

企业家才能的制度维度

朱海就

(浙江工商大学 经济学院, 杭州 310018)

摘要:文章探讨了企业家才能的制度维度问题。企业家除了为社会提供产品之外,还会潜移默化地影响制度,这种影响虽不易觉察,是“看不见的”,但确实存在且意义深远。这使我们认识到即便是一个在产品方面为社会创造了价值的企业,也有可能是“制度破坏型的”。文章通过把制度分为组织、通行的法则和文化三个层面,解释了为什么企业家的“理性”行动,可能会形成一种与自然法相背离的“流行风气”,并最终导致一个社会制度环境的恶化。文章最后认为,企业家的社会责任并不仅仅是致力于公益、环保等等,更是有意识地推动制度的改善。

关键词:理性;企业家才能;制度;自然法则

中图分类号:F019 **文献标志码:**A **文章编号:**1009-1505(2016)02-0094-08

The Institutional Dimension of the Entrepreneurship

ZHU Hai-jiu

(School of Economics, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: This paper discusses the institutional dimension of the entrepreneurship. Besides providing products for the society, entrepreneurs silently influence the institution, which is perceptually invisible but actually exists with deep significance. Therefore, it is argued that a corporate may be destructive to institution even though it creates value for the society. This paper divides institution into three levels including organization, general rules and culture and interprets the reason why the “rational behaviors” of a entrepreneur may form a “prevalent atmosphere” deviating from the natural laws which may finally destroy the social institutional environment. In the end, it is believed in the paper that the social responsibility of entrepreneurs includes not only the commitment to public interest and environment protection etc., but also the efforts to consciously promote the institutional improvement.

Key words: rationality; entrepreneurial talent; institution; natural law

收稿日期:2015-11-30

作者简介:朱海就,男,浙江工商大学经济学院教授,博士,主要从事奥地利学派经济学研究。

注:中国社会科学院张曙光教授提出了宝贵建议,在此表示感谢,文责自负。

企业家才能是奥地利学派(以下简称“奥派”)的重要概念,它通常被理解为承担不确定性(奈特、米塞斯)^[2]、警觉利润机会(柯兹纳)^[3]、想象(拉赫曼)和创新(熊彼特)等等^{[4],[5]},可以说从不同的角度把握并诠释了企业家才能的重要特征。但是不难发现,所有的这些认识都只是从“个体”的行为出发的,缺乏一个与制度相关的维度。而奥派又较其他学派更为重视市场中制度的作用和意义,比如福斯认为米塞斯是产权经济学的先驱,^①米塞斯在这方面的论述可见他的《社会主义》一书;门格尔也在较早的时候就意识到制度的自发性,比如他对货币的论述;^[6]而哈耶克则不仅发扬了门格尔的这一思想,在1937年之后更是把主要的精力集中于法律、宪政这些重要的制度问题上。^[7]由此可见,奥派虽既有企业家才能的思想,又有制度的理论,但却在很大程度上把两者视为相互独立的两个问题,相互之间缺乏有效的衔接。为此,我们认为,缺少制度维度的企业家才能理论是不完整的,而市场,如奥派所理解的那样,其基础就是制度,既然企业家才能被视为市场经济的驱动力,那么企业家才能就不应缺少“制度”这样一个重要的维度。鉴于此,本文试图把制度因素引入到企业家才能的概念当中,并以此为逻辑起点建立一个新的分析框架,进而通过它来分析中国的现实问题。

一、从“行为人理性”到“制度理性”

经济学的“理性”概念与“目的-手段”分析框架联系在一起,其含义通常被理解为“最大化”。“理性人”也即“经济人”,这意味着一个人总是将可得的手段优先用于实现他最为迫切的目标,若按照这个定义,人总是理性的。可见,这个“目的-手段”分析框架并没有给出一个什么是“理性”,什么是“非理性”的标准,换句话说,理性与否的判断是由当事人自己做出的,因此也是情境的。

事实上,在一个由“单个个体”构成的社会中,无所谓什么理性问题,或者说,理性问题只有在多人的社会中才存在意义并产生影响。在社会生活中,人们总是很在乎别人对其行为“究竟是理性还是非理性”而做出的判断,假如一个商人的行为在他人看来完全是非理性的,无法为他人所接受,那么他就根本无法做生意,因此,当事人会尽可能地采取被他人视为理性的行动。那么,我们不禁要问:什么样的行为才会被他人视为“理性”,进而为他人所接受呢?

