

【案例研究】

个人地位、企业发展、社会责任与制度风险： 中国民营企业政治家参与动机的研究

邬爱其¹， 金宝敏²

(1. 浙江大学管理学院, 浙江 杭州 310058;
2. 复旦大学国际关系与公共事务学院, 上海 200433)

[摘要] 以浙江省民营企业家为例, 本文考察了影响民营企业家参政水平的各种动机, 从而检验了有关企业家政治参与动机的“个人地位论”、“企业发展论”、“社会责任论”以及“制度风险论”。Logistic回归结果显示, 提高个人社会地位和促进企业发展动机都会显著提高民营企业家的参政水平, 履行社会责任动机对提高民营企业家的参政水平起到了负面作用, 规避制度风险不是民营企业家参与政治的动机因素。研究发现支持了“个人地位论”和“企业发展论”, 不支持“社会责任论”和“制度风险论”。政策含义强调了解和把握参政动机的多元化特征对于规范民营企业家参政行为的重要性, 同时也指出了民营企业家对我国经济和政治领域改革的信心和支持。

[关键词] 个人地位; 企业发展; 社会责任; 民营企业家; 政治参与动机

[中图分类号]F121.23 [文献标识码]A [文章编号]1006-480X(2008)07-0141-10

一、引言

企业参与政治在美国、欧盟、日本、韩国、科威特等世界各国都普遍存在(Broadbent, 2000)。从20世纪80年代开始, 管理学界开始研究企业政治参与问题。企业政治参与行为是指企业的任何直接或间接试图影响政府政策或政治过程的复杂行为(Baysinger, 1984)。许多研究表明, 政府政策对企业获取资源和增强竞争地位都会产生重要影响(Shaffer, 1995; Hillman & Hitt, 1999)。因此, 企业已把参与政治作为企业整体战略的重要组成部分, 甚至是企业优先考虑的战略因素, 参与政治的企业数量也逐年增多(McWilliams et al., 2002)。

改革开放以来, 我国的社会主义市场经济体制逐渐完善, 但我国目前还处于市场化程度提高的阶段, 还不同程度地存在着非市场环境(高海涛, 田志龙, 2005), 企业与政府关系是非市场环境的一个重要方面。2005年中国私营企业调查表明, 党的十六大以来, 企业、市场与政府三者之间的关系得到了显著的改善, 但政府部门与企业的关系还不够协调, 影响了企业发展。

转轨经济客观上要求企业参与政治和实施政治战略(Baron, 1995)。目前, 我国出现了民营企业踊跃参与政治的高潮。据不完全统计, 2005年全国县级以上人大代表中民营企业家有9000多

[收稿日期] 2008-06-06

[基金项目] 国家自然科学基金项目“集群企业的本地网络与成长阶段动态匹配机制研究”(批准号70502023)。

[作者简介] 邬爱其(1975—), 男, 浙江海宁人, 浙江大学管理学院博士后, 副教授; 金宝敏(1973—), 男, 浙江台州人, 复旦大学国际关系与公共事务学院MPA。

人,担任全国工商联执行委员的有 233 人,占执委总人数的 56.0%; 私营企业主的党员比例上升很快,达到 33.9%,大型、特大型私营企业主中的党员比例更高。针对不断涌现的民营企业参政现象,大多数人认为这会产生积极作用,但也有人对目前民营企业参政活动中存在的一些动机不纯、程序不当、方法非法等问题表示担忧。其核心问题就在于:民营企业积极参政的动机到底是什么?本文在综述企业家参政动机相关理论的基础上,以来自浙江省民营企业家的经验数据,对民营企业参政的动机特征进行实证分析,为我们正确了解和有效规范我国民营企业参政问题提供理论基础和经验依据。

二、有关企业家政治参与动机的四种理论观点

自 20 世纪 70 年代以来,西方国家对企业政治参与问题的研究持续升温。我国管理学界研究企业政治参与问题则是近三五年间的事。从国内外研究进展看,利益相关者理论、集体行为理论、公共选择理论、交易成本理论、资源依赖理论是企业政治参与的主要理论基础(Shaffer, 1995)。已有研究主要体现在两个方面:一是探讨与企业政治参与相关的问题,如企业参与政治试图解决什么问题?为什么企业参与政治是解决这类问题的方法?等等。二是用一些变量来解释和预测企业的政治参与行为,这些变量主要包括行业特征、企业特征、环境特征和事项特征等(田志龙,贺远琼,2003)。从现有文献来看,对于企业家参政动机的解释主要有四种理论观点,即“个人地位论”、“企业发展论”、“制度风险论”和“社会责任论”。四种理论的主要观点如下:

