

外部激励因素对浙商政治参与动机的影响及其途径分析

——基于五个地区浙商的实证分析

姚丽霞

(浙江工商大学 工商管理学院, 杭州 310018)

摘要:当前,浙商政治参与热情高涨现象引起了国内外各界的广泛关注和研究。文章基于浙江地区实证调查所得数据,定量分析了浙商内部不同群体政治参与动机的差异,并运用统计分析方法分析影响浙商政治参与动机的外部激励因素。研究发现浙商政治参与动机现阶段以壮大企业为主,但政治性目的日益显著,公益性和社会责任感日趋增强;而影响浙商政治参与动机的外部激励因素主要是制度激励,其次是社会激励和利益激励。因此,为了有效的引导浙商政治参与,一方面应该引导浙商正确对待利益获得对其参政行为和企业运营的影响;另一方面完善浙商政治参与机制,畅通参与渠道,提供政治参与的制度保障。

关键词:浙商;政治参与动机;外部激励因素

中图分类号:C939 **文献标志码:**A **文章编号:**1009-1505(2015)04-0075-09

Research on the Effect and the Road of the External Incentive Factors Affecting Zheshang's Motivation of Participation in Politics

—Based on the Data of the Empirical Survey in Zheshang

YAO Li-xia

(School of Management, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: At present, Zhejiang merchants' political participation and enthusiasm have aroused wide attention both at home and abroad. Based on the data of the empirical survey in Zhejiang Province, this paper makes a quantitative analysis of various political participation motivation among different groups of Zhejiang merchants, and the method of statistical analysis is used to explore the external incentive factors affecting their political participation motivation. It is found that the political participation motivation of Zhejiang merchants is initially for their own enterprises' development, but later their political purpose, public wel-

收稿日期:2015-04-25

基金项目:国家自然科学基金“根植网络治理、升级能力建构与租金攫取绩效:本土代工企业升级机理研究”(71273238);浙江工商大学2015年度校高等教育研究重点课题“经管类课程全方位情境式教学模式研究”(Xgy15018)

作者简介:姚丽霞,女,浙江工商大学工商管理学院讲师,管理学博士,主要从事组织行为和政治心理研究。

fare and social responsibility become strong and clear. Among the external incentive factors of the political participation motivation of Zhejiang merchants, the institutional encouragement affects most, followed by social encouragement and benefit encouragement. According to the characteristics of Zhejiang merchants' political participation, the following two suggestions for their orderly political participation are put forward: they should be guided to correctly treat the impacts of their gaining benefits on their political behavior and enterprise operation; the political participation mechanism of Zhejiang merchants should be improved, and the participation channel should be open with the institutional guarantee of the political participation.

Key words: Zheshang; political participation motivation; the external incentive factors

私营企业主作为我国改革开放以来出现的新型阶层,受到越来越多的关注。他们随着自身经济地位的提升,迫切希望得到现有政治体系的认可和支持,表现出强烈的政治求同意识。企业家参与政治在各国,例如欧、美、日韩以及发展中国家都普遍存在^[1]。国外许多研究发现,政府出台的政策是影响企业获取资源和增强竞争地位的重要因素之一^[2-3]。因此,许多企业制订整体战略时都会考虑到参与政治这个因素,甚至把它排在重要考虑因素之列,也越来越多的企业开始参与政治^[4]。浙商作为中国私营企业主的重要代表,越来越热衷于政治参与,成为民营企业家中当选全国人大代表最多的群体,引起了国内外界的广泛关注。私营企业主参政推动了我国民主政治建设与经济社会持续发展,也滋生了一些社会问题。目前国内外学者关于我国私营企业主阶层的研究比较空泛,大部分集中于研究他们的社会属性问题、政治参与的必要性和重要性等方面,而关于私营企业主阶层政治参与的具体内容,例如私营企业主阶层内部政治参与差异性、参政动机和行为方式的特征以及其发展规律和影响因素等研究相当匮乏。笔者认为,没有对私营企业主阶层政治参与的心理动机和行为特点的深入探讨,就很难深入的认识和把握私营企业主阶层政治参与现象,因而也就无法有效的指导私营企业主阶层的政治参与。本文从政治学、心理学以及管理学的视角进行综合交叉研究,采用实证分析的方法探讨浙商作为私营企业主阶层的典型代表,其政治参与动机与政治参与行为的辩证因果关系及其影响因素,为私营企业主的有效政治参与提供可行的指导措施。

