

西方经理型厂商理论述评

江世银 黄 毅

摘要: 本文从企业经营角度, 对现代西方经理型厂商模型与理论进行了初步探索和简要评述。如我国国有企业经营管理应用这些模型和理论, 将对提高企业经济效益有一定的启示和意义。

关键词: 经理型厂商理论 销售最大化 增长最大化 效用最大化

厂商是市场经济中生产组织的基本单位。独资、合伙、公司制企业是它的不同组织形式。传统的厂商理论分析了完全竞争、垄断竞争、寡头和垄断等不同市场类型的厂商行为, 是新古典学派的厂商理论, 特别是关于有关定价和产量决策行为的理论。第二次世界大战后, 这种理论遭到了霍尔成本定价原理、贝恩限制性定价理论和行为型厂商理论, 尤其是鲍莫尔 (W. J. Baumol) 最大销售收益理论、马里斯 (R. Marris) 经理企业型增长最大化理论和威廉逊 (O. Williamson) 经理自行决断型效用最大化理论的严峻挑战。这些理论虽然忽视商品市场上的相互依存关系, 把厂商理论几乎改变为厂内经济理论, 但它们从厂商管理权与所有权分离这一条件出发, 企图突破传统厂商理论追求最大利润的单一目标, 以经理谋求自我利益的某种目标建立理论体系对于改善我国企业经营管理仍具有一定的借鉴作用和参考意义。

一、经理型厂商的基本理论

现代西方经理型厂商理论认为只要经理阶层实现必不可少的利润水平, 就能保证投资者获得满意的收益并提供企业发展所必需的投资, 从而使自己的效用最大化。比较著名的代表性理论有 20 世纪 50、60 年代鲍莫尔的最大销售收益理论、马里斯的增长最大化理论和威廉逊的经理效用最大化理论。

(一) 鲍莫尔最大销售收益模型 (The Sales Maximization Model) 理论。鲍莫尔 1961 年出版的极畅销的中级教科书《经济理论与经营分析》长期以来在应用经济学专业的学生与理论经济学专业的学生之间发挥了有效的桥梁作用。通过他的无数篇文章使数理经济学的最新发展成果能被那些习惯于文字表达的经济学家所接受。特别是 1959 年出版的《商业行为, 价值和增长》一书重载了论述销售最大化的最著名理论, 提出“最大销售收益”假说作为“最大利润”的替代目标并由此建立了他的静态和动态的最大销售收益模型。

鲍莫尔的静态模型分为单一产品和多种产品两类, 每类又分为进行和不进行广告活动两种, 一共是四种模型。下面仅以不进行广告单一产品模型为代表说明他的模型。

在这种模型中, 根据其假定, 总成本 TC 曲线和总收益 TR 曲线一定。总销售收益 TR 最高点 A 为最大, 在 A 点, TR 的斜率即边际收益 $dR/dx=0$ 。这项最大销售收益能否实现, 决定于作为约束条件的可以接受的最低限度利润水平。如果厂商是最大利润的追求者, 它将生产 X_m 数量, 因为 X_m 对应于总利润曲线 $T\pi$ 的最高点 B, 在此点 $d\pi/dx=0$ 。如果最低利润水平为 π_l , 厂商将生产 X_s 数量, 它相应于 A 点, 可获得最大的总销售收益, 获得的利润为 π_s , 而 $\pi_s > \pi_l$ 。在前一情况下, 由于厂商是最大销售收益的追求者, 他必须同时实现能为投资者所接受的最低限度利润。在后一情况下, 最低限度利润不起约束作用。当最低利润水平为 π_l 时, 厂商就不可能达到最大销售收益。这时, 厂商生产低于 X_s 的 X_c 数量。如下图 1。

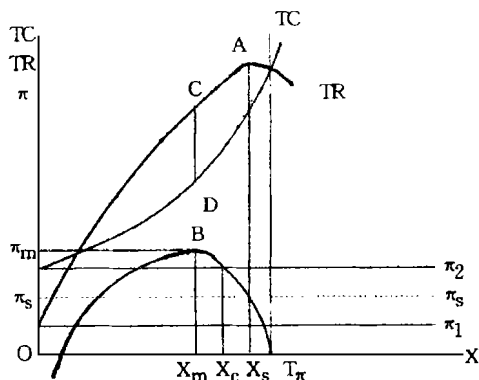


图 1 鲍莫尔单一产品模型 (无广告活动)

