

企业家的伦理行为与企业社会资本的积累

——一个经济学和社会学的比较分析框架

徐 延 辉

Abstract: This paper is mainly focused on the internal connection between the entrepreneur's inspirit (or moral value) and the social capital accumulation of his enterprise. In the perspective of economic sociology, the paper makes a probe into the topic from the following four dimensions: The detaching process of the ethical behavior from the economic analysis, the integrating process of the entrepreneur's inspirit with sociological analysis, the internal connection between the entrepreneur's ethical behavior and the social capital accumulation of his enterprise, and the influence from the enterprise's social capital on the development of society. Through the study of this article, it is concluded that the more the social capital of an enterprise has, the more beneficial it is to both the enterprise and the development of economic society.

“资本”及其实物形态的变化过程一直是经济学研究的核心范畴:从古典经济学的劳动、土地和资本三要素,到新古典经济学引入企业家管理才能变成四要素,经济学关注的资本始终是可以量化分析的物质资本和人力资本,而对于难以量化分析但对经济运行又确有重大影响的非经济因素,经济学家却采用“假设其他情况不变”的方式将其排除在模型之外。而从社会学角度来看,企业家精神、企业家的个人品行以及企业家的社会声望等非物质资本是企业的社会资本,这些社会资本对企业以及整个国家的社会经济发展具有重大影响。因此,本文拟从经济社会学入手,对企业家的伦理行为对于企业社会资本的积累所可能产生的影响加以深入探讨。本文所使用的社会资本主要是指基于个人品行即信任而产生的动员社会稀缺资源的能力。

企业家伦理行为在经济学分析中的缺失:经济学与伦理学的分离

企业家的伦理行为或企业家精神属于影响经济发展的非经济因素,一般不属于主流经济学探讨的范畴。但是,也有学者比如查尔斯·维尔伯等经济伦理学家认为,经济学家应该吸收伦理学思想,因为伦理价值观有助于经济学家建立自己的研究范式,解决经济学方法论的核心问题即现实经济怎样运行以及应该怎样运行的问题(维尔伯曾详细地讨论了关于伦理学介入经济学的三种不同方式,见 Wilber, 1998)。但是,自从20世纪30年代那场著名的经济学方法论之争后,主流经济学逐渐抛弃价值观,伦理学与经济学逐步分离,使企业家精神这一影响企业发展方向的重要变量从主流经济学分析中逐渐消失。

经济学为了变成一门真正的科学而逐渐摆脱伦理学,这对经济学作为一门了解人类经济行为的社会科学的发展壮大是极其不利的。伦理学者道格拉斯·维克斯认为,由于排除了道德

关怀,经济学正变得日趋贫瘠(Vickers, 1998: 1509—1910)。维克斯认为,在亚当·斯密和大卫·李嘉图的作品中,道德关怀是非常明显的;19世纪末,由于边际革命的兴起,道德关怀消失大半;而到了20世纪30年代,由于经济学中逻辑实证主义的发展,道德关怀几乎完全从经济学中销声匿迹了。以庇古为代表的旧福利经济学只关心能用货币计量的物质福利,以帕累托为代表的新福利经济学则进一步将资源的最优配置置于经济学的核心地位。实际上,古典经济学所讨论的福利不仅包括物质福利,还包括精神福利,比如边沁曾分析了15种基本的快乐与痛苦,其他所有的快乐与痛苦都可以被认为是这些基础集的组合。在这些基础集当中,与精神福利相关的快乐包括“与他或他人存在良好交往……的快乐”、“声誉的快乐”、当“善举的对象享有快乐时的快乐”(贝克尔,1995:300)等等。显然,在古典学派那里,人际交往或伦理行为构成福利函数的组成部分,社会互动以不同方式影响着个人的效用水平。

