

The Development of Entrepreneurship Spirits
and The Innovation of Enterprises



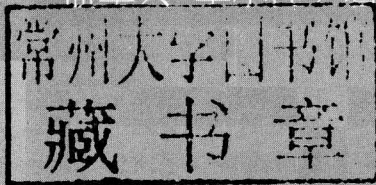
企业家的精神发展与 企业的创新及其方法

孟华兴 季小江 / 著

The Development of Entrepreneurship Spirits
and The Innovation of Enterprises

企业家的精神发展与 企业的创新及其方法

孟华兴 季小江 / 著



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

企业家的精神发展与企业的创新及其方法/孟华兴, 季小江著

北京: 中国经济出版社, 2012. 12

ISBN 978 - 7 - 5136 - 2092 - 5

I. ①企… II. ①孟… ②季… III. ①企业家—企业精神—研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 270882 号

责任编辑 张玲玲
责任审读 霍宏涛
责任印制 张江虹
封面设计 华子图文

出版发行 中国经济出版社
印刷者 北京市昌平区新兴胶印厂
经销者 各地新华书店
开 本 710mm × 1000mm 1/16
印 张 18.25
字 数 303 千字
版 次 2012 年 12 月第 1 版
印 次 2012 年 12 月第 1 次
书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 2092 - 5/F · 9555
定 价 45.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037
本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换(联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 · 盗版必究(举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

自我的发展：企业家创新能力的源泉

(代序)

自2008年金融危机到今天,中国部分行业、企业,特别是中小企业生产经营面临严峻的困难,企业如何应对危机,是近几年来各界人士所关注的热点话题之一。一般来讲,一国的经济增长取决于技术创新能力,否则迟早会引发经济衰退。因此,未来全球经济的复苏主要依赖各国企业家与科学家联手打造的创新能力。

目前,我国部分企业处于困境的原因,不仅有外部“金融风暴”冲击的影响,还有企业自身的因素。回顾30年中国经济发展的历程,最初由于我们处于短缺和低的经济发展水平,我们的企业家主要是利用早期的市场空白、廉价劳动力和较低汇率等外部条件,通过不断扩张规模实现自我的发展,这也导致了企业长期以来形成了依靠出口和国内市场低价竞争的生存惯性。相应的,中国企业家的思维特征主要是模仿性思维。30多年来,中国的企业家很了不起,许多人从小干起,不怕风险,成为今天社会瞩目的精英群体,这个精神还要继续发扬。但是,长期一味地模仿外来的技术和产品并一哄而上的结果,只能生产大量低档的、同质性的产品。结果,经营运作只好依赖市场低价竞争赚取利润,最终使大部分企业负债过重,积累有限,这也是我国产业目前处于世界经济产业链条底部的根本性原因。当今,沿海地区的贴牌企业、技术含量低的企业纷纷倒闭,启示着我国企业已经到了改变自身经营思维模式的时候了。企业要想获得可持续的发展,就必须实现自我调整,从模仿思维转向创新思维,进而实现创新能力的提升,这也是本书的核心主题。

这个核心主题涉及企业家自我发展的问题。众所周知,动物的意识仅仅满足于自身适应于自然的需要,而人类的意识不仅能够适应自然,还能够创造性地改造自然,以满足更高层次的生存需要。马克思在《1844年经济学哲学手稿》中指出,蜜蜂建造蜂房仅仅是为了自己享有,而建筑设计师设计房子并非是为了自己居住;

孔雀的美丽只是自然进化的产物,而艺术家所创造的作品则重新发现生命的美丽……说到底,人是通过自己的劳动或实践活动证明自己的存在,即人的自由意志通过对象化的活动实现自己的存在。如古代的人们不断地对石器进行改造和完善,克服石头对人的“反抗”,在石头上面实现自己的意志和才能,使石器成为合乎目的性有利于人类的价值的东西。今天,我们人类所生产出来的火车、航天器、计算机都是按照我们人类自身的需要创造出来的新事物。而且,人类这种创造性的活动是永远不会满足的,永远要超越自身的有限性,这是人类进步的精神源泉。换言之,超越精神就是自我发展的精神。

