

价值星系与财务管理目标的选择

符刚 林万祥(博士生导师)

(西南财经大学 成都 610074)

【摘要】 本文认为,在网络经济中,价值星系是组织间关系的一种中间性组织,它是企业组织形态和价值创造机制的新发展。在价值星系中,财务管理目标已不同于传统的企业财务目标,基于价值星系的财务管理目标是价值创造最大化与价值分配最优化。

【关键词】 组织间关系 价值星系 价值创造

一、价值星系的概念和特征

随着制度经济学的发展与交易成本理论的深化,将市场与企业作为两种可以相互转化的组织形式已成为理论界的共识。学者们认为就资源配置机制而言,市场与企业是可以相互替代,当交易成本发生变化时,组织形式也会发生变化,由“市场”转化为“企业”或由“企业”转化为“市场”。这些认识的前提条件是:①社会中只存在“市场”与“企业”两种组织形式,且这两种形式的形成条件不同,性质也不同;②“市场”与“企业”两种组织形式的关键因素是交易成本,它的高低、大小决定了组织形式的不同;③研究对象仅仅就“市场”与“企业”而言,不包括市场间关系和企业间关系。

然而随着网络经济的出现,对于威廉姆森提出的资源配置机制“市场与企业”的二分法,林德伯格等人(1991)提出了反对意见。他们指出,企业与市场之间的运行并不一定是单向的,企业的组织结构形式可以多种多样。约翰逊和梅森(1987)认为,应该存在一种网络,这种网络不是严格地基于市场价格机制或科层制权威机制,它是企业组织间的相互适应和协调。拉森(1993)建议用市场、中间性组织和科层制企业的三种制度框架替代传统的市场与科层制企业两级制度框架,并形象地称这种中间性组织为“握手”。因此,除了资源配置机制与价值创造机制的“市场与企业”模式之外,还存在第三种模式——企业之间共同创造价值的中间性组织。这种中间性组织是一种合作竞争型准市场组织,是介于市场和企业之间的一种制度安排。

可以看出,在网络经济中,企业组织形式正发生着变化,组织间关系也在发生变化,进而引发了组织管理的变化。在现代的组织管理中,关于价值创造的基本逻辑已经开始改变。新锐的领导人已经不再重视价值链,转而去营造价值星系(Value Constellation)。他们进行战略分析的重心已不在于企业,甚至不在于产业,而在于整个价值创造系统。他们已经认识到,当今经济发展中的两大资源是企业组织的知识能力(或能力要素)和企业的关系要素(顾客),这就要求他们运用高效率的信息技术,不断重组企业的经营业务系统,重新安

排各个经营角色在自己价值星系中的地位和作用(罗珉,2006)。

所谓的价值星系是一个企业间的中间组织,是一个企业引力集合的创造价值的系统(罗珉,2006)。这个系统由各种成员组成,包括作为“恒星”企业的经纪人公司、模块生产企业、供应商、经销商、合伙人、顾客等。他们可分为三类,第一类是“恒星”企业,第二类是“行星”企业,第三类是“卫星”企业。这些成员共同合作创造价值,通过“组合”方式进行角色与关系的重塑,以新的角色和协同关系进行价值再创造。在价值星系中,有两种力量在起作用,一种力量是吸引力,另一种力量是逃逸力,它们影响着价值星系中星系的规模大小与关系紧密程度。当吸引力大于逃逸力时,“恒星”企业将吸入“行星”企业,或“行星”企业将吸入“卫星”企业;相反,当吸引力小于逃逸力时,“行星”企业将逃离“恒星”企业,或“卫星”企业将逃离“行星”企业。如果“恒星”企业的吸引力足够大,那么将会吸入更多的“行星”,星系规模就会扩大;反之,如果“恒星”企业的吸引力减弱,许多“行星”将会逃逸,星系规模就会缩小。但无论如何,当这两种力量之间的相互作用处于均衡态的时,“恒星”、“行星”和“卫星”企业就会既“自转”又“公转”。

因此,这种企业间组织的关系——价值星系具有以下几个方面的特征:

1. 集合性。价值星系是由生产企业、供应商、经销商、合伙人、顾客等利益相关者构成的一个引力集合体。这些引力包括了价值观念引力(有大家认同的价值观)、价值尺度引力(可以提供适当的价值实现机制)和价值共享引力(科学、合理的价格共享体系)。

2. 动态性。价值星系是一组动态关系,这种关系的创建是为了确保产品能以最佳方式送达终端客户手中。当然这种关系会因“吸引力”与“逃逸力”大小的变化而变化,这两种力量本身又会因市场因素(市场容量、技术进步、替代产品等)、企业自身因素(资本结构、盈利能力、技术创新等)和制度因素(政策改变、体制改革、政府变革等)的变化而变化。这些影响

因素的复杂性、可变性、随机性决定了价值星系的动态性。

3. 网络性。价值星系的形成既依赖于技术网络又依赖于契约网络,前者是硬环境,后者是软条件。更重要的一点是,价值星系是全社会各行各业的价值链交织在一起而形成的一种结构更为复杂、包含多个产业的价值网络。

4. 中间性。价值星系是介于市场与企业之间的一种中间组织形式。在网络经济中,价值星系不仅仅是相关各方进行价值交换的场所,更是各市场交易主体之间进行多方交流,实现信息互换与价值增值的平台;各类成员都被纳入这一中间组织形式中进行价值创造与价值共享。

