性质资本的不完全合约组合,而合约包括显性合约(explicit contracts)和隐性合约(implicit contracts)两类。隐性合约不只涉及组织资本,还可能包括政府、供应商和消费者等所谓外部“相关利益者”。这些外部相关利益者之所以一定程度控制着企业,并分享部分企业“租金”,是由于他们向企业做了投资,如政府通过制定有关经济法规、授予企业特许经营权等给企业提供了服务和集体合约,有长期合作关系的供应商对企业做出了专用投资等。这些服务和投资增加了特定企业的价值。企业内外的相关利益者的投入与人力资本和金融资本一样是有价值的,其投入者是社会资本的产权主体,他们与其他资本一起分享企业所有权。社会资本概念的引入突破了对以物质资本所有权为依据对企业边界界定的法律标准,采用新定义的资本所有权解释社会对企业的控制和剩余分享的事实。



(二) 实践意义

第一,当前我国经济正处于转轨时期,在正式制度建设相对滞后的条件下,企业的社会关系网络就起到了弥补体制间隙和漏洞,重建信任的作用。

在中国社会转型阶段,原有的计划体制关系网络被打破,市场体制下的交换网络基础尚待建立,以产权制度为核心的正式制度缺位造成企业经营环境治理的不确定性空前增加,社会信任度普遍较低。在正式制度性治理无法保证企业减少经营不确定性的条件下,企业为减少不确定和确保获取外部资源,依靠企业经营者的内部和外部社会关系网络以及由此产生的特殊性信任机制弥补甚至代替正式制度性治理便成为必然的经济选择,相应地,企业的社会关系网络对中国企业的生存与发展就具有了特定的重要内涵。

第二,对企业而言,交易费用的高低对企业的成长和发展至关重要,社会关系网络就是降低企业交易费用的最有效方式之一。企业重视社会关系网络以及在此基础上的企业网络的建设和投资,在市场上,可以降低经济交往的不确定性和复杂性,减少信息获取的成本,克服利益冲突,遏制“搭便车”、投机取巧、损人利己等消极倾向;在企业间,有利于建立长期稳定的合作关系,减少交易谈判费用和合约执行、监督的成本,创造合作剩余;在企业内部,有利于克服经营者的短期行为,增强凝聚力,降低监督和管理成本,充分利用社会资本提高企业的经营效能,创造竞争优势,实现规模经济和范围经济。同时,在企业的运行上,社会关系网络能够缓冲个人与制度之间的摩擦,并对制度的改革起推动的作用。

第三,社会关系网络是沟通个人和制度的桥梁,个人行为能否实现个人理性与社会理性的和谐,以及制度能否解决集体行为的困境,不仅取决于个人和制度本身,还取决于双方联系的桥梁——社会关系网络。因为个人不仅有追求利益最大化的动机,还有寻求共同体生活和被尊重、信任和认同的需要。企业制度的设计就必须满足这两种需要。但是制度的僵化和滞后往往造成个人需求无法及时地从制度中得到满

足,在制度断档的时段上,作为中间媒体的社会关系网络的作用就凸显出来。例如,在面对国有企业职工大量下岗而社会保障制度建设又相对滞后的情况下,下岗职工的再就业最主要的社会支持系统就是其社会关系网络。因此,从社会关系网络的角度来研究企业特别是中国企业的用工制度是非常有价值的。

第四,研究社会关系网络对中国经济的发展具有重要作用。基于信任的社会关系网络被普遍认为是除物质资本和人力资本之外决定一国经济增长和社会进步的最主要的社会资本,它对企业的规模、产业分布、区域经济发展、引进外资等都有重要影响,因此,对政府而言,在重视正式制度建设的同时要重视作为非正式制度的社会关系网络的建设,二者相互作用,相互促进。正式制度(如经济体制、法律、产权制度等)是保证政府与企业间的社会关系网络朝健康方向发展的基础,而社会关系网络的建设可以服务于正式制度安排,降低有关政策、法律实施的成本,降低分利集团的排他性,增强公共政策的民主性和合理性,增加民众对正式制度的信任并维护其权威。难怪斯蒂格里茨、阿玛蒂亚·森、奥尔森等经济学家都认为“社会关系至关重要”(李正彪,2003)。应看到,不能把社会关系与政府官员的寻租、贪污腐败现象必然地联系在一起,造成这些现象的原因是正式制度的缺失;而司法不公、司法低效率以及由此导致的合同违约率的上升也正意味着某种意义上社会关系资源的不足。这说明正式制度和非正式制度的建设都非常重要。

