

从制度化信任看日本供应链企业间的合作关系

张 强 纳鹏杰

(云南财贸学院投资研究所, 云南 昆明 650221)

[摘 要] 日本供应链企业之间的紧密合作和高度信任一直是现代企业管理研究的热点之一。本文试图应用制度化信任的观点, 考察供应链企业间的合作关系。基于对企业声誉的威慑, 这些企业不得不放弃机会主义的动机和行为, 从而降低了企业交易成本, 为日本大型制造业企业的及时生产方式和敏捷生产奠定了基础。

[关键词] 信任; 制度化信任; 惩罚; 机会主义

[中图分类号] F279.23 [文献标识码] A [文章编号] 1006-5024(2004)12-0147-02

伴随着日本企业创造的经济奇迹, 其制造业企业的管理在 20 世纪 80 年代以后成为世界管理学界的热门研究领域。大钱研一 (Ouchi, 1981) 和福山 (2001) 都曾经指出, 日本企业之间的紧密合作和信任程度高是其他西方国家 (主要指美国) 所不可比拟的。只有在企业之间良好的信任基础上开展合作, 才能减少合作各方的机会主义风险, 降低交易成本。同时, 有利于及时生产方式 (JIT) 和敏捷制造体系的贯彻等。为什么日本制造业企业之间的信任程度高? 是什么因素培育了日本企业之间的信任关系? 本文将试图应用制度化信任的概念做一些阐释。

一、制度化信任

至今, 我们还没有一个被学者共同认可的关于信任的定义。尽管大家都认识到信任在社会经济生活中的很多重要性: 它使合作行为产生 (Gambetta, 1988); 它能促进适应性的组织出现 (Miles & Snow, 1992); 它能减少有害性的冲突发生, 降低交易成本, 有利于反应敏捷的工作小组组建 (克雷默等, 2003); 和增强组织对危机的“免疫力” (史蒂文·科维, 1999)。经济学家倾向于把信任视为可计算的 (Williamson, 1993) 或是制度性的 (North, 1990); 心理学家习惯使用信任者 (trustor) 和被信任者 (trustee) 的品质 (attributes) 和形成这些品质的许多内在的认知特点来评价信任 (Rotter, 1967; Deutsch, 1962); 社会学家发现, 信任是根植于社会反映人与人之间 (Granovetter, 1985) 或社会制度 (Zucker, 1986) 的关系。

在这里, 我们采用的信任定义包含三个方面。除了人际信任, 我们相信, 也适用于合作企业之间的信任研究。第一, 对别人的信任反映了一种预期或信念, 被信任者是善良的。第二, 信任者不能控制或强迫被信任者去履行对他/她的预期。也就是说, 信任带有使信任者受到伤害的脆弱性, 信任者承担着被信任者不履行预期的风险。第三, 信任者对被信任者带有一定程度的依赖性, 以致于信任者行动的结果受到被信任者的行为的影响。制度化信任研究的主要问题是在某种情景中, 陌生人之间如何培养和建立信任。所谓制度化信任 (Institution -

based trust) 的“制度”就是这些规范的条款 (比如契约) 社会规范 (包括成文的和不成文的) 组织设计 (比如科层制) 结构性约束 (例如岗位责任制、招聘条件) 等的总称。制度化信任的性质是通过制度设计的惩罚性威胁迫使组织中的成员必须采取合作的态度或者放弃机会主义的打算, 因而, 它是一种威慑性的信任 (Deterrence-based trust), 即, 强调通过功利主义 (utilitarian) 的安排使一方相信另一方是可信的。因为破坏这种信任关系所招致的成本将超过机会主义行为的潜在利益 (Ring & Van de Ven, 1992, 1994; Shapiro, Sheppard, & Cheraskin, 1992)。在交易费用经济学里的资产专用效应所潜在的转换成本就属于这类信任。如此的话, 问题就变成这种制裁的威慑性是培育了信任还是取代了信任, 尤其是在企业间的关系上 (Hagen & Choe, 1998)。事前的威慑可以增进信任, 因为人们相信声誉 (reputation) 是建立关系的第一步。制度性的因素能够为许多重大的信任问题提供广泛的支持, 维持更长远的风险承担和信任行为 (例如, Gulati, 1995; Ring & Van De Ven, 1992; Sitkin, 1995)。在社会这个层次上, 法律体系对人们的财产和权利的保护反映了制度性的支持 (福山, 2001), 在企业中除了体现于正式的规则, 也体现在企业文化和团队精神等非正式规则上 (Miles & Creed, 1995)。

