

◎ 经济管理研究丛书 ◎

XINREN JIAOYICHENGBEN YU QIYE JIXIAO

信任、交易成本与企业绩效

——来自中国上市公司的经验证据



李琳 著



上海财经大学出版社

经济管理研究丛书

信任、交易成本与企业绩效

——来自中国上市公司的经验证据

李 琳 著



上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

信任、交易成本与企业绩效:来自中国上市公司的经验证据/李琳
著. —上海:上海财经大学出版社,2010.8

(经济管理研究丛书)

ISBN 978-7-5642-0822-6/F·0822

I. ①信… II. ①李… III. ①上市公司-信用-研究-中国②上市公司-企业管理-研究-中国 IV. ①F279.246

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 140110 号

XINREN JIAOYICHENGBEN YU QIYE JIXIAO

信任、交易成本与企业绩效

——来自中国上市公司的经验证据

李琳 著

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海竞成印务有限公司印刷装订

2010 年 8 月第 1 版 2010 年 8 月第 1 次印刷

710mm×960mm 1/16 6.5 印张(插页:1) 134 千字

印数:0 001—1 500 定价:16.00 元

前 言

信任在人类生活中起着必不可少的作用。它渗透在诸如社会交往和商业交易等各种各样的日常活动中,不仅促进社会和经济交往,而且在包括政治和经济活动在内的各种社会关系中发挥着润滑剂的功能。从宏观层面看,建立在种种机制之上的信任是构成一个国家的社会资本要素之一,这种社会资本供给充足与否,直接影响着社会的宏观经济绩效;从微观层面看,能够减少企业的交易活动由于交易成本带来的摩擦力,进而影响企业的经济绩效。虽然信任问题的重要性近年来在国内外都已受到越来越多的关注,但研究信任对经济活动影响的成果为数不多,而就企业间信任对企业商业交易活动影响的研究就更少之又少。本研究的目的在于信任、交易成本相关理论既有研究成果的基础上,描述中国企业间信任建立的主要基础,并对建立在各种基础上的信任对企业交易活动的影响进行检验,揭示中国企业间信任的结构现状,深化人们对企业间信任对企业交易活动以及经济绩效影响的认识和理解,以引起企业甚至整个社会对守信行为的重视。

本研究在文献回顾的基础上建立一个研究框架:企业间信任降低企业交易成本,从而提高企业绩效。本研究主要从被信任的角度切入研究企业间信任问题,按照现有理论并结合我国的制度背景将企业间信任按照建立信任的基础分为基于声誉的信任、基于关系的信任和基于制度的信任等层次,并采用相关数据进行度量,对交易成本则采用直接度量和间接度量方式,同时考察了企业价值、会计业绩和年度股票收益表现出来的企业绩效。本研究的重点是考察各种信任是否降低企业商务往来中的交易成本,并重点考察了基于声誉的信任在降低企业商务往来中的交易成本进而提高企业绩效时的作用。

由于信任程度数据难以搜集,对于基于声誉的信任,本研究采用已有研究中间卷调查得来的中国各地区信任程度指数,以考察不同所有权性质为度量指标的信任程度。对于基于关系的信任,本研究采用关联交易的多寡来间接衡量基于关系的信任度的高低。对于基于制度的信任,本研究采用已有研究中的各地区市场中介组织发育程度和法律制度环境排名指数数据来间接衡量基于制度的信任度的高低。对交易成本的度量,本研究采用了直接和间接两种度量方式,用企业在赊购活动中对商业信用不同契约形式的选择来间接度量交易成本,用企业销售活动中发生的销售费用和

