

国家中小企业银河培训工程 推荐教材
全国中小企业经理人证书考试 指定教材
全国高等教育自学考试中小企业经营管理专业



企业家精神与领导艺术

方 虹 主 编



中国人民大学出版社
China Renmin University Press

国家中小企业银河培训工程 推荐教材
全国中小企业经理人证书考试 指定教材
全国高等教育自学考试中小企业经营管理专业

企业家精神与领导艺术

方 虹 主编

工业和信息化部中小企业发展促进中心 组编
教育部考试中心
中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

企业家精神与领导艺术/方虹主编. —北京: 中国人民大学出版社, 2012. 7
ISBN 978-7-300-16020-7

I. ①企… II. ①方… III. ①企业领导学 ②领导艺术 IV. ①F272.91 ②C933.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 134278 号

国家中小企业银河培训工程 推荐教材
全国中小企业经理人证书考试 指定教材
全国高等教育自学考试中小企业经营管理专业
企业家精神与领导艺术
方 虹 主编
Qiyejia Jingshen yu Lingdao Yishu

出版发行	中国人民大学出版社	邮政编码	100080
社 址	北京中关村大街 31 号		
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511398 (质管部)	
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)	
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)	
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.1kao.com.cn (中国 1 考网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京市易丰印刷有限责任公司	版 次	2012 年 10 月第 1 版
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	印 次	2012 年 10 月第 1 次印刷
印 张	18.25	定 价	39.00 元
字 数	427 000		

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

目 录

第 1 章 导论	1
1.1 企业家概述	3
1.2 企业家精神与企业发展的解析	9
1.3 变革呼唤具有企业家精神和领导艺术的企业家	18
1.4 企业家精神的培养与传承	21
1.5 本书章节和结构安排	22
第 2 章 企业家精神的内涵及发展	28
2.1 企业家精神的诠释	29
2.2 企业家精神的基本内容	33
2.3 企业家精神与企业成长	44
第 3 章 中国企业家精神的发展与演变	57
3.1 中国企业家精神的产生与发展	58
3.2 企业家精神的理论发展演变	67
3.3 企业家精神的教育与培养	70
第 4 章 世界企业家精神	83
4.1 美国企业家精神	84
4.2 欧洲企业家精神	90
4.3 日本企业家精神	94
4.4 犹太企业家精神	98
第 5 章 企业家精神与企业竞争力	106
5.1 企业核心竞争力	108
5.2 企业家精神是企业核心竞争力的重要来源	115
5.3 培育企业家精神与提升企业竞争力	121
第 6 章 企业家的领导力	130
6.1 领导力的概述	132

6.2 领导特质	146
6.3 领导团队	148
第7章 领导理论	157
7.1 领导特质理论	158
7.2 领导行为理论	165
7.3 领导权变理论	169
7.4 领导风格理论	174
第8章 领导方法和艺术	187
8.1 领导方法和艺术概述	188
8.2 领导方法	192
8.3 领导艺术	200
第9章 领导的生命周期与绩效	219
9.1 领导生命周期概述及其理论	221
9.2 领导的转型与角色转换	230
9.3 领导力开发	236
9.4 领导绩效评估	239
第10章 企业家精神：全球化、创新与发展	248
10.1 全球化及全球化时代	249
10.2 全球化领导所呈现的趋势	252
10.3 中国企业家：创新与发展	256
参考文献	267
后记	272

附 企业家精神与领导艺术考试大纲

I. 课程性质与课程目标	277
II. 能力目标与实施要求	278
III. 考试内容与考核标准	279
IV. 考试样题与参考答案	282



导 论

案例导入 ...

“铁匠铺”发迹之谜——企业精神是万向立身之本^①

被誉为“鱼米之乡”的钱塘江畔，如今出了一个闻名全国的乡镇企业和一位泥腿子农民企业家，那就是杭州万向集团老总鲁冠球。30多年前，鲁冠球筹集4000元钱，与6名职工办起了一个铁匠铺，为了躲避“割资本主义尾巴”，挂出了宁围公社农机厂的招牌。1994年，企业在深圳上市，成为中国首家上市的乡镇企业，并独资成立了万向美国公司。如今，昔日的铁匠铺发展成了拥有100亿资产，实现了跨国经营的大型企业集团——万向集团。万向集团已经发展成为一个全国规模最大、品种最多、产量最高的汽车万向节生产基地，在全国1800万家乡镇企业同行中，首家获得国家一级企业的殊荣。鲁冠球先后被评为全国“十佳农民企业家”与“全国十大新闻人物”。对从农村走出来的企业家鲁冠球来说，创业之路是艰难的，毫无背景家世的，正应了他的那句话，万向是靠“志气”赢来了今天的地位。厂长鲁冠球在总结企业管理与治厂经验时认为，培养和倡导优秀的企业精神，是十分重要的。在企业经营管理中，提出了十六个字的企业精神，即“想主人事，干主人活，尽主人责，享主人乐。”这十六字企业精神犹如一只看不见的手，激发起全厂职工自觉的主人翁责任感和持久的劳动热情。也可以说，这十六字的企业精神，就是杭州万向节厂闻名海内外的立身之本。

