

理性化之路

商业视角下的非营利组织发展研究

T H E P A T H T O
RATIONALIZATION

宋程成 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

理性化之路

商业视角下的非营利组织发展研究

T H E P A T H T O
R A T I O N A L I Z A T I O N

宋程成 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

理性化之路：商业视角下的非营利组织发展研究 / 宋程成著. —北京：北京大学出版社，2019.12

ISBN 978-7-301-30931-5

I . ①理… II . ①宋… III . ①非营利组织—发展—研究—中国 IV . ①C232

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 245584 号

- | | |
|-------|--|
| 书 名 | 理性化之路：商业视角下的非营利组织发展研究
LIXINGHUA ZHI LU: SHANGYE SHIJIAO XIA DE FEIYINGLI
ZUZHI FAZHAN YANJIU |
| 著作责任者 | 宋程成 著 |
| 责任编辑 | 朱梅全 |
| 标准书号 | ISBN 978-7-301-30931-5 |
| 出版发行 | 北京大学出版社 |
| 地 址 | 北京市海淀区成府路 205 号 100871 |
| 网 址 | http://www.pup.cn 新浪微博：@ 北京大学出版社 |
| 电子信箱 | sdyy_2005@126.com |
| 电 话 | 邮购部 010-62752015 发行部 010-62750672 编辑部 021-62071998 |
| 印 刷 者 | 北京虎彩文化传播有限公司 |
| 经 销 者 | 新华书店 |
| | 730 毫米×980 毫米 16 开本 16 印张 223 千字 |
| | 2019 年 12 月第 1 版 2019 年 12 月第 1 次印刷 |
| 定 价 | 56.00 元 |

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究

举报电话：010-62752024 电子信箱：fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题，请与出版部联系，电话：010-62756370

前 言

本书试图考察中国非营利组织的理性化状况及其形成过程。学界公认,在全球化和本地化两种趋势的作用下,中国非营利部门经历了从无到有、逐步壮大的发展历程:一方面,全球化带来了各种组织理念和制度模板,为非营利组织提供了可供参考的“标杆”和“榜样”;另一方面,中国自身独特的政治经济系统塑造了非营利组织的运作方式和发展路径。这一论断同样适用于非营利组织理性化现象。作为一种在全球范围内逐步扩散的制度逻辑,管理主义思潮及其所倡导的正式、透明、标准化、效率以及可问责等理念,正在从战略、人事、财务乃至组织定位层面重新塑造整个非营利部门,进而使之逐步呈现出所谓的“类似企业”状况。本书试图解释的核心问题是:在中国非营利组织理性化过程中,全球范围内兴起的文化或制度性力量(管理主义逻辑)到底扮演了什么样的角色?进一步而言,我们希望分析以下三个具体子问题:(1)中国非营利组织在多大程度上采纳了理性化理念和模式;(2)非营利组织理性化与其领导人企业经历以及组织外部商业联系间存在着何种关联;(3)从制度逻辑视角看,上述关联的具体作用边界是什么。

围绕以上问题,本书借助制度逻辑视角,形成了“制度与网络”的基本分析框架和理论模型,并据此实施了四个实证子研究:(1)借助探索性案例分析,我们比较了非营利组织采取不同理性化措施的制度性成因;

(2)利用定性比较分析(QCA)方法探讨了制度因素与其他因素间的条件组合对非营利组织理性化的影响;(3)采用访谈和调研数据,进行了因子分析和回归分析,对前两部分的发现作了整体意义的检验;(4)通过验证性案例研究,从动态演进的角度分析了非营利组织在不同阶段的理性化特征。

经过研究分析,本书得到以下发现:

第一,3个东部沿海地区案例的比较研究表明,非营利组织理性化程度与领导人的过往工作经历和组织外部互动网络间存在着重要联系:(1)作为“先天”的连带,领导人的企业经历,会经由“铭刻”方式对组织的管理实践和流程产生实质的影响,从而促成非营利组织的理性化;(2)作为“后天”的关联,组织与所处场域内的企业或理性化团体之间的互动,经由“规范”机制,对非营利组织的理性化进程产生影响;(3)“先天”因素会影响到“后天”因素,即领导人的企业经历与组织商业联系间存在“前因/后果”的关系,并且经由这一传导过程,影响非营利组织的理性化。

