

《市场的结构》

图书基本信息

书名：《市场的结构》

13位ISBN编号：9787208077461

10位ISBN编号：7208077460

出版时间：2008-5

出版社：上海人民出版社

作者：尼尔·弗雷格斯坦

页数：263

译者：甄志宏

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《市场的结构》

内容概要

第1章 回归到社会学 / 1

第一篇 / 23

第2章 作为制度的市场 / 25

第3章 市场制度创建的政治学 / 43

第4章 场域理论和市场形成问题 / 63

第二篇 / 95

第5章 雇佣系统的逻辑 / 97

第6章 美国公司的动态变化及20世纪70年代公司的所有权和控制权问题 / 118

第7章 20世纪80年代公司股东价值观的兴起与公司合并浪潮 / 142

第8章 资本主义社会的公司控制 / 164

第9章 全球化 / 186

第10章 结论 / 218

参考文献 / 233

索引 / 255

《市场的结构》

作者简介

尼尔·弗雷格斯坦（Neil Fligstein），美国加利福尼亚大学伯克利分校社会学系教授，1939年钱德勒讲座教授。产业关系研究所文化、组织和政治研究中心主任。主要研究领域为经济社会学、组织理论、政治社会学。长期致力于发展和运用一种有关社会制度如何产生、维持和转型的社会学的视角来分析看似互不相干的各种现象，如美国大公司的发展史和欧洲法律与政治体系的建构。运用此分析框架，他对市场与政府如何进行具有建设性的互动问题给出了一种更具一般性的解释，进一步揭示了全球市场的运作机制。

《市场的结构》

书籍目录

第1章 回归到社会学 第一篇 第2章 作为制度的市场 第3章 市场制度创建的政治学 第4章 场域理论和市场形成问题 第二篇 第5章 雇佣系统的逻辑 第6章 美国公司的动态变化及20世纪70年代公司的所有权和控制权问题 第7章 20世纪80年代公司股东价值观的兴起与公司合并浪潮 第8章 资本主义社会的公司控制 第9章 全球化 第10章 结论 参考文献 索引 图表目录 表3.1 支配群体及其对政策势力范围和经济干预形式的影响 表3.2 受不同群体支配的市场制度具有的不同含义 表3.3 由不同群体主导的劳动力市场具有的含义 表5.1 雇佣系统的逻辑 表6.1 分析中所用变量的均值和标准差 表6.2 对各种财务业绩指标决定因素的回归分析, 1970年 表6.3 对各种财务业绩指标决定因素的回归分析, 1970-1980年 表6.4 对各种组织特征决定因素的逻辑斯蒂回归分析 表7.1 对各种类型的财务重组的因子分析结果 表7.2 在财务重组分析中所用变量的平均值与标准差 表7.3 预测财务重组的误差分析模型 表7.4 预测各种财务重组行为的逻辑斯蒂模型 表7.5 预测公司是否被出售或合并的逻辑斯蒂模型 表9.1 各地区占世界商品进口总额和出口总额的百分比, 1980-1995年 表9.2 全球商品出口贸易的地区构成(每个地区出口到其他地区的百分比, 1993年) 表9.3 按地区和产品划分的出口网络, 1993年 表9.4 部分发达工业国家的出口占GNP百分比, 1970-1995年 表9.5 部分国家的失业率和GDP增长, 1975-1995年 表9.6 部分发达工业国家的男性兼职就业率, 1993年 图9.1 全球贸易占全球GDP的比重, 1953-1997年 图9.2 发达国家在全球贸易中的角色

