

<<激励契约不完备性与组织文化>>

图书基本信息

书名：<<激励契约不完备性与组织文化>>

13位ISBN编号：9787811225440

10位ISBN编号：7811225441

出版时间：2008-12

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：张淑敏

页数：212

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>

## <<激励契约不完备性与组织文化>>

### 内容概要

本书的逻辑思路是：在厘清了国内外有关激励理论的基础上，从企业契约理论、代理理论、人力资本理论、社会资本理论以及心理激励理论的理念出发，探究了被激励者目标、行动与结果关系、产品质量考核以及履约过程等因素与组织内人工设计的激励契约的不完备性的关系，并强调组织文化对不完备激励契约的弥补功能。

为此，本书共分3篇10章。

第1篇为不完备契约的理论基础，包括第1、第2和第3章。

第1章简要说明了本书研究的目的，评述了国内外有关激励理论的研究成果，介绍了本书研究的基本内容和所采用的主要研究方法；第2章简述了企业契约理论、代理理论以及人力资本理论，为研究组织内激励契约提供了经济学基础，同时简述了社会资本理论和互惠行为、社会认可、特殊任务等心理学实验成果，为研究组织内的激励契约提供了社会学和心理学基础；第3章介绍了契约的起源及其发展，分析了契约的不完备性是由行为人的有限理性、信息的不对称与不完全、交易成本以及不确定性因素造成的，进而阐明了组织内作为契约的一种的人工设计的激励契约注定是不完备的。

第2篇为不完备契约的深层原因，包括第4、第5、第6和第7章。

第4章从被激励者目标的多元化与激励形式的局限性角度阐述了组织内人工设计的激励契约不完备性原因；第5章从行动与结果间关系的不确定性角度阐述了组织内人工设计的激励契约不完备性原因；第6章从产品质量考核角度阐述了组织内人工设计的激励契约不完备性原因；第7章从履约过程中存在问题的角度阐述了组织内人工设计的激励契约不完备性原因。

第3篇为不完备契约的文化弥补，包括第8、第9和第10章。

第8章讨论文化的概念及其文化作用的二重性，指出组织文化激励是不完备性契约的最好补充；第9章指出组织文化是由精神文化、制度文化和物质文化构成，并对组织文化构成要素的激励效果进行比较；第10章指出信任对组织文化的重要性，并对组织信任进行了实验研究。

本书力图从跨学科的角度探讨人工建立的微观组织的激励契约的不完备性问题，而且，本书主要考虑的是对组织内一般员工的激励而不是对经营管理层的激励。

领导是舟，员工是水，水能载舟，也能覆舟。

但愿本书的研究成果能为在实践中设计和选择更合理的激励契约提供有效的咨询信息。

## <<激励契约不完备性与组织文化>>

### 书籍目录

第1篇 不完备契约的理论基础	第1章 导论	1.1 问题的提出	1.2 文献综述	1.3 本书的研究内容与研究方法
	第2章 激励契约设计的理论基础	2.1 经济学基础	2.2 其他学科基础	
	第3章 契约与契约的不完备性	3.1 契约的起源及其发展	3.2 契约的种类	3.3 契约不完备性原因
第2篇 不完备契约的深层原因	第4章 被激励者目标多元化与激励形式局限性	4.1 被激励者目标多元化	4.2 “经济人”与经济激励理论模型	4.3 激励契约形式的局限性
	第5章 行动与结果间关系的不确定性	5.1 激励报酬模型	5.2 行动的不可观察性	5.3 结果的多因素性和随机性
	第6章 产品质量考核问题	6.1 单一产品质量考核	6.2 多种产品加总的质量考核	6.3 团队产品分解
	第7章 履约过程中的问题	7.1 契约的不可理解性	7.2 履约障碍	7.3 影响成本
第3篇 不完备契约的文化弥补	第8章 组织文化的激励作用	8.1 文化的概念	8.2 文化作用的二重性	8.3 组织文化的激励作用
	第9章 组织文化不同构成要素的激励效果	9.1 组织文化不同构成要素的激励	9.2 组织文化不同构成要素的激励效果比较	
	第10章 组织信任的实验研究	10.1 信任对组织的重要性	10.2 组织信任的实验研究参考文献	后记

## <<激励契约不完备性与组织文化>>

### 章节摘录

第1篇 不完备契约的理论基础 第2章 激励契约设计的理论基础 本章简述企业契约理论、代理理论以及人力资本理论，为研究组织内的激励契约提供经济学基础；同时简述社会资本理论，互惠行为、社会认可及特殊任务等心理学实验成果，为研究组织内的激励契约提供社会学和心理学基础。

2.1 经济学基础 2.1.1 企业契约理论 契约是指当事人在地位平等、意志自由的前提下，各方为改进自己的经济状况而在交易过程中确立的一种权利流转的关系。在新古典经济学的世界里，企业理论仅仅是一个完全竞争市场条件下的价格理论，契约所涉及的交易是瞬间完成的，所以契约都是简单和完备的，也是不重要的。

直至1937年，科斯（Coase）发表了《企业的性质》一文，从而开创了企业契约理论的先河。企业契约理论的要义可以概括为：企业的契约性、契约的不完备性以及由此导致的所有权的重要性。

现代企业理论的一个基本命题是：企业是一系列契约的组合，是个人之间交易产权的一种方式。企业契约可以划分为两类：一是正式契约，分为适用于所有企业的“通用契约”和只适用于单个企业的“特殊契约”。

前者包括由政府颁布的一整套法律、条例，后者包括企业章程、条例，以及一系列具体的契约。二是非正式契约，是指由文化、社会习惯等形成的行为规范，这些规范没有在正式的契约中写明，而不具有法律上的可执行性，但却实实在在地起作用。

企业契约与市场契约相比较有共性，也有各自的特性。就契约本身而言，企业与市场的区别主要在于契约的完备性程度不同。尽管绝对完备的契约几乎没有，但相对而言，市场可以说是一种完备的契约，而企业则是一种不完备的契约。

完备的契约指的是这样一种契约，它能准确地描述与交易有关的所有未来可能出现的状态，以及每种状况下契约各方的权利和责任。

对比之下，如果一个契约不能准确地描述与交易有关的所有未来可能出现的状态以及每种状态下契约各方的权利和责任，那么这个契约就是不完备契约。

简单地说，不完备契约就是一个留有“漏洞”的契约。由于有“漏洞”，不完备契约常常不具有法律上的可执行性。

<<激励契约不完备性与组织文化>>

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>