

文章编号:1002-980X(2007)02-0030-05

# 基于委托代理理论的企业与行业协会关系治理

孙辛勤, 江若尘, 谢富慧

(安徽财经大学, 安徽蚌埠 233030)

**摘要:**从委托—代理的角度,分析了我国企业和行业协会的关系及存在的问题,并从企业的角度,探讨了企业与行业协会委托—代理关系中激励与约束机制的构建。

**关键词:**企业;行业协会;委托—代理;监督激励

**中图分类号:**F273.7 **文献标志码:**A

在市场经济发达的国家与地区,行业协会是市场经济的重要组成部分,其与企业和政府是市场经济的三大主体。因此,运作良好的行业协会可以促进政府与企业、企业与企业的沟通交流;通过制定和实施自律性的行规行约,解决行业的纷争,维护公平竞争的市场环境及成员企业的合法权益,尤其是在我国加入世界贸易组织之后,行业协会在反倾销、反补贴等贸易壁垒及非贸易壁垒的作用越来越重要。尽管行业协会具有诸多的功能与作用,但在我国现行的国情与条件下,也存在一些不良的现象和趋势。主要表现在:一方面,行业协会有可能成为政府的附庸,即所谓的“二政府”,行政色彩过浓,脱离了广大成员企业,工作内容仅为盖章收费,会员企业认同度低;另一方面,行业协会有可能成为某些大企业的代言人和操纵市场价格、进行垄断的工具,也可能被“内部人”控制,偏离了其非盈利性、经济性、服务性的价值取向。比如一些行业协会根据企业交钱的多少来确定品牌的排名和级别等等。针对行业协会的非市场行为,本文拟运用委托—代理理论,从企业(生产商)的角度,来探究企业和行业协会的代理机制及激励机制。

## 1 相关的历史文献回顾及评述

国外学者对行业协会的研究主要来自社会学家、

政治学家、管理学家和经济学家,研究的理论基础主要有博弈论、交易成本论及Z理论等。比如,William G. Ouchi在1981年用Z理论研究中小企业的产业集群;关于行业协会的经济功能及其与市场、企业和政府的关系,国外的文献非常多,比较经典的有Ouchi、Auk-iStreeck、Schmitter、Hollingsworth把行业协会视为并列于市场、企业、国家、非正式网络或门阀的第五种经济制度或社会秩序,并一道参与对资本主义经济的治理;Greif分别于1993、1994年应用博弈论工具对古老的“基尔特”等行业组织的衰变进行分析,论述了其对中世纪的海外商业扩张的积极作用<sup>[1]</sup>。

国内学者对行业协会的正式研究开始于20世纪90年代初期,其研究主要集中在以下几方面:关于行会组织历史的考究。行业协会产生的必然性分析。关于行业协会类型的研究。有关行业协会功能的探讨。关于行业协会的组织建设的研究。关于行业协会现状、存在问题及对策的研究。

委托—代理理论作为一种诊断委托方与代理方之间关系的理论框架正在被不同的学科广泛应用。有关行业协会的委托—代理,只有少数学者采用委托—代理理论,从行业协会自身发展及运作角度,探讨行业治理、自律、监管及诚信机制的构建。但是关于企业与行业协会之间的委托—代理关系的研究却很少,特别是从企业——生产商的角度出发,探讨企

收稿日期:2006—11—06

基金项目:国家社会科学基金(06BJY095);安徽省自然科学基金(050460406);

作者简介:孙辛勤(1969—),男,河南新野人,安徽财经大学讲师,南京大学商学院博士研究生,研究方向:企业管理;江若尘(1963—),女,安徽滁州人,安徽财经大学教授、博士,硕士生导师,研究方向:市场营销、企业管理;谢富慧(1977—),女,河南唐河人,安徽财经大学讲师,硕士,研究方向:物流管理、企业管理。

业与其外部的利益相关者——行业协会之间的激励与约束机制的研究,据笔者所查阅的资料看,几乎是空白。

## 2 企业与行业协会的委托 - 代理关系解析

从交易成本理论来看,行业协会在本质上和企业是一样的,都是市场交易主体为了减少交易成本而达成的契约安排<sup>[2]</sup>。从某种程度而言,行业协会是市场交易主体(如企业)以协会内部的监督、管理成本,代替企业间经常反复出现的谈判、缔约等交易成本,而达成的一系列合约安排。比如,会员向协会交纳会费,提供办公场所,提供人力等各种捐助,获得信息服务、培训、技术交流等各种收入。只不过是行业协会提供的产品大部分是集体产品或接近公共产品,从而使得行业协会具有非盈利甚至公益的性质。所以说,企业与行业协会之间也存在着委托 - 代理问题。

