

市场环境、经营战略与业绩评价： 作用机理与经济后果

Market Environment, Business Strategy and Performance Measures:
The Influence Mechanism and Economic Consequences

诸波 著



西南财经大学出版社
Southwest University of Finance & Economics Press

本专著获中央高校基本科研业务费专项资金百人计划
项目(2682017WBR02)、国家留学基金资助

市场环境、经营战略与业绩评价： 作用机理与经济后果

Market Environment, Business Strategy and Performance Measures:
The Influence Mechanism and Economic Consequences

诸波 著



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

中国·成都

图书在版编目(CIP)数据

市场环境、经营战略与业绩评价:作用机理与经济后果/诸波著. —成都:西南财经大学出版社, 2018. 4

ISBN 978 - 7 - 5504 - 3310 - 6

I. ①市… II. ①诸… III. ①企业内部管理—会计管理—研究—中国 IV. ①F279. 23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 298120 号

市场环境、经营战略与业绩评价:作用机理与经济后果 诸波 著

责任编辑:林伶

封面设计:何东琳设计工作室

责任印制:朱曼丽

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www.bookcj.com
电子邮件	bookcj@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	148mm × 210mm
印 张	6.5
字 数	164 千字
版 次	2018 年 4 月第 1 版
印 次	2018 年 4 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 3310 - 6
定 价	48.00 元

1. 版权所有,翻印必究。

2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

序

序

随着经济全球化和一体化进程的加快，我国企业也正逐步融入全球竞争市场中，提升我国企业的国际市场竞争力是所有企业必须面对的一项课题。我国企业传统的粗放式经营模式已经不再适应新的经济环境，在市场竞争异常激烈的环境中，我国企业必须从传统的低效率、粗放式的管理模式向高效率、精细化的管理模式转变。只有切实提高企业的经营管理水平，我国企业才有参与国际市场的竞争力，才能从根本上转变我国经济发展方式，为我国经济发展注入可持续发展的动力。管理的重心在经营，经营的重心在决策。提高企业管理水平的重心就在于改善我国企业经营决策机制，高效、准确地进行市场判断，并做出正确的经营决策。企业作为市场经济的主体，企业管理层要做出正确的经营决策，必须建立在高质量的管理决策信息基础之上，而管理会计就是以提供对内管理决策信息为目的的信息系统。因此，我们必须重视管理会计系统对企业管理决策的重要影响和在企业管理中的重要作用。作为企业管理会计系

统的一个核心子系统，业绩评价系统能够有效促进和保障企业经营战略的实现。据此，本书重点探讨业绩评价指标选择的影响因素与经济后果。

业绩评价系统包括业绩评价目标、业绩评价指标、业绩评价标准和业绩评价方法等。其中，业绩评价指标的选择是组织面临的最关键挑战之一。业绩评价涉及两个问题：一是用什么指标评价企业的经营绩效？二是这些评价指标如何与企业的战略相联系？离开了战略，企业经营业绩的好坏难以评判。由此可见，业绩评价指标的选择及其与企业战略的匹配对建立一个运行良好的业绩评价系统的重要性。具体来说，本书主要研究两个问题，一是业绩评价指标选择的影响因素；二是业绩评价指标选择的业绩后果及其作用机制。安东尼将企业控制划分为战略控制、管理控制与运营控制三个层次，战略控制是一个制定战略的过程，管理控制是一个实施战略的过程。业绩评价系统的目标是促进战略的实施，是战略实施的支持系统。企业需要根据环境的变化制定战略，并通过设计相应的管理控制系统以实施战略。战略的制定受到企业所处环境的影响，只有根据企业所处的实际环境才能制定合理的战略，合理的战略与对应的业绩评价系统匹配才能产生高的业绩。

