

白原平 著

企业综合评价系统

研究

QIYE ZONGHE PINGJIA
XITONG YANJIU

煤炭工业出版社

企业综合评价系统研究

白 原 平 著

煤 炭 工 业 出 版 社

· 北 京 ·

前 言

随着我国市场经济体系的不断发展和完善，企业已成为市场经济的主体。跨国公司大量进入中国，企业在面临众多发展机会的同时也面临越来越多的挑战，使得竞争更加激烈。企业要想在这样的超竞争环境里不断发展，避免被淘汰，就应该提高企业在市场中的竞争力，增强企业在社会中的信用程度，关注企业的当期和未来绩效。如何从企业当期及以前的绩效或表现，对企业未来的绩效、竞争力、信用趋势作出评价，已成为企业所有者、债权人、工会、政府管理者及管理学者十分关注的课题。

企业信用、竞争力、绩效是一个动态复杂的现象，对他们可以不同的假设条件为前提，从不同层面进行分析和研究。经典的经济学所进行的研究和分析是以假定“企业同质”为基本前提的，即假定企业都是具有经济人理性的，并按微观经济学的原理和方法进行决策和行动。但企业信用、竞争力、绩效研究的目的却是要解释“企业异质”，即为什么有些企业信用好、竞争力强、绩效优，有些企业信用差、竞争力弱、绩效劣；或者，现在绩效优的企业能否具有长久的竞争力，能否长期坚守信用，现在绩效不太好的企业，是否具有较强竞争力，信用风险程度怎样。

关于企业的信用、竞争力和绩效的性质、影响因素以及他们之间的动态关系，如何从理论上和实证上得到解释？用什么样的办法能够把他们量化地刻画出来，也就是怎样才能用科学的方法把绩效优劣、竞争力强弱、信用高低表现出来？国内外有许多文献不仅分别对他们单个进行理论研究，而且实际应用于广泛的领域，也有一些文献探讨过两两之间的关系，在某些特定的情况下，分别得到了两两相关的结论。但是，对企业的信用、竞争

力、绩效三者之间的关系和对他们的综合评价，却无研究文献。我们不仅要用经济学和管理学的方法来揭示企业的信用、竞争力、绩效三者之间的动态关系和性质，而且，还要用科学的方法把它们合理地、及时地表现和显示出来，使企业的利益相关者能适时地明了企业的相对变化情况，及时调整其预期，为参与决策和博弈奠定基础。

本书采用定性分析和定量分析相结合的方法，系统地分析、比较、综合国内外各种信用、竞争力、绩效的评价指标，设法构造出适合对中国企业进行信用、竞争力、绩效综合性的测评指标体系，特别是具有显性化的指标，即用企业在市场当中的各种表现结果的数据，通过数据挖掘的方法将企业未来绩效优劣、潜在的竞争力强弱和真实的信用高低量化地显示出来。本书在总结国内外专家学者对企业的信用、竞争力、绩效三者之间关系的研究成果的基础上，提出这三者的关系是根茎系统、干支系统和叶果系统的企业树系统模型，并建立动态评价模型。

著 者

2006年8月

内 容 提 要

本书分析了人们广泛关注的企业信用、竞争力、绩效三种特征的两两之间关系及对单一特征进行评价的研究成果,提出了由企业信用、竞争力、绩效所构成的根茎、干支、叶果子系统的企业树系统,并构造出了企业树系统动态评价模型。结合投入产出原理,提出了企业评价指标设计的方法,构造出企业综合评价模型并分解出企业特征的评价模型。应用企业树系统及动态评价模型,结合运用层次分析、因子分析、聚类分析、熵权等方法,对省区煤电工业竞争力、煤炭产品市场竞争力、瓶罐玻璃及建材行业企业进行了综合评价和实证分析,由建材行业企业综合评价模型分离出了信用、竞争力、绩效等特征的评价模型,并进行了实证分析。本书还构建了在企业内部绩效评价中的上、下级信用博弈模型。