同样的,企业家的任何创新在本质上都是对自我的超越。超越不仅需要企业家积累知识,还需要摆脱外在追求而具备真正的自由精神,两者结合在一起才会形成企业家的创造力。自由的精神决定企业家不受任何教条的束缚,因而才可能在平凡中发现不平凡的创新点。没有一个企业家不想把企业做大做强。那些只着眼于当下功利的人很难有宽阔的人生视野,拘于蝇头小利而忙碌一生,因而不可能拥有真正创造性的成就。因此,机遇固然是企业家创新的外部条件,但企业家自身的成长才是关键。在这一点上,孔夫子说道:“君子求诸己,小人求诸人。”吉利汽车老总李书福虽然早已成为亿万富翁,但他依旧生活简朴,一双80元的皮鞋竟然穿了两年。他说:“要说赚钱,我早就够了,就是想做点事情。”类似的企业家还有很多,原因就在于企业家把创造的过程看作是自我进行不断超越的心理满足过程。所以,我们评价企业家的时候,不仅要看他赚了多少钱,还要看他是否具有自我超越精神。

时代呼唤我们的企业家要超越原有的旧思维和惯性心理,走向创新精神。什么是创新精神?通俗地说就是,别人没发现的,你发现了;别人没想到的,你想到了;别人没做成,你努力去做成功。这就是创新精神。创新精神是现代入必备的社会意识。

在早期的自然经济社会中,人类主要依靠自然条件实现自己的生存,创新意识发展十分缓慢,只有少数的工具发明为人类社会生产效率的提高做出较大贡献。而现代社会大大加速了创新能力,其中技术创新是核心内容。第一次技术革命发生在18世纪后半叶的英国,以蒸汽机的发明为标志,以纺织工业、机械工业、冶金工业、造船工业为主的产业革命是这次技术革命的产物。到19世纪30年代末,机器大工业在英国占了绝对优势,使其成为第一个工业强国。1870—1940年,世界兴起了以电力技术革命为代表的第二次技术革命。电力技术革命起源于德国,完

成在美国,包括电报、电话、电灯等。第三次技术革命发生在第二次世界大战时期,以原子能的开发和电子计算机的发明为标志。这次革命从真空管、半导体到现在的集成电路都出自于美国,并很快波及日本、德国等国家,并使这些国家的经济飞速增长。随着第三次技术革命的不断发展和深入,到20世纪七八十年代以后进入了新技术革命阶段,出现了科学技术的巨大突破和革命性发展。这次新技术革命最初从美国开始,以后逐步扩展到西欧、日本和世界各地,不仅在个别科学理论和技术领域里出现新的突破,而且几乎是在各个学科和技术领域里都发生了深刻的变化。在20世纪80年代后半期,世界形成了微电子、信息、生物工程、航天、新材料、计算机和网络等技术,继而形成新技术群,并出现一批含有高科技成分的产业群。

美籍奥地利经济学家熊彼特(Schumpeter)认为,企业家的本质就是创新精神。他在其代表作《经济发展理论》(1912)和《资本主义、社会主义和民主主义》(1950)中对企业家的定义、职能等做了比较详细的论述。他认为,企业家是对生产要素进行重新组合,即建立新的生产模式的人。其本质特征就是创新。熊彼特指出:企业家的职能是通过利用一种新的发明,或更一般地,利用一种生产新商品或新方法生产老产品,通过开辟原料供应的新来源或产品的新销路,通过重组产业等改革生产模式或使它革命化。因此,只有能够对经济环境做出创造性或创新性的反应,从而推动生产力增长的人才能被称为企业家。