我们以约翰·穆勒(John Stuart Mill,又译约翰·密尔)、凡勃伦和熊彼特三位经济学家为代表,分别探讨伦理判断如何退出经济学舞台。

英国经济学家约翰·穆勒(史称小穆勒)是19世纪晚期古典学派的集大成者,其思想深受其父詹姆斯·穆勒(史称老穆勒)、边沁和孔德等人的影响。在《论自由》一书中,小穆勒提出个性和自由乃是人类福祉的两大基本因素,个人与社会的关系可用两条格言加以概括:第一,个人的行动只要不涉及他人的利害,个人就不必向社会负责交代。他人如果为了自己的好处可以对其进行规劝甚至远而避之,这就是社会对其行为不满所能采取的正确措施。第二,关于对他人利益有害的行动,个人则应当负责交代,并且还应当承受社会的或法律的惩罚,假如社会认为有必要采取惩罚措施来保护它自己的话(密尔,1982:102)。他还指出,缺乏个性和自由是中国未能走在世界前列的主要原因,这一论断被法国年鉴学派的代表人物布罗代尔再次证实。^①

美国经济学家凡勃伦是制度学派的创始人,而制度学派一般被认为是离社会学最近的一个经济学分支,因为它使用制度、习俗、文化等社会学常用的概念工具来分析经济现象。在《有闲阶级论》中,凡勃伦从社会互动角度分析了人类积累财富的社会心理动机。他认为,人们之所以会贪得无厌地追求财富,并非因为古典经济学家所说的生存竞争——因为现代工业的生产工艺如此先进以致于其生产能力早已超过维持生活和享受生活需要的限度,而是因为占有财富就博得了社会荣誉。凡勃伦说,“如果要在社会上获得相当声望,就必须从事于取得财产,累积财产。一旦累积的财物在这样情况下成为能力的公认标志,财富的保有就必然成为博得尊敬的独立的、确定的基础,就必然具有这一性质……拥有财富,起初只被看作是能力的证明,现在则一般被理解为其本身就是值得赞扬的一件事。财富本身已经内在地具有荣誉性,而且能给予它的保有者以荣誉”(凡勃伦,1997:25)。

凡勃伦的功利主义积累财富的思想被美国经济史学家熊彼特发挥到极致。熊彼特认为,虽然个人行为总是要受到社会习俗等制度因素的限制,但是企业家的行为却“不那么依靠传统和社会关系”,因为企业家的独特任务就在于创新,在于打破旧传统,创造新传统。由于创建一个新企业或实行一项新计划需要更多的自觉理性,所以典型的企业家是“最理智和最以自我为中心的人”(熊彼特,1997:102)。熊彼特认为企业家的这种理性行为特征不仅体现在其经济行

^① 布罗代尔在其《资本主义的动力》一书中指出,中国的商品交换是一方无峰无丘、削平了的地盘,这是中国资本主义未能发展起来的重要原因(布罗代尔,1997:22)。

动上,也可以推广到其经济行动的文化道德和社会后果上。由于过于追求财富,典型的企业家甚至不符合标准的“经济人”的画像,因为他们不是在努力取得的成果与努力所带来的负效用相等时停止努力,而是在其身体、精力消耗殆尽时,才会退出经济舞台。

那么,企业家殚精竭虑地追求财富,其动机到底是什么呢?熊彼特将其归纳为三类:首先,企业家拥有一种梦想并有一种坚强的意志要去寻找一个私人王国,一个现代人通过商业上的成功可以企及的最接近于中世纪封建贵族领主的地位。对于没有其他机会获得社会声望的人来说,它的引诱力即权利和独立的感觉是特别强烈的。其次,企业家具有征服的意志,具有战斗的冲动即证明自己比别人优越的冲动。因此,企业家追求成功并非为了成功的果实,而是为了成功本身。在金钱竞赛过程中,金钱上的输赢是次要的动机,而社会野心即超越别人逐渐成为最重要的动机。最后,企业家又名冒险家,企业家行为的最大特点是乐于冒险并善于冒险。在现实生活中,风险和不确定性无处不在,绝大多数经济主体都是风险厌恶者,只有企业家是风险爱好者,因为风险越大可能获得的利润就越大。冒险过程伴随着创造的快乐、把事情办成的快乐、或者只是施展个人才能和智谋的快乐。这类动机广泛地存在于人类行为之中,但是它在企业家的行为动机当中表现得最为突出(熊彼特,1997:103—104)。

