

经营者 薪酬激励制度研究

朱克江 [著]

JINGYINGZHE

XINCHOU JILI ZHIDU

YANJIU



中国经济出版社
www.economyph.com

经营者薪酬激励制度研究

朱克江 著

中国经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

经营者薪酬激励制度研究/朱克江著. - 北京:中国经济出版社,
2002.10

ISBN 7-5017-5756-9

I. 经… II. 朱… III. 企业管理:管理工资管理-激励-研究-中国
IV. F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 080014 号

责任编辑:衣丽玮

封面设计:高书精

经营者薪酬激励制度研究

朱克江 著

中国经济出版社出版发行

(北京市百万庄北街3号)

邮政编码:100037

新华书店经销

北京市地矿印刷厂印刷

开本:A5 1/32 印张:9.25 字数:200千字

2002年11月第1版 2002年11月第1次印刷

印数:10000册

ISBN 7-5017-5756-9/F·4617

定价:20.00元

序

我国是一个人力资源大国。目前,全国有劳动力 7 亿多,但是还不能说就是一个人才大国。我国各类人才总量只有 6000 多万,具有高级职称以上的人才在 29 个专业技术系列中,副高以上职称的人只有 157.3 万人,只占技术人员总数的 5.5%。我国自 2001 年 12 月入世以来,最大的问题就是人才问题。国外跨国公司大量涌进中国市场,无一例外地都将首先琢磨如何寻找和集聚当地优秀管理人才。

面对激烈的人才竞争,我们需要强化以市场为导向的人力资源管理,顺应人才国际化的要求,彻底打破人才单位所有、部门垄断的封闭体系,为人尽其才创造一个良好的环境,为迎接和参与国际竞争争取宝贵的时间。当前,应当借鉴国外先进的人力资源管理理念,使人力资本的效率得到最大限度的发挥。要做到这一点,很重要的手段是必须尽快建立一种有效的人才激励机制。

在企业发展中,最重要的人才是企业高层经营管理人才,最大的人力资本是企业经营者人力资本。尽管中国经济

体制改革和国有企业改革已经走过了 20 多年的历程,现代企业制度的基本框架也大致建立起来,但是,企业经理人员,尤其是国有企业经营者的报酬机制离市场经济的要求仍然相去甚远。如何调动企业经营者的积极性,充分发挥经营管理人才的作用,对推动中国企业的改革与发展意义重大,任务也很紧迫。

实践为理论研究提出了要求。这几年,随着人才竞争的加剧和我国企业改革的深入,人力资源理论研究得以普遍重视并获得较快发展,其中包括对薪酬激励机制的研究。这方面的研究大致包括两个主要层面:一是对员工及一般管理、技术人员的激励;二是对高层经营者及重要骨干的激励。从目前研究的现状看,前者比较广泛,而后者显得相对薄弱。由于高层经营者薪酬激励机制的建立与企业的制度建设紧密相连,其社会敏感度也比较高,因而无论是理论研究还是实际操作,都有较大难度。因此,这方面的研究就更显得欠缺。可喜的是,朱克江同志在这方面作了一次有益的探索。

此书研究的选题是新颖的,也是极有意义的。他没有过多地局限在对经营者薪酬激励方案的具体设计上,就薪酬论薪酬,而是首先或主要从薪酬激励与企业体制和制度建设的关系入手,分析和揭示我国企业建立经营者薪酬激励机制过程中遇到的突出矛盾和问题。在回答和解决这些矛盾问题的前提下再去进行具体的制度设计。这种研究问题的思路

和方式,比较贴近实际,也是解决我国企业尤其是国有企业经营者薪酬激励问题所必须的。

经营者薪酬激励理论是人力资源理论研究的重要内容,这一研究需要综合多方面的理论。此书系统总结了有关这方面的理论研究成果,在借鉴和吸收的基础上,提出了关于经营者薪酬激励问题的比较系统的理论观点,其中许多方面不乏有创新之处,值得一读。