折扣来直接度量交易成本。本研究对企业绩效主要考察了企业价值、会计业绩和年度股票收益,对数据分析过程主要运用回归分析完成。

研究结果表明,随着地区基于声誉的信任程度的提高,企业面临的交易成本降低,具体表现在企业预付账款的比例降低,以及应付票据占总应付款项的比例降低,同时,企业单位销售收入的销售费用支出也减少,企业的绩效显著较高。此外,以所有权性质为度量指标的基于声誉的信任对交易成本也具有重要影响,民营企业所面临的交易成本相对于其他所有制形式的企业显著较高。最后,基于关系的信任能降低交易成本,关联方之间交易越多则交易成本越低,而基于法律的信任也能降低交易成本,但许多情况下显著性较低。所有权性质为度量指标的基于声誉的信任程度、间接度量的基于关系的信任程度、基于制度的信任程度对企业绩效的影响或者比较复杂或者不显著。综合以上研究发现,基于声誉的信任是影响当前我国企业商务活动往来过程中的重要因素,基于声誉的信任可以降低企业的交易成本,进而提高企业绩效。

目 录

前言/1

第一章 导言/1

第二章 理论分析与文献回顾/7

第一节 信任/7

第二节 企业间信任/12

第三节 交易成本/18

第四节 信任与交易成本、经济绩效/22

第三章 制度背景与研究假设/27

第一节 中国社会的信任状况——历史文化和现实的思考/27

第二节 中国企业间信任状况分析/35

第三节 研究假设/40

第四章 研究设计与描述性统计/45

第一节 研究设计/45

第二节 描述性统计/51

第五章 实证检验结果与分析/58

第一节 企业间信任与交易成本/58

第二节 企业间信任与企业绩效/65

第六章 敏感性检验/70

第一节 企业间信任与交易成本的敏感性检验/70

第二节 企业间信任与企业绩效的敏感性检验/75

第三节 其他敏感性检验/77

第七章 结论与启示/82

参考文献/86

致谢/97

第一章 导 言

一、研究问题

信任是除物质资本和人力资本之外决定一个国家经济增长和社会进步的主要社会资本。研究表明,在微观层面,企业内部以及企业之间较高的信任度可以提高企业的竞争力、改进企业的绩效;在宏观层面,一个国家的信任度的高低对其社会长期稳定和经济稳定增长乃至社会经济效率都具有重要作用,影响的机理在于信任直接影响了—个社会的经济实体的规模、组织方式、交易范围和交易形式,以及社会中非直接生产性寻利活动的规模和强度。

在我国,由于缺乏有效性承诺而导致的人际信任和企业间信任的不确定性乃至不安全性的状况,当今中国人深深地感受到信任危机现象的客观存在。如从 20 世纪 80 年代起我国市场上出现了大量假货,一年年“打假”的声音总是不绝于耳,但假冒伪劣商品并没有迅速得到遏止,反而愈演愈烈,许多严重危及生命安全的假货也在市场上时有出现,造成如山西汾酒事件、安徽阜阳婴幼儿奶粉事件等多起重大事故。不仅如此,影响更为深远的是,如今的造假早已不仅仅局限于当初的产品市场,而是四处泛滥。资本市场中上市公司操纵利润、虚假关联交易、有组织的报表造假早已不是新闻,劳动力市场的假合同、假雇佣、欺诈勒索等行为也层出不穷,建筑市场里豆腐渣工程比比皆是。更有甚者,中国的人民币作为政府的信用本来是最值得信任的交换媒介,但如今验钞机已成为商家必备工具。这一切都是社会缺乏信任与信誉的表现和结果。这种低信任度对社会和经济的损害是显然的,它使得交易成本急剧增加,社会分工受到阻碍。更有学者指出,中国属于低信任度社会,难以创造较稳定和规模较大的企业组织,并且难以在新的全球经济中具备较高的竞争力。显然,为使我国企业可持续地发展,增强竞争力,以迎接全球化的挑战,有必要分析我国社会中存在的信任问题,尤其是针对企业间信任问题进行研究,这对社会经济发展具有重要意义。社会主义市场经济中的企业间信任建立在什么基础之上?信任到底能够为企业带来什