目前关于业绩评价的中文文献主要探讨业绩指标的设置，有少量的实证文章分析非财务指标的业绩后果。从外文文献来看，国外对战略与业绩评价关系的研究比较多，理论也相对比较成熟，主要从代理理论和权变理论的角度对三者之间的关系进行检验。代理理论主张业绩评价指标的多元化，权变理论主张业绩评价指标必须与权变因素相匹配才能产生高的企业业绩。已有文献主要基于国外私营企业样本进行分析，其较少受到政府的干预，企业能够以独立的法人个体进行经营管理。但是，在我国存在大量国有企业，不能以一个独立的法人身份进行经

营，国有企业很多时候是作为政府的代理人去执行政府职能的。那么在这种制度环境下，国有企业与民营企业在业绩指标选择的影响因素与经济后果方面存在差别吗？这是分类检验需要回答的问题。本书将打通环境、战略、管理控制系统与业绩之间的关系，沿着“环境→战略→业绩评价→业绩”的逻辑路径进行研究。

全书共分八章，具体安排如下：

第一章：导论。通过分析我国企业的内部管理水平，引出本书的研究话题，介绍本研究的重要意义。重点阐述本书的研究方法和研究内容，勾勒本书的基本框架，明确本书可能的创新点。

第二章：文献综述。本章从业绩评价指标选择的影响因素与经济后果两个方面对国内外文献进行全面梳理，并从代理理论和权变理论两个视角梳理业绩评价指标选择的经济后果，评述现有文献的不足之处，掌握该领域的研究前沿，为后续的研究设计打下基础。

第三章：制度背景与理论基础。本章系统梳理中外企业业绩评价的发展历程，为解释中国企业业绩评价指标选择提供制度背景与理论依据，有助于我们深入了解中国企业业绩评价实践发展的政治与经济力量。着重介绍本研究的理论基础——代理理论、权变理论与管理控制理论，为分析中国企业业绩评价指标选择的影响因素与经济后果提供理论依据。

第四章：数据采集与分析。本章介绍调查问卷的设计过程、调查问卷的发放与回收过程、样本数据的基本特征及其数据分析方法。为了全面展现研究样本的适当性，详细描述了被调查企业和问卷填答者的基本特征，并重点阐述中介变量模型和调节变量模型的原理与使用方法，为后续的实证研究提供方法论支持。

第五章：市场竞争程度、经营战略与业绩评价指标选择。本章以权变理论为基础，运用问卷调查数据实证检验业绩评价指标选择的影响因素。按照管理控制系统的理论思想，遵循“外部环境→战略控制→管理控制”的逻辑路径，本章选择市场竞争程度和经营战略作为业绩评价指标选择的影响因素，从理论层面深入分析市场竞争程度、经营战略与业绩评价指标选择的理论关系，并运用问卷调查数据实证检验市场竞争程度、经营战略与非财务指标采用程度这三个变量之间的数量关系。

第六章：业绩指标多元化对企业业绩的影响研究。本章以代理理论为基础，实证检验业绩指标多元化的业绩后果。为了更加清晰地展现业绩指标多元化的经济后果，本书将企业业绩划分为三个不同层次的业绩变量：内部经营业绩、客户与市场业绩、财务业绩，分别运用业绩指标多元化变量对三个不同层次业绩进行回归分析。进一步将研究样本划分为国有样本与民营样本，再次检验上述变量之间的关系。

第七章：经营战略、业绩评价与企业业绩。本章以权变理论为视角，运用问卷调查数据实证检验经营战略、业绩指标选择与企业业绩三者之间的关系，将经营战略作为业绩指标采用程度与企业业绩之间关系的调节变量。进一步将研究样本划分为国有样本与民营样本，再次检验经营战略的调节作用。

第八章：研究结论、局限及展望。本章在以上各章理论分析与实证检验的基础上，总结全文的主要研究结论，并分析本书存在的不足，进一步提出业绩评价领域未来值得研究的方向。

通过理论分析和实证检验，本书发现：①国有企业的经营战略在市场竞争程度与非财务指标采用程度的关系中起到完全中介的作用，也就是说市场竞争程度对非财务指标采用程度的影响需要通过经营战略这个中介变量才能起作用，环境与战略是具有递进关系的权变变量。②业绩指标多元化变量与三个业