想主人事

杭州万向节总厂确立企业精神的第一条就是“想主人事”。根据乡镇企业职工绝大多数亦工亦农的特点，工厂通过“两袋投入”（即物质手段的口袋投入与精神激励的脑袋投入）来调动员工的主人翁意识。围绕“脑袋投入”，该厂的基本思路是把经营管理与思想政治工作结合起来。工厂每进行一项活动，下达一项生产任务，都要让职工明确“做什

^① 资料来源：根据百度百科 <http://baike.baidu.com/view/638505.htm> 的材料改编。

么”、“为什么做”、“怎样做”、“这样做了对国家有什么好处”。“为国作贡献的事就在你岗位上。”这是工厂围绕着“想主人事”展开的一项职工竞赛活动。1988年7月份，国内外用户纷纷向厂方要货，产品供不应求，生产频频告急。这时，厂部办公室起草了一封《公开信》，信中告诉每位职工，现在工厂欠产已达17万套万向节，能否按时供货，关系到国家信誉和企业形象，尽量满足用户需要，为国家多创汇多贡献，是每一位职工当家作主的光荣职责。一下子，工厂面临的喜与忧，成为职工们茶余饭后的热门话题。尽管当时气温高达38℃以上，大家仍然坚持上班顶岗，结果超额完成了生产任务，及时满足了各界用户的需要。现在，企业的7项主要经济技术指标连续5年居全国同行业的首位，尤其是职工的劳动生产率10年来提高了12倍，职工每增加1元收入，就要为国家和企业多创造4元收入。

干主人活

在商品经济发展的大潮中，杭州万向节总厂把眼光瞄向了国际市场。工厂提出：“如果我们把产品打入汽车王国——美国，就如同有人把丝绸打入我们享有‘丝绸之府’称号的浙江。一个企业如果不能赚本国人的钱那不算好汉，只有把产品拿到国际市场上去竞争，去赚外国人的钱才是真本事。”1986年，应美国客商的邀请，鲁冠球作为中国第一位访美的农民企业家与其签订了每年向美方出口20万套万向节的长期供货意向书，1990年厂方向美国市场投放的万向节增加到200万套，成为了中国第一个为美国通用汽车公司提供零部件的OEM。

尽主人责

尽主人责，是杭州万向节总厂企业精神的一个重要组成部分，现时不少农民职工存在“被雇佣心理”，容易产生“八小时内为你干，八小时外自己干”的想法。为了使职工群众焕发主人翁精神，企业领导班子处处关心职工、爱护职工、理解职工、尊重职工。平时他们通过厂报、广播、黑板报和宣传栏，定期地把企业的大政方针、重要决策以及面临的困难告诉每一位职工，使上下一心想企业所难，解企业所急。与此同时，厂部还专门设立了“厂长意见箱”，让职工提建议。对于来自群众的合理化建议，及时给予采纳和奖励。为了更好地做到“尽主人责”，工厂还开展了“信得过”活动。这项活动是把产品质量由过去检验员把关，变为以工人自检为主。如今，全厂已产生了100名“信得过职工”，14个“信得过小组”。

享主人乐

杭州万向节总厂一班人认为，对职工不能只讲奉献，还要给他们创造一个安居乐业的生活环境。为此，工厂专门组织了对职工实际困难的摸底调查，厂方先后解决了400多名职工家属的就业问题。他们还专门组织妇女干部做“红娘”，给大龄青年牵线搭桥。工厂有些科技人员、供销人员每年几乎有一半以上的时间在出差，子女教育、家务劳动都落到妻子肩上，时间一久，他们的妻子难免要有怨言。为了鼓励家属支持丈夫做好工作，厂工会组织了40多位婆婆、妈妈搞了一次“海陆空”旅游。让她们乘飞机上南京，坐火车游无锡，乘轮船回杭州，这些家属表示今后一定要当好“内当家”，全力支持丈夫的工作。

本章内容

本章首先阐述企业家的内涵及特征，揭示了企业家对企业和社会发展起到了巨大的作用；其次分析了企业成长与企业家精神的关系；再次提出了在经济全球化时代，社会呼唤有能力、有社会责任的企业家。但是目前面对变革的社会和快速发展的经济，企业家们普遍缺失了精神和领导艺术，因此，培育和塑造中国企业家精神具有重要的现实意义。在本章最后，介绍了本书的章节安排和内容概要。

1.1 企业家概述

1.1.1 企业家的内涵

“企业是国民经济的细胞”，而企业家则是让“经济细胞”保持活力的关键因素。随着社会的不断进步和社会形态的不断完善，企业家这一概念也是在不断发展变动的，并没有一个权威的、统一的定义。不同的历史时期，不同的专家学者会给出不同的诠释。

企业家“entrepreneur”一词源自法语中，其原意是指“中间人或者中介”。18世纪，法国经济学家坎迪龙首先将企业家这一术语引入经济学理论。他将从从事经济活动的人称为企业家。他认为，企业家是一个风险承担者，是以确定的价格购买并以不确定价格卖出的人。对企业家这一概念的代表性定义有：