本书可供企业管理人员阅读,也可供大专院校相关专业师生参考。

目 录

1 绪论	1
1.1 研究的目的和意义	1
1.2 企业信用、竞争力、绩效评价的概念及作用	3
1.3 企业信用、竞争力、绩效研究进展	8
1.4 企业评价指标体系的评价	31
1.5 研究问题	45
1.6 研究思路及论文结构	46
2 企业评价的基本理论和方法	49
2.1 企业评价基本理论	49
2.2 企业评价基本方法	56
2.3 本章小结	80
3 企业树系统及动态评价模型	81
3.1 企业信用与绩效的关系	81
3.2 企业信用与竞争力的关系	86
3.3 企业绩效与竞争力的关系	87
3.4 企业树系统及动态评价模型	90
3.5 本章小结	92
4 企业内部绩效评价中的信用分析	94
4.1 企业内上下级之间的预期、信用分析	94
4.2 博弈模型的建立与分析	96

4.3 本章小结	101
5 企业综合评价模型及特征评价模型	102
5.1 企业评价指标体系的分析	102
5.2 企业评价指标体系	104
5.3 企业综合评价模型	113
5.4 本章小结	117
6 企业评价的实证分析	119
6.1 省区煤电工业竞争力的评价分析	119
6.2 煤炭产品市场竞争力的评价分析	128
6.3 中国瓶罐玻璃行业企业绩效的评价分析	134
6.4 中国建材行业企业综合评价分析	146
6.5 本章小结	177
7 结论与展望	179
7.1 主要结论	179
7.2 本文的创新工作	181
7.3 研究展望	182
参考文献	183

1 绪 论

1.1 研究的目的是意义

随着经济全球化、一体化的快速发展,跨国公司大量进入中国,中国企业面临众多发展机会,也面临越来越多的挑战,竞争更加激烈。企业要想在这样的超竞争环境中生存和发展,避免被淘汰,就应该提高企业市场中的竞争力,增强企业社会中的信用程度,关注企业的当期和未来绩效。

如何从企业当期及以前的绩效或表现,对企业的信用趋势、竞争力、未来绩效作出评价,已成为企业所有者、债权人、工会、政府管理者及管理学者十分关注的课题。

信用是市场经济的重要基础。规范有序的市场经济活动需要建立一个能够有效调动社会资源和规范市场交易的信用制度。良好的信用关系是企业正常经营与国民经济健康运行的基本保证。改善企业信用状况,对于提升企业整体素质和综合竞争能力,抵御信用风险,改善企业融资条件,促进企业健康发展具有重要意义。市场经济是一种建立在错综复杂的信用关系基础上的经济,为了控制信用风险,任何现代社会都需要一整套严格的信用评估体系来支撑市场经济。因此,正确评价信用以及信用等级的变化在现代管理中是非常重要的研究课题。

在 21 世纪的知识经济时代,企业的发展模式已经从资源导向型转变为市场导向型,企业要想占领市场就必须具有强大的竞争力,这就是市场导向、竞争定位。中国企业要想迎头挑战国际上实力强大的企业或企业集团,就必须强化竞争意识,培育和提

此, 加快步伐, 培养和树立竞争意识, 在企业内部和企业之间强化竞争机制, 促进企业在竞争中求生存、求发展, 以及对企业竞争力进行恰当的评价将越来越受到各级管理部门和管理专家们的关注和重视。

科学完善的企业绩效评价体系、方法及技术, 在企业效益评价、企业经营者业绩评估、企业人事考核、金融信贷管理、企业管理诊断等方面发挥着积极作用。现代企业制度的建立、企业的可持续发展必须解决好委托与代理的矛盾, 而企业的绩效评价是解决这一矛盾的有效方法。