一、文献综述

政治动机是指激励并维持政治主体的政治活动以达到一定政治目的的内在动力,是政治行为的内驱力^[5]³²³。私营业主参与政治的动机一般有经济的目的和政治的目的这两种,前者主要是考虑本企业和本阶层的利益,后者主要是出于全社会的或公益性的目的。一些学者认为私营企业主通过参与政治,提高个人在社会上的经济地位和政治地位是他们政治参与的重要动机。如 Keim 和 Zeithaml^[6]指出,企业家通过参与政治从而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,最终目的是为了巩固自己的经济地位。我国许多学者也认同该观点,认为私营企业主通过参与政治从而获得政治中心的认可,进而使自身的经济利益得以维护甚至扩大。例如董明^[7]²⁸⁴对温州市民营企业政治参与的现状调查也发现虽然民营企业政治参与层次和内容多样,但主要目的都是围绕自身经济利益展开。另外私营企业主参与政治除了提高个人的经济地位外,提高其政治地位也是其重要原因。在现实中私营企业主的经济实力雄厚,但他们的政治地位却是大打折扣^[8]⁶¹。因此,一些私营企业主希望通过参与政治来提高自身的政治地位。国外研究表明,政府掌控着能够塑造企业竞争环境的重要资源,因此他们出台的政策将会对企业竞争地位的形成与变化产生重要影响,进而直接影响到企业的绩效^[9]。我国处于经济转轨时期,市场经济存在许多有待完善之处,例如政策出台不够确定和连续、相关部门的工作缺乏公开性和规范性等等,都给私营企业的经营带来大量风险。因此,许多私营企业主通过参与政治来寻求企业生存和发展的政治保护。国外学者认为当企业经营面临重大障碍时,一些

企业家就会考虑通过参与政治活动来解决,因此企业家政治参与行为具有特定问题导向^[10]。在我国,私营企业主参与政治的主要动机之一也是寻求企业的壮大,例如对浙商的政治参与概况的调查发现,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^{[7]290}。因此,壮大自身企业是私营企业主参政的动机之一。还有一些学者认为,部分私营企业主参政到达较高的层次,他们把参与政治作为自己的社会责任和民主义务,从而实现个人价值。例如成伟指出,一些私营企业主希望通过政治参与,可以推广自己在发展经济方面的有益经验,也同时提供一些自己对国家有关政策和法律法规的建议,从而推动我国的社会和政治民主建设,进而实现自己的人生价值^{[8]63}。管煜武、孙发锋的调查研究也发现,越来越多的民营企业家政治参与的目的开始转向追求自我价值的实现,他们开始关注到自己的社会责任和义务,希望通过推广自己的成功经验来推动国家的经济发展和社会进步^[11]。综上所述,学者们对私营企业主的参政动机的研究可以归纳为四种:企业壮大动机、自身地位动机、规避风险动机和社会责任动机。

许多学者发现,私营企业主政治参与除了受到其内在动机影响之外,还有许多来自外部的激励因素有关,例如国家和政府的制度政策、社会舆论和公众支持、参政目标的实现和参政利益的获得等^[12-14]。企业主拥有政治联系是另外一种替代性机制,政治关联中的各种“关系”可以成为正式制度的有效替代,帮助企业获得有用信息并降低政策风险^[15]。因此,国家和当地政府的制度政策是否完善会对私营企业主的政治参与产生很大影响。在转型国家中,民营企业建立政治关联的激励主要来自政府对核心资源的控制^[16]。主动建立政治关系是中国民营企业对市场、政府和法律不完备的一种积极反应,主要是为了获取政府控制的资源^[17]。这些外部激励因素对他们的政治参与动机形成产生很大的影响:这些外部因素如果被私营业主判断为有助于其参与政治并实现目的,那么这些因素就有可能对其参与政治的动机起到强化作用,激励其更为积极地参与到政治活动中去;反之,对这些因素的消极判定则有可能抵消私营业主部分甚至全部的参政动力。

