

信用关系的基本形式及其经济学分析

林金忠

摘要: 信用关系是由信用行为而产生的一种经济关系,而信用关系有三种基本形式,即:单方面的信用关系、双方相互信用关系和中介的信用关系。对单方面信用关系的分析,以委托代理关系中的信用行为决策模型为基础,阐明了这种信用关系的机理;对双方相互信用关系的分析,揭示了信用关系由不对称转化为对称的内在机理;对中介的信用关系的分析,提出并对比了这种信用关系的三种基本形态,并阐明了在竞争性市场下信用关系的网络极化效应。这些分析的结果表明,竞争性市场并不会自发地形成可靠的信用关系;每一种信用关系都需要一个完善的社会信用制度来支撑。

关键词: 信用 信用行为 信用关系 信用制度

整顿市场秩序的一项核心任务是建立和完善信用制度。何谓信用制度?概而言之,信用制度是对信用关系的各种社会规范的总称。显然,深刻把握信用制度的关键,在于弄清信用关系本身。因此,从经济学角度分析信用关系的涵义和基本形式,以及不同形式的信用关系对信用制度的要求,遂成为有意义的经济研究论题。

一、信用关系及其基本形式

欲知信用关系的涵义及其形式,首先需要弄清信用和信用行为的概念。

迄今为止,理论经济学对信用的认识,仍是相当贫乏的。一方面,仍停留在狭窄的意义上理解信用概念,表现在信用仅仅被视为一种价值运动的特殊形式;这种价值运动形式基本上都发生于货币信贷和商品交易的赊销或预付行为之中。比如,在颇具权威性的《新帕尔格雷夫经济学大辞典》中,与“信贷周期”信用有关的辞条只是“信用发行”、“信贷”、“信贷市场”和“信贷配给”这几条。这些辞条都没有脱开一个狭窄的认识,也即把信用视为以偿还为条件的价值运动的特殊形式。于是,我们在经济文献中所见到的信用概念的使用,多半只局限于商业信用、银行信用、国家信用和消费信用等。另一方面,信用也始终未被纳入微观经济活动主体的行为分析范围之内。如信用行为和信用关系这样的概念,并未引起经济学家的足够关注。如此,信用制度就势必缺乏扎实的微观理论基础,而关于信用制度的基本内涵及其作用机理等问题,也就无从得到确切把握了。因此,我们认为需要重新认识信用及其相关概念。

对一般信用概念的把握,关键在于“信”。“信”的基本含义包括“真实”、“诚实”及“可信”。这些含义是相通的:真实是指与事实相符,就人事而言,便有言行一致的含义;言行一致的品德或行为特征就是诚实;从社会评价的角度而论,诚实就意味着可信。因此在一般意义上,“信用”与“信任”、“信赖”、“诚信”等,都属于同义的概念,它们的本质内涵都同一于“信”。

从经济学角度看,信用乃是一种经济行为,我们称之为

信用行为,表现为显示真实的信息、采取可信的行动或作出与事实相符的承诺。从行为主体的角度来看,这种信用行为与其他行为一样,都是对社会环境作出的适应性反应,其根本目的仍在于追求自身利益。A对B作出信用行为,并非因为A本身特别有道德情操,而是因为A有着自身的利益,并认为实现这一利益就需要对B作出信用行为。换言之,信用行为并不能归结为行为主体的内在道德信念的外在表现,而应理解为一种以追求自身利益为目标的理性经济行为。将信用行为视为一种道德表现,就等于抽空了这种行为的经济内容,从而将它排挤出经济学研究的范围了。

在信用行为的实施过程中,就出现了某种与信用相关联的特定的社会经济关系,我们称之为信用关系,它是由信用行为引出的经济主体之间的关系。A对B作出信用行为,就产生了A与B之间的信用关系。这种信用关系对A和B的经济活动都有影响作用,最终都归结为A和B的成本和收益的相应变动。从社会角度来看,微观行为主体之间的信用关系都具有外部性,因而其影响作用将波及整个社会的经济活动。

