

刘 兵 著

企业经营者

激励制约理论与实务

QI YE JING YING ZHE

QIYE

JILIZHIYUE LILUN

YU SHIWU

天津大学出版社

TIANJIN UNIVERSITY PRESS

企 业 经 营 者
激 励 制 约 理 论 与 实 务

刘 兵 著

天津大学出版社

内 容 提 要

基于企业激励理论,本书较全面地论述了企业经营者行为特征、选择机制、激励机制、监督机制和制约机制,并用数学方法加以定量分析。书中还探讨了企业经营者贪污、腐化的内在和外在因素,并从理论角度提出了解决办法,具有现实指导意义。本书的后半部分是英文译文,这对于需要阅读英文资料的读者来说,无疑具有参考价值。

本书适应企业所有者、经理人员、政府官员和企业理论的研究、学习者阅读参考。

图书在版编目(CIP)数据

企业经营者激励制约理论与实务/刘兵著. —天津:
天津大学出版社,2002.10
ISBN 7-5618-1676-6

I. 企... II. 刘... III. ①企业—领导层—组织建
设—研究②企业—领导层—监督管理—规章制度—研究
VI. F272.91

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 083270 号

出版发行 天津大学出版社
出 版 人 杨风和
地 址 天津市卫津路 92 号天津大学内(邮编:300072)
电 话 发行部:022—27403647 邮购部:022—27402742
印 刷 天津市宝坻区第二印刷厂
经 销 全国各地新华书店
开 本 148 mm × 210 mm
印 张 10.625
字 数 306 千
版 次 2002 年 10 月第 1 版
印 次 2002 年 10 月第 1 次
印 数 1—3 000
定 价 16.00 元

前 言

“企业激励理论”是企业理论的重要组成部分,是有关非对称信息下交易关系和契约安排的理论。从本质上讲,激励理论是非对称信息博弈论在经济学上的应用。研究的问题是在给定信息结构的情况下什么是最优的契约安排。非对称信息指的是某些参与人拥有另一些参与人不拥有的信息。拥有私人信息的参与人称为代理人,不拥有私人信息的参与人称为委托人。激励理论包括两类主要模型,一是隐藏信息(逆向选择)模型,二是隐藏行动(道德风险)模型。就企业组织而言,什么样的人最有能力做企业经理是不很清楚的,这属于隐藏信息的信息非对称问题;当选出的企业经理在职位上的时候,是否有积极性工作,这又是属于道德风险的信息非对称问题。这两个问题经常纠缠在一起,因此要设计最优的激励机制,首先要使企业有办法选出有能力的人,其次有办法去激励有能力的人努力工作。基于激励理论的思想,本书较全面地论述了企业经营者行为特征、选择机制、激励机制、监督机制和制约机制。主要内容包括如下几个方面。

第1章——绪论,提出了企业面临的核心问题是对经营决策者的选择和激励问题;分析了我国企业改革过程中对核心问题的解决状况;强调了研究企业激励理论对我国企业改革的现实意义;明确了本书的研究重点及理论依据;最后介绍了一些相关的基本概念。

第2章——当代企业理论,系统地整理、分析了传统的企业理论和现代企业理论;重点阐述了国内外有关企业激励理论的研究成果;最后介绍了委托—代理理论的标准模型,为进一步研究奠定了理论基础。

第3章——企业经营者行为分析及其激励约束机制,分析了企业经营者的人性假设,即“经济人”假设;分析了经营者的行为模式;最后阐述了对经营者行为的激励与约束措施,为下一步激励与约束机制设计奠定了前提性假设。

第4章——企业经营者市场竞争及经营者的选择机制,分析建立了我国经营者市场的目标模式;论述了判断经营者经营能力的信号显示,并结合案例讨论了经营者的选拔机制;最后阐明了一个优秀的经营者应具备的素质。