在现代经济学中,委托 - 代理关系被视为一种契约,在这种契约下,一个或一些人(委托方,Principal)授权另一个人(代理方,Agent)为其利益而从事某些活动,其中包括授予代理人某些决策权力。在企业与行业协会的委托 - 代理关系中,即一些个体(企业法人,委托方),授权另一机构(行业协会,代理方)为其利益从事某些活动。

行业的委托 - 代理是一种集体或者公共的委托 - 代理,委托方是一种群体或者公共委托,代理方是机构代理,一般由人民代表大会或会员大会等机构,通过制定法律法规、行规行约的方式进行授权,权力的性质是一种社会公权力,一种通过社会公信达成的权力,委托 - 代理的目标是解决行业纷争,维护市场秩序,达到企业、行业、国家利益的一致。因此行业的委托 - 代理与一般的委托 - 代理(比如公司委托 - 代理)相比,具有一些特点<sup>[3]</sup>:

1) 行业的委托 - 代理是对行政权力或者社会公权力的行使,权力的行使对象是委托方本身,不仅包括物权,还包括社会公权,如信用评级。而公司委托 - 代理的权力行使对象仅为物权,不包括委托方本身。此外,代理者的权力需全部或者过半数委托者的授权,然后代理者运用这种权力对整个行业进行规范或对少数个体进行制裁。也就是说,其权力是一种集体所有的权力,代理者的权力来自一种集体机制(会员大会)。因此在行业的委托 - 代理中,特别注意代表或者协商机构的建设,比如会员大会、理

事会等机构的构建与运作。该机构运作的公平、公正、透明与否直接关系到代理权力的权威性和公信力。

2) 行业委托 - 代理的产品是一种公共服务,很难度量。首先作为一种公共产品,找不到其具体归属,只能抽象为公众所有。其次,这种公共产品的产出效率也很难度量,即作为产品产出单位的行业协会的绩效很难评估。所以,对行业协会的监督和激励就成为企业处理其与行业协会关系的焦点和难点。

## 3 行业委托 - 代理存在的问题及原因分析

在委托 - 代理的过程中,由于存在信息的不对称和观察成本,代理方与委托方的目标不一致,从而产生一系列委托 - 代理问题。

就行业协会而言,如果缺乏有效的监督机制及民主决策等落实不到位,行业协会的运作不够规范,那么行为协会有可能成为某些大企业的代言人或某些机构操纵市场进行垄断的工具,也可能被内部人控制,偏离其非盈利性,经济性,服务性的价值取向。乱排序、乱评比、乱收费,社会评级严重不公,对行业中个别企业待遇不公,从而导致行业秩序混乱、恶性竞争、假冒伪劣、价格欺诈盛行,严重的破坏行业的健康发展。比如原中国保健食品协会就是一个例子,该协会违反国家有关规定,从2001年来连续三年召开“全国保健食品行业统计数据发布大会”,2002年以来先后设置“优秀企业家”等各种名目的奖项。

此外,由于我国社会主义市场经济体制的确立与推进是由政府主导的,以及我国市场经济发展水平比较低这样的基本国情,我国大部分行业协会是在政府的主导和扶持下产生,它并非是企业主动发起的产物。而且直到今天,仍有部分“官办”行业协会过分依赖政府,成为政府行政管理部门的附庸,异化为行业主管部门的后院,而且对于有些行政管理部门来说,组建和控制行业协会,并不是真正出于实施行业管理的目的,也不是为会员企业服务,而仅仅是为了在新形势下保留计划体制时期所拥有的权力及利益。所以这样的“二政府”式的行业协会,并不能反映广大中小企业的需要,习惯于行政手段开展工作,淡忘了行业协会特色,不能有效的保护会员权益,因此广大会员企业对其认同感低,参与其活动积极性不高,认为加入行业协会就是白交钱,增加交易

成本。对一些来头大、挂靠在有关部门或单位的行业协会,大多数企业只是为了减少不必要的麻烦才参加的,虽然交会费,但也是不情愿的。以致于会员企业以这样的谚语评价这样的行业协会:戴市场的帽子,拿政府的鞭子,坐行业的轿子,收企业的票子,供官员兼职的位子。