首先,在现实中,人们并不是根据自己计算出的“最大化”去判断他人的行为是否理性,而是看当事人的行动是否遵循了判断者所认可的制度。如果符合判断者所认可的制度,一般就会被认为是理性的,相反,则会被认为是非理性的。当人们说某个人“反常”,即非理性时,并不是指当事人没有达到判断者所预期的目标,而是指那个人的行为不符合判断者所认可的制度,比如企业家的冒险、投机行为等。也就是说,只要当事人的行动并不违背判断者所认可的制度,那么就不会被看作是非理性的。

不仅如此,对他人的行为是否理性的判断,既是个体的,也是主观的。这就意味着,同样的行为,在有的人看来是理性的,而在另外一些人看来可能就是非理性的,其原因在于不同的人对何为理性有着不同的判断标准。但在一个社会中被大众普遍接受的判断标准是存在的,这种被普遍接受的标准便构成了“均衡”。

其次,当我们说“制度是评判理性的标准”时,并不是指经济学家用这个制度去判断当事人的行为是否理性,而是指人与人之间是用“制度”来作为判断理性的标准,这种标准涉及人与人之间建立的

^①Nicolai Foss, *The Austrian School and Modern Economics*, Copenhagen: Copenhagen Business School Press, 1994, p. 206.

“联系”。如以斯密所强调的“同情心”在人与人之间建立的联系来看,他言下的“道德”在这里就是判断“理性”的标准,这样一来,“道德”与“理性”便联系在了一起。

此外,这种“制度”标准与“目的-手段”分析框架是相容的,因为人们在确定目的时,在确定目的之后选择手段时,都会把相应的制度因素考虑在内。这包括选择什么样的制度才能达到目的,以及选择什么样的制度才不会被别人视为“非理性”两个方面,因此,“理性人”在很大程度上也是“制度人”。

换句话说,当制度成为当事人之间判断理性与否的标准时,“制度”便连接了当事人的“理性”和他人眼中的“理性”,当事人所遵循的制度和他人所遵循的制度存在某种一致性,这也是社会处于某种均衡状态的条件。但这并不是说,当事人所遵循的制度和他人所认可的制度是完全一致的,当事人可能用他自己认可的制度作为衡量理性的标准,而企业家往往就是那些有自己独特判断标准的人,他会冒着被别人称为“非理性”的风险,去实现自己确立的目标。

可见,“目标”“行为”和“制度”之间存在某种相互关联,一般而言,是先有“目标”,然后再决定遵循什么“制度”来实施什么“行为”。由于企业家的目标一般都是前瞻性的,是对未来消费者需求的判断,因此当与这个目标对应的制度当前还没有出现时,就需要企业家去自主建立。在这时,就不能要求企业家新创立的制度的各个方面都符合大众的评价,而只能要求这些制度的最基本方面符合他人的评价。如果企业家实现了其目标,获得了收益,他人将改变对他的评价,或者说,他会得到他人的重新评价,同时他的行为将会被他人所模仿,渐渐的,新的制度形成,比如电子商务行业中新规则的出现,换言之,企业家就是开创新制度的人。

如此一来,我们便解释了“理性”的两层含义,一是抽象的、与“目的-手段”分析框架联系在一起的理性,这个理性适用于单个的个人;二是与“制度”联系在一起的理性,这个理性适用于人与人之间因互动而构成的社会。既然在社会中,制度是理性的判断标准,那么制度对人的行为,包括企业家的行为就有某种引领作用,因此,一个社会的制度特性对该社会的未来发展是非常关键的。