企业信用、竞争力、绩效是一个动态复杂的现象, 对他们可以不同的假设条件为前提, 从不同层面进行分析和研究。经典的经济学所进行的研究和分析是以假定“企业同质”为基本前提的, 即假定企业都是具有经济人理性的, 并按微观经济学的原理和方法进行决策和行动。但企业信用、竞争力、绩效研究的目的却是要解释“企业异质”, 即为什么有些企业信用好、竞争力强、绩效优, 有些企业信用差、竞争力弱、绩效劣。或者, 现在的绩效优的企业能否具有长久的竞争力, 能否长期坚守信用; 现在绩效不太好的企业, 是否具有较强竞争力, 信用风险程度如何。

关于企业的信用、竞争力和绩效的性质、影响因素以及他们之间的动态关系, 如何从理论上和实证上得到解释, 用什么样的办法能够把他们量化地刻画出来, 也就是怎样才能用科学的方法把绩效优劣、竞争力强弱、信用高低表现出来, 国内外有许多文献不仅分别对他们单个进行理论研究, 而且实际应用于广泛的领域, 也有一些文献探讨过它们相互之间的关系, 在某些特定的情况下, 分别得到了两两相关的结论。但是, 对企业的信用、竞争力、绩效三者之间的关系和对他们的综合评价, 却无研究文献。我们不仅要用经济学和管理学的方法来揭示企业的信用、竞争力、绩效三者之间的动态关系和性质, 而且, 还要用科学的方法把它们合理地、及时地表现和显示出来, 使企业的利益相关者能

适时地明了企业的相对变化情况,及时调整其预期,为参与决策和博弈奠定基础。

本文着重从以下 4 个方面开展研究:

(1) 研究企业信用、竞争力、绩效之间的关系,构建出三者的企业树系统及动态评价模型。

(2) 应用博弈分析方法,研究企业内部的上下级在绩效评价过程中的信任关系。

(3) 应用企业树系统及动态评价模型的基本原理,构建企业的综合评价模型和企业特征评价模型。

(4) 对某些行业企业信用、竞争力、绩效综合评价进行实证分析。

1.2 企业信用、竞争力、绩效评价的概念及作用

企业的发展战略是否具有可持续优势?企业的组织结构是否科学?企业的绩效是否看好?企业的信用趋势是否恶化?企业的竞争力是否有衰退迹象?所有这些都需要进行评价。

所谓评价,是指人们对某个特定客体的评判,是主观对于客观的认识活动。就企业评价而言,通常意义上讲它是对企业占有、使用、管理与配置资源的效果进行的评判,即:通过对企业所直接显示出的经营成果、经营者业绩,以及间接反映出企业潜在品质的综合评判,不但使所有者可以决定企业下一步的发展战略,检查契约的履行情况,而且企业经营者及其他利益相关者也可以根据企业评价结果进行有效决策,引导企业改善经营管理水平,促进企业提高管理质量。

1.2.1 信用的概念、分类及作用

《辞海》(1999 年版缩印本)对信用下的定义有 3 个含义:一是“信任使用”;二是“遵守诺言,实践成约,从而取得别人对他的信任”;三是“以偿还为条件的价值运动的特殊形式,多产生于货币借贷和商品交易的赊销或预付之中,其主要形式包括

国家信用、银行信用、商业信用和消费信用。”《中国大百科全书》将信用解释为：借贷活动，以偿还为条件的价值运动的特殊形式。在商品交换和货币流通存在的条件下，债权人以有条件让渡形式贷出货币或赊销商品，债务人则按约定的日期还借贷或偿还贷款，并支付利息。在《韦氏英文词典》中，信用被解释为“The system of buying and selling without immediate payment on security”。黄达主编的《货币银行学》对信用的解释是：“信用这个范畴是指借贷行为。这种经济行为的特点是以收回为条件的付出，或以归还为义务的取得；而且贷者之所以贷出，是因为有权取得利息，后者之所以可以借入，是因为承担了支付利息的义务。”