鲍莫尔根据以上模型作出了四种不同预测:

第一种预测是最大销售收益追求者生产的产量水平高于最大利润的追求者。在图 1 中, 最大利润追求者生产 X_m 数量, 这是在边际收益 MR 等于边际成本 MC 大于均衡时的产量。所以, $dR/dx = dC/dx$ 。

第二种预测是最大销售收益追求者的利润 π_s 低于最大利润追求者的利润 π_m , 即 $\pi_s < \pi_m$ 。

第三种预测是最大销售收益追求者的产品价格低于最

大利润追求者的。在任何产量水平的价格都是通过原点到TR 曲线上某一点的连线的斜率,即OA 连线的斜率< OC 连线的斜率。

第四种预测是固定成本的增加将影响最大销售收益追求者的均衡状态,从而降低它的产量水平,提高它的产品价格。鲍莫尔认为固定成本增加时,最大销售收益追求者通过提高价格把增加的固定成本转嫁给消费者,由于固定成本的增加,使TC 曲线向上移动,总利润曲线 $T\pi$ 向下移动成为 T'_π 。如果在利润约束条件 π 不变的情况下,厂商将会减少产量到 X' 。如图2。

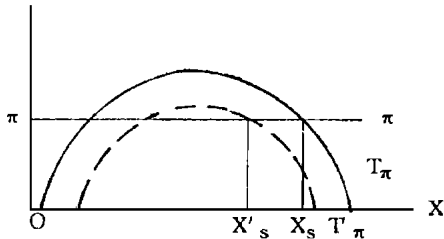


图2 固定成本增加与最大销售收益均衡

(二) 马里斯的增长最大化模型(The Growth Maximization Model)理论。这一理论集中体现在马里斯1963年发表的《经理企业模型》论文和第二年出版的《经理型资本主义理论》一书中。

1. 厂商的均衡。他认为经理的目标在于获得自己的最大效用 U_m ,它是在安全约束条件下的厂商产品需求增长率 G_d 的函数,即 $U_m = f(G_d)$,所有者的目的在于获得自己的最大效用 U_o ;这些效用是资本供给增长率 G_c 的函数,即 $U_o = f(G_c)$ 。当最大的平衡增长率 g 实现后,厂商就达于均衡状态,即 $G_d = G_c = g$ (最大平衡增长率)。

2. 政策变量。马里斯经理型企业理论有三个政策变量:第一个是财务安全系数 α 第二个是多样化率 d ;第三个是平均利润率 m 。

对于第一个变量,当实现避免风险的政策时,一是不进行冒险投资;二是实行谨慎的财务政策,即确定财务安全系数 α 。此系数意味着厂商决定财务政策的自主程度,包括负债率(= 负债额/总资产额)、流动率(= 流动资产/总资产额)和保有率(= 未分配利润/总利润)等三个财务比率。厂商决定财务政策也就是决定这三个财务比率的适度水平。经理改变这三个比率中的任何一个,就会影响厂商的增长率。

对于第二个变量,厂商选择多样化率 d ,变动现有产品系列款式或扩大现有产品系列就可使 d 变动。

对于第三个变量,确定平均利润率 m 。它是价格减去成本、广告支出和研究与发展费用后的剩余,即 $m = P - C - (A) - (R\&D)$ 。式中 P 、 C 、 (A) 、 $(R\&D)$ 分别代表价格、生产成本、广告支出和研究与发展费用。变动 (A) 和 $(R\&D)$ 就能使 m 变动。

调整以上三个政策变量能使平衡增长率 g 达于最大。

3. 需求增长率 G_d 。它的函数 $G_d = f(d, m) \frac{\partial G_d}{\partial d} > 0$ 。其中

m 是不变的, G_d 与多样化 d 是成正比的。如图3。

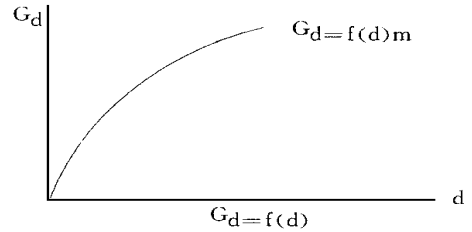


图3 需求增长率 G_d 曲线

4. 资本供给增长率 G_c 。它的函数 $G_c = a[f(m, d)]$ 。可以看出, G_c 决定于经理的财务政策 a ,平均利润率 m 和多样化率 d 。假定 a 是常数,它决定于经理对风险所抱的态度。 G_c 和 m 之间的变化是同方向的, m 增加, G_c 也随着增加。 G_c 和 d 的关系是很复杂的,既有同方向变化,又有反方向变化。