二、为什么要把制度维度引入到企业家才能概念中

首先,我们以价格为起点来说明这个问题。众所周知,市场被喻为“看不见的手”,人们通常都把这只手理解为价格,但事实上,这种理解并不正确,假如仅简单地理解为价格,那么就无法回答为何价格对市场的协调经常会遭遇失败,比如中国的房地产价格,它简直就是对市场的扰乱而非协调。兰格、勒纳等人基于最均衡思想认为利用价格就能协调市场的观点,在社会主义大辩论中已经被米塞斯等人所批评。实际上,市场中的价格只是引导企业家才能决策的信号,价格的背后是制度安排,也就是说,真正协调市场的并非价格,而是制度。

其次,制度也因企业家才能而得以存在和演化。在新古典经济学中,由于没有企业家的概念,相应的也就回避了制度的因素。科斯把企业因素嵌入市场经济理论之中,开创了新制度经济学派,该理论隐含了一个作为管理者的企业家,同时把企业视为降低交易费用的机制。^[8]如此一来,企业相当于自动生成的,或者说,相当于有一个上帝,或兰格模型中的拍卖者在那里,选择什么时候应该是企业,什么时候应该是市场,这显然是不真实的。特别是,在他的理论中并不存在真正意义上的企业家,在这方面,奈特意识到企业是分散风险的机制,企业家是承担风险的人,因此,奈特的组织理论中包含了企业家。

不过,奈特的这个有关“不确定性”与“企业”之间关联关系的理论其实可以进一步发展,用以说

明为什么只要有企业家,就必然意味着某种制度安排。此外,对于企业家建立企业的理由,除了奈特所认为的承担不确定性之外,还可以从“知识”的角度予以解释。任何一位企业家都有属于他独特的隐含知识,但这种隐含知识需要通过组织的方式才能“具体化”为明晰的知识,即产品。也可以说,产品是隐含知识的编码化,这个产品之所以能够获得利润,是因为包含了某种来自企业家的独特性知识。为此,企业可以看作是知识的结合体,企业家是在这个结合体中占据核心位置的人,当今的一些西方管理理论也无不体现了这一点,如“企业能力理论”和“以知识为基础的企业理论”都是对相关理念的另类诠释。

因此,上述企业的例子说明,在市场经济中,“企业家才能”和“制度”之间存在必然的相关性,若引入其中一个因素,则不可避免地牵涉到另外一个因素,如果把两个因素分开说明,即在考虑一个因素时忽视另外一个因素,这在理论上显然是有缺陷的。如福斯教授曾批评新制度经济学缺少“过程”的思想,导致其理论不仅与现实脱节,也缺乏足够的解释力,^[9]追根溯源,其根本原因正是在于该理论把企业家因素排除在外。

综上所述,并不是像新古典经济学所认为的那样,通过价格的调节就能够解决问题,引入制度以及与之必然相联系的企业家,是正确理解现实理论的必然要求。此外,我们还需知道,企业家并不等同于罗宾斯所指的追求“最大化的人”,他行动的目的不是对约束条件作出最优的反应,而是要努力打破约束条件,而这个约束条件,很大程度上就是他所面临的制度约束。在这方面,近年来已经有不少人就此提出了“制度企业家”的概念,^①即创新制度的人,对此,下文会进一步予以探讨。

