

# 重塑企业信用文化的相关思考

辛祥晶(博士)

(财政部财政科学研究所 北京 100142 石家庄经济学院 石家庄 050031)

**【摘要】** 信用文化是完善企业治理结构的前提,本文分析了我国企业信用文化的现状和问题,确定了塑造企业信用文化的原则,并创造性地提出了构建企业信用文化的途径。

**【关键词】** 信用文化 企业治理 经理人

在全球化市场竞争条件下,企业信用文化变得越来越重要,通过全社会信用伦理教育,培养民众信用观,为社会保持良好的信用秩序并营造高尚的道德基础,可以促进社会文明的全面发展,从而提高企业绩效以提升竞争力。随着经济全球化的推进和世界新一轮经济结构的调整,如何通过企业信用文化建设、企业理念的营造来增强企业诚信意识,完善企业治理,受到越来越多我国企业界人士的关注。

## 一、信用文化是完善企业治理结构的前提

信用文化泛指在社会中普遍发生作用的观念意识、习惯习俗、思维方式、道德准则等支配人们行为的意识形态及心理的价值观念。市场经济是“契约经济”,必须讲“信用”。信用文化是完善企业治理结构的前提,这主要表现在以下几个方面:

1. 信用文化能降低企业优化治理结构的制度变迁成本。企业制度安排受到外部宏观环境的制约与影响。因为在一个要素市场发达、法治完善、信用体系健全的市场环境下,可以通过专业化的信用评级机构、经理人市场和讲求诚信的文化环境来降低企业治理结构优化的制度变迁成本。在一个信用文化缺失的社会里,由于社会交易成本过于高昂,企业不得不依靠以血缘、亲缘等形成的可靠的信用关系网络来维持企业运行,在这种环境下,企业向现代公司治理结构的制度转变难以取得实质性进展。企业治理结构优化是一个由相对封闭转向开放的过程,也是一个企业机密资源和机密信息与外部投资者、职业经理人分享的过程,在社会信用缺失,特别是职业经理人市场不完善的情况下,理想化地向现代企业治理结构转化是很难的。所以我们必须通过信用文化建设来降低企业治理结构优化的制度变迁成本。

2. 信用文化是实现股权结构优化的基础性条件。我国企业股权高度集中,致使其他外部利益相关者难以对其内部控制权的安排施加影响,也就是说,对现代企业治理结构具有重要影响的外部治理机制无法对企业治理结构的设计施加影响。这种治理结构影响了企业融合社会金融资本和人力资本的能力,所以我们必须优化股权结构,而信用文化的建设是实现股权结构优化的基础性条件。

3. 信用文化是董事会结构完善的前提。完善董事会结构

的举措之一就是扩充企业董事会成员的来源,引入外部董事。外部董事往往是经济专家、大学教授,权威技术人员等,他们与企业的关系是一种平等的信任关系,在企业中具有独立的意志,因此,外部董事能对企业权力决策层形成有效的指导和制约,弥补企业管理能力的不足,解决很多企业的董事不“懂事”的问题。外部董事与企业是否信任以及信任程度如何,这都取决于信用文化的建设。

4. 信用文化是建立职业经理人长期激励机制的保证。企业在发展过程中必然伴随着与社会人力资本的融合,能否有效地融合社会人力资本,特别是经营管理资源是当前我国企业成长的关键问题。我国企业不断遭遇职业经理人信用危机,一方面是我国缺乏具有良好职业道德的职业经理人,另一方面是我国同样缺乏具有良好企业家道德的企业家,企业对职业经理人的激励不够,特别是缺乏长期激励机制。安然丑闻表明,强化上市企业高层管理人员的信用义务,构建企业治理中企业高层管理人员的信用责任机制,是企业治理中的信用机制建构的核心。所有这一切,都依赖于信用文化的建设。

5. 信用文化是信息披露真实的保障。信用机制作为一种服务和监督机制,其基础是信息披露的及时、准确、客观、真实、全面。发生经济丑闻案的大企业,信息披露均严重失真,这就加剧了企业治理中的信息不对称问题,企业治理中的信息披露的信用机制也因此遭到严重损害。