第5章——激励机制设计与代理成本分析,研究探讨了基于企业经营者货币需求、闲暇需求和努力程度等因素的最优报酬契约设计;分析了对称信息与非对称信息条件下的契约差异和代理成本;并进一步讨论了考虑可观测的其他经营者业绩的最优报酬契约与代理成本,得出了许多有益的结论;最后做了案例分析。

第6章——相对业绩比较与动态激励机制设计,研究探讨了基于相对业绩比较的两阶段动态激励契约设计问题,建立了短期利益与长期利益相结合、声誉激励与物质激励相结合的动态模型,并讨论了隐性激励和显性激励的作用;最后做了案例分析。

第7章——生产、采购与销售管理中的利益分配和标准调整,研究探讨了企业经营者与生产、采购和销售部门管理者之间的协调、激励与约束机制,建立了产、供、销部门管理者的利益分享模型,并讨论了环境变化因素对报酬契约设计的影响。

第8章——对企业经营者行为的监督机制,阐明了企业所有者通过监督经营者可以获得更多的有关经营者行为的信息,但监督是有成本的。研究探讨了所有者在固定工资和激励工资下对经营者的监督问题。所有者需要权衡收益与监督成本之间的关系,选择最佳的监督力度,以寻求最优的净收益。

第9章——制约企业经营者管理腐败行为,阐述了经营者管理腐败问题的内涵;分析了经营者管理腐败问题存在的根源;建立了管理腐败行为的监控模型;提出了制约防范经营者管理腐败行为的建议。

最后,回顾了本书的研究方法和研究路径,总结了主要创新点,并展望了今后的研究方向。

在对企业经营者激励制约理论与实务的研究和写作中,作者深深感到这一研究课题奥妙无穷,然而由于作者对激励理论的认识不够深入掌握的数学工具及研究方法有限,因而错误与不当之处在所难免,敬

请各位专家与同行不吝赐教。作者非常愿意与大家一道在这一研究领域中不断探索前进。

作 者

2002 年 6 月



刘兵，男，汉族，1968年12月出生于河北省乐亭县，博士，副教授。主要研究领域为组织行为与人力资源管理。近三年内在国内核心期刊和国际会议上发表论文20余篇，参加编写教材2部。曾获得天津市科技进步三等奖、天津市优秀教学成果一等奖和国家级优秀教学成果二等奖。

目 录

第 1 章 绪论	(1)
1.1 问题的提出	(1)
1.2 本书的研究内容及创新点	(2)
1.3 本书的理论依据和研究方法	(5)
1.4 需要说明的几个基本概念	(10)
第 2 章 当代企业理论	(15)
2.1 将企业视作基本分析单位的企业理论	(15)
2.2 交易成本的理论	(17)
2.3 信息经济学的企业理论	(18)
2.4 委托—代理理论的标准模型	(25)
第 3 章 企业经营者行为分析及其激励约束机制	(30)
3.1 企业经营者人性假设	(30)
3.2 经营者行为模式分析	(34)
3.3 经营者行为的激励与约束机制	(37)
3.4 小结	(43)
第 4 章 经营者市场竞争与经营者选择机制	(44)
4.1 经营者市场的目标模式	(44)
4.2 经营者能力的信号显示	(48)
4.3 经营者的选择机制案例分析	(51)
4.4 优秀经营者(大企业家)应具备的素质	(53)
4.5 小结	(54)
第 5 章 企业经营者激励机制设计与代理成本分析	(55)
5.1 一般契约设计与代理成本	(55)
5.2 考虑其他变量时的最优契约与代理成本	(60)
5.3 长期激励机制设计	(64)
5.4 案例分析	(65)