企业家伦理与企业家精神:社会学与伦理学的融合

上述分析表明,经济学所关注的企业家(及一切经济主体)是其行为的理性特征方面。“理性”是古典经济学和古典社会学等许多学科领域共同关注的话题。当代经济社会学家斯维德伯格认为,在经济学以外的学科当中,理性一般被当作一种变量来探讨,只有在经济学当中,理性才被当作一种前提假设、一种固定的行为特征而贯穿于一切经济模型之中(Swedberg, 1998:135)。社会学对企业家行为的探讨超越了经济学的狭隘界限:它一方面肯定了企业家行为当中的理性因素,另一方面又特别强调企业家行为当中的伦理道德因素。将企业家伦理与资本主义生产方式联系起来进行理论研究的典范是德国社会学家马克斯·韦伯。

韦伯在《新教伦理与资本主义精神》一书中,对企业家(及一切经济主体)的行为做了宗教上和伦理上的分析,认为贪欲或赚钱并不是资本主义的本质特征,因为贪欲是一切社会一切主体的共有特征,资本主义精神与前资本主义精神之间的区别并不在于赚钱欲望的发展程度,而在于经济主体尤其是企业家群体所奉行的伦理准则。韦伯在书中,曾大段摘录本杰明·富兰克林的格言,认为富兰克林所宣扬的不单是发财致富之道,而且是“一种奇特的伦理”。比如,富兰克林认为,信用就是金钱,善于准时偿付借款的人是别人钱袋的主人,影响信用的事哪怕十分琐屑也要尽力避免。除了勤奋和节俭之外,与他人交往守时公正并奉行诚信原则对年轻人立身处世最为有益(韦伯,1987:33—35)。韦伯认为,富兰克林思想当中不仅包含了从商的精明,还蕴涵了一种精神气质,即近代资本主义精神气质。资本主义在中国、印度、巴比伦,在古希腊、罗马和中世纪都曾存在过,但却因为缺乏这种独特的精神气质而未能发展壮大。

那么,韦伯所极力推崇的这种独特的资本主义精神的实质是什么呢?概括而言,它是“一种要求伦理认可的确定生活准则”(韦伯,1987:41)。信奉这种生活准则的人认为,个人有义务对自己的职业活动负责任而不管职业活动的内容到底是什么。从企业家角度来看,具有资本主义精神气质的企业家就应该具有这样一种伦理观念,即认为个人有责任增加自己的资本,而且增加资本本身就是生活的目的;一个人是为了他的事业而生存,而不是为了生存才去经营事业。资本主义企业家的理想类型,不是依靠世袭的财产和贵族封号而获得社会地位,而是依靠

自身的努力,依靠精打细算,依靠既节制有度讲究信用、又精明强干敢想敢为的企业家精神才获得了前所未有的成功。除了信奉禁欲主义的伦理道德准则之外,新型的企业家还应具有如下品质:超乎寻常的自我控制能力,洞若观火的远见和行动能力,合乎理性地使用资本和组织劳动的能力,以及因为高度发展起来的坚定不移的伦理品质而在其顾客和工人中间赢得不可或缺的信任的能力。韦伯认为,表面上看,从冒险家和投机商向新型企业家的转变过程并不引人注目,但这一转变过程却对资本主义精神渗透到经济生活中发挥了决定性作用。

既然资本主义精神已经决定了经济生活,那么它就通过适者生存的经济过程教育着、选择着它所需要的经济主体。反过来说,一种适应资本主义各种特性的生活态度最终能够得到选择并左右其他方面的生活态度,那么,这种生活态度在形成之初就不可能起源于若干孤立的个人,而只能是一种为一切人群所共有的生活方式。除了企业家,劳动者等其他社会群体也必须具有高度的自觉理性才能适应近代资本主义的发展需要。韦伯认为,低工资并不能实现高利润,因为低工资意味着某些生理需要不能得到满足,因而必然降低劳动生产率。而高工资与高生产率却有内在联系,因为高工资可以提高劳动生产率。^①此外,廉价劳动力虽然有利于生产上量的扩大,但却不利于生产上质的提高,尤其不利于向高强度、高效率的现代企业类型过渡。当然,高工资有可能导致高效率,但是并不必然导致高效率,因为劳动必须被当作一种绝对的自身目的,当作一项天职来从事。在此,韦伯再一次将资本主义精神引入劳动者群体,具有资本主义精神气质的劳动者必须是这样一种群体:专心敬业、廉洁自律,既忠于职守又富于创新精神。这种理想类型的劳动者与理想类型的企业家结合在一起,共同构成韦伯所谓的理想类型的资本主义即理性资本主义。