创新是一个全方位的概念。今天企业家必须树立起新观念,创新有风险,不创新就很危险,一旦创新成功,发展就有保险。大部分企业都是经营传统产品的企业,传统产品是否就没有创新的机会了呢?惠州一家做米的企业,竟然把每斤大米卖到200元。据介绍,这种大米在种植时通过施加硒化合物,大大提高了稻米的硒含量,长期食用可起到防癌抑癌的作用。

世界上的那些百年大公司,无不是以创新技术为核心来经营企业的。这需要我们改变思维,既不要好高骛远,又不要灰心丧气。立足根本,坚持创新,就会有一番作为。没有夕阳产业,只有夕阳思维。

无疑,企业家要把创新活动看作企业经营管理中最重要的活动。企业家要把创新意识提升到企业生存第一观念的高度上来,而不是临时抱佛脚的短期措施,企业才有未来。我们在前面说了,人是具有超越性的生命,如果企业家的自我总是被动地接受环境的压迫而不得不进行创新,这样的企业家是不可能有大作为的。所以,创新应该是企业家自觉自愿的活动,在这个活动中,企业家不仅赚到了钱,重要

的得到自我超越的心理满足,比如我们创造出一个新的产品,不但增进了消费者的福利和企业的收益,企业家本人也获得了一种常人所没有的精神享受——证明了自我具备别人所不具备的能力和素质。

因此,我们今天的企业不仅要以技巧、策略来应对危机,还要兼顾长远,其核心就是以创新思维规划企业的经营发展战略。正是基于这样的认识,我们认为未来的企业将有五大创新盈利空间:扩展自主研发能力的盈利空间,延伸产业价值链的盈利空间,拓展进军服务业的盈利空间,寻求合作共生的盈利空间和发展绿色产品的盈利空间。

本书的前三章主要着眼于企业家自我问题的哲学研究,搞清楚企业家自我超越的本质,才可以理解企业家创新的动力源泉。这是本书的出发点。本书作者之一季小江的专著《超越精神:论企业家的自我发展》对此已经做出相关的学术研究,本书借鉴他的博士论文及其之后的研究成果。四、五、六、七章则延伸第一部分的内容,对中外企业家精神进行了比较,明确了企业家创新思维形成的具体条件和方法等,并结合我国实际,提出相关创新理论和实践。这部分内容主要是本书作者孟华兴博士、刘艳君女士近年来的研究成果,孟华兴撰写了第四章和第五章,刘艳君撰写了第六章和第七章。书的最后,考虑到创新带有很大的随机性,因而我们从理论转向案例,并摘编部分国内外创新的相关案例供读者参考。这部分主要是李瑞老师做了收集整理工作。丁晓雪、胡丽娟、张美竹等同学在资料收集、整理方面也做了大量工作。本书的出版得到了河北经贸大学学术出版基金、河北经贸大学工商管理学院学科建设基金的大力支持。中国经济出版社张玲玲老师对本书的编校倾注了大量心血,笔者在此表示深深的谢意。

企业家精神研究是一个常说常新的话题,由于笔者水平有限,不足之处在所难免,敬请读者批评指正。

作者

2012年11月2日

目 录

CONTENTS

第一章 企业家精神与企业家的自我

第一节 哲学视角:什么是企业家精神	1
一、企业家精神研究的现实意义	1
二、企业家研究的学术回顾和局限性	2
第二节 自我的发展:企业家精神研究的新思路	5
第三节 寻找规律性:企业家自我发展的核心线索	7

第二章 企业家自我发展的哲学研究

第一节 企业家概念演变史	9
一、文献回顾:研究企业家的三个视角	9
二、当代中国企业家的特点	14
第二节 企业家的生命特征	16
一、生理系统:自然与欲望	16
二、心理系统:认识、意志与情绪	17
三、精神系统:客观意识和自我意识	18
四、局部与整体:三大系统的关系	19
第三节 自我意识的特征、本质和规律	20
一、生命的演化与意识的产生	21
二、意识的能动性、自觉性和创造性本质	21
三、意识发展的最初三个阶段	22

