第一图书网, tushu007.com

# <<企业经理组合激励模式研究>>

## 图书基本信息

书名：<<企业经理组合激励模式研究>>

13位ISBN编号：9787811147476

10位ISBN编号：7811147475

出版时间：2007-12

出版时间：陈爽英 电子科技大学出版社 (2007-12出版)

作者：陈爽英

页数：173

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

## 内容概要

《企业经理组合激励模式研究》的主要创新点体现在如下四点：第一，针对现有的基于业绩评估的企业经理客观激励模式，《企业经理组合激励模式研究》引入主观业绩评估，提出主观激励和客观激励相结合的组合激励模式，并将一次博弈拓展为重复博弈，建立基于业绩评估的动态组合激励模型，研究了主观业绩评估完美和主观业绩评估不完美两种情形下合同的稳定性以及激励报酬的性质，并设计出基于业绩评估的组合激励模式的运用方法。
第二，考虑到企业经理需求的多样性，本书将精神激励引入现有的物质激励模式，并遵循人力资本理论引入能力因素拓展了在委托一代理理论下的组合激励模型，研究激励强度以及精神激励的价值特征。
第三，针对在现有的基于职业观念的企业经理显性激励与隐性激励的组合激励模式研究中，或只考虑激励、合同和风险厌恶，或只考虑激励、学习和市场力量因素的影响，本书在两期职业观念动态模型基础上建立基于职业观念的激励、合同、风险厌恶、学习和市场力量五种因素的多期组合激励动态模型，研究显性报酬与隐性报酬的动态性质。
第四，基于公司治理的视角，根据经济学对市场结构的划分，从激励效益和激励成本角度分析了不同市场环境下，企业经理激励模式的倾向性选择与变化问题。

第一图书网, tushu007.com


## 作者简介

陈爽英，1974年生，四川省郫县人，管理学博士，电子科技大学管理学院讲师，主要从事企业激励、组织与人力资源管理方面的教学与研究工作。
近年来主持与主研的项目有：国家自然科学基金项目、国家社会科学基金项目、国家知识产权局项目、四川省教育厅项目、成都统计局项目以及电子科技大学哲学社会科学基金项目等10余项，在《系统工程学报》、《管理工程学报》、《中国软科学》、《中国管理科学》等刊物上发表论文20余篇。

## 书籍目录

第一章 绪论 1.1 研究背景 1.2 研究现状 1.2.1 激励模型的基础理论 1.2.2 基于业绩评估的激励研究 1.2.3 基于需求层次的激励研究 1.2.4 基于职业观念的激励研究 1.3 问题的提出及研究意义 1.4 研究方法和研究内容 1.4.1 研究方法 1.4.2 研究内容 1.5 几个基本假设与概念 1.5.1 基本假设 1.5.2 基本概念 1.6 企业经理组合激励新模式 第二章 激励理论回顾与评价 2.1 管理学激励理论 2.1.1 早期的激励理论 2.1.2 现代的激励理论 2.1.3 当代激励理论 2.1.4 管理学激励理论小结 2.2 经济学激励理论 2.2.1 委托一代理理论 2.2.2 代理成本理论 2.2.3 交易费用理论 2.3 行为科学激励理论 2.4 小结 第三章 基于业绩评估的组合激励模式研究 3.1 主观激励合同与客观激励合同内涵 3.2 基本假定 3.3 客观激励合同分析 3.4 组合激励模式分析 3.4.1 主观业绩完美评估 3.4.2 主观业绩不完美评估 3.5 组合激励的应用方法 3.5.1 企业经理的业绩结构 3.5.2 企业经理业绩评估新架构与评价指标 3.6 小结 第四章 基于需求层次的组合激励模式研究 4.1 基于需求层次的组合激励内涵 4.2 基于需求层次的组合激励模式分析 4.2.1 模型的基本假设 4.2.2 企业经理的物质激励模型的建立与推导 4.2.3 企业经理的组合激励模型的建立与推导 4.2.4 企业经理的组合激励与物质激励的比较 4.3 组合激励模式中精神激励的价值分析 4.3.1 模型分析 4.3.2 精神激励价值与物质激励中固定报酬的关系 4.3.3 精神激励与物质激励的变动报酬强度关系 4.3.4 精神激励价值与企业经理风险厌恶水平关系 4.4 应用举例 4.5 小结 第五章 基于职业观念的组合激励模式研究 5.1 职业观念内涵 5.1.1 职业观念含义 5.1.2 基于职业观念的隐性激励机制 5.2 基于职业观念的两期组合激励模式分析 5.2.1 基本假设 5.2.2 基于职业观念的两期组合激励模式分析 5.3 基于职业观念的多期组合激励模式分析 5.3.1 基本假设 5.3.2 基于职业观念的多期组合激励模式分析 5.3.3 多期组合激励模式的动态分析 5.4 实证分析 5.4.1 方法、样本及数据、假设 5.4.2 描述统计 5.4.3 回归分析 5.5 小结 第六章 市场环境与企业经理组合激励模式选择 6.1 市场环境的定量描述 6.2 市场环境与企业激励模式分析 6.2.1 寡头垄断市场条件下激励模式的选择倾向 6.2.2 垄断竞争市场条件下激励模式的选择倾向 6.3 政策建议 6.4 小结 第七章 结论与展望 7.1 全书总结 7.2 研究展望 参考文献