因此,“理性”是资本主义精神产生的前提,“资本主义精神的发展完全可以理解为理性主义整体发展的一部分,而且可以从理性主义对于生活基本问题的根本立场中演绎出来”(韦伯,1987:56)。对于韦伯而言,宗教社会学的任务就是去寻找“理性”思想的精神源泉,寻找人们以某项职业为天职并自觉献身于该项事业的精神力量。韦伯发现了这种力量,它就是新教教义中的禁欲主义伦理思想,这种伦理思想构成资本主义社会文化的根本基础:它决定了人们的行为方式,影响了社会经济的组织方式,构成了资本主义社会发展的最根本的动力。

企业家的伦理行为与企业社会资本的积累:经济学与社会学的比较分析

资本主义,无论采取何种形态——无论是理性资本主义还是官僚资本主义,其核心内容都是围绕“资本”而运转的一种组织制度或行为方式。布罗代尔曾经指出,只有将“资本主义”与“资本”和“资本家”两个术语联系在一起才能确定前者的含义。布罗代尔认为,“资本”是可触知的现实,是一整套容易鉴别的资源,处于无休止的运作之中;“资本家”是筹划或试图筹划将资本纳入连续不断的生产过程之人;“资本主义”大体上是通常很少出于利他目标的一种营营不息的行事方式(布罗代尔,1997:32)。熊彼特则认为,资本是一种杠杆,企业家借此杠杆可以控制他所需要的各种具体商品,因此,熊彼特将资本定义为“可以在任何时候转交给企业家的一宗支付手段的数额”(熊彼特,1997:129、136)。从经济学角度来看,资本是一些具体的能够

^① 经济学有一个著名的“效率工资理论”,由著名的经济学家索洛、夏皮罗和斯蒂格利茨等人于20世纪80年代正式提出。虽然该理论的分析工具比较前沿即使用信息经济学关于雇主和雇员拥有的信息不对称的方法来论证高工资与高效率之间的因果关系,但从结论上看,社会学家韦伯早在20世纪之初(写出本文的时间为1904—1905年)即已提出了效率工资思想,这不能不令当代经济学家汗颜。

增值的资产,资本依其所有者可以划分为私人资本和社会资本,后者是指一个国家在一定时点上所持有的商品储备总量,在性质上它与私人资本并无差异,因此我们可以粗略地认为社会资本概念在经济学中是不存在的。^①

从社会学角度来看,资本不仅表现为一些具体的有形物品,而且还可以体现在企业所拥有的人际关系上:企业所有者个人及其所领导的决策群体的社会声望是企业所拥有的社会资本,相对于物质资本或“物质”杠杆而言,这些基于个人品行而产生的社会信任是企业家动员社会稀缺资源的“精神”杠杆。由此,经济社会学将社会资本引入企业的生产函数之中。如果说20世纪60年代以前新古典经济学的生产函数是由物质资本和人力资本两类要素组成的话,那么,20世纪80年代以后新经济社会学则将生产函数扩展为物质资本加人力资本再加社会资本三类要素组成。假设用 p_k 表示物质资本,用 h_k 表示人力资本,用 s_k 表示社会资本,用 Y_E 代表新古典经济学的生产函数,用 Y_S 代表新经济社会学的生产函数,则新古典经济学和新经济社会学的生产函数可以分别表示为:

$$Y_E = f(p_k + h_k) \quad Y_S = f(p_k + h_k + s_k)$$

从上述生产函数构成内容来看,经济学关注的是物质资本对产出的贡献率,即使马歇尔(Alfred Marshall)将企业家的管理能力、舒尔茨(T. W. Schultz)将人力资本变量引入生产函数,经济学家所关注的仍然是经济主体(包括有才能的企业家及受过良好训练的技术工人)的具体管理及操作能力。也就是说,经济学所强调的始终是人与物之间的关系或者说是人对物的控制能力,而社会学所引入的社会资本变量强调的却是人与人之间的关系,是作为企业的领导者即企业家的个人品行对企业的生产函数所产生的影响力。那么,企业的社会资本本身又是由哪些变量构成,各种变量之间又有哪些内在联系呢?