四、对象化:自我意识的反映形式	23
五、主体性:自我意识产生的根源	25
六、从有限性到无限性:自我意识的发展规律	26
七、自我对无限性的“真、善、美”的追求	28
第四节 三次超越:企业家自我发展的一般规律	30
一、企业家自我的主体意识	30
二、企业家自我的三次超越	31
三、“三次超越”的反思:人文意识的优先地位	36
第五节 西方企业家精神演变的历程	37
一、从“天职”伦理意识向贪欲意识的转换	37
二、从个体贪欲意识向社会责任的转换	40
三、走向创新意识和人文意识	42

第三章 文化反思:中国企业家创新的障碍及其出路

第一节 创新精神:企业家与自我主体的发展	46
第二节 传统文化的弊端与企业家精神匮乏	49
一、科学知识与创新精神的匮乏	49
二、西方传统理性精神回顾	50
三、“天人合一”思维妨碍了人对具体事物理性化的思考	52
四、儒家的道德意识约束了个人的主体性发展	52
五、“官文化”深刻影响了人们的价值观	53
六、小农意识妨碍了知识积累与创新精神的产生	53
七、“家”文化严重制约了企业的创新	54
第三节 人文精神:提升企业家自我发展意识的途径	56
一、促进企业家科学意识的提升	56
二、促进企业家道德意识的提升	58
三、促进企业家审美意识的提升	59

第四章 企业家精神

第一节 美日文化与企业家精神	61
一、西方文化与美国企业家精神	61
二、日本文化与日本企业家精神	65
第二节 传统文化对中国企业家精神的影响	68
一、传统文化对企业家人格的影响	69
二、传统文化对企业家经营理念的影响	73
三、传统文化对企业家管理文化的影响	76
第三节 中国企业家精神的理论模式	81
一、企业家精神理论模式的选择	81
二、中国企业家精神的特征	83
三、企业家精神的作用	85
第四节 中国企业家精神的重塑	86
一、深化政治经济体制改革是重塑企业家精神的关键	86
二、企业家阶层的崛起是重塑企业家精神的基础	88
三、企业家价值观的变革是重塑企业家精神的核心	89

第五章 企业家创新:个性与思维方法

第一节 改变思维:建立以创新为核心的经营理念	93
第二节 企业家的个性与创新	95
一、个性的心理学解释	95
二、创新型企业家的个性与品质特征	96
第三节 四种创新类型——创新思维一般性特征	97

第六章 当代企业创新理论模式

第一节 三种创新战略	103
第二节 现代企业创新的趋势	105

第三节 技术创新模式	106
一、什么是技术创新	106
二、技术创新源	107
三、技术创新类型	108
四、技术创新的组织程序	109
五、当代技术创新的趋势	109
第四节 市场创新模式	111
一、市场创新的基本形式	112
二、市场创新的基本内容	113
第五节 组织管理创新模式	118
一、当前全球组织管理创新的趋势	119
二、当代中国企业组织结构存在的问题	120
三、组织创新的核心——战略决定结构,结构为战略服务	122
第六节 服务创新模式	123
一、服务在现代经济中的地位	124
二、服务创新的本质	125

第七章 当代中国企业的创新战略选择

第一节 中小企业创新的基本路径	129
一、我国中小企业技术创新的制约因素和有利条件	130
二、我国中小企业技术如何进行创新战略选择	131
第二节 大型企业要主动开展合作创新与自主创新	135
第三节 以服务创新推动产业创新	146
第四节 创新与发展:中国企业未来的五大盈利空间	151
一、“金融风暴”与转型期的中国社会	151
二、“金融风暴”与中国企业未来的五大盈利空间	154

