

教育部人文社会科学研究项目资助

大企业利益相关者问题研究

江若尘 著

DAQIYE LIYI XIANGGUANZHE WENTI YANJIU

大企业内利益相关者关系安排——企业治理结构
大企业的股东利益与债权人利益
经营者的激励与约束
员工的激励与约束
企业间关系的类型——形成机制及选择
大企业与供应商的关系
大企业与经销商的关系
大企业与竞争者的关系
大企业与政府的关系
大企业与消费者的关系
大企业利益相关者关系的特征




上海财经大学出版社

教育部人文社会科学研究项目资助

大企业利益相关者问题研究

江若尘 著

 上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

大企业利益相关者问题研究/江若尘著. —上海:上海财经大学出版社,2004. 4

ISBN 7-81098-024-6/F·021

I. 大… II. 江… III. 大型企业-经济发展-研究 IV. F276

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 091464 号

DAQIYE LIYI XIANGGUANZHE WENTI YANJIU

大企业利益相关者问题研究

江若尘 著

责任编辑 王 芳 封面设计 周卫民

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址:<http://www.sufep.com>

电子邮箱:webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海财经大学印刷厂印刷

上海商印装订厂装订

2004 年 4 月第 1 版 2004 年 4 月第 1 次印刷

850mm×1168mm 1/32 10.5 印张 272 千字

印数:0 001—1 500 定价:23.00 元

序

21世纪伊始,中国大企业面临着新的生存与发展环境。首先是经济全球化。随着社会经济和科技的高速发展,经济全球化不断加速,全球经济越来越成为一个高度有机统一的整体,各种生产要素在全球范围内流动,经济活动已经大大突破了国界和洲界,为企业充分利用全世界可供使用的经济资源提供了有利的条件,同时也对企业的经营管理提出了严峻的挑战。经济全球化直接促成了超大型跨国企业的纷纷出现,大企业又是推进经济全球化的主要动力源。其次是中国加入世界贸易组织。“入世”意味着中国必须按照世界贸易组织的规则行事,中国的国内市场必须与国际市场接轨,国内竞争国际化和国际竞争国内化的趋势将日益加剧。中国的大企业必将直接进入国际市场竞争的前沿,直面国际、国内竞争新的环境、新的竞争规则和新的对手。再次是世界范围内高新技术的发展和产业结构的升级换代。特别是以微电子、网络技术、计算机和通信为代表的现代信息通讯产业的高速发展,为中国大企业的技术创新和跨越式的发展提供了可能。当今世界高新技术产业的贡献事实上已经大大超过了传统产业,成为世界经济增长中亮丽的风景线。在现代高新技术产业引发的新一轮的世界范围内的

企业兼并浪潮,将有力地推动世界产业的结构调整与升级的速度。中国的大企业必须抓住这一千载难逢的机遇,迎头赶上。

知识经济的兴起、经济全球化趋势的加速发展、行业边界的融合与变动、竞争激烈程度的加剧、技术更新的加快和顾客需求多样化等方面的变化,引发了企业的形态、企业的理论和企业的战略都发生了一系列重大而又深刻的变化,如战略兼并、合作竞争、大规模定制、归核化、网络营销等,都是大企业为适应新的竞争环境积极进行的战略调整的新举措,大企业的发展进入了一个新的战略转型期。新的发展环境对中国的大企业既是机遇,又是挑战,必须以全新的思维方式来确立大企业新的发展战略和竞争战略。

大企业与其利益相关者的关系理论正是适应了企业竞争与发展的新环境的前沿理论。它处于企业理论、企业战略、经济学、管理学、市场营销学、产业经济学、契约经济学、社会学、行政管理学和政治学等学科的交汇处。选择这个领域进行研究,不仅需要具有向难题挑战的勇气,而且需要扎实的理论功底和娴熟的驾驭研究工具的能力。作为一个从事企业管理、市场营销教学和研究多年的博士、教授,江若尘同志正是以此作为自己博士学位论文的选题。她在大量阅读中外文献的基础上,结合大企业的实际情况,进行了大胆的探索,撰写了自己的博士学位论文,并在此基础上进行了修订和完善,形成一本专著正式出版。作为她的博士生导师,对于本书的正式出版,我