信用与信任、诚信既有区别又有联系。许多文献中所提到信任、诚信与本文所要研究的信用有许多相通之处，因此，有必要把他们的概念与内涵进行比较。信任是指“相信而敢于托付”，“相信并加以任用”等，而信用既可指“相信和采用”、“信任使用”（即与“信任”同义），又可指“遵守诺言，实践成约，从而取得别人的信任”，即由“守信”做到了“说了就去作”这一点所带来的“信誉”，它有保障的含义。一个人可以通过实践“诚信”而具有好的“信用”，从而获得别人的“信任”，因此，“信用”是“信任”的桥梁。从以上对信用和信任的分析讨论可以看出，信用反映的是一个人因为“守信”而得到别人的认可，而信任反映的却是由于别人行为的可靠，当事人对别人自愿采取的相信行为。同样地，诚信与信用，二者有内在的联系，又有明显的区别。诚信属于道德概念，是诚实守信的意思。它用于人的行为，是道德规范，用于人的修养，是道德品质。诚信的信，意为人的内在善意和良心，即孟子所说的“有诸己之谓信”，按照北宋思想家张载的解释，就是“诚善于心之谓信”。信用则是指人们之间客观的交往关系，它在经济领域体现着“本质的、发达的生产关系”。所谓守信，就是坚守这种信用。人们常说的人和人交往要守信用，而不要守诚信，原因就在于这两个词的含义不同。

综上所述, 经济学与经济活动中的信用是指在社会成员之间, 为了某种经济生活需要, 建立在互相信任、诚实守信基础上的一种承诺。它是随着生产力发展、私有制的出现以及商品交换的扩大逐渐产生的, 是从属于商品和货币关系的产物, 是构成一个文明社会不可缺少的相对独立的经济范畴和社会生活现象。

信任作为一种减少社会复杂性的机制, 在经济和社会的发展中发挥着非常重要的凝聚作用。信任是对交易方行为的预期。不同的交易主体有不同的缘由产生对另一方的信任, 依据基础不同, 信任机制所包含的内容也不相同。表 1-1 是根据信任产生的不同依据, 一些学者作出的分类。综合来说, 可以把企业间的信任分为两大类, 一类是以个体之间的信息、情感、共同信仰等为基础的基于个人的信任; 另一类是以契约、合同、规则和制度等为基础的基于制度的信任。

表 1-1 信任的分类及其依据基础

提出者	信任的分类	信任的依据基础
Zuker (1986)	基于个人的信任	关于个体之间的信息
	基于制度的信任	有关规则、制度
Sako (1992)	契约型信任	契约、合同
	能力型信任	依对方要求或预期完成某一任务的能力
	善意型信任	共同的信仰、友谊、情感
Lewicki & Bunker (1995)	计算型信任	成本 - 收益比较
	了解型信任	交易双方共同的思考方式
	认同型信任	共同的价值观
McAllister (1995)	认知型信任	对他人的充分了解和值得依赖的证据的掌握
	情感型信任	人们之间的感情
Nooteboom (1996)	非自利型信任	伦理、道德、友谊、情感
	动机型信任	自 利

信用是市场经济运行的前提与基础。随着交换关系的复杂化,日益扩展的市场关系便逐步构建起彼此相联、互为制约的信用关系。整个经济活动被信用关系所联接。这种信用关系作为一种独立的经济关系得到充分发展、维系、支持,形成市场秩序。没有信用,就没有交换与市场;没有信用,就没有经济活动存在与扩大的基础;没有信用,就没有人类生存与发展的社会秩序。改革开放以来,市场的发展对信用提出了愈来愈高的要求,而信用制度和信用管理体系的基础设施建设却远远落后于这种要求。从政府到民间,存在着改变传统的思维方式和做法的痛苦过程,因而信用关系混乱,欺诈、赖账等失信行为广泛发生。从国家的整体经济环境到企业之间的交易往来都存在着信用问题。

社会信用状况的恶化给社会经济生活带来了严重的影响,由于信用恶化,每年所造成的损失已占到当年 GDP 的 25% 左右,可见其危害之大。目前,关于信用建设的呼声特别高,整顿市场秩序,讨论诚信,深刻反映了人们对于一个好的市场经济和具有良好道德风尚的社会的渴望。因此,研究信用在市场经济运行中的地位与作用,探索企业信用管理对于中国经济的正常运行及企业的正常运营有着积极的作用。

