

不对称信息下的企业人力资本激励机制的设计*

张 敏

(重庆教育学院 图书馆,重庆 400067)

[摘要]文章以不对称信息市场中的委托——代理理论为指导,基于对企业人力资本特点的揭示,分析了人力资本市场由于不对称信息所带来的不利选择问题和道德风险问题。并就如何规避隐藏行动的道德风险问题,给出了解决办法——即建立有效的激励机制。

[关键词]不对称信息;人力资本;激励机制;道德风险

[中图分类号]F243 [文献标识码]A [文章编号]1672-0598(2007)03-0059-05

一、不对称信息市场的委托——代理理论

为什么人们在买二手车时一般求助于交易商而不是直接寻找一位卖主? 保险公司提供的保费、保额为什么因人而异? 富有的地主在与贫困的佃户签定合约时为什么不愿意承担全部的收成风险? 这些现象均有一共同特点:市场的一方比另一方具有更多的信息。借款人比贷款人更了解自己的还贷能力,卖方往往比买方更了解产品的质量,求职者比雇主更了解自己能力的大小,CEO和董事会比股东更清楚企业的盈利前景,佃农比地主更了解劳动努力程度和庄稼收成状况;即市场中任何一项交易的双方之间总是存在信息不对称问题。一方行为主体总是比另一方拥有更多更充分的信息。

不对称信息的存在是对社会劳动分工和专业化的存在和发展的肯定,它是社会劳动分工和专业化在经济信息领域的具体体现。将不对称信息引入传统的经济分析领域,为分析市场失灵、契约以及激励等理论提供了新的分析角度,其中委托——代理理论就是为解决信息不对称引起的问题而产生的。

1、不对称信息对策的模型分类

不对称信息可以从两个角度划分:一是不对称性发生的时间,二是不对称性信息的内容。从不对称性发生的时间看,不对称可能发生在委托人(企业雇主)与代理人(员工)签约之前,也可能发生在

委托人与代理人签约之后,分别称为事前不对称和事后不对称。研究事前不对称信息对策的模型称为逆向选择模型,研究事后不对称信息对策的模型称为道德风险模型。从不对称性信息的内容看,不对称性信息可能是指某些局中人的行动,也可能是指某些局中人的知识。研究不可观测行动的模型称为隐藏行动模型,研究不可观测知识(或信息)的模型称为隐藏知识模型或隐藏信息模型。下表概括了信息经济学的不同模型的基本分类。

表 1:不对称信息对策模型

不对称信息	隐藏行动	隐藏信息
事前		逆向选择模型 信号传递模型 信息甄别模型
事后	隐藏行动的 道德风险模型	隐藏信息的 道德风险模型

2、不对称信息下不同对策模型的基本特征

(1)隐藏行动的道德风险模型

签约后,代理人选择行动(如努力工作还是不努力),“自然”选择“状态”,代理人的行动和自然状态一起决定某些可观测的结果。委托人只能观测到结果,而不能直接观测到代理人的行动本身和自然状态本身(因而是不对称信息)。委托人的问题是设计一个激励合同以使代理人从自身利益出发选择对委托人最有利的行动。例如雇主与雇员的

* [收稿日期]2007-05-07

[作者简介]张敏(1964-),女,四川资中人,重庆教育学院图书馆,馆员。

关系:雇主不能观测到雇员是否努力工作,但可以观测到雇员的任务完成得如何,因此,雇员的报酬应该与其完成任务的情况有关。

(2) 隐藏信息的道德风险模型

签约后,“自然”选择“状态”,代理人观测到自然的选择,然后选择行动(如向委托人报告自然的选择)。委托人观测到代理人的行动,但不能观测到自然的选择(因而是不对称信息)。委托人的问题是设计一个激励合同以使代理人在给定自然状态下选择对委托人最有利的行动(如真实地报告自然状态)。例如企业经理与销售人员的关系:销售人员(代理人)知道顾客的特征,企业经理(委托人)不知道,经理设计的激励合同是要向销售人员提供刺激以使后者针对不同的顾客选择不同的销售策略。

(3) 逆向选择模型

代理人知道自己的类型,委托人不知道(因而信息是不对称的),委托人和代理人签订合同。例如雇员知道自己的工作能力和潜力,雇主不知道,在签订合同时,由于信息不对称,雇主倾向于选择符合人力市场平均质量对应价格的人力,导致“逆向选择”(或不利选择)的发生。

