

中国企业行为的 经济分析

周扬明摇等著

经济管理出版社

责任编辑：孟书梅 杨世伟

技术编辑：蒋摇方

责任校对：剑摇兰

图书在版编目 (CIP) 数据

中国企业行为的经济分析 / 周扬明等著. —北京：经济
管理出版社，2004

ISBN 7-302-11000-0

Ⅰ. 中… Ⅱ. 周… Ⅲ. 企业经济—经济活动分析
Ⅳ. F406.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 025100 号

中国企业行为的经济分析

周扬明 等著

经济出版社

(北京市新街口六条胡同 邮编：100008)

发行：经济出版社总发行 全国各地新华书店经销

印刷：世界知识印刷厂

2004 年 1 月第 1 版 2004 年 1 月北京第 1 次印刷

890mm×1240mm 32 开 10.5 万字 1 印数：1—5000 册

ISBN 7-302-11000-0

定价：20.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社发行部负责调换。

通讯地址：北京阜外月坛北小街 10 号 邮编：100045

联系电话：(010) 68010668

目 录

第一章 市场经济国家中的企业行为概述	(员)
第一节 企业行为一般	(员)
第二节 市场经济国家中的企业行为	(员)
第二章 中国企业行为状态透视	(员)
第一节 传统计划经济下的中国企业行为	(员)
第二节 改革开放以来的中国企业行为	(员)
第三章 市场行为与企业行为	(猿)
第一节 西方经济理论关于市场行为与企业行为 关系的理论观点	(猿)
第二节 我国经济理论界关于市场行为与企业行为 关系的认识	(源)
第三节 中国企业行为与市场行为关系的基准设定	(缘)
第四章 政府行为与企业行为	(远)
第一节 西方学者对政府行为与企业行为关系的 不同界定	(远)
第二节 传统计划经济体制下政府行为与企业行为 关系简评	(苑)
第三节 政府行为与企业行为关系的逐步调整	(苑)
第四节 政府行为与企业行为关系的基准设定	(愿)
第五章 行为科学与企业管理行为	(愿)
第一节 行为科学的发展及对中国企业的价值	(愿)

摇第二节摇人性假设与企业管理行为	(怨园)
摇第三节摇人的需要、动机及其激励行为	(怨缘)
摇第四节摇群体行为与企业管理	(员园)
摇第五节摇领导理论与企业管理行为	(员猿)
第六章摇激励约束机制与企业行为	(员苑)
摇第一节摇激励约束机制概述	(员苑)
摇第二节摇中国国有企业激励约束机制分析	(员园)
摇第三节摇建立现代企业制度中的激励约束机制问题 ...	(员缘)
摇第四节摇建立现代企业制度中的激励约束机制的关键	(员愿)
摇第五节摇对企业经营者的激励与约束	(员员)
摇第六节摇企业对一般管理者及员工的激励与约束	(员苑)
第七章摇中国企业员工的劳动输出行为分析	(员圆)
摇第一节摇中国企业员工劳动积极性发挥状况的 历史回溯	(员猿)
摇第二节摇中国企业员工劳动输出行为分析	(员苑)
摇第三节摇劳动输出行为的最佳状态设计	(员缘)
第八章摇中国企业员工劳动输入行为分析	(员缘)
摇第一节摇劳动输出与劳动输入的对立统一关系	(员园)
摇第二节摇影响员工劳动输入的因素解析	(员圆)
摇第三节摇劳动行为的差异分析	(员园)
摇第四节摇加大劳动输入力度的对策	(员源)
第九章摇市场经济条件下公有制企业行为的理性设定 ...	(员愿)
摇第一节摇企业行为的主体性及其外部环境影响	(员愿)
摇第二节摇中国公有制企业行为基准的理性设定	(员源)
第十章摇中国企业经济道德行为的理性设定	(员圆)
摇第一节摇个体行为与团体行为的道德之维	(员圆)

第一章 市场经济国家中的 企业行为概述

人类行为的研究,从表面看似乎是一个“非经济问题”,但从实质看,它却是一个“非经济问题”的经济问题。企业行为作为人类行为尤其是人类经济行为的人格化,自然也是一个“非经济问题”的经济问题。因为毫无疑问,企业行为不是“非经济现象”,而是名符其实的“经济现象”。正因为如此,作为经济现象的企业行为大有分析研究的必要。