目前,学术界主要将社会资本定义为一种社会网络或社会联系,^②企业的社会资本即是企业的社会联系,比如边燕杰等人曾将企业的社会资本定义为企业的经营者通过社会联系而获得的支配社会稀缺资源的能力,“稀缺资源”主要是指权利、地位、资金、财富、学识、机会和信息等等,“社会联系”包括纵向联系即与上下级领导及所属企业之间的联系,横向联系即与其他企业之间以及与社会其他部门之间的一般社会交往和社会联系等等(边燕杰、丘海雄,2000)。本文认为,社会资本的本质内涵是信任以及因信任而产生的社会声望或社会权威。从社会学角度来看,社会交换有三种动机:爱、无知和恐惧,在笔者看来,无知和恐惧主要源于信息沟通障碍,随着信息时代的到来应该变为次要的动机,而“爱”则应该成为社会交换最主要的动机。良好的个人品行是信任、声望和“爱”产生的伦理基础,企业的社会资本就是因企业家良好的个人品行而产生的动员社会稀缺资源的能力,它通过企业的社会交换能力表现出来。因此,我们以企业为圆心,依据企业可以实现的社会交换的距离和密度将企业的社会资本划分为企业外部社会资本和企业内部社会资本两大类。

企业外部社会资本是指企业对外交往以及取得外部资源的能力,主要包括企业的社会网络和共生契约。

社会资本具有多种表现形式,但一般认为社会网络是其最重要的表现形式(朱国宏,1999):

① 熊彼特认为社会资本概念可以从真实资本概念中引申出来,但仅仅作私人资本加总才有意义。除此之外,资本作为支付手段只有在私人手里才能发挥资本的作用,因而讨论社会资本是没有意义的(熊彼特,1997:137)。

② 张其仔曾将社会资本的定義归纳为四种:第一种是指社会网络,第二种是指社会规则,第三种是指规则、网络与信任,第四种是指蕴于社会结构之中的个人可以利用的社会资源(张其仔,2001:59-61)。

139; 张其仔, 1997: 54—58)。企业的社会网络是指企业在产品的产购销过程中与其他贸易伙伴所发生的一些长期性和重复性的社会联系。社会网络对企业生产函数的影响可以概括为两种效应: 一是网络规模越大, 能为企业提供的信息、资金等稀缺资源就越多; 二是网络密度越高即网络成员之间的互动越频繁, 为企业提供的社会资本的质量就越高。对于第一种即网络规模效应, 学界基本上已经达成共识。对于第二种即网络密度效应, 目前还存有争议。^① 我们认为, 网络密度与社会资本正相关假设可以从两个角度加以论证。

其一, 从社会互动角度来看, 网络密度较高意味着网络成员之间保持较为紧密的联系, 在联系密切的网络中, 成员之间一般都保持较高的互惠性期望和较为明确的惩罚性规则, 因而网络能为成员提供真实的收益(或成本)。其二, 从经济学实证角度来看, 我们可以提供许多经济交往的经验数据对此加以经验支持。比如, 在世界贸易发展史上, 贸易格局曾发生如下规律性变化: 二战之前, 世界贸易主要发生于发达国家与发展中国家之间, 二者之间的贸易数额占世界贸易总量的 50% 左右; 而在 20 世纪 60—80 年代, 这一比率下降到 26%—34%, 发达国家之间的贸易数额跃居世界首位, 占世界贸易总量的 45%—55%, 这种趋势一直保持到当代(姚曾荫, 1987)。笔者认为, 贸易网络虽属经济网络, 但它的变化趋势同样可以说明社会网络的发展规律, 因为无论是经济网络还是社会网络, 促使其发展并导致其结构发生裂变的根本动力只有一个, 这就是社会分工。由于社会分工不够发达因而行为主体需要资源互补, 所以产品互补性的贸易(发达国家与发展国家之间的以制成品与原材料相交换为主的贸易形式)成为战前贸易的主流; 而当社会分工有了高度发展之后, 人们更需要在文化、技术、社会意识形态相同或相似的起点上进行沟通和交流, 因而在竞争基础上进行的合作性贸易(发达国家之间的以制成品相交换为主的贸易形式)就成为战后国际贸易发展的主要特征。笔者认为, 密度较高的社会网络拥有相似但并非完全相同的资源, 这些资源更为其网络成员所急需。反过来说, 正因为行为主体需要某种资源, 而这种资源又恰好被其网络所拥有, 所以行为主体才需要同其网络成员发生频繁互动, 因此, 密度较高的网络必定对其成员提供较多或质量较高的社会资本。