第二,针对14个浙江省案例的QCA计算结果显示:(1)领导人拥有较长时间的企业经历是一个非营利组织能否产生理性化的前提;(2)当政府扶持不存在时,企业援助和市场竞争的存在会促成组织的理性化,但是它们起到的仅是辅助性作用,而且企业援助是市场竞争缺失情况下的可参考选项;(3)当组织领导人在企业工作过而且拥有管理方面的专业知识时,作为辅助条件/要素的市场竞争和政府扶持在很大程度上是相互可以替代的。

第三,在整体检验部分,本书借助焦点小组讨论、探索性因子分析等方法,建构了关于中国非营利组织的理性化、商业网络、不确定性以及制度支持量表。在此前提下,借助最小二乘法 and Bootstrapping 方法,利用浙江省179个非营利组织的样本,对相关的6个研究假设进行了系统检验,结果发现:(1)领导人的企业经历会强化非营利组织理性化;(2)组织(管理者)与商业人士互动越频繁,即非营利组织商业网络程度越高,理性

化程度越高；(3)商业网络在领导人的企业经历与非营利组织理性化之间起到了中介作用；(4)领导人的企业经历与非营利组织理性化之间的正向关系受到制度支持的调节；(5)领导人的企业经历与商业网络间的关系受到领导人管理训练的调节；(6)商业网络在领导人的企业经历与非营利组织理性化之间起到的中介作用受到领导人管理训练的调节。

第四,通过对华东某省 L 组织 13 年发展历程的纵向考察,揭示了领导人经历、行业(商业)网络等促成非营利组织理性化的制度载体(因素)并不仅仅是外生给定的,而是能够在非营利组织与环境的互动过程中内生地演化出来的。笔者发现:(1)理性化本身的构成状况会随着组织的发展发生一定的转变;(2)理性化的产生机制会发生转变,即随着制度环境越来越复杂,影响理性化的机制会越来越多;(3)理性化与组织运作之间的耦合程度是动态演变的。

基于上述结果,笔者讨论了本书对于新制度主义、非营利组织领域以及社会企业等领域可能的贡献,并指出了未来研究可以深入的方向;同时,还探讨了相关发现对非营利组织在目标选择、环境策略、人事安排等方面的管理启示以及可能的政策建议。

