

文章编号:1000-582X(2002)11-0094-02

合作机会对企业战略合作参与者地位影响的分析*

孟卫东, 龙勇, 唐浩阳

(重庆大学工商管理学院, 重庆 400044)

摘要:在企业间的战略合作中, 结盟双方的相对地位对最终利润分配有很大影响。笔者借助博弈分析方法研究外部合作机会对企业在即将参加的联盟中的地位的影响, 阐明了结盟双方各自所拥有的达成合作的机会对双方地位的影响以及对合作利益分配的重要意义, 发现面临合作机会较多的企业将在联盟中具有较高地位, 也能从合作行为中获取较多的利益。结合笔者以前考察企业对合作的迫切程度等内部因素对企业在联盟中地位影响的研究, 就可以比较完善地描述企业进行战略合作时所体现的合作伙伴间的地位差异性。

关键词:战略合作; 合作机会; 企业地位

中图分类号: F270

文献标识码: A

战略合作是当前企业战略的一个重要方面, 国内外众多企业纷纷利用战略合作的机会来寻求发展^[1]。然而, 由于每个企业的战略资源或所处之战略态势不同, 使得其实施合作战略后在联盟中的地位不同, 从而导致其从合作行为中获取战略利益的能力不同^[2,3]。因此, 企业在联盟中的地位是其进行合作战略成功程度的重要指示器。

研究表明, 影响企业在联盟中地位的因素众多^[4], 但主要可分为企业自身具备的相关战略资源状况和合作机会两方面^[5]。作者将在下文借助于数理经济方法, 对后者(即合作机会)对企业在联盟中的地位的影响进行深入分析。

1 模型假设

为建立一个可行的参照指标, 作者使用当前战略联盟研究中常见的利益分配方法来评价企业在联盟中的地位。即企业在联盟中享有的利益份额越大, 其地位越高。这样, 就将地位评价问题转化为一个利益分配问题了。

合作双方的利益分配问题, 实质上是一个多因素影响下的讨价还价问题。但是由于合作前双方各自都面临许多结盟机会, 也就是各自都有可能和许多企业达成联盟关系, 因此欲结盟企业必定在这许多的谈判中, 谋求最大利益, 使自己拥有的资源能获得尽可能高

的回报。因此, 这诸多的谈判机会就形成一个市场, 市场的最高出价就形成了对该企业的评价, 如图1所示。

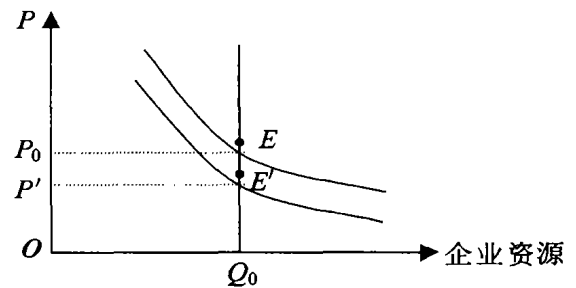


图1 联盟企业的市场“评价”示意图

图1中横轴代表企业拥有的资源, 纵轴代表企业合作方在与该企业合作中愿意支付的利益, 也就是在结盟后同意该企业所得的利润分配。由于企业资源是既定的(Q_0), 因而其供给曲线是一条垂直于横轴的直线。图中两条需求曲线中靠上方的一条表示企业面临较多的合作机会, 均衡价格 P_0 高于需求曲线下移后的均衡价格 P' (合作机会的减少导致了需求曲线的下移)。这样, 面临需求多的企业必然在谈判中处于强势地位, 从而对利润分配产生影响。

为便于分析结盟机会对结盟双方强弱地位的影响, 不失一般性, 在此假设:

① 企业A 面临几个不同的可选择结盟对象, 用 $i = 1, 2, \dots, n$ 表示;

* 收稿日期: 2002-09-20

基金项目: 国家自然科学基金资助(70272066)。

作者简介: 孟卫东(1964-), 男, 重庆人, 重庆大学工商管理学院教授, 博士, 博士生导师, 主要从事战略管理与资本运营领域的研究。

② 这几个不同的可选择结盟对象只能与 A 企业结盟；

③ 企业 A 单独干的利润为 π_A ，企业 i 单独干的利润为 π_i ，其中 $i = 1, 2, \dots, n$ ；④ 假定 A 企业与 i 企业合作产生的利润为 π ，其中 $i = 1, 2, \dots, n$ ；

⑤ $L = \pi - \pi_A - \pi_i$ ，表示由于结盟而产生的利润的增加部分。

在假设条件 ⑤ 中，必有 $L > 0$ ，否则，合作行为无利可图，合作关系也就不能成立。显然，合作双方的利润分配问题，也就是对 L 的分配问题。

2 模型分析

在以上假设的条件下，可以把问题处理为类似“拍卖”模型的形式^[6]。为此，进一步假设：企业 i ($i = 1, 2, \dots, n$) 对 L 所作的推断为 V_i ，且 V_i 服从 $[0, 1]$ 上的均匀分布，令 $P_i \geq 0$ 表示企业 i 的出价，即企业 i 愿意从 L 中支付给企业 A 的利润份额。首先考虑 $n = 2$ 的情况，企业 i 的支付 u_i 如下：

$$u_i = \begin{cases} V_i - P_i & \text{if } P_i > P_j \\ \frac{1}{2}(V_i - P_i) & \text{if } P_i = P_j \\ 0 & \text{if } P_i < P_j \end{cases}$$

在上式中，假定企业 1 与企业 2 出价相同， L 在两者之间随机分配，即 A 与两企业中任一个结盟，因此有 $u_i = \frac{1}{2}(V_i - P_i)$ 。但这个假设并不重要，因为在连续分布的情况下，二者相同出价的概率为零。