共生契约相当于一种攻守同盟, 它是在经营同类产品的企业之间为了共同利益而建立的一些书面或口头协议。共生契约可以帮助契约中的企业学会在市场竞争中生存, 减少市场交易成本。但对契约之外的企业而言则是增加了交易成本, 因为攻守同盟为网络内部的企业撑起一把保护伞, 同时为网络外部的企业进入该行业设置了一道壁垒, 因此一般认为共生契约增加了网络内部成员的社会资本, 同时增加了整个社会的交易成本, 而交易成本一般会减少社会福利。但也有学者认为, 对于交易成本概念应该一分为二地看待, 比如克莱姆·蒂斯德尔认为, 市场交易成本可以增加某一市场的稳定性, 因为在一个完全开放的竞争性市场体系中, 尤其在一个允许企业自由进入和自由退出的完全竞争市场中, 过度的经济自由会产生“滚石”(rolling stones)现象: 大量“滚石”即短期投资者和经营者频繁地进入或退出某一市场, 不仅对市场价格稳定从而对消费者利益不利, 而且还可能印证那句古老的谚语:“滚石不生苔, 转业不聚财”, 从而最终影响一个产业的长期稳定发展(Tisdell, 1996: 255—256)。

企业内部的社会资本主要包括三大要素, 依其对企业生产函数的贡献率可以将其排序为: 企业家个人品行、员工个人品行以及企业产品的社会形象。

^① 边燕杰等人在讨论中国城市家庭的社会网络资本时, 提出社会网络密度与社会网络资本总量呈负相关的假设(边燕杰、李煜, 2000: 7)。

企业家(包括企业的决策群体)的个人品行位于企业内部社会资本三要素之首,而企业外部社会资本又是依靠企业内部社会资本推动、建立和扩张的,因而企业家个人品行实际上变成企业社会资本之中最重要的变量。那么,企业家的个人品行又是由哪些因素构成的呢?

笔者认为,企业家的个人品行主要是指企业家的伦理道德行为,包括前文所述的各种行为。除此之外,还可以从社会互动角度,从以下两个方面分析个人道德水平的培养过程:一是从先赋资本角度来看,遗传及家庭(或家族)声望对个人品行具有重大影响,前者决定个人的可教育程度及可塑性大小,后者则是个人社会资本的先天占有量,它可以是正数(当家庭声望较高时),也可以是负数(当家庭声望较低时)。二是从社会交往角度来看,受教育程度及工作经历都可以塑造个人气质,较高的文化素质有助于增加个人的社会责任感,所谓“儒商”即被引申为品格高尚的、胆识才能兼备的、言行一致的儒雅之士(马涛,2000)。工作经历是个人实现社会交往或与他人发生互动的主要形式,库利曾把人的生命归因于两个因素即遗传和社会,认为“人的社会生命起源于与他人的交流”,“人类本性最基本的特点就是可教育性”(库利,1989:8、21),正是社会交往不断地改变和塑造着个人的品行特征。

员工个人品行对于企业社会资本的影响主要体现在员工的敬业精神方面。员工的工作成效只要符合企业工作标准就应视其为合格职工,但经验研究表明,在许多成功的大企业当中,职工的努力水平常常超过企业要求其达到的努力水平,效率工资理论对此给出了较好的解释。但是,阿克罗夫(George A. Akerlof)认为,职工并非根据正规的、制度化的工作标准来工作,而是根据非正规的努力准则来工作的,这些努力准则并不是个人拥有而是集体所共有的、源于职工之间的情感比如友谊、或者出于职工对企业的情感比如忠诚而产生的一些不成文的规定。职工按照这些标准工作,其劳动成果超出企业标准的余额相当于职工送给企业的礼物。作为对员工超常努力及其高昂士气的一种奖励,企业回赠给员工以高于市场出清水平的工资即效率工资,这样,在企业及其员工之间就实现了“礼物交换”(袁志刚,1997:142)。从阿克罗夫的礼物交换模型当中,我们可以发现社会规范(social norm)对员工及对企业双方的内在影响,具有互惠性质的社会规范内化于员工及企业家的伦理道德之中,对企业内部社会资本的积累产生了积极的影响。