第1章 回归到社会学 与任何其他形式的人类社会组织相比，市场社会创造出了更多的收入、财富、商品和服务。这是因为，市场社会为那些被巨大的地理空间分割开来的，大规模人类群体之间的社会交换创造了条件。对于大多数观察者而言，这种财富创造的推动力是技术和竞争。具有机会主义倾向的企业家为某些产品或服务找到了新的市场，这一新市场通常是由技术上的突破带来的。随后，其他人也发现了这个机会，并进入了该市场，这就引起了竞争，从而迫使生产者以更高的效率、更低的成本进行生产。那些能够以最低成本生产出最优质商品的人，就成了这场竞争的胜利者。当然，即使是胜利者，最终也要面临着被淘汰的风险。采用其他方式的生产者会涌现出来，由其生产的新产品会使现有市场发生改变。有时，这些新产品创造出了全新的生产财富的机会，从而使得整个经济中的大部分要素得以重新配置。从这个意义上说，铁路、电力、电话、汽车、制药和计算机就是通过为人们提供建立新市场的机会，改变了整个经济。上述说法有很多可取之处。因为它以简洁的方式，为现代市场社会之所以充满活力提供了一些颇有见地的解释。这种说法存在的主要问题是，它充其量也只解释了其中的一部分。只要对现实世界中市场的形成和运转过程进行观察，人们就会清楚地发现，没有企业家、经理、工人、企业以及政府之间的深入互动，这样的活力就不可能存在。开办企业的人头脑中必须形成机会观念，想出利用这种机会的方式，并激励他人帮助实现这些目标；他们必须取得资本，获得原材料，并建立起组织；他们还得想出办法使他们与其主要竞争对手的互动稳定化；最后，所有者与其雇员之间的冲突还要不断地进行协调。此外，企业是在由共同的理解、规则和法律组成的广泛背景下进行运转的。这些背景通常是由政府提供的。因此，再怎样高估政府对于现代市场的重要性也不为过。没有稳定的、几乎是非寻租的国家，现代生产市场就不可能存在，战争、掠夺和重商主义就会支配着企业家，并使其陷入困境。因此，例如，正是由政府授予并由法院保障实施的专利权，使得企业拥有了合法的垄断权力，从而促使他们开发某种产品并从中获利。而其他一些法律则限制了企业采取机会主义行为以及利用其他企业谋取私利的能力。在所有的发达工业国家中，规则和法律的存在不仅保护生产者，而且保护消费者免受劣质物品和服务的困扰，使工人们免于在不安全的工作条件下作业。这些社会结构、社会关系和制度并不是在市场社会中被自动创造出来的。它们已经成为持续存在于所有工业社会中的长久的历史工程，这些工业社会都已历经了数波危机（危机有时甚为凶猛）的洗礼。无论是在特殊的市场危机阶段，还是在较为普通的经济萧条时期（更不用说在因战争和征伐而导致的大动乱时期），所有被提出来的解决方案都需要经过社会的检验。这些事件促使人们思考他们需要什么样的组织方式，以创造和利用市场机会。本书的目的，是开始系统地研究技术和竞争之活力如何内生于企业的产生、企业间的社会关系以及企业与政府之间的关系这些因素之中，同时又被这些因素所界定和塑造。简而言之，是这种广泛存在的社会组织使市场社会的勃勃生机成为可能。竞争和技术变迁本身是在时间的流逝过程中由市场中的行动者和政府所界定的。因此，这些力量并非外在于市场社会，而是内生于这些社会关系之中的。技术变迁当然能够对社会结构产生独立的影响。但是，只有那些能够使技术发挥作用的社会组织存在的地方，技术变迁才能产生这样的影响。从这个意义上说，高速公路和电信对于狩猎—采集社会几乎没有任何用处。但是，如果在一个社会中，降低运输和通讯成本能够使企业更易于将商品和服务运送到那些有机会出售的地方，那么，这样的社会就会极大地激励企业去想方设法地降低那些成本。新技术的产生通常被视为由对现实世界的科学利用带来的结果。当察觉到解决某一问题的方案能够带来巨大的货币收益时，这种察觉往往会导致新技术的发现。但这只是技术含义的一部分。技术还包括想方设法使产品和服务得到传递，得到信赖，并说服人们以物品和服务得以产出的价格进行购买。为了使生产出来的产品能够获得新的市场，就必须有广泛的社会组织的存在。许多技术都要求企业家去找出新技术的优势何在。在20世纪之交，几乎没有观察家会相信装有内燃机引擎的汽车能够拥有一个广阔的市场。这是因为，这种汽车价格昂贵，难以制造和保养。而且，当时缺乏公路，也没有汽油分销的系统。但是，到了1915年，亨利·福特（Henry Ford）确信创建这样一个市场是有可能的。因此，就内燃机引擎汽车市场而言，为该市场提供支持性结构所要求的社会技术，同制造内燃机引擎这一狭义的技术一样重要。同样，竞争也会引起社会—组织层面的反应。为了能够继续生存下去，企业总是试图设法控制竞争中的不利因素。市场培育工程的主要内容，就是设法使竞争稳定化和常规化。那些大公司的绝大部分历史都可以被解读为在面对恶性竞争和经济萧条时，如何使其市场获得稳定的种种尝试。非破坏性的竞争方式一直是它们所要寻找的目标。通过追求不同的市场细分（比如高端或者低端），通