在社会经济生活中,信用关系具有多种形式,它们彼此相互交错,构筑出一张十分复杂的社会信用关系网络。在这一张社会信用关系网络中,我们可以辨认出三种基本的信用关系形式,即:(1)单方面信用关系,如A对B作出信用行为,但B并没有相应地对A也作出信用行为;(2)双方相互信用关系,如A和B之间相互向对方作出信用行为;(3)中介的信用关系,如A和B因为C而产生间接的信用关系。其中,第(1)种和第(2)种形式可称为直接的信用关系,亦即不借助于第三者而发生的信用关系;第(3)种形式可称为间接的信用关系,因为这种形式下通过第三者的中介作用而间接地发生信用关系。

信用关系的这三种基本形式,在一定条件下是可以相互转化的;通过修改、放松或添加某些前提条件,就可以从一种形式转变为另一种形式。比如,在第(2)种形式的基础上,只要把A和B之间的相互向对方作出信用这个前提条件,修改为A(或B)向B(或A)单方面作出信用行为,那么这种形

式就转化为第(1)种形式。又如,由第(1)种形式中,放松A对B作出信用行为这一前提条件,使得A和B都没有直接向对方作出信用行为,但A和B通过C而间接地向对方作出信用行为,那么,第(1)形式也就转变为第(3)种形式。

这三种基本形式,适用于交易关系的不同类型。比如,在委托代理关系以及借贷关系中,所适用的信用关系形式主要是第(1)种和第(3)种;在买卖性质的交易关系中,所适用的信用关系形式主要是第(2)种,即双方相互信用关系。在适用不同信用关系形式下,交易关系中所存在的信用问题是不一样的,因而信用制度建设所面临的问题也就相应不同。

二、单方面信用关系中的信用行为分析

让我们首先对单方面信用关系展开分析。这种信用关系的常见的表现形式是委托代理关系。在经济生活中,委托代理乃是普遍存在的一类经济关系;大体上可以说,凡是在一方经济活动主体需要通过另一方来实现某种目标,而双方的利益又不是完全重合的情况下,就存在着委托代理关系。

在委托代理关系中,一种常见的情形是委托人并不具备关于代理人是否可信的充分信息,但又需要将某种资源交付给代理人,由后者来实现委托人的某种目标。在这样一种情形下,双方的交易就涉及到一种特定的信用关系形式,即委托人单方面向代理人作出信用行为。因此,在委托代理关系发生之前,委托人就需要对自己该不该采取单方面信用行为作出事前的决策。我们可以借助于下面一个简单的模型分析,来揭示这种决策所包含的经济学意义,以及它对信用制度的含义。

在这种信用行为决策中,委托人只拥有关于代理人是否可信的不充分的信息,换言之,代理人可能守信,也可能不守信。假设代理人守信的概率为 p ,则 $0 < p < 1$ 。再假设当代理人守信时,委托人从委托代理关系中获得的可能收益为 G ;当代理人不守信时,委托人在委托代理关系中遭受的可能损失为 L 。很显然,在这样一种委托代理关系中,委托人在多大程度上获得收益或遭受损失,主要取决于他所掌握的关于代理人是否可信的信息,这种信息决定了 p 值的分布;换句话说, G 和 L 均可视为 p 的函数。而且,按照上述假设, G 一定是 p 的增函数,而 L 则一定是 p 的减函数,亦即 $G'(p) > 0$ 和 $L'(p) < 0$ 。

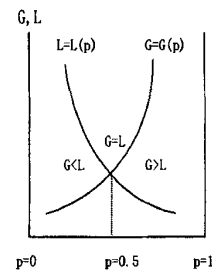
在上述假设条件下,委托人作出信用行为决策的条件可表达为如下三个判断:

- (1) 若 $p/(1-p) > L(p)/G(p)$,则委托人决定作出信用行为,因而产生了委托代理关系;
- (2) 若 $p/(1-p) < L(p)/G(p)$,则委托人不作出信用行为,因而委托代理关系无从产生;
- (3) 若 $p/(1-p) = L(p)/G(p)$,则委托人是否作出信用行为并无差别。

