

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

论企业经济行为的伦理限度[On the ethical limits of corporate economic behavior]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	杨, 文兵
Publisher	社会科学杂志社
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-06-10 14:52:36
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/182376

杨文兵：论企业经济行为的伦理限度

杨文兵

长期以来，在企业伦理建设方面，人们一直十分关注对企业社会责任的探究和研讨，却忽视了这种社会责任的植根土壤和条件极值，甚至将企业的社会责任搁置于企业追求自身利益合理合法的行为之上，没有真正寻找到企业经济利益增进与道德素质提高的切入点，其结果难免流于空谈。因此，要想建构与现代市场经济发展相适应的企业伦理理论和规范体系，正确确立企业社会责任的现实基点，有必要首先弄清企业经济行为的道德基础及其伦理限度。

一、 求利 企业经济行为的 内因驱动

什么是企业？企业因何而存在？这是研究企业一切经济行为的逻辑前提。根据现代企业理论，对什么是企业主要有两种不同的概念界定。一是科斯的定义，他认为企业的显著标志是对价格机制的替代，在企业之外，价格运动调节着生产，对生产的协调是通过一系列市场交易来实现的。在企业内部，这些市场交易不存在了，与这些交易相联系的复杂的市场结构让位于调节生产的企业家协调者，也就是说，企业是一种可以与市场机制互相替代的协调生产的手段和机制。二是詹森和麦克林的定义，他们认为企业是一种为个人之间的一组契约关系充当连接点的组织，是一种法律虚构。就企业而言，这一组契约关系就是劳动所有者、物质投入和资本投入的提供者、产出品的消费者相互之间的契约关系。综观两种界定，我们不妨对企业作如下初步诠释：所谓企业，是指一种用以协调内部成员及利益相关者的契约关系，可以替代市场机制的个体协作组织。

既然企业是个体协作组织，那么能够依托市场机制自发调节相互利益关系的个体小生产者为什么要进行合作和组织企业？对此，马克思在《资本论》中曾作过深入分析，并指出协作在历史上和逻辑上都是资本主义生产的起点。在马克思看来，个体小生产者之所以向协作转化并组建企业，主要基于以下两种原因：一是个体小生产者自身的历史局限。马克思认为个体小生产者由于排斥生产资料的积聚，排斥协作，排斥同一生产过程内部的分工，排斥社会对自然的支配，排斥社会生产力的自由发展，因而自然要被消灭。二是作为协作组织的企业有诸多优越性。马克思认为：单个的劳动者力量的机械总和，与许多人手同时共同完成同一不可分割的操作（例如，举重、转绞车、清除道路上的障碍物等）所发挥的社会力量有本质的差别，和同样数量的单干的个人工作目的总和比较起来，结合工作日可以生产更多的使用价值，因而可以减少生产一定效用所必要的劳动时间。也就是说，个体小生产者进行协作的根本目的，是因为协作生产比单个生产能节约生产成本，提高劳动效率，获取更多的规模收益。

与马克思不同，现代西方经济学家一方面从生产成本与度量成本相结合的角度分析企业的成因，比如美国著名经济学家阿尔钦和德姆塞茨在《生产、信息成本和经济组织》一文中曾指出：如果协作群生产的产出足够大，以至于和不可分离的生产的产出总和相比，超出的部分足以抵销用于组织和约束协作群成员的成本，则协作群生产就会被采用。也就是说，协作群生产代替个体生产的原因不仅是生产成本的节约，而且是生产成本与度量成本总和的节约。另一方面西方经济学家从交易成本的视角论述企业的形成，比如威廉姆森认为，由于环境的不确定性及少数交易参与者之间的关系是导致市场失灵的环境因素，再加上有限理性和机会主义的人为因素，使人们在拟定、履行和强制执行市场契约时会付出巨大的代价，最终导致交易在企业内部而不是在市场上进行，因而由企业组织代替市场交易有利于节约交易成本。