表示衷心祝贺和由衷的高兴。本书在理论和实践方面均有诸多创新之处,具体表现在以下几个方面:

1. 构筑了大企业利益相关者的关系体系。本研究一改过去研究者只从某个角度来研究企业利益相关者的方法,全面、系统地梳理了一个大企业利益相关者的关系体系,即企业内的关系、企业间的关系和企业外的关系三个维度的关系体系,并从关系趋势、关系机理和关系效率的三个层面对大企业与其利益相关者的关系模式进行了系统而深入的透视。

2. 以往的研究侧重于从伦理的角度、以行为科学作为工具来研究企业与利益相关者的关系,而本书则侧重于从经济学、管理学的角度,从关系效率的角度来对大企业与其利益相关者的关系进行了研究。

3. 本书研究了准一体化、合约化组织的特征及由此带来的企业外部控制边界与企业资产边界的分离,也就是大企业控制权与所有权的分离,而这种控制边界比法律意义上的所有权边界更具有意义。作者指出,未来大企业更加强调控制而不是所有,企业的边界也从清晰的所有权边界向不很清晰的控制权边界转变。一般情况下,企业控制边界大于所有权边界。在这种情况下,研究大企业和外部利益相关者的关系就越来越重要了。

4. 本书对大企业的界定也有自己独到的见解,作者把在特定的时期和特定的范围内具有一定的产出规模和一定的垄断势力的企业界定为大企业。

5. 本书还在经营者的激励约束机制与企业效率的关

系研究、解决员工“磨洋工”问题的超监督激励方法、大企业和经销商的纵向一体化战略联盟所产生的效率的量化研究、网络营销中大企业的价格歧视研究、菲利普·科特勒受让价值的修订以及对消费者剩余和顾客让渡价值的关系的研究等方面都有一定的创新。

我知道本书倾注了江若尘的心力,也充分体现了她执着、坚毅、求真、踏实和一丝不苟的风格和个性。我认为,江若尘的这一研究成果具有较好的创新性、学术性、理论价值和实践价值。相信本书的出版对中国大企业改革具有十分重要的参考价值。作为一种科学研究和探索,尤其是大企业利益相关者问题本身涉及较多的领域,对此问题的研究也涉及较多的学科,书中难免存在一些不足,比如作者对中国大企业的实证研究方面的探讨较少涉及,对大企业与其利益相关者的关系模式的具体设计还需要进一步的研究和探讨等。从学术研究的角度来看,许多问题也不是一本书能够全部解决的。学术专著的出版并不等于研究的结束,相反,它是更高层次探索的开始。换言之,本书的出版,正是对大企业与其利益相关者关系问题这一崭新研究领域深入研究的开始。

愿江若尘博士能够百尺竿头,更进一步。

上海财经大学教授
博士生导师
研究生部主任
陈启杰
2003年8月15日

前 言

大企业利益相关者问题是当前企业管理理论的前沿问题,国内外学者对此问题的研究大多只局限在某个方面的研究,如从伦理学的角度研究企业和其他企业、政府、公众、社会及消费者的关系,从公司治理的角度研究企业内部股东、债权人、经营者及员工的关系。此外,也有一些学者对利益相关者的范畴作了界定。但是,各国经济学家还没有从大企业的角度以及从企业经济效率的角度对大企业与利益相关者的关系进行系统而规范性的研究。