5. 厂商的平衡增长。根据马里斯的观点,平衡增长的均衡条件是 $G_d = G_c$,也就是 $f(m, d) = a[f(m, d)]$ 。此式表明厂商确定 a 以后,还要确定 m 、 d 中的一个,平衡增长率才能确定。

(三) 威廉逊的效用最大化模型(The Utility Maximization Model)理论,即经理自行决断理论。这一理论是威廉逊于1963年在《美国经济评论》发表的《经理决断和企业行为》一文中提出的。他在经理效用函数的基础上建立了他的模型。其经理效用函数为: $U = f(S, M, ID)$ 。其中 S 、 M 、 ID 分别为经理管理人员的工资、津贴和自行决定的投资。假定厂商的总生产成本为产量 x 的递增函数,实际利润 π 等于销售收益 R 减去生产成本 C ,再减去工作人员的工资支出 S 。申报利润 π_R 等于 π 减去经理津贴 M ,即 $\pi_R = \pi - M = R - C - S - M$ 。最低限度利润 π_0 是纳税后保证投资者能够接受的利润水平所必需的利润量。

因此,申报利润至少必须等于最低限度利润 π_0 加上应付税款 T ,即 $\pi_R \geq \pi_0 + T$,而税款 T 等于税率 t 乘申报利润 π_R 。自行决定的投资 ID 是申报利润 π_R 减去最低限度利润 π_0 和税款后余下的部分,即 $ID = \pi_R - \pi_0 - T$ 。

根据上述假定,威廉逊的经理自行决断模型可表述为,要使经理的效用函数最大,则 $U = f(S, M, ID) = f(S, M, \pi_R - \pi_0 - T)$,约束条件是 $\pi_R \geq \pi_0 + T$ 。

由于 $\pi_R = \pi - M = R - C - S - M$ 以及 $T = t\pi_R = t(R - C - S - M)$,将此二式代入模型,则 $U = f\{S, M, [(1 - t)(R - C - S - M) - \pi_0]\}$ 。

再令 ρ 为保留利润与实际利润的比率,则 $\rho = \pi_R / \pi$, $\pi_R = \rho\pi$ 可推出 $\pi_R = \pi - M = \rho\pi$ 得 $M = (1 - \rho)\pi = (1 - \rho)(R - C - S)$ 。由于 $(1 - \rho)$ 表明利润中用于津贴 M 的比例,所以经理效用函数为 $U = f\{S, [(1 - \rho)(R - C - S)], [\rho(1 - t)(R - C - S) - \pi_0]\}$ 。

上式中 t 、 π_0 是给定的税率和最低利润量。那么,效用函数决定于产量 x 、工作人员工资 S 和 π_R 与 π 的比率 ρ 。它们是厂商的政策变量,经过经理选定并调整它们的值,以求得最

大的U。

由此可见, 经理型厂商理论者认为追求最大利润是所有者的目标。在所有权与管理权分离的情况下, 经理有他自身追求的目标。在赚取必不可少的利润前提下, 他们可能追求最大销售收益, 其产量将超过实现最大利润的产量, 价格也有所降低, 为的是扩大本企业的市场份额, 增强市场竞争力, 以表现经理们的业绩; 也有的经理追求的是企业的稳定增长, 即企业在生产规模、产品品种、下属工厂等方面逐年增加或扩大, 以表示他们的经营业绩; 甚至有的经理追求的目标是薪水、安全感、权力、威望和职业的优越感等。

二、对经理型厂商理论的简要评述

在经理型厂商理论中, 它将厂商看成是投资者、经理和工人的结合体, 各类人员之间的目标是相互冲突的, 在这个结合体中, 最重要的是最高管理阶层。他们负责协调企业内相互冲突的目标, 而且制定自己的目标, 决定投资的方向和规模, 任命重要工作岗位上的人员并且掌握企业的内外信息。