1. “个人地位论”参政动机

一些学者从企业家个人需求层面研究企业家参政的动机,认为提高个人的社会地位是企业家积极参与政治的主要动机之一。如 Keim and Zeithaml (1986) 指出,企业家参与政治和影响公共政策,是为了巩固自己的经济地位,也就是说,通过参与政治,企业家可以影响公共政策的制定和执行,进而提高自身在公共事务中的决策地位和参与能力。我国学者对民营企业参政的个体性动机也进行了初步分析,大多认为经济利益是民营企业参政的首要 and 根本动因,当前民营企业家的政治参与大多是为了获得政治中心的认可,其真正目的主要在于维护和扩大自身的经济利益。董明(2000)对温州市民营企业参政的调查也证实,尽管民营企业参政的层次高低不一,政治要求的内容多种多样,但大多数都与其切身经济利益紧密相关。除了提高个人的经济地位外,提高个人的政治地位也是参与政治的一大原因。因为,尽管党和政府对我国私营企业主群体的政治地位在政策上逐渐给予了肯定和认可,但是在现实中,他们的政治地位却是大打折扣(成伟,2005)。有关调查结果也显示,民营企业对自身的政治地位的评价要低于对其经济地位的评价。因此,我国许多民营企业可能试图通过参与政治来提高自身的政治地位。可见,通过参与政治,提高个人在社会上的经济地位和政治地位是许多企业家参政的重要动机。所以,我们提出:

假设 1: 我国民营企业越想提高个人的社会地位,就会越积极参与政治活动。

2. “企业发展论”参政动机

在西方国家,企业政治行为的总体目标是产生有利于企业持续发展的公共政策结果(Keim and Baysinger, 1988)。企业家参政活动对企业发展的支持作用主要体现在两个方面:一方面,企业家在参政活动时寻求企业的社会合法性,通过各种政治参与活动使得企业目标以某种特定的方式与社会价值相吻合,从而塑造和增强企业的社会合法性,社会合法性往往被企业家视做一种比经济目标更为重要的资源,它有助于企业赢得社会认可、获取其他资源和顺利开展商业活动。另一方面,解决特定问题是企业参政的关键动因,一些学者认为有些企业家参政的行为具有特定问题导向,当企业面临突出问题、竞争问题时就会考虑通过参与政治活动来解决这些问题,而这些问题往往是制约企业进一步发展的主要障碍(Hillman et al., 2004)。在我国,民营企业参政同样具有明显的发展企业的动机。如 2004 年浙江省的调查显示,48%的民营企业认为其拥有的政治身份对发

展企业有很大成效(董明, 2005)。2005年中国私营企业调查也显示, 民营企业最为关心的还是本企业的发展, “在商言商, 把企业办好”是大部分民营企业参与政治的考虑。这都表明, 促进本企业发展也是各国企业家参与政治的重要原因。所以, 我们提出:

假设 2: 我国民营企业家越想促进企业发展, 就会越积极参与政治活动。

3. “制度风险论”参政动机

许多研究表明, 政府政策会影响到企业竞争地位的形成与改变, 进而影响到企业的绩效水平, 因为政府控制着能够塑造企业竞争环境的重要资源(Shaffer, 1995; Baron, 1995)。因此, 政府与政府政策是企业不确定性的来源(Boddeyn, 1998)。所以, 越来越多的西方企业, 尤其是大型跨国公司, 在公司发展过程中积极与政府部门保持良好的关系, 为公司营造优越的运营环境。最为典型的, 许多跨国公司不遗余力地在各国推行本土化战略, 其中, 与各国中央和地方各级政府构建互信和互惠关系成为该战略的重要内容。

在转型经济国家, 转轨经济为企业经营带来了许多不确定性, 其中包括政治不确定性和行政管理的不确定性, 这些不确定性意味着政府(官员)有能力提高企业的交易成本。因此, Peng and Heath(1996)认为, 转型经济中的制度缺陷、市场不完善以及政府行政管理能力缺乏等, 限制了企业采用内在成长和并购成长战略, 而广泛采用以人际网络为基础的网络化成长战略, 政府(官员)则是这种人际网络的重要参与主体。

