

Mc
Graw
Hill Education

经
济
科
学
译
库

Economics and
Management of
Organizations:
Co-ordination,
Motivation and
Strategy

组织 组织的 经济学与管理学： 协调、激励与策略

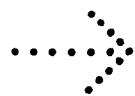
乔治·亨德里克斯 / 著

George Hendrikse

胡雅梅 张学渊 曹利群 / 译

中国人民大学出版社

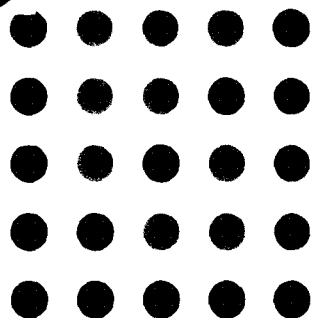
Mc
Graw
Hill



经济科学译库

C936/97

2007



组织的 经济学与管理学： 协调、激励与策略

乔治·亨德里克斯 / 著

George Hendrikse

胡雅梅 张学渊 曹利群 / 译

Economics and
Management of
Organizations:
Co-ordination,
Motivation and
Strategy

 中国人民大学出版社

George Hendrikse

Economics and Management of Organizations

ISBN: 0-07-709992-3.

Copyright © 2003 by McGraw-Hill Companies, Inc.

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and China Renmin University Press.

本书中文简体字翻译版由中国人民大学出版社和美国麦格劳-希尔教育（亚洲）出版公司合作出版。未经出版者预先书面许可，不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签，无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记号：01-2005-1812

图书在版编目 (CIP) 数据

组织的经济学与管理学：协调、激励与策略/

亨德里克斯著；胡雅梅，张学渊，曹利群译.

北京：中国人民大学出版社，2007.6

(经济科学译库)

ISBN 978-7-300-08113-7

I. 组…

II. ①亨…②胡…③张…④曹…

III. ①组织经济学—研究②组织管理学—研究

IV. C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 068812 号

经济科学译库

组织的经济学与管理学：协调、激励与策略

乔治·亨德里克斯 著

胡雅梅 张学渊 曹利群 译

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 河北涿州星河印刷有限公司

规 格 185mm×260mm 16 开本

版 次 2007 年 7 月第 1 版

印 张 28.5 插页 2

印 次 2007 年 7 月第 1 次印刷

字 数 641 000

定 价 58.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

中文版序

中国国土辽阔，历史悠久。中国现有人口是欧洲人口的两倍多，是美国人口的四倍多。然而，尽管与欧美之间的差距正在迅速缩小，中国的经济规模尚未完全地反映出这一切。中国悠久而富足的发展曾经为世界带来伟大的发明，如指南针、火药、造纸以及印刷术。

中国处于变化中，这些变化在 21 世纪初仍在继续，这使得我们期待中国将带来新的伟大创新。社会和经济的发展不但需要人们付出巨大的努力来推动技术进步，而且需要人们至少同等重视制度创新以促成技术进步。制度创新要求人们关注产权、国有企业改革、市场功能失调以及企业内部协调。《组织的经济学与管理学》一书提供了一般性的观点及概念，可以富有成效地应用于中国的特定情境。

本书包括七篇。第一篇通过介绍比较优势定理引入协调与激励这两大主题；提出了一个分析框架和分类方案，以便在各种情境下分析这两大主题。第二篇论述两大经典结论，它们考察的是原始状态下的社会（缺乏除产权之外的任何其他制度细节），就其假设的构建使得组织无用武之地这点而言，这两大结论可以作为组织理论发展的基准。随后的五篇放松了这两大理论基准的假设，进一步分析了许多组织现象。因此，贯穿全书的主线是组织逐步发展出各类现代特征。这种渐进的方法便于我们解释不同的组织选择。第三篇强调在利益冲突情境中各种形式的不对称信息，第四篇专门讨论组织的权威，第五篇论述了对组织间策略互动的分类，第六篇探讨了有限认知。最后，第七篇聚焦于适配问题，并以此把各篇