只要最高管理阶层实现了必不可少的利润水平, 能够保证投资者得到满意的收益并提供企业发展所必需的投资, 足以维持好的信誉, 以便利地从银行获得贷款, 那么这个最高管理阶层就成为自行永续的了。同时也使他们可以偏离最大利润目标, 转而采取能使他们的效用最大化的目标和政策, 因为最大化利润意味着所有投资者的效用最大。

在以上模型中, 虽然经理的目标都在于实现厂商商品需求的最大化, 但鲍莫尔用销售收益的增加来实现即 TR 在 A 点处, 马里斯则采用产品多样化率 d 来表示需求的增长, 而威廉逊则从行政管理人员工资 S 、津贴 M 和经理自行决断的投资 ID 作为政策变量来实现经理效用函数的最大化。可见他们的模型是有差别的。

第一, 在鲍莫尔模型中, 增长和利润是相互竞争的目标, 追求最大销售收益者的产量大于追求最大利润者的产量, 但利润却是后者大于前者。固定成本的增加不影响追求最大的利润者的均衡, 但却影响到追求最大销售收益者的产量和增长率的下降。鲍莫尔模型的基本前提是它研究的时间范围只限于一个时期, 不考虑本期的决策对下一时期的影响。在这个时期中, 厂商在最低限度利润的约束条件下, 企图获取最大的总销售收益。他认为最大的总销售收益并不是最大的销售量。可见, 鲍莫尔将最大销售收益与最大销售量对立起来, 这是值得商讨的。事实上, 没有最大销售量是难以达到最大销售收益的。

再有就是甚至一些西方学者也对鲍莫尔销售收益最大化提出了异议。马歇尔·霍尔 (Marshall Hall, 1967) 对鲍莫尔假说的检验就根本没有发现支持销售最大化的证据。贝克 (Baker, 1969) 用新的数据来验证销售额和利润与经理报酬的相关性。他的结论是, 无论是利润还是销售额, 对于最高管理者的报酬都没有独立的影响。所以, 我们应该正确对待鲍莫尔模型及其理论。

第二, 在马里斯的模型中, 他考虑到厂商的财务政策, 并在该模型中引进财务安全系数 a 。 a 保持不变, 增长和利润可以同步增加; 如果允许 a 变动, 增长和利润就成为互相竞争的目标。假设 a 小于最适度值 a' ; 增长率就会下降, 利润水平可能提高。如图 4。

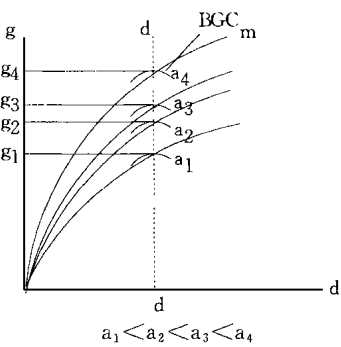


图 4 平均增长曲线 BGC 的移动

d 一定, 当 a 的值下降时, 平衡增长曲线 BGC 随之向下移动。它表明相应于 G_d 和 G_c 曲线的交点的 m 比原来的提高了。 m 增加, π 也随着增加。由此可见, 设 a 是常数, 增长率 g 达于最大值时, 意味着利润达于最大量; 如 a 可以变动, 厂商就不能使增长率和利润量同时达于最大值, 这种增长最大化与利润最大化是互相矛盾的, 如何解决这一矛盾在他的模型中是避而不谈的。

经理型厂商论者一般认为, 所有权和经营权的分离, 使得经理能够确立和股东不一致的目标。马里斯与其他经理型厂商论者的不同之处在于他认为经理目标和股东目标之间的差别不像所说的那样大, 因为经理的效用函数和股东的效用函数中绝大多数变量都与厂商规模有高度相关性。因此他认为经理的目标和股东的目标既有矛盾的一面, 又有一致的一面。

此外, 马里斯的平均利润率 $m = P - C - (A) - (R\&D)$, 即价格减去成本、广告支出和研究与发展费用后的余额, 将广告支出 (A) 、研究与发展费用 $(R\&D)$ 独立于成本 C 之外也是值得商讨的。

第三, 在威廉逊模型中, 他提出了他的“经理效用的最大化模型”。他据此模型认为“可自由处置的最大利润点 π ”不一定是“经理效用的最大点 U ”; 要使经理效用最大, 还需将更多的资源用于增加职工方面的开支, 这就是经理效用最大化 $U = f\{S, [(1 - \rho)(R - C - S)] [\rho(1 - t)(R - C - S) - \pi]\}$ 与利润最大化 $MR = MC$ 的矛盾。但如何解决这一矛盾他却是无能为力的。