三、如何把“制度”维度和企业家才能结合起来

在这里,我们可以把“制度”理解为一个指引和规范人们行动的框架,企业家之所以和常人不同,原因在于他并不总是在给定的框架下活动,而是在不断打破既定框架的同时建立新的框架。这个新的框架并非事先就存在于某个地方,供他模仿或复制,而是仅存在于他的意识当中,需要通过一系列的创造性思维活动被他逐渐地予以具体化。在此,我们参考哈耶克对制度的区分,但为了更细化、更具体,我们不妨将其区分为三个层次:组织(如企业)、通行的法则和文化。^[10]这里之所以将通行的法则和文化予以区分,原因在于后者比前者更为抽象,相比成文法或判例法,文化更难以用文字表述,但相比之下,文化对人的行动更具有决定意义,对此,下文将会分别论及。此外,尽管这三个层面的制度和企业家都是息息相关的,但却有各自的区别。

在现实中,企业家通常不是为了建立组织(企业)而建立组织,而是为了获得利润才去建立组织,并且也是利润动机引导他不断地调整组织的形式和规模,因此,尽管组织可以被视为企业家直接行动的结果,但从主观主义的角度看,那并不是他的目的。此外,对于组织内部的员工来说,企业就是规范其行为的一整套规则。

通行的法则和文化这两个层面的制度有所不同,它们共同构成企业家自身行动的基础。准确地说,它们是企业家行动的规范,与此同时,企业家的行动也会影响通行的法则和文化。然而,对于他们

^①如张维迎:《制度企业家与儒家社会规范》,载《北京大学学报》2013年第1期;秋风:《君子与制度企业家》,载《领导文萃》2013年第23期。

能够多大程度地影响通行的法则和文化,企业家自己并不知情。这和他们对企业的影响截然不同,即企业家知道并且在一定程度上能够把握自己对企业的影响。

虽然说,企业家会意识到通行的法则和文化的存在,但不同的企业家对它们的重要性会有不同的认识和不同的判断,因此,不同的企业家对作为制度的通行法则和文化的反应也是不同的,这样一来,自然也就潜移默化地影响到一个社会的通行法则和文化。这里需要说明的是,通行的法则并非官方颁布的法律以及伦理上视为“正确”的规则,而是大众在实际生活中普遍接受的规则,也即被大众重视的规则,如不重视则不是。可见,这是文化意义上的法律观,对此,企业家的行为方式就构成了真正通行的规则,也就是托克维尔说的“民风”“心灵的习惯”或“一个社会中人们的道德气质和思想倾向的总和”,^①它是一个社会的基因和密码。从这个意义上讲,企业家可以说是对人们的这种“民风”“心灵的习惯”或“道德气质”有较大影响的人。这里,我们看到托克维尔在“文化”方面对哈耶克自发演化论的补充,哈耶克当然意识到,演化形成的不一定是好的,不能把演化形成的规则当作一种正义的规则,但哈耶克并没有说明为什么演化不能形成正义的规则。^[11]对这个问题的回答,我们可以回到“主观主义”上来,即正义的规则不是不存在(见罗斯巴德的自然法学说),而是不同的人对这些规则的重要性有着不同的判断,从而形成某种妨碍或促进这种规则执行的“风气”,这其实也意味着通行的法则很可能会背离自然法(其中也包括那些被哈耶克认为是“善”的演化法则,下同)。^[12]

此外,影响通行的法则的“流行风气”也是自发形成的,虽然那也是被大众无意中接受的,但它和哈耶克所说的“自发形成的抽象演化规则”还是有区别的。这种区别可能并不在于变化的快慢上,自发形成的抽象规则一般来说变化缓慢,但流行的风气也未必是变化迅速的。两者的区别应该在于这一点上,即流行的风气是被当下大众所普遍接受的,而自发形成的规则却未必如此,它往往是更为隐蔽的,还可能暂时被人们抛在一边,尽管它可能是“好”的,如传统的伦理。对此,我们可以把“好”的演化形成的规则等同于“自然法”。