(1) 法国经济学家萨伊最先对企业家做了严格的定义并赋予其重要性：“把经济资源从生产率较低、产量较小的领域转到生产率较高、产量更大的领域的人便是企业家。”^①萨伊认为，企业家是把土地，劳动力和资本这三个要素结合在一起进行活动的第四个生产要素。

(2) 英国经济学家马歇尔在《经济学原理》指出：“企业家们属于敢于冒险和承担风险的有高度技能的职业阶层。”“企业家们总是以自己的创造力、洞察力和统帅力，发现和消除市场的不均衡，创造出更多的交易机会和效用，给企业的生产过程指明方向，是生产要素组织化。”^②

(3) 美籍奥地利著名经济学家约瑟夫·熊彼特的企业家理论是最具鲜明色彩和影响最为广泛的。他提出了破坏性创新，并在《经济发展理论》指出：“企业家是实现创新、进行新组合的人。”^③“只有企业家才是经济发展的主要推动者，资本主义的发展是由于企业家的创新活动。”^④

(4) 英国经济学家彭罗斯把企业家的意义进行了提升：“企业家的事业心和对风险的

① 萨伊：《政治经济学概论》，31页，北京，商务印书馆，1963。

② 马歇尔：《经济学原理（下卷）》，33页，北京，商务印书馆，1981。

③ 熊彼特：《经济发展理论》，21页，北京，商务印书馆，1901。

④ 熊彼特：《熊彼特经济学》，136页，北京，北京大学出版社，1996。

态度是一枚硬币的两面，因为企业家的事业心包含承担风险的意志，探索避免风险的热情，使企业持续发展的动力，以及把对利润的追求当成自己的伟大使命。”

(5) 在中国，经济界和经济学理论界对企业家的定义也很多。马洪在中国知名企业家大词典艺术的序言中对企业家的定义为“企业家就是善于经营管理企业的行家，他们面对市场竞争，敢于承担风险，不断开拓创新，以坚忍不拔的毅力和勇气，历尽坎坷，求得企业的兴旺和发达。”周叔莲认为，“具有创新精神，善于经营管理企业使之兴旺发达的人叫企业家，或者说，用创新精神来经营管理企业，使之兴旺发达的人叫企业家。”^①

尽管企业家有如此多的定义，但从以上表述中可以发现，几乎所有的定义都强调了“冒险”和“创新”。简单地说，企业家就是冒险者和创新者的综合体。

在本书中，我们将企业家定义为：企业家是担负着对土地、资本、劳动力等生产要素进行有效组织和管理、富有冒险和创新精神的高级管理人才。企业家为开创自己的企业而承担亏损资本的风险，亦会负责计划生产、调动资源、统筹及管理各种生产要素，并做出最后决策。

1.1.2 企业家与管理者的区别

由于人们对企业家的定义十分不明确，常常是将管理者如厂长经理(manager)当成企业家(entrepreneur)，或者简单地将企业家和普通商人画上等号。企业家与管理者二者虽然都是企业的领导，但实际上，二者是有区别的。由于企业家和管理者的职能与角色定位存在差异，企业家为追求利润目标实现新的生产要素组合，从而打破均衡状态，随着进入者的增加，导致获得利润的机会逐渐消失，市场再次恢复至均衡状态。管理者职能则更强调在委托代理框架下行使微观管理职能，特别强调了管理者与所有者权利的契约。可以说，所有的企业家都是企业经营的管理者，但并非所有的企业经营管理者都是企业家。

1. 关注的对象和思维方式不同

企业家与一般管理者和商人有着本质的不同，企业家是经济学上的概念，企业家代表一种素质，而不是一种职务。企业家就是企业中能够让企业合法经营、不断发展，具有社会责任的人。而管理者，则类似于企业的管家，比较关注细节、注重效率、善于执行，有条不紊地实现目标、促成结果。

企业家要从战略高度对本组织的方向、任务、目标规划和大政方针等重大问题进行谋划和决策，即在高一层次上谋求全局性整体的发展，处理好在整体发展过程中同内外环境和条件等各种关系；而管理者则是在这类全局性大问题明确之后，不断地进行计划、组织、控制、调整等观测执行过程，即在低一层次上解决组织内部的协调和配合，以保证组织的整体目标和总体任务的完成。也就是说企业家的主要职能是决策，即决定全局的方向目标，从整体需要出发做长远考虑；而管理则是通过内部各项活动和各种资源的协调，高效率地实现目标。见表 1—1。

^① 周叔莲：《企业家要发扬三种精神》，载《中国国情国力》，1996（3）。

表 1—1

企业家和管理者的对比

	企业家	管理者
冒 险	企业家建立新企业并承担风险	管理者为存在的企业提供服务，并不承担新的风险
风险因素	企业家承担企业中的不确定性风险	管理者不承担企业中的任何风险
奖 励	对于担当风险承受者角色的企业家的奖励是利润	对于提供服务的管理者的奖励是工资
创 新	企业家经常在企业中应用创新，也可称为变革	管理者仅仅简单按照既定的惯例路径保证企业运作
地 位	企业家是自己的老板，作为企业的拥有者，享有独立的地位	管理者是企业的“仆人”，他并不独立，而是依附于企业
先决条件	企业家需要的条件包括使命感、创造性思维、风险承受能力等	管理者需要不同的专业知识，如人力资源、管理理论、行为学等