此外,对社会关系网络研究还表明,政府不仅可以在宏观层面对经济发展发挥作用,而且,还可以在企业微观层面上发挥作用:促进现有企业网络的升级并培育和发展新的企业网络。

三、企业社会关系网络的内涵和分类

(一)企业社会关系网络的内涵

企业社会关系网络的定义要兼顾到其形式和内容两方面。从内容上看,企业的社会关系网络主体是利益相关者:股东、管理人员、员工、消费者、债权人、政府、供应商、分销商、特殊利益集团和社区等,企业社



会关系网络的核心是信任,其最大的价值是作为企业的社会资本而发挥作用。从形式上看,企业的社会关系网络就是表现为企业内部的社会关系网络和企业外部的社会关系网络,这些关系可以是正式的制度安排,也可以是非正式的制度安排。企业内部的社会关系网络可以表现为企业与雇员之间、雇员与雇员之间的关系等;企业的外部社会关系网络包括企业与企业之间、企业与研究机构或企业与政府之间的关系等。这种关系可以表现为马克思所说的生产关系或社会学意义上的社会关系和人际关系。^① 从企业社会关系发展的历史来看,经历了建立在家族关系、朋友关系等基础之上的初级社会关系到建立在正式制度基础上的契约性社会关系的变迁。作者把当今的企业社会关系界定为以契约性社会关系(正式的制度安排)为基础、以初级社会关系(非正式制度安排)为补充的“混合性的社会关系”。相应地,企业的社会关系网络为:企业各利益相关者建立在以经济利益为基础、以信任(信誉、声誉)为核心基础之上的、以正式或非正式制度为关系表现形式的各种关系总和。社会关系网络是企业最主要的社会资本,同时也是提高资源配置效率的重要组织形式。

(二)企业社会关系网络的分类

根据对企业社会关系网络的定义,企业的社会关系网络在形式上表现为企业内部的社会关系网络和企业外部的社会关系网络。企业的内外部关系网络是由各自的三个维度的联系构成的,即纵向联系、横向

^① 马克思在其《雇佣劳动与资本》中做了如下的阐述:“人们在生产中不仅仅影响自然界,而且也互相影响。他们如果不以一定方式结合起来共同活动和互相交换其活动,便不能进行生产。为了进行生产,人们便发生一定的联系和关系;只有在这些社会联系和社会关系的范围内,才会有他们对自然界的影响,才会有生产。”按照马克思的意思,生产关系就是人们在社会生产过程相互之间所发生的一定的联系和关系,就是人们以一定的方式共同活动和互相变换其活动的关系。蒋学模先生认为,生产关系不仅包括宏观层面的阶级或集团之间的关系、不同地区和不同产业部门之间的关系,而且还包括微观层面的企业生产中的企业领导层、中层管理人员和直接生产工作者之间的关系等等。参见蒋学模:《社会主义生产关系不能简单化为公有制加按劳分配》,《云南民族学院学报(哲社版)》2000年第6期,第14—15页。



联系和社会联系。

1. 企业内部的社会关系网络

企业内部的社会关系网络主要表现为出资者、经营者、员工之间的各种关系。

(1)企业内部的纵向关系网络。企业内部的纵向联系指的是按照企业制度和企业的组织设计和职能划分所形成的一种层级垂直联系,本书从纵向上研究了企业出资者、经营者和员工之间的委托—代理关系和劳资关系。这种纵向关系影响整个企业的生产经营状况。

(2)企业内部的横向关系网络。企业内部的横向联系主要指企业同一层次的员工相互间的沟通和交往,这种沟通和交往可以加深同一部门或班组员工之间的了解,减少内耗、提高工作效率。本书从横向上研究了出资者之间、管理者之间、员工之间、部门之间的分工协作关系和人际关系。有时企业内部由于正式组织在权力安排、信息传递、社会交往、成就感和安全感等方面的不完全性,会产生非正式组织。非正式组织具有心理相容性、较强的凝聚力、容易产生非正式领导、广泛的渗透性以及信息传递快但有时具有片面性、失真性等文化特征。^①因此企业的经营决策者应充分利用企业内部非正式组织的积极一面,消除其消极影响,协调企业内部成员的横向联系,并将企业内部的纵向联系与横向联系结合起来,使企业领导与员工、员工与员工,正式组织成员与非正式组织成员关系融洽、协调一致。