这里,我们可以看到存在两种企业家的理性:出于自利的理性和遵从法则的理性。后者又可以区分为遵从自然法和遵循“流行的风气”(通行的行动规则),也即通过演化而形成的“文化”,它与客观性的自然法则可能存在不一致性,并以一种普遍接受观念形式在无意中影响企业家的行动,当然也会影响普通人的行为选择。任何一个企业家的行动都会同时考虑这两种理性,在自利的驱使下,他会尽可能地发挥他的“创造性”“警觉利润机会”以及“承担不确定性”这些人们通常所认为的企业家功能。此外,在这个过程中,他还通过建立组织以获得利润,而“流行的风气”则在很大程度上确定了他追求利润之行动的外延,他的行动一般不会超出这个流行的风气所确定的范围,并以此作为他判断自身行动是否合宜的尺度,即他根据这个标准来认为那样的行动是否会被他人所接受。

由此可见,这种被大众无意中接受的“流行的风气”和“自然法则”存在不一致性。在当时,企业家遵循“流行的风气”的自利行动更可能会被大众认为是“理性的”,大众会根据那个标准去衡量他的行动,他自己也会认为那是“理性”的,其原因在于他那样做,既可以获得更大的利润,也可以得到了大众的认可。

综上所述,从“制度”的角度看,组织的壮大(如员工人数的增加、利润的增长)与企业家是遵循(背离自然法)“流行的风气”,还是遵循“自然法则”并没有直接关系,因此也不能用组织的规模作为衡量他对制度所做贡献的标准,即企业家的“制度贡献”是不能用他建立的制度(如企业组织)去衡量

^①托克维尔著,董果良译.论美国的民主[M].北京商务印书馆1989年版,第332页。

的,这样就区分了制度企业家和人们通常所说的企业的企业家。也就是,“企业的企业家”未必是“制度企业家”,而“制度企业家”也未必是“企业的企业家”。此外,我们可以把对“流行的风气”有较大影响的人称为“文化企业家”。

四、企业家才能与制度的成长

如何理解制度的成长?根据上面对制度的三种区分,我们可以认为存在以下三个方面:一是组织的成长,其中包括新企业(或其他形式的自发组织)的出现、更替和原有企业规模的壮大,这也是企业家制度贡献的体现。一个社会中只有这样的制度成长起来,才能走向繁荣,“组织”这种制度可以理解为企业家发挥其才能服务社会的手段,人们所享有的产品和服务,正是“组织”这一“土壤”上结出的果实,土壤越肥沃,那么果实也就是越丰硕。二是通行的法则与文化的成长,如通行的法则与文化与自然法则的要求相靠近,用斯密的话说,符合心中“公正的审判官”的要求,也即制度框架及“流行的风气”与自然法则的要求一致,并且日益趋于完善,同时使冲突得以化解,正义得到张扬,那么可以认为制度是在成长。三是对与自然法不符合的通行法则的纠正,也可以视为制度的成长。

虽然说,组织是企业家制度贡献的重要方面,但仅仅用组织的成长去衡量制度的成长是远远不够的。换句话说,不仅要看组织对社会产品和服务的贡献,还要看组织对通行的规则和文化的贡献,这首先是因为一个社会的价值并不完全体现在产品和服务上,还体现在规则和制度本身,有好的产品,未必就有好的制度;其次,组织可能对后面两种制度的成长没有贡献,这并不是说这个组织生产了不良的产品,而是说这个组织所确定的观念(决定行为方式)和自然法则的要求不一定相符。那么,为什么会出现这种情况呢?

对于组织而言,有它自身的规则,也有属于它的“文化”,这种规则和文化对组织内部人员的观念有很大的影响,它在很大程度上是由企业家建立和塑造的,特别是在企业家无意识的行为中形成的企业文化。对于企业家追求利润的行动,遵循的是受“流行的风气”所影响的通行法则,还是自然法则,对企业的组织规则和文化有很大的影响,同时也决定了企业组织是否有“制度品格”。