5. 层次性。价值星系是由“恒星”企业、少量的“行星”企业和众多的“卫星”企业构成,其具有明显的层次性。“恒星”企业居于最核心的层次,是价值创造之本;“卫星”企业处于最外层,既是“行星”企业的扩展,又受“恒星”企业的影响;“行星”企业位于“恒星”企业与“卫星”企业之间。

二、价值星系与财务管理目标

价值星系是由生产企业、供应商、经销商、合伙人、顾客、经纪人公司等利益相关者共同构成的一个引力集合体。他们具有典型的共生性,在“吸引力”与“逃逸力”均衡的状态下既要为企业自身进行价值创造,又要为其他企业与他人进行价值创造或提供服务。价值星系的集合性、层次性、网络性等特征影响着财务管理,因此基于价值星系的财务管理目标不同于“企业与市场”模式下的财务管理目标。

网络经济条件下,组织间关系所形成的价值星系对财务管理目标的影响有以下几个方面:

1. 价值星系的层次性决定了财务管理目标的层次性。价值星系的成员构成有“恒星”企业、“行星”企业、“卫星”企业三个层次,因此,财务管理目标也因成员层次不同而不同,具有明显的层次性。

2. 价值星系的集合性使得其财务管理目标具有多元化特征。传统的财务管理目标具有单一性,无论是每股收益最大化、股东财富最大化,还是企业价值最大化、利益相关者价值最大化以及其他目标,都具有单一的特点,即最终追求只有一个。然而,在价值星系中,成员具有多样性。价值星系的形成是引力作用的结果,这些引力包括价值观念引力、价值尺度引力和价值共享引力等。因此,价值星系的财务管理目标具有多元化特征。

3. 价值星系的创造目标使得财务管理目标也是以“价值”为中心。在价值星系中,不同层次的企业有着共同的目标,即追求价值最大化。因此,财务管理目标也必然附属于企业目标,以“价值”为中心。

4. 价值星系的财务管理目标是一个目标网络。价值星系是一种柔性契约网络,是各价值链交织在一起的多产业价值网络,因此,价值星系的财务管理目标也必然是一个目标网络,不同层次的企业财务管理目标有所不同,并且彼此之间相互影响。

因此,在价值星系中,财务管理目标已不同于传统的企业财务目标。传统的财务管理目标建立在“企业与市场”两级

制度框架模式之上,而价值星系的财务目标是建立在“企业”、“市场”和“中间性组织”三级制度框架模式之上。任何一种财务目标,都是一定政治经济环境下的产物。社会经济环境因素的变化,使企业财务目标也发生变化。在传统的财务管理目标中,无论是总产值最大化目标、利润最大化目标,还是股东财富最大化目标、企业价值最大化目标,还有诸如普通股股价最大化目标、所有者权益总价值最大化目标、财富与社会责任最大化目标、相关者利益最大化目标及本金收益最大化目标等,都是以单个企业或企业集团为对象,通过有效的制度安排达到财务管理的目的。价值星系的财务管理目标因商业模式、组织关系、经济环境的不同而具有独特的性质。基于价值星系的财务管理目标因星系的层次性、集合性、网络性和价值目标性分为三级二元目标:“三级”是指“恒星”级、“行星”级和“卫星”级三个层次;“二元”是指“价值创造”和“价值分配”,具体来说,是指价值创造最大化与价值分配最优化。在价值星系中,“恒星”企业往往表现为有能力控制价值流路径的信息和资源、能够起到帮助其他企业相互间建立桥梁的焦点企业,而星系成员都是具有自组织特性的能力要素模块,它们由焦点企业外部的供货商、协作厂家、中间商、企业用户以及最终消费者,甚至是焦点企业内部的其他部门的能力要素模块组成。这些能力要素互补、互嵌的模块相互合作,共同降低生产、交易及市场认知等方面的不确定性,并支持“恒星”模块创新目标的实现。

因此,各星系成员必须通过共同合作去创造价值,实现价值创造最大化目标。同时,为了确保各星系成员价值创造的持续性,必须通过市场选择或制度保障实现价值分配的最优化。

三、结论

价值创造活动及其机制是人们关注的问题,价值星系的出现意味着企业组织间关系及价值创造机制进入一个新的阶段。价值星系所包含的新的价值逻辑,对于企业来说有着重要意义,包括价值创造能力、利益相关者关系、经营系统排列组合、财务管理目标等。在价值星系中,财务管理目标是指“恒星”企业、“行星”企业和“卫星”企业的价值创造最大化与价值分配最优化。在价值创造时,价值星系要始终以顾客为出发点和归属点,将顾客作为所有利益相关者中最重要、最核心的因素,因为顾客的选择引发了价值星系内部的采购、生产和交换活动,或者说是顾客主导了价值星系,顾客是价值创造最大化的根本保障或源泉。价值星系是一个引力集合体,引力的大小不仅取决于价值创造的多少,而且取决于价值分配的合理性。合理的价值分配增强吸引力,吸引企业进入该星系,提升星系的创造能力;相反,不合理的价值分配增强逃逸力,引致企业逃离该星系,削弱星系的创造能力。

主要参考文献

1. 罗珉. 价值星系:理论解释与价值创造机制的构建. 中国工业经济, 2006; 1
2. 罗珉, 何长见. 组织间关系:界面规则和治理机制. 中国工业经济, 2005, 5