2. 企业外部的社会关系网络

企业外部的社会关系网络主要包括企业与企业之间、企业与供应商、客户之间、企业与研究机构之间、企业与政府、社区之间的关系等。

(1)企业外部的纵向关系网络。纵向关系主要指政企关系。在中国,企业的外部纵向联系是指企业与上级领导机关、当地政府部门的关系,拥有这种纵向联系的目的是从“上边”获取稀缺资源。在资本主义市场经济里,企业与政府也存在纵向联系,只不过较为松散和间接。在

^① 李爱国、彭长征:《社会大转型时期的非正式组织再造》,《经济管理》2002年第6期,第16、20页。



中国传统的计划体制下,国有企业最主要的外部社会关系网络就是它与上级主管部门的关系(实际就是领导与被领导的关系),这种关系由其产权的性质所决定,而这种关系又决定了国有企业的资源配置方式——计划配置。同样,集体企业、乡镇企业也都或多或少受到政府纵式关系结构的影响。

(2)企业外部的横向关系网络。企业外部的横向联系指的是企业与其他组织(包括大学、科研机构、客户、竞争对手等)的联系。这种联系的性质是多样的,可以是业务关系、协作关系、借贷关系、控股关系等等。本书主要关注企业网络,包括与客户、供应商、竞争对手、大学、科研机构、咨询机构等之间复杂的关系网络,这些关系可以是业务关系、协作关系、借贷关系等等。

(3)企业外部的社会联系。企业外部的社会联系,指企业内部所有者、普通员工与企业外部(社会)的联系。它主要表现为一种个人关系,如企业决策者与企业普通员工通过朋友、姻缘等因素而共有的社会关系网络。企业虽是在经济领域内运行,但企业及其经营决策者则生存于广阔的社会空间之中。企业经营决策者代表企业对外的社会交往和联系,不仅是其本身的资本,更是企业重要的经营财富,因为企业经营决策者非经济的社会交往和联系往往是企业与外界沟通信息的桥梁和与其他企业建立信任的通道,是摄取稀缺资源和争取项目的非正式机制。企业普通员工拥有的关系网络(主要指与社会的联系),往往会使企业通过员工而与更多的人或组织发生联系,如果企业经营决策者充分利用和挖掘普通员工的社会交往和联系,可能给企业带来意想不到的社会资源,如信息、知识、机会等。

需要特别强调的是,对于处于成长初期的中小企业来说,企业的社会关系网络实际主要是指企业家的社会关系网络,它是企业最重要的社会资本。^① 社会企业的横向联系多而广,其有效信息就多,可选择性就大,因而可以有先人之举,获得超前发展。反之,企业将信息闭塞,机

^① 黄金华、徐俊:《试论企业社会资本及其优化策略》,《安徽理工大学学报(社会科学版)》2003年第1期,第18页。

遇少,只能在有限空间内生存。

我们把企业的社会关系网络归纳如表 0-1:

表 0-1 企业社会关系网络的构成

企业的社会 关系网络	内 容
企业内部的社 会关系网络	企业内部的纵向委托—代理关系(企业出资者、经营者、员工等的信任与合作程度)、劳资关系
	企业内部的横向联系(主要指企业同级部门之间、同级领导之间,员工相互间的信任和合作程度)
企业外部的社 会关系网络	企业外部的横向联系(即企业网络,包括与客户、供应商、竞争对手、大学、科研机构、咨询机构等)之间的关系网络。这些关系可以是业务关系、协作关系、借贷关系
	企业外部的纵向联系(企业与政府的关系网络)
	企业外部的社会联系(企业高层经理人员和员工与外部的客户、供应商、竞争对手、大学和科研机构等之间的个人关系网络)

四、本书的研究思路和基本结构

(一)本书的研究思路

本书从经济学的角度对企业的社会关系网络进行了界定和划分,然后全面梳理了企业社会关系网络的相关理论。作者认为对企业社会关系网络的研究要兼顾内容和形式两方面。在内容上,企业社会关系网络的核心是信任,最大价值就是作为企业的社会资本发挥作用。在从动态的角度考察社会关系的历史变迁的基础上,进一步分析企业内部的社会关系网络和企业外部的社会关系网络,即企业内部企业出资者、经营者和员工三大利益主体的关系、企业内部的人际关系、劳资关系和企业与企业之间、企业网络和政企关系。最后,探讨了构建企业和谐关系网络的对策。

(二)本书的结构安排

第一章是相关理论综述。分别从新经济社会学和经济学的角度对