资料来源：作者整理。

2. 创新地位不同

企业家和管理者在日常的经济活动中各有所侧重。管理者一般注重维持目前的秩序，利用已建立的制度、法规使其管理的范围，按照管理当局的愿望运行，圆满完成组织交代的任务。

对于变革和创新的态度，两者也各有不同。企业家渴望变革，敢于挑战时势，打乱旧秩序；管理者惧怕变革，接受现状，维持现有秩序。企业家是通过人对未来的展望和预测，引导组织去进行变革，管理者则是从混乱中建立秩序，让一切活动都能够井井有条地进行。当组织不需要变革时，管理能够很好地发挥作用。在管理者看来，创新不过是一种手段和方法，是取得管理效益、效率最好的投入。而企业家的认识要深刻得多，不仅认为创新是推动进步、发展的动力，而且把它定为领导者的使命和责任。因此，管理者一般都被认为是现有制度的守护神，而企业家由于始终走在潮流前为人们指导方向，从而大都成为人们的精神领袖。见表 1—2。

表 1—2

企业家型管理与行政型管理的区别

企业家型管理的驱动因素	行政型管理的驱动因素
● 机会导向的管理方式 ● 原有生意机会的枯竭 ● 市场环境迅速变化 ● 抢先进入市场的压力 ● 决策时间紧迫 ● 个人决策 ● 手中拥有少量资源 ● 资源贬值的风险 ● 扁平的、灵活的组织结构 ● 基于成长率的绩效考核体系 ● 与成果挂钩的报酬哲学 ● 经营单位的规模较小 ● 崇尚创新和鼓励尝试的企业文化	● 资源和效率导向的管理方式 ● 成长的市场、较高的市场份额 ● 市场环境相对稳定 ● 内部舆论的压力 ● 决策时间从容 ● 集体决策 ● 企业拥有大量资源 ● 充分利用资源的压力 ● 多层级的、僵化的组织结构 ● 基于投资报酬率的绩效考核体系 ● 与职务和责任挂钩的报酬哲学 ● 经营单位的规模很大 ● 从众的和不容容失败的企业文化

资料来源：霍伍德 H. 斯蒂文森（Howard H. Stevenson）关于企业家的观点。

3. 发展观念不同

企业家负责的是全面、全方位的未来策划，更多地注重纵向发展，把希望放在未来；而管理者则是执行企业家的战略部署，按步按点去实施管理，侧重当前，即横向发展。在实施管理中，管理者的使命是不断地将每一步每一点横向尽最大努力地创造业绩、创造效益，从而创造最大利润。优秀的企业家是不断地向前看，用自己的专业眼光推动企业不断向前发展，而管理者则要在每一个停留的点上尽最大的努力去将该点横向延伸，最大限度地创造利润从而完成自己的任务和使命。

1.1.3 企业家的经济学实质

有观点认为，企业家应当是资金的人格化，他们应当是资金的代表或化身。从资金化身的立场来概括企业家的经济学实质问题，是十分深刻的。资金的运动过程是新财富、新价值的创造过程。资金是有生命的，必须在不停的运动中才能实现其职能；然而，资金又是无生命的，它不过是生产关系的物化形式，本身并不能运动，必须有人来推动它。企业家承担的便是推动资金运转的职能。企业家的职能是运用资金创造财富。他们是资金的化身。“企业家是资金的人格化”这一经济学本质，就决定了企业家的职业岗位是企业；企业家的职业要求是掌握、运用、增加资金，创造财富；企业家的职业利益取决于企业资产的扩大，社会财富的增加；企业家的职业命运取决于资金的运用及其效益；企业家的生命力在资金的增值中；企业家的职业权力表现在资金的运用上。

从经济学的角度来研究分析企业家的产生，罗纳德·科斯功不可没。科斯认为，现代经济存在着两种基本调节方式。一种是在市场经济中，在企业外，生产由市场机制协调，市场交易以最有效的方式把成千上万的经济活动当事人的活动联系起来，结合成一个生产体系；另一种是在企业内，市场交易被取消，伴随着交易的复杂，市场结构被企业家所替代，由企业家指挥生产。交易费用是指一切不直接发生在物质生产过程中的成本消耗费，包括：信息费用、谈判费用、拟定和实施契约的费用等。科斯指出，当市场上交易费用太高时，“有组织的企业出现了，企业取代了市场”，“当人们通过形成一个组织——企业，并允许某个权威——企业家，来支配资源和组织生产时，其交易费用会低于通过市场来支配资源和组织生产的交易费用”。科斯为了论证企业产生的原因，提出“我将使用企业家这个概念，并称在一个竞争性体制中替代价格机制指挥资源的人或人们为企业家”。

在科斯的眼里，企业家是能替代价格机制而组织企业的生产经营管理的人。他说：“可以料想到，在实践中，企业家有两种职能，一种是通过预测需要并且根据这样的预测进行行动，从而实现其对相对价格制度的影响；另一种是按照既定的相对价格制度进行管理。”