通过以上分析，我们便可以得出以下逻辑推论：无论是马克思在《资本论》中对古典企业成因的分析，还是现代西方经济学家对现代企业形成的论述，其中有一点是共同的，那就是作为个体协作组织的企业的产生缘由是为了通过队生产（team production）的方式节

约生产成本和度量成本，降低交易费用，提高生产效率，创造规模效益，从而既可以实现个体无法从事的生产经营活动，又可以使参与协作的个体生产者能够获得其在单独生产中无法得到的合作剩余利益。一句话，人们发明和创造企业组是为了自身更好地求利，更好地实现以最小投入获得最大产出的愿望。因此，追求自身利益和效用最大化，必然构成企业一切经济行为的出发点和内在驱动力。

二、求德 企业经济行为的外在规制

企业既然因求利而存在，那么如何才能求得利？如何才能求得多利、长利以维持自身的生存与发展？也就是说，企业应采取何种方式、通过何种途径才能实现自身利益和效用的最大化以及福利的长远增进？

首先，企业求利的实现条件取决于是否有物可利他人。我们知道，在市场经济经济条件下，企业从事商品生产和提供劳务的目的，并不是为了满足自身需求，自己进行消费，而是为了用于交换，通过满足与其交换者的某种需要来实现自己的获利追求，而要达到这样的目的，企业必须具备两个条件：一是企业必然能够生产出一定数量的产品或提供一定数量的劳力，二是企业所生产的产品或提供的劳务必须对他人有用，能够足他人的某种需要。倘若企业既不能生产出一定数量的产品，又不能提供一定数量的劳务，却只想从别的经济主体那里获取什么的话，那么，在自由交换的市场中别的经济主体便有正当的理由不与其发生联系。

—因为每个企业都会追求和保护自己应有的利益。企业要想实现自身利益的最大化，必然要拥有可以交换之物，必须要考虑愿意与其交换产品的另一方的愿望与需求及其强烈程度，把自我的利益追求与另一方面的需要满足结合起来，这样才能实现其生产产品的惊险的跳跃。

其次，企业求利的数额多少取决于生产成本与交易成本的节约。企业求利要有产品和劳务与他人交换，而求利的份额多少则决定于自己生产的产品和提供的劳务所包含的劳动量耗费。在市场交换中，决定产品和劳务的劳动量并不是单个企业生产这种产品和提供这种劳务时所耗费的劳动量，而是生产这种产品和提供这种劳务时的平均必要的劳动量，即社会必要劳动时间。马克思曾指出：每个商品的价值都是由物化在它的使用价值中的劳动量决定的，是由生产该商品的社会必要劳动时间决定的。

也就是说，在一定时期和任何一个生产部门内，虽然因生产条件游动熟练程度和劳动强度的差异而导致的不同生产者生产同一商品所耗费的劳动时间各不相同，但决定商品价值量却是社会上大多数商品生产者在大致相同的生产条件、技术水平和劳动强度下，生产这种商品所需的社会平均耗费的劳动时间。假如单个企业生产某种产品和提供某种劳务所耗费的个别劳动时间低于或相当于社会必要劳动时间，那么企业的成本支出与劳动耗费不仅将得到补偿，而且能得到应得利润，甚至还能获得超额利润。因此，企业要想在激烈的市场竞争中求生存、求发展，必然不断改进生产技术，改善管理，提高劳动生产率，降低成本支出和劳动耗费，以获取应有的甚至超额的利润回报。

长期以来，由于受古典经济学理论的影响，人们对企业的成本支出的认识往往只局限于生产成本，其实在企业的成本核算中不仅要考虑生产成本支出，而且还要考虑交易成本支付。按照西方新制度经济学派的观点，企业的存在就是为了用费用较低的企业内交易替代费用较高的市场交易，也就是说，无论是企业内的人与人的交往，还是企业与企业、企业与他相关人的交往都是有费用的、有成本的。因此，根据现代企业理论，要想增加企业求利份额的总量，不仅要注重对企业生产成本的节约，而且要更加注重对企业交易成本的节约。