第一节 企业行为一般

一、企业行为界定

企业行为作为一个概念在经济学中出现的不算很早,但是,经济学家对企业行为的研究却是较早的。实际上,对企业行为的较系统的研究开始于亚当·斯密的“经济人”假定。这种行为分析假定厂商的行为是使自己的收益最大,消费者的行为则是在既定收入下使自己的消费需要得到最大满足。在这里亚当·斯密对厂商行为和消费者行为的研究实际就是对企业行为的最初研究。企业行为作为一个概念最早是由美国管理学家马奇和西尔特在巴纳德的现代组织理论和西蒙的决策理论的基础上写作的《企业行为理论》中提出的。以巴纳德和西蒙为代表的现代管理理论,从行

为科学的角度对组织和决策的全过程进行了研究,他们找出了“人是有限的理性”等重要假设。但是,他们并没有把企业组织作为专门的研究对象,因而没有研究企业内的经济决策行为问题。传统的企业理论是以阐明市场需求曲线和供给曲线表示的综合性的经济现象来分析企业的经济活动,并且传统的企业理论把追求最大限度利润作为企业行为的前提。同时,传统的企业理论还假定企业家在进行决策时,能够获得充分的信息,而且企业家有能力对所有的替代方案做出评价和选择。这样传统理论就把企业家个人的追求变成了企业的追求,把经济学家的理想状态变成了企业活动的现实。西尔特和马奇就是把这两种理论统一起来,创立了企业行为理论。他们给企业行为理论下的定义是:“它是对企业的经济决策进行验证和确定过程的一般性理论。”这标志着西方经济学从一般的均衡分析的厂商论深入到更复杂的企业现实决策研究中。

与西方相比,社会主义理论关于企业行为的研究进行得更晚。传统的社会主义理论中甚至连一般的厂商论也没有。传统的社会主义理论完全把企业看作是执行中央经济计划的一种工具,它很少承认企业是一个有自己利益目标的组织系统。所以,在理论上不存在独立的企业行为理论。1954年匈牙利经济学家科尔内在他的《短缺经济学》中提出了社会主义经济中的企业行为理论。这是社会主义理论关于企业行为的第一次论述。投资饥饿、消费饥饿便是科尔奈对传统社会主义企业行为的一种蒙太奇式的写照。同时,他认为企业是国民经济的基本单位和细胞,并由此来描述和说明社会主义经济中的企业行为动机和方式。显然,真正对我国企业理论构成影响的恰恰是他的企业行为理论。

从以上对企业行为的阐述中可以看出,西方的企业行为理论把企业看作是受内外制约的经济组织,企业行为以追求利润最大

化为目的,而科尔内的企业行为理论认为在传统的社会主义制度下,企业是完全无人格的生产单位,需要转变为有自己的经济目标的组织。

企业行为理论经过几十年的研究发展到今天,仅仅是对企业行为的定义,国内外的学术界就有着各种不同的表述。在我国国内对企业行为的研究中,也曾对企业行为的定义有过多种表述,一般说来有以下几种:

第一种观点认为,从运动过程的角度看,企业的再生产活动,就是社会经济的运行,而从有目的的活动角度看,企业的再生产活动就是企业为实现自己既定目的的特定行为。

第二种观点认为,企业行为是企业所处环境的函数,也就是说,企业是作为一个进行生产经营的实体,而对环境机制的变化做出相应的经济运行反应。

第三种观点认为,企业是一种人与人之间的技术关系。企业行为是所有企业成员及企业与企业之间的博弈的结果。

第四种观点认为,企业行为是企业作为主体对经营环境变化的刺激所做出的现实反应,它是由特定的外部环境和内部结构两方面因素决定的。也就是说,企业行为就是对企业在外部环境的变化中所采取的有规律的反应。

