

# 企业文化在激励约束机制中的作用

——从经济学角度重新审视

陈晓川

(武汉大学商学院,湖北武汉 430072)

**摘要:**对企业文化概念及其经济内涵进行了分析,确定企业文化符合作为有别于市场契约组合的企业契约组合的基本特征要求,可以进行经济学分析。其次,阐述了企业文化作为显性的制度规范,是企业行为和企业家人行为的“行为-道德”生产线。进而从经济学角度分析了企业文化是如何符合经济学原则,从而使企业利益最大化。最后,希望能通过企业文化的重新认识,确立企业文化在激励机制中的精神激励地位,有效地防范企业家的道德风险。

**关键词:**企业文化;激励约束机制;经济学

**中图分类号:**F270

**文献标识码:**A

**文章编号:**1001-7348(2004)10-0135-02

## 1 企业文化及其经济内涵

广义的企业文化是指企业物质文化、行为文化、制度文化、精神文化的总称;狭义的企业文化是指以企业价值观为核心的企业意识形态。本文的企业文化定义是狭义的。以企业的价值观为核心的企业意识形态,是企业文化赖以存在和发展的基础,这是任何企业文化的共性。对这个核心进行经济学角度的重新审视,将给我们带来新的认识。

本文认为,企业文化的本质是一种企业明确倡导的、高于企业经营规则之上的行为一道德规范。这个定义,首先揭示了企业文化的本质仍然是一种“行为一道德”规范,它是一种行为规范,而不是行为事实;其次,这个定义还揭示,企业文化不是隐性的潜规则,而是具有明确激励方向的显规则,它是企业有意识的观念倡导和制度安排,从属于制度规范范畴,因此可以使用经济学工具进行分析。

兰德公司的专家们花了 20 多年的时间,跟踪了 500 家世界大公司,最后发现,其中经历百年不衰的企业的一个共同特点是:他们不再以追求利润为唯一的目标,有超越

利润的社会目标。具体地说,它们具有如下 3 条蕴含经济内涵的原则:

(1)人本主义——人的价值高于物的价值。卓越的企业总是把人的价值放在首位,物的价值总是第二位。以人为本是企业文化的核心和根本,因为人是财富的根本源泉。

(2)团队精神——共同价值高于个人价值。1998 年诺贝尔经济学奖得主、剑桥大学三一学院院长阿马蒂亚·森说:“一个基于个人利益增进而缺乏合作价值观的社会,在文化意义上是没有吸引力的,这样的社会在经济上也是缺乏效率的,以各种形式出现的狭隘的个人利益增进,不会对我们的福利增加产生好处。”这表明,团队精神不是一种美德,而且是对经济和福利更有增进作用的有效率的合作模式。

(3)奉献精神——社会价值高于利润价值,用户价值高于生产价值。一组个人和物质资料,当初结为一个企业,纯粹是为了节约交易费用之后的剩余——利润。但若企业希望能长久生存下去,则需要考虑的不仅仅是现有的利润和盈利,企业必须要考虑到自己是否在竭泽而渔。一个理性的企业必然会明白,只要与环境形成了良好的互动,利润

价值和生产价值反倒会成为必然的副产品随之而来。因此,企业文化中包含的奉献精神,同样是有着深刻的经济利益根源的。这颇有点无为而无不为的意蕴。

企业文化是上述 3 条基本原则的综合体,是一种显性的、有意识的安排,它形成了一种“行为-道德”规范,从而在实际上形成了一种作为道德氛围的制度规范。

## 2 从经济学角度对企业文化的重新审视

### 2.1 良好合作:降低交易费用

在新古典经济学中,企业是作为资本、人力及其生产要素有增值的投入产出的具体转换空间来看待的。作为一个生产函数,企业仅是一种纯粹的投入产出的技术关系。在这里根本看不到企业文化在企业中所发挥的作用。

科斯(R.Coase)从交易费用的概念出发,说明企业作为一种制度存在,必须最大限度减少其内部的交易费用(管理成本),而且这也决定着企业的竞争优势。企业文化作为一种经济资源,通过塑造具有共同理想信念、明确的价值取向、高尚道德境界的企业工作

收稿日期:2003-11-13

作者简介:陈晓川(1973-),武汉大学商学院管理学硕士,主要从事电力企业人力资源管理研究。现就职于华中电网有限公司培训中心。

群体,可以使管理成本降低。人心涣散、任人唯亲、“窝里斗”的企业,管理成本将高昂得足以最后毁灭企业。因此,理性的企业家在指挥生产、配置生产要素、降低管理成本时,利用文化来加以管理,必然要把自己的经营理念、价值观念(一定的文化)、行为方式等整合到员工中去,结成“共同体”。企业家的“权威”作用使我们可以理解企业家在塑造企业文化中具有主导地位。同时,企业文化和企业核心价值观成形后,反过来对企业家的行为也同样具有约束和激励作用。

## 2.2 团队精神:抑制偷懒行为

阿尔钦(A.Alchian)、德姆塞茨(H.Demsetz)从另一个角度使我们认识企业文化在企业中的地位。在其《生产、信息费用与经济组织》一文中,提出了“团队生产”(team production)的理论。他们认为,企业实质上是一种团队生产方式。

团队生产的意义在于多项投入在一起合作生产得出的产出要大于各项投入在分别生产的产出之和,即实现 $1+1>2$ 的功能。在团队生产中,参与合作的队员的边际产出并不是可以直接和分别地观察到,且向市场提供的是整个团队的产品,并不是每个成员的边际产品,而人的机会主义倾向便会诱致“搭便车”的偷懒行为。