5.5 小结	(68)
第6章 相对业绩比较与动态激励机制设计	(70)
6.1 相对业绩比较信息和隐性激励	(70)
6.2 隐性与显性激励模型	(77)
6.3 案例分析	(83)
6.4 小结	(84)
第7章 生产、采购与销售管理中的利益分配和标准调整	(86)
7.1 模型	(86)
7.2 最优报酬特征	(90)
7.3 比较静态分析	(102)
7.4 小结	(114)
第8章 对企业经营者行为的监督机制	(116)
8.1 固定工资下的监督问题	(117)
8.2 激励工资下的监督问题	(120)
8.3 小结	(124)
第9章 制约企业经营者的管理腐败行为	(125)
9.1 对管理腐败问题的认识	(125)
9.2 管理腐败问题的根源	(127)
9.3 管理腐败行为的监控策略分析	(130)
9.4 制约防范管理腐败行为的建议	(136)
9.5 小结	(139)
总结与展望	(140)
Chapter 1 Preface	(142)
1.1 Putting Forward Questions	(142)
1.2 Studying Content and Innovation Point of This Book	(144)
1.3 Theory Foundation and Study Methods of This Book	(149)
1.4 Some Basic Concepts Needed to Be Explained	(155)

Chapter 2 The Theory of Contemporary Firm	(161)
2.1 The Firm Theory Regarding the Firm as the Elemental analyzing unit	(161)
2.2 Transaction Cost Theory	(164)
2.3 Information Economics Firm Theory	(165)
2.4 The Standard Principal-agent Theory Model	(175)
Charter 3 The Analysis of the Manager's Behavior and the Incentive and Restraint Mechanism in Firm	(180)
3.1 The Hypothesis of Humanity of Managers in Firm	(180)
3.2 The Analysis of Managers' Behavior Model	(185)
3.3 Incentive and Restraint Mechanism of Manager's Behavior	(190)
3.4 Brief Summary	(198)
Chapter 4 Competition of Managers Market and Managers' Selecting Mechanism	(200)
4.1 The Target Model of Managers Market	(201)
4.2 The Signal Indications of Managers' Capacity	(206)
4.3 Case Analysis: Managers' Selection Mechanism	(210)
4.4 The Diatheses Excellent Enterprise's Managers Should Be Qualified With	(212)
4.5 Brief Summary	(214)
Chapter 5 Design of Reward Contract for Companies' Managers and Agency Cost Analysis	(216)
5.1 General Contract Design and Agency Cost	(216)
5.2 The Optimum Contract and Agency Cost When Considering Other Variables	(223)
5.3 Designing of Long-Term Incentive Mechanism	(228)
5.4 The Analysis of a Case	(229)
5.5 Conclusion	(233)
Chapter 6 Performance Comparison and Dynamic Incentive	

Mechanism Design	(234)
6.1 Comparative Performance Information and Explicit Incentives	(235)
6.2 Model of Implicit and Explicit Incentives	(243)
6.3 Case Analysis	(250)
6.4 Conclusion	(252)
Chapter 7 Profit Sharing and Standard Adjustment in	
Production, Procurement and Marketing Management	
.....	(253)
7.1 The Model	(253)
7.2 The Characteristic of Optimal Compensation	(257)
7.3 Comparative Static Analysis	(270)
7.4 Conclusion	(282)
Chapter 8 Supervising Mechanism of Managers' Behavior	
.....	(285)
8.1 Supervising Problems in Fixed Salary	(286)
8.2 Supervising Problems in Incentive Salary	(290)
8.3 Summary	(294)
Chapter 9 Controlling of Managers' Corrupts Behavior ...	(295)
9.1 Understanding of the Managing Corrupt Problem	(295)
9.2 Origin of the Managerial Corrupt Problem	(298)
9.3 Tactics Analysis of Monitoring Corruption Behaviors	(303)
9.4 The Measure about How to Restrict Managers' Corrupt Behavior	(311)
9.5 Brief Summary	(315)
参考文献	(317)