绩变量都呈显著正相关关系,说明业绩指标多元化确实能够有效地降低代理人的代理成本,并且改善企业不同层次的业绩。业绩指标多元化对民营企业财务业绩的改善程度要高于对国有企业财务业绩的改善。③经营战略与客观非财务指标的匹配负向影响内部经营业绩和财务业绩,经营战略与主观非财务指标的匹配正向影响财务业绩。国有企业样本中经营战略负向调节主观非财务指标与内部经营业绩的关系,而在民营企业样本中并不存在这一关系;经营战略对主观非财务指标与财务业绩关系的调节作用,在国有企业和民营企业样本中具有截然相反的表现,国有企业样本中表现为负向调节效应,民营企业样本中表现为正向调节效应。

本书的创新点如下:

(1) 本书实证检验了经营战略作为市场竞争程度与业绩评价指标选择的中介变量,推进了已有理论的发展。已有研究将市场竞争程度作为企业管理控制系统的权变因素,但是本书认为市场竞争程度对企业管理控制系统的影响,首先是通过对企业经营战略的影响,进而传导到企业内部管理控制系统。实证研究发现,国有企业样本中经营战略在市场竞争程度与非财务指标采用程度之间起到完全中介作用,即市场竞争程度与经营战略不是处于同一层次的权变因素,而是一个递进的关系。

(2) 本书基于我国特殊的制度背景,将研究样本分为国有企业样本和民营企业样本并进行分类检验,有利于更加深入地认识中国企业的管理会计实践。由于我国特殊的制度背景,国外已有的经验研究结论并不一定能够解释我国企业的特有现象。在我国,国有企业肩负一定的社会职能,存在预算软约束、所有者缺位等问题,其参与市场竞争的程度不高。这与西方国家私有企业所处行业的市场竞争程度有本质的区别,那么西方文献所得出的研究结论就可能不适应中国的制度环境。然而,国

内已有的研究几乎没有考虑我国国有企业的特殊情况，而是将两种完全不同性质的企业样本合并在一起进行实证检验，不利于对研究结论的解读。本书正是基于上述的理论思考，根据我国的制度环境，将问卷调查得到的研究数据分为两个样本：一个是国有企业样本；一个是民营企业样本。实证研究发现确实证明了两种样本表现出较大的差别，有助于更加准确地解读中国企业的管理会计现象。

(3) 本书打通了环境、战略、管理控制系统与企业业绩之间的逻辑关系，沿着“环境→战略→业绩评价→企业业绩”的逻辑路径进行研究。企业战略是对企业外部环境的反应，管理控制系统对企业经营战略做出反应并且实施战略，最后对企业业绩产生影响。已有研究沿着“环境→业绩评价→业绩”或“战略→业绩评价→业绩”等路径进行理论分析和实证检验，本书弥补了已有文献将环境、战略与管理控制系统割裂开来研究的缺陷，将环境、战略与业绩评价系统进行有机整合，并考察其业绩后果，有助于更好地理解企业外部环境对企业业绩的作用路径，实现企业内外环境作用机制的一体化研究。