由于在情形(1)或(2)下,判断条件中的不等号意味着一个连续的区间,在区间内意味着无数种可能性的集合,而在情形(3)下,判断条件中的等号则意味着仅存在一种可能性(当 $p = 0.5, L(p) = G(p) = 1$ 时,该判断条件成立),因此毫无疑问,情形(3)与情形(1)和(2)相比,是极其罕见或极为偶然的一种例外,可以存而不论。

就情形(1)和(2)而论,委托代理关系成立与否,取决于 p 值的变动范围。当 $1 > p > 0.5$ 时, $p/(1-p) > 1$,而 $L(p)/G(p)$

($p < 1$,故情形(1)成立;当 $0.5 > p > 0$ 时, $p/(1-p) < 1$,而 $L(p)/G(p) > 1$,故情形(2)成立。当 $1 > p > 0.5$ 时,我们称之为代理人的行为基本可信;当 $0.5 > p > 0$ 时,我们称之为代理人的行为基本不可信。下图概括了这些讨论。图中的两条曲线之间, $G < L$ 的区域为基本可信, $G > L$ 的区域为基本不可信。



p 值的变动,又取决于代理人过去的信用行为状况,以及委托人所掌握的关于代理人是否守信的信息。因此,问题又可以进一步归结为:代理人过去在多大程度上是守信的,以及委托人在多大程度上能够获取代理人是否守信的信息?显然,这两个问题都与社会信用制度的存在与否以及完善程度有关。

当一个社会存在着较为完善的信用制度时,经济活动主体的信用行为的有关信息就得到较好的记录、保存和披露。这一方面使得特定的经济活动主体因惧怕给自己留下不良信息而趋向于守信,另一方面也使得其他经济活动主体能够及时掌握到交易伙伴是否守信的信息。在这种情形下, p 的值将处于 $1 > p > 0.5$,即代理人的行为将趋于基本可信。反之,当一个社会的信用制度不完善,乃至不存在信用制度时,由于经济活动主体的信用行为的有关信息未能得到记录、保存和披露,一方面使得经济活动主体对自己的信用行为肆无忌惮,另一方面也使得其他经济活动主体无法掌握其是否守信的真实信息。在这种情形下, p 的值将处于 $0.5 > p > 0$,即代理人的行为将趋于基本不可信。

从上述分析中,还可以引伸出一个有意义的推论:当一个社会的信用制度不完善,乃至不存在信用制度时,经济活动主体的不守信行为比起守信行为更合乎理性。这其中的道理是十分简单的。经济活动主体之所以不守信,乃因可以从不守信行为中预期可获取某种额外的利益,同时又预期到自己的不守信行为并不会带来额外的损失(即不会受到应有的惩罚)。在这样一种预期下,作出不守信的行为当然是合乎理性的。更进一步讲,倘若将这种情况放在一个竞争性市场的背景下,那么经济活动主体选择不守信就更为合乎理性之举了;这是因为,竞争将使得那些最善于追求额外收益最大化的经济主体获得最大可能的生存与发展空间,于是,选择不守信行为就变成了适应外在竞争压力的一种客观需要。

三、相互信用关系及其机理分析

如果说单方面信用关系是一种不对称的信用关系,那么双方相互信用关系则是一种对称的信用关系。后者一个显著特点在于:由于对称的信用关系在双向反馈中存在着相互依存性和自我强化倾向,因此它比不对称的信用关系更具稳定性。从这个意义上说,双方相互信用关系可视为对单方面信用关系的一种发展,或者说前者相对于后者而言是一种更

为高级的信用关系形式。

事实上,在许多单方面信用关系的场合下,作出信用行为的一方总是力图尽可能地使不对称的信用关系转变为对称的信用关系。在现实经济生活中,我们常见到买卖关系中的店主与老主顾的关系,这种关系的形成机理,就在于将不对称的单方面信用关系转变为对称的双方相互信用关系。我们可以借用D·C·诺斯在《经济史中的结构与变迁》一书中所举的一个例子来加以说明。