西方现代企业制度的发展与完善，也证明了企业家的产生是一种“资本”的需要，人的“理性”的需要。投资人的根本动机是为了使自己的“资本”保值和增值。为了达到这样的目的，就需要一种能够替代价格机制来优化配置资源的特殊资源，这种特殊的资源就是企业家。这就是企业家的经济学实质。

1.1.4 企业家的本质特征

成功的企业家身上有很多过人的特征，诸如：勤奋工作，富创新精神，有野心，独立

自主，愿冒风险，自信心强，目标清晰，有责任心，健康，情绪稳定，坚忍不拔等。其中，企业家最本质的特征可以归结为两点：创新和冒险。同时，这两点也是企业家精神的重要体现。市场经济呼唤具有创新精神和风险意识的企业家。

1. 创新者

一位成功的企业家应该具备创新精神，成为一名创新者。具有创新精神，才能让企业家发挥自己的潜能，打破各种条条框框，开创新的局面。“一个优秀的企业的发展，是不断战胜对手和超越自我的结果。创新与卓越同在，创新是企业的生存之本。”作为中国最有创新精神企业之一的华为公司，如今是中国最成功的国际化企业之一，20多年的时间，华为人就是靠以华为创新精神创造了一个中国企业的奇迹。

2. 冒险者

一位成功的企业家首先应该是一名冒险者。当一个机会突然出现时，风险肯定也会随之而来，只有敢于冒险、勇于尝试的人才能果断地抓住机会。在国外，人们通常认为企业家是具有冒险精神的一群人，冒险是他们区别于其他人群的显著特征。而在中国，具备这种素质的人才相对缺乏。

冒险精神是说企业家在头脑中有了一个关于企业的新决策时，敢于大胆地去实践。如果没有这种精神，领导工作就会陷入没有创新的状态中，这将不利于一个企业的发展，更无从谈起企业家能够在人事结构、人员任命等方面进行大刀阔斧的改革。没有这种精神，企业家就只能忙于维持现状，而一个企业管理工作的本质就是不断地实施变革，使企业获得新的发展机遇，没有这种冒险精神，一切都无从谈起。所以，一个成功企业家应该具有冒险精神。

大众交通集团董事长杨国平曾表示：“成功的企业家，必然是冒险家”，“做企业就不能给自己留后路”，“成为大企业家的必然要素就是要抓住机遇敢于冒险”。^① 1988年，杨国平临危受命，白手起家筹建大众出租。公司成立之初，几乎没有一分钱，杨国平凭借200万元贷款慢慢起家。1992年大众抓住了中国股份制改革机会，成为第一批上市公司，并且也是这批上市公司中，14年来仍然有很好发展、股价一直上涨、利润一直增加的为数不多的企业之一。2004年，大众交通通过拍卖以2.5亿元买下了位于延安西路的大众金融大厦，正式进入房地产业，受到了各界的瞩目。之后，杨国平又做出了一项大胆尝试，投资金融。2006年，大众交通发布公告拟投资参股光大证券公司。除此之外，大众交通还参股了国泰君安证券、海通证券、申万等诸多股权，被称为“典型的金融参股潜力黑马”。

1.1.5 企业家的基本要求

一个企业能否在市场竞争中获得并保持竞争优势，关键取决于企业家及其领导群体能否具有敏锐的洞察力、丰富的想象力、高超的领导技能、坚强的意志，识别各种风险和机遇，不失时机地做出正确决策，并能凝聚整个企业，开拓市场，经营管理。作为企业的当家人，是整个企业的统帅，既要决策，又要指挥。因此，高明的企业家明确自己的职责，明确哪些知识需要掌握，哪些知识需要摒弃，哪些素质应该具备，哪些能力应该进一步培

^① 任可：《大众交通集团杨国平：成功的企业家必然是冒险家》，载《第一财经日报》，2007-01-17。

养和取舍。企业家是职业经理人，他必须在职业经理这个领域内是个专家，不可能，也没有必要要求企业家是全科人才，更不能要求是某一行业非管理领域的专家。

对于企业高级管理者来讲，自身的各项素质中，居于第一位的是企业家精神，第二位是领导艺术，第三位是经营运作能力，第四位是领袖风范。并且规模越大的企业，上述特征越明显。

企业家的知识必须是渊博的，知识结构搭配是合理的。企业家的无知并不是说企业家什么都不懂，没有什么文化知识，而是指除具备领导艺术和经营运作两项能力外，其他的领域可以“少知”或“无知”。因为他的职责是统领众多“将才”的，无须完全掌握和了解这些“将才”所掌握的知识和技能。他的知识结构最根本的特点是广博性，具体来说有下面几个方面。一是管理哲学知识。丰富、先进和完善的现代管理科学、决策科学和领导科学理论及方法体系，并将其应用于企业经营管理活动中。二是有关本企业经营领域和相关领域的基础技术知识。了解和掌握与企业产品相关领域的基础技术知识，尤其是必须了解消费者的消费心态和消费自己产品的使用知识和对企业战略有深远影响的核心技术的发展概况，这是对企业家的知识素质最基本的要求。三是社会科学知识。企业家要卓有成效地进行管理，除了具备经济学和管理学的知识外，还必须具有一定的社会学、心理学、法学、信息科学及伦理学知识。四是领导艺术的知识。对于企业家来说，上述三种知识可以说是选修科目，但是领导艺术的知识就是必选科目，这是企业家生存的绝活和看家本领，必须把领导能力培养成自己的特长和强项。