么影响?为什么要建立信任?这些问题虽然得到了社会学家、经济学家和管理学家的高度重视,但理论分析较多,经验研究很少。信任对个人和企业行为的影响是无形的,必须通过实证研究加以证实,才能够更清楚地反映信任的重要作用。本研究致力于从企业的角度研究我国企业间信任状况及其影响,在研究中重点考察以下问题:企业间信任建立的基础是什么?信任是否影响企业商业活动中的交易行为与交易成本?信任能否显著提高企业价值与经营业绩?本研究将有助于人们清楚地认识我国企业间信任状况信任建立的基础、信任与企业交易成本及企业绩效之间的关系。

二、研究思路

本研究的主题是探讨信任与交易成本和企业绩效、企业价值的关系。由于对信任的研究包括社会学、管理学和经济学等多种角度,本研究的内容将以经济学理论为基础,借鉴社会学的相关理论,结合管理学已有的研究成果。

经济学理论强调,一个社会的经济发展归根结底取决于不断进行的各类交易活动,由于市场并非完美和无摩擦的,因此任何交易都伴随着交易成本的产生。对于任何交易方面而言,交易成本的高低决定双方的交易行为和模式,有时当交易成本高昂到一定程度时甚至会取消交易。交易成本就是运用价格体系的成本,有关价格、谈判、签约等成本均属于交易成本的范围。对交易各方而言,信任的重要作用在于能提供稳定的心理预期,从而降低由于彼此间信息不对称所产生的交易成本。

社会学学者认为,信任其实是一种社会资本,与特定的社会文化相联系,从长远角度看影响不同社会或地区的绩效。经济学学者对信任问题的研究,多是从新古典经济学的理性选择出发,认为信任实际上是人们为了规避风险、减少交易成本的一种理性选择。经济学学者认为,信任是经济交换的润滑剂,是控制契约的最有效机制,是含蓄的契约,是不容易买到的独特的商品。管理学学者则认为企业内部的信任及企业间信任可以降低企业的交易成本,改善企业绩效。

根据信任与交易成本的关系,可以预期,不同的信任度将导致交易方承担不同的交易成本。本研究主要就信任如何影响企业之间商业贸易往来过程中的交易成本进行检验。但研究面临两个问题,首先,信任度差异如何体现?其次,交易成本如何度量?

明确信任的基础,有助于对信任进行较为确切的度量。尽管对信任的基础有若干种解释,但通常将信任按不同基础归纳为:基于声誉的信任、基于制度的信任和基于关系的信任三种。基于声誉的信任属于过程信任,建立在交易双方长期交往或博弈基础上,是人们追求长期利益的反映;基于制度的信任建立在非个人规则、社会规范和制度基础上,是一种制约和法治的信任;基于关系的信任则是从社会学角度研究的结果,在交易双方信息不对称程度较高的前提下,具有特殊人际关系与组织关系的交易双方更容易产生信任。本研究对基于声誉的信任、基于制度的信任、基于关系的

信任进行全面考察。就基于声誉的信任度量问题,本研究主要选取了两项指标。其一是中国企业家调查系统 2000 年对全国各地区的信任度问卷调查,该调查涉及全国 31 个省、自治区和直辖市,调查结果给出了各个地区的信任度。从该调查结果可以看出,不同地区基于声誉的信任度差异仍然存在,而且有些地区的信任度还较高,只是地区间信任度差异较大,而这种差异为本研究奠定了基础。可以预见,企业在商业贸易往来过程中由于所处地区基于声誉的信任度不同,企业所承担的交易成本也会有所差异。其二,较多的事实和研究表明,中国民营企业被信任程度较低。中国企业家调查系统 2000 年的全国调查结果显示,在众多所有制形式的企业中,中国的企业经营者对于民营企业的信用程度评价最低,只有 25.8% 的企业经营者认为民营企业较守信用,而国有企业的被信任程度则最高,约 55.5% 的企业经营者认为国有企业较为守信,因此,本研究以企业的所有制性质差异作为度量基于声誉的信任的另外一个替代指标。就基于制度的信任的度量问题,由于直接的信任指数难以取得,本研究采取中国市场化指数年度报告中的地区中介组织发育和法律制度环境排名指数数据,作为对基于制度的信任的间接度量。对基于关系的信任的度量面临与基于制度的信任相同的问题,缺乏直接可得信任指数,本研究采取企业关联交易的多寡来间接度量基于关系的信任程度。

