

# 应当承认现实经济人的非极大化行为

张 雄

斯密之后,经济人假说在一些经济学家那里被转化成一种在任何情况下都是最大化选择逻辑——手段的范例。经济理性被赋予一种神一般的理性光环,以致达到如此程度:经济人知道自己可以选用的一切备选方案,能确定其中每个备选方案可能产生的一切后果,然后在比较和评价这些后果的基础上选择出能给他带来最大利益的那个可行方案。理性经济人乃是最大化利益的追求者 对理性的崇拜鲜明地反映在如此价值取舍中:追求最大化原则乃是一切经济行为者唯一的心理坐标。在任何情况下,企业厂商的行为是追求利润(或其他目标)极大化,消费者的行为是追求效用极大化。

人的经济行为是否都是绝对的追求最大化原则?

不可否认,在追求自身利益时采取极大化形式的理性行为,使得对个人行为的分析比在结构性较小的假设下的相应情况要容易处理得多 正因为如此,这种分析认知方法的吸引力导致了传统和现代的经济理论中某些重要公理的出现。如竞争均衡的帕累托最优性和帕累托最优时的竞争均衡:(1)在某些假设下(如外在性),每个竞争的均衡(在给定的价格下,每人都追求效用极大化)都达到帕累托最优;(2)在稍微不同的一组假设下(包括无外在性,但也包括某些增加的要求,如不存在规模收益递增),相应于某些价格和资源的初始分配,每个帕累托最优状态都是一种完全竞争均衡。我们还可以找到大量的现实市场行为的实证范例来证明,市场行为者的确有着追求自身利益最大化原则的心理取向,受人性中自利心的驱使

可是,人类除了自利心动因还有无其他的一些动因,实际上,自身利益只不过是个人行为想要追求的各种事物中的一个。任何个人的市场行为都具有理性和非理性的两重性:一方面,它具有确定和坚持标准,通过计算和注意细节,努力追求极大化的倾向;另一方面,它具有不关心标准,不注意计算和细节,不努力追求极大化的倾向。这两种倾向在现实市场行为中表现的尤为复杂和难以测定。换言之,追求最大化原则只能是某些人在某些时候某些条件下采取的特定的行为特征,而不是所有时候所有条件下采取的行为特征,通常情况下,个人只具有有限的理性,他们只把部分注意力投放在作出市场信息充分决策所必需的细节和计算上,而让更普遍的决策行为采取依赖于习俗、直觉、惯例、意志、怠惰、模仿等形式作出,它不具有极大化特征

个人的行为应当既包含理性因素,又包含非理性因素 我们应当用极大化和非极大化假设替代新古典经济学的单一极大化假设。不否认极大化行为,但也应当承认和研究市场的非极大化行为的存在和影响。如肯尼斯·阿罗所理解的,“在一个许多角色都是‘非理性’的世界中,没有充分的理由认为‘理性’的角色相对于其他角色会繁荣、生存和有数量上的增长”。迪希特也十分尖锐地指出,既然购买行为是经济行为,我们就应指望,消费者是根据一些合乎逻辑的行为模式(理性模式)来达到一些多少是明确的目的的。实际上,在大多数时间,消费者的选择往往是由偶然性或当时的环境所决定的。对这种事实,我们根本不愿承认,这是因为我们有理性的幻想,从而使我们把理性和道德等同起来 甚至宁可讲我们动机中有意识的方面或无意识的

方面,也不要讲这些动机的理性方面或非理性方面。可是我们最后往往是以特殊的、非理性的方式行动的,而且往往事先并不知道自己会采取这样的行动。

为什么人的实际行为往往更容易出现偏离最大化倾向呢?从心理学和哲学的角度来看,人的决策及其行为后果往往取决于他自身的精神因素和外部环境条件的<sup>[1]</sup>。这种选择不仅依据成本和收益的关系还要按照动机和认知系统的耦合来确定。人的决策实际上是主体对客体的认识过程,认识一开始就不是一个单纯、孤立的自我封闭、自我决定的系统,因为每个人总是在自己的社会实践中,在一定的社会关系中,在与其他人的交往中,在与社会各种历史的、当下的偶发因素和环境条件影响中形成个人的思维、认知及其决策依据的,它不可避免地受到外部环境的制约,所以,个人并不一定有足够的动机按照极大化行为模式来思考问题,即便他确实按照偏好进行选择,习惯也会对这些偏好和选择作出调节。况且,个人的偏好取舍,也不一定有能力或意愿对所处环境的各种变化都作出区分,他们并不总能知道什么时候可以对什么环境的各种变化作出区分、对什么样的两种不同的状况作出理性选择,因为个人的努力程度不可能是一个静观的、被动的受决定的常量,而应该是一个难以测定的变量。通常情况下,人的内生变量的确定往往受外在变量的影响和制约。

或许有人从生物学自然选择的角度来说明最大化原则的普遍性,在他们看来,自然选择导致这样的结果:一些实行最优化的境况较好,而另一些不实行最优化的会被自然选择所淘汰。例如,非利润极大化的厂商可能会破产,从而只有利润极大化的厂商才能生存。持这种观点的人主要是回避了企业是有意识地进行最大化,还是按照最大化的公式进行实际计算,还是实际上试图找到一个最优化策略。最大化行为不一定是有所目的的或者是目标导向的。企业所以要最大化,是因为搞最大化企业更有可能生存下来。而企业实际上如何最大化的过程是无关紧要的。