(4) 信号传递模型

代理人知道自己的类型,委托人不知道,为了显示自己的类型,代理人选择某种信号,委托人在观测到信号以后与代理人签订合同。例如雇员知道自己的能力,雇主不知道。为了显示自己的能力,雇员选择接受教育的水平,雇主根据雇员的教育水平支付工资。

(5) 信息甄别模型

代理人知道自己的类型,委托人不知道。委托人提供多个合同供代理人选择,代理人根据自己的类型选择一个最适合自己的合同,并根据合同选择行动。一个简单的例子是保险公司与投保人的关系,投保人知道自己的风险,保险公司不知道。因此,保险公司针对不同类型的潜在投保人制定了不同的保险合同,投保人根据自己的风险特征选择一个保险合同。

尽管上述五种模型都可以在委托——代理的框架下分析,但委托——代理模型习惯上只是指道德风险模型。另外,信号传递模型和信号甄别模型也可看做是逆向选择模型的特例。因此,不对称信息对策的模型被简化为两类:一类是道德风险模型,一类是逆向选择模型。

二、不对称信息下的人力资本市场的分析

在知识经济时代,人力资本已成为现代企业的第一资源,一方面,企业争相通过有效地开发员工的职业潜能来取得公司的全面成功。另一方面,人力资本的独特特征又使得企业要制定优化的契约合同和建立有效的激励制度来求才、用才和留才。

尽管上述各种模型讨论的问题不同,但同一种交易关系可能涉及多个(甚至全部)模型讨论的问题。例如:在雇主与雇员的关系中,如果雇主知道雇员的能力但不知道其努力水平,问题是隐藏行动的道德风险模型;如果雇主和雇员本人在签约时都不知道雇员的能力,但雇员本人在签约后发现了自己的能力(而雇主仍然不知),问题是隐藏信息的道德风险模型;如果雇员一开始就知道自己的能力而雇主不知道,问题是逆向选择模型;如果雇员一开始就知道自己的能力而雇主不知道,并且,如果雇员在签约之前就获得教育证书,问题是信号传递模型;相反,如果雇员是在签约后根据工资合同要求去接受教育,问题是信息甄别模型。非对称信息对策模型在人力资本获取和激励方面具有积极的指导意义。

人力资本的独特特征及人力资本管理的现状又迫切要求必须对其进行激励。

1、人力资本的独特特征

人力资本理论,是将经济学关于“资本”的理论,推广到对人力资源的分析上来。一些经济学家的先驱们,在探究经济总产出的增长为什么比要素投入增长更快的原因时,发现健康、教育、培训和更有效的经济核算能力等等,是现代收入增长的日益重要的源泉。这个认识一般化后,人力资本经济学家就把人的健康、体力、生产技能和生产知识等等看成是一种资本存量,即构成未来收入增长的一个源泉。经济学家定义的人力资本,包括人的健康、容貌、体力、干劲、技能、知识、才能和其他一切有经济含义的精神能量,它天然归属于自然的个人。人力资本的每一个要素,都无法独立于个人。这同任何“物”的资本不同。

人力资本天然归属于自然的个人,就天然决定了人力是一种“主动资产”,对此,张五常教授有一精彩的阐述:“劳力和知识都是资产。每个人都有头脑,会作自行选择,自作决定。我要指出的重要特征,是会作选择的人与这些资产在生理上合并在一身,由同一的神经中枢控制,不可分离。”“跟这些资产混在一身的人可以发愤图强,自食其力,自加发展

或运用,也可以不听使唤,或反命令而行,或甚至宁死不从。”(参见:张五常,《卖橘者言》,第 181 页)。

人力资本是“主动资产”,天然属于个人,并且只能由其天然的所有人控制着这种资产的启动、开发和利用。人力资本还有一个特性,就是千方百计会找机会实现自身的价值。比如:十冬腊月,在公家地里睡觉的“懒虫”,一回到他的自留地里,居然会干得满头大汗。综上所述,可以得出人力资本的三大特征:第一,人力资本天然归属个人;第二,人力资本是一种主动的资产。第三,人力资本总是自发地寻求实现自我的市场。所以说,土地、厂房设备无须激励,银行贷款也无须激励,单单人力因素就必须激励不可。