## 4 基于委托 - 代理理论的企业与行业协会的关系治理

在委托 - 代理理论中,为了确保委托方的利益,减少委托 - 代理问题的发生,其核心是对代理方的监督或激励。由前所述可知,行业协会的委托 - 代理是一种集体或公共的委托 - 代理,而且行业的委托 - 代理的权力行使对象不仅包括物权,还包括委托方本身,即会员企业委托行业协会对行业进行规范及管理。在企业与行业协会之间不仅存在委托与代理的关系,还存在被管理和被服务与服务的关系,因此,在企业与行业协会关系治理中,重点在于监督,即企业通过法律或协会章程对国内行业协会的组织、构建和运行进行监督和约束。针对我国行业委托 - 代理中出现的问题,对行业协会的激励机制可以从引入竞争机制、声誉激励及会员企业自律行为的激励等方面进行构建,因此本文拟就从法律监督、运作约束、竞争机制、声誉机制和会员企业自律行为等方面,来探讨企业与行业协会的关系治理。

### 4.1 企业依法监督行业协会

发达国家都注重行业协会的立法建设,确定其法律地位,基本上从三个层次的立法来实现:一是宪法层次,一般在宪法中有结社自由的规定,或者有关行业组织管理的规定;二是民法等基本法律中规定有关社团法人的具体制度;三是关于某一经济团体的特别立法或者其他一般性法律中规定行业组织的具体权利和义务。例如德国,除了《宪法》和《民法典》中有关结社自由的规定外,还专门颁布了《关于工商会议法的规定》和《社团法》<sup>[4]</sup>。而日本则制定了专门的行业协会法律来规范行业协会,主要有《商工会议所法》、《中小企业协同组合法》、《中小企业基本法》、《中小企业团体组织法》等法律及政府制定的有关规章。一些发达国家除了专门立法监督行业协会的运作外,还可以通过相关的税收法、捐赠法、信托法、政治资金管理法等法律实施监督。而我国除了一些地方性法规外,比如浙江温州于 1999 年 4 月出台了《温州市行业协会管理办法》,上海市政府于

2002 年 10 月 31 日发布了《上海市促进行业协会发展的规定》,现在仍没有一部规范行业协会组织和行为的全国性专门法律,《民法通则》只有原则性的规定,1998 年国务院颁布的《社会团体登记管理条例》仅对行业协会等团体的登记做出了法律规定。

正是由于我国关于行业协会立法的相对滞后,国家对其地位和职能等,既没有法律、法规等形式进行明确规定,也没有权威性文件来规范其发展和运作。因此,一些体制内产生的“官办”行业协会理不清与政府的关系,容易出现“二政府”式行为,脱离会员企业。此外由于缺乏相关法律,一些行业协会可能会被“内部人”控制,偏离其非盈利性、经济性、服务性的价值取向,出现乱收费、乱评比等非市场化行为。据悉《行业协会法》正在制订中,届时我国企业将有望依照相关法律对行业协会的行为进行有效的监督,对其侵害企业利益的行为可依法起诉。但就目前而言,对于一些行业协会的不正当、损害企业利益的行业,企业可以选择的有效途径就是向行业协会的上级主管部门或民政部门反映。

### 4.2 企业依协会章程约束行业协会运作

会员企业在依照相关法律发起或者参加行业协会时,通过会员大会确立行业协会的章程,确定行业协会民主办会的原则,实现民主选举、民主决策、民主监督、民主管理,并进一步确立行业协会的组织机构、领导人产生办法、工作人员选聘和考核标准、议事制度、财务制度等一系列规章制度,从而对行业协会的运作实行有效的约束,进而避免行业协会受制于政府、少数大企业或内部人的控制。一般来说,行业协会的会员大会或会员代表大会是最高权力机构,决定协会章程,选举、罢免会长、副会长、理事长等领导,审查财务预算等,还设有理事会,理事会是会员大会或会员代表大会的执行机构,另外,行业协会设秘书长一名,秘书长由会长提名,经理事会讨论通过,秘书长在理事会领导下负责处理行业协会日常工作。有的协会秘书长是法人代表,直接对会长、理事长、理事负责,并享有经营管理自主权,并承担相应责任,有的协会会长是法人代表。