根据交易成本理论的预期,交易成本的高低影响人们的交易行为,同时人们也往往根据所面临的交易成本而尽量选择成本最小的交易形式或契约结构。这意味着虽然有时不能够直接度量交易成本,但通过观察交易的形式或某种契约结构来间接度量。有关学者的研究指出,交易成本虽然很难测量,但只要能够指出这些成本是怎样在不同的可见环境中变化的,就可以避开测量问题,因此可以根据观察的不同情况分出序列等级,序列等级是对交易成本的一种度量方式。当然,许多经验研究也对交易成本进行直接度量,如用耗费在寻找交易伙伴或执行交易中的经济资源对交易成本进行度量。本研究根据上述思想,着力于考察企业商务活动中发生的两类交易成本,其一是企业销售商品过程中发生的销售费用和折扣,其二是企业购货活动采取的不同商业信用形式背后隐藏的交易成本。企业销售商品过程中发生的销售费用和折扣,可被视为交易成本的直接度量方式,因为低信任度的企业往往需要支付更多的辅助销售费用,或者只有提供给对方折扣或者进行更多的广告宣传才能够促进销售。企业不同的商业信用形式则提供了对交易成本的间接度量。通常来说,商业信用具有多种形式,如应付票据、应付账款、应收账款等。对购买方企业而言,由于提供应付票据往往意味着复杂的核对签发过程,并增加银行这一中间环节,因此,应付票据这种信用形式相对应付账款交易成本较高;对销售方而言,从会计学角度看,只有在企业商业票据无法按期兑现的情况下,才将应收票据计入应收账款,这意味着应收账款的受偿风险较高。同样道理,预付账款对购买方企业而言是成本最高的一种信用方式,因为提前支付货款,就丧失了采取信用融资的手段,尤其是当企业现金比较短缺

时该要求往往造成无法顺利交易;对销售方而言,要求对方预付账款却是一种相对安全的信用方式,基本没有对方违约的风险。因此,本研究还通过企业购货活动中采取的不同商业信用形式来间接度量交易成本,根据本研究的预期,被信任度较低的企业,其采购货物时将更多地使用应付票据或者预付账款;对信任度较高的企业而言,交易成本相对较低,采用应付账款的信用形式也能够从销售商那里获得商品。

考虑到信任与企业交易成本的关系,自然可以想到信任能否提高企业价值或绩效。需要注意的是,由于影响企业绩效的因素众多,无法全部控制以确切观察信任是否能够有效提高企业绩效。本研究以为,基于声誉的信任建立在交易双方长期博弈基础上,对企业而言声誉的建立本身就是一种无形资产,因此声誉对提高企业经济绩效具有正向作用^①;基于制度的信任往往是作为一种信任程度的底限作用而被强调,虽然我国各地区间市场中介组织发育和法律制度环境有所差异,但总体来看我国市场中介组织发育程度较低,法律执行力度较弱,不同地区市场中介组织发育和法律制度环境的差异能否对企业交易成本和经济绩效产生影响是不确定的;最后,基于关系的信任虽然有可能降低关联方之间的交易成本,但我国上市公司普遍的关联交易行为很大程度上反映了公司盈余管理 with 支持和“掏空”行为,故具有较多关联交易的公司虽然能够以较低的交易成本实现交易,但由此能否影响企业绩效则是不确定的。笔者在研究的同时,还分别控制了公司特征变量和一些有可能影响研究结论的因素。

三、研究主要发现

本研究以我国资本市场沪、深 A 股 1999~2003 年上市公司为研究样本,从企业的角度考察企业间信任度对上市公司交易成本和业绩的影响。实证研究结论发现:

(一)信任能够显著降低公司交易成本

本研究使用了间接度量和直接度量两种方式衡量交易成本。间接度量是通过企业购货活动中采取的不同商业信用形式来表示,直接度量是通过公司销售货物过程中发生的销售费用与折扣来表示。本研究发现,随着地区基于声誉的信任度的提高,企业交易成本则较低,具体表现在企业预付账款的比例低,而且应付票据占总应付款项的比例也较低,同时,企业单位销售收入的销售费用支出也减少;反之则相反。同时本研究还发现,民营企业面临显著较高的交易成本。地区市场中介组织发育和法律制度环境的差异对交易成本的影响不甚显著,因此其替代的基于制度的信任降低交易成本的作用不显著,以关联方交易为度量替代的基于关系的信任能够显著降低公司交易成本。

^① 虽然民营企业面临较多的交易成本,但民营企业产权明晰,提供了其他形式的激励,使得本研究对考察以所有制形式为度量基础的信任与企业绩效的关系充满了噪音,影响方向也是不确定的。本研究也发现,民营企业业绩与其他所有制形式的企业没有显著差异。有关所有制形式与企业绩效的研究请参考相关文献。

(二)信任影响企业绩效与价值

信任往往同企业长期绩效相关,但受限于样本数据,本研究只能考察信任度对企业年度绩效(会计业绩、市场收益)或企业价值的影响。研究结论发现,基于声誉的信任能够显著影响企业绩效,在控制了地区和其他公司特征因素的影响以后,信任度越高的地区,企业年度会计业绩和市场收益越好,企业价值越高,而且该结论在进行分年度检验以及面板数据(panel data)检验时结果非常稳定。此外本研究还发现,不同所有权性质、地区中介组织发育和法律制度环境差异、关联交易对企业绩效影响不大,而关联交易则有时会甚至降低企业业绩,这与本研究的预期相符,表明不同的信任基础对企业经济绩效的影响差异较大,在我国当前法律保护程度尚不完善的转轨经济环境下,基于声誉的企业间信任发挥了重要作用,降低了企业交易成本,提高了企业经济绩效。

四、研究框架

本研究将系统回顾和分析信任、交易成本及两者之间的关系,指出信任能降低交易成本,并最终提高企业绩效和企业市场价值。本研究以我国上市公司商业购销活动往来为研究对象,以地区间信任度差异、企业信任度差异为研究的制度背景,通过对资本市场沪、深 A 股上市公司的大样本检验来验证本研究的假设。研究的大致结构安排如下:

第一章,导言。本章主要提出本研究要探讨的问题,说明论文的研究意义、主要发现和结构安排。

第二章,理论分析与文献回顾。本章主要是从信任、企业间信任、交易成本、企业绩效等角度对研究问题进行了分析探讨并回顾了相关的文献。首先讨论了信任的相关理论,接着由人际信任合理推及企业间信任,详细论述了企业间信任的概念和基础,然后回顾了交易成本理论,重点就交易成本的概念和度量进行理论分析与文献回顾,最后阐述了企业间信任与交易成本、企业绩效之间的关系。

第三章,制度背景与研究假设。本章对我国人际信任和企业间信任的基础、转轨经济中人际信任和企业间信任基础结构发生的变化等制度背景进行系统分析,然后提出研究假设。首先回顾了我国人际信任建立的基础、转轨经济中人际信任基础结构发生的变化,接着阐述了企业间信任一度出现的危机,在我国人际信任的特有基础之上分析了我国建立企业间信任的基础及信任结构,然后说明了随着市场经济向纵深发展,企业也越来越意识到建立信任对企业的重要性,企业开始注重维持、改善自己的声誉,与此同时信任的制度基础也逐渐得到加强。最后分析了转轨经济中不同地区、不同产权性质企业的不同类别的信任度差异,提出了研究假设。