这其实也就意味着,一个社会很可能会出现这样的情况,企业组织非常发达,但是另外两个层面的制度,即通行的法则和文化却相对停滞(与自然法的要求不符合),进而理想的制度无法建立起来,两者出现背离,可称之为制度的“畸形”。其中缘由在上面已经解释了,也即,企业家自身没有意识到自然法则(如上所述,包括维系社会的伦理)的重要性,这也许是他的“理性”选择,因为选择遵从背离于自然法则的通行法则可以获得更多的利润。然而,假如他意识到,遵循自然法则的伦理价值要超出商业价值,那么他的“理性”选择就是遵循自然法则而非受流行风气影响的通行法则。由此可见,关键在于企业家认为何者是更为重要的,据此,我们也可以把道德理解为“对自然法则相对重要性的认识”。

也鉴于此,企业可以分为“制度破坏型”企业和“制度友好型”企业,后者在创造物质财富的同时,也推动了制度的成长。“制度友好型”企业贡献于制度的“方式”是建立与自然法则一致的规则,并在企业层面形成相应的文化。

尽管企业可以在背离自然法则的环境下生长,但这种环境从整体和长期来看却是非常有害的,比如与权力的结盟,这是一种背离自然法的“流行的风气”,由于权力资源是有限的,这将置大多数没有权力资源的企业于不利的竞争地位。此外,如果权力不断扩张,权力资源不断增加,也许就会有更多的企业愿意与权力结盟,从而使与自然法则相背离的通行法则被进一步强化。可见,并不是企业家的自

利行动都是法律、文化友好型的,正如斯密所意识到的,“看不见的手”所实现的“公益”有赖于正义法则的发现和遵循。

相反,假如某些企业家“意识”到自然法则的“伦理价值”,进而拒绝因流行的风气所带来的最大化诱惑,那么他所建立的企业将是对制度有积极贡献的组织。如有更多的企业家采取相同的行动,那么将促使通行的法则和自然法则取得一致,进而一个健康的环境将会被顺理成章地建立起来,制度的成长也将因此而有所保障。

由此可见,企业家的努力可以分为两个层面,一是制度层面,他选择根据什么标准去建立企业制度,二是在这个他所建立的企业制度下,他如何努力地去利用各种可得资源,追求最大的利润。这也相当于对企业家的努力给出了两个评价标准,制度贡献与产品贡献,根据“制度贡献”的标准,满足了社会需求的企业未必是“有价值”的企业,很大程度上,这也是对“消费者主权”的补充,即仅仅强调满足消费者需求是远远不够的,还要看用什么方式满足消费者的需求。

一般而言,人们往往用企业利润的大小、为股东创造了多少价值、解决了多少就业、缴纳了多少税款或做了几件善事等等来判断企业家的社会贡献,而企业家的制度贡献往往会被人们所忽视。根据上面的论述,制度贡献要比其他贡献更为重要,也更有意义。企业家建立企业组织,扩大组织规模,并不等同于他的制度贡献,一个遵循自然法则的企业家——尽管他可能没有意识到他已经遵循了自然法则,或者他已经意识到了——所建立的企业组织才可能提供制度上的贡献。

五、回到“中国问题”

从以上的论述我们可以看到,企业家的制度贡献是有条件的,企业家建立企业组织,壮大企业规模并不一定意味着提供“制度贡献”。这表现在经济的发展并没有带来相应的制度成长,制度框架并没有随着民营企业的成长而逐步被建立起来,换句话说,人的“经济”活动并没有导致良好秩序的出现。究其原因,则如上所述,可以从企业家的“行动”和“意识”中寻找答案。如企业家的行动与自然法则的要求不符,而是遵循与之背离的通行法则,那么他所建立的组织对宪政就不会有什么积极贡献,充其量就只是一个“生产型”企业,不仅如此,它还可能是“制度破坏型”的组织,而不是一个“制度友好型”的组织。