笔者在写作过程中吸收了大量的经济学、管理学、营销学、产业经济学、契约经济学、社会学和政治学等学科关于大企业与其利益相关者关系的研究成果,从企业内的关系、企业间的关系和企业外关系的三个维度以及从关系趋势、关系机理和关系效率的三个层面对大企业与利益相关者的关系模式进行了系统而深入的透视。笔者认为,理论研究的现实意义是极为重要的。无论理论如何抽象,总应有现实的基础和具体的针对性。本书的基本出发点是从大企业在发展中与其利益相关者关系的一般规律与发展趋势着手,紧扣我国大企业发展中遇到的

新问题,进行前瞻性的研究,力图对我国大企业的发展方向具有现实的指导意义。

根据三个层次契约关系的逻辑,本书第一章作为绪论,以下分成三个部分,总共十二章。

笔者指出,随着网络化、集群化和战略联盟的准市场组织显示出在新经济和全球化时代更强的生命力和适应性,这种准一体化、合约化组织的大企业和其他企业的合作将大大强化企业外部控制边界与企业资产边界的分离,也就是大企业的控制权与所有权分离,而这种控制边界比法律意义上的所有权边界更具有意义。未来大企业更加强调控制而不是所有,企业的边界也从清晰的所有权边界向不很清晰的控制权边界转变。一般情况下,企业控制边界大于所有权边界。在这种情况下,研究大企业与外部利益相关者的关系就越来越重要了。第一章重点阐述了利益相关者理论的定义和分类,并对企业的本质及大企业进行了界定,对马歇爾的传统企业理论、新古典企业理论、委托—代理理论、交易成本理论、合约理论、产权理论、能力理论和资源基础分析方法等不同的企业理论进行了综述。在综述了不同的企业理论之后,又分析了企业理论和契约理论的关系,指出了交易成本产生的基本原因就是契约的不确定性。接着,阐述了企业是一种三维的合约组织,企业的契约有三个层次:企业内的契约,即股东、债权人、经营者和员工的契约;企业间的契约,即企业与供应商、经销商及竞争对手的契约关系;企业外的契约,即企业与政府及消费者的关系。并且,对大

企业进行了界定,笔者把在特定的市场区域内在特定的行业内具有一定垄断势力的企业界定为大企业。第一章绪论,为全书的框架结构和理论准备打下了基础。

第一部分包括第二章、第三章、第四章和第五章,主要研究大企业内的合约关系,也就是从狭义的角度来理解企业的合约关系。企业的合约边界只涉及到企业所有生产要素的提供者(企业参与者),即将企业假设为是由股东、债权人、经营者和员工四方签订的一组合约。由于签约人的有限理性以及信息的非对称性,因此,签订的契约必定是不完备的;又由于环境的不确定性,从而使得某些契约的制定成本非常之高以及执行的不可能性等,也注定了契约是不完全的。因此,就产生了企业的剩余索取权、控制权安排和代理权之争等治理结构安排的重要性。第二章阐述了剩余索取权和控制权的特征、界定和安排,并阐述了企业治理模式的演进和展望。第三章论述了经营者和股东冲突的原因及解决办法以及股东和债权人的关系。第四章论述了股东和经营者的目标差异和代理问题,在此基础上论述了经营者激励和约束的重要性,并阐述了影响经营者激励和约束的几个主要因素。最后阐述了经营者的激励约束机制与企业效率的关系。第五章论述了员工的效用函数以及解决员工“磨洋工”问题的超监督激励方法。