二、金字塔式的供应商信任等级制度

日本的大型制造企业 (比如汽车和电子工业) 以其高效率 and 制造柔性而著称, 在很大程度上要归功于这些企业与其供应商之间融洽的合作关系。这些合作的企业以高度的信任关系和积极的合作态度共同创建了日本制造企业完善的供应链。我们可以从这种供应链关系中找到能够有效地抑制或降低合作各方可能存在的诚实和欺诈行为的制度设计。

在整个供应链体系中, 最终的组装企业 (例如丰田汽车组装厂、松下电子组装厂) 处于金字塔的顶端, 它们从第一层的供应商购进已经比较完整的组装配件。第一层的供应商又向第二层的供应商购进零部件, 第二层的供应商又向第三层的购进, 如此类推。在每一层供应商, 至少有两家以上的相互

[收稿日期] 2004-10-12

[作者简介] 张 强 (1970-), 男, 云南腾冲人, 云南财贸学院投资研究所副教授, 主要从事企业管理研究;

纳鹏杰 (1965-), 男, 云南通海人, 云南财贸学院投资研究所所长、教授, 主要从事财务管理研究。

竞争的企业,它们必须不断地改善质量、降低成本以争取在保证利润的前提下努力爬上金字塔的上一层。在这样一个庞大的供应链关系中,最终组装的企业只需要集中精力管理好第一层次的供应商。在每一层的供应商又承担着对下一层供应商的管理任务。其管理主要通过评分制度来实现。

上层供应商一般以产品质量、工程技术、运送是否及时等为考核项目,经常对下层供应商进行评定,并定期通知下层供应商的得分情况和需要改进的领域。最终组装企业可以通过分数的高低鉴别出有欺诈行为或不诚实的供应商,要求限期改进,否则,将被降低到更下一层的供应商队伍。对得分高的企业,奖励其更为长期的合同和更多的权利。由于日本的大型制造企业一般都采取及时生产方式(JIT),只有采取这种对供应链管理的分权制度,才有效地保证了最终组装企业的及时生产。假如大企业对所有供应商提供的部件都逐一检查,所谓的及时生产将不复存在。

双边定价(Bilateral price determination)、双边产品设计(Bilateral product design)和(友情帮助)解决问题(problem-solving approach)也是制造业供应链企业的几个主要特征。由于共同决定部件或零配件的价格,内部顾客就能够经常向供应商索要产品成本的详细资料,并且,与供应商一起探讨进一步降低成本的方法。同样,双边产品设计过程也是在一种气氛和谐、利益共享的环境中进行。在新产品开发阶段,供应链企业根据当前的市场价格分析,确定出新产品的“目标成本”和“目标利润”。双方在保证产品的基本设计要求下,共同研究降低成本的途径。在新产品推向市场以后,产品销售利润超过“目标”的部分则由双方根据事先的协定共同分享。在长期的合作中,因为最终的组装企业在人才、技术、管理上都优于其供应商,它时常也会动用自己的这些优势资源帮助供应商解决各种生产、工程、流程等方面的问题,这就是组装企业的“友情帮助”。这也促使供应商以更加信任和合作的态度进行回报。

日本制造业供应链企业的这些制度设计,在为潜在的欺诈者设计了惩罚机制的同时,也有力地促进了合作各方为了共同的利益必须精诚合作,彼此信任。当然,要维护好供应链企业之间的信任关系,还必须考察日本社会的制度化信任背景。

三、日本社会的现代网络“声誉”机制

如果我们应用交易费用经济学的观点,合作各方在交易中均存在着有限理性和机会主义的动机,那么,日本制造业的金字塔式的供应链制度设计,为供应商也提供了采取机会主义行动的动机和空间。

首先,虽然日本的供应链关系要比很多国家的要显得稳定和持续,但大企业和它的供应商一般只签定不超过12-16个月期限的合同。而且,即便是长期合同,大企业在签定和维持合同上也拥有绝对主动的权利。其次,在大企业与供应商的合同期限内,所谓的评分制、双边定价制等,供应商在各方面均处于弱势地位。尽管日本的法律可以为小企业提供这类不公平条款的保护,而事实上,在日本很少出现供应商起诉大企业的案例。据拉姆塞的研究(Ramsayer, 1985),在日本社会,不管是相互合作的个人,还是组织,都有回避诉讼的倾

向。最后,虽然大企业可以有效地利用等级制度使自己在产品供应、产品质量、价格等方面不受供应商的欺骗,但这种制度设计并不能阻止供应商脱离这条供应链而转投其它供应链。例如,原先属于丰田生产体系的供应商可以投奔本田、日产或者尼桑。如果是这样,“被抛弃”的大企业将蒙受很多有形和无形的损失。因为原先的合作使双方在生产、工程技术等方面已经投资形成一定的“专用性资产”和技术诀窍,供应商借助大企业的“友情帮助”和自身的努力也具备了相当的技术能力。更为严重的是,供应商可能会泄露原先供应链上的许多技术资料 and 成本数据。