企业披露信息,首先会在企业内部形成保障信息披露真实的制约机制,其中有股东、股东大会对董事、董事会的制约,有董事会对经理层行为的制约,有董事会内部各董事之间以及独立董事与非独立董事之间的制约,还有监事会对董事会及经理层的制约等。与此同时,在企业外部还存在着会计师事务所对企业的制约,对企业提供的财务报表进行审计,还存在监管机构对企业信息披露的监管。通过相互制约,从而保证企业所披露的信息及时、准确、客观、真实、全面。在这种信用制约机制得以正常运转的情况下,即如能充分、有效发挥各相关当事人制约作用的情况下,是可以防止信息披露不真实情况发生的,企业在信息披露方面的信用机制也因此可以得以维护。可见,信用的制约机制发挥作用的前提是相关各方必须切

实、忠实履行自己的义务,一旦一方义务履行有瑕疵,一个环节出现问题,就可能整个信用制约机制的瘫痪。因此,强化相关各方的独立性,构建企业治理参与者的信用机制,建设信用文化,有助于提高企业信息披露的真实性。

## 二、我国企业信用文化的现状

目前我国经济生活中的诚信缺失现象严重,信用文化缺失。我国企业信用文化发展严重滞后,信用观念淡薄严重侵蚀着企业的发展,使企业信用风险加剧,这主要表现在以下几个方面:

1. 传统文化对企业信用文化的发展有一些不良影响。源远流长的中国传统文化中有着丰富的信用文化资源,可这种资源没有很好地转化为市场经济中的信用观念。在传统文化中,找不到与现代市场经济相配套的信用文化。传统的“仁、义、礼、智、信”建立在自然经济基础之上,在内涵与外延上与市场经济发展还有许多不适应的地方。它是一种依附在“身份”关系前提下的道德约束,是一种以义务而非以权利来划界的约束。漫长的封建专制社会和自给自足的自然经济,使我国商品经济缺乏较好的发展土壤,长期受到极大的约束和限制,根植于商品经济的契约文化基本上缺失。我国企业信用文化的塑造,深刻地打上传统文化的烙印,比如注重群体或团体利益,“民为贵、君为轻”的民本思想,“和为贵”的价值理念等。“和为贵”的价值理念,反映到企业经营中,既有注重团队力量等积极理念,又有“中庸之道”等不利因素。比如做老好人和重哥们义气、血缘关系等,这样就形成了重人治轻法治的历史传统,人们不重视契约的签订和履行,因签订契约意味着不信任,当违约发生时,也不是诉诸法律,而主要是依靠人情关系来解决,这都不利于现代企业的健康发展。

2. 企业信用文化的发展没有与体制变迁同步。新中国成立后,信用文化建设长期被忽视。长期的计划经济下,政府用命令和计划代替市场契约关系,各种稀缺资源由政府直接通过行政命令在所属各单位之间配置,信用只是一种微不足道的辅助手段。企业文化的一个共同特征就是如何完成计划任务,企业完全听命于政府;改革开放之初,市场需求旺盛,生产供不应求,企业追求的是高产量高价格,基本上没有售后服务理念;当社会上一些紧俏商品实行双轨制价格时,企业一个重要的价值理念是如何“搞定”政府,拿到低价格的原料。在这种背景下,许多契约关系被行政权力扭曲变形,不仅缺乏契约文化,而且又经历了“文化大革命”的冲击,以“革命”的名义“砸烂一切”,许多传统的信用文化也被否定,破坏了诚实守信的价值观念,淡化了人们的信用意识,企业文化蒙上了欺骗、不守信用的色彩。

近年来,虽然我国市场经济已经建立,企业特别是国有企业在体制上发生了很大的变革,但总体经济发展水平仍较低。因此,与发达国家市场经济相适应的信用文化相比,中国信用文化中信用意识、信用精神和信用原则并没有与体制变迁同步发展。传统信用文化的理念在员工的思想观念中影响深远,未能转化为适应市场经济需要的契约文化,旧的人伦信用不再适应于以价值规律和规模市场交换为主导的现代市场经

济,新的、适应市场经济需要的契约信用又未建立起来,信用体系出现转型真空,企业信用文化缺失作为一个越来越严峻的经济问题和社会问题日益突出,成为我国目前经济乃至社会整体面临的最严峻的问题之一。吴敬琏教授就认为,当前中国经济是由计划经济脱胎而来,信用基础十分薄弱。改革开放以来,在计划经济向市场经济转轨中,许多人认为,市场经济就等于赚钱,而为了钱可以不择手段,借债不还的人没有羞耻感,企业信用文化发展滞后。在这样的信用环境下,很难想象能建立起规范的、有效的现代企业治理结构。