目 录

第一章 跨部门互动与非营利组织理性化变迁 //001

第一节 非营利部门现状与发展趋势 //003

第二节 “社团革命”上空飘荡的“幽灵” //006

第三节 内容安排 //009

第二章 非营利组织理性化：核心概念、主流理论以及分析策略 //013

第一节 理性化的现代根源及其扩张态势 //015

第二节 理论比较视角下非营利组织理性化现象解释 //021

第三节 重新思考制度：创业、工作与逻辑及其启示 //034

第四节 回顾与评论 //043

第三章 从商业部门到非营利机构：理性化扩散背后的管理主义 //051

第一节 制度逻辑、制度载体与组织现象 //053

第二节 管理主义、跨部门互动与非营利组织理性化 //059

第四章 商业背景的领导人为何会驱动非营利组织理性化 //065

第一节 领导人背景、跨部门网络与非营利组织理性化 //068

第二节 非营利组织理性化程度差异成因比较案例分析 //071

第五章 管理者及其商业网络如何强化非营利组织理性化 //081

第一节 定性比较分析方法引入的必要性 //083

第二节 非营利组织理性化的潜在条件选择 //088

第三节 数据收集与技术选择 //092

第四节 标度与原始数据描述 //094

第五节 商业因素构成非营利组织理性化的充分条件 //099

第六章 商业部门之于非营利组织理性化路径的塑造机制 //111

第一节 商业塑造：机制梳理与假设推演 //113

第二节 研究设计与数据收集 //118

第三节 量表建构与结构检验 //125

第四节 商业部门塑造机制的总体检验 //130

第七章 组织成长与理性化演进：商业部门影响的长期性 //145

第一节 理性化进程长时期分析的必要性 //148

第二节 Y市L组织的成长及其理性化进程 //152

第三节 L组织理性化演化的特征与逻辑 //159

第四节 非营利组织理性化进程的多样性与长期性 //165

第八章 非营利组织理性化之路：结论与展望 //167

第一节 研究结论 //170

第二节 理论贡献 //172

第三节 管理启示与政策建议 //177

第四节 局限和展望 //179

参考文献//181

附件 1 案例访谈提纲//227

附件 2 QCA 访谈提纲//230

附件 3 焦点小组(座谈会)讨论要点//233

附件 4 调查问卷(相关题项)//234

我的非营利组织研究之路(代后记)//239

第一章

跨部门互动与非营利组织理性化变迁

第一节 非营利部门现状与发展趋势

非营利部门是现代社会的的重要组成部分,其构成主体为一系列自愿形成的、不进行利润分配的组织,涵盖了募捐(基金会等)、会员服务(合作社、工会、行会)、社会公益及服务(扶贫、养老机构)和地方自组织(社区、草根团体)等正式或非正式的(合法)领域。在过去几十年中,非营利和志愿组织在全球范围内流行起来,形成了所谓的“结社革命”(Associational Revolution),这一趋势被该领域的研究权威 Salamon(1994)称为最出人意料的社会现象;带着罗曼蒂克式的乐观情绪,全球对此类组织的礼赞在20世纪90年代达到顶峰。在不少拥趸眼里,作为健全社会的重要推动者,非营利部门发挥着四种功能:提供必需物品和服务、鼓励公民参与、强化公民信念以及培育社会企业家等(Alhumaid, 2013; Frumkin, 2002)。从理论上说,这一领域不仅是个体实现远离国家和家庭束缚的“自由”空间,也是尔虞我诈的商业社会中人们自我表达和扶持弱者的平台。

不过,一部分立足经验分析的研究者很快意识到,二战以来,各国非营利部门的成长事实上是建立在第一和第二部门的支持之上的(尤其是政府的资金扶持)(Kallman & Clark, 2016)。上述情况的一个直接结果是非营利部门呈现出向另外两个社会部门靠近的趋势:官僚化(bureaucratization)和市场化(marketization)(Anheier, 2009; Eikenberry &

Kluver,2004)。前者突出表现为非营利组织在处理事务和对外交流方面渐趋正式和僵化,重视流程和程序的规范,以及成为政府完成特定政策目标的工具(Frumkin,2002);后者则表现为注重产品推广、绩效考评以及模仿各类企业管理手段(如投入—成本计算)。上述两大进程意味着组织越来越像商业机构,非营利组织正逐步变得企业化/理性化(business-like/rationalization)(Salamon,1993;Maier *et al.* ,2016)。

上述市场化、企业化乃至理性化趋势业已蔓延到中国非营利部门之中。2008 年汶川地震以来,人们参与公益事业的热情日益高涨,这直接推动着非营利和志愿部门成为中国社会的重要组成部分(Kang,2017)(见表 1.1)。根据民政部社会组织管理局的统计,截至 2015 年年底,全国共有登记注册的组织 66.3 万个,比上年增长 9.4%,而较之 2008 年(41.4 万个)则增长了 60.1%。^①

表 1.1 中国非营利组织成长表(登记注册组织)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
社会团体(万个)	23.0	23.9	24.5	25.5	27.1	28.9	31.0	32.9
民办非企业(万个)	18.2	19.0	19.8	20.4	22.5	25.5	29.2	32.9
基金会(个)	1597	1843	2200	2614	3029	3549	4117	4784
总数(万个)	41.4	43.1	44.5	46.2	49.9	54.8	60.6	66.3

资料来源:<http://www.mca.gov.cn/article/sj/tjgb/201708/20170815005382.shtml>,2019 年 5 月 20 日访问。

注:民办非企业在 2016 年《慈善法》实施后改称“社会服务机构”。

整个非营利场域(nonprofit field)的迅速扩张,强化了公众、政府和企业对于非营利组织的认可(Hsu & Hasmach,2014;Hsu & Jiang,2015)。与此同时,这些利益相关群体对于非营利组织的各类“科学”“理

① 截至 2019 年第一季度,全国共有社会团体 36.8 万个,社会服务机构(原民办非企业)45.1 万个,基金会 7183 个,总计 80 余万家登记注册的非营利组织。资料来源:<http://www.mca.gov.cn/article/sj/tjjb/qgsj/2019/201904301008.html>,2019 年 5 月 20 日访问。