最后，企业求利的久暂取决于其他利益相关者以及整个社会的认可程度。从表面上看，企业利益的获得似乎只和与其交换者有关，似乎只要得到与其交换者的认可就可以实现利润最大化目标，其实不然。第一，由于企业存在于社会之中，因而其求利活动的正常进行有赖于社会的认可和保障。根据现代产权经济学理论，市场交换的实质是一组权利的交换。要使价格机制运转起来，参与交易者必须对所交换的物品拥有明晰和专一的可以自由转让的产权。如果没有独立的产权，获准进入交换市场的企业就不可能有独立的地位，也

就不可能真正成为自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展的经济实体和竞争主体。而企业要想获得对其用于交换产品的独立产权，不仅取决于企业是否对这些产品的生产付出过劳动，而且取决于社会对企业产品所有权的认可和保障。倘若社会不存在承认和保障企业拥有合法追求自身利益并对这种利益拥有所有权的制度，那么，即使企业为生产某种产品付出过再大的劳动耗费，也无法保证其对这种产品拥有绝对产权并持续获利。第二，由于企业求利活动会产生外部效应，因而其求利活动的顺利进行需依托社会力量的强力调控。

所谓外部效应，按照西方新制度经济学代表人物诺思的解释是：当某个人的行动所引起的个人成本不等于社会成本，个人收益不等于社会收益时，就存在外部性，也就是说，某种经济活动所产生的影响并不一定在其自身的成本或收益上表现出来，但却会给其他经济主体乃至整个社会带来好处或坏处。当其结果能给他人和社会带来好处时，被称为外部经济（正的外部效应），反之，则被为外部不经济（负的外部效应）。长期以来，人们对企业交换结果的研究往往仪困于交换双方的利益实现，而对其可能对非交换方所产生的外部效应却熟视无睹。

其实，任何交换行为都会对非交换方产生这样或那样的影响，呈现出或正或负的外部效应。比如：甲生产面包，乙生产皮衣，两者相互交换，从内部效应来说，满足各自对食物和衣服的要求；从外部效应来说，则促进了社会经济的发展。再如：丙进行贩毒，丁进行吸毒，两者相交换，从内部效应来说，满足了各自对毒品和赚钱的需求，从外部效应来说，则败坏了社会风气。因此，要保障企业获利的长久性，实现社会资源优化配置，增加社会福利，维护其他利益相关人不受侵害，必须动用社会、尤其是政府力量制定制度规范，使企业外部效应内部化。

由此可见，作为因求利而存在的企业，要想获利、获多利、获长利，一方面必须以利他为手段，通过不断改进技术，改善管理，节约生产成本与交易成本，提高劳动生产率，努力生产或提供可以满足他人需要的产品或劳务，从而使自己的私人劳动能顺利地转化为社会劳动，实现自己的价值创造和谋利最大化。另一方面，企业必须立足于社会的可持续性发展，自觉承担起对其他利益相关者以及整个社会的应有责任，努力使企业可能产生的负外部效应内部化，防止自身成本外嫁，潜心营造企业能够长期获利的社会氛围。反之，如果企业在经济活动中仅从满足一己私利出发，那么企业的求利行为就难以实现，或即使实现，也难以持久。因此，企业在求利过程中不仅不可以排斥利他，而且必须依赖利他，这是不以任何企业的个体意志为转移的。也正是从这个意义上讲，我们认为，求德利他是企业一切经济行为的约束力和外在规制。

三、均衡 企业经济行为的 理性抉择

既然作为个体协作组织的企业因求利而存在，而求利又必须以利他为手段，那么，当求利利己的目的与求德利他的手段发生矛盾和冲突时，企业是否会为了利己而不择手段，或为了利他而不惜损己？还是努力寻找求利与求德的均衡点呢？在这里就牵涉到一个问题，即以求利为目的的企业经济行为是否存在一个伦理限度？

