

引导原则的应用与思考

欧阳俊勇

(西安财经学院研究生部 西安 710100)

【摘要】 引导原则是企业解决问题非常有用的指引。本文首先阐述了引导原则的内涵,在此基础上为了加深对引导原则的理解给出了一些具体应用的例子。最后结合实际指出了该原则应用中的一些问题并给出了一些建议,以此帮助企业更好的应用引导原则进行决策。

【关键词】 引导原则 应用 问题 建议

一、引言

引导原则是竞争环境下理财原则之一。指当所有办法都失败时,寻找一个可以信赖的榜样作为自己的引导。从一定程度上来说应用引导原则类似于模仿,但是决不能把引导原则混同于“盲目模仿”。它只在两种情况下适用:一是企业自身对问题的理解存在局限性,认识能力有限,凭企业自身的能力找不到最优的解决方案;二是寻找最优方案的成本过高。引导原则不会帮你找到最好的方案,却常常可以使你避免采取最差的行动,它是一个次优化准则。有效的应用引导原则可以增强企业在日趋激烈

收益,而没有考虑到银行关联的高管个人对企业的寻租动机,如国有企业和银行其终极控制人都是政府,国有企业可能成为相关银行高管积累资本获得提拔的跳板,甚至出现“带病离职”现象导致企业经营风险增加。三是随着经理人市场竞争机制的日臻完善,人力资本的作用开始受到越来越多人的认同。“锚定效应”指出人们在对他物做出判断时易受第一印象的支配,一方面银行背景的高管具有其他高管难以涉足的领域——信贷,风险意识普遍较强,其不但会帮助企业获取贷款而且对信贷质量也更加关注;另一方面,相较于国企来说,民企的高管变更对投资效率敏感性更大。如果企业投资回报率显著提高盈利增加,高管将获得晋升和激励;如果企业的投资效率低下股东利益受损,高管就会感受到潜在的离职的压力。综上所述,银行关联高管具有改善民营企业投资效率的客观资本和主观动机。

组织层面,首先,企业的融资约束的改善可能会使其形成一种预期即自身可以通过外部资金的注入来获取利润,而无须投入过多的资源进行自我挖掘。在特定的条件下,企业无论是将好的项目还是坏的项目提交上去都会

的竞争环境下生存与发展的能力。

二、引导原则的内涵

1. 引导原则是企业竞争环境下的理财原则之一。使用该原则的目的应该是为了增强企业的竞争能力,让企业在所属产业中更好的生存和发展。

2. 应用引导原则是在企业为寻找最优方案想尽办法而无果时方可采用的做法。如果企业在尚有能力且寻找最优方案的成本低于方案收益情况下,因为管理者不思进取等消极心态放弃寻找,直接应用引导原则采取次优化方案的做法是不对的。因此,在应用引导原则时,企业

获取再融资这就误导了企业预期。其次,现有的研究显示我国民营企业在股权融资方面遭受审批时的产权歧视(祝继高,2009),民营上市公司的股权融资难度更大门槛更高。民营企业基于成本和收益的考虑,相较于配股中盈余管理可能会引起较高的关注,甚至招致监管机构的调查。在银行关联缓解了融资约束的情况下民营企业就不会冒这样的风险,所以银行关联有助于降低盈余管理的程度。

主要参考文献

1. 边燕杰,丘海雄.企业的社会资本及其功效.中国社会科学,2000;2
2. 黄纯纯.公司上市、关系贷款与中国银企关系的重建.管理世界,2003;12
3. 王彦超,林斌,辛清泉.市场环境、民事诉讼和盈余管理.中国会计评论,2008;1
4. 苏灵,王永海,余明桂.董事的银行背景、企业特征与债务融资.管理世界,2011;10
5. 刘浩,唐松,楼俊.独立董事:监督还是咨询.管理世界,2012;1

决策者首先要有一个积极客观的态度,不能将应用引导原则作为决策制定的捷径。

3. 应用引导原则需要找一个值得信赖的榜样作为引导。这个榜样通常可以是行业内某个企业已经取得成功的方案,也可以是某个行业的大众标准。同一行业面临的竞争环境通常具体较大的相似性,同行竞争者就类似问题的成功决策可以给企业带来较大的启发,通过模仿已成功企业的方案,并改进方案中尚存的问题,不仅可以有效地避免采取最差方案,还很有可能复制对方的成功。所谓行业内的大众标准即行业标准。行业标准代表的是一个行业内所有企业就某一问题的处理普遍采用的方法,以此为榜样可以紧跟行业的步伐,避免出现低于行业普遍水准的决策。