性”的要求也与日俱增(Drori *et al.*, 2009)。换言之,和政府、企业部门间互动的日益频繁和密切,正逐步改变着中国非营利组织对于结构和运作的定位(Hsu & Hasmach, 2014)。

首先,外部制度环境开始塑造组织的内部管理结构。例如,2016年3月,第十二届全国人大第四次会议通过了《慈善法》,意味着中国在非营利部门的制度基础设施方面逐步向国际准则靠拢,也预示了全球性制度压力对于中国非营利部门的重要影响。《慈善法》规定,非营利组织不仅需要向登记管理机关报送年度报告,还需要向社会公开组织章程以及决策、执行、监督机构成员信息,并公开其年度工作报告和财务会计报告。上述规制性要求的提出,驱使着非营利组织建立大量“正式”的“标准”制度。

其次,来自企业的跨边界合作迫使非营利组织认识到在管理标准和结果评估方面“接轨”的重要性。2015年4月,在北京召开的“企业社会责任实践中的企业—社会组织合作”研讨会上,富德公益基金会代表表示:“在跟企业的合作过程中,很多时候我们很好的议题,很值得去重视的社会问题解决方案跟不上企业的发展定位,或者没办法完成企业的一些诉求,就会搁置、流产……”(胡文娟, 2015)

为了缓解上述危机,向企业的管理准则和标准看齐,正在成为不少非营利组织的战略性选项(田蓉和 Jordan, 2016)。

最后,专业性团体开始介入组织的“标准化”模块建构。例如,2016年12月,普华永道与北京师范大学中国公益研究院、深圳国际公益学院共同推出中国首个免费慈善组织报告透明自测系统。该系统的核心是帮助慈善组织在基本信息、治理信息、发展信息、业务信息、财务信息和公开策略等六方面进行自测,从而实现在金融界非常普遍的“合规”管理,进而帮助慈善组织了解自身信息对外传播和报告中是否符合最基本的政策法规,是否能以用户友好的方式向捐赠者、受助群体和公众传递信息;同时,这一系统还可以帮助慈善组织通过自我测评,了解自身透明报告和传播

的水平,并且提供学习“最佳案例”的机会。^①

在建设“社会治理体系”和“大众创业、万众创新”的重大政策构想之下,政府购买服务、社会企业孵化器、公益创投、“互联网+公益”以及社会价值投资等新兴慈善事物层出不穷,上述现象不仅丰富了中国的非营利管理实践,也代表了管理主义逻辑在中国非营利部门内的逐步扩展——如何借助专业的(企业)管理相关理念和概念来改造和变革,从而打造正规、可控与可问责的非营利机构(Spires, 2012);进一步地,它指向了一个新的方向——非营利组织作为一种现代意义的重要社会行动者而呈现出所谓的理性化(Meyer, 2010)。这为我们提供了新的研究课题。

第二节 “社团革命”上空飘荡的“幽灵”

理性化一直是新制度主义(也称“新制度理论”)的重要研究课题(Meyer & Rowan, 1977),它构成了我们认识和理解现代社会的重要符号。有学者指出,非营利部门的理性化是现代文化及其代表性力量塑造的产物(Drori *et al.*, 2009)。他们强调,非营利组织的理性化、专业化(professionalization)和商业化/市场化(commercialization/marketization)是相互关联但又有所不同的概念:理性化涉及组织结构和运作的标准化(standardization)和系统化(systematization),如通过规章制度而确立的正式化;专业化(也可翻译为职业化)是指组织使用专职人员来维持日常运作和任务执行;商业化/市场化涉及组织参与市场竞争,使用各类市场活动(如交易等)方式来获取资源(Suárez & Hwang, 2013;完整论述可见 Maier *et al.*, 2016)。