综上所述,国内外学术界关于私营企业主阶层政治参与问题有大量研究,提出了许多有价值的观点和思路,主要存在以下不足:(1)从研究的学科视角上看,关于私营企业主阶层政治参与的研究主要涉及政治学、经济学、心理学等学科领域,但目前的研究集中于从政治学的角度探讨政治参与的必要性和重要性或是从经济学的角度探讨政治参与的利益获得,而缺乏运用心理学的理论来分析政治参与行为背后的动机及其形成机制。对于私营企业主阶层政治参与的阐述从心理学、政治学以及经济学多学科视角的综合交叉分析的深入性和可信度会更高。(2)在研究方法上,目前国内关于私营企业主政治参与的研究往往较多从理论上进行政策性定性分析,较少采用实证调查的方法,科学性和严谨性不足,即使个别采用了问卷调查研究方法,但其数据分析往往只是简单的单变量的描述统计,缺乏对数据的深度挖掘,调查研究方法和统计分析方法都亟待提高。(3)从研究内容上来看,目前研究者对私营企业主的参政动机以及影响因素从理论上做了许多政策性的阐述,对私营企业主阶层自身内部分化,参政动机的差异性,以及外部的激励因素和私营企业主的参政动机之间具体的关系和相互作用过程关注较少,尤其是采用调查研究和多变量的统计分析方法剖析浙商的特殊区域性的政治参与动机的研究几乎没有。因此,本文选取了浙江的五个地区——杭州、宁波、温州、绍兴、金华的私营企业主,进行政治参与动机与外部激励因素的问卷调查,在此基础上,归纳出目前浙商政治参与动机的客观特征以及内部差异,并分析外部激励因素对浙商的政治参与动机的影响,以及提出相应的建议和对策。

本研究采用多层线性模型(HLM)和SPSS15.0统计方法对外部激励因素与政治参与动机的关系进行研究,将外部激励因素(制度、社会、利益)作为第一层变量,年龄、性别、学历和地区等个体差异作为第二层变量。研究假设:1.不同的外部激励因素会影响浙商的政治参与动机;2.年龄、性别、学历和地区等个体差异会影响浙商不同的政治参与动机;3.个体差异会对外部激励与政治参与动机之间的预测关系起到调节作用。

二、研究设计和方法

1. 抽样和数据。2013—2014年,我们采用访谈和问卷调查的方法,收集到了反映浙商政治参与动机的数据资料,并对此数据进行了统计分析。本次抽样本研究选择为浙江省的杭州、宁波、温州、绍兴、金华等5个地区的私营企业主,共发放问卷196份,回收190份,剔除回答不完整的问卷,本研究共回收有效问卷180份,有效率为94.6%。在有效被试中,男性128人,占71.1%;女性52人,占28.9%。35岁以下56人,占31.1%;36岁~50岁86人,占47.8%;50岁以上38人,占21.1%。高中和高中以下学历81人,占45.0%,大学和大学以上学历99人,占55.0%。杭州地区43份,占23.9%;宁波地区35份,占19.4%;温州地区42份,占23.3%;绍兴地区32份,占17.8%;金华地区28份,占15.6%。

2. 研究变量定义和测量工具介绍。文章从两个角度定义变量和介绍测量工具。

(1) 政治参与动机的类型及测量工具。整合我国现有私营企业主政治参与动机类型的研究发现,现阶段我国私营企业主的参政动机可以归纳为四种:企业壮大动机、自身地位动机、规避风险动机和社会责任动机。本研究参考邬爱其和金宝敏的问卷,本研究的 α 值为.88,具有较好的效度^[18]。