在这个例子中,一个购买桔子的人总是到一个名叫莫里斯的卖桔者那里购买桔子。在这种购买行为中,买者是不可能具备关于桔子以及卖者的充分信息的,因此他的购买行为本身,就意味着向卖者作出单方面的信用行为,也就是说,他在某种意义上相信莫里斯不会欺骗他。这种单方面信用行为乃是一种不对称的信用关系。在这种关系中,买者处于必须单独一方承担交易风险的局面。为了摆脱这样一种局面,买者常用的一种策略就是将这种不对称的信用关系转变为对称的信用关系。他可以采取的常见做法,就是每次购买时总是找同一个卖者交易。随着购买次数的增加,买者向卖者显示了一个有效的信息,即:若是你欺骗了我,从此以后我再也不会向你购买了。这个信息有助于卖者产生一种预期,即:只要我不去欺骗买者,他总是还会再次向我购买的。在这种预期下,卖者倾向于也向买者作出信用行为,因而双方的交易关系也就演变成相互信用关系了。

在双方相互信用关系中,由于关系的对称性,在一个动态过程中这种对称关系具有产生自我强化的倾向,因而具有自身的内在稳定性。最明显的一个表现是,随着交易次数的增加,对称的交易关系会衍生出新的信用关系,使得交易双方的信用关系更趋于牢固。比如,在上述例子中,买桔者与卖者莫里斯每周都发生一次交易关系,久而久之,双方之间对称的信用关系随着买卖行为的次数的增加,使得双方都对对方的守信行为不断地得到验证。于是,双方之间就有可能衍生出新的信用关系,比如,莫里斯有可能允许买者赊账,买桔者也有可能以预付货款的方式向莫里斯订购桔子。赊账或预付,都意味着双方在原有的信用关系的基础上,发展出新的信用关系,即由买卖关系中买者对商品(桔子)本身特性信息的相信,以及卖者对买者不改变交易伙伴的相信,发展出对商业借贷关系中对方守信行为的相信。毫无疑问,新的信用关系将进一步强化了原有的信用关系,从而使双方的相互信用关系更趋于稳定性。

当然,并不能说这种对称的相互信用关系就是牢不可破的。事实上,相互信用关系的维持是需要各种条件来支撑的;一旦这些条件发生变化,就有可能导致相互信用关系的解体。首先,交易的次数足够多和持续的时间足够长,乃是维持相互信用关系的一个必要条件。在一次性交易中,交易一方不守信的概率较大,从不守信中获取的额外收益是轻而易举的,而可能遭受的损失却几乎等于零,因而其行为将趋于不守信。随着交易次数的增加,卖方从交易中可预期的正常收益增加了,由不守信而可能遭受的损失也随之增加了,因而其行为将趋向于守信。同样的道理,交易持续的时间长短对不守信一方也有类似的影响。这一点,较容易在经验观察中得到证实。比如,社区居民在自己居住的社区内开设的店铺购物,遭受欺骗的可能性远远低于在车站所在地开设的店铺购物。社区店铺所面对的多为常客,多数交易都属于多次性

的,容易形成相互信用关系,因而欺骗顾客的可能性较小;车站所在地店铺所面对的主要是高度流动性的顾客,多数交易都是一次性的,难以形成相互信用关系,因而店主欺骗顾客的行为自然而然地较多。其次,交易次数的增加是以买者的稳定的需求偏好为先决条件的。在前述例子中,买桔者之所以持续地向莫里斯购买桔子,乃因他对桔子有着稳定的需求偏好。一旦买者在某一天改变了这种偏好,那么他将不再光顾莫里斯了,而双方过去所建立的相互信用关系也就可能面临解体。可见,市场供求关系的变动会影响到信用关系。再次,某种程度的竞争性市场的存在,也是双方相互信用关系得以维持的一个先决条件。莫里斯之所以向买桔者作出信用行为,并不是简单地因为他具有道德信念,而主要是因为他担心自己一旦欺骗了买主,对方就会向别的卖桔者购买,因而自己将会失去赢利的机会。反之,买桔者之所以每次都找莫里斯购买,也并非因为他特别喜欢莫里斯这个人,而主要是因为他这样做有助于诱使莫里斯不敢欺骗他,一旦他变换卖主,就必须重新作出单方面的信用行为,从而他就要单方面地承担被骗的风险。显然,在这种行力选择的背后,一个先决条件是市场上并非只有一个买主或卖主。可见,市场结构也会影响到信用关系。