## 章节摘录

版权页： 插图： Dixit（2002）认为传统的委托-代理激励理论关于在不完全竞争的市场环境中，代理人的行为不可观察，但其努力结果是可以观察的，且能被第三方所证实的，一般假定在现实中并不能成立。
他认为在企业的许多代理活动中，代理人行为及努力成果都不可观察，从而不能被第三方（如法院）所证实。
因此，代理人的业绩无法通过任何客观业绩指标来确定，即代理人的行为及努力结果都是不可合约的。
Prendergast（1999）认为，在不完全竞争的市场环境中，代理人活动的成果能够用客观业绩指标来衡量的工作在现实中只占少数。
在这种情况下，企业显性激励缺乏必要的客观业绩基础而无法实施。
例如，现实中，对企业人事经理或财务主管的业绩考核，就很难找到一个能够准确反映其工作成效的客观指标。
此外，现代企业的委托一代理中，同一代理人可能同时肩负两种以上的不同任务：或者在完成同一任务时要兼顾不同的方面，如产品的数量和质量等。
Holstrom和Milgrom（1991）建立的委托一代理多任务模型说明，在代理人从事两种以上的任务，且不同任务之间具有替代性的情况下，如果某些任务及其成果具有可观察性，而其他任务不可观察，那么固定工资制要优于基于客观业绩评价的显性激励契约。
因为如果实行显性激励，那么代理人就会把更多的精力用于具有可观察性的任务上，而那些不具有观察性的任务就会被代理人忽视或冷落。
代理人的这种策略性行为不利于委托人整体目标的实现。
Prendergast C，Topel R（1992），Baker（1994），Gibbons（1998）等人的研究表明在不完全竞争的市场环境中，客观业绩指标是客观激励契约（即正式契约）的业绩基础，而主观业绩评价指标则是主观激励契约（relational incentive contract）的业绩基础。
主观激励契约是一种非正式的、必须自我实施的隐性激励机制。
在基于客观业绩评价的显性激励中，辅以一定的主观业绩评价指标能够有效地缓解因单纯采用客观业绩评价指标而可能导致的激励扭曲，从而可以更好地发挥客观激励的作用。
Bernhein和Whinston（1998）关于不完全契约的一项研究成果也表明，在不完全竞争的市场环境中，只要代理人业绩的某些方面不能被证实，那么在签约时，更好的选择是在业绩指标可证实方面也不加以具体规定。
因为这种不完全契约中的“策略性模糊”（strategic ambiguity）更有利于契约的边际调整和有效执行。
在不完全竞争的市场环境中，正是代理人行为及其努力结果的不可合约性、代理任务的多维性以及客观业绩指标和委托人目标价值存在张力等诸多因素，大大制约了基于客观业绩评价的显性激励的实施及其效能。

## 编辑推荐

《企业经理组合激励模式研究》是由电子科技大学出版社出版。

第一图书网, tushu007.com


版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com