《市场的结构》

过向相关产品的多样化拓展，企业就可以避免直接竞争。它们还可以利用社会关系，也就是网络，去笼络供应商和竞争对手，获得政府和金融部门的认可和支持。在19世纪，大多数发达市场社会频繁出现的繁荣与衰退的交替，部分是由恶性竞争所引发的。企业过多增加生产能力，以低于成本的价格销售物品和服务，最终导致彼此都陷入破产境地。这使得整个社会的经济顷刻间从繁荣走向了萧条。因此，在所有的发达工业国家中，寻求并非仅以价格竞争为主要手段的其他竞争方式，被证明是为企业带来稳定性的关键。为了充分利用新技术，企业需要与其供应商、工人以及主要竞争对手建立稳定的关系。企业建立这些关系的能力，取决于诸如政府和法律这样的稳定的社会制度的确立。在每一个发达工业社会中，政府、企业和工人通过设立规则来稳定他们之间的互动，从而使他们共同的问题得到解决。这些解决方案随着时间和各个社会之间的差异而有所变化。它们在很大程度上取决于使得现代国家得以产生的不同群体间的力量对比。现代国家已经创生出了社会福利制度、货币制度和法律规则，并且一直致力于寻求解决劳资冲突的方案。现代国家促进了竞争，保护了工人，还提供了基础研究的机会，从而为开发出新技术提供了条件。有些社会市场机制运行良好，而有些社会市场机制却行不通，造成这种差异的根本原因在于是否存在一个稳定的、非寻租的政府。技术和竞争对社会因素的这种依赖表明，要想真正理解经济增长，需要我们更系统地对这些因素展开思考。经济增长取决于政府、制度以及社会性技术；有了这些因素，企业得以建立，阶级斗争得以淡化，企业之间的竞争得以协调。本书的目的是提供一些工具，用以分析社会因素为什么以及如何发挥作用。我想运用这些工具来探讨几个我们这个时代最为重要的政治—经济问题。在本书中，我对当代美国资本主义展开分析，借以理解“企业利益相关者价值观念”的演化过程。我还提出了一些概念工具，来解析所谓的“全球化”现象。我就如何对全球化问题展开研究提出了建议，并认为我们对“全球化”的理解程度与我们对全球化的程式化的解读是一致的。特别地，我饶有兴趣地指出，全球化并不能用来解释当代福利国家，尤其是欧洲福利国家的财政危机。在最后一章中，我深入思考了如何运用本书提出的方法对当前由信息技术引发的产业方面的转型进行分析。我的总体目标是为学生们和其他对政策感兴趣的人提供分析工具，使他们能够理解诸如全球化之类的现象。最后，我的分析指出，政府和民众本身就是市场过程的组成部分。有证据表明，正是形态各异的工人、企业和政府之间的关系系统创造了经济增长。经常被援引的视政府行为为妄加干涉且毫无效率，而把企业看作是高效的财富创造者，将政府与市场行动者对立起来的看法，是非常错误的。企业依靠政府和公众赢得市场。企业赢得稳定的世界的能力，在很大程度上取决于与政府和公众的关系。这里提出的分析框架探讨了在何种情况下，这些关系会对全体社会成员产生积极或消极的影响。对当前市场社会学文献的评述