(2) 政治参与动机外部激励因素的定义及测量工具。本研究把影响浙商政治参与动机的外部激励因素界定为来自制度、社会、利益三个方面的激励因素。在本研究中,制度激励因素主要是指国家和政府的制度政策对浙商政治参与的支持,主要从“国家民主政治制度的改善”和“政府的政策支持和鼓励”这两个项目来测量;社会激励因素主要是指社会公众和媒体对浙商政治参与的支持以及整个浙商的积极政治参与氛围,主要从“社会公众的正确看待和支持”“大众传媒的客观报道和宣传”“其他企业家也积极参与政治”这三个项目来衡量;利益因素主要指浙商通过政治参与获得一定的利益回报,主要从“参政目标的部分或全部实现”和“参政能够获得预期之外的收益”这两个项目来测量。问卷采用李克特五级计分,分数越高,表明外部激励因素影响越大。

对政治参与外部激励因素量表作验证性因素分析,得到以下拟合指数: $V2/df = 3.25$, $RMSEA = 0.042$, $NNFI = 0.97$, $NFI = 0.98$, $IFI = 0.96$, $CFI = 0.98$, $RFI = 0.96$, $GFI = 0.98$, $AGFI = 0.97$, 各项目在相应维度上的负荷量在0.41~0.85之间,表明本量表测量模型的各项拟合指数较佳,量表三个维度的内部一致性系数分别为0.83、0.64、0.81,量表总体一致性系数为0.80,量表的结构效度较好。

三、研究结论与讨论

1. 描述统计。根据统计结果(见表1),浙商的参政的最大动机为壮大企业和社会责任两种,高达4.29和3.82,其中壮大企业为最主要动机。追求经济利益是浙商群体参与政治的首要的和根本的动因,追求政治利益的最终目的是为了实现经济利益。这从调查结果中也发现了这一点,追求企业壮大的动机要远远高于其他三类。浙商希望通过政治参与来为企业经济的发展争取更多的资源,更好的维护企业的利益。但是相当部分的浙商政治参与动机已经上升到较高层次,不再满足于本企业的利益,而是以唤醒全体成员对社会义务和社会责任的共同认识。从本调查结果可以看出,浙商的社会责任动机排在第二,显著高于规避风险和自身地位,且高学历的浙商由于具有较高的文化程度和内在素质,不再只关注眼前利益,公益参与意识较高,对自身所承载的政治职责也有较明确的认识,因此政治动机更具有公益性和社会责任感。而年龄处于35岁~50岁之间的浙商和资产较大规模的的浙商是浙商的中坚力量,相对来说,由于创办的企业具有了一定的规模,生存压力没有那么紧迫,比较接受新的思想和理念,因此具有更高的社会责任感。

表1 政治参与动机四因子的平均值(括号内为标准差)($n=180$)

		企业壮大动机	自身地位动机	规避风险动机	社会责任动机
总的平均值		4.29(.74)	3.35(.95)	3.55(.81)	3.82(.87)
性别	男	4.24(.77)	3.38(.86)	3.58(.88)	3.99(.86)
	女	4.35(.69)	3.26(.98)	3.45(.96)	3.57(.88)
	<i>t</i>	1.980	.828	1.320	1.268
学历	高中及以下	4.20(.69)	3.41(.68)	3.68(.69)	3.58(.77)
	大学及以上	4.36(.85)	3.25(.76)	3.43(.97)	4.01(.99)
	<i>t</i>	.968	.895	1.016	1.996*
年龄	35岁以下	4.36(.81)	3.18(.86)	3.18(.73)	3.56(1.01)
	36岁~50岁	4.28(.94)	3.47(.72)	3.52(.96)	4.01(.93)
	51岁以上	3.95(.80)	3.07(.66)	3.63(.82)	3.62(.87)
	<i>F</i>	1.288	1.123	1.236	3.386*
地区	杭州	4.35(.86)	3.36(.72)	3.58(.90)	3.85(.89)
	宁波	4.26(.96)	3.42(.71)	3.59(.97)	3.82(.93)
	绍兴	4.19(.87)	3.29(.90)	3.49(.88)	3.78(.85)
	金华	4.26(.93)	3.28(.73)	3.51(.93)	3.79(.90)
	温州	4.32(.85)	3.33(.93)	3.52(.93)	3.84(.91)
	<i>F</i>	1.459	1.069	.965	.980