四、中介的信用关系及其网络极化效应

不论是单方面的信用关系还是双方相互的信用关系,都仅仅是局限于两个经济活动主体之间的直接的信用关系。虽然每个经济活动主体都可以与多个其他经济活动主体建立起直接信用关系,但建立在这种直接信用关系基础上的交易关系总是有局限性的。倘若能在直接信用关系中引入中介,将大大地改变这种状况,使交易关系得到极大的扩展。中介的信用关系恰恰适应了这一要求。

“中介”乃是一个相当笼统的用语。实际上,中介的信用关系乃是多种具体形态的统称。在中介的信用关系中,按中介人的身份及在信用关系中所担当的角色或职能之不同,就有如下三种基本形态:

(1)以保证人为中介的信用关系。假设A需要与B发生交易关系,但A若直接对B作出信用行为则意味着单方面承担太大的风险。在这种情形下,若C愿意为B的信用行为居中作保,那么C就成为A与B之间的中介信用关系的保证人。由于C的介入,使得原本不会发生的信用关系发生了,从而使得原本不可能发生的交易发生了;换言之,以保证人为中介的信用关系扩展了交易关系的范围。

表面上看,似乎任何一个经济活动主体都可以充当这种信用关系中的保证人C。但实际上并非如此。在这种中介的信用关系中,相当一部分的交易风险是由C来分担的,而C也从中获取一定的收益作为回报。作为合乎理性的经济活动主体,C势必要掂量自己所分担的风险之大小,并与自己可预期的收益进行比较。为此,他就必须更多地掌握关于B的信用行为的有关信息,或者说他必须具有这方面的信息优势。而搜寻信息的能力,以及搜寻活动的规模要求,将使C趋于专业化。在现实生活中,银行就自然而然地成为具有这种信息优势的行业;银行保存着众多客户的交易记录,因而拥有大量有关客户的信用行为的信息。从经济学上讲,这种信息优势有助于使银行在充当保证人角色中能够实现风险最小化,而银行的成规模的居中作保行为则使它能够实现收益

最大化。因此, 银行最有条件充当中介信用关系中的保证人。在现实生活中, 银行充当中介信用关系中的保证人角色, 体现于银行的许多业务中, 如银行出具保函(L/G)、开立信用证(L/C)、为远期商业汇票承兑等。

(2) 以咨询人为中介的信用关系。假设A 需要与B 发生交易关系, 但A 并不具有关于B 的信用行为的信息, 因而若直接对B 作出信用行为则意味着A 单方面承担太大的风险。在这种情形下, 若C 愿意向A 提供关于B 的信用行为的有关信息, 那么C 就成为A 与B 之间的中介信用关系的咨询人。由于咨询人C 的介入, 使得原本不会发生的信用关系发生了, 因而也扩展了交易关系的范围。

以咨询人为中介的信用关系与以保证人为中介的信用关系的主要区别在于: 保证人C 是以自己的有形资产作为居中作保的物质基础, 一旦B 作出不守信的行为, 保证人就要遭受资产上的有形损失; 而咨询人并不居中作保, 也并不以自己的有形资产作为介入A 和B 之间的信用关系的物质条件。咨询人所凭借的仅仅是自己的信誉, 一旦B 作出不守信行为, 咨询人所遭受的仅仅是信誉上的损失。但必须指出的是, 在一个信用制度较为完善的社会中, 信誉乃是咨询人所拥有的最主要的资源, 对咨询人来说, 信誉上的损失, 可能意味着他将完全丧失了继续充当咨询人角色的基础。