企业内部社会资本的第三个变量是企业产品的社会形象也即通常所说的“品牌效应”。产品作为人类劳动的物化凝结,本身没有思辨能力或行为能力,从表面上看与本文所采用的以“信任”为核心思想的社会资本概念似乎相去甚远。但是,笔者认为,产品作为人类劳动的物化形态反映了其生产者的价值理念,产品一旦被生产出来并流向市场,企业家及其员工的伦理思想就会通过这一媒介形式传递给消费者。如果说企业家及其员工的个人品行是“静止的”社会资本,那么其产品则是“流动的”社会资本,它会无声地传递企业的价值理念,为企业带来巨额物质资本。关于产品信誉对企业经营的影响,信息经济学奠基人乔治·施蒂格勒(George J. Stigler)曾有简短而精彩的描述,他说“商誉”这个概念,可以定义为“顾客无须不断搜寻(即只须偶尔核实一下)就会不断光顾”(施蒂格勒,1996:82)。信誉可以保证消费者对于某种品牌产品的信心,节约消费者的搜寻成本,有助于增加生产者和消费者双方的经济福利。

企业社会资本的积累对经济增长及社会发展的意义

有关社会资本对经济增长及社会发展影响的话题国内学术界讨论颇多,见张其仔(1997;2001)和李惠斌、杨雪冬(2000)等。在本文中,我们将企业家的伦理行为即企业家的个人品行

引入企业的社会资本变量之中,又将社会资本引入企业的生产函数之中。那么,企业家的个人品行对经济增长及社会发展具有哪些影响呢?我们将其归纳为两种效应。

第一是内生增长效应。

本文认为,在企业的生产函数当中,物质资本和人力资本是产出增长的“硬件”,社会资本则是经济增长的“软件”,“软件”与“硬件”的关系是:社会资本借助于人力资本并通过人力资本作用于物质资本而提高企业全部资本的生产效率。虽然社会资本作为一种内化于经济主体的伦理道德是无形的,但是其载体却是有形的,在本文中这些载体就是企业家及其员工。本文的分析表明,具有勤俭敬业、诚实守信等道德品质的企业家及其员工的伦理行为是经济增长的内生动力,而一定时点上企业家及员工作为一个整体其行为方式又受过去人们的行为方式的影响,也就是说,在一定时点上,一个国家、一个民族的社会资本存量的大小要受过去人们行为方式的直接影响,并对现在及未来人们的行为方式产生巨大影响。正是在这个意义上,我们说个人品行对经济增长具有内生效应。

第二是向外溢出效应,它有两层涵义。

首先,由于企业家及企业产品良好的社会形象会引起其他经济主体的模仿行为,从而使良好的个人品行具有扩散效应。经济学家阿克罗夫和曼斯基(Charles F. Manski)等人曾经分别对社会互动中的个体行为做过深入研究,结果发现“身份”(identity)具有激励作用,人们会有意识地选择理想的身份并按理想的标准去行动。美国社会学家库利也对人的“社会自我”意识做过心理分析,认为荣誉感是一个人最基本、最真实的自我,“生命对荣誉的追求在人类行为中绝不是一种浪漫的需要,而是真正达到人性水平的标志,是人类特有的东西”(库利,1989:153—154)。进入更高级的群体、受到更多的人尊重,这种动机遍及一切人类,它会促使人们遏制自己的不良行为,按照理想中的企业家的行为模式去行动。

其次,社会资本的本质内涵在于社会成员之间的相互信任:信任程度越高、信任范围越广,社会资本的质量就越高。良好的个人品行首先是互动之中他人信任的基础,同时也意味着主体对他人的信任,也即主体对彼此诚实的作风、互惠合作意向具有确定性的预期。只有诚信扩展为社会交往的普遍原则,信任超越了亲情和人情的狭隘界限变成人与人之间的普遍信任,一个国家才是社会资本存量丰富之国。^①

通过本文研究我们可以认为,只有当社会信任遍及人类一切交换行为,只有当法律法规等“硬性制度”仅仅作为他律用以约束少数人的行为,当社会信任成为“看不见的手”作为自律自发地约束多数人的行为,只有那时我们才能认为社会交换已经接近“帕累托最优”即最有效率的交换状态,我们孜孜以求的市场经济才不仅具有形似而且具有神似:因为只有社会信任才是市场经济的真正灵魂。