注: *表示 $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

2. 外部激励因素对浙商政治参与动机的预测作用。本研究首先建立了四个不包括第二层变量的随机效应回归模型,考察外部激励因素对浙商政治参与动机(企业壮大动机、规避风险动机、自身地位动机以及社会责任动机)的预测作用。四个模型的随机回归结果如表2所示,由模型1(外部激励因素对企业壮大动机)可知,外部激励因素可以显著的正向预测浙商政治壮大动机($p < .01$)。研究还发现,只有制度激励和利益激励的水平能够预测浙商政治壮大动机($p < .01$),而社会激励不能改变浙商政治参与动机。进一步的回归系数方差成分分析发现,浙商政治参与企业壮大动机的回归系数不存在个体差异。

表2 外部激励因素对浙商政治参与动机的预测作用

	因变量	自变量	回归系数和显著性检验			回归系数方差和显著性检验		
			β	SE	<i>t</i>	<i>df</i>	方差	χ^2
模型1	企业壮大	制度激励	.308	.065	3.356*	179	.021	11.21
		社会激励	.098	.067	1.087	179	.010	10.12
		利益激励	.268	.056	3.312*	179	.022	10.22
模型2	规避风险	制度激励	.122	.076	1.236	179	.019	14.91
		社会激励	.089	.057	.896	179	.023	20.13
		利益激励	.182	.102	1.352	179	.021	8.23
模型3	自身地位	制度激励	.092	.063	.932	179	.012	7.82
		社会激励	.073	.049	.783	179	.025	13.62
		利益激励	.176	.083	1.296	179	.009	8.09
模型4	社会责任	制度激励	.225	.096	2.312*	179	.091	58.27*
		社会激励	.011	.073	.130	179	.036	18.23
		利益激励	.223	.098	2.230*	179	.038	20.14

注: *表示 $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

从模型2和模型3可看出,外部激励因素对浙商的规避风险动机和自身地位动机的影响均不显著。回归系数方差成分分析发现,浙商的规避风险动机和自身地位动机也不存在显著的个体差异。

模型4(外部激励因素对社会责任动机)表明,外部的激励因素能带来浙商政治参与的社会责任动机的显著增加($p < .05$)。研究还发现,只有制度激励和利益激励的水平能够预测浙商政治参与动机($p < .05$),而社会激励不能改变浙商政治参与动机。进一步的回归系数方差成分分析发现,浙商政治参与社会责任动机的回归系数在个体间差异显著, $\chi^2(df=179) = 58.27, p < .05$,即制度激励带来的浙商政治参与社会责任动机变化程度存在显著个体差异($p < .05$)。

根据统计调查结果,外部利益激励与国家和政府的制度性因素是能否激发和强化其政治参与热情与政治参与动机的最重要因素。浙商的政治参与是我国民主进程的巨大推动力量,也是社会稳定的重要因素,规范和引导浙商有序参政是政府和社会需要共同努力的目标。商人的本质是逐利,改善其企业的生存和发展的外部环境是浙商参政的主要动机之一,如果参政能实现该目的自然会大大增强其参政动机。不过利益的激励因素有双重功能,如果浙商是通过制度性参与为本阶层进行利益诉求倒也无可厚非。但是如果致力于“官商勾结”,通过金钱的手段获取政治地位,从而为企业攫取不正当的、超额利润,这种制度外的非正式政治参与则要立即杜绝。

3. 第二层个体变量对外部激励因素——政治参与动机斜率的影响。表2的结果显示模型4中社会责任动机回归系数的方差分析达到显著水平($p < .05$),为了进一步解释这两种动机变量斜率的个体差异,研究将性别、学历、年龄添加为模型4中动机变量的第二层变量(其中女性编码为1,男性编码为0),建立包含第二层预测变量的二层模型。

表3 个体变量对制度激励——社会责任政治参与动机变量斜率的预测结果

因变量	第二层预测变量	β	SE	t
制度激励——社会责任参与动机斜率	性别	.01	.02	.68
	学历水平	.09	.01	2.94*
	年龄高低	.06	.00	2.60*