在现实经济生活中, 各种中介组织往往充当着这样一种咨询人的角色, 诸如会计事务所、律师事务所、资产评估机构等。在不少场合下, 各种专家学者也充当着这种咨询人的角色。这些组织或个人从充当这种角色中获取报酬, 所凭借的就是它(他)们的信誉。因此, 当社会信用制度较为完善时, 这些组织或个人就会视自己的信誉如同生命。

(3) 以第三方为中介的信用关系。假设A 需要与B 发生交易关系, 但A 并不具有关于B 的信用行为的充分信息, 因而若直接对B 作出信用行为则意味着A 单方面承担太大的风险。在这种情形下, 若A 愿意向C 作出信用行为, 而C 也愿意向B 作出信用行为, 那么C 就成为A 与B 之间的中介信用关系的第三方。由于咨询人C 的介入, 也使得原本不会发生的信用关系发生了, 因而也扩展了交易关系的范围。此外, 由于C 的介入, 就形成了由A、B、C 三者构成的信用关系链。

以第三方为中介的信用关系与以保证人为中介的信用关系的共同点在于: 两者都以自己的有形资产作为介入信用关系的物质基础, 一旦B 作出不守信的行为, 第三方与保证人一样, 都要遭受资产上的有形损失。两者的主要区别在于: 保证人只是居中作保, 因而他所承担的是第二责任, 而第三方则分别地与A 和B 发生直接的交易关系, 因而他所承担的则是第一责任。在以保证人为中介的信用关系中, 只有当B (作为第一责任人) 作出不守信的行为, 而且又承担不了赔偿由此而导致的A 的损失时, 保证人C (作为第二责任人) 才承担赔偿责任A 的损失的责任。在以第三方为中介的信用关系中, A 对C 作出了信用行为, 而C 又对B 作出了信用行为, 所以若B 作出不守信的行为, 那么C 就要承担由此而引起的全部后果, 而与A 并没有关联。

在现实经济生活中, 以第三方为中介的信用关系扮演着极其重要的角色。诸如专业贸易组织、中间商专门充当了这种中介的信用关系的第三方角色。若没有这种第三方的介入, 市场交易将停留在简单的集市贸易阶段。从理论上说, 以

第三方为中介的信用关系的链条, 可以延伸到无限长, 因而就产生了这样一种潜在的可能性, 即: 通过这一链条的延伸, 所有不可能发生的交易关系都有可能转变为现实的交易关系。在相当程度上可以说, 商业组织的分化和专业化, 交换形式的发达, 都应归功于以第三方为中介的信用关系的发展。

中介信用关系的上述三种基本形态, 可以相互交错、相互结合, 使得社会信用关系得以不断扩展。这是因为每个经济活动主体在同一个时间上可以扮演不止一种的角色, 因而可以进入到不止一种形态的信用关系之中。比如: A 相信B 的判断, B 相信C 的履约能力, 从而A 也相信C 的能力, 而D 又相信A 的判断, 因而也相信C 的履约能力, 如此不断扩展下去。可以想象, 多种形式的中介的信用关系的不断扩展, 将形成一个由错综复杂的信用关系组成的社会网络。

若将这一网络放在一个竞争性市场的背景之下, 就可推想出两种极端的情形: 第一种情形是网络处于正反馈状态, 强化了信用关系的纽带, 因而整个社会的经济活动主体之间的交易关系得到极大的便利和发展。所谓正反馈状态, 亦即良性循环, 指的是因社会信用关系网络中守信行为成为公认的社会规范, 使得不守信行为受到社会排斥, 因而作为个体的经济活动主体的理性行为选择就趋向于作出守信行为, 而社会信用关系网络则趋向于自我强化。在这种正反馈状态下, 经济活动主体选择守信行为将成为适应市场竞争的一种客观需要。