第五种观点认为,企业行为是泛指从事生产、交换、分配、投资、消费等生产经营活动。

以上五种观点是从不同角度对企业行为进行表述的,其中第四种观点就是我们对企业行为所下的定义。这个定义侧重以下三点:①这里的企业行为是强调企业行为发生的特定体制环境,是一定经济体制所限定或所制约的行为。比如,在计划经济下和市场经济下,企业行为的轨迹就不会相同。②这里的企业行为不是孤立的,它是处于一定的行为机制中,也就是说,企业是处于一定的

经济环境和经济联系中的。企业行为是企业在生产、交换、分配、积累、消费、投资等过程中带有持续性和规范性的行为,它是内部因素和外部环境共同作用的结果,是反映行为趋势和方向的,是一种“合乎逻辑的”、“反复出现的”、“大量的”和“恒定的”行为。^③企业行为不同于企业活动,企业行为属于企业活动,但又不同于企业活动。企业活动的范围要比企业行为大。它们二者的角度不同,企业行为是指企业为实现自身利益目标而对外部环境和信号变化做出的相应反应和现实抉择。它强调的是规律性和目的性,而企业活动是从事后的角度把企业的所有动态过程看作是企业活动。

二、企业行为的分类

对企业行为的分类可以根据研究目的的不同选择不同的分类方法。

从再生产过程看,可以划分为生产行为、交换行为、分配行为、积累行为或投资行为等。

以时序划分则包括短期行为、中期行为、长期战略行为等。

从外部市场结构的角度看,还可分为完全自由竞争市场上的企业行为、完全垄断和寡头垄断条件下的企业行为、垄断竞争条件下的企业行为。

将企业作为一个经济社会组织考察时又可分为决策行为、供销行为、财务行为、社会行为等。

总之,企业行为是一个更接近现实层面的范畴,具有直接的现实性,完全可以选择不同的视角、不同的侧面进行研究。因此,从上述定义出发,既然企业行为具有特定性、对应性和规律性,那么对企业行为的描述和分析也就完全可能揭示出企业行为的内在动机、主体与外部环境的内在联系,以及企业行为生成和发展的条件和机理。

三、企业行为的影响因素

企业行为同任何经济主体的行为一样,它的发生需要满足以下一些条件,或者说企业行为受以下一些基本因素的制约。

(一) 市场环境

在市场经济条件下,各种企业之间的社会分工协作关系,是通过市场交换活动实现的。市场体系的发育状态直接决定着企业能否有效地获得资金、劳动力、原材料等生产要素,决定着整个供、产、销过程能否顺利进行。所以,市场环境决定着企业的行为目标。市场环境包括市场态势、市场结构以及市场的发育程度这三个主要外部因素,它们制约或决定着企业行为。其实,影响企业行为的外部环境的因素很多,如政府计划、政策环境、市场发育和动态情况等等,但市场环境是在市场经济条件下对企业行为产生影响的最基本的环境条件。在市场发育良好的环境中,企业才能够根据市场的变化及时调整生产要素的投入组合和产品的投放,较好地实现企业的行为目标。

那么,什么是市场态势呢?市场态势就是市场上供求关系的总体格局,是较长时期表现稳定的一种常态供求总体状态,而不是瞬间的或某一时点的现象。市场态势一般可以分为:买方市场态势(供给大于需求的市场态势)、卖方市场态势(供给小于需求的市场态势)和供给与需求平衡的均衡市场态势。

在不同的市场态势下,企业行为是不相同的。因为企业在不同的市场态势下,他们作为买者和卖者的地位是不同的,经受的市场竞争压力和面临的经营环境也是不同的。首先我们以买方市场为例,在买方市场上由于供给总量大于需求总量,所以,此时不仅产品难销,而且交易的条件很苛刻,这样作为卖方企业是处于不利地位的,企业会很重视市场需求反馈信息,同时,由于面对强大的市场压力,在技术创新方面,企业就会不断进行技术更新和产品换