第四章,研究设计与描述性统计。本章分为两节。第一节是研究设计,介绍本研究方法、样本选择及数据来源以及会计指标选择。第二节是描述性统计,说明实证研

究的变量定义、行业分类和单变量分析。

第五章,实证检验结果与分析。本章主要是实证检验。主要分析了基于声誉的信任、基于制度的信任、基于关系的信任对交易成本的影响,以及基于声誉的信任、基于制度的信任、基于关系的信任对企业价值、企业会计业绩和年度股票收益的影响。用企业所处不同地区的信任度的差异以及不同所有权性质企业信任度的差异度量基于声誉的信任度,用各地区市场中介组织发育和法律制度环境的强弱度量基于制度的信任度,用上市公司的关联交易多寡度量基于关系的信任度。采用直接度量和间接度量方式对交易成本进行度量。对交易成本的间接度量表现为企业赊购采用的商业信用形式的差别,对交易成本的直接度量表现为上市公司销售过程中发生的费用及折扣。然后本研究进一步检验了基于声誉的信任对上市公司市场价值、会计业绩的影响。最后是本章的总结,发现信任能够显著降低交易成本,但只有基于声誉的信任对公司市场价值和业绩具有显著的正向影响。

第六章,敏感性检验。本章主要就信任与交易成本、市场价值、公司业绩的关系进行了分年度检验、面板数据(panel data)检验,同时还控制了信任度的内生性等因素对本研究结论的影响,最后采用其他财务指标进行验证。

第七章,研究结论与启示。本章由几部分构成。第一部分归纳了主要的研究结论,第二部分概括了本研究贡献,第三部分指出了本研究存在的局限以及可能的后续研究方向,最后总结了通过本研究可获得的研究启示。

第二章 理论分析与文献回顾

第一节 信 任

最早对信任问题做出专门论述的是德国社会学家齐美尔。他在1900年出版的专著《货币哲学》中曾谈到,信任是“社会中最重要综合力量之一”,并详细论述道:“离开了人们之间的一般性信任,社会自身将变成一盘散沙,因为几乎很少有什么关系能够建立在对他人确切的认知之上。”自齐美尔之后,信任研究沉寂良久,直至20世纪50年代一批心理学家的人际信任实验研究开始,才重新被人们所发现。随后不同学科比如哲学、政治学、社会人类学、社会学、经济学、管理学的学者对信任从不同角度进行了研究。由于信任与人类的遗传、生理、心理、伦理等现象及社会经济行为交织在一起,对于信任问题的深入研究需要综合相关学科的研究成果。

一、信任的概念

信任是一个复杂的社会与心理现象,涉及很多层面和维度。对信任的认识有很多种,但直到今天也没有一个共同认可的定义。研究者们倾向于从不同的学科背景和研究需要来界定信任,有关信任的研究起始于社会学领域,后来逐渐扩展到经济学、管理学、心理学等研究领域。

社会学对信任的定义比较分散。从社会学的观点来看,信任是社会关系的一个重要维度,信任根源于利他主义,是与社会结构和文化规范紧密相关的社会现象。社会学认为,信任无法脱离社会和文化而独立存在(Luhmann,1979;Barber,1983;Giddens,1984;Lewis, Weigert,1985; Gambetta,1988; Fukuyama,1995;郑也夫,2001)。心理学较多地探讨人际信任,一开始只关注个体的认知内容和行为表现,但随着研究的深入,心理学中的人际信任研究已逐渐突破学科的屏障向社会学延伸,意识到社会

结构、制度变迁对个体信任的影响;同时,社会学的信任研究也不仅仅局限在狭小的学科体系内,而是关注到信任的形成、信任的运作(Rotter, 1967; Wrightsman, 1992; Sable, 1993)。经济学对信任的研究也较多,他们往往更强调信任的理性基础与制度基础,并把信任视为社会经济秩序的基础,但是很少有给出信任的确切定义。管理学较多地借鉴社会学和心理学的定义,并把个人间的信任延伸至组织之间的合作(Anderson, Narus, 1990; Dodgson, 1993; Morgan, Hunt, 1994; Rousseau, 1998; Sako, Helper, 1998; Inkpen, Currall, 2004)。伴随着研究的进一步发展,学科视野的不断突破已成为信任研究的一个必然的趋势。