1.2.2 竞争力的概念、分类及作用

竞争力是竞争主体(国家、地区和企业等)在市场竞争中争夺资源或市场的能力。这种能力是竞争主体在竞争过程中逐步形成并表现出来的,是竞争主体多方面因素和实力的综合体现。竞争力根据不同的标准可以划分为不同的层次,通常可分为国家竞争力、地区竞争力、企业竞争力、产业竞争力及区域利益共同体竞争力。

在 21 世纪的知识经济时代,企业的发展模式已经从资源导向型转变为市场导向型,企业要想占领市场就必须具有强大的竞争力,这就是市场导向、竞争定位。中国企业要想迎头挑战国际上实力强大的企业或企业集团,就必须强化竞争意识,建立和提

高企业竞争能力,有效地改善参与市场竞争的环境和条件。因此,加快步伐,培养和树立竞争意识,在企业内部和企业之间强化竞争机制,促进企业在竞争中求生存、求发展,以及对企业竞争力进行恰当的评价将越来越受到各级管理部门和管理专家们的关注和重视。企业竞争力测定,是一个比较复杂的研究课题,尤其对中国企业来说,除了企业内部的竞争力问题之外,还有企业制度、管理体制等方面的问题,这就要求我们在研究企业竞争力过程中,必须以市场和顾客的需求为出发点,把企业内部环境与外部环境相结合,全面反映经营现状,正确评价竞争实力,充分创造竞争优势,最终,为企业持续发展设计出可行的经营战略。

1.2.3 绩效的概念、分类及作用

中国于1999年6月颁发的《国有资本金效绩评价规则》,明确地给出了企业绩效评价的定义:所谓企业绩效评价,是对企业资本运营效益评判和经营者业绩评估的简称,它是指运用数理统计和经济计量学等方法,采用现代市场经济条件下通用的企业经营指标体系,按照规定的程序,参照预先测算的行业标准值,对企业一定经营期间的资本运营效益和经营者业绩,进行较为全面和科学地定量及定性对比分析,并作出客观、公正、准确的综合评判。

许多学者及管理者把绩效评价作为一种有用的人力资源管理工具,在录用、调配、解雇、培训、提升及奖励、惩罚等方面的绩效评价确实能提供有力支持,但只发挥它部分功能。绩效评价的本质是一种管理控制手段,它将已发生的结果或行为和预先确定的标准进行对比,来判断现状的好坏,为管理者提供采取下一步管理活动的分析决策信息。具体来说,企业绩效评价的作用主要体现在以下几个方面:

(1) 科学地评价企业绩效,可以为出资人行使经营者的选择权提供重要依据。在现代企业制度中,资本所有权与企业经营权发生分离,资本的天然属性决定出资人拥有经营者选择权、收益

分配权和重大事项的决策权,但由于出资人与经营者之间的信息不对称,出资人不直接拥有企业经营过程的全部信息,因此,必须依靠企业绩效的评价结果,为考察与任免经营者提供决策依据,从而避免主观随意性。

(2) 科学地评价企业绩效,可以有效加强对企业经营者的监管和约束。由于所有权与经营权分离,出现了企业资本所有者对经营者的监督与约束力度弱化的问题。如对于上市公司的小股东来说,他不能直接监督企业经营者的行为,而通过经营年度终了的绩效评价,为出资人决策提供了有效的信息。

(3) 科学地评价企业绩效,可以为有效激励企业经营者提供可靠依据。激励企业经营者的一个主要方面是经营者的收入水平和报酬机制,即通过制订合理的报酬计划,调动企业经营者的积极性,这样可以有效避免经营者的“逆向选择”和“道德风险”,而这一切都是基于科学合理的企业绩效评价结果之上的。