代以满足市场需求 ;与此相反 ,作为买方的企业处于有利的地位 ,面对宽裕的市场环境 ,企业往往对产品的价格、质量、品种、供货条件进行仔细选择 ,而对供货数量信息反应程度弱。那么在卖方市场条件下 ,企业又将是怎样一种行为呢 ?在卖方市场条件下 ,需求总量大于供给总量 ,此时的企业行为会呈现出以下特征 :由于供给总量小于需求总量 ,作为卖方企业处于非常有利的地位 ,由于面对需求很大的市场 ,卖方企业往往对质量、品种、供货条件等信息反应微弱 ,而受到重视的信息是与增加产出数量有关的生产技术、工艺和投入量 ;相反 ,作为买方的企业则要经受等待、排队的磨难甚至必须根据市场的供给情况去修正自己的购买意愿。同时由于作为买方的企业面对的是供货紧张的市场 ,所以 ,无法货比三家 ,不能很从容地进行筛选 ,在这种条件下 ,他们惟一能采取的措施就是抢先购买。因此 ,买方企业具有对价格信息反应程度低而对供货数量信息反应程度强的行为特征。可以说 ,在卖方市场态势下 ,外部市场压力对企业技术创新的刺激和催化力 ,在一定程度上已经弱化了。因为产品只要生产出来就会被等待已久的买主(客户)提走 ,不存在销不出的后顾之忧 ,陈旧技术工艺即使不改进也能安然无恙地生存下去。所以 ,卖方市场态势是造成企业技术创新动力和压力双重弱化的重要原因。

那么什么是市场结构呢 ?市场结构就是市场的组合方式。企业的市场地位和分布、产品的性质以及企业间的竞争关系等是划分市场结构的主要依据。现代经济学通常将市场划分为完全竞争、完全垄断、垄断竞争、寡头垄断等四种类型。完全竞争市场具有这样的特点 :市场上有众多企业 ,而且企业一般都比较分散 ,企业生产的产品同质或极其相似 ,同时每一个企业都不能控制市场、左右价格 ;完全垄断市场的特点是 :一个企业高度集中 ,该企业的产品是市场上没有合适替代品的特殊产品 ,该企业可以在很大程

度上控制市场、决定价格；垄断竞争市场的特点是：市场上有较多企业，并且企业的产品间存在差别，但企业能在一定程度上控制市场和价格；寡头垄断市场的特点是：市场上企业很少，集中度高，产品有一定差别或同质，能在较大程度上控制市场和价格。在不同的市场结构下，企业的分布，产品性质和企业市场地位等不同，从而企业在产量和价格决定、供给与需求、竞争策略与交易方式、进入与退出，以及追求效率与技术进步的动机、途径诸方面也存在很大的行为差异。

对企业行为产生重大影响的市场环境因素就是市场的发育程度。市场的发育程度较好，市场信号就能很好地反映商品的供求关系，市场规则可以健全通行，企业行为就正常有序。市场发育的不完善则市场信号不能灵敏地反映商品供求关系的变化，市场规则不能健全通行，可能造成市场竞争不足与过度并存等，最终导致企业行为的扭曲和混乱。

（二）所有制结构

如果我们深入地了解 and 掌握了企业行为这一概念，就会发现企业行为的发生要受到利益及当事人之间的利益关系、权力、信息等三个基本因素的制约。

企业不是一个利益单体，而是由不同的当事人组成的，并形成了各个不同的层次。虽然这些层次之间的利益有一致的方面，但又不完全相同。企业从事某项活动总是出于一定的目的，或为了满足一定的利益，如扩大生产规模，增加职工收入，提高企业盈利等等。企业要发生行为，要有一定的利益动机，缺少这一动力机制，企业对外部信号就不会做出或不愿做出反应。决定企业行为的一个基本因素就是这些不尽相同、有所摩擦的利益多元集合、定向形成的；主导利益的方向和强度决定于多元利益的差异程度及结合方式。另外，要对外部信号做出反应就必须具备相应的权力，

苑

否则,即便企业愿意有所作为,也可能由于缺乏权力而无法实现。实际上,所有者的权力是企业主导权力,但是,由于在现代企业内部所有权的多元性和所有权与经营权的分离,非所有者权力在一定程度上制约着企业的行为。如果利益因素和权力因素都使企业愿意有所作为,这时信息因素成为决定企业如何行动的主要因素。也就是说,在满足利益与权力因素的条件下,企业能否对外部环境做出反应,反应速度如何完全取决于能否得到事件变动的信息以及信息接收的速度。在这里把制约企业行为的因素抽象为三个基本因素,而这三个基本因素却取决于所有制结构。