本研究对上述几种不同学科对信任定义进行了简单的归纳,具体见表 2-1-1。

表 2-1-1

信任的定义

不同学科的学者	定 义
社会学	
Luhmann(1979)	信任是对产生风险外部条件的一种纯粹的内心估价。
Barber(1983)	信任是对自然的和道德的秩序的坚持和履行的期望。具体为两个方面:(1)对于有技术能力的角色行为的期望,(2)对于信用义务和责任的一些期望。
Giddens(1984)	信任是对一个人或一个系统之可信赖所持有的信心,在一系列规定或实践中,这种信心表达了对诚实或对他人的爱的信念,或者对抽象原则(技术知识)之正确性的信念。
Lewis, Weigert(1985)	信任是由人际关系中的理性计算和情感关联决定的人际态度。
Gambetta(1988)	信任是一个特定的主观概率水平,一个行为人以该概率判断另一个行为人或行为人群体将采取某个特定行动。当我们说我们信任某人或某人值得信任时,我们隐含的意思就是,他采取一种对我们有利或至少对我们无害的行動的概率很高,足以使我们考虑与他进行某种形式的合作。
Coleman(1990)	信任是致力于在风险中追求最大化功利的有目的的行为。
Fukuyama(1995)	信任是在社团之中的成员对彼此常态、诚实、合作行为的期待,基础是社团成员共同拥有的规范,以及个体隶属于那个社团的角色。
郑也夫(2001)	信任是一种态度,相信某人的行为或周围的社会秩序符合自己的愿望。它可以表现为三种期待:对自然与社会的秩序性,对合作伙伴承担的义务,对某角色的技术能力。
心理学	
Rotter(1967)	信任是个体认为另一个人的言词、承诺以及口头或书面的陈述可靠的一种概括化的期望。
Wrightsmen(1992)	信任是个体特有的对他人的诚意、善意及可信任的普遍可靠性的信念。
经济学	
Sable(1993)	信任就是一方确信另一方不会利用自己的弱点来获取利益。

续表

不同学科的学者	定 义
管理学	
Anderson, Narus (1990)	信任是企业的信心:相信其他企业会采取对本企业产生正向结果的行为,而不会作出会导致负面结果的非期望行为。
Dodgson(1993)	信任是交易一方对另一方将付诸意料之中的、相互可接受的行为的预期。
Moorman, Deshpande, Zaltman(1993)	信任是指由于对合作伙伴有信心而愿意依赖对方。
Morgan, Hunt(1994)	信任是指合作的一方对另一方的可靠性和诚实度有足够的信心。
Mayer, Davis, Schoor- man(1995)	信任是指一方在有能力监控或控制另一方的情况下,宁愿放弃这种能力而使自己处于弱点暴露、利益有可能受到对方损害的状态。
Rousseau(1998)	信任是建立在对另一方意图和行为正向估计基础之上的不设防的心理状态。信任不是一种行为(如合作)或者一种选择(如承担风险),而是与这些行动有因果关系的一种信任状态。信任可能是人际间的,也可能是组织之间的,还可能是多层次相结合的。
Sako, Helper(1998)	信任是代理人对其交易伙伴的一种期望:交易伙伴会以一种相互可接受的方式行事(包括任何一方都不会利用对方弱点的期望)。
Inkpen, Currall (2004)	信任是存在风险状况下对合作伙伴的信赖。

尽管学者们对信任的本质有不同表述,但基本意义是一致的,即对另一方的信赖。信任通常具有以下特点:

1. 信任是对另一方可信赖的主观性的信念或期望,另一方之所以被信赖是因为他采取一种对对方无害的行動的概率很高,足以使对方考虑与他进行某种形式的合作。

2. 信任的标准是对方是否执行了自己所期望的行为,给予信任的那一方确信另一方不会利用自己的弱点来获取利益,认为另一方的言词、承诺以及口头或书面的陈述可靠,或者另一方会以一种相互可接受的方式行事。