参考文献:

彼得·布劳,1988《社会生活中的交换与权利》,华夏出版社。

边燕杰、丘海雄,2000《企业的社会资本及其功效》,《中国社会科学》第2期。

^① 杜恂诚在研究近代资本主义发展过程时发现,近代中国的企业绝大多数采取家族式的组织方式,中国企业家第一相信亲属,第二相信同乡。在上海等通商大埠中,做生意的人都以同乡关系结帮;广东人在一起结成“广东帮”,宁波人在一起结成“宁波帮”……诸如此类的还有“苏州帮”、“无锡帮”等等。不仅企业家结帮,而且企业中的工人也以同乡关系结帮,工人传授技术也只在帮内进行(杜恂诚,1993:133—134)。我们可以轻易地发现近代中国资本主义企业经营方式的当代版本,例如在北京的“浙江村”等等(见项飏,2000;刘林平,2001)。

- 边燕杰、李煜, 2000《中国城市家庭的社会网络资本》,《清华社会学评论》(2), 鹭江出版社。
- 布罗代尔, 1997.《资本主义的动力》, 生活·读书·新知三联书店。
- 查尔斯·霍顿·库利, 1989《人类本性与社会秩序》, 华夏出版社。
- 杜恒诚, 1993《中国传统伦理与近代资本主义》, 上海社会科学院出版社。
- 凡勃伦, 1997,《有闲阶级论》, 商务印书馆。
- 哈耶克, 1989《个人主义与经济秩序》, 北京经济学院出版社。
- 加里·S. 贝克尔, 1995,《人类行为的经济分析》, 上海三联书店。
- 李惠斌、杨雪冬, 2000《社会资本与社会发展》, 社会科学文献出版社。
- 刘林平, 2001,《外来人群体中的关系运用——以深圳“平江村”为个案》,《中国社会科学》第5期。
- 马克斯·韦伯, 1987,《新教伦理与资本主义精神》, 生活·读书·新知三联书店。
- 马涛, 2000.《儒家传统与现代市场经济》, 复旦大学出版社。
- 马歇尔, 1997,《经济学原理》, 商务印书馆。
- 马林诺斯基, 1999《科学的文化理论》, 中央民族大学出版社。
- 迈克尔·迪屈奇, 1999《交易成本经济学》, 经济科学出版社。
- 施蒂格勒, 1996《产业组织和政府管制》, 上海三联书店。
- 万俊人, 2000《道德之维: 现代经济伦理导论》, 广东人民出版社。
- 项飏, 2000《从“浙江村”到中关村》,《新华文摘》第7期。
- 阎云翔, 2000《礼物的流动》, 上海人民出版社。
- 姚曾荫, 1987,《国际贸易概论》, 人民出版社。
- 袁志刚, 1997,《失业经济学》, 上海三联书店。
- 约翰·密尔, 1982《论自由》, 商务印书馆。
- 约瑟夫·熊彼特, 1997,《经济发展理论》, 商务印书馆。
- 张其仔, 1997,《社会资本论: 社会资本与经济增长》, 社会科学文献出版社。
- , 2001,《新经济社会学》, 中国社会科学出版社。
- 朱国宏, 1999《经济社会学》, 复旦大学出版社。
- Akerlof, George A. & Rachel E. Kranton 2000. “Economics and Identity.” *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. CXV, August.
- Manski, Charles F. 2000. “Economic Analysis of Social Interactions.” *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 14, Number 3.
- Swedberg, Richard 1998, “Economic Sociology.” *The Handbook of Economic Methodology*, (ed.) by John B. Davis, Edward Elgar Publishing Limited.
- Tisdell, Clem 1996, *Bounded Rationality and Economic Evolution*, Edward Elgar Publishing Limited.
- Vallentyne, Peter 1998, “Economics and Ethics: An Introduction to Theory Institutions and Policy.” *Journal of Economic Literature*, Vol. 36 September.
- Vickers, Douglas 1998, “Economics and Ethics.” *Journal of Economic Literature*, Vol. 36 September.
- Wilber, Charles K. 1998, *Economics, Ethics and Policy*, Rowman and Littlefield Publishers, Inc.

作者系沈阳师范大学社会学系教授, 经济学博士
责任编辑: 罗琳