所有制内部结构是指一定形式的所有制内部所有者、经营者和劳动者之间相互的利益和权力的关系。任何企业无论是个体家庭企业,还是古典资本家所有制企业,还是现代股份公司,虽然所有者、经营者、劳动者之间的合一程度不同,但都由所有者、经营者与劳动者三个经济主体所组成。个体家庭企业是所有者、经营者和劳动者三者合一;而古典资本家所有制企业,资本家一身兼三任,既是资本所有者,又是掌握经营大计决策权的“董事”,也是从事日常经营管理活动的经理,或至少一身二任——既是所有者,又是经营者即所有者和经营者的合一,所有者与劳动者的对立,资本家在企业中居支配地位,资本家以及企业的动机和追求是利润最大化,从而最大限度的实现资本增值和资产收益的增加,由此决定了企业的行为。而现代股份公司,则是三元主体的彻底分离。经理在企业中地位越来越重要,经理目标在企业目标中的成分越来越多,企业行为有所变化,企业权力已经转入经理手中,经理以“增长”为第一目标,而把获得最低限度利润作为实现目标的战略手段,故企业目标不再是利润最大化。这三种不同的经济主体的利益指向和权力形式已经不同了。所有者的行为动机是利润的增加和财产的增值,而所有者地位赋予了他决定企业经营大政方针愿

的权力。所以,所有者的利益和权力的合成在决定企业行为的主导利益和主导权力中起着主要的作用。经营者的行为动机是经营规模的扩大和由此而带来的薪水的增加,而所有者把日常管理权交给了经营者,所以,企业经营者阶层的利益和权力对企业行为有很大的影响。劳动者的行为动机是工资增加,这是一个制约所有者利润增加的因素。同时,现代社会劳动者可以用某些形式左右所有者和经营者的权力,所以劳动者的利益和权力也是制约企业行为的重要因素。在不同的所有制形式下,企业的行为也有所不同。在个体家庭企业中,企业以盈利增加和资本增值作为它的行为目标;在古典资本家所有制企业中,企业的所有者、经营者及劳动者三者存在利润目标和工资目标的冲突;在现代股份公司中,经理目标的出现开始影响企业行为。由此可见,不同的所有权结构导致利益结构的差异,出现了各经济主体支配地位的变化,影响着企业目标的方向,决定着不同的企业行为。毫无疑问,所有制结构是企业行为的一个制约因素。

(三) 企业规模

在现代市场经济条件下,往往是规模巨大的企业与小企业共存于同一市场体系之中,市场关系和市场结构已不是亚当·斯密时代的由“看不见的手”控制的完全竞争市场,而是不完全竞争市场或垄断竞争市场。不同规模的企业的市场地位和市场行为是极不相同的。那么,什么是企业规模呢?企业规模就是指劳动者、生产资料和产品在企业中的集中程度。实际上,企业规模不宜太大也不宜太小,根据规模经济的原则,一般来说,大规模生产有利于降低单位产品成本,增加生产要素投入量会带来产量超比例增加,生产规模经济。但企业规模也不宜过大,因为规模超过一定限度,也会导致单位产品成本上升,出现所谓“效果衰减”现象,从而产生规模不经济。然而,企业的规模大小并不是以人的意志为转移