自然界生物之间不完全是自利的最大化利益追求者,在某些情况下很可能出现利他主义的合作行为。同样,在商业界,企业捐献部分利润给慈善机构或帮助遇到麻烦的企业也是常见的事。这样做,是为了增加预期收益:在消费者面前提高一定的信任度,同时也是为了它将来遇到麻烦的时候有所求助。如果把这种行为也看成是追求最大化原则,显然是不合适的。

再说,每个企业在现实的市场竞争中很难实现最大化原则。哈维·莱宾斯坦认为,由于存在“X-低效率”,企业不会达到新古典理论所给出的最大化目标规范。不会使利润最大化,也不可能使成本最小化。这是因为:

(1)企业所承受的压力不可能总是处于适度的范围中,按照1908年由实验心理学家罗伯特·耶基斯和约翰·多森提出的耶基斯-多森心理法则,刺激强度(压力)与工作绩效之间的二次关系为:承受相对较高和较低压力的个人,是不会努力对决策作仔细计算,不会尽可能做好工作的,只有在适度的压力下,他们才能采取极大化行动,工作才可能有最好的绩效。企业的压力既可以来自企业成员自身的创造,如有人比别人更倾向于按责任和规范行事,也可以来自外部环境或市场竞争(或缺乏竞争)的效应形成,不论来自何方,其压力的强度总不会始终如一地保持在适度的区域中,因此,最大化效应只能是相对的、短时的。

(2)个人的行为具有惰性,或者说,个人通常都在他的惰性区域工作。在这个区域下限以下,随着努力水平的提高,个人满足程度以递增的速率增加;在这个区域上限以上,随着努力水平的提高,个人满足水平会以递减的速率下降。因此个人往往并不总是采用极大值和极小值计算成本与利润的关系以决定他的行为取向

(3) 企业主(委托人)和雇员(代理人)的利益并不总是一致的。企业内决定劳动程度的所有变量,并不由企业主全部控制,而是由雇员和雇主共同控制。然而,雇员的极大化策略是尽可能小地付出努力,但要不少拿工资,他只是免费搭便车,个人的偷懒不会使企业遭受损失从而引起注意,以致影响他的收入和岗位,而企业的极大化策略是使提供给雇员的工作条件和工资极小化,同时从雇员那里所获得的利润达到极大化。如果企业和雇员双方都采取极大化策略,那么势必导致两难困境:企业生产率低下,而报酬和工作条件也很可怜。

(作者系上海空军政治学院哲学教研室教授,单位邮编为 200433)

## 亚当·斯密的“经济人”理论与市场经济的拜物教

漆光琪

所谓“经济人”,是指以追求私人经济利益为唯一目的,并按经济原则进行活动的主体,在西方经济思想史上明确提出“经济人”概念的,是 19 世纪中期的英国经济学家约翰·斯图亚特·穆勒,然而,最早系统地运用“经济人”这个假设的,是英国经济学家亚当·斯密。

亚当·斯密于 1776 年出版了他考察社会经济生活的代表作《国民财富的性质和原因的研究》(简称《国富论》),在该书中,他把具有多种品质的人和作为经济上的人区分开来,运用抽象法,在人类多种动机中抽象出“利己性”作为经济人的本性,他认为,利己性是每个人从事经济活动的动机。人都需要别人的帮助,人们之间的帮助只有在互利的基础上进行,人们互相帮助的最合理的办法就是交换。他把资本主义社会称为商业社会,又把它视作符合人的利己本性的自然秩序。亚当·斯密把追求私利的经济人作为分析经济活动的基本前提,他认为,个人利己本性对社会有利,每个人对改善自身状况的努力是国民财富赖以产生的重大因素。个人利益和社会利益的矛盾可通过“看不见的手”来调节,在看不见的手的指导下,个人“追求自己的利益,往往使他能比真正出于本意的情况下更有效地促进社会的利益。”(《国富论》下卷第 27 页)最终使商品的市场价格趋于自然价格;商品的种类和数量与社会的有效需求相一致;劳动和资本等要素实行最优比例配置于各部门,实现均衡生产。

产生于 18 世纪中叶的亚当·斯密“经济人”理论,具有反封建、反经院哲学的进步意义。他从人的本性出发来研究资本主义的社会经济活动,包含了承认经济活动客观存在的合理内核,超越了同时代法国重农主义,后者对此研究还带有封建神学的神秘外衣。斯密把追求私利的经济人作为分析经济活动的基本前提,是符合资本主义状况的,在这里,追求私利的经济人表现为追逐利润的资产者,资产者即资本的人格化。正因为如此,西方经济学家大多接受和发展了斯密的思想,例如,李嘉图和西尼耳等人将利己本性和边沁的“苦乐主义”原则结合为基础来分析经济活动;19 世纪 70 年代以后的经济学把利己本性发展为利益最大化原则,即消费者要求得到效用最大化,生产者要求实现利润最大化。

亚当·斯密的经济人理论强调了在经济领域中追求自身物质利益的意义,认为这是经济活动的刺激因素和动力,这一点在一定程度上反映了市场经济的一般特点,这也正是我们对该理论的可以借鉴之处。