我国是典型的转轨经济国家, 尽管政治不确定性随着社会主义市场经济体制作为改革的根本方向的确立而逐渐降低, 但政策变化带来的不确定性依然存在, 政府和执法部门工作的不透明性和不规范性带来的不确定性也不同程度地存在着, 这些不确定性会给企业经营带来不可预见的风险。目前, 外部信用环境、经营者人身安全、公平国民待遇、政府职能转变仍是我国民营企业家迫切期待改进的重要制度性问题。因此, 对于中国企业而言, 寻求生存和发展的政治保护与安全是企业参政的一个重要动机。Xin and Pearce(1996)的研究还发现, 与国有企业和集体企业相比, 民营企业把关系放在更加重要的位置, 同时也在建立关系上投入更多的资源, 以期得到从法律和正式制度中得不到的支持和保护。所以, 我们提出:

假设 3: 我国民营企业家越想规避制度不确定性带来的风险, 就会越积极参与政治活动。

4. “社会责任论”参政动机

还有一些学者根据马斯洛的需求层次理论, 认为企业家参与政治的动机也是分不同层次的, 而且, 企业家的参政动机会随着低层次动机得到满足而转向高层次动机。所以, 通过参与政治实现个人价值等被认为也是企业家参政的动机类型。成伟(2005)指出, 希望通过政治参与, 把自己在发展经济方面的一些有益的经验进行推广, 把推动社会和政治民主建设的一些有见地的意见纳入国家有关政策和法律法规当中, 以实现自己的理想和抱负, 实现自己的人生价值, 这是私营企业主政治参与的最高动机, 也成为他们参与政治的社会责任和民主义务, 虽然这样的情形在目前私营企业主群体的政治参与中远不具有普遍意义, 但它却代表了一种发展趋势。管煜武、孙发锋(2004)的调查研究也发现, 民营企业家通过政治参与追求自我价值实现的势头强劲, 越来越多的民营企业家认为有社会义务通过政治途径来推广自己的成功经验, 进而实现国家的经济发展和社会进步。所以, 我们提出:

假设 4: 我国民营企业家越想履行社会责任, 就会越积极参与政治活动。

三、数据样本与相关分析

1. 数据样本

为了全面、深入地了解我国民营企业参与政治的主要动机, 我们以民营经济较为发达的浙江省为调研地, 对浙江民营企业家进行了典型企业深度访谈和广泛的问卷调查。整个调研过程分为四个

阶段:

(1) 扎根式访谈。在前期文献研究的基础上,初步形成有关企业家参与政治相关问题的理论构思,并将核心问题聚焦为民营企业参与政治的动机,然后多次与民营企业家谈论相关问题,对问题回答不加任何引导,任由他们阐述观点,最后根据相关笔录和回忆梳理和完善构思,为设计问卷提供参考。这种扎根式访谈可以在放松的环境下让被调查者最大可能地提供相关信息,对于全面、深入地把握这个较为敏感的话题很有裨益。

(2) 问卷设计与修改。根据理论分析和访谈结果,设计出有关民营企业家参政情况的调查问卷;邀请民营企业高管填答,并要求指出选项设计、文字表达等方面的不足,最后根据反馈意见修改完善。

(3) 问卷调查。在试调查的基础上,2006年1月至3月,对浙江省台州、杭州、嘉兴、宁波等地民营企业家进行较广泛的问卷调查,调查对象考虑了有关民营企业家和企业的特征变量情况,共发放问卷300份,回收158份,其中有效问卷115份,回收有效问卷率达到38.3%。国际上相关研究的企业样本数在7—306家不等,其中,大多数研究的样本数在100家左右(Shaffer, 1995)。本研究总体上达到了样本要求量。

被调查样本的基本情况如表1所示,主要特点是:83.9%为男性民营企业家;大多数民营企业家在31至40岁之间;大多数民营企业家的政治面貌为群众,为共产党员的占10.3%;40.9%的民营企业家只有中学及以下学历;创办企业之前,31.3%的民营企业家是农民,25.2%为非公企业的人员,科研人员和政府机关人员分别只占1.7%和2.6%。这总体上反映了浙江省及全国民营企业家的特征。目前,这些民营企业的首要任务不尽相同,50.4%的企业将适度扩张视做当前最重要的发展目标,21.7%的企业当前目标为快速扩张,13.9%的企业则希望争取更多利润。这也反映出,目前我国民营企业总体上还处于扩张发展的阶段。