3. 一方对另一方的信任具有风险,给予信任是权衡风险与收益之后的结果。

4. 信任无法脱离社会文化而存在。

二、信任的分类

如同对信任的定义,不同学科的学者根据研究的不同需要给出了信任的不同分类。有依据建立信任的基础(或信任的来源)对信任的分类,如 Williamson(1975)提出信任包括计算的信任、制度的信任与个人的信任三种模式,Zucker(1986)则进一步强调了基于过程和特征的信任,Sako(1992)则将信任理解为能力型信任、契约型信

任与善意型信任,张维迎(2003)则重点强调个性特征、制度与信誉。有些学者则根据信任的对象或人际关系中的维度对信任进行分类(Weber, 1920; Lewis, Weigert, 1985)。本研究将这些学者对信任分类的观点进行了简单归纳,具体见表 2—1—2。

表 2—1—2

信任的分类

学 者	分类依据	信任种类
经济学 Williamson (1975)	建立信任 的基础	1. 计算的信任:建立在理性选择的基础上的信任,是在经济交易中对得失权衡比较中所产生的信任。当委托人认识到受托人采取了一种对其是有利的行为时,信任就会出现。在这种信任中,信任的产生不仅是可能存在某种程度上的威慑,即如果采取不守信的行为可能会受到威胁或惩罚,而且可以通过一些信号显示(文凭、资格证书、有声望者的推荐等)掌握受托人的意愿和能力的可靠信息。 2. 制度的信任:行为者因考虑制度环境的惩罚而守信的行为,法律系统或在近亲属群体间普遍存在的非正式社会规范约束着行动者的行为。 3. 个人的信任:它是这样一种条件,在这种条件下,行为者即使在契约不完全、理性有限的条件下仍然相信会被执行。这种行为被称为乌托邦契约。
管理学 Zucker(1986)	建立信任 的基础	1. 基于过程的信任:这种信任依赖于过去的交易的经验,如声誉和礼物的交换。这表明可根据一个人过去的行为和声誉的了解而决定是否给予信任。 2. 基于特征的信任:这种信任依赖于个人的家庭背景和种族。这是一种由社会相似性而产生的信任,如根据他人与自己在家庭背景、种族、价值观念等方面的相似性的多少来决定是否给予信任。一般而言,相似性越多,信任度越高。因为相似的社会背景往往意味着有相近的行为规范,容易相互理解,在交往或经济交换中容易达成共识等。 3. 基于制度的信任:这种信任基于非个人性的社会规章制度,促使这种信任产生的原因大致有 3 种:(1)交易双方的社会距离,即交易跨越团体进行,而这些职业和工业团体有着不同的交易预期;(2)交易双方的地理距离,制度信任更容易跨越地理距离而传播开来;(3)社会体系中不可分离的交易数量,尤其是大型的相互依赖的网络交易的产生。
经济学 Sako(1992)	建立信任 的基础	1. 契约型信任:一种基于契约的信任。契约越细致,越能赢得交易当事人的信任。交易双方的信任与其说是人与人之间的信任,不如说是双方对契约的信任。 2. 能力型信任:被信任方具有按照对方要求和预期完成某一行为的能力。如一个供货商的能力,不仅指品质要求,还包括品质保证、供货时间及供货的可靠性等,它形成了对一个企业进行价值评估的重要内容。这种能力越强,越能获得信任。 3. 善意型信任:交易一方出于善意而对他人授予信任。这里所指善意包括共同的信仰、友谊、同情等。
管理学 Lewicki, Bunker (1996)	建立信任 的基础	1. 基于计算的信任:交易者都是理性的,交易双方行动时会充分考虑被信任和不被信任的收益和成本。 2. 基于认知的信任:这种信任依赖于交易双方共同的思考方式,对于另一方行为的预测建立在对对方过去行为一致性的了解基础上。 3. 基于认同的信任:交易双方有着共同的价值观,包括道德责任方面的共同认识。交易双方都能很好地理解对方的需要,且这种理解能导致每一方有效地为对方而行动。又称为自愿型信任。