附录一 杜拉克如是说：国外企业创新的七个源泉和策略

一、企业家经济：美国近几十年来经济繁荣的根源	159
二、创新机遇源泉之一：意外之事(1)	160
三、创新机遇源泉之一：意外之事(2)	165
四、创新机遇源泉之一：意外之事(3)	169
五、创新机遇源泉之二：不协调(1)	172
六、创新机遇源泉之二：不协调(2)	176
七、创新源泉之二：不协调(3)	177
八、创新源泉之二：不协调(4)	178
九、创新源泉之三：程序需要	179
十、创新源泉之四：产业和市场结构	185
十一、创新源泉之五：人口变化	193
十二、创新源泉之六：认知的变化	198
十三、创新源泉之七：新知识	204
十四、创新策略之一：赌一把接受力	218
十五、创新策略之二：聪明的点子	220
十六、创新策略之三：创新的原则	222

附录二 金融危机之后国内企业创新案例

【案例一】浙江、广东、山东中小企业“抱团取暖”	227
【案例二】上海一批中小企业实现“逆势飞扬”的诀窍	228
【案例三】集成创新助推建材机械行业“走出去”	230
【案例四】外贸纺企披上“专业”皮袄过冬	232
【案例五】东莞华坚集团以产业升级应对金融风暴	234
【案例六】视经济危机为机遇，东软刘积仁欲闯出欧美新路	235
【案例七】宁波外向型企业“五个链条”应对金融危机	237

【案例八】金融风暴中,汽车企业加紧“大练内功”	238
【案例九】全球金融风暴之下,武汉医药商业逆市吸金	240
【案例十】专家与企业家共同研讨金融风暴中商业的发展.....	242
【案例十一】内地部分企业开始用以货易货方式交易应对金融危机.....	243
【案例十二】金融危机来临时浙江鞋革企业坚定信心谋应对.....	244
【案例十三】电子商务企业(一)——阿里巴巴马云创业史	247
【案例十四】电子商务企业(二)——京东商城刘强东	250
【案例十五】互联网企业——百度李彦宏.....	257
【案例十六】房地产企业——SOHO 中国潘石屹	258
【案例十七】实体科技企业——华为任正非.....	261
【案例十八】服务企业——新东方俞敏洪.....	268
【案例十九】家电企业——苏宁张近东.....	271
【案例二十】食品企业——娃哈哈宗庆后.....	273
参考文献	277

第一章 | 企业家精神与企业家的自我

从学术层面上说,涉及纯粹的精神层面问题属于哲学概念,企业家精神则属哲学与经济学、管理学的交叉概念。在本章中,我们首先从经济学入手逐步深入到哲学范畴,从而更好地、深刻地理解企业家精神的内涵。

第一节 哲学视角:什么是企业家精神

任何学术性的研究都有现实性的需要,但又不能脱离学术发展的轨迹。我们首先以问题意识和经济学相关理论为尺度,探讨本书研究的意义。

一、企业家精神研究的现实意义

事实上,在现代工业化社会中,“企业家”甚至被经济学家熊彼特称为经济的“发动机”。纵观世界经济发展史,在二战后的日本经济起飞阶段,有日本经营之神松下幸之助等一批优秀的企业家群体;在20世纪美国“新经济”发展中,有比尔·盖茨(Bill Gates)等一批优秀的企业家……这些成功的企业家都有符合时代经济发展独特的精神理念及风范。当代中国正处在现代化起飞阶段,因此,如何锻造出一支优秀的企业家群体,涉及中国未来创新潜力的发挥,影响到中国现代化发展的进程。从这个意义上说,企业家精神研究无疑是我们当前的一个重大现实课题,这也是本书研究的现实意义之所在。

其中,如何提升企业家的精神高度和境界是当前一个亟待解决的问题。“当代中国的市场经济体制改革的深度推进,已带来了人们的精神世界的巨大变化。锐意进取、勇于创新的中国企业家在获得财富和事业的耀眼光环的同时,也面临着种