怎样减少并抑制这种机会主义倾向?他们认为通过对生产率加强计量和监督,使投入给每个人的报酬与其边际生产率相配,虽然能有效地减少偷懒行为,但成本高昂。因此他们科学地阐明了以合作性生产为基础形成的“团队精神”与忠诚的重要性,从生产制度结构层面科学地揭示出了团队意识、团队文化赖以生成的内在机制。在他们看来,团队精神对于团队生产是必不可少的,而且也必须要有意识去培养,有意识地用道德手段去灌输。

## 2.3 文化共识:减少制度成本

在经济学家诺思(D. North)的框架中,文化作为制度的一个层面尤为受到重视。在他看来,文化是秩序的伦理基础,是一种“意识形态”。他从经济发展史的高度指出,企业文化作为意识形态是“人力资本”。

在诺思等人看来,一定的文化不仅是减少经济秩序交易费用的重要制度基础,更重要的是它对经济主体创新和进取精神的推动,具有和产权界定匹敌的巨大作用。企业

文化可以提供选择性经济动力激励等方面的产出,是有效率的经济组织的基础。这也在经济学和社会学家马克斯·韦伯的《新教伦理与资本主义精神》中得到体现。

企业文化可在企业内形成一定的思维框架和评价参照系,也称作“心灵结构”(mental structure),成为一种集体无意识机制,促进和制约着管理活动的发展,而且保证企业发展的连贯性,如不会因为公司总裁的更换而引起公司行为的起落。企业文化在企业中可形成“道德共同体”或某种“道德认同”,这种共识赋予每个人一组选择和行动的“权利”,包括对资源的权利和对人际关系做出调整的权利,实现在企业内部资源的有效配置。

当然,企业文化也可能导致高度的“路径依赖”(path dependence),使企业在进一步演化过程中受到来自自身的障碍。因此企业家应该有意识地塑造奋发有为的精神,并能够自我更新企业文化,不断创新。

## 2.4 配合默契:实现帕累托最优

大卫·克莱珀斯(David Kreps)在其《企业文化和经济理论》一文中用博弈论来解说企业文化。企业作为一个由多个人组成的群体,其行为实际就是人与人的博弈过程。人的行为取决于他自己的效用函数和约束条件,一般认为效用函数的变化很小,因此个人所面对的约束条件如环境就决定了他的行为。

克莱珀斯使用了博弈论很少研究的“焦点”假说:当参与人之间没有正式的信息交流时,他们存在于其中的“环境”,往往可以提供某种暗示,使他们自发地选择与各自条件对称的策略(“焦点”)而实现均衡。即当人们看到许多可能的均衡时,他们可以达成某种暗中的共识,选择同一个均衡解中(指派给每个人)的策略。这样的“环境”,克莱珀斯称之为“Corporate Culture”(企业文化),他认为其对企业的经营来说是非常重要的。在大多数情况下,由于不完全信息的影响,企业作为人们合作的“场所”无法把所有可能发生的事件明确地写在契约中(因为无法估量该事件发生所带给每个人的损益)。为了使增进福利的帕累托最优解更容易出现,企业需要形成某种“文化”即“决策”环境,使人们可以在不确定性的情况下更容易地找到“决策”的“焦点”,也就是企业文化可以形成一

种默契和一种微妙的暗示。也可以反过来认为,“焦点”的存在减少了人们选择行为中的不确定性和机会主义倾向。这里的“焦点”显然很容易使我们想到“麦肯锡7S”中所指的核心“共享的价值观”(Shared value),这也是企业的核心。

## 3 重新审视企业文化的现实意义

对企业家的激励可以采取物质激励和精神激励两种方式。精神激励的核心功效是使人具有使命感和责任感,使个人目标捆绑在组织的目标上。从这个方面来说,精神的作用更具有约束性。

企业文化是精神激励的核心,而且企业文化从未脱离利益激励而单独存在。因此,绝对割裂企业文化和经济利益分配之间的关系,是一种极端错误的认识。形成系统有效的企业家人力资本精神激励机制,是我国现阶段对企业家人力资本激励模式的必然选择。企业家精神激励的核心是:通过企业文化价值理念的构建,塑造企业家人力资本的良好声誉。

由于我国的企业家绝大部分不是通过企业家市场来配置的,这种激励作用往往存在一定的缺陷。声誉这种人力资本的核心是信任,它与企业家人力资本的长远预期相关联,但声誉机制的最大问题在于重复博弈的最后一个时期,企业家会毁掉自己的声誉,追求利益最大化。除采取法律手段,还可以通过企业文化来对企业家的机会主义行为进行约束。

企业文化的激励和约束的功能是内生于企业组织之中的;而企业文化作为一种显性制度安排,对于促进企业发展,防范企业家的道德风险是有效的。这也是我们从经济学角度重新审视企业文化在激励约束机制中的作用时得出的一个基本结论。

### 参考文献:

- [1] 杰克·韦尔奇,约翰·拜恩. 杰克·韦尔奇自传[M]. 北京:中信出版社,2001.
- [2] 阿马蒂亚·森. 以自由看待发展[M]. 北京:中国人民大学出版社,2002.
- [3] 刘光明. 企业文化[M]. 北京:经济管理出版社,2002.
- [4] 盛洪. 现代制度经济学[M]. 北京:北京大学出版社,2003.

(责任编辑:焱 焱)