本书受西南交通大学中央高校基本科研业务费专项资金百人计划项目(2682017WBR02)资助。

感谢西南财经大学出版社林伶女士为本书的顺利出版所提供的支持。

目 录

1 导论 1

1.1 研究背景与研究意义 2

1.1.1 研究背景 2

1.1.2 研究意义 7

1.2 本书研究内容与框架 9

1.3 研究方法 16

1.4 本书可能的创新点 17

2 文献综述 21

2.1 业绩评价指标选择的影响因素 22

2.2 业绩评价指标选择的经济后果 26

2.2.1 代理理论视角 27

2.2.2 权变理论视角 29

2.3 本章小结 31

3 制度背景与理论基础 33

3.1 西方企业业绩评价的历史演进 34

3.1.1 成本业绩评价时期 (19 世纪初-20 世纪初) 35

3.1.2 财务业绩评价时期 (20 世纪初-20 世纪 90 年代) 37

3.1.3 战略业绩评价时期 (20 世纪 90 年代至今) 38

3.2 中国企业业绩评价的发展历程 42

3.2.1 实物量评价阶段 46

3.2.2 产值和利润评价阶段 46

3.2.3 投资报酬率评价阶段 47

3.2.4 经济增加值评价阶段 50

3.3 业绩评价指标选择的理论基础 52

3.3.1 代理理论 52

3.3.2 权变理论 55

3.3.3 管理控制理论 58

3.4 本章小结 64

4 数据采集与分析 67

4.1 问卷设计 68

4.2 数据收集 71

4.3 数据特征 72

4.3.1 样本企业特征 72

4.3.2 被调查者特征 77

4.4 数据分析方法 81

4.4.1 中介变量模型 81

4.4.2 调节变量模型 82

4.5 本章小结 84

5 市场竞争程度、经营战略与业绩评价指标选择 87

5.1 理论分析与研究假设 88

5.2 研究设计 100

5.2.1 模型设计 100

5.2.2 变量测量 102

5.3 实证结果及分析 109

5.3.1 因子分析结果 110

5.3.2 描述性统计 112

5.3.3 回归分析结果 113

5.4 分类检验 115

5.5 本章小结 117

6 业绩指标多元化对企业业绩的影响研究 119

6.1 理论分析与研究假设 120

6.2 研究设计 130

6.2.1 模型设计 130

6.2.2 变量测量 131

6.3 实证结果及分析 133

6.3.1 因子分析结果 133

6.3.2 描述性统计 136

6.3.3 回归分析结果 137

6.4 分类检验 139

6.5 本章小结 140

7 经营战略、业绩评价与企业业绩 143

7.1 理论分析与研究假设 144

7.2 研究设计 153

7.2.1 模型设计 153

7.2.2 变量测量 155

7.3 实证结果及分析 156

7.3.1 描述性统计 156

7.3.2 回归分析结果 157

7.4 分类检验 161

7.5 本章小结 163

8 研究结论、局限及展望 165

8.1 研究结论 166

8.2 研究局限 170

8.3 未来研究展望 172

参考文献 175

附录 186

后记 195

1

导 论

1.1 研究背景与研究意义

1.1.1 研究背景

随着经济全球化和一体化进程的加快，我国企业也正逐步融入全球竞争市场中，提升我国企业的国际市场竞争力是所有企业必须面对的一项课题。我国企业传统的粗放式经营模式已经不再适应新的经济环境，在市场竞争异常激烈的环境中我国企业必须从传统的低效率、粗放式的管理模式向高效率、精细化的管理模式转变。只有切实提高企业的经营管理水平，我国企业才有参与国际市场的竞争力，才能从根本上转变我国经济发展方式，为我国经济发展注入可持续发展动力。由于处于转型经济中的我国企业所面临的市场竞争不足，大量的国有企业处于垄断行业和政府管制行业，主要依靠行业地位和政府扶持赚取高额利润，导致其改善企业管理水平参与市场竞争的需求不足。然而，随着我国市场的进一步开放，外资企业大量涌入我国市场，我国国有企业也逐渐面临激烈的市场竞争压力。国有企业的市场化改革步伐也进一步加快，未来我国企业的发展必须依靠管理水平的提升，在企业内部管理上“练内功”才能立于不败之地。那么我国企业的内部管理水平到底如何？该如何进一步提升我国企业的管理水平呢？管理的重心在经营，经营的重心在决策。提高企业管理水平的重心就在于改善我国企业经营决策机制，高效、准确地进行市场判断，并做出正确的经营决策。企业作为市场经济的主体，企业管理层要做出正确的经营决策，必须建立在高质量的管理决策信息基础之上，而管理会计就是以提供对内管理决策信息为目的的信息系统。因