第 1 章 绪 论

1.1 问题的提出

企业理论是过去 20 年间最为活跃、最富有成就的研究领域之一,而企业激励理论是企业理论的重要组成部分。1996 年,对激励理论做出开创性贡献的莫里斯(Mirrlees)获得了诺贝尔经济学奖,再次掀起了信息经济学、企业激励理论的研究热潮,我国一些经济学家也给予了极大的关注。我国正处于一个经济制度转变的重要时期,许多学者认为分析现代企业制度问题最有效的一些方法应该来自于博弈论和信息经济学。莫里斯也特别指出^[195]，“中国正在进行着一场举世瞩目的经济改革,无疑,中国面临着许多特殊的问题需要特殊地分析才能解决。激励问题是所有经济面临的一个核心问题,中国经济改革要解决的似乎也是一个激励问题”。

现代企业理论的一个核心观点是,企业是一系列契约(合同)的有机组合(nexus of contracts)。换句话说,企业是个人之间自由交易产权的一种形式。离开个人产权,就不可能有真正意义上的企业存在。作为个人之间交易产权方式的企业存在两大问题。第一个问题是激励问题。由于企业的产出是所有企业成员(要素所有者)集体努力的成果,每个人的个人贡献难以准确度量,企业成员间就可能出现“偷懒”问题,因此,用什么样的机制减少“偷懒”现象,调动每个成员的积极性,对企业的生存就变得尤为重要。企业面临的第二个问题是对经营决策者的选择问题。决定企业经营业绩最重要的因素是经营决策者的能力。由于个人的经营能力是一个不太容易直接观察的变量,用什么样的机制来保证真正具有经营才能的人占据经营决策岗位就成为一个关键问题。企业组织结构的功能就在于解决以上两个问题。

从上述观点看,我国企业过去 20 年来的改革措施(扩大企业自主

权、利润留成、利改税、承包制、股份制试点等),在解决第一个问题方面取得了一定成效,然而随着现代企业制度的建立,经济改革中出现的各种新型契约关系(如政府与企业、股东与经营者、经营者与下属等)日趋复杂,简单的物质刺激不足以成为实现最优经济效率的有效动力,因此,急需研究各种契约关系的本质,建立相应的激励制约机制加以协调解决。值得注意的是,我国 20 年的改革措施仍没有解决第二个方面的问题,即对经营决策者的选择问题。因此,也急需找到一种机制保证具有真正经营才能的人占据经营者岗位,同时建立完善的监督制约机制以抑制经营者的道德风险行为,淘汰那些不称职的经营者,最大限度地避免社会福利损失,提高经济效率。

1.2 本书的研究内容及创新点

鉴于企业激励机制这一热点问题的重要现实意义,近年来我国一些学者开始借鉴国外有关激励理论的方法来研究国有企业的委托代理问题、激励机制问题及产权问题等,取得了一些成果,但尚缺乏一定的深度和理论依据。要解决我国经济改革中的激励问题,不能照搬国外激励理论的研究成果,而应借鉴其研究方法去分析解决现实中的实际问题,并力争在理论方法上有所突破。解决激励问题的着眼点很多,本书仅就企业经营者激励制约机制设计问题加以分析探讨。

1.2.1 本书的研究内容

第 1 章提出了作为个人之间交易产权方式企业面临的核心问题——激励问题和对经营决策者的选择问题;分析了我国企业改革过程中对核心问题的解决状况,即尚缺乏完善的激励机制有效地解决改革过程中出现的各种复杂的契约关系,尚未建立科学、合理、公平地选聘和解聘企业经营者的竞争机制;强调了研究企业激励理论对我国企业改革的现实意义;明确了本书的研究重点;阐述了本书研究的理论依据,即组织行为学、博弈论及信息经济学等;最后介绍了一些相关的基本概念。

第2章系统地整理了传统的企业理论,包括由交易成本经济学引申而来的企业理论和由信息经济学引申而来的企业理论内容;重点阐述了国内外有关企业激励理论的研究成果。在国外已形成了较为完善的企业激励理论体系,但尚需进一步延伸与拓展;在国内有关企业激励理论的研究刚刚起步,亟待建立和完善适合中国市场经济特点的企业经营者激励与制约机制。本章最后介绍了委托—代理理论的标准模型,为进一步研究奠定了理论基础。