表1 样本的描述性统计结果 单位:%

	性别		年龄				政治面貌			
	男	女	30以下	31-40	41-50	51-60	共产党员	民主党派成员	群众	
比重	83.9	16.1	14.8	43.5	32.2	9.6	10.3	6.5	81.6	
	学历			企业规模(员工数)						
	中学及以下	大学	研究生	50以下	51-300	301-2000	2001以上			
比重	40.9	48.7	10.4	21.0	35.5	41.9	1.6			
	所在行业					企业性质				
	制造业	房地产业	高新技术产业	服务业	其他	个人独资企业	中资股份制企业	中外合资企业	其他	
比重	71.0	6.5	8.1	12.9	1.6	30.6	48.4	9.7	11.3	
	职业背景									
	政府机关人员	国企人员	非公企业人员	农民	复员转业军人	学生	科研人员	其他		
比重	2.6	8.7	25.2	31.3	6.1	14.8	1.7	9.6		
	发展目标					企业所在地				
	维持生存	适度扩张	快速扩张	争取更多利润	维持回报率	杭州	台州	嘉兴	宁波	
比重	9.6	50.4	21.7	13.9	4.3	20.0	53.9	14.8	11.3	

2. 相关分析

从国内外文献来看,企业家参与政治的动机是多元化的,我国民营企业家同样具有该特征。表2表示了民营企业家参与动机的18种细化的具体动机,这些动机条款都是来自文献和访谈。结果显示,民营企业家参与政治的各种动机的重要程度是不同的,如积极利用各种优惠政策促进企业发展是民营企业家非常看重的一点。

表 2 民营企业家参政动机的测度条款情况

序号	动机条款(括号内为简称)	最小值	最大值	平均值	标准差
1	为了更好地做大做强自己的企业(做大做强)	1.00	7.00	5.8522	1.4157
2	为企业发展创造更好的环境(更好环境)	1.00	7.00	5.7739	1.4574
3	积极利用各种优惠政策促进企业发展(优惠政策)	3.00	7.00	5.9043	1.2772
4	企业在融资、征地等方面更便利些(融资征地)	1.00	7.00	5.2957	1.6595
5	担心有关政策变化给企业带来风险(政策变化)	1.00	7.00	4.9478	1.6051
6	民营企业受到的政策还不够公平(不够公平)	1.00	7.00	4.6609	1.6324
7	减少乱摊派、乱收费、乱罚款带来的损失(乱罚款)	1.00	7.00	4.9217	1.6970
8	有些政府部门滥用行政处罚权(滥用行政)	1.00	7.00	4.4783	1.8274
9	提高自己在社会上的经济地位(经济地位)	1.00	7.00	5.3478	1.6756
10	提高自己的社会声望(社会声望)	1.00	7.00	5.0348	1.7113
11	提高自己的政治地位(政治地位)	1.00	7.00	5.0000	1.8591
12	更好地赢得社会公众的认可(社会公众)	1.00	7.00	5.3652	1.5578
13	自己崇尚与信仰民主政治(信仰民主)	1.00	7.00	5.0087	1.4539
14	更好地发挥自己的社会价值(社会价值)	3.00	7.00	5.4783	1.3530
15	是自己义不容辞的义务和职责(义务职责)	3.00	7.00	5.3391	1.3948
16	为社会弱势群体争取利益(争取利益)	1.00	7.00	5.1304	1.4899
17	为谋求更多的社会利益建言献策(建言献策)	1.00	7.00	5.0348	1.5156
18	为民营企业争取更好的政策环境(政策环境)	1.00	7.00	5.3304	1.4432

为了更清晰地归纳和分析民营企业家参政的动机特征,我们对上述动机条款进行因子分析。表 3 数据表明,变量累计方差解释率达到 71.227%(KMO=0.786),各个因子的信度系数(Cronbach Alpha)都在临界值 0.7 以上,可以接受。从因子分析结果看,民营企业家参与政治的动机可以归为 4 类:提高个人地位、促进企业发展、履行社会责任和规避制度风险。其中,每个因子都由表中对应的测项构成。

表 3 民营企业家参与政治动机的因子分析与信度分析结果

测项	因子负载	因子命名	量表信度(Cronbach Alpha)
社会声望	0.852	提高个人地位	0.8793
政治地位	0.817		
社会公众	0.794		
经济地位	0.780		
优惠政策	0.854	促进企业发展	0.8320
更好环境	0.821		
做大做强	0.804		
融资征地	0.631		
建言献策	0.874	履行社会责任	0.9343
义务职责	0.812		
争取利益	0.763		
政策环境	0.711		
社会价值	0.681		
信仰民主	0.606		
滥用行政	0.829	规避制度风险	0.9023
乱罚款	0.819		
政策变化	0.809		
不够公平	0.761		