第二部分包括第六章、第七章、第八章和第九章,主要论述了企业间的关系,以及大企业与供应商、经销商及竞争对手的关系。第六章重点论述企业间关系的类型、

形成机制及选择,指出企业间的关系可分为市场交易的企业关系和非市场交易的企业关系,而非市场交易的企业关系又可分为准市场关系和完全纵向一体化。通过用交易方式透视企业间关系,对准市场组织进行了研究。并且,在此基础上,对大企业与中小企业的协作关系——企业集群的方式、机理和本质,进行了系统的研究。第七章论述了大企业与供应商的关系,指出这种关系的趋势是生产商越来越倾向于选择少数几家供应商并建立一种长期的关系。并且,探讨了大企业与供应商互动关系的影响因素,并阐述了供应商的细分方法及其相应的采购战略。第八章论述了大企业与经销商的关系,指出了其关系的关键是对渠道控制权的争夺,并在此基础上,对大企业和经销商的纵向一体化战略联盟的实施进行了可操作性的阐述,以及对大企业和经销商之间的纵向一体化战略联盟的绩效进行了量化分析。第九章研究了大企业与竞争对手的关系,包括大企业与当前的竞争对手、大企业与潜在的竞争对手的关系及其对不同竞争对手的细分及相应的竞争对策。

第三部分包括第十章和第十一章,主要论述了企业外的关系,以及大企业与政府及消费者的关系。第十章主要阐述了大企业与政府的互动关系,研究了政府的界定及政府在大企业发展中的角色、大企业在政府实施宏观经济调控政策中的作用以及大企业在政治活动中的影响行为。最后,对多国公司的无国籍化趋势及政府对多国公司的规制进行了研究。第十一章论述了大企业和消

费者的本质关系是大企业可以在了解消费者消费意愿的基础上对消费者实施价格歧视。同时,通过了解消费者的满意底线,大企业能够更好地控制消费者的满意度。但是,在消费者权力日益提升的时代,大企业不仅要满足消费者,而且要取悦消费者,因此,本章还研究了菲利普·科特勒的受让价值理论,并对菲利普·科特勒的受让价值理论进行了修订。

最后,作者认为,不同利益相关者的重要性在不同的战略环境下是不同的,在此基础上阐述了企业与利益相关者之间关系的责任、互动、环境依存性等特征;并对大企业与利益相关者的关系特征进行了研究,概括了大企业利益相关者关系和小企业利益相关者关系的差别。

江若尘

2003年9月

目 录

序	陈启杰
前言	1
1 绪论	1
1.1 选题缘由	1
1.2 理论基础和基本界定	6
1.2.1 企业利益相关者理论综述	6
1.2.2 企业的本质及大企业的界定	14
1.3 本书的研究框架、方法及创新点	32
1.3.1 研究框架	32
1.3.2 研究方法 & 创新点	33
2 大企业内利益相关者关系安排——企业治理结构	37
2.1 企业治理结构的概念、治理主体、对象及手段	39
2.2 治理对象：剩余索取权、控制权的界定与安排	41
2.2.1 剩余索取权与控制权的界定	41
2.2.2 企业剩余索取权的特征：状态依存性和相机治理	42
2.2.3 企业剩余索取权的安排	48
2.3 治理结构模式的演进（治理手段）	51

2.3.1	关于治理模式的争论	51
2.3.2	治理模式的演进	53
2.3.3	两个极端治理模式的比较——利益相关者模式 与股东中心模式的比较	56
2.4	企业治理模式的展望	61
3	大企业的股东利益与债权人利益	63
3.1	股东利益与经营者利益的冲突	63
3.1.1	股东与经营者冲突的原因	63
3.1.2	股东与经营者冲突的解决办法——董事会	65
3.2	股东与债权人的关系	72
3.2.1	股东、债权人的角色定位及其权益	72
3.2.2	股权和债权对企业的治理作用	75
3.2.3	企业资本结构及其对控制权争夺的影响	81
4	经营者的激励与约束	89
4.1	经营者的激励与约束的重要性和必要性	89
4.1.1	目标差异和代理问题	90
4.1.2	内部控制问题	93
4.1.3	中国大企业经营者激励与约束存在的问题	94
4.2	影响经营者激励与约束的几个因素	95
4.2.1	报酬因素的激励与约束作用机制	95
4.2.2	控制权因素的激励与约束作用机制	97
4.2.3	声誉(reputation)因素的激励与约束作用机制	100
4.2.4	市场竞争因素的激励与约束作用机制	103
4.3	经营者的产生机制	106
4.4	经营者的激励约束机制与企业效率	110