章融合在一起。每章的资料按如下的方式组织在一起：首先尽可能地用文字、简单的数学及图形解释各种理论洞见，随后通过各种应用案例和习题加以进一步阐述。



前言

自 20 世纪 70 年代以来，组织的经济学与管理学前沿出现了令人鼓舞的发展；本科生和低年级研究生需要新的教科书以接触和了解这些理论洞见。正是这两个原因推动了本书的写作。在过去的 30 年中，如何看待和分析企业已发生的重要转变，例如，生产技术视角已经被契约视角所替代，而博弈论也已经取代了现实分析的分析工具。这带来了许多有关利益冲突、信息可得性、权威、策略互动、有限理性及适配的洞见。这些理论发展之所以引人入胜，不仅在于缓解了组织理论与组织实践之间的紧张关系，而且在于减少了多个不同的领域——诸如会计、财务、物流、组织——与诸如商学、经济学、法学、心理学及社会学这些领域的技术之间的差异。本书希望学生可以领会到用新方法来解决组织的经济学问题与管理学问题的激动人心之处。为了避免被各式各样的理论及方法所淹没，有必要注意到，在有关组织的经济学与管理学问题上出现了两大主题：如何协调和激励策略互动着的人们。此外，还应当注意到这些浩如烟海的文献是仅仅围绕着行为的两个方面进行组织的：作为决策者的人们的自利程度和认知能力范围。

本书包括七篇。第一篇通过介绍比较优势定理引入协调与激励这两大主题，而且为了在各种情境下分析这些主题，提出了一个分析框架和一个分类方案。第二篇论述两大经典结论，它们涉及从原始状态出发的社会（缺乏除产权之外的任何其他制度细节）。因此，就其假设的构建使得组织无用武之地这个意义来说，这两大结论可以作为组织理论发展的基准。随后的五篇通过放松这两大理论基准的假设分析了许多组织现象。因此，组织将逐步表现出具现代特征的思想。这种

渐进的方法有利于对不同组织选择的解释。第三篇强调在利益冲突情境中各种形式的不对称信息。而第四篇则专门讨论组织的权威。第五篇论述了对组织间策略互动的分类。第六篇处理有限认知。最后，第七篇通过聚焦于适配问题而把各篇章融合在一起。每章的资料按如下方式组织在一起：首先尽可能地用文字、简单的数学及图形解释各种理论洞见，随后通过各种应用案例和习题加以进一步的阐述。

目 录

第一篇	定位	1
	第 1 章 绪论.....	3
	1.1 专业化和交换	4
	1.2 协调和激励	6
	1.3 组织和市场的重要性比较	9
	1.4 结论.....	11
	1.5 习题.....	11
	第 2 章 基础：组织的经济学概念	12
	2.1 经济学分析.....	13
	2.1.1 问题描述	13
	2.1.2 行为假定	16
	2.1.3 均衡	20
	2.2 博弈论.....	22
	2.2.1 参与者	23
	2.2.2 行动/策略.....	23
	2.2.3 支付	24
	2.2.4 均衡	25
	2.2.5 信息结构	29

2.2.6	规则	30
2.2.7	结论	33
2.3	博弈论的管理学内涵	33
2.3.1	改变参与者	34
2.3.2	改变选择空间	35
2.3.3	改变支付	36
2.3.4	改变信息结构	37
2.3.5	改变规则	38
2.4	结论	39
2.5	习题	39

第二篇

两个基准	41
第3章 福利定理	43
3.1 导论	44
3.2 一般竞争均衡	44
3.3 生产函数	48
3.4 价格	49
3.4.1 信息和激励	49
3.4.2 单一价格定律	50
3.4.3 价格形成	50
3.4.4 信息结构	51
3.4.5 稳健性	51
3.5 瓦尔拉斯拍卖人	51
3.5.1 沟通结构	52
3.5.2 分权	52
3.5.3 协调问题	53
3.5.4 腐败	54
3.5.5 诚实	54
3.5.6 决策顺序	54
3.6 契约	54
3.7 大量消费者和生产者	55
3.8 完全理性	56
3.9 外部性	56
3.10 结论	56
3.11 习题	57
第4章 科斯定理	58
4.1 导论	59
4.2 外部性的另一个市场	59
4.3 科斯定理的核心	66