的,在一个市场上总是有大小不一的企业存在的。在社会经济史上,不同规模企业的财产关系、隶属关系及所处的经济体制环境有很大的差别,这种差别必然会导致企业行为的差别。与小企业相比,大企业有着优越的市场地位。这是因为大企业能够控制供给,能够控制价格。大企业拥有规模和技术上的优势,产品供给在本部门本行业中往往占很大比重,产品的市场占有率也很高,在决定市场结构和供求态势方面处于明显的支配地位和垄断地位。另外,大企业的规模优势和资金技术方面的特点造成进入壁垒使该行业中少数大企业处于垄断地位,这类企业产品供给的价格弹性比较小,在价格上升时,供给受到资源和再生产周期的时间制约不能很快增加。市场价格机制在调节这类企业投入产出方面是受到限制的。也就是说,大企业对市场价格的反应程度弱,从一定的意义上说,市场机制对其生产的调节功能部分地失灵。与此相反,小企业的生产规模小,它们提供的产品量在该种商品总供给中所占比重很小,因此,小企业不能独立构成左右供求态势的市场力量,而且小企业不能控制市场价格,只能被动地接受市场价格。相应地,小企业对市场价格的反应最为灵敏,在竞争市场上,小企业产出的供给弹性很高,当市场价格上升时,增大产出意味着边际收益的增加,从而可为企业带来更多的利润。小企业在市场机制的作用下,根据市场价格的变动去调整投入产出规模,按照边际成本等于边际收益的原则来确定产量,组织生产经营活动。小企业在垄断竞争市场上是垄断价格的服从者,并根据垄断价格来调整自己的经营规模。

(四)政府行为

政府与企业的关系直接影响企业行为目标和行为方式。政府对企业的干预方式因企业的形式不同而不同:①政府对国有企业进行的干预有这样几种:如在改革开放以前的传统体制下政府对

企业进行直接干预的形式就是国家直接经营企业,拥有企业的投入、组合、产出的决策。这样,企业必然在追求政府机关偏好的经济目标 and 政治目标的前提下追求企业自身的利益目标,并由此决定着企业的行为方式是行政化的。还有一种方式是:政府通过财政、税收、利率等经济杠杆实现对企业的调节。政府目标主要是通过利率诱导影响企业而得到实现的。这时企业目标由企业内在决定,企业的行为方式也是市场化的,而政府目标只是实现企业目标的手段、途径。同时,政府对企业的预算约束硬度也直接影响企业的行为。硬的预算约束意味着企业的财产边界是明晰的,企业行为具有了财产约束,企业就会以是否有利于企业的发展取舍决策,根据外部环境的变化来调节。软的预算约束意味着企业的财产边界是不清晰的、模糊的,企业的盈余可能被政府无偿占有,企业的亏损可以通过国家财政、信贷手段给予弥补,企业的生存发展不直接取决于企业自身经营成果。这样的结果使企业的行为必然是非规范化的,甚至是短期化的。②政府对非国有企业的干预主要是通过财政、税收、利率等经济杠杆实现对企业的调节。政府目标主要是通过利率诱导影响企业而得到实现的。这意味着非国有企业的企业行为更多的是由企业自身自主决定的。

第二节 市场经济国家中的企业行为

一、企业行为类型的演化

在了解了企业行为的概念和分类以后,我们应该了解一下企业行为类型的演化过程。

从所有制形式上看,资本主义企业是从个体所有制的企业开始的,接着是古典资本主义所有制企业、股份制企业。企业行为类型的演化是与社会经济史中企业类型的演化相一致的。这种演化依次为:个体所有制的企业行为、古典资本主义所有制企业行为、股份制企业行为。

个体所有制企业是私有财产史的历史起点,也是所有者(后来的资本家,为经营者的决策提供资金)、经营者(或经营成员,决定怎么干或如何干)和劳动者(或生产成员,通过将投入转化为产出来执行经营者制定的决策)的高度统一,基本特征是所有者、经营者和劳动者三者合一。这种企业也就是业主企业,又称独资企业。在18世纪以前,这是最典型的、占支配地位的企业制度形式,是由业主个人出资经营,归个人所有和控制的企业。这种企业在法律上为自然人企业,不具有法人资格。在现代经济社会里,这种企业形式在商业和服务业领域还占较大比重。这种企业具有如下特点:由业主个人出资,资本所有者直接控制和经营企业,所有权与经营管理权高度统一。企业所有者的目标即企业的目标是追求利润最大化。而且,由于个体所有制企业的财产所有者同时既是直接经营者,又是劳动者。这种三者合一的结构保证了企业经营目标的高度一致和协调。因为此时企业资产的增值就是所有者资产增值,也是劳动者收入的增加。所以,在个体所有制下,企业行