第3章首先分析了企业经营者的人性假设,即“经济人”假设;其次,分析了经营者的行为模式;最后,阐述了对经营者行为的激励与制约措施,为下一步激励与制约机制设计奠定了前提性假设和模型建立的基础。

第4章首先分析建立了我国经营者市场的目标模式;论述了判断经营者经营能力的信号显示,然后结合案例建立了经营者选拔的评价指标体系,讨论了经营者的选拔机制;最后,阐明了优秀的企业经营者应具备的素质。

第5章研究探讨了基于企业经营者货币需求、闲暇需求和努力程度等因素的最优报酬契约设计;分析了对称信息与非对称信息条件下的契约差异和代理成本;进一步讨论了考虑可观测的其他经营者业绩的最优报酬契约与代理成本,得出许多有益的结论;最后做了案例分析。

第6章阐述了相对业绩比较与动态激励机制设计。由于企业所有者与经营者的委托代理关系往往是多阶段的、动态的,因此,所有者在设计激励契约时,既要考虑经营者前一阶段的业绩,又需参照其他经营者的经营业绩。本章研究探讨了基于相对业绩比较的两阶段动态激励契约设计问题,建立了短期利益与长期利益相结合、声誉激励与物质激励相结合的动态模型,结果大大优于单阶段契约的效果。这是由于在动态激励中引入相对业绩比较信息,使得隐性激励与显性激励共同发挥作用,强化了激励机制,两者的有机结合成为对经营者激励机制设计中最有效的一种方式。本章最后做了案例分析。

第7章讲述了生产、采购与销售管理中的利益分配和标准调整。

生产、采购与销售管理是企业经营活动的关键环节。企业经营者要激励原材料供应部门努力降低采购成本,获取高质量的原材料;激励生产部门努力降低生产成本,生产出高质量的产品;激励销售部门努力降低销售成本,开拓产品市场,实现最大的销售收入和利润。而各部门之间是相互影响、相互制约的。基于此,本章研究探讨了经营者与各部门管理者之间的协调、激励与约束机制,建立了产、供、销部门管理者的利益分享模型,讨论了环境变化因素对报酬契约设计的影响。

第8章说明了对企业经营者行为的监督机制。企业所有者通过监督经营者可以获得更多的有关经营者行为的信息,但这是有成本的,需要付出人力、物力、财力以及时间和精力等。本章研究探讨了所有者在固定工资和激励工资下对经营者的监督问题,并得出结论:监督是必要的,监督能够强化激励效果,降低代理成本,但是,所有者需要权衡收益与监督成本之间的关系,选择最佳的监督力度,以寻求最优的净收益。

第9章阐述了经营者管理腐败问题的内涵;分析了经营者管理腐败问题存在的根源;建立了管理腐败行为的监控模型;最后,提出了制约防范经营者管理腐败行为的措施。

综上所述,本书对于企业经营者的激励制约研究框架可以用图1.1来描述。

1.2.2 本书的创新点

(1)在广泛阅读国内外文献的基础上,总结、评述了国内外有关企业激励理论的研究状况,提出了经营者行为分析—选择机制—激励机制—监督机制—制约机制这一较为系统、完善的研究体系。

(2)将货币收入和享受闲暇作为企业经营者的激励物,分析了对称信息和非对称信息条件下的报酬契约,计算了代理成本;并进一步讨论了考虑可观测的其他经营者业绩的最优报酬契约与代理成本,得出许多有益的结论。

(3)引入企业经营者的前期业绩和其他企业经营者的业绩作为相对业绩比较信息,建立了短期利益与长期利益相结合、声誉激励与物质激励相结合的动态模型,并分析了隐性激励与显性激励的作用,讨论了