4.3.1	所有权结构	66
4.3.2	生产者和消费者的数量	67
4.3.3	分权	67
4.3.4	制度	68
4.3.5	讨价还价	68
4.4	收入效应	68
4.5	讨价还价问题	69
4.5.1	单边信息不对称	69
4.5.2	双边信息不对称	70
4.5.3	多个参与方	72
4.6	产权	72
4.7	结论	74
4.8	习题	74

第三篇

完全契约	77
------------	----

第5章 委托代理模型	79
------------------	----

5.1	委托代理问题的要素	80
5.1.1	可支配的剩余	81
5.1.2	利益冲突	81
5.1.3	不对称信息	82
5.2	行为假定	82
5.2.1	完全理性	82
5.2.2	机会主义	83
5.3	决策顺序和信息结构	83
5.3.1	隐藏行动问题	84
5.3.2	隐藏特征问题	85
5.4	利润最大化契约	86
5.4.1	参与约束	86
5.4.2	激励相容约束	87
5.4.3	均衡	87
5.5	作为契约联结体的企业	87
5.6	结论	90
5.7	习题	91

第6章 隐藏行动问题	92
------------------	----

6.1	契约设计	93
6.1.1	完全信息	93
6.1.2	不完全信息	100
6.2	激励强度原理	103
6.2.1	风险厌恶	105

6.2.2	有关环境的不确定性	106
6.2.3	努力增量的盈利性	106
6.2.4	有关活动选择的判断力	106
6.3	多维度	112
6.3.1	等报酬原理	112
6.3.2	不准确的绩效测度	118
6.4	生成额外的信息	119
6.4.1	信息强度原理	119
6.4.2	监督强度	125
6.4.3	棘轮效应	127
6.5	作为监督者的企业家	128
6.6	结论	129
6.7	习题	130
附录 6.1	期望效用理论	133
附录 6.2	激励强度原理的数学表述	134
第 7 章	隐藏特征问题	136
7.1	契约设计	137
7.1.1	完全信息	137
7.1.2	不完全信息	139
7.2	不允许的选择	146
7.3	自选择	147
7.4	生成额外的信息	154
7.4.1	信号传递	154
7.4.2	甄别	157
7.5	显示原理	159
7.6	隐藏特征和隐藏行动	163
7.7	结论	167
7.8	习题	168
第四篇	不完全契约	171
第 8 章	交易成本和影响成本	173
8.1	导论	174
8.2	专用投资	176
8.3	交易成本经济学	179
8.4	测度问题和讨价还价成本	190
8.5	影响成本	192
8.5.1	选择性干预	193
8.5.2	选择性干预的问题	194
8.5.3	授权	195

8.5.4 授权和官僚制度	196
8.5.5 授权和竞争	199
8.6 科斯定理	199
8.7 结论	200
8.8 习题	200
第9章 所有权	205
9.1 导论	206
9.2 治理结构	207
9.3 特定权和剩余权	210
9.4 一方投资时所有权的有效分配	213
9.5 双方投资时所有权的有效分配	218
9.6 扩展分析	229
9.6.1 接近权	229
9.6.2 多种决策	232
9.6.3 互补资产	233
9.7 复杂性	235
9.8 科斯定理	238
9.9 结论	239
9.10 习题	240
附录 合作博弈理论	241
第10章 自执行契约	246
10.1 导论	246
10.2 无名氏定理	248
10.3 组织的正式权威和真实权威	255
10.4 自执行契约和资产所有权	256
10.5 结论	258
10.6 习题	258
第五篇 商业策略	259
第11章 策略类型	261
11.1 导论	262
11.2 策略分类中的决策次序	262
11.3 反应函数	263
11.4 反应函数的特性	266
11.5 策略类型	269
11.6 应用	275
11.7 结论	283
11.8 习题	283