另外，对企业家的经验也有一定要求。一个受过良好教育的人，只有与实践相结合，才能形成管理能力。从经济发达国家的实际情况来看，企业家通常要在下述几个领域内工作过并积累一定的经验，这些领域是：企划部门、战略发展部门、财务部门、技术部门、行政管理部、法律部门、营销部门、人事部门、生产部门及市场部门等。从众多优秀企业家的实践来看，他们都至少具备上述三个以上部门的实际工作经验。

1.1.6 企业家的作用

联合国经济合作与发展组织的前科技部主任萨罗索根据自己的多年研究，得出如下结论：一项技术或一种产品从基础研究、应用研究、技术开发到投入市场，其投资费用的比例大致是1:10:100:1000，即成10倍的增长。进行科学研究的是科学家，从事技术开发的是工程师，将产品生产出来投入市场的是企业家。由此可见，企业家在投资利润中承担着十倍百倍的责任。

研究表明，企业增加一个劳动力，可取得1:1.5的经济效果；增加一个技术人员，可取得1:2.5的经济效果；而增加一个有效的管理者，可取得1:6的经济效果。大家都知道，企业家是领导管理者的人。如果企业有了一个杰出的企业家，这个企业的经济效果又岂止增加10倍、100倍？毫无疑问，企业家在企业中有着无可替代的巨大作用。而企业家的作用，也就是企业家担负的职能。萨罗索认为，企业家在企业经营中主要发挥了以下作用。

(1) 高瞻远瞩的决策作用。随着科技进步，经济竞争日益激烈，企业外部环境可谓瞬息万变。企业家必须随时注意市场动向，敏捷地捕捉信息，然后，在自己的职权范围内，

高瞻远瞩，对各种问题做出科学的决策。

(2) 统筹全局的组织作用。现代企业规模庞大，因素众多，是一个结构十分复杂的系统。这个系统内，信息量大，联系广泛，动态万变，功能综合。企业要顺利地开展经营活动，必须使各个要素得到最佳组合。为此，企业的各个部门、环节、岗位都要密切配合。只有企业的组织机构简洁，人员精干，才能保证人尽其才，事得其人。如果一个企业的规章制度健全，并能严格执行，企业的工作节奏就快，成效就大。

(3) 步调一致的指挥作用。企业的一切生产经营活动必须进行集中统一的指挥，这是不以人的意志为转移的客观规律。一个乐队没有指挥不行，同样道理，一个企业没有领导者也不行。任何大型企业，都要求无条件地统一意志。只有最严格地统一意志，才能指挥几百人、几千人以至几万人的共同工作。日本西武集团的巨头堤义明是个带有家长作风的领导者，一向令行禁止，下属莫不听从。正是因为有统一的指挥，西武集团才能积极进取，在铁道、地产、娱乐等领域独占鳌头。

(4) 鼓舞职工奋进的激励作用。劳动者是生产力中最活跃、最能动、最积极的因素。研究表明：一般情况下，一个人只能发挥其能力的20%~30%；如果受到充分的激励，就能发挥其能力的80%~90%。企业家如果善于对职工进行激发、鼓励、教育，就会充分发挥他们的聪明才智和潜力。经营之神松下幸之助在松下成立不久，召集公司的全体员工，宣布松下电器的使命：“就像自来水流之不尽一般，不断地生产生活用品，以近于免费的价格提供给大众。”正是这样的使命激励松下全体员工，成就了今天松下集团的赫赫威名。

(5) 推进合作的协调作用。在企业内部，企业家要与董事会及其他领导成员，与党、团、工会等组织，与下级人员搞好沟通与协调。对企业外部，企业家要与其他企业、人员搞好协调，以获得方方面面的支持。“和谐即美”，自然界如此，管理也是这样。企业家通过巧妙的管理，搞好协调，就能“奏出最美、最优雅乐章”。通过协调，企业家就能创造出一个在功能上大于其各部分之和的整体，并使这个整体富有生机与活力。

(6) 刚柔相济的控制作用。为了顺利地完成任务，企业家应当及时掌握生产经营中的反馈信息。同时，他要采取有力的措施，进行有力的控制。控制中，既有“刚”，又有“柔”。控制中的“刚”，如建立严密的管理组织，制定严格的规章制度，颁布严明的组织纪律等，而且还要进行严格的监督、检查，以便使企业有条不紊，生产经营井然有序。控制中的“柔”，指注意工作方法，讲究管理艺术。企业家对下级工作人员应当给予充分的信任、尊重、关心、爱护与理解，只有把他们当作自己的朋友、亲人和企业的主人，才能使他们愉快工作，并加倍努力，克服各种困难，做出突出的成绩。