朱克江同志先后在地方和国家宏观经济管理部门工作过,这对他的研究无疑是有极大帮助的。攻读企业管理博士学位的学习,又培养了他的理论功底和研究能力。作为他的导师,我相信,这种来自于实践的理论会对实践有所作用。

赵曙明

2002年8月26日

目 录

序

第一章 绪论

§ 1.1 研究的依据与意义	(1)
§ 1.1.1 问题研究的依据	(1)
§ 1.1.2 问题研究的理论意义	(3)
§ 1.1.3 问题研究的现实意义	(7)
§ 1.2 有关概念的说明	(10)
§ 1.2.1 关于“企业”的概念	(10)
§ 1.2.2 关于“经营者”的概念	(11)
§ 1.2.3 关于“薪酬”的概念	(14)
§ 1.3 研究的思路、方法与目的	(16)
§ 1.3.1 研究思路	(16)
§ 1.3.2 研究方法	(17)
§ 1.3.3 研究目的	(17)
§ 1.4 本书结构安排	(17)

第二章 经营者薪酬激励研究的理论及评价

§ 2.1 管理学激励理论评述	(21)
-----------------------	------

§ 2.1.1	管理学激励理论的历史演进过程	(21)
§ 2.1.2	管理学激励理论的几种主要思想	(23)
§ 2.1.3	管理学激励理论的总体评价	(31)
§ 2.2	经济学激励理论评述	(33)
§ 2.2.1	交易费用理论	(33)
§ 2.2.2	代理理论	(37)
§ 2.2.3	企业家理论	(40)
§ 2.2.4	人力资本理论	(43)
§ 2.3	理论尚待研究的问题	(46)

第三章 经营者薪酬激励问题提出的逻辑前提

§ 3.1	现代企业的特征分析	(49)
§ 3.1.1	企业家职能的分解	(51)
§ 3.1.2	所有者与经营者利益的分化	(54)
§ 3.1.3	信息非对称性的产生	(58)
§ 3.1.4	所有者风险的转移	(62)
§ 3.2	经营者人力资本分析	(73)
§ 3.2.1	经营者人力资本的形成	(73)
§ 3.2.2	经营者人力资本的产权特征	(75)
§ 3.3	经营者需要的特点分析	(79)

第四章 我国经营者薪酬激励制度建设的基本现状

§ 4.1	经营者薪酬激励制度的发展过程	(82)
§ 4.1.1	传统体制下经营者薪酬制度的弊端	(82)
§ 4.1.2	经营者薪酬制度改革的实践探索	(83)
§ 4.2	经营者薪酬激励制度变革的初步成效	(91)

§ 4.3 经营者薪酬激励制度存在的主要问题	(94)
§ 4.3.1 水平不到位	(94)
§ 4.3.2 结构不合理	(101)
§ 4.3.3 制度不规范	(102)
§ 4.3.4 心态不平衡	(103)
 第五章 建立经营者薪酬激励制度的企业体制环境	
§ 5.1 经营者薪酬激励与企业体制关系的 一般分析	(107)
§ 5.1.1 “莱索托经济学实验”的启示	(107)
§ 5.1.2 经营者薪酬激励与市场竞争机制	(109)
§ 5.1.3 经营者薪酬激励与企业约束机制	(112)
§ 5.1.4 经营者薪酬激励与不同的公司 治理结构	(115)
§ 5.2 国有企业体制对经营者薪酬激励的影响 分析	(119)
§ 5.2.1 委托-代理关系的一般模型分析	(119)
§ 5.2.2 委托人特征分析	(122)
§ 5.2.3 代理人特征分析	(127)
§ 5.2.4 委托人与代理人关系的特征分析	(132)
§ 5.3 创造有利于经营者薪酬激励的体制条件	(136)
§ 5.3.1 激活激励主体:探索委托人的激励 约束机制	(137)
§ 5.3.2 降低监督成本:简化委托代理环节	(140)
§ 5.3.3 筛选激励对象:建立经营者市场 准入制度	(141)