第六篇

有限认知	287
第 12 章 有限认知和组织	290
12.1 导论	291
12.2 为什么明确化有限理性	291
12.3 演绎的有限认知	292
12.4 归纳的有限认知	297
12.4.1 模块化	298
12.4.2 自我组织	299
12.5 演化方法	305
12.5.1 演化心理学	305
12.5.2 演化经济学	306
12.5.3 种群生态学	307
12.6 第一类错误和第二类错误	308
12.7 结论	313
12.8 习题	313
第 13 章 决策制定中的偏差	317
13.1 导论	318
13.2 决策制定中的偏差	318
13.2.1 经济理论和日常实践	319
13.2.2 决策制定中的倾向	319
13.3 组织反应	320
13.4 短期关注	321
13.4.1 延误	322
13.4.2 冲动和惯例	322
13.4.3 服从	323
13.5 短视行为	323
13.6 损失厌恶	328
13.7 结论	333
13.8 习题	333

第七篇

适配	335
第 14 章 协调	337
14.1 导论	338
14.2 协调问题	338
14.2.1 多于一个均衡	338
14.2.2 协调问题的解决方案	342
14.3 生成额外的信息	342
14.3.1 共同背景	342
14.3.2 协调机制	345

14.4	改变支付	351
14.5	创造一个决策者	356
14.6	减少选择的数目	356
14.6.1	减少选择可能性	357
14.6.2	强加选择	357
14.7	结论	359
14.8	习题	359
第 15 章	互补	361
15.1	导论	362
15.2	等报酬原理	362
15.3	大数定律	365
15.4	正交性	367
15.4.1	正交的信息渠道	367
15.4.2	集中化和分权化	368
15.5	影响成本	370
15.6	重复互动考虑	371
15.7	贸易扩张成本	374
15.8	环境的稳定性	377
15.9	组织变化	378
15.10	结论	379
15.11	习题	380
术语表		381
习题略解		392
参考文献		406
索引		421
译后记		437

经济科学译库·组织的经济学与管理学·协调、激励与策略 经济科学译库·组织的经济学与管理学·协调、激励与策略

第一篇 定位

在我们的社会中存在着不同类型的组织：工业企业、银行、医院、大学、市政府、部门等。这些组织围绕中间产品、最终产品、资本产品、劳动力和资本在各个市场中形成相互关系，将商品和服务配置给那些愿意并能够支付相应市场价格的组织。那些时髦商业期刊上关于市场中组织之间活动的宣扬可以搁置一边，因为大多数商业活动是在组织内部进行的。在数以万计的公司诸如 IBM、荷兰皇家壳牌（Royal Dutch Shell）、喜力（Heineken）等中，其员工决定了哪种商品在市场中交易、怎样生产这些产品、怎样为这些项目融资，以及如何安排权威系统、交流与报酬等。所有这些决定都是复杂的、相互关联的，它们的组织方式对于它们的效果具有重要影响。

有必要平衡组织间与组织内部的行为。本书试图从经济学及管理学的角度展开对于上述问题的洞见。本书第一篇是为后面六篇所做的准备。自然经济是组织社会的一种方式，也就是社会中每个人都是完全自给自足的，包括制作自己的衣服、生产自己的食物、建造自己的住所。在这样一个社会中，组织根本就不存在。然而，在我们所处的社会中，人人术业有专攻，如医生、汽车经纪人或经理。他们在市场及组织中相互作用以便于更好地满足不同的需要。因此，良好的市场和组织功能对于我们的福祉十分重要。第 1 章阐述比较优势定理并解释了与分工相关的合作和激励问题。第 2 章对不同的组织研究方法进行分类并详细描述了博弈理论分析工具。