此时，企业 i 的期望收益为

$$EU_i = (V_i - P_i)\text{Prob}(P_i > P_j)$$

令 $\varphi(V_i) = P_i$ 且 $\frac{d\varphi(V_i)}{dP_i} > 0$ ，这表示企业认为由于联盟而带来的新增利润大，则其出价会较高。考虑到博弈的对称性，只考虑均衡出价策略 $\varphi^*(V) = P$ 。

由 $\text{Prob}(P_i > P_j) = \text{Prob}(P_i \geq P_j)$ ，均衡时有：

$$EU_i = (V - P)\text{Prob}(P \geq P_j) = (V - P)\text{Prob}(\phi(P) \geq V_j)$$

其中 $\phi(P)$ 表示 $\varphi^*(V) = P$ 的逆函数，又 V_j 服从 $[0, 1]$ 上的均匀分布，可以得到

$$EU_i = (V - P)\phi(P)$$

由一阶条件可得

$$(V - P)\phi'(P) = \phi(P)$$

故 $(V - P)V' = V$

由此可得 $VP = \frac{1}{2}V^2 + C$

当 $V = 0$ 时有 $C = 0$ ，最终得到 $P = \frac{V}{2}$ ($V \neq 0$)。

这表示当只有两家企业欲与 A 达成联盟关系时，各企业出价仅为其所估计的由于联盟而新增利润的一半，也就反映了由于 A 企业面临较小选择机会时，其强势地位并不明显。以下考虑 A 有多个可选择的联盟对象，仍按上述方法，可得到

$$EU_i = (V - P) \prod_{j \neq i} \text{Prob}(P > P_j) = (V - P)\phi^{n-1}(P)$$

由一阶条件：

$$-\phi^{n-1}(P) + (V - P)(n - 1)\phi^{n-2}(P)\phi'(P) = 0$$

则 $(V - P)(n - 1)\phi'(P) = \phi(P)$

解此微分方程，得

$$P = \frac{n - 1}{n}V$$

由此可看到当 A 所面临的选择机会增多时，其强势地位得到加强，所得利益明显增大，且当 $n \rightarrow \infty$ 时， $P = V$ ，A 得到全部新增利益。

在以上模型中如果合作企业所出价高于 A 企业合作时所投入的资源在“单独干”时所产生的效益，则 A 企业会接受出价从而达成合作，否则谈判破裂。

3 结论

企业所面临的结盟机会对其在联盟中的地位有重大影响，也就决定了它对合作利润的分享水平。现有文献所提供的模型侧重从企业进行合作的讨价还价能力、合作的意愿的角度对联盟中的不同地位进行描述，因此其方法主要是从企业的自身条件和内部环境进行考虑^[2]；而本文的模型则从企业合作的机会、企业所面临的外部环境来描述企业在联盟中的不同地位。因此，结合以上两个模型，可以比较完善地描述企业进行战略合作时所体现的合作伙伴间的地位差异性。

参考文献：

- [1] DAS S, SEN P K, SENGUPTA S. Impact of strategic alliances on firm valuation[J]. Academy of Management Journal, 1998, 41(1):27-41.
- [2] LEE J R, CHEN W R, KAO C. Bargaining power and the trade-off between the ownership and control of international joint ventures in China[J]. Journal of International Management, 1998, 4: 353-385.
- [3] INKPEN A W, BEAMISH P W. Knowledge, bargaining power, and the instability of international joint ventures[J]. Academy of Management Review, 1997, 22(1):177-202.
- [4] DUSSAUGE P, GARRETTE B. Cooperative Strategy[M]. John Wiley & Sons, 1999.
- [5] 龙勇,杨秀苔. 不平等战略联盟[M]. 重庆:重庆出版社, 2001.
- [6] 张维迎. 博弈论与信息经济学[M]. 上海:上海三联书店, 上海人民出版社, 1996. (下转第 110 页)

Exploration of Constructions of Enterprise Knowledge Management Systems

LI Yong, CHEN Yu, CAO Guo-hua

(College of Business Administration, Chongqing University, Chongqing 400044, China)

Abstract: knowledge management is an effective method to improve the enterprise's competitive ability. To construct knowledge system is the base for the performance of knowledge management. According to the theory and method of system engineering, information system and information management, this paper gives an architecture of enterprise knowledge management system basing on management information system. The architecture includes several main parts, such as knowledge base, knowledge base management system, people for knowledge management and users. A function structure of knowledge management system is given too.

Key words: knowledge management; enterprise knowledge management systems; system structure; knowledge base

(责任编辑 张 革)

~~~~~  
(上接第 95 页)

## An Analysis of the Affection of Cooperative Opportunities on the Status of Partners in the Strategic Cooperation of Firms

*MENG Wei-dong, LONG Yong, TANG Hao-yang*

(College of Business Administration, Chongqing University, Chongqing 400044, China)

**Abstract:** In the strategic cooperation, relative status of the two partners which joined together by the covenant has a great impact on the finally profit distribution. It is analyzed by game theory in this paper that the influence of exterior cooperative opportunities upon the status of a firm when the firm join in an alliance. We focus on the great impact, which is produced by the chance to cooperate with the others that belong separately to the two firms in a strategic cooperation, on the status and profit distribution of the two parts. It is found that a firm will possessed a powerful status in an alliance and carve up more profits from the alliance when it has more opportunities for cooperating. The status differences between the cooperative partners can be better described when a firm sets up a strategic cooperation by combining the method The former researches are done which inspect the inner factors, such as the degree of firms being eager to join an alliance.

**Key words:** strategic cooperation; cooperative opportunities; status of firms

(责任编辑 吕赛英)