隐性激励与显性激励系数。

(4)研究了企业经营者与生产、采购及销售部门管理者之间的协调、激励与约束机制,建立了他们之间的利益分享模型,并讨论了环境变化因素对他们利益分享系数的影响。

(5)探讨了企业所有者在固定工资下和激励工资下对经营者的监督问题,分析了对经营者报酬支付、监督成本、监督水平及惩罚力度之间的关系,提出了最优的监督策略。

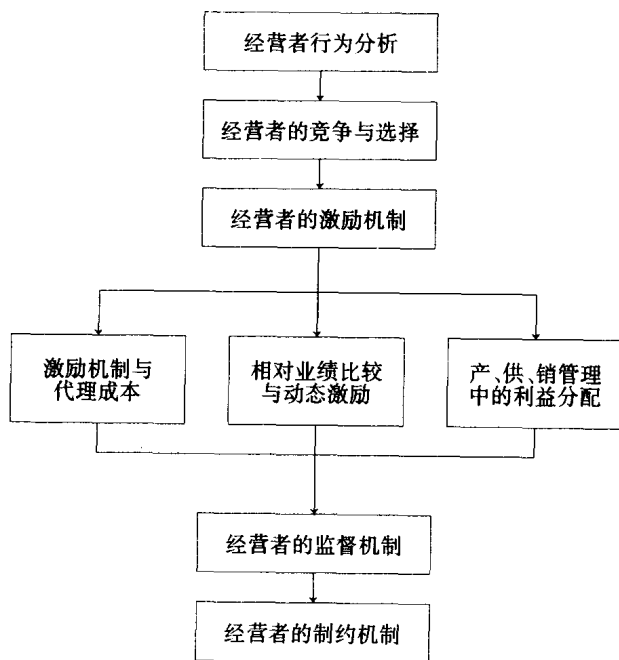


图 1.1 企业经营者激励制约机制研究框架

1.3 本书的理论依据和研究方法

任何问题的研究都应具有充分的理论依据,我们研究企业激励机制的理论依据是组织行为学、博弈论和信息经济学,并采取定性—定量—一定性的研究方法。

1.3.1 组织行为学

组织行为泛指组织中的个体和群体的态度和行为。有关的态度包括组织成员如何看待他们的工作和报酬,对组织目标有无责任感;有关的行为包括冲突、合作、生产率及改革创新等。组织行为学是系统研究组织环境中所有成员的行为,以成员个人、群体、整个组织及其外部环境的相互作用所形成的行为作为研究对象。组织行为学涉及两个基本问题。一是组织对其成员的思想、感情和行动的影响方式。组织会影响其成员观察世界的方法,对待工作的态度及组织成员对自我的认识,也会影响到组织成员在执行任务过程中的行为及其责任。组织行为学阐明组织影响其成员的各种方式是为了创造更大、更有效的组织。二是组织行为学研究组织的各个成员的行为方式及其绩效对整个组织绩效的影响,组织对成员活动的协调方式决定了组织在完成其目标时是否会成功。因此,组织行为学是研究组织环境中人的行为规律及其管理对策,以激励员工、协调人际关系、提高组织效能的一门管理科学。

1.3.2 博弈论

博弈即一些个人、队组或其他组织面对一定的环境条件,在一定的规则下,同时或先后,依次或多次,从各自允许的行为或策略中进行选择并加以实施,并从中各自取得相应结果的过程。规定或定义一个博弈需要设定下列几个方面。①博弈的参与者,即在所定义的博弈中究竟有哪几个独立决策、独立承担结果的个人或组织。②博弈方各自可选择的全部策略或行动的集合,即规定每个博弈方在进行决策时(同时或先后,一次或多次)可以选择的方法或经济活动的水平、量值等。③进行博弈的次序。在现实的各种决策活动中,很多时候各博弈方的决策必须有先后之分,在一些博弈中每个博弈方还要作不止一次的决策选择,这就免不了有一个次序问题,因此,规定一个博弈就必须规定其中的次序。④博弈方的得益。对应于各博弈方的每一组决策选择,博弈都有一个结果表示各博弈方在该策略组合下的所得和所失,我们把博弈中各种可能的结果的量化数值称为博弈中各博弈方在相应情况