注: *表示 $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

由表3可知,学历水平和年龄高低均可改变制度激励与浙商社会责任参与动机的正相关强度,即个体的学历水平每增加一个单位,制度激励——社会责任参与动机斜率就增加.09个单位($p < .01$);年龄每增加一个单位,制度激励——社会责任参与动机斜率就增加.06个单位($p < .01$);但性别没有显著差异。个体层面变量可解释回归系数变异的64%。

为了直观了解个体变量对制度激励与浙商社会责任参与动机关系的调节效应,我们将被试按高学历组/低学历分组以及高年龄组/低年龄组进行划分,分别绘制各组制度激励对浙商社会责任参与动机的回归趋势图(见图1和图2)。

在现实情况下,现阶段浙商政治参与的动机呈现多元化特点,个体差异显著,阶层自身内部分化。由图1和图2可知,年龄处在35岁以上与学历在大学及以上的浙商在社会责任动机对制度激励的预测关系显著高于其他浙商。这部分浙商群体是浙商的中坚力量,而且社会责任动机是浙商从政的趋势。因此,对这部分高学历的成熟浙商群体社会责任动机的关注是健康引导浙商参政的关键。鼓励和引导浙商的合法参政,最为主要是从制度激励因素着手,完善浙商的政治参与机制、畅通参与渠道与提供相关的制度保障。

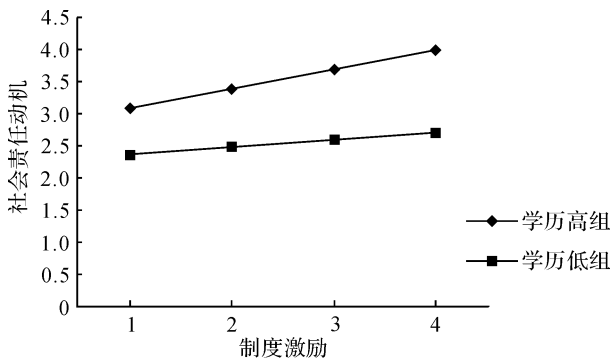


图1 学历的调节作用

(注:大学及大学以上为学历高组,高中及以下为学历低组)

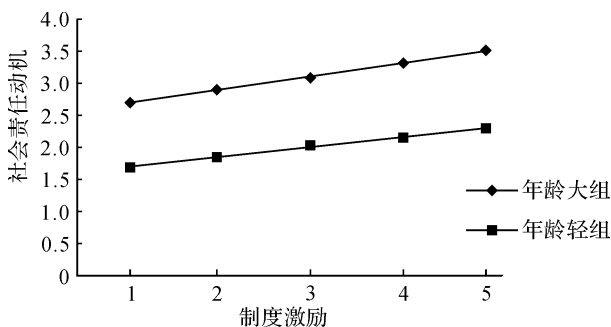


图2 年龄的调节作用

(注:35岁以上为年龄大组,35岁及以下为年龄轻组)

四、建议与展望

在民主的制度下,公民可以通过政治参与这种合法活动影响或控制政治权力,公民的政治权利通过都是通过政治参与来实现^{[5]132}。浙商的政治参与,从无到有,从星星点点到小成气候,折射出我国民主政治的进程。在新的经济和政治环境下,浙商的政治参与动机也发生了很大的改变,虽然他们政治参与动机主要是壮大企业,但政治性目的日益显著,公益性和社会责任感日趋增强,这一点在高学历的中青年浙商身上更为突出。今后浙商政治参与的主要引导方向是“民主型的发展性政治参与”,需要政治参与的主体、客体以及连接他们的政治参与制度和机制之间的相互配合,共同促进。

1. 引导浙商正确对待利益获得对其参政行为和企业运营的影响。问卷调查的结果表明,在现阶段浙商参与政治的动机中,以企业壮大为目的的参政动机占最大比重,而在影响其参与政治的外部激励因素中,现实利益的获得也扮演了重要的角色。浙商参政目的过于强调利益获取,淡漠公益参与意识,制约了他们政治参与的深度和效能,难以在我国民主政治发展过程中发挥积极作用。部分浙商通过和政府官员建立私交而实现政治参与的目的,极易堕落为权力与金钱的交易,即用重金拉拢腐蚀官员从而获得非法利益。这种制度外的非法政治参与极大的危害了社会公正,破坏政府的廉洁形象,对整个社会来说是负效益。政府需要引导浙商把政治参与视为公民的一种政治责任和权利,超越自身或本阶层利益,上升到关注社会整体发展的层次。从问卷结果中欣喜的发现,新一批的浙商的中坚力量具有