在考虑利润约束条件时, 威廉逊与鲍莫尔不同, 他采用的约束条件既包括最低或可接受的利润水平, 也包括金融市场约束。他认为, 经理在追求个人效用最大化时, 必须获得最低限度的利润, 以支付股东的股息和保证本企业的股票价格在金融市场上不致于下跌, 否则经理职位的安全性就将受到损害。

尽管现代经理型厂商理论各自建立了模型, 提出了各自

追求的经营目标,但是它们又存在许多相同之处。

第一,它们都只得出了本厂商的均衡状态,都无法得出该行业的均衡状态。在这三个模型中,无论是采取扩大销售量还是通过研究开发和广告宣传增加新产品,或者是采取提高经理自行决断的投资量等非价格竞争方式,鲍莫尔等人只是从厂商内部因素分析其可能性,而不涉及这些方式所引起的对手的反应和对采取这些方式的可行程度的分析。实际上,他把厂商置于一个孤立的状态中。经理型厂商理论者推导出一个追求最大增长的厂商均衡状态,无论是鲍莫尔的 $dR/dx = dC/dx$ 、马里斯的 $G_d = G_c = g$ (最大平衡增长率),还是威廉逊的 $U = f[(1-\rho)(R-C-S)]$ 、 $[\rho(1-t)(R-C-S) - \pi_0]$,它们是无法得出这个行业的均衡状态的。

第二,它们都不同程度地强调了资本增长率。在鲍莫尔模型中,为了实现最大的销售收益,经理主要是动员内部资源,进行利润的再投资。在马里斯的模型中,资本供给的增长,是厂商的明确目标,但它不是经理的,而是分派给股东来追求的目标,是股东效用最大化的主要内容。威廉逊模型强调经理的自我利益,只注意经理有权决定的、超出厂商正常经营所需的那部分投资。可以看出,资本增长率是经理型厂商理论必不可少的。

第三,它们仍然是为追求利润最大化而服务的。经理型厂商论者企图否定最大利润原则,从传统理论的单一目标走向多元目标,即追求销售收益最大(图1中TR最高点A处),又追求经理投资者的效用最大化 $U_m = f(G_d)$ 等。但他们摆脱不了利润范畴,毫无例外地以实现最低限度的利润作为经理实现其最大效用的约束条件。应该说,最低限度的利润绝不是最少的利润,就其绝对量来说仍然是大量的,就单一目标改变为多元目标的这一情况来说,经理型厂商理论比传统厂商理论更能反应资本主义大企业的现实情况。

在特定情况下,厂商搞好公共关系也可能成为压倒一切的首要目标,但是在多元化目标中,必然有一个基本的、概括一切的目标,这不能不是最大利润目标。如果否认这一原则,就等于否定了资本主义垄断企业本身的存在。

第四,它们都是为资本主义企业存在的剥削性辩护的。资本主义企业中所有权和管理权的分离,不能据此推断资本家和经理是绝然独立的两类利益集团。因为经理是一身二任的人物。马里斯和威廉逊的模型大致表述了经理是一个追求高额薪金和津贴的特权人物。实际情况表明,美国总经理的年薪和津贴可以高达几十万美元,还拥有廉价购买本企业股票的优待。美国企业的小股东没有指望成为经理阶层,但是一旦成为经理,会自然成为股东资本家,既有管理权,又有所有权,成为资本的化身。

可见,经理型厂商理论为资本主义企业剥削服务的辩护性。

三、经理型厂商理论对我 国企业经营的启示

经理型厂商理论是现代厂商理论,是对新古典传统厂商

理论的继承和修补。它是为资本家特别是当代垄断资产阶级利益服务的。由于社会化大生产普遍规律的存在,这一理论如抛弃其为资本主义服务特殊性的一面,它也可为我国社会主义企业经营管理提供一定的参考意义,在提高企业经济效益中得到一定的启示。

1. 鲍莫尔的最大销售收益理论对我国国有企业既解决更多人的就业,又提高市场份额具有重要的启示和意义。

鲍莫尔之所以提出最大销售收益作为厂商目标,一是银行和其他金融机构密切注视的是厂商销售额,只要厂商销售额扩大并继续增加,银行就愿意资助厂商;二是销售额增加,各级雇员的收入相应增加,容易处理人事问题,反之,职工收入减少,甚至还要解雇一些人,则人事问题难以处理;三是如果销售额下降,市场份额下降,就会削弱自己的竞争力以及和对手讨价还价的能力。