2、人力资本市场中存在的问题

在人力资本市场,交易双方——雇主和求职者——的信息是不对称的,企业雇主努力想要甄选出能为企业做出业绩的人力,求职者力求选择一家满意的公司,从而达到物质需要和精神需求上的满足。企业雇主在招聘人员的时候,因为他以市场平均质量价格来看待各个求职人员,结果导致不利选择,当聘用契约签订后,员工工作的态度、负责任程度等信息是企业缺乏的,存在“道德风险”。为了规避逆向选择,引导求职者说实话,可以通过制定优化的契约,对求职者的信息进行挖掘和审核;为了规避“道德风险”,保证员工不偷懒,可以通过建立激励制度来激活人力资源。

然而,虽然很多企业也意识到人力资本管理的重要性,但在激活人力、留住人才方面仍然遇到很多问题。根据中消研人力资源调研网 2004 年的调查结果,针对“目前企业人力资源管理中存在的主要问题”这一问题,被调查对象根据自己的体验,列举了许多问题。其中,“开发、培养人才不够,重使用、轻开发;人才流失严重;薪酬分配不公;考核不

合理、不科学;激励不够,难以调动员工积极性;人员流动受到一定限制;人、事不匹配;人治现象严重、论资排辈;基本制度不健全,且观念落后;领导对人力资源工作不重视”等问题出现的频率最高。被调查者中有 50% 的人提到了“人才流失严重”;48% 的人提到了“薪酬分配不公”;45% 的人提到了“考核不合理、不科学”;40% 左右的人提到了“激励不够,难以调动员工积极性”。

从中消研的调查可以看出,目前国内企业人力资源管理最为关键的问题是“如何充分有效地激活人力资源”。在现代人力资源管理中,薪酬是一种激励人力资源的手段,开发、培训人力资源,提升人才的知识、能力、技能等,拓展发展空间,实际上也是一种有效的激励人力资源的措施。合理、科学的绩效考核是激励人力资源的依据。留不住人才,人才流失严重,通常是人才缺乏适当激励的一种不良结果。

三、解决方案——人力资本激励机制的设计

为规避人力资本的道德风险,使代理人在追求自身利益最大化的同时能够为企业带来利益的增长,委托人必须建立有效的人力资本激励机制。

1、激励机制设计的目标

从理论上说,“激励”就是委托人(雇主)拥有一个价值标准,或一项社会福利目标,这些标准或目标是某种意义上的最优资源配置,或个人的理性配置集合。如果委托人希望能够达到这些标准或目标,那么,委托人就应制定相应的规则,使其代理人(员工)都能使利己行为的最后结果与委托人给出的标准或目标一致。激励,就是委托人如何使代理人在选择与不选择委托人标准或目标时,从自身效用最大化出发,自愿地或不得不选择与委托人标准或目标相一致的行动。