第二种情形是网络处于负反馈状态, 弱化了信用关系的纽带, 甚至使信用关系趋于消失, 因而整个社会的交易关系因经济活动主体之间互不相信而变得极为困难。所谓负反馈状态, 亦即恶性循环, 指的是因社会信用关系网络中不守信行为成为普遍现象, 使得要想作出守信行为的经济活动主体往往要付出额外的经济代价, 这样一来, 守信行为反而受到了社会排斥, 因而微观经济活动主体的理性选择就趋向于作出不守信行为, 而社会信用关系网络则趋向于自我弱化。在这种负反馈状态下, 经济活动主体选择不守信行为也属于适应市场竞争的一种客观需要, 因而反而属于一种理性选择。

上述这两种情形, 我们称之为信用关系的网络极化效应。这种极化效应并不纯属自发形成的现象, 而是与社会信用制度有着千丝万缕的联系。在处于正反馈状态的信用关系之社会网络的背后, 必然地有一个完善的社会信用制度支撑着; 反之, 在处于负反馈状态的信用关系之社会网络的背后, 必然地意味着社会信用制度的高度缺乏。

五、结语: 市场经济呼唤信用制度

在市场经济下, 经济活动主体之间的纷繁复杂的经济关系, 大致上都可以归结为交易关系。在每一个具体的交易关系中, 都离不开经济活动主体的信用行为, 以及由此而产生各种信用关系。信用行为和信用关系影响着交易关系, 决定着交易关系之能否发生, 交易成本之高低, 以及交易关系的可延伸范围。因此, 良好的信用行为, 从而可靠的信用关系, 乃是市场经济得以正常运行的一个基础。

然而, 关键在于, 市场经济本身并不自发地或必然地形成良好的信用行为和可靠的信用关系。本文前述分析已经充分说明了这一点; 在竞争性市场上, 经济活动主体并不必然地选择守信行为, 并不必然地形成直接的信用关系; 甚至可以说, 在某些场合下, 选择不守信行为反(下转第 32 页)

企业制度,不是现代企业制度,它妨碍经营权独立于所有权、所有者与劳动者角色的分化,造成经营决策和管理的混乱。所以,在最早实行“股份合作制”的顺德、诸城的企业,已经进行“二次革命”,股权逐步集中到少数人手里,变成股东的企业,劳动者在企业的所有权集中到工会,工会以一股进入董事会。

所以,目前的集体化企业实际上也是一种过渡形式,这种过渡形式将向两方面发展:一是变成股份所有制企业,实行现代企业制度;二是会有部分非全民所有制企业性质的国有国营和地方政府经营的国有企业保留下来,不仅国家有它要生产“公共产品”的义务,地方政府也有它要生产“公共产品”的义务,除了集体化的部分国有企业之外,还有些国有企业是不可以和没有条件集体化的,这些企业应该由政府来经营,让政府充当企业的主体,主要依靠竞争来维持企业的效率。

注释:

斯蒂格利茨:《政府为什么干预经济》,中文版,68页,北京,中国物资出版社,1998。

唐显柏在《重新认识全民所有制》[载《广西城市金融》,1994(11)]一文中指出,9亿农民不拿国家工资,不享受公费医疗和社会保障,集体职工政策上被区别对待,个体私营、中外合资职工早就在“全民”之外。除此,“全民”仅包括国家机关公务员,国营企事业单位职工,在役的解放军官兵等,这部分只不过1亿多人,如何称得上“全民”?