德国著名的经济伦理学家科斯洛夫斯基曾对企业如何对待求利与求德的关系作过考察，并将其分为三类：

一是 行为能够无条件地按照道德进行交易。他把道德行为和个人行动都视为经济利益，把公共利益机为他个人利益，即他按照道德进行交易不受其他人的影响。这类企业往往把求德与求利绝对等同起来，甚至可以为了求德不惜损害自身的利益。这类企业所作出的行为选择虽然在道义上值得称颂，但由于偏离了企业经济活动本身的直接价值指向，因而在经济活动中缺乏现实性和普遍性。

二是 个人能够无条件地按照道德进行交易。如果其他人或大多数人也这样做，他准备遵守道德规则，如果他感觉只有他一个成了傻瓜，他就自己破坏规则。这类企业并不是康德式的义务践履者，它往往把求利置于求德之上，认为求德必须得利，也就是说，企业

是否按照社会公认的道德要求从事经济活动，是有条件的，而这个条件从根本上讲就是不得损害企业求利的最低限度。

三是 如果所有的人都得到了较好的待遇，个人还可以理解，如果所有的人都遵守规则，最佳情况是所有其他人都遵守规则，只有他自己不遵守规则。这类企业在行为选择上极具投机性，是典型的“逃票者”，既希望享受因社会整体道德秩序良好而使自己的交易成本有所降低所带来的好处却不愿支付任何代价，又企图获取由于自己对社会道德规范的违背而使别人的交易成本有所提高所带来的额外收益却想逃避惩罚。

根据科斯洛夫斯基对企业作出经济行为的道德条件所作的考察，我们可以得出这样的结论：在现实经济生活中，绝大多数企业出于对自身利益的权衡，往往会选择第二种情况，总希望通过自己对社会道德规范的遵循以实现利益最大化的目标，而将第一种情况和第三种情况予以排斥。因为第一种情况即求德不计成本的非现实性，必然导致企业在激烈的竞争中被淘汰出局；而第三种情况即求利不择手段的反道德性，也会使企业因受到社会舆论谴责和法律制裁而加大成本支出，从而丧失竞争能力，同样会被淘汰出局。然而，就第二种情况而言，企业在经济行为的选择中自觉求德择善也并非没有条件、没有限度，这个条件和限度就构成企业一切经济行为的伦理限度。

在市场经济条件下，企业在从事生产和经营活动中始终面临着作为两种既互相对立又相互统一的行为变量——求利与求德的内在紧张和矛盾：一方面，从短期来看，企业之所以愿意为社会生产产品和提供劳务，是因为社会有这方面的需求而企业可以通过满足这种需求来获利。只有当企业的供给与社会的需求处于数量相等的均衡状态，企业才会停止供给。另一方面，从长期来看，企业之所以愿意遵守社会交易通则，选择善的行为方式，甚至为了长远获利而暂时牺牲一些眼前利益，是因为企业在全面权衡利弊得失、进行成本—收益分析之后认为：短期违德求利有可能受到社会惩处，会影响企业长期生存发展，因而在行为选择上并不是最优的，除非社会处于完全的失范与失序状态。

由此可见，无论从短期还是从长期来看，企业求德择善的最终目的并不是为了尽义务而尽义务，而是为了追求自身利益最大化。如果企业在选择善的行为过程中总是不能获利，那么，它就不会在活动中持久地去求德，也就是说，企业求德利他是有限度的，而这个限度就在企业因求德而发生的边际成本支出等于边际收益的均衡点上。这个均衡点不仅决定了企业经济行为的道德基础和伦理限度，而且也决定了企业承担社会责任的植根土壤与条件极值，是企业增进经济利益与提高道德素质的逻辑与现实的切入点。

（本文载于《社会科学》2001年第8期）

/