在图1中,最大利润追求者的销售数量 X_m ,这是在边际收益MR等于边际成本MC达于均衡时的产量,即 $dR/dx = dC/dx$ 。在递增成本的前提下,边际成本总是大于零的,即 $dC/dx > 0$,因此,边际收益也是正值。由此可见,TR曲线的最大值(即它的斜率为 $dR/dx = 0$),出现在最大利润销售水平的右边,故 $X_s > X_m$ 。

长期以来,我国国有企业是政府机构的附属物,它以解决尽可能多的就业作为代价,既没有追求最大的利润目标,又没有努力实现最大的销售收益,市场占有率也是很低的。

根据鲍莫尔的理论,我国国有企业也不应唯一追求利润最大目标,除此外还必须追求销售收益最大目标,二者是有区别的。前者只顾赚钱,后者除赚钱外,可获得更多的银行资本用以扩大再生产以解决更多人的就业,特别是拥有市场占有率即市场份额。我国长虹电子集团公司曾在激烈竞争中降低彩电价格,其目的一是薄利多销,生产量增大;二是拥有更多的市场占有率。该公司20世纪80年代作为军转民企业刚成立时,资本总额不足20万,通过正确的决策和长虹人的艰苦努力,1996年其销售收益已超过百亿元,现在已达数百亿,市场占有率最高时达到了31%,长虹成为中国彩电业的第一品牌。

2. 马里斯的经理企业型增长最大化理论对我国国有企业经营走适度规模经济出效益的路子和重视科学技术的作用具有重要的启示和意义。

马里斯认为经理的效用函数和投资者的效用函数中绝大多数的变量都与一个特定变量——厂商规模有高度相关性,经理的效用函数包括工资、地位、权力、产量和工作的安全性等变量,投资者包括利润、产量、资本、市场份额和公共形象等变量在内。其中资本、产量、收益、市场份额等都是反映厂商规模的指标。

假定经理在目标决策的选择上,偏好那些与自己的薪金、奖金、津贴、地位、权力、名望及职位安全等效用目标密切相关的经营目标。这一点,有助于我们解释国有企业厂长(经理)的各种行为。例如,在传统体制下厂长(经理)的主导行为

目标是产值产量最大化,承包制企业厂长(经理)的主导行为目标是“承包期内收益最大化”;股份制企业的首选目标是“股东收益最大”等。这些不同的行为目标,实际上是厂长(经理)在不同的激励和约束条件下,对个人效用最大化追求的不同形式。

在这些变量中,资本增长率(G_c)具有特别重要的意义。资本供给的增长是厂商的明确目标,但它不是经理的,而是分派给投资者追求的目标,是投资者效用最大的主要内容。它的增长率决定于厂商内部和外部提供的资金,其中最主要的是内部的利润再投资。由于经理的谨慎态度,他们确定长期负债率的上限和流动性的下限以实现财务的安全,正是如此,资本保有率也有一个上限。这些比率集中表现为财务安全系数(a)。现假定 a 是不变的, a 决定未分配利润,从而决定资本增长率。此增长率比例于利润水平(π),即 $G_c = a(\pi)$ 。总利润水平决定于 m 和厂商的效率,后者反映于总的资本——产出率 k/x ,显然 π 和 m 成正比。总的 k/x 不是厂商某种简单的平均资本——产出率,而是多样化率 d 的函数,即 $k/x = f(d)$ 。如果 k 一定,设为 k' , x 与 d 的关系是:开始时,总产值 x 随着 d 的增长而增加。因为研究发展人员和管理人员的能力得到更充分的发挥,效率提高了。当 d 达到最适度水平,这时管理和研究发展人员的能力得到最充分的利用,因而产量达于最大。如果超过这一限度, d 再增加,总产量 x 反而下降了。这时由于 d 再增加时,研究发展人员工作过度,没有足够时间来发展完善的新产品和研究其销售的可能性,表现为决策缺乏效率,因而减少新产品的成功率,一般效率就下降了。