研究者们观察到,非营利组织正在被引向强调正式管理层级、重视效能和注重标准化的道路,非营利部门特有的价值表达和公益倡导功能正

^① 关于此系统的信息可查阅“善达网”。

被“边缘化”。^①例如,经济合作与发展组织(OECD,2003)曾在报告中指出,新型的非营利组织更加注重企业家精神和营利活动,其核心是要招聘更多的专职人员以促进就业或获得更大的公共服务市场份额,这使得公益和志愿组织的会员越来越隔绝于组织。时至今日,上述情况不仅没有改变,还以非常迅猛的方式席卷全球非营利部门(Seibel,2015; King, 2017; Anheier,2009,2014)。随着不同社会部门间的相互融合,在政府购买服务(王浦劬和萨拉蒙,2010)、跨部门战略联盟等实践(Austin,2000; Austin & Seitanidi,2012a)的推动下,为了从政府、基金会、企业等利益相关者那里获得充足资源以应对日趋激烈的竞争,非营利组织越来越向工具化和专门化方面发展,不少传统的公益和志愿组织正逐步向商业和企业组织的特征靠拢;特别地,整合了公益逻辑和商业逻辑的社会企业等“混合组织”(Hybrid Organization)概念的兴起(Tracy *et al.*,2011),导致保持“业余主义”(Amateurism)逻辑的非营利组织面临的处境日益恶化。

在上述过程中,强调市场和企业的运作理念就是解决所有问题的最佳工具和方案的管理主义逻辑的驱动力量尤为关键(Bromley & Orchard,2016; Hvenmark,2013,2016; Hammack & Heydemann,2009; Klikauer,2013,2015)。在“全球社会”(World Society)的大背景下(Meyer *et al.*,1997),作为全球范围内各类标准化模式的接受者,中国非营利组织在发展自身时,往往会将西方现阶段流行的发展模式和实践标准作为“标杆”来借鉴和模仿,并且不加辨别地予以实施,这可能会导致本身发展就“先天不足”的中国非营利组织在成长过程中出现“后天失调”,使得公益和志愿组织本该发挥的积极作用为理性化的规则和程序的“形式主义”所吞没(Spires,2011a; Spires,2012)。例如,现有研究表明,非营利组织的理性化(具体表现为采纳企业式的组织架构和运作规则),一方面起到了确保组织资金有效供应或者提高组织效能的作用(Suárez &

^① 例如,即使是为市民社会研究者们所津津乐道的东欧地区,争取组织生存而非政治使命达成构成了其最为关键的组织实践(Pospíšilová,2012)。

Hwang, 2013; Frumkin & Galaskiewicz, 2004), 但另一方面也可能导致组织面临“使命转移”(mission drift)等问题(Battilana & Lee, 2014)。更重要的是, 理性化或专业化取向与非营利组织志愿使命间的深层次紧张关系, 不仅会在微观层次导致组织内在认同一致性的破坏(Kreutzer & Jäger, 2011; Townley, 2002), 而且有可能在宏观层面导致非营利组织的自主性问题和合法性危机, 使得非营利组织的长远发展更加难以为继(Powell & Colyvas, 2008; Alhumaid, 2013), Skocpol(1998)曾提出所谓的“没有社员的社团”(associations without members), 就是重要例子。

可见, 全球范围内非营利组织在过去几十年里的急速扩张, 导致传统意义上具有志愿精神但充斥着自由散漫气息的非营利部门, 逐步变成了一个强调正式规章制度、重视正规管理流程的领域, 即整体趋向理性化。新制度主义学者强调, 非营利部门的理性化突出表现为理论理性(theoretical rationality), 借助科学理论论证, 对非营利组织的基本目标(实质理性)进行重构和替代, 并据此将非营利组织建构为“手段—目的”明确的以形式理性为主导的机构(DiMaggio & Powell, 1983; Kalberg, 1981; Bromley & Meyer, 2017)。

参考以往文献, 我们将非营利组织理性化定义为: 将正式角色和规则整合在一起, 从而将非营利组织建构为具有清晰认同的“行动者”(actorhood)的一系列过程和状况(Hwang & Powell, 2009: 272)。具体来说, 理性化意味着组织人员设置的“专门化”、结构安排的“科学化”和实践模式的“规范化”, 在本质上体现为“正式化”(formalization), 也即 Meyer 和 Rowan(1977)曾论及的“正式组织结构”的具体表现。

全球性的同构压力的存在促使研究者重视这些“正式结构”的存在状况。^① 现有研究已在宏观(世界体系或社会)和中观(场域)层次考察了理性化兴起的关键性要素及其机制(Bromley & Meyer, 2013; Bromley &

^① 例如, 作为“管理主义”流行的例证, 早期就有中国学者探讨过非营利组织企业化运作的可能性(陆道生等, 2004)。