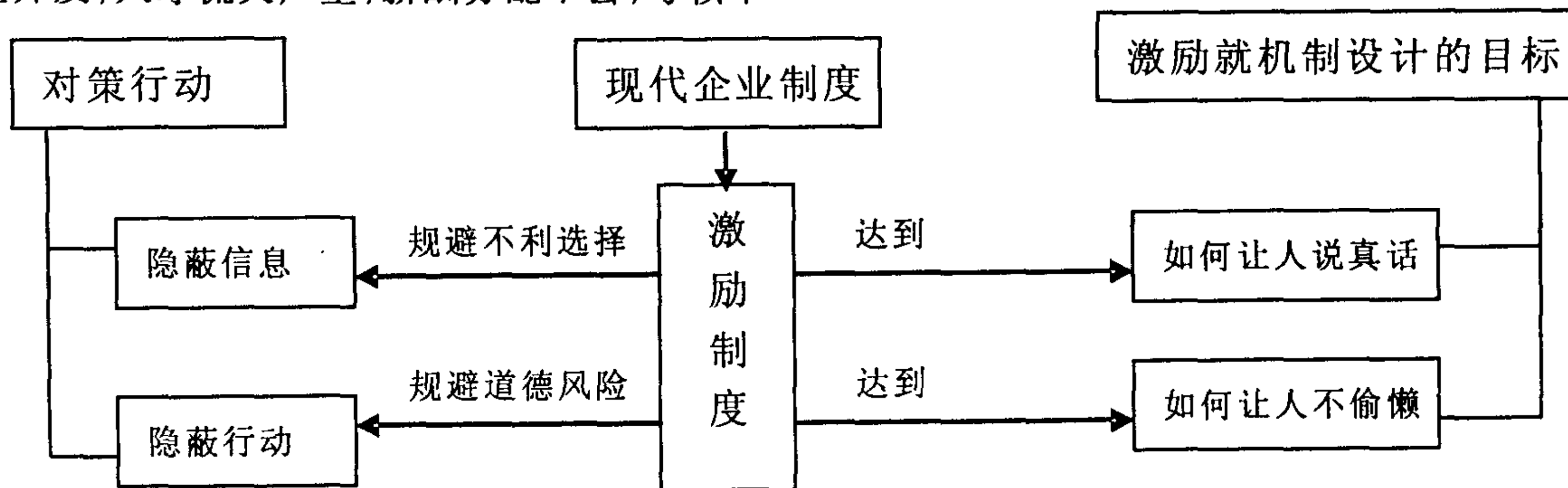


图 1: 激励制度的作用

企业委托人具有支付薪酬的能力,他为了达到激励代理人的目的,需要针对代理人的行为规律设计激励机制。可以说,企业设计激励机制的目的是多元化的,但所有的激励机制目的几乎都可以被概括为

以下两种:首先,针对代理人的隐蔽信息而面临的不利选择地位,激励的目标是如何使代理人“自觉地”显示他们的私人信息或真实偏好,即所谓的“如何让人说真话”。其次,针对代理人的隐蔽行动而可能面临的道德风险问题,激励的目标就是如何使代理人“自动自觉地”尽最大努力工作,诱使代理人不采取道德风险行动,即所谓的“如何让人不偷懒”。

2、激励机制设计的框架

按照委托——代理均衡合同的基本原理,一项有效的激励机制需要具备参与约束和激励相容两个基本条件。或者说:“如何使员工自觉自愿地为企业做某事”需要满足参与约束和激励相容两个基本条件。公司根据激励思想以及理论的指导,设计出具体企业激励机制框架,如下图所示:

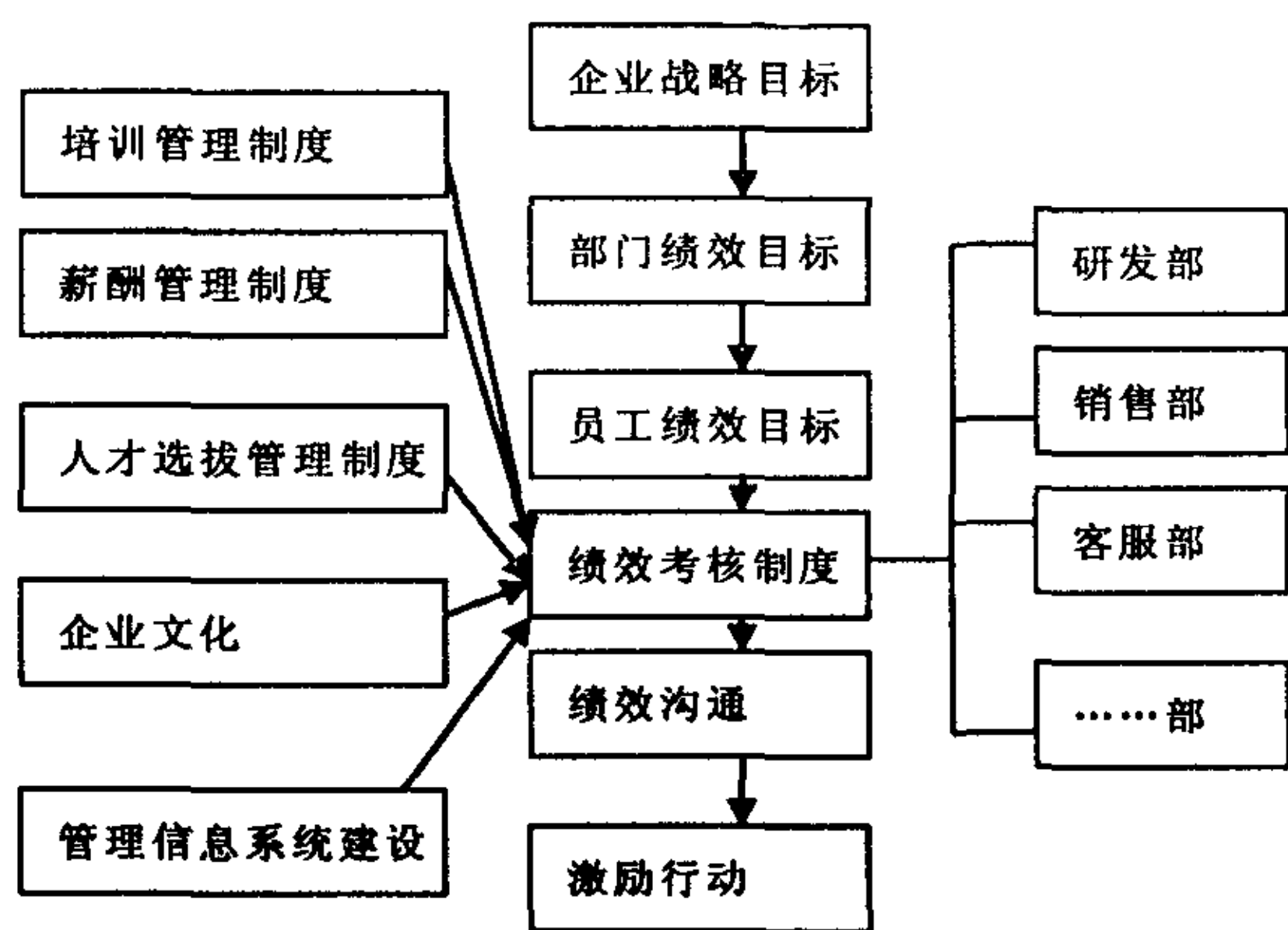


图 2: 激励机制的框架

在既定的企业战略规划下,公司分别根据研究、销售、客服、行政和人事等不同部门的特征,按照 KPI(关键绩效指标)的思想和方法,层层划分出不同部门不同职位的绩效指标,从而建立起相应的绩效评估制度,通过绩效沟通与奖惩相挂钩形成有效的内部激励。激励的方向和水平与公司追求的战略目标相一致,最后实现和强化公司的战略目标。

公司激励机制设计框架的具体目标包括实施战略管理、提供企业内部的动态奖励依据、加强管理沟通、提升员工素质、提升企业管理效率、形成内部公平竞争环境,以及建立和培育企业文化等。此外,企业激励机制设计框架中的重要组成部分是相关的配套制度和设施,如培训管理制度、绩效评估制度、薪酬管理制度、人才选拔制度、企业文化,以及相应的管理信息系统建设等。

3、激励机制的详细设计

以企业中员工为主要激励对象,激励机制设计主要有物质激励机制和精神激励机制。

(一)物质激励机制

所谓物质激励,是企业以经济手段来激发员工的工作动力,如工资、奖金、福利待遇等。它主要是

用来满足职工的物质需要,是一种外在的激励形式。市场经济中的激励往往是避免风险的一种解决思路,是市场经济中最普遍、最有效,最直接也是最简单的激励手段之一。

构成物质激励的组成部分有:基本工资、岗位工资、绩效工资、提成工资、福利和补贴。

其中,针对公司不同的岗位的特征,设定不同的薪酬激励方式,公司的详细薪酬体系详细如下:

表 2: 薪酬体系结构示意图

岗位绩效工资制	基本工资+岗位工资+绩效工资+年终奖+福利及补贴	公司级管理人员
		公司中层管理人员
		公司一般员工
技能绩效工资制	基本工资+技能工资+季度绩效工资+年终奖+福利及补贴	研发中心研发人员
		技术质量部技术工艺人员
		信息中心信息管理人员
		生产技术人员
销售提成工资制	基本工资+岗位工资+季度提成工资+年终奖+福利及补贴	市场销售部 相关人员

薪酬设计既要考虑到激励的效果,又要与公司的战略目标的实现相结合,为此,各部分工资的计算方法如下:

(1) 基本工资 = 学历津贴 + 职称津贴 + 工龄津贴;