注:因子检验结果表明没有出现严重的交叉负载现象。

民营企业家长政动机的四个探索性因子的平均得分情况如表 4 所示:对于民营企业家长而言,在参与政治时对提高个人地位、促进企业发展、履行社会责任和规避制度风险这四类动机的考虑程度是不同的,促进企业发展因子的得分最高,其余依次为履行社会责任、提高个人地位和规避制度风险。初步分析结果显示,促进企业发展可能是目前民营企业家长参与政治的最为重要的动机,履行社会责任也是较为重要的参与动机,规避制度风险可能是不太重要的参政动机类型,但这种推测还有待检验。

表 4 民营企业家长政动机因子的得分情况

动机类型	最小值	最大值	平均值	标准差
提高个人地位	1.25	7.00	5.1130	1.4457
促进企业发展	1.75	7.00	5.7065	1.1774
履行社会责任	3.33	7.00	5.2203	1.1348
规避制度风险	1.00	7.00	4.7522	1.3976

在研究政治参与问题时,往往将政治参与水平作为因变量来处理,如参政方式的选择、参政类型的划分、参政动机的识别等。对于政治参与水平,学术界已有较为成熟的界定,较为经典的是,美国学者亨廷顿、纳尔逊(1989)和科恩(1988)认为政治参与的水平包括广度和强度,参政广度指从事某种政治参与活动的人的比例,参政强度指该种参与活动影响政治系统的程度和持续性。这两个维度测量政治参与水平,已经抓住了测量政治参与水平的关键性指标。由于政治参与的广度与强度之间基本上是负相关关系,所以,在具体实践和研究中,政治参与水平的广度作为测量参政水平的最为重要的指标。参政水平往往用参与孔道或渠道的数量来衡量,因为行为者使用的方式和渠道多,则参与政治的频率高、范围广,反之亦然;同时,行为者对参与政治的方式和渠道的选择,既可以说明这些孔道在参与中的实际地位和价值,又可以说明行为者对政治过程的认知程度;此外,行为者对参政渠道的使用状况,可以衡量参与孔道是民主的装饰品而存在,还是诚意地为行为者而设计(李元书,刘昌雄,2003)。因此,本文对民营企业家长政治参与水平的测量也用民营企业家长政治参与的渠道多少来测量,这里的渠道包括了加入共产党、民主党派、成为人大代表和政协委员等 18 种方式。每种方式赋值 1, n 种赋值 n。从现有研究看,企业家的性别、年龄、文化程度可能会影响企业家的政治参与水平。所以,我们将这 3 个变量作为控制变量。这样,因变量、自变量和控制变量之间的相关关系如表 5 所示:

表 5 变量相关分析系数

	政治参与水平	提高个人地位	促进企业发展	履行社会责任	规避制度风险	企业家性别	企业家年龄
提高个人地位	0.284**						
促进企业发展	0.301**	0.505***					
履行社会责任	-0.005	0.416***	0.266**				
规避制度风险	0.014	0.292**	0.194**	0.275**			
企业家性别	-0.038	-0.007	-0.055	-0.066	0.071		
企业家年龄	-0.093	0.233**	0.141	0.098	-0.034	-0.179*	
企业家文化程度	0.228**	-0.073	0.071	-0.120	-0.235**	0.149	-0.241**

注:*, **, *** 分别表示相关系数的显著性达到了 90%、95%和 99%(双尾)。

四、回归模型及检验结果

1. 计量模型

对国外相关实证研究的方法进行梳理, 这些研究的主要数据总体上是调查数据(包括企业问卷调查和经济普查数据)和档案数据, 数据处理方法以回归方法为主, 一些研究还采用了结构方程模型和时间序列分析, 也有一些案例研究。

由于 Logistic 模型可以直接预测观测量相对于某一事件的发生概率, 而在本研究中, 将政治参与水平(参政渠道数量)大于平均值的部分赋值 1, 称为高水平参政组, 小于平均值的部分赋值 0, 称为低水平参政组。所以, 本研究也采用 Logistic 回归方法识别民营企业家的参政动机, 回归模型为:

$$\text{Log}(p/1-p) = b_0 + b_1 x_1 + b_2 x_2 + \dots + b_n x_n$$

其中 b_0 为常数项, b_1, b_2, \dots, b_n 为 Logistic 模型的回归系数, 是 Logistic 回归的估计参数, x_1, x_2, \dots, x_n 为解释变量。

模型的左侧称之为 logit, 是事件将要发生几率的自然对数值。该模型要求被解释变量是分类变量, 解释变量可以是分类变量或连续变量。模型采用极大似然估计法来检验模型的拟合效果, 回归系数的检验采用 Wald 统计量, Wald 检验值越大表示该解释变量的作用越显著。在本部分研究中, p 为企业家属于高水平政治参与的概率, $1-p$ 为企业家不属于高水平政治参与的概率, x_1, x_2, \dots 分别是提高个人地位、促进企业发展、履行社会责任、规避制度风险四个动机变量以及企业家性别、年龄和文化三个控制变量。