较强的民主意识,他们政治参与正从功利性的动机转变为发展性的政治动机,这一点尤其在高学历的浙商身上表现突出。

2. 建立高效、开放、透明的政治系统。政治系统作为政治参与的客体,其自身状况、自身的开放性、透明度及其对公民参与的回应力是决定公众参与是否有效的外在前提条件^[20]。现阶段由于我国处于经济转型期和接轨期,制度和市场的完善性以及政府管理机制的不确定性等限制了企业的并购成长与内在成长方式。例如一些地方政府对资源的过度支配和控制,政府权力强势干预经济运行,政府政策的“暗箱操作”等等。本次调研中也发现许多浙商参与政治的两大重要动机:企业壮大动机和规避风险动机,即为企业寻求生存与壮大的政治保护和政策安全,本质上是浙商通过参与政治来寻求政治的保护,运用政治的权威来克服其生存和发展的种种障碍。而外部激励因素中的利益激励在某种程度上讲是维护私营企业在市场经济中的正当利益。相比国有企业,私营企业可能在竞争中面临更多的政策歧视与市场壁垒,因此他们把与政府的关系放在更为关键的位置上,希望通过政治参与来影响政府政策的制定和执行,从而获得较为公平的市场环境。有效的引导浙商政治参与则需要政府一方面建立高度开放透明的政治体系,落实公民的知情权,让浙商获知充分、准确、有效的信息,而且部分浙商能进入政治的核心决策层从而影响政府决策,不仅仅只是简单的停留在执行性决策。另一方面也要作好对浙商政治参与的及时回应。许多地方政府对公众政策建议的重视程度不够,例如对各类建议和提案重答复轻落实,这样会极大的打击浙商的参与积极性,让他们沦为“政治花瓶”。作为政治参与的客体——政治系统从以上两个方面进行改善,“把权力关进笼子里”,其决策的制定和执行受到浙商和其他社会阶层的充分参与和监督,营造更加干净科学的市场竞争环境。

3. 完善浙商政治参与机制,畅通参与渠道,提供政治参与的制度保障。政治参与机制是连接政治参与主体与政治系统客体并促使双方互动的桥梁和纽带,它包括政治参与制度、参与形式和手段及其相互联系、相互作用的方式。从本调研结果来看,国家和政府的制度政策对激励浙商参与政治活动起到举足轻重的作用。所以,国家和政府应该积极完善私营业主政治参与的相关制度政策,鼓励和引导他们参与政治活动。目前浙商参与政治遇到的最大的制度性的障碍便是政治安排制度存在着局限性,主要存在以下两方面问题:第一,政府给予私营企业主参与政治的名额有限,渠道单一,因此浙商的参与主动性不足。目前浙商的参与更多的是被动性参与和个体参与,主要是履行着党和政府的政治控制功能,其参与的空间、方式、内容都是被限定在官定架构之中,其组织化程度较低,因此利益综合与阶层利益表达的功能有限。浙商需要加强自身组织化建设,组织参与将是今后浙商参与的主要形式。例如通过各级商会的方式,将浙商的利益诉求凝聚,形成对本阶层的共同处境与共同利益的清醒认识,从而形成统一的阶层意识,从而接近决策的层面并最终变成政府的决策。另外需要拓宽浙商的参与渠道。首先人大政协、各民主党派等组织要与浙商频繁联系,及时和充分知晓浙商的利益诉求;其次积极创新新型参与途径,例如通过“座谈会”的方式倾听浙商的意见;充分发挥工商联和“私营企业协会”等各种商会组织在聚集浙商利益方面的作用,支持浙商建立自我保护和相互协调的中介组织;鼓励浙商通过信访的形式表达利益诉求或参与相关的立法听证会等等。第二,部分地方政府主导下的政治安排存在“暗箱操作”现象。许多地方私营企业主的参选资格往往是地方官员说了算,“选举”只是走过场。而这部分靠与官员勾结而当上“人大代表”“政协委员”等荣誉的浙商往往只是热衷于通过政治牟取私利,而对本阶层的利益诉求或是整个社会的公益毫不关心。他们的参政对整个阶层或是社会来讲,不仅毫无益处,而且造成极大的危害,也打击了其他浙商的参与积极性。因此需要构建公开和公平的私营企业主的政治参与机制,将浙商参与资格的选举民主化和透明化,让真正具有参政能力并能表达本阶层乃至全社会利益诉求的浙商履职,拿出有分量、有价值的提案。