(2) 岗位工资 = 月工资基数 × 岗位系数 × 百分比; (月工资基数需要结合公司的人力资本成本的承受能力来确定,百分比根据岗位的不同、岗位所处的层次不同来确定)

(3) 技能工资 = 月工资基数 × 技能系数 × 百分比 (技能系数根据员工的技术能力水平或等级来确定)

(4) 绩效工资:

月度绩效工资 = 月工资基数 × 岗位系数 × 百分比 × 个人月度综合考核系数 (个人月度综合考核系数 = 个人月度考核总分 / 100)

季度绩效工资 = 月工资基数 × 岗位系数 × 3 × 百分比 × 个人季度综合考核系数 × 公司季度效益系数

公司季度效益系数由人力资源部根据当季公司生产、经营情况计算。

(5) 年终奖金 = 月工资基数 × 岗位/技能系数 × 公司效益系数 × 个人年度综合考核系数

公司效益系数根据公司利润、年度经营目标和战略目标的实现来确定,一般在 $[0,3]$ 范围内浮动。

(6)提成工资是反映市场营销人员销售任务完成情况的工资单元,依据销售任务完成比例提成。

①实际完成销售额在计划完成销售额内的提成工资计算公式如下:

提成工资=月工资基数×岗位系数×3×提成比例×销售额完成比例×个人季度综合考核系数×公司季度效益系数

②实际完成销售额超过计划完成销售额的提成工资计算公式如下:

提成工资=[月工资基数×岗位系数×3×提成比例+(实际完成销售额-计划完成销售额)×提成比例]×个人季度综合考核系数×公司季度效益系数

提成比例是公司根据以往销售情况、市场状况、产品情况等确定的。

(7)福利和补贴:

包括:医疗保险、失业保险、养老保险、住房公积金,其他补贴(技术补贴、交通补贴、通讯补贴、饭补)。

(8)特殊奖金:

对部门集体或员工个人的优秀表现可以给予特殊奖金。

(二)精神激励机制

在物质激励的同时,进行精神激励也是必要的,它可以部分的代替物质激励的效果,同样起到激励的目的,因此,现代企业的激励机制越来越重视员工的精神激励,近几年企业管理中倡导的企业

文化、企业精神就是最好的精神激励的体现。所谓精神激励,是企业以授予某种具有象征意义的符号,或对职工的行为方式和价值观念给予认可、赞赏等手段,如职称的晋升、荣誉称号的授予、劳动成果的评价以及对员工的信任、尊重等,以此激发员工的精神动力。它主要用来满足员工的精神需要。

经济学的选择理论认为:一个人的追求不仅仅是财富的最大化,而且是效用函数的最大化,这种效用函数中所包含的变量,不仅是收入,还有声望、地位、健康、快乐、友爱、良好的人际关系等。

精神激励一般包括成就感激励、权利激励和归属或社交激励。××公司文化实行以人为本,公司每月对员工的工作业绩进行评估、肯定和赞赏,并且经常举办一些培训或娱乐活动,在提高员工素质的同时,也增进员工与公司之间的感情,使得员工在公司有一种归属感和责任感。

[参考文献]

- [1]吴恒煜.信息不对称的市场:逆向选择、信息传递与信息甄别[J].商业研究,2002,(12).
- [2]叶建亮.不对称信息市场理论与信息经济学[J].商业研究,2002,(8).
- [3]贾念念.不对称信息下的企业激励机制研究[Z].中国优秀博硕士学位论文全文数据库,2003.
- [4]温思美.“不对称信息”经济理论的开创性研究—2001年诺贝尔经济学奖述评[J].学术研究,2001,(11).
- [5]王璞,曹叠峰.新编人力资源管理咨询实务[M].北京:中信出版社,2005,2.

(责任编辑:朱德东)

Design of human capital incentive mechanism of an enterprise under information asymmetry

ZHANG Min

(Library, Chongqing Education College, Chongqing 400067, China)

Abstract: Based on the guidance of trust-agent mechanism in the market of information asymmetry and on the characteristics of human capital of an enterprise, this paper analyzes selective issues and moral risk issues of human capital because of asymmetric information and gives solutions to the problems about how to avoid moral risk of hidden behaviors, that is, effective incentive mechanism.

Keywords: asymmetric information; human capital; incentive mechanism; moral risk