但是我国绝大多数行业协会(除个别体制外自发成立的行业协会)存在的问题是协会领导人由政府干部、企事业单位负责人兼职,而且非民主选举产生,这导致整个组织性质复杂化。据广东省行业协会的调研情况表明,省级 112 个行业协会,只有 29 个协会领导是根据章程,通过民主程序产生,占总数的 26%,有 32 个协会的领导人是由业务主管单位提

名后履行民主程序产生,占总数的 29%,有 43 个协会的领导是由主要发起单位提名后民主产生,占总数的 38%,有 8 个人协会的的领导直接由业务主管单位任命的<sup>[2]</sup>。在这种情况下,企业对行业协会运作的约束主要通过行政组织渠道来进行。

此外,随着我国市场经济的发展,行业协会从业人员的职业化,对应职业经理人,也可能出现“职业秘书长或会长”市场<sup>[5]</sup>,届时,企业可以参照对企业经理人的激励与约束,形成秘书长或会长激励与约束机制,比如报酬、声誉、市场竞争等因素的激励与约束。

#### 4.3 竞争因素的激励与约束

我国的行业协会由于多头管理及审批上的原因,形成了同一地区、同一行业重复建立协会的局面,其职能交叉重复,违反了“一地一会”、“一业一会”的政策限制。有些学者认为这样层层设会、重复设会、职能交叉重叠、资源分散严重,应坚持“一地一会”、“一业一会”。有的学者则认为“一地一会”、“一业一会”这样分门别类的设置行业协会,在企业的产供销一体化的趋势下,不利于对行业的综合治理,可以按一定的利益原则,跨部门、跨地区、跨所有制组建行业协会,这样不同行业协会之间、同类行业协会之间、地区行业协会之间可以展开适度的纵向和横向竞争,促进行业协会提供优质服务。笔者认为,针对目前行业协会已重复建会的现实,为了促进行业协会为企业提供优质的服务,促使其规范运作,适度的竞争是必要的,而且通过竞争的优胜劣汰实现资源的重新组合及行业协会布局的合理化。这样企业可以根据自己需要及行业协会的成效,自行决定是否加入行业协会及加入何种行业协会,比如,2002 年 3 月 20 日,北京富亚涂料有限公司宣布退出中国涂料工业协会。这样通过企业“以脚投票”,哪些不能代表会员利益,服务质量差的行业协会在竞争中必将自行被淘汰。

#### 4.4 声誉的激励与约束

行业协会的权威、公信力真正来源于广大会员的信任和认同,而不仅仅是政府的放权,离开了广大会员企业,行业协会的存在就会成为无源之水、无本之木。但是个别行业协会存在这样的认识误区:认为自身权威和影响力不高的原因是政府不放权或放权不够,而没认识到其权威的真正源泉来自会员企业。

行业协会的自身管理能力、对外服务、协调和创新能力,是获得会员企业认可的关键因素,其组织构

建与运作是否公平、公正、透明、有效,直接关系到其权威性和公信力,即声誉的确立。声誉是激励和约束企业与行业协会之间关系的有效机制之一。比如,美国房地产经纪人协会是全美最有影响的协会,房地产商以加入此行业协会为荣,加入此协会的房地产商可以在自己的文件合同上使用房地产经纪人协会的标记,这种标记是房地产中介业的信誉象征,很容易获得客户的认可。由此例可知,声誉好的行业协会不仅能够赢得业内广大会员的认可,而且也得到社会公众(客户)的认可。所以,树立良好的声誉和扩大影响力是行业协会的激励和约束因素之一。

#### 4.5 企业行为自律对行业协会的激励与约束

企业与行业协会之间的关系,是委托—代理、被管理和被服务、被服务与服务的关系,因此,双方是一种互动的关系。如果会员企业能够认真履行其权利和义务,自觉交纳会费,遵守法律法规和行业协会章程,执行行业协会决议,整个行业市场秩序井然,行业健康有力的发展……这不仅是行业协会开展工作的基础,同时也是其工作成效的体现,而且这本身也是对行业协会的一种激励。相反,行业协会中会员企业不认真履行自己的义务,各自为战,不讲合作,不及时交纳会费,不执行行业协会通过的决议,那么整个行业秩序混乱,假冒伪劣或者恶性竞争盛行,整个行业发展前景黯淡,这样行业协会的存在也就岌岌可危了。因此,在企业与行业协会的委托—代理中,企业自身是否自律,履行自己与行业协会之间所协商的责任和义务,也是其对行业协会的激励与约束因素之一。