第六章 建立经营者薪酬激励制度的企业分配关系

- § 6.1 研究分配关系的意义 (144)
 - § 6.1.1 团队生产理论对分配关系的理解 (145)
 - § 6.1.2 管理激励理论对分配关系的理解 (146)
 - § 6.1.3 实践对经营者薪酬激励提出的问题 (148)
- § 6.2 建立企业合理分配关系的理论基础 (150)
 - § 6.2.1 按劳分配理论发展的必然性 (151)
 - § 6.2.2 按生产要素分配的重要性 (154)
 - § 6.2.3 按劳分配与按要素分配
相结合的必要性 (157)
- § 6.3 经营者人力资本与其他人力资本
价值的区别 (159)
 - § 6.3.1 不同人力资本类型的比较 (159)
 - § 6.3.2 经营者人力资本的价值特征 (160)
- § 6.4 正确认识经营者收入与员工收入的差距 (163)
 - § 6.4.1 经验做法的弊端 (163)
 - § 6.4.2 确定差别的方式 (168)
 - § 6.4.3 调节差别的途径 (172)

第七章 建立经营者薪酬激励制度的科学调控方法

- § 7.1 收入差异度与基尼系数 (175)
 - § 7.1.1 差异度的反映 (175)
 - § 7.1.2 基尼系数的意义 (176)
- § 7.2 基尼系数对企业分配研究的适用性 (178)
- § 7.3 基尼系数方法应用的实证研究 (181)

§ 7.3.1 基尼系数计算方法的选择	(181)
§ 7.3.2 调查数值的实证分析	(182)
§ 7.3.3 实证研究的初步结论	(188)
§ 7.4 运用基尼系数方法研究的问题说明	(191)

第八章 建立经营者薪酬激励制度的个人道德基础

§ 8.1 经营者道德人格问题存在的前提	(194)
§ 8.1.1 报酬合约的不完全性	(195)
§ 8.1.2 市场竞争的不完全性	(198)
§ 8.2 经营者道德人格的构成与作用	(199)
§ 8.2.1 道德人格的价值区分	(199)
§ 8.2.2 经营者道德人格的起码要求	(201)
§ 8.2.3 经营者道德人格对激励效果的影响	(203)
§ 8.3 健全经营者道德人格的基本途径	(208)
§ 8.3.1 道德投资	(208)
§ 8.3.2 道德自律	(209)
§ 8.3.3 道德惩罚	(210)

第九章 建立经营者薪酬激励制度的政府角色定位

§ 9.1 激励行为与政府角色的双重性	(212)
§ 9.1.1 激励行为的双重性	(212)
§ 9.1.2 政府角色的双重性	(213)
§ 9.1.3 角色运用的影响	(215)
§ 9.2 激励过程中政府行为的局限性	(216)
§ 9.3 政府在激励中的角色行为取向	(218)
§ 9.3.1 作为“出资者”的行为	(218)

§ 9.3.2 作为社会“代表者”的行为	(222)
----------------------------	-------

第十章 建立经营者薪酬激励制度的基本架构设计

§ 9.1 制度设计的内容与方法	(224)
§ 9.1.1 设计的主要内容	(224)
§ 9.1.2 设计的思想方法	(226)
§ 9.2 制度设计的结构安排	(229)
§ 9.2.1 年薪收益激励	(230)
§ 9.2.2 股权收益激励	(238)
§ 9.2.3 职位消费激励	(250)
§ 9.2.4 保障收益激励	(253)
§ 9.3 制度设计的效果分析	(258)
§ 9.3.1 不同激励方式的比较	(258)
§ 9.3.2 不同激励方式的选择	(261)

第十一章 结论、问题与建议

§ 10.1 本书研究的几点结论	(263)
§ 10.2 实际操作的一些问题	(266)
§ 10.3 有关方面的政策建议	(271)
§ 10.4 需要进一步研究的问题	(274)