史济华、张彦民在《论全民资本》[载《经济科学》,1993(2)]一文中具体定义了“全民资本”概念,主要是指具有增殖性、资本本性的全民所有制生产资料。

见刘小玄:《企业边界的重新确定:分立式的产权重组》,载《经

济研究》,2001(4)。

南斯拉夫的工人自治企业的特点是,各个企业的利益相对独立,企业赢利分配基本上由企业控制;工人除了领取“按劳分配”的工资之外,还参与企业的利润分配;虽然企业由工人“自治”,但是,工人并不拥有企业的财产,他们只是受社会委托持有这些财产,工人一旦离开企业,他们的利润分配权利也自动消失,这种模式和我们的“集体化企业”有很大的区别。

参考文献:

1. 胡德巧,1995:《中国现阶段“全民所有制”现实性问题的理论思考》,载《当代经济研究》,1995(5)。
2. 宫希魁,1996:《产品经济、计划经济体制、全民所有制三位一体批判》,载《学习与探索》,1996(4)。
3. 宫希魁,1999:《对全民所有制的理论反思——对一份经济思想遗产的再清理》,载《中共中央党校学报》,1999(4)。
4. 李泽中,1994:《全民所有制企业应当如何确立科学产权关系》,载《经济动态》,1994(8)。
5. 杨瑞龙,1998:《我国制度变迁方式转换的三阶段论》,载《经济研究》,1998(1)。
6. 王炎炯,1998:《社会所有、全民所有、国家所有》,载《经济体制改革》,1998(2)。
7. 何东霞,1999:《广东经济体制模式评说》,载《管理世界》,1999(2)。
8. 刘文通,1997:《公司兼并收购论》,北京,北京大学出版社,1997。
9. 魏杰,2000:《现代产权制度辨析》,北京,首都经贸大学出版社,2000。
10. 保罗·R·格雷戈里,1988:《比较经济体制学》,中文版,上海,上海三联书店,1988。

(作者单位:广东商学院经济研究所 广州 510245)
(责任编辑: N)

(上接第28页)而是合乎理性的,因为这种选择可以给行为主体带来额外的收益,却不会受到相应的惩罚。我们的分析还表明,在竞争性市场的背景之下,中介的信用关系所形成的社会网络,有可能网络极化效应,即,可能处于正反馈状态,也可能处于负反馈状态。

因此,这些分析可推出一个十分明确的结论:良好的信用行为和可靠的信用关系客观上需要社会规范,这种社会规范的总称,就是我们所说的信用制度。

信用制度通过规范经济活动主体之间的信用关系,以实现对他们的信用行为的有效约束。信用制度所包含的内容很多,诸如信用形式的确认,信用工具的采纳,信用活动的组织,信用法规的建立,信用机构的设置,以及信用管理体制的建设等。这些内容可以因时因地而有所不同或有所改变,但有两项基本内容是不可或缺的,也是不会改变的,即:一是使社会经济活动主体的行为受到社会规范的约束,使之能自觉地作出良好的信用行为;二是在社会范围内形成对信用行为的社会评价机制,使良好的信用行为能得到认同和赞誉,使恶劣的信用行为能得到排斥和贬弃。这两项基本内容,乃是信用制度的本质规定性。换言之,信用制度的根本目的在于营造人人讲信誉的社会信用关系提供一个制度环境。

没有一个完善的信用制度,就不会有良好的信用行为和

可靠的信用关系;而没有良好的信用行为和可靠的信用关系,也就不会有便利和发达的交易关系,因而实际上也就没有了市场经济本身。市场经济呼唤信用制度。

注释:

参见D·C·诺斯:《经济史上的结构与变迁》,中文版,36~38页,上海,上海三联书店、上海人民出版社,1994。

参考文献:

1. Axelrod, Robert, 1984. The Evolution of Co-operation. New York: Basic Books
2. A nand, Paul, 1993. Foundations of Rational Choice under Risk. Oxford: Oxford University Press
3. Boissevain, J., 1974. Friends of Friends: Networks, Manipulators, and Coalitions. New York: St Martin's Press
4. Burt, Ronald, 1993. The Social Structure of Competition, in Richard Swedberg (ed.). Explorations in Economic Sociology. New York: Russel Sage Foundation, pp. 65~103
5. Coleman, James. 1992. Foundation of Social Theory. Cambridge (Mass): Belknap Press
6. Fukuyama, Francis, 1995. Trust: the Social Virtue and the Creation of Prosperity. London: Hamish Hamilton

(作者单位:厦门大学经济研究所 厦门 361005)
(责任编辑: N)