2. 回归结果

对企业家的性别、年龄和文化程度三个控制变量与民营企业家政治参与水平的回归分析结果表明(表 6), 企业家的性别和年龄两个变量对民营企业家政治参与的水平没有显著影响, 说明民营企业家的参政水平不会受到企业家性别的影响, 也不会受到企业家年龄的显著影响; 但是, 企业家的文化程度与企业家政治参与水平正相关, 表明企业家的文化程度越高, 民营企业家参与政治的水平就越可能高, 也就是说, 与低文化水平的企业家相比, 高文化水平的企业家有着更多的政治参与方式和渠道。

表 6 民营企业家政治参与水平与动机的 logistic 回归结果

自变量	模型 1	模型 2
提高个人地位		0.691** (6.442)
促进企业发展		0.695** (3.818)
履行社会责任		-0.472* (3.070)
规避制度风险		-0.056(0.081)
企业家性别	-0.489(0.775)	-0.477(0.591)
企业家年龄	-0.203(0.476)	-0.405(1.507)
企业家文化程度	0.836** (5.426)	0.997** (5.718)
常数项	-1.600(1.643)	-6.630** (5.911)
预测准确率(%)	80.0	81.7
对数似然比(-2 Log likelihood)	118.32	96.931
拟合优度 1(Cox & Snell R Square)	0.059	0.219
拟合优度 2(Nagelkerke R Square)	0.089	0.330

注: 括号内的数字是 Wald 检验值; *, **, *** 分别表示回归结果的显著性程度达到了 90%、95%和 99%。

民营企业家参与政治的四种预测性动机与政治参与水平的 logistic 回归结果表明(表 6),除规避制度风险因子与政治参与水平之间没有显著关系之外,提高个人地位、促进企业成长和履行社会责任这三种因子与政治参与水平之间存在着显著关系,其中,提高个人地位和促进企业成长两个因子与政治参与水平之间是正相关关系,而履行社会责任因子与政治参与水平之间则为负相关关系。这些统计结果说明:

(1) 提高个人地位是民营企业家参与政治的一种动机,也进一步表明,我国民营企业家的经济地位和政治地位还是不高的,至少相对民营企业家的要求而言。尽管随着一些具有创新精神、公众意识、关爱情结的民营企业家的不断涌现,民营企业家队伍的整体形象不断得到改善和创新,但不可忽视的是,目前也还存在着一些缺乏商业道德、过于自私、破坏环境、欺压员工的民营企业主,这些人的存在影响了民营企业家的社会形象,所以,一些不愿被贴上不良形象标签的民营企业家试图通过参与政治活动来宣扬自己的理念、展示个人的风采,进而提高自身在社会上的形象和地位,甚至将自己打造成时代精神的代言人等。可见,假设 1 得到了数据支持。

(2) 促进企业发展也是民营企业家积极参与政治的一大动机。不可否认,在目前的民营企业家群体中,有相对多数的企业家参与政治是为了支持自己企业的未来发展,为企业发展营造良好的环境,这在世界各国都是一样的。所以,假设 2 也得到了数据的支持。

(3) 与预期相反,履行社会责任与民营企业家参与政治之间存在着负相关关系,表明尽管履行社会责任是民营企业家参与政治的一个现实动机,但越是不想履行社会责任的民营企业家,越可能广泛地参与政治活动。显然,这与目前一些舆论报道和定性研究结果不相一致。可能的原因有:一方面,按照马斯洛的需求层次理论,民营企业家的低层次的需求还没有得到满足,对高层次需求的追求还不紧迫。相对而言,目前我国绝大多数民营企业家的政治素养和社会觉悟还不是很高的,他们当前最大的需求可能还处于中低层次,如经济地位和个人社会地位等方面,对个人社会价值的实现、对社会的民义务等方面的高层次需求还不是很强烈;另一方面,由于参与政治活动本身就要花费一定的时间、精力、财力等资源,在参政过程中还要履行社会责任,消耗的资源可能还会增加许多,对于处于资源获取型政治参与阶段的民营企业家而言,如果参与政治还需要额外支出,对政治参与的兴趣就会降低,政治参与的渠道也就相应地减少。还有可能是,民营企业家认为通过现有的渠道参与政治并不能有效地履行自己的社会责任,也就会倾向于选择其他方式来履行社会责任。所以,参与政治越是要增加资源消耗,政治参与的水平可能越会降低。这样,假设 3 没有得到数据的支持,而是被证伪了。