英文主要参考文献	(275)
中文主要参考文献	(278)
后记	(284)

第一章 绪 论

§ 1.1 研究的依据与意义

§ 1.1.1 问题研究的依据

建立经营者薪酬激励机制,是现代企业理论和管理学理论共同关注的重要课题,也是我国企业改革实践所迫切需要解决的问题。国外对这一问题研究的方式主要有三种:

一是基础性研究。这方面的研究多是从不同角度为进行这一机制的设计提供理论基础,其中有些有代表性的观点影响很大,但研究还需要综合,需要形成企业经营者薪酬激励的系统理论;

二是数学模型。西方学者大多追求科学主义的方法,习惯用数学语言描述和阐释理论,好处在于精确性高,逻辑统一,论证严密。但完美的数学模型往往是基于理性与现实并不完全相符的抽象假设上的,这多少影响了对现实复杂性的解释和相应结论的有效性;

三是实证研究。这是最近一、二十年的事。随着企业发展和企业制度实践的不断丰富,国外对薪酬激励问题的探索逐渐从基础论证、数学模型转向具体的实证研究,更多地关注解决企业经营者薪酬激励计划的设计、架构、强度以及业

绩评价等实际问题。这方面的研究技术性较强,但完全是建立在西方成熟的市场经济体制环境下的,它为中国企业提供的只是一般性的借鉴,远非是具体指导。

国内对经营者薪酬激励问题的研究是最近几年才兴起的。学者们的兴趣大多集中在这几个方面:一是介绍和评价国外学者关于激励理论的研究成果以及国外的经验做法;二是对目前我国企业经营者收入状况进行调查分析并作评价;三是就有关经营者薪酬制度的设计、构成方式及一般原则要求提出意见和建议;四是比较多地论述对经营者实施股票期权计划的重要性,并且多数集中在对该制度的介绍上。

国内研究是以国有企业体制改革的深入为背景的,对经营者薪酬激励机制探索的目的实则是要解决对国有企业经营者的激励问题。但问题恰恰在研究的重点并未集中在薪酬激励与企业体制变革的关系上,而是热衷于具体的计划安排和薪酬设计。由此,显得突破性研究不多,许多意见和方案几乎大同小异,甚至“相互借鉴”。如学者们提出的企业薪酬设计方案要点,基本上都是这几种:“准公务型”、“一揽子型”、“非持股多元型”、“持股多元型”等,有的概念和提法都是一样的。

理论研究的重要性与问题的复杂性,不仅在于我国建立经营者薪酬激励机制是十分必要的,而且还在于这样的机制必须建立在一定的体制基础上。目前,这方面的系统研究尚待探索。国内有的研究虽已经涉及到这类问题,但都还不是集中讨论企业经营者薪酬激励问题的,因而没有形成对这一问题研究的系统理论。正是基于这一现状,本书选择企业经营者薪酬激励问题作为研究课题,并将建立这一机制与改革相应的体制关

系作为研究的主题方向,在广泛吸取国内外许多有价值的观点和学术成果基础上,对中国建立企业经营者薪酬激励机制问题进行系统研究,以寻求现代企业对经营者进行薪酬激励的一般规律和在中国建立这一机制的现实途径。

§ 1.1.2 问题研究的理论意义

企业经营者薪酬激励理论是一个复杂的、综合性体系,它包含了有关管理学行为科学中的一般激励理论、人力资源的薪酬理论、经济学中的企业理论、企业家理论和人力资本理论等诸多内容。对这一问题进行全面、深入地系统研究,并从体制关系入手,形成比较完整的理论体系,这在理论上应该是有意义的。主要体现在:

(1)对有关经营者薪酬激励理论观点的系统性总结和回顾,有助于从一个有意义的角度理解和把握这些观点的内在关系,从而为研究这一问题提供完整的理论基础。

以往对企业经营者薪酬激励的研究,或是从某一理论出发,或是从不同理论流派中选取与研究者的思想相关的观点出发。这种研究无法使人把握前人理论的内在逻辑性,容易造成对前人理论的“断章取义”。当然,更无法依此去建立对企业经营者薪酬激励问题研究的完整的理论基础。之所以出现这种状况,一方面是因为研究者的“功利主义”色彩,没有韦伯所主张的那种“价值无涉”或“价值中立”的学者意识;另一方面也说明了研究领域还尚未形成有关企业经营者薪酬激励问题的系统观点。本书通过对激励理论、现代企业理论、企业家理论和人力资本理论进行归纳性的回顾总结,着重从内在逻辑关系入手,对经营者薪酬激励问题进行分析比

较,既连接了过去理论大师们在这一问题研究上的思想脉络,有助于加深人们对这些理论的深刻理解,同时也提出了需要进一步研究的基本思路,这对后续者在该领域的深入研究应该是有所帮助的。

(2)对经营者薪酬激励问题的系统研究,有助于推动这些相关理论的丰富和发展。

激励问题作为企业管理的基本问题,自本世纪初泰勒开创管理科学以来,就一直是管理研究的主题。管理学从一般人性出发所形成的关于激励的基本原理,主要是针对员工激励的普遍理论,对于企业经营者薪酬激励研究具有一般指导意义,但还代替不了对经营者激励的研究。这方面,麦克利兰(McClelland,1961)的贡献是巨大的。他提出的“成就动机理论”已经注意到,一般人与具有“强烈成功需要的人”^①的需要动机是有区别的。但他毕竟还不是专门有意识地去研究经营管理者激励问题的。本书从激励理论的一般原理出发,着重研究经营者在不同体制条件下的行为特点和人格特征,并对激励效果进行分析,提出相应的激励制度安排,这对发展和完善激励理论具有一定价值。

现代企业理论是在对新古典经济理论批判基础上发展起来的。在过去的100年时间里形成的新古典经济理论,主要是从技术角度看企业,在标准的阿罗和德布罗的竞争——均衡范式中,企业被视为某种生产函数,即在无私的管理者经营下,企业只对投入产出水平进行选择,目标是追求利润

① D. C. Mc Clelland, The Achieving Society. Princeton, N. J.: Van Nostrand, 1961.

最大化。这一理论的致命缺陷在于“它完全忽略了企业内部的激励问题。企业被看作是一个完全有效的‘黑匣子’，在它的内部，任何东西都十分顺利地运行着，每个人都在做着指定给他的工作”。^① 后来，伯利和米恩斯(1932年)提出了管理者主导学说，科斯(Coase 1937)提出了交易费用学说，他们从激励角度对新古典主义理论进行了挑战，建立了以此为代表的现代企业理论，并于最近一、二十年获得了较快发展。但与任何新兴学科一样，现代企业理论至今仍未形成一套公认的体系。原因之一在于，学者们对有关企业理论的研究角度各有侧重，涉及现代企业理论的两个最基本的问题：一是企业内部权力的分配与制衡，二是企业内部利益的分配与激励，其研究尚需统一。本书对经营者薪酬激励的研究，既是从体制关系入手研究激励问题，又是从激励角度剖析体制问题，在某种意义上，是把经营者的激励作为现代企业理论的核心问题来论述的。

此外，有关经营者薪酬激励的系统研究，还有助于加深对企业理论、人力资本理论等理论的认识和理解。本书通过对经营者风险承担能力、报酬结构以及经营者道德人格的具体分析，有助于阐述经营者的权利来源和创新动力，从而推动企业家理论发展；通过对资本同质性假设的突破和对不同层次人力资本的研究，揭示经营者人力资本与员工人力资本价值的非对称性，从而有益于推动经营者人力资本理论和分配理论的发展。

(3)对经营者薪酬激励机制与企业体制关系的研究，有

① [美]哈特：《企业、合同与财务结构》。上海人民出版社，1998年。