1.2 企业家精神与企业发展的解析

一个企业的诞生、成长、发展，除了必要的社会制度、经济体制和经济发展规划等因素外，企业家及企业家精神是一个极其重要的因素。当今世界的一大主题是发展，企业家成了推动社会经济发展的主力军。企业是社会最重要的细胞，企业家就是细胞核，而企业家精神就是最核心的基因。

经济学家对企业家精神做过很多研究，至今尚无统一、公认的定义。美国管理大师彼得·德鲁克认为企业家精神是个人或机构独有的特征，是一种社会创新行为；著名经济学家熊彼特认为，企业家精神由首创精神、成功欲望、冒险精神、精明与敏锐、强烈的事业心等构成；坎狄龙和奈特认为企业家精神是与风险承担联系在一起的；彼得·德鲁克把企业家精神界定为社会创新精神，并把它系统地提高到社会进步的杠杆作用的地位；科斯纳则认为，企业家精神就是以市场为中心的学习过程，企业家的活动就是创造性地发现。

综合各种理论，我们可以总结出企业家精神就是一种稀缺的社会资源，其核心是创新、冒险、合作和社会责任。企业家精神是企业家经营管理企业的指导思想、价值取向和信念，在企业家群体产生的基础上培育起来的，并且伴随企业的发展与时俱进。随着企业的不断成长和发展，企业家精神将由个体企业家精神延伸到公司企业家精神，最终扩展到社会企业家精神。

1.2.1 企业家精神与中小企业发展的关系

中小企业的成功和失败与企业和企业经营者的企业家精神密切相关：一方面中小企业的发展离不开企业家精神，企业家精神为中小企业的成长注入持久活力；另一方面，中小企业企业家精神的培育需要中小企业提供一个良好的氛围。对企业家精神和中小企业之间如何形成一个良性互动机制进行研究，具有重要的理论和现实意义。

1. 中小企业的可持续发展需要企业家精神作支撑

大多数中小企业资本的来源与积累均建立在企业创始人在市场筹集、通过血缘和亲情借款的基础之上，企业家的经营思想、价值取向对中小企业的发展至关重要。中小企业的发展对企业家精神的需求极为迫切，主要表现在以下几方面。第一，中小企业自身的弊端决定了中小企业需要企业家精神。多数中小企业都是由一位创业者带着相关成员经过一番艰苦创业而建立的，这些人都是企业的领导核心，都有着创业的亲身经历，因此中小企业的领导往往偏重经验而缺少开拓创新。然而所有经验都是对过去的总结与归纳，企业最重要的是面对现在和将来，不能简单地照搬照用经验。中小企业的创业者在取得一定成就之后，容易产生自满情绪，故步自封，从而使企业发展处于停滞状态。只有倡导企业家精神，不断进行技术和制度的创新，才能保证中小企业的可持续发展。可以说，企业家精神是中小企业可持续发展的动力之源。第二，中小企业的领导者需要具备企业家精神。只有拥有企业家精神的领导者才能任人唯贤，彻底实行改革。而一般情况下，中小企业在管理上存在重感情、轻制度，在选才上存在重亲情、轻能力的弱点。中小企业的领导者与其亲戚员工之间既存在着工作上的上下级关系，又存在着无法回避的血缘关系。这种双重身份需要相当高的技巧来处理 and 协调工作与血缘亲情之间的关系。如果处理不慎，极易产生以感情代替制度，以亲情代替能力的现象，这将严重阻碍企业的健康发展。

统计表明，在企业生命周期中，由初创走向繁荣主要依靠的是产品创新和技术创新，而要保持长期繁荣依靠的则是产品创新、技术创新、服务创新和制度创新。企业要想保持强劲的发展势头，必须依赖于不断的创新，而只有富有创新精神的领导者才可能在中小企业中采用新观念，运用新方法，任人不唯亲，任人不避贤，摒弃不利于企业发展的弱点，开拓进取，创造有利条件，促进企业的可持续发展。

2. 中小企业为企业家精神的培育提供环境

企业家精神是市场经济发展的产物，是经济学界所公认的一种稀缺资源，培育企业家精神需要一种氛围和良好的社会环境。企业家精神的生成与其历史文化以及市场经济的产生与发展息息相关。每个历史时代都有它自己的“精神”，包括人们的行为规范、价值目标、奋斗目标等，以及每个时代对此赋予的特殊性质。企业家精神的生成既根植于市场经济的大环境，又必定会打上一定社会历史文化和制度的烙印。一方面有些文化传统的特质能孕育企业家精神，而有的则会阻碍企业家精神的培育。例如，以儒家伦理为正统的中国传统文化在精神及行为层面上均能提供丰富和升华企业家精神所需要的文化源泉，而我国长期计划经济遗留下来的干部人事制度就不利于企业家精神的发扬。另一方面，在市场经济的环境下，中小企业自身的创业性质以及形成方式决定了中小企业能为企业家精神的培育提供良好的土壤和阳光。