4.4.1	产权归属决定企业绩效的理论	110
4.4.2	超产权理论	111
4.4.3	黄群慧的综合企业绩效模式	114
4.4.4	企业绩效的三维分析模式	115
5	员工的激励与约束	120
5.1	员工的效用函数	120
5.2	激励性报酬	123
5.3	员工业绩评估和“磨洋工”问题的解决	125
5.3.1	泰罗的计件工资和工时研究	126
5.3.2	相对业绩比较法(棘轮效应和锦标制度)	128
5.3.3	主观业绩评估	131
5.4	解决“磨洋工”的超监督激励	132
5.4.1	报酬递增计划	133
5.4.2	晋升	134
5.4.3	效率工资	135
6	企业间关系的类型、形成机制及选择	141
6.1	企业间关系的类型及界定	141
6.1.1	企业间关系的维度理论分析	142
6.1.2	用交易方式透视企业间关系——准市场组织的研究	144
6.2	非市场交易关系形成的原因	150
6.2.1	交易成本	150
6.2.2	税收与政府干预	152
6.3	企业关系的选择	153
6.4	大企业与小企业的协作关系——企业集群研究	155
6.4.1	企业集群的概念	155

6.4.2	企业集群的类型	157
6.4.3	企业集群所创造的优势	163
6.4.4	企业集群中大企业与中小企业关系的本质	164
7	大企业 with 供应商的关系	168
7.1	大企业 with 供应商的关系的趋势	168
7.2	决定生产商和供应商力量的因素	170
7.3	对供应商的细分及相应的采购战略	175
7.3.1	持久正常交易型供应商	175
7.3.2	战略伙伴型供应商	176
7.3.3	对供应商的采购战略	179
8	大企业 with 经销商的关系	182
8.1	大企业 with 经销商关系的关键——渠道控制权	182
8.1.1	渠道控制权	182
8.1.2	生产商对分销渠道进行控制的方法	184
8.1.3	经销商控制分销渠道的方法	186
8.2	产销纵向一体化战略联盟	189
8.2.1	产销纵向一体化战略联盟的特征及意义	189
8.2.2	产销纵向一体化战略联盟的实现形式	194
8.2.3	纵向一体化战略联盟的绩效	196
9	大企业 with 竞争者的关系	207
9.1	竞争者细分	207
9.2	大企业 with 当前竞争者的关系	210
9.2.1	影响大企业 with 当前竞争者竞争激烈程度的因素	211
9.2.2	大企业面对当前竞争者的竞争战略	214

9.3 大企业与潜在竞争者的关系	217
9.3.1 潜在竞争者进入的信号识别	217
9.3.2 在位大企业封锁和遏制进入的能力	219
9.3.3 在位大企业对待潜在进入者的策略	221
9.4 大企业与替代竞争者的关系	235
9.4.1 替代的识别和影响因素	235
9.4.2 大企业如何防止被替代	237
10 大企业与政府的关系	240
10.1 政府的界定及政府在大企业发展中的角色	240
10.1.1 政府的界定	240
10.1.2 政府在大企业发展中的角色	241
10.2 大企业的作用	250
10.2.1 大企业在政府实施宏观经济调控政策中的作用	250
10.2.2 大企业在政治活动中的影响行为	256
10.3 多国企业无国籍化趋势及政府规制	262
10.3.1 多国企业无国籍化的趋势	262
10.3.2 多国企业无国籍化产生的影响	264
10.3.3 政府对多国企业的规制	267
11 大企业与消费者的关系	273
11.1 菲利普·科特勒的受让价值及其修订	273
11.1.1 网络效应	274
11.1.2 转换成本	278
11.2 大企业对消费者的价格歧视	279
11.2.1 价格歧视及其种类	279
11.2.2 价格歧视的必要条件和依据	282