(4) 科学地评价企业绩效,有助于促进企业经营观念与发展战略的转变。企业绩效评价是对企业财务分析和成长研究的进一步深化和拓展,其根本目的就是通过全面和深入地了解影响企业当前经营和长远发展的诸多因素,促使企业经营者更加注重投入产出对比分析,在充分利用现有资源的基础上实现企业效益最大化。

企业绩效评价结果还可以为政府监管机构、企业债权人、企业职工以及其他利益相关者提供非常有效且真实可靠的信息支持。

1.3 企业信用、竞争力、绩效研究进展

1.3.1 信用评价研究概况

信用评价是对各类企业所负各种债务能否如约还本付息的能力和可信任程度的评估,其核心是对偿债能力的评价。客观权威的机构独立对企业信用状况作出评价,对被评企业而言,可以为

其申请发债、贷款、发行股票以及为商业往来提供资信证明,降低筹资成本,顺利进入资本市场,提高知名度,创造良好的社会形象,了解自己在行业中的地位、自身的优势和劣势;对金融中介机构而言,能为其提供企业的资信状况信息,作为贷款的重要参考;对国家有关主管部门而言,信用评价是其分类监管、分级管理的参考依据,有助于了解企业的财务资信状况,从总体上把握行业情况。

信用评价是 20 世纪的产物。20 世纪初,在企业债券发行的同时,发布了首批对企业的财务比率进行分析的论文,作为一种对企业实力进行评价的方法。到 20 世纪 20 年代,这种方法被商业化,利用比率分析方法提供对企业的信用等级评价服务。目前世界上最大的两个评级公司即标准普尔和穆迪公司提供贷款业务评级。20 世纪 70 年代其他一些经济发达国家,如日本、英国、加拿大等,也相继成立了资信评估机构。20 世纪 80 年代在一些发展中国家,如韩国、印度、菲律宾等国家的资信评估业也开始发展起来。截至目前,全球至少 20 多个国家和地区发展了资信评估事业,见表 1-2。

表 1-2 全球范围的一些信用评级机构

机 构 名 称	成立年份	市场定位
澳大利亚评级(标准普尔)	1981	本 地
加拿大债券评级(CBRS)	1972	本 地
弗吉尼亚债券评级(DBRS)	1976	本 地
Agenced' Evaluation Fiancier(标准普尔)	1986	本 地
印度信用评级服务有限公司	1988	本 地
日本债券研究所	1979	本 地
日本信用评级社	1985	本 地
Mikuni 公司	1975	本 地

续表

机 构 名 称	成立年份	市场定位
日本投资者服务	1985	本 地
韩国投资者服务	1985	本 地
国际银行信用分析 (UK)	1979	银 行
达夫与菲尔普斯	1932	银 行
菲奇 IBCA	1913	全 球
穆迪投资者服务	1909	全 球
标准普尔	1922	全 球

目前国际资信业务基本上是由世界上最大的三家信用评级机构所垄断,这三家评价机构即:标准普尔公司、穆迪投资服务公司和惠誉公司。这些大的信用评级公司拥有众多的实验室和详尽的资料,聘用大量富有经验的专门人才,按照严格而复杂的模式对数据进行分析,而且不同的行业有不同的标准和模式,这使得他们作出的信用评级具有相当的权威性,对企业的影响极大。

中国资信评估业发端于 1987 年国务院发布的一项法令——《企业债券管理暂行条例》。而此前,国内在企业信用评价体系的系统研究方面以及企业信用评级管理体制研究方面基本上还是一个空白。脱胎于传统计划经济的企业群体,往往采用实用主义态度,把信用评级当成企业的装饰门面,被评级对象的财务资本市场屡屡发生的“造假”事件,严重威胁着信用评级的客观性和公平性。产生这种情况的主要原因是资信评估赖以生存和发展的市场体制还很很发达,没有健全的会计制度。

近来,随着中国市场经济的发展和经济全球化的趋势,中国信用评级事业开始稳步推进,并在加强信用管理、防范金融风险、建立社会信用体系方面初显作用。中国资信评估机构虽然起步较晚,但是随着直接融资和间接融资市场的扩大,资信评估公