我国企业与行业协会的委托—代理问题,不仅制约了行业协会的健康发展,也导致了企业的交易成本的增大,管理效率的降低。在其关系治理中,所需要考虑的因素众多,本文只是抛砖引玉,希望有助于企业和行业协会之间关系的改善,提高企业的管理效率,降低其交易成本。

#### 参考文献

- [1] 余晖. 行业协会及其在中国的发展:理论与案例[M]. 北京:经济管理出版社,2002.
- [2] 贾西津,沈恒超,胡文安,等. 转型时期的行业协会——角色、功能与管理体制[M]. 北京:社会科学文献出版社,2004.
- [3] 周勇. 依托行业协会实现行业有效治理的研究[D]. 武汉:中南大学,2004.
- [4] 何应文. 国外行业协会的培育和运行机制[J]. 广西电业,2005,(12):44-46.
- [5] 洪涛,等. 行业协会运作与发展[M]. 北京:中国物资出版社,

2005.

## The Governance of the Relationship Between the Enterprise and the Trade Association Based on the Principal-Agent Theory

SUN Xin-qin, JIANG Ruo-chen, XIE Fu-hui

(Anhui University of Finance and Economics, Bengbu Anhui 233030, China)

**Abstract:** In this paper, the characters and the existing problems of the relationship between the enterprise and the trade association are analyzed based on the Principal - Agent theory, and how to construct the mechanism of supervision and motivation in the relationship is discussed on the standpoint of enterprises.

**Key words:** enterprise; the trade association; principal - agent; supervision and motivation

(上接第 12 页)

最后得出模糊综合评分,根据模糊综合评分就可以判断企业资源计划项目应用情况。企业不仅可以对自身不同应用阶段的情况进行对比分析,而且企业间也可以据此进行对比学习,取长补短,共同提高。

总之,对企业资源计划项目应用评价已是当前一项迫切的任务。企业对应用进行评价可以明确使用现状,进而确定目标制定行动计划,可以度量所取得的成绩,企业间也可以据此进行对比进而相互学习提高。本研究采用的基于 AHP 和多级模糊综合评价,把定性分析和定量分析结合起来,具有系统全面,简单可靠,科学实用的特点,对企业资源计划项目应用评价提供了理论指导。希望它能够作为我国企业资源项目应用评价的依据,促进其良好地发展。

### 参考文献

[1] 赖静雯,等. 中国企业实施的思考—成都恩威集团实施的案

例研究[J],管理世界,2003(2).

[2] AL-MASHARI M, AL-MUDIMIGH A, ZAIRI M. Enterprise Resource Planning: A Taxonomy of Critical Factors[J]. European Journal of Operational Research, 2003, 146(2): 352 - 364.

[3] Ragowsky, Arik, Adams, Somers, Toni M. Assessing the value provided by erp applications through organizational activities [J]. Communications of AIS, 2005, 16:381 - 406

[4] KEIL M, TIWANA A. Relative Importance of Evaluation Criteria for Enterprise Systems: a Conjoint Study[J]. Information Systems Journal, 2006, 16(3): 237 - 262.

[5] WU B, KAO L. New Fuzzy Dynamic Evaluation For ERP Benefits[J]. Journal of Applied Business Research, 2006, 22(4): 89 - 102.

[6] 许树柏. 层次分析法原理[M]. 天津:天津大学出版社,1988.

[7] Ying-Feng Kuo, Pang-Cheng Chen. Selection of mobile value-added services for system operators using fuzzy synthetic evaluation[J]. expert system with application, 2006(30): 612 - 620.

## Application Evaluation Research on Enterprise Resource Plan Based on AHP and Mutiple Level Fuzzy Synthetic Evaluation

SUN Yuan

(College of Management Zhejiang University, Hangzhou 310058, China)

**Abstract:** Having the impersonal, scientific, systematic, comprehensive, just and easeful of use thought, this study constructs the enterprise resource plan application evaluation index system from the five aspects of the capability of the ERP system, system operation and correlative regulation, practical use, effectiveness of system use and system application value based on the analytic hierarchy process and the multiple level fuzzy synthetic analysis. The results can theoretically guide the enterprise resource plan application evaluation.

**Key words:** enterprise resource plan; fuzzy synthetic evaluation; analytic hierarchy process; index system