种精神现象问题。”^①其中,创新力不足本质上属于精神范畴。如何解决企业家精神发展问题值得我们深入研究。

二、企业家研究的学术回顾和局限性

企业家理论是经济学中的一个重要组成部分。古典政治经济学家——法国人萨伊(Jean - baptiste Say, 1767—1832)把土地、劳动力和资本作为生产的三个基本要素,其后的新古典经济学集大成者,英国的经济学家马歇尔(Alfred Marshall, 1842—1924),在他的著作《经济学原理》(《Economics of Principles》)中首次把企业家才能作为土地、劳动力和资本之外的第四种生产要素。这一经济学传统保留至今,其研究内容一直在不断地被拓展。在西方传统的企业家研究文献中,许多学者从经济学、伦理学和文化学的视角对企业家精神进行了探讨。本书从企业家的主体意识或自我的视角梳理并审视这些定义的内涵,并指出其局限性,最后扼要地界定本书研究的学术价值。

(一)“经济人”与企业家精神:古典经济理论对人的基本假设

“经济人”是现代经济学对人的精神和心理价值取向的基本假定。1776年,英国的古典政治经济学创始人亚当·斯密(Adam Smith, 1723—1790)发表了《国民财富的性质和原因的研究》,他首次提出了“经济人”(Homo Oeconomicus)的概念。在斯密看来,自私的动机和心理是商业发展的重要推动力。他在书中有这样一段被广为引证的名言:“我们每天所需要的食物和饮料,不是出自屠户、酿酒家和面包师的恩惠,而是出于他们自利的打算。”^②总体上,“经济人”的理念是把每个人,包括企业家的个体意识描述为理性地追求自身利益最大化的利己主义者。这种观念在本质上是把企业家精神简单地规约为物质利益至上的意识或观念。斯密之后,英国著名经济学家纳索·威廉·西尼尔(Nassan William Senior, 1790—1864)和詹姆士·穆勒(James Mill, 1773—1836)等古典经济学家在斯密“经济人”的基础上,进一步完善了“经济人”假设。西尼尔认为,每个人都力图用尽可能少的牺牲求得最大限度的财富。这实际上是个人经济利益最大化的另一种表述。穆勒发挥了西尼尔的思想,充分阐述了“经济人”内涵是从人类行为的各种动机中抽象出经济动机,其中最主要的是财富最大化的动机。至此,古典“经济人”假说基本完善。历

① 张雄,季小江.当代中国企业家精神现象的哲学透视[J].哲学动态,2007(3).

② [英]亚当·斯密.国民财富的性质和原因的研究[J].王亚南,郭大力,译.北京:商务印书馆,1972:14.

史唯物主义认为,社会存在决定社会意识。所以,“经济人”的假设基本符合企业家职业的基本特征。在现代经济生活范围内,功利动机、利益意识是企业家自我的基本精神特征,而其他许多企业家精神现象往往是由此派生出来的,正如马克思在《资本论》中对原始积累时期的资本家精神现象的描述:“有百分之五十的利润,他就铤而走险;为了百分之百的利润,他就敢践踏人间一切法律;有百分之三百的利润,他就敢犯任何罪行,甚至冒着绞首的危险。”^①

无疑,“经济人”的假设基本适合于市场经济生活中企业家的一般意识和心理及其行为特征。但是,它无法解释企业家其他诸多行为的精神动机,例如,许多中外企业家都有积极捐助社会的行为。而事实上,早在亚当·斯密《国富论》诞生之前的1759年,就出版了《道德情操论》一书,他认为同类感(Sympathy)或同情心是人类天赋的本性之一。换言之,利他主义也是自我的一部分。许多学者认为,斯密实际上同时提出了经济生活中的“道德人”的维度,斯密所说的利己精神出现在经济学体系内,而利他精神则出现在伦理学体系之中,由此形成所谓“斯密问题”,为后人留下无尽的争论。