经济社会学研究人类物质生产和消费的结构与动态变化如何受到社会过程的影响。在过去的15年中，该领域的实证研究工作得到了迅速的扩展。本书将关注的重心限定于考察生产的结构化，即市场社会学。在这一领域有两类相关文献。一类强调宏观的过程，比如，比较不同民族国家资本主义的组织形式，试图理解第三世界社会的发展，检验全球化的进程，探讨社会主义向市场的转型（此类研究可以称为一种“政治经济”的研究路径）。另一类研究工作关注更狭义的微观过程，包括某一特定市场和产业的形成过程，以及影响着企业策略、结构或劳动力市场运行惯例的社会结构的产生过程（一种“企业或产业层次”的研究路径）。这两类文献的共同点是，它们都对新古典完全竞争市场观进行了批判性分析。经济社会学的文献反复指出，存在于市场行动者之间的社会关系纷繁复杂，它们的不同表现对于这些行动者的企业的生存以及市场的产出和功能的发挥，都具有重要影响（Baker, 1984, 1990; Butt, 1983; Fligstein, 1990; Abolafia, 1996）。各个社会之间不同市场的相对经济绩效，以及这些市场不同的组织方式，促使学者们思考为何会存在如此众多形态各异的社会结构，以及这些社会结构如何能为这些社会创造出杰出的经济成就（Hamilton and Biggart, 1988; Lincoln, Gerlachand Takahashi, 1992; Whitley, 1992; Aoki, 1988）。这一系列的研究指出，市场结构包含着种类繁多、形态各异的社会结构。市场如何以及何时被创建，谁支配着市场，生产者与其供应商、顾客以及政府之间的社会关系，都塑造着这些关系结构。与竞争性市场理论的主张相反，许多市场都会形成以买卖双方重复的互动，以及市场参与者的地位和声誉为基础的既复杂又稳定的社会结构。同时，非常明显，企业也具有形态各异的反映这些社会过程的内部结构。大公司（这是我们许多研究的焦点）参与到许多市场当中，与供应商、竞争对手以及顾客有广泛的联系。美国大公司在过去125年中都发生了哪些转变，对此我们现在已有了一个初步的认识（Fligstein, 1990; Roy, 1997）。我们还积累了比较市场组织研究方面的证据，拥有对欧洲、亚洲以及一些拉丁美洲地区大公司的杰出的研究成果（Whitley, 1990; Hamilton and Biggart, 1988; Evans, 1979; Lin-coin and Kal-leberg, 1990; Gerlach