随着私营经济在国民经济中的贡献越来越大,私营企业主政治参与意识的增强,他们的政治参与

必定会向纵深发展。规范和引导浙商的政治参与,需要浙商具备较高的政治参与能力,也需要建立“服务型政府”,更需要健全的政治参与机制,三者缺一不可,共同推进我国的社会主义民主化进程,从而促进私营经济的健康发展。

参考文献:

- [1] BROADBENT J. Social Capital and Labor Politics in Japan: Cooperation or Cooptation[J]. Policy Sciences, 2000, 33(3): 307-321.
- [2] SHAFFER B. Firm-level Responses to Government Regulation: Theoretical and Research Approaches[J]. Journal of Management, 1995, 21(3): 495-514.
- [3] HILLMAN A, HITT M. Corporate Political Strategy Formulation: A Model of Approach, Participation and Strategy Decisions[J]. Academy of Management Review, 1999, 24(6): 825-842.
- [4] MCWILLIAMS A, FLEE D D, K D CORY. Raising Rivals' Costs Through Resource-based Theory[J]. Journal of Management Studies, 2002, 39(1): 155-178.
- [5] 王浦劬. 政治学基础[M]. 北京: 北京大学出版社, 1995.
- [6] KEIM G, C ZEITHAML. Corporate Political Strategies and Legislative Decision Making: A Review and Contingency Approach[J]. Academy of Management Review, 1986, 11(1): 41-48.
- [7] 董明. 政治格局中的私营企业主阶层[M]. 北京: 中国经济出版社, 2002.
- [8] 成伟. 关于私营企业主政治参与的理性思考[J]. 探索, 2002(6): 60-65.
- [9] BARON D. Integrated Strategy: Market and Nonmarket Components[J]. California Management Review, 1995, 37(2): 146-165.
- [10] HILLMAN, KEIM, SCHULER. Corporate Political Activity: A Review and Research Agenda[J]. Journal of Management, 2004, 30(6): 837-857.
- [11] 管煜武, 孙发峰. 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): 33-34.
- [12] 于明, 苗加清. 我国私营企业主阶层政治参与的实践进程[J]. 福建省社会主义学院学报, 2011(2): 7-10.
- [13] 黄洋. 私营企业主阶层内部政治参与差异研究——基于南京市的实证分析[J]. 经济与社会发展, 2011(10): 69-72.
- [14] 张学华. 民营企业政治参与的动机与作用[J]. 合作经济与科技, 2011(6): 28-29.
- [15] 陈凌, 王昊. 家族涉入、政治联系与制度环境——以中国民营企业为例[J]. 管理世界, 2013(10): 130-141.
- [16] FISHMAN R. Estimating the Value of Political Connections[J]. American Economic Review, 2001, 91(4): 1095-1102.
- [17] ALLEN F. Law, Finance and Economic Growth in China[J]. Journal of Financial Economics, 2005, 77(8): 1231-1394.
- [18] 邬爱其, 金宝敏. 个人地位、企业发展、社会责任与制度风险: 中国民营企业政治参与动机的研究[J]. 中国工业经济, 2007(8): 141-150.
- [19] 康燕雪. 私营企业主政治参与有效性的制约因素分析[J]. 中共山西省委党校学报, 2010(10): 97-98.

(责任编辑 彭何芬)