(二) 经济文化学和经济伦理学对企业家精神内涵的研究

德国经济社会学家韦伯在《新教伦理与资本主义精神》一书中,仔细地考察了新教伦理与资本主义发展的关系,指出:早期的西方企业家自我的克制、禁欲、勤奋等精神来自新教文化伦理观的影响。然而,新教只是一种特殊的精神或文化形态。现代化的历史表明,与其完全不同的东亚儒家资本主义精神,如日本、东南亚也完成了相同的现代化的历史使命。由此可见,韦伯还没有提炼出企业家精神的共性特征。

1998年的诺贝尔经济学奖授予了倡导将经济学和伦理学相结合的印度经济学家阿玛蒂亚·森(Amartya Sen,1933—)。他以宏大的历史视野和渊博的知识洞察了现代经济学与伦理学分离的根源和弊端,他在《伦理学与经济学》^②一书中,首先回顾了西方的先哲们对经济学的若干思考。针对“经济人”的利己主义的单一假设的缺陷,他通过对古希腊著名的哲学家苏格拉底(Σωκρτης,公元前470—公元前399)和亚里士多德(Αριστοτολη Aristotélēs,公元前384—公元前322)等人的经济哲学文献的提炼,对人类经济行为的伦理动机进行了有益的探索。他洞察到,

① [德]马克思 资本论[M] 第一卷 北京:人民出版社,1975:829.

② [英]阿玛蒂亚·森 伦理学与经济学[M] 北京:商务印书馆,2003

现代经济学过度地发展了与工程学、数学、逻辑的联系,对于个人价值的思考仅仅简单地规约为福利或效用最大化,而人的多元价值需要均被无情地剪裁掉。在阿玛蒂亚·森看来,人类的行为动机和渴望的社会评价并非仅仅是物质性目标,还有诸多其他价值性目标,诸如美德、亲善、忠诚等。无疑,阿玛蒂亚·森的观点实际上涉及了人的自我的内在精神需求问题。

虽然文化学和伦理学对企业家的解释超越了“经济人”的局限,但是,笔者以为,这些还远未能揭示企业家自我的一般特征及其发展规律。

(三) 现代经济学对企业家精神的多重认知方式

美籍奥地利经济学家熊彼特在1912年出版的《经济发展理论》中,指出了企业家创新精神与现代经济发展的关系。认为企业家在产品、市场、技术、管理和理念等方面的创新,对经济和社会发展有着重要的意义,所以创新精神应该是企业家精神的核心本质。

20世纪60年代,美国经济学家加里·贝克尔(Gary S. Becker)运用微观经济分析方法构建理论体系,坚持用“经济人”的假设逻辑来解析全部人类经济行为。他在《人类行为的经济学分析》一书中认为,各个经济人——不论是家庭、企业或其他组织——的行为都是理性的、有目的的行为,核心是追求效用最大化。但问题是,企业家在心理上、价值等方面的效用是有差异的,即使一个企业家一生在不同时期所追求的效用满足也常常大相径庭。因此,这种过于笼统的量化方法只能外在地计算企业家主体的心理满足程度,但仍旧无法揭示出企业家自我精神的共性特征和规律。

20世纪50年代,美国的学者约翰·纳什(John F. Nash)首次在经济学中引入博弈论(Games Theory),它提出了与基于“经济人”假设的古典福利经济学相悖的结论,即交易双方的合作意识带来的收益优于个体自利意识的结果。博弈论暗含着企业家道德意识的重要性,即彼此间的合作比不合作可以给双方带来更多的收益。虽然博弈论在思维方式上颠覆了“经济人”的理念,但博弈论中的道德意识还未脱离功利主义的有限性,无法解释许多超功利的精神现象。例如,世界首富比尔·盖茨和“股神”沃伦·巴菲特(Warren E. Buffett)都成立慈善基金,他们把自己几乎全部的财富用于改善教育、提高医疗质量、扶助贫困人口以及防治艾滋病等人类顽疾,实实在在地促进社会的健康发展。

无疑,传统企业家文献及其理论对企业家精神及其现象的认识有一定的局限性。对此,当今美国管理学大师彼得·德鲁克(Peter F. Drucker)在《创新与企业家