4. 引导原则的适用范围。它只在两种情况下适用:第一种情况是企业自身资源与认识能力的限制,无法找到最优方案,此时可以考虑应用引导原则;第二种情况是寻找最优方案的成本过高。成本与收益均衡原则是另一个重要的理财原则,企业的任何活动都不应该违背这一原则。理财原则不应该局限于企业财务决策范围,企业的一切管理决策几乎都出于财务利益目标,因此引导原则应该在整个企业管理决策中都能应用。

三、引导原则的具体应用

在企业的日常经营活动中,引导原则的应用是非常广泛的,企业的很多方法和战略都应用了引导原则。为了加深对引导原则的理解,下面就比较常见的几种具体应用进行阐述。

1. 随行就市定价法。随行就市定价法指价格随同行业中处于领先地位的大企业价格的波动而同水平波动。企业由于经营能力、经验等的局限,无法对消费者心理、竞争者可能对价格变化采取的反应等因素进行准确把握,或者由于产品的成本难以确定等原因,追随一个值得信赖的榜样定价无疑是一个明智的选择。

2. 债务资本成本的确定。债务资本成本是指借款和发行债券的成本,是企业承担负债所需的资金成本。如果需要计算债务资本成本的企业,没有上市的长期债券,那么此时该企业要想凭借自身的能力确定其债务成本是不可能的。此时应用引导原则,寻找拥有可交易债券的可比公司,以其为榜样,计算可比公司长期债券的到期收益率作为本企业的长期债务成本是次优化选择。

3. 追随型研发战略。采取何种研发战略对大部分企业来说都是一个重大决策,由于产品独立研发难以成功,即使研发成功仍难保证产品为消费者所接受,从而导致自主研发方案成本大,风险高。大部分企业正是基于研发能力不足,或者成本过高,所以在研发战略方面应用了引导原则,即以大型企业为引导,采取模仿创新战略。

四、引导原则应用现状与可能出现的问题

目前很多企业在应用引导原则时并未认真考虑其应用范围,只是一味盲目地追随与模仿。不可否认,引导原则应用的好可以为企业解决难题,开拓思路,节约成本以及降低风险。虽然不少企业应用引导原则取得了成功,但是失败的企业也不少。可见,企业对引导原则的应用存在不少问题,以下是几种比较常见的问题:

1. 企业自身的资源和能力不足。企业拥有的各种资源与能力在一定程度上代表了企业的实力,哪怕是简单的执行其他企业已成功方案也未必顺利。倘若三星电子在模仿索尼时,不具备一定的财务基础,没有完备的基础设施,与索尼相比人才储备,企业文化,资源配置以及竞争能力等均存在很大差距,试问怎么可能会有三星今天的成功。

2. 企业经营环境的改变。任何一个成功的决策都是与企业经营的环境相适应的,环境变了,当时成功的决策未必会再次成功。企业在应用引导原则模仿某一方案时,如果当前的经营环境已经发现较大的改变,很难想象追随榜样的结果会怎样。

3. 信息了解不够,选择错误的榜样。一个行业内大企业之间往往为了击败竞争对手采取局部非理性的决策,即明知这个决策是错误的,为了全局利益不得不实施。又或者行业领头人利用信息不对称的优势故意进行错误的引导,加强自身竞争地位。决策者很多时候就是因为对信息掌握得不够,选择了错误的模仿榜样,掉进竞争对手设置的陷阱。

五、引导原则应用建议

1. 对比分析。任何企业的最优方案都是基于其自身条件制定的,不加分析的模仿很难成功。仔细对比分析双方的基本情况,寻找企业自身与对方各方面的差距至关重要。企业可以从双方关键财务比率、企业内部环境以及外部经营环境多方面对比分析。

2. 充分了解信息。应用引导原则一定要保持慎重的心态,没有充分的了解信息前不要急于选择信赖的榜样。先仔细观察一段时间,确保对方实施的是一种长期可靠的行为在进行追随模仿可以避免不少风险,但同样应该注意,观察的时间过长也可能会错失良机,因此企业应该把握好尺度。

3. 创新性模仿。引导原则不是盲目模仿,更不是全盘照搬,而应该是一种创新性的模仿。引导的目的在于启发,而不是复制。必须根据企业自身的情况对将要模仿的方案进行相应的调整和创新才能保障模仿的成功。

主要参考文献

中国注册会计师协会.公司战略与风险管理.北京:经济科学出版社,2013