3. 企业家精神是中小企业竞争优势的源泉

企业家在其精神的鼓励下对企业核心竞争力起着关键性保障作用，企业家精神通过企业家自身保障了企业核心竞争力的培育与提升，同时在中小企业发展的不同阶段运用不同的企业家精神，匹配相应的竞争优势，最终促使企业不断成长。德鲁克认为：“所谓公司的核心竞争力，就是指能干别人根本不能做的事，能在逆境中求得生存和发展，能将市场、客户的价值与制造商、供应商融为一体的特殊能力。”可见，企业核心竞争力从某种意义上讲是企业家精神的一个反映或扩展，它体现的正是企业的创造与冒险精神，体现的正是企业的合作与进取精神。企业家精神对企业核心竞争力的巨大作用在一些具有远见卓识和非凡的魄力与能力的企业家那里得到集中体现。因此，企业家在企业中的独特地位，就决定了企业的核心价值观必然受其重要影响，决定了企业的组织创新、管理创新、价值创新等冒险活动只能由企业家自身承担；同时也决定了企业经营发展的兴衰成败，从而也就决定了企业核心竞争力能否形成。

1.2.2 企业家精神、企业文化、企业核心竞争力的关系

企业家精神、企业文化、企业核心竞争力三者之间存在着必然联系。

1. 企业家精神是企业文化的灵魂

企业文化是在一定的社会历史条件下，在企业生产经营和管理活动中所创造的具有特色的精神财富和物质形态。它包括文化观念、价值观念、企业精神、道德规范、行为准则、历史传统、企业制度、文化环境、企业产品等。可以说，它超出了文化的概念范畴，是一个企业的优良结晶沉淀。一个企业，从它的创立之初到高速稳定发展，它都带上了浓浓的开创者或最高管理指挥者个人的精神气质。“企业家精神”（entrepreneurship）是由法文“entrepredre”引申而来的，其意思是“着手工作，寻求机会，通过创新和开办企业实现个人目标并满足社会需求”。企业家精神是一个内容颇为丰富的概念，这些内容与企业家个人的精神境界和内在气质相联系，企业家精神象征着一种与普通人民明显区分的个人禀赋。这种禀赋使企业家成为经济增长、社会福利增进使命的主要承担者。

企业家与其所在企业是相互交织的，人们可以从企业家的举止言行推测其企业的

实力；也可以从企业的细微环节折射出的企业文化中感受到企业家的精神气质。人们可以从张瑞敏对海尔的处处“苛刻”中感受到海尔人对质量孜孜不倦的追求；同样，人们也可以从海尔的品牌文化上感受到张瑞敏那种独特的企业家气质——一种人格魅力。

2. 企业文化是企业家精神的过渡

一个有魅力的企业家，他会将他身上的独特气质逐步地过渡到企业，最终，形成一个由“树木”到“森林”的转换。人们看到的，是“整片森林”。比如在家电大卖场里，你问消费者张瑞敏是谁，很多人都知道他的事例，并且马上浮现出“海尔”的名字。通过张瑞敏这棵“大树”，人们认识了“海尔”，这就是一个有魅力的企业家很好地完成了这种由个人精神到企业精神的过渡，他成功地利用自身的影响力推动了企业的发展。企业家精神的最高境界，就是“只在此山中，云深不知处”。

3. 企业文化是企业核心竞争力的源泉

进入 21 世纪，企业的竞争越发激烈，人将成为企业竞争的核心。所以对人的管理将成为重中之重，而实现这种管理的最好方法就是建立一个良好的企业文化。

美国《幸福》杂志指出，没有强大的企业文化，没有卓越的企业价值观、企业精神和企业哲学信仰，再高明的企业经营战略也无法成功。如果说一个人的性格决定着一个人的命运，那么，我们可以认为企业所拥有的精神和价值观决定着企业的命运。所以说企业文化决定着企业核心竞争力，是企业核心竞争力的源泉，是企业发展的灵魂，是企业经久不衰的保证。

4. 企业家精神是企业核心竞争力的内核

锻造企业核心竞争力需要各种资源。然而，有一种资源是在市场上难以买到的，它是存在于锻造者身上的“企业家精神”。德鲁克认为：企业家就是赋予资源以生产财富能力的人。换句话说，因为企业家精神造就了企业核心竞争力，使得企业成为生产财富的强者，所以企业家才能成为合格的资源赋予者。在许多成功的企业中无不显示着卓越的企业家精神。

企业家是围绕终极目标，能将有效资源做最佳整合的人。企业家素质体现在以下几个方面：经济学家的头脑、战略家的眼光、哲学家的思维、探险家的冒险精神、艺术家的创新精神、政治家的组织能力、军事家的组织能力、社会活动家的协调能力。没有优秀的企业家素质，就没有优秀的企业文化。没有优秀的企业文化，企业就没有较强的核心竞争力，因此，企业家精神是企业竞争力的内核。企业家应在不断提高自身业务素质的同时，更加注重自身思想修养、道德素质的提高，树立明确的人生观、价值观，加强对企业伦理观、诚信观、道德观的示范作用。这将成为影响企业文化、企业核心竞争力的重要因素，是企业经久不衰的保证。

1.2.3 企业家精神与企业文化的相互影响

企业家精神和企业文化都是非常复杂的概念，有人会直接把企业家精神当作企业文化，或者把企业文化说成是“老板文化”，这是不负责任的偷懒说法，但有一点是毋庸置疑的，所有的企业家都努力想将他个人的精神变成大家的精神，想将他个人的文化转变成