如上所述,人们通常是用利润等来评价企业家的成功(这也是“流行的风气”的一种),而忽视对其制度贡献的评价。不像产品和服务方面的贡献,具体某家企业对制度的贡献和破坏都是难以被人们所觉察到的,但也不排除未来会出现某种测度方式来予以评估。尽管如此,一个地区的制度成长状况在一定时期内是可以被大众所觉察到的,人们可以对比该地区的制度成长状况和企业组织的变化,并得出相应的结论。

总之,并不是不存在自然法则,也不是没有演化的“善”的伦理,而是“流行的风气”改变了通行的法则,所以说,只有改变“流行的风气”,才可能有制度的改进。为此,企业家“在商言商”的同时,也需要担负起改进“流行的风气”的使命,这并不是要求企业家去做什么惊天动地的大事,而只是严格按照自然法则的要求去做企业。中国的企业家应该意识到,企业家的社会责任绝不限于提供好的产品、服务以及公益与环保等方面,其中更为重要的,是致力于提供“制度贡献”。或者说,有意识地回归到对自然法则的认识,改变背离自然法则的“流行的风气”,这样的“文化企业家”才最值得人们期待,也最值得人们崇敬与感激。

参考文献:

- [1]奈特. 风险、不确定性与利润[M]. 安佳,译. 北京:商务印书馆,2010.
- [2]米塞斯. 人的行为[M]. 夏道平,译. 台北:远流出版事业股份有限公司,1991.
- [3]科兹纳. 市场过程的含义[M]. 冯兴元,景朝亮,檀学文,等,译. 北京:中国社会科学出版社,2012.
- [4]拉赫曼. 资本及其结构[M]. 刘纽,译. 上海:上海财经大学出版社,2015.
- [5]熊彼特. 经济发展理论[M]. 叶华,译. 北京:九州出版社,2007.
- [6]门格尔. 国民经济学原理[M]. 刘絜敖,译. 上海:上海世纪出版集团上海人民出版社,2001.
- [7]哈耶克. 个人主义与经济秩序[M]. 邓正来,译. 北京:三联书店,2003.
- [8]科斯. 企业、市场与法律[M]. 盛洪,译. 上海:格致出版社,2014.
- [9]福斯. 奥地利学派与现代经济学[M]. 朱海就,译. 北京:中国社会科学出版社,2013.
- [10]哈耶克. 法律、立法与自由[M]. 邓正来,译. 北京:中国大百科全书出版社,2000.
- [11]哈耶克. 自由秩序原理[M]. 邓正来,译. 北京:三联书店,1997.
- [12]罗斯巴德. 自由的伦理[M]. 吕炳斌,周欣,韩永强,译. 上海:复旦大学出版社,2011.

(责任编辑 游旭平)

【同行专家评点】企业家追求利润对社会进步的推动很重要,但如以制度的破坏为代价,那是得不偿失的。斯密提出了“看不见的手”,其前提条件是,遵守道德法律下的自利行为才能促进公益。企业家可以是制度的建设者,也可以是制度的破坏者,特别是在制度转型的条件下,这取决于企业家的理念及其实现“自利”的方式。优秀的企业家不仅为市场提供好的产品,也为市场提供好的制度。企业家提供的好制度是公共产品,其他企业学习、模仿之后,就能推动整个市场经济的进步。这种贡献不易觉察,不像产品的贡献那么明显;同样,企业家破坏规则的行为也可能被他人模仿,这样就败坏了市场,产生负的外部性。如文章中提到的,企业的社会责任不只有公益、捐赠、环保等,推动“制度进步”也是企业的社会责任,甚至是更为重要的社会责任。在目前的情况下,有企业家因为破坏法治而“失联”,但也有企业家主动提出“不行贿”,这些意识到自己的“制度责任”的企业家很值得赞赏。企业家应意识到自己不仅在经济的转型中扮演重要角色,而且在促进制度转型、改善市场环境、净化竞争秩序中,也是不可或缺的重要主体。

评点人张曙光,中国社会科学院研究生院教授、博士生导师,北京天则经济研究所所长