(4) 规避制度风险不是民营企业家参与政治的动机。与现有研究结论不同,目前民营企业家参与政治时没有被制度不确定性因素所驱动,也就是说,现有的制度不确定性因素还不足以驱使民营企业家通过参与政治来规避风险。可能的原因有:一方面随着我国社会主义市场经济体制的建立和完善,经济体制的不确定性不断降低,同时,我国的民主政治建设也有了很大的进步,政治制度得到进一步巩固,行政体制不断优化,行政管理水平也向服务型政府转变,政治不确定性也不断降低,民营企业家对经济和政治制度的信心不断增强,对制度不确定性带来的风险有了理性的预期,已经不需要通过参与政治来规避制度不确定性带来的风险;另一方面,即使现有经济和政治制度还存在着较高的不确定性,但民营企业家认为参与政治并不是规避制度风险的有效途径。所以,假设 4 没有得到数据支持。

这样,我们就可以初步得到以下检验结果:提高个人地位动机越强,民营企业家参与政治的水平就可能越高;促进企业发展动机越强,民营企业家参与政治的水平就可能越高;履行社会责任动机越强,民营企业家参与政治的水平就可能越低;规避制度风险不是民营企业家参与政治的动机。此外,民营企业家的文化水平越高,参与政治的水平就越高,民营企业家的性别和年龄对参与政治的水平不构成影响。

五、结论

以浙江省民营企业家为例,本文考察了民营企业家参与政治的各种动机,从而实证检验了“个人地位论”、“企业发展论”、“社会责任论”以及“制度风险论”的有关论述。结果显示,对提高个人社会地位的需求越强烈,民营企业家就越可能会寻求多种渠道和方式参与政治;同样,对促进企业发展的动机越强烈,民营企业家就越可能积极参与政治。相反,对履行社会责任的动机越是强烈,民营企业家就越不太可能高水平地参与政治活动。民营企业家不太可能会因为想规避制度不确定性带来的风险而参与政治活动。此外,民营企业家的文化水平越高,参与政治的水平就越高,民营企业家的性别和年龄对参与政治的水平不构成影响。表明以上结论相对稳定。因此,“个人地位论”、“企业发展论”的观点得到了支持,我们没有找到有关“社会责任论”和“制度风险论”的证据,相反,我们发现了有关“社会责任论”的相反的结论。

研究的政策含义在于:目前我国民营企业家的参政动机是多元化的,既有个人层次的提高个人社会地位动机,也有企业层次的发展企业动机,还有社会层面的履行社会责任动机。对于产生这些动机的原因和条件的了解和把握,是规范民营企业家参政行为的基础。据此可以通过测度动机引导民营企业家以积极的态度参与政治,规避不良现象。民营企业家对我国的经济和政治制度信心不断增强,制度不确定性风险已不是其参与政治的重要动机,也表明我国的改革得到了民营企业家的认可和支持。这意味着未来各级政府的工作重心可以逐步从制度建设迈向优化运作机制、提高服务效率和增强执政能力等层面。履行社会责任成为目前我国民营企业家参与政治的负面因素,这意味着目前民营企业家参政所得到的社会性福利还较少,因此,目前我国民营企业家参与政治总体上是基于资源获取导向和个人、企业导向,社会奉献型政治参与还较少。这也是民营企业家参与政治问题受到颇多争论和质疑的重要原因,影响了民营企业家参与政治的环境建设。因此,未来社会各界应该采用有效的措施加以引导和完善,激发和增强民营企业家更多地基于社会责任参与政治活动,不断提高民营企业家群体的政治觉悟,使其真正成为促进社会经济、政治等发展的重要力量,为建设和谐社会贡献更大的力量。

参考文献]