3. 不良的信用制度环境制约了企业信用文化的发展。我国企业信用文化呈低水平延续,其根源就在于与市场经济相适应的信用制度建设的缓慢和滞后。不良的信用制度环境,已经成为制约企业信用文化发展的关键性因素。改革开放以来,我国虽然走上了依法治国的轨道,依法治国的国策已经充分显现出来,但是也存在一些问题,法律不健全、执法的非一贯性和差异性、执法不严的现象普遍存在,损害了法律的严肃性,失信收益往往大于失信成本。当失信有利可图,且不受惩罚或惩罚很轻时,大股东和企业的实际控制人就不可能对小股东讲什么信用。失信者没有得到应有的惩罚,或受惩罚的成本大大低于所获得的收益,失信比守信更有利可图,使得失信行为大行其道。

## 三、塑造企业信用文化的原则

1. 以教育作为塑造企业信用文化的实施方式。中华传统诚信观对企业的行为选择和道德评价具有普遍的约束力,是当今社会一种重要的无形资产,是加强企业信用文化建设的基础。我们要以中华传统诚信观作为基础来建设企业信用文化,其总体目标是:顺应现代化发展和信用全球化要求,建立与社会主义市场经济相适应的企业信用文化环境和信用关系,培育和增强与市场经济和国际惯例相衔接的企业或个人信用意识及信用道德,大力促进社会主义现代化事业的发展。为了实现上述总体目标,企业信用文化必须通过教育来实施,并坚持集体主义的根本原则,杜绝功利主义、个人主义等不良思想的消极影响。

2. 创造性地借鉴中西方信用文化的精髓。中国传统文化中作为道德准则的信用是与仁、义、礼、智并列的道德规范,强调人对己都须先有发自内心的诚实价值判断,信用与牟利间无功用性关系,是一种价值理性,由此区分君子和小人。这种伦理信用是发自人本体的道德需求,并不要求外在的法律和制度的约束,是一种应然的、自律的,普通人难以做到的最高层次的约束。与此不同,西方的伦理信用是一种工具理性,是外在的、他律的、带有惩罚性质的伦理,要求相应的外在性、显性的法律和制度支持,恰恰这样的伦理信用观能进入人们实际生活中,对大众的信用行为产生约束力。因此,应积极吸收西方信用文化中工具性层面的精髓部分,以弥补中国信用文化单纯强调价值理性导致约束力不强的局限。

3. 同时从制度和文化入手构建企业信用文化是发展中国家的必然选择。党的十六届三中全会指出:“要增强全社会的信用意识,形成以道德为支撑、产权为基础、法律为保障的

社会信用制度。”显然,完整的现代信用体系不但包括制度因素,还应包括文化因素。当务之急是在依法治国的大政方针下,积极推进信用制度建设,建立良好的制度体系,比塑造与市场经济相适应的信用文化更加现实、更迫切,但正式制度约束有效作用的发挥依赖于非正式制度约束作用的发挥,因此,制度建设和信用文化建设必须“两手抓”。

4. 在实践中充实发展企业信用文化。在实践中充实发展企业信用文化体现在企业运营的方方面面。杰克·韦尔奇主要通过为企业各级领导明确制定一套价值取向的准则来发展通用电气公司的信用文化。同时,韦尔奇十分重视克罗顿维尔管理发展中心的工作。克罗顿维尔管理发展中心被《财富》杂志被誉为“美国企业界的哈佛大学”。它不仅为通用公司培养出了各级管理人才,也为整个美国企业界输送了不少能力过人的企业家。该中心的一项重要使命就是作为企业信用文化变革的先驱者,通过传播企业信用文化而把各企业集团紧密地维系在一起。

总而言之,企业信用文化的塑造要在实践中充实发展,要坚持不懈地宣传教育和贯彻执行。

#### 四、构建企业信用文化的主要途径

当前,我国已经具备了构建企业信用文化的可能性和条件:一是党和政府对企业信用文化的建设十分重视;二是社会各界对失信行为深恶痛绝,构建企业信用文化有广泛的群众基础;三是一些部门已经就企业信用文化建设开展了卓有成效的工作,开始建立企业和个人信用档案;四是一些企业界的有识之士已经相继发表了“信誉宣言”,表明要从自身做起,为规范市场经济秩序做出努力。具体来说,构建企业信用文化可以从以下几个途径着手:

1. 营造诚信为本的企业文化氛围。信用文化建设是企业文化建设的核心,信用文化建设搞不好,其他都免谈。企业信用文化建设是复杂的社会系统工程,靠单兵作战难以奏效,需要形成人人关心、齐抓共管的局面。要狠抓企业信用体系建设,建立并强化全社会、特别是企业经营者、经理人商誉意识和经济信用意识,注重权义相统一的思想建设和制度建设。为此,企业要注重道德教化,坚持以德治企,政府要在构建信用政府基础上,树立自身形象和权威,社会要广泛参与企业信用文化建设,充分发挥舆论监督力量,三管齐下,综合治理,同心协力,以创造良好有序的信用文化环境。

2. 不断完善企业制度文化建设。制度管理通常是外在的、硬性的调节;而文化管理往往是内在的文化自律与软性的文化引导。文化管理注重人的自主意识和主动性,强调心理“认同”,通过启发人的自觉意识达到自控。

将倡导的新文化渗透到管理过程,变为人们的自觉行动,制度是最佳的途径之一。初期主要通过行政命令、利益诱导的形式来推动价值观共享,这时必须借助制度文化的配合,通过变革企业领导体制、组织机构和管理制度,从上到下推动企业价值观共享,最终使员工形成自愿的共享观念。人们普遍认同一种新文化可能需要较长时间,而把文化装进制度,则会加快这种认同过程。企业制度是企业之“法”。企业制度文化的不断

完善,是企业信用文化的根本保证。

3. 强化企业内部监控约束,提升企业经营者的的人格信誉。企业信用的关键是主要管理者的职业道德修养与品行操守。据调查,96%的人认为,企业诚信问题与主要管理者的人品、操守、道德直接有关。美国的安然、安达信、世界通信的造假丑闻,主谋都是CEO和CFO勾结做假账,没有利润却虚报利润,虚报以后,市场表现看好股价就上涨,他们就趁机卖出捞钱,等到股市下跌时早已脱手。可见管理者对诚信的认识和对诚信的追求至关重要。假如企业管理者廉洁自律,整个企业的诚信才会有基础。在目前的市场经济条件下,多数企业经营管理者将“诚实守信”视为最重要的职业道德素质。企业家的品格对企业信用的影响最大,其次才是现行体制环境、企业管理制度和法律环境。要建设企业信用文化,其核心就是从企业的管理机制入手,加强内部监督制约机制,提升企业经营者的的人格信誉。

4. 实行刚柔相济的企业综合管理。“刚性管理”以“规章制度为中心”,凭借制度约束、纪律监督、奖惩规则等手段对企业员工进行管理,这是20世纪通行的泰勒管理模式。相比之下,“柔性管理”则是“以人为中心”,依据企业的共同价值观和文化、精神氛围进行的人性化管理,它是在研究人的心理和行为规律的基础上,采用非强制性方式,在员工心目中具有潜在的说服力,从而把组织意志变为个人的自觉行动。从企业实践的角度来看,刚性管理与柔性管理密切联系,相互包容。刚性管理是管理工作的前提,没有规章制度企业必然无序混乱,柔性管理必然丧失立足点,企业管理变成无源之水、无本之木。同样,柔性管理是企业管理的灵魂,离开柔性管理,企业管理陷入死水一潭。缺乏柔性管理,刚性管理必难深入,管理效率提高的基础在于如何把这两个因素有效地结合,成功企业的共同管理诀窍是刚柔相济。

通过以上途径构建企业信用文化,我们国家将会在在国际上具有竞争力,主要是由我国内部经营环境形成的竞争力,包括文化和制度因素。“中国制造”中所蕴含的中国信用文化和悠久深邃的人文精神,必将创造出独具魅力的产品,使中国屹立于世界强国之林。

#### 主要参考文献

1. 李建标. 制度变迁的基本逻辑与制度安排的可设计性. 经济评论, 2001; 2
2. 李维安. 现代公司治理研究. 北京: 中国人民大学出版社, 2002
3. 孙洁, 赵兰玲. 构建中小企业社会信用体系路径探讨. 财会研究, 2004; 2
4. 威廉姆森. 治理机制. 北京: 中国社会科学出版社, 2001
5. 叶陈毅, 于玉林. 信用文化: 提升企业核心竞争力的战略抉择. 当代经济管理, 2006; 4
6. 刘建秋. 信任与会计诚信决定因素分析. 财会月刊, 2009; 24
7. 彭剑君, 辛祥晶. 基于公司治理视角的信用文化研究. 财会月刊, 2010; 30