根据马里斯这一理论,我国国有企业应走分工专业化、规模经济出效益的路子,避免“大而全”、“小而全”低水平盲目建设和重复建设。这种规模经济效益表现为单位产品生产成本和销售成本的下降,这种效益是由于大规模生产引起专业分工的加深,运输费用的节约,高效率的机器设备的采用和大批量采购所获得的优惠价格产生的。只有企业具备了一定规模,走上良性循环发展的道路,具备了公共形象,产量和销量才会不断增加,市场份额不断扩大,经济效益才会不断提高。

3. 威廉逊所提出的经理自行决断理论对于目前在我国国有企业改革中使企业厂长(经理)必须拥有经营决策权也具有一定的启示和意义。

威廉逊认为,管理人员的薪水开支、津贴和自行决定的投资支出都能用货币计算出来。在经理效用函数 $U = f(S, M, ID)$ 中,它们作为代理变量来替代不能用货币表示的权力、地位、威望和职业优越性等因素。在此函数中, S, M, ID 的边际效用大于0且是递减的前提下,他得出三个结论。第一是厂商仍用边际成本等于边际收益的常规方式进行生产决策即 $MC = MR$,这时厂商将能赚到的利润都赚到了,实现了利润最大化;第二是当厂商达于均衡状态时,雇用的行政管理人员超过适度水平,即超过行政管理人员的边际成本等

于其边际收益之点,这表明经理型厂商与追求最大利润型的厂商相比,有过多地雇用行政管理人员,过多地支出薪水的倾向;第三是津贴 M 的大小决定于税率 t 的大小。用于 M 的支出越大,用于 ID 的愈小,由此可看出在此模型中经理自我利益的 M 与 ID 的相互消长的关系,而看不出利润和增长的前途,追求经理效用最大化者拥有 M 和 ID ,而追求最大利润者不掌握 M 和 ID 。此外,他们雇用行政管理人员的数量必然是在由于雇用他们所产生的边际成本 MC 等于他们工作所产生的边际收益 MR 时为止。追求经理效用最大化者雇用行政管理人员的数目将超越 $MC = MR$ 时的数量。

根据威廉逊这一理论,之所以经理可以自行决断是由于他们处于关键位置上,因此有权自行决定超出厂商正常经营所需的那部份投资的方向,把自己心爱的项目付诸实施,从而得到满足,特别是上述雇用多少行政管理人员的经理自行决断也有一定启示。我国国有企业的厂长(经理)有国家任命的,有董事会选任、聘任的。无论是怎么产生的,他们都必须对国有资产的保值增值负责,负责就得有一定的经营决策权即威廉逊讲的经理自行决断,面对瞬息万变的市场,如果他们没有决策权,不能当机立断,就会贻误时机,甚至会在竞争中败北。这启示我们,在国有企业改革中,国家作为行使所有权的委托人,应给予经营者选择企业经营目标的充分自主权,允许经营者根据市场竞争情况,选择能够促使企业长期稳定和成长而牺牲眼前利润的对策,而对那种过份追求非生产性消费,加大成本开支,侵蚀国有资产的行为,则应加以严格的限制。

参考文献:

- 1.《新帕尔格雷夫经济学大辞典》,中文版,第2卷,381~388页,北京,经济科学出版社,1992。
- 2.[英]马克·布劳格主编,易敏利等译:《凯恩斯以后100位杰出的经济学家》,成都,西南财经大学出版社,1989。
- 3.张培刚,方齐云:《厂商理论的新进展》,载《经济学动态》,1997(8)。
- 4.汪海:《国有企业前程似锦》,载《求是》,1997(1)。
- 5.朱清凌:《“长虹”集团及我国彩电业竞争战略浅析》,载《技术经济与管理研究》,2000(1)。
- 6.徐传谔:《论企业家行为激励与约束机制》,北京,经济科学出版社,1997。
- 7.罗志如等:《当代西方经济学说》(上),北京,北京大学出版社,1989。
- 8.W. J. Baumol, “Business Behavior Value and Growth”, New York: Macmillan Publishing Co., 1959.
9. Robin Marris, “The Economic Theory of Managerial Capitalism”, New York: Free Press, 1964.
10. Oliver E. Williamson, “Managerial Discretion and Business Behavior”, American Economic Review, Vol. 53 (December 1963); “The Economics of Discretionary Behavior: Managerial Objectives in a Theory of the Firm”, Chicago: Markham Publishing Company, 1967.

(作者单位:中国人民大学国民经济管理系
中国人民大学财政金融学院 北京 100872)
(责任编辑:曾国安)