- ①]Ansolabehere, S., J. Snyder, and M. Tripathi. Are PAC Contributions and Lobbying Linked? New Evidence From the 1995 Lobby Disclosure Act[J]. *Business and Politics*, 2002, (4).
- ②]Baysinger, B. Domain Maintenance as an Objective of Business Political Activity: An Expanded Typology[J]. *Academy of Management Review*, 1984, (9).
- ③]Baron, D. Integrated Strategy: Market and Nonmarket Components[J]. *California Management Review*, 1995, 37 (2).
- ④]Boddewyn. Political Aspects of MNE Theory[J]. *Journal of International Business Studies*, 1998, 29(1).
- ⑤]Blumentritt, T. Foreign Subsidiaries' Government Affairs Activities: The Influence of Managers and Resources[J]. *Business and Society*, 2003, (42).
- ⑥]Broadbent, J. Social Capital and Labor Politics in Japan: Cooperation or Cooptation [J]. *Policy Sciences*, 2000, (33).
- ⑦]Getz, K. Research In Corporate Political Action: Integration and Assessment[J]. *Business and Society*, 1997, (36).
- ⑧]Hillman, A., and Hitt, M. Corporate Political Strategy Formulation: A Model of Approach, Participation and Strategy Decisions[J]. *Academy of Management Review*, 1999, (24).
- ⑨]Hillman, A. Determinants of Political Strategies in US Multinationals[J]. *Business & Society*, 2003, (42).
- ⑩]Hillman, Keim, and Schuler. Corporate Political Activity: A Review and Research Agenda [J]. *Journal of Management*, 2004, 30(6).
- ⑪]Jackson, D., and S. Engel. Don't Bite the PAC That Feeds You: Business PAC Punishment Over the China

- Vote[J]. American Politics Research, 2003, 31(2).
- ⑫)Keim, G. Managing Business Political Activities in the USA: Bridging Theory and Practice [J]. Journal of Public Affairs, 2001, (1).
- ⑬)Keim, G. And C. Zeithaml. Corporate Political Strategies and Legislative Decision Making: A Review and Contingency Approach[J]. Academy of Management Review, 1986, (11).
- ⑭)Keim, G., and B. Baysinger. The Efficacy of Business Political Activity: Competitive Considerations in a Principal Agent Context [J]. Journal of Management, 1988, (14).
- ⑮)McWilliams, A., Fleet, D.D, and K.D. Cory. Raising Rivals' Costs Through Resource-based Theory[J]. Journal of Management Studies, 2002, (39).
- ⑯)Peng, M. W. and P. Heath. The Growth of the Firm in Planned Economies in Transition: Institutions, Organizations, and Strategic Choice[J]. Academy of Management Review, 1996, (21).
- ⑰)Shaffer, B. Firm-level Responses to Government Regulation: Theoretical and Research Approaches [J]. Journal of Management, 1995, (21).
- ⑱)Xin, Katherine R., and Jone L. Pearce. Guanxi: Connections as Substitutes for Formal Institutional Support [J]. Academy of Management Journal, 1996, (39).
- ⑲)成伟. 私营企业主政治参与的主客观条件分析[J]. 齐鲁学刊, 2005, (3).
- ⑳)董明. 论当前我国私营企业主阶层政治参与[J]. 中共宁波市委党校学报, 2005, (1).
- ㉑)董明. 对私营经济存在合理性的宏观透视 [J]. 中共中央党校学报, 2000, (4).
- ㉒)管煜武, 孙发锋. 今日中国私营企业主政治参与的特征及其作用[J]. 兰州学刊, 2004, (1).
- ㉓)李元书, 刘昌雄. 试论政治参与水平的量度[J]. 江苏社会科学, 2003, (5).
- ㉔)高海涛, 田志龙. 西方学者对非市场的研究及其评价[J]. 外国经济与管理, 2005, (6).
- ㉕)田志龙, 贺远琼. 公司政治行为: 西方相关研究的综述与评价[J]. 中国软科学, 2003, (2).
- ㉖)中国企业家调查系统. 中国企业家成长与发展报告[M]. 北京: 机械工业出版社, 2006.
- ㉗)亨廷顿, 纳尔逊. 难以抉择——发展中国家的政治参与[M]. 汪晓寿等译. 北京: 华夏出版社, 1989.
- ㉘)美]科恩. 论民主[M]. 聂崇信等译. 北京: 商务印书馆, 1988.

Personal Position, Firm Growth, Social Responsibility and Institutional Risk: An Empirical Study on Motivation of Political Participation among China's Private Entrepreneurs

WU Ai-qi¹, JIN Bao-ming²

- (1. School of Management of Zhejiang University, Hangzhou 310058, China;
2. School of International Relations and Public Affairs, Fudan University, Shanghai 200433, China)

Abstract: Utilizing a sample of 115 private entrepreneurs in Zhejiang province, this paper empirically investigates the motivations of private entrepreneurs' political participation. Regression results from Logistic model show that, personal position, firm growth both positively affect the level of private entrepreneurs' political participation, while negative effect presented by social responsibility and no effect showed by institutional risk. Our findings support both "personal position view" and "firm growth view", while reject "social responsibility view" and "institutional risk view" on the motivation of political participation. Policy implication are put forward also in this paper.

Key Words: personal position; firm growth; social responsibility; private entrepreneur; motivation of political participation

责任编辑: 王燕梅