此我们必须重视管理会计系统对企业管理决策的重要影响和在企业管理中的重要作用。然而,在我国会计理论界和实务界,对财务会计的重视远远超过对管理会计的重视,使得管理会计实务发展创新和理论研究都落后于财务会计的发展。尽管市场经济和金融市场的规范化发展离不开以对外披露财务信息为目标的财务会计,但市场经济和金融市场的繁荣更需要以服务于企业管理为主的管理会计(胡玉明,2011)。只有高素质的企业,才能带来市场经济和金融市场的繁荣。本书无意探讨整个管理会计系统对企业决策或企业绩效的影响,而是从企业管理会计控制系统的一个侧面捕捉我国企业管理会计实践发展的现状和存在的问题,以期为我国管理会计实务创新和理论研究提供一个讨论的场景。管理会计控制系统本身是一个较大的概念,本书基于我国企业的管理实践,集中探讨管理会计控制系统中的一个核心子系统——业绩评价系统。其主要基于以下两点原因:一是我国国有企业改革过程中,财政部和国资委等国家部委陆续出台一系列的国有企业绩效评价规则,推动我国国有企业内部业绩评价系统的改革,足以体现政府监管部门对企业绩效评价体系的重视,也说明企业绩效评价在企业管理实践中的重要性;二是我国当前贫富差距逐渐拉大,体现在企业微观层面就是企业的薪酬激励制度的不合理,而业绩评价是企业薪酬制度设计的基础,业绩评价系统设计的合理性和公平性不仅有利于实现薪酬分配的公平化,还能激发员工的积极性为企业创造更多的价值。基于上述两点,本书选择业绩评价系统作为本书研究的核心话题。李苹莉、宁超(2000)认为按照业绩评价的主体和目的的不同,业绩评价可以分为以下四个层次:从投资者角度对作为投资对象的企业价值分析;政府部门所进行的以企业所提供的税金、就业机会、职工的社会福利、环境保护等为主要内容的社会贡献评价;资源提供者对于经营者业绩的

评价；经营者所进行的内部管理业绩评价。从管理会计的研究角度来看，主要探讨企业内部管理会计信息系统问题，因此本书的业绩评价定位为企业高层管理者对中层管理者的评价与中层管理者对一线员工的业绩评价这两个层次。

一般来说，业绩评价系统由评价目标、评价指标、评价标准和评价方法等要素构成。评价目标是指业绩评价主体的评价需求，评价指标是指评价主体针对评价客体的哪些方面进行评价，评价标准是指评价主体判断评价客体业绩高低的基准，评价方法是指评价主体获取业绩评价信息的手段（池国华，2005）。其中，业绩指标的选择是组织面临的最关键挑战之一（Ittner 和 Larcker，1998）。胡玉明（2011）也指出业绩评价指标的选择是业绩评价的最关键问题。企业业绩评价主要涉及两大基本问题：第一，选择哪些指标评价企业的经营业绩？第二，如何将选择的业绩评价指标与企业战略联系起来？如果抛开企业战略，则企业经营业绩的好坏将难以评判（胡玉明，2010）。由此可见，业绩评价指标的选择及其与企业战略的匹配对建立一个运行良好的业绩评价系统的重要性。为了研究问题的深入，本书不追求对业绩评价系统做全面的研究，而是集中探讨业绩评价指标选择这一较小的话题。

具体来说，本书主要研究两个问题，一是业绩评价指标选择的影响因素；二是业绩评价指标选择的业绩后果及其作用机制。安东尼和戈文达拉扬（2010）将企业控制划分为战略控制、管理控制与运营控制三个层次，认为它们是企业控制三个相对界限分明的层次。管理控制系统是管理者用于控制组织活动的系统，是战略的执行系统。通过这个系统，管理者能够影响组织内其他成员并使之执行组织战略，以达到组织目标。简言之，管理控制系统的目的就是保证战略的实施以实现组织目标。战略控制是一个制定战略的过程，管理控制是一个实施战略的过