《市场的结构》

，1992；综述见Fligstein and Fredand，1995）。我们也获得了越来越多的对从社会主义向市场转型的社会所作的出色的研究成果（Stark，1996；Nee，1996；Guthrie，1997，1999；Szelenyi，1994；Burawoy and Krotov，1992；Eyal，Szelenyi and Townsley，1998；Wank，1999）。这些研究并非由社会学家单独来完成，还包括人类学家、商业史学家、制度经济学家以及商学院中研究宏观组织行为的学者。现代经济理论自称是一种一般性理论，研究人们如何互动以实现以物质为基础的人类自身再生产（即他们如何针对不同目的分配稀缺资源），因此，它被假定适用于所有社会的所有时期。市场社会学有着质疑这一假定的长期和卓著的历史。在三部最为重要的社会学经典著作，即卡尔·马克思（Karl Marx）的《资本论》、马克思·韦伯（Max Weber）的《经济与社会》和埃米尔·涂尔干（Emile Durkheim）的《社会劳动分工论》中，都将现代市场经济视作由更深层次的，使现代性得以产生的社会过程所带来的结果。在这些认识的基础上，人类学家波兰尼（Karl Polanyi）进而对市场是如何发展成为组织物质再生产的主导性社会组织形式的问题进行了阐述。这些学者对人类的物质再生产和物质再生产的组织形式进行了区分。虽然所有的社会都要解决物质再生产这一问题，但是经济组织的具体形式却随着社会的差异而有所不同。我们可以发现，市场社会学领域许多新的研究工作，都受到了古典社会学理论，尤其是受到马克思的理论和韦伯的理论和影响。但是，从总体上看，这些著作对他们思想的借用还很不系统。与古典社会学经典著作不同，现代市场社会学很少将其理论观点与更开阔的社会观或社会变迁观联结起来。相反，大多数研究关注的都是各自的经验对象和相关文献。实际上，将该领域联系起来的，是它们都反对新古典完全竞争模型。大多数经济学家都漠视或者不清楚非经济学家是怎样理解经济过程的。原因之一是存在着鲜明的学科界限。经济学家宣称现代市场是他们的智力范围，而他们在学术上的威望、他们对社会政策制定的压倒性影响，这在美国尤其如此，使得他们没有必要去理睬那些他们眼中的局外人。但是，经济学家为何对那些非经济学的工作不予理会，还有一个更重要的原因。简而言之，这是因为，这些工作没有提出可以用来理解经济过程的替代性理论工具。学者们已经论证了，社会结构塑造着市场过程。但是，我们所说的结构指的是什么，结构对市场组织有多重要，为什么重要以及哪些结构对市场组织产生重要影响。对于这些问题，我们所做的太少了，没能提出一种系统的理论。其中的原因在于，社会学方法还缺乏一种更开阔的组织架构，因而无法将经济过程作为一种一般性的社会过程来理解，这一社会过程指的是在某种特定制度环境下运转的市场的建构过程。究其本质，市场社会学还缺少一种关于社会制度的理论。此外，非经济学家往往还是按照传统的方式来解读新古典的完全竞争观念。实际上，在当前有关企业和市场结构的经济思想中，对于社会关系在市场中所扮演的角色问题，已经有了一些精妙阐述。经济学家们对理性行动和完全信息的观点，已经进行了许多修正。他们用不完全契约、代理理论、资产专用性、信息的策略性运用以及重复博弈这些思想，来刻画市场中企业的结构以及企业间的互动。

《市场的结构》

编辑推荐

《市场的结构——21世纪资本主义社会的经济社会学》获美国社会学学会经济社会学分会2003年经济社会学最佳图书扎利泽奖。尼尔·弗雷格斯坦对于经济社会学已经做出了巨大和具有开创意义的贡献。他创造出了一种有关市场如何运作的激动人心的理论，这一理论毫无疑问将会在接下来的时间里得到进一步的讨论。这本书代表了当代经济社会学试图全面解析经济的一个初步尝试。《市场的结构——21世纪资本主义社会的经济社会学》一书非常精彩——文字通俗易懂，评价深刻审慎，在不带偏见地对待其他学科和视角的同时，旗帜鲜明地表达自己的立场。——哈里森·怀特，哥伦比亚大学

《市场的结构》

精彩短评

- 1、 market as society, market as politic
- 2、 我导师译的书，所以要读读。
- 3、 专业读物，值得一看！
- 4、 挺好的一本书，推荐！
- 5、 充分证明了我对经济毫无兴趣.....
- 6、 泽利泽尔奖。。。
- 7、 解释力基本为零
- 8、 这学期读书会启发我最大的一本书，翻译有错误，但是总体还不错。合法性在这里找到了新生
- 9、 越来越感觉到了社会科学的无力~~~反正大千世界都可以拿来扯一下。有所谓解释力无建设性。唉。。。。。。茫然了

章节试读

1、《市场的结构》的笔记-第68页

高技术企业从这个案例中学到的教训是，努力将自己的技术授权或转卖给任何企业，使其成为一项产业标准，这是一种可以使企业取得成功的控制观。而试图通过保持对某项技术的严格控制来支配该市场，可能会导致其他企业找出拥有更开放标准的产品。

2、《市场的结构》的笔记-第34页

有助于行动者创造和维持现代市场的普适性社会技术是否能够出现，取决于行动者是否能够发现体现在产权（即谁拥有什么）、治理结构（即组织方式，包括公平和不公平的竞争手段）、交换规则（即从事交易）以及控制观（即在市场内部建立起地位等级制，来稳定占统治地位的行动者的地位）方面的问题。

《市场的结构》

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:www.tushu000.com