如果这种金字塔式的供应链制度设计只能在某个供应链体系内有效,而且对供应商的惩罚机制也仅限于这条供应链,那么,供应商的机会主义行为就不可避免。然而,在日本所谓的“现代制度网络体系”(modern institutional fabric)里,供应商的机会主义行为的信息将很快传递到其它的供应链体系,甚至整个日本的工业体系。也正是这个“网络”,把家庭、学校、公司、政府支持的社会组织等所有关于“声誉”的信息都囊括其中(McMillan, 1984: 40)。对机会主义供应商的信息快速传播,将很快使供应商声名狼藉,几乎不可能有那条供应链再将其接纳。同样,这种“声誉”的传播机制和惩罚机制对大企业也造成制约。在同一个产业内部,供应商对各个大企业的政策和福利情况也比较清楚,一旦某个大企业单方面不公平、苛刻地要求供应商,这种信息也很快传遍业界,使供应商遭受的不公平待遇得到业界的同情和声援,对大企业的形象和生产体系造成伤害。

在日本,这种集体惩罚机制(collective sanctioning)已经成为强大的社会工具去监督和控制人或组织的不诚实行为或机会主义动机。山岸(Yamagishi & Yamagishi, 1994)认为,制度的功能在实质上还是解决人际信任问题。制度化信任是人们因为对外在社会体制的信任而产生的一种对人的基本信任。在对制度的信任中包容了对职业群体、某种社会制度下的一般的人的信任。有人提出,这种信任问题根本就谈不上是信任(Sitkin & Roth, 1993)。制裁(Sanctions)虽然能建立起合作关系,毕竟,合作是一种行为。而且,合作还可以由其它原因所致(比如通过恐吓)。也有人把这类信任归为低信任度的区间,在这里,违反信任的成本高,信任双方的关系仅限于此(Lewicki et al., 1998)。在这个意义上,信任成为控制的替代,反映了对另一方动机的正面期待。在足够的信任建立起来以前,控制在发挥作用。例如,一份内容详尽的法律和约就是对行为进行控制的机制。麦考勒(Macaulay, 1963)观察到,条款细致的和约阻碍了创建高效的交换关系。事实上,当他们的交换关系是高结构化和易于监督的,人们也用不着去建立信任关系。尽管这类设计完备的和约建立在威慑的基础上,大多数公司在建立联盟之前就存在的社会联系使得这些和约显得不必要了(Kogut, Shan, & Walker, 1993)。

四、结论

日本是一个信任度很高的社会,不仅反映在人际交往当中,也体现在制造业供应链的企业合作上。通过对制造业供应链管理过程的考察,其金字塔式的信任等(下转第81页)

(上接第 148 页)

级制度为各层次的供应商制定出信任等级,在一定程度上抑制了供应商的机会主义动机和行为,同时,在日本的现代网络体系下,快速的声誉传播机制和惩罚机制对所有企业潜在的机会主义动机均形成强大的威慑力,从而有效地保证了供应链的稳定性和连续性。

参考文献:

- [1] 弗朗西斯·福山. 信任—社会美德与创造经济繁荣[M]. 海南出版社 2001.
- [2] 罗德里克·M·克雷默等. 组织中的信任[M]. 中国城市出版社 2003.
- [3] 史蒂文·科维. 原则至上[M]. 重思未来(罗文·吉布森编). 海南出版社, 1999.
- [4] Deutsch, M. Cooperation and trust: Some theoretical notes[M]. Nebraska symposium on Motivation. Lincoln: Nebraska University Press. pp. 275 – 320. 1962.
- [5] Gambetta, D. Trust: Making and breaking cooperative relations[M]. New York: Basil Blackwell. 1988.
- [6] Granovetter, M. S. Economic action and social structure[J]. American Journal of Sociology, 91: 481 – 510. 1985.
- [7] Gulati, R. Does familiarity breed trust? The implication of repeated ties for contractual Choice in alliances[J]. Academy of Management Journal. Vol. 38: 85 – 112. 1995.
- [8] Hagen, J. M., & Soonkyoo Choe. Trust in Japanese interfirm relations: institutional sanctions Matter[J]. Academy of Management Review. Vol. 23: 589 – 600. 1998.
- [9] Kogut, B., Shan, W., & Walker, G. Competitive cooperation in biotechnology: Learning through networks? [M] In N. Nohria & Eccles(Eds.), Networks and organizations: Structure, form, and action: 348 – 365. Boston: Harvard Business School Press. 1993.

[责任编辑 熊一坚]