

中国企业家 成长机制论

侯锡林 著



東北大學出版社
Northeastern University Press

© 侯锡林 2006

图书在版编目 (CIP) 数据

中国企业家成长机制论 / 侯锡林著. — 沈阳: 东北大学出版社,
2006.3

ISBN 7-81102-269-9

I. 中… II. 侯… III. 企业家—研究—中国 IV. F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 058186 号

出 版 者: 东北大学出版社

地址: 沈阳市和平区文化路 3 号巷 11 号

邮编: 110004

电话: 024—83687331 (市场部) 83680267 (社务室)

传真: 024—83680180 (市场部) 83680265 (社务室)

E-mail: neuph @ neupress.com

http: // www. neupress. com

印 刷 者: 沈阳市政二公司印刷厂

发 行 者: 东北大学出版社

幅面尺寸: 170mm × 228mm

印 张: 13.625

字 数: 245 千字

出版时间: 2006 年 3 月第 1 版

印刷时间: 2006 年 3 月第 1 次印刷

责任编辑: 向 荣

责任校对: 张淑萍

封面设计: 唐敏智

责任出版: 杨华宁

定 价: 36.00 元



作者简介

侯锡林，1960年生，内蒙古锡林浩特人，工学学士，经济学硕士，管理学博士，经济学教授，鞍山科技大学经济学学科带头人，副校长。长期从事经济、管理学科领域的理论研究与研究生、本科生的教学工作。主要研究方向有企业家人力资本理论、市场起源与发展、政府职能等，并取得了一定的研究成果。从教以来，先后发表学术论文60余篇，出版学术著作、教材6部；承担并完成省（部）级科研课题和企业横向课题22项，获省（部）级科技进步二等奖1项、三等奖1项、市级科技进步一等奖1项；承担并完成教学改革项目和高等教育研究项目10余项，获得教学成果奖9项，其中省级一等奖1项、省（部）级二等奖2项、省级精品课1门、校级奖5项。2000年以来，先后获得宝钢优秀教师奖、辽宁省优秀中青年骨干教师称号、辽宁省“千人层次”人才称号、鞍山市优秀共产党员称号、鞍山市劳动模范称号、辽宁省优秀教师称号。2003年入选辽宁省哲学社会科学理论人才培养工程。

摘 要

在中国加入 WTO 之后,伴随着经济全球化、贸易与投资自由化和信息化进程的不断加速,国有企业的经营环境已经发生了深刻的变化,其突出的特点是经营环境中的不确定性和复杂性日益加剧,客观上迫切需要一大批具有特殊才能的职业化企业家成为国有企业的“灵魂”和“脊梁”,从而使国有企业在激烈的国际化市场竞争中立于不败之地。所以,着力研究企业家成长问题不但具有重要的理论价值,而且还具有深刻的实践意义。然而,在过去的许多年里,特别是近 20 年来,尽管国内外诸多学者对企业家问题做了大量的理论研究工作,并在这一领域中取得了较大的进展,其中也不乏具有理论价值和实践应用前景的研究成果,但是围绕着企业家成长问题展开的研究性论著并不多见,其成果呈现出局部性、分散性和孤立性等特点,并未形成完整而又系统的理论分析框架。基于此,本书在系统地回顾与继承既有的企业家成长研究成果的基础上,以中国经济体制转轨和国有企业改革的现实为背景,以企业家角色及其行为特征分析为切入点,以贯穿全文始终的企业家成长为主线,在有效利用经济学和管理学相关理论和方法前提下,按照“从一般到特殊”的研究思路,系统地研究了企业家,特别是国有企业家的成长机制与相应的成长模式。

在本书中,首次将企业家成长分为狭义和广义两种机制和相应的模式。狭义企业家成长机制是指企业家的产生、发展、选择机制和模式,换言之,就是研究企业家在进入企业任职之前的成长机制和模式。但有时为了便于对问题的研究,也会把从企业退出并重新进入企业家市场,等待所有者选择的企业家成长问题归于狭义成长的范畴。狭义企业家成长机制是为了解决企业家的来源或供给问题,它是构成企业家制度的重要基础。狭义企业家成长机制与激励约束机制,以及法律、文化等社会环境机制共同构成了本书所定义的广义企业家成长机制。广义企业家成长机制所发挥出的作用决定了企业家

在企业中的经营行为，进而在很大程度上决定了企业的效率与绩效，而效率与绩效则是企业所有者不变的目标追求，也是经济学和管理学共同关注的永恒主题。

在狭义企业家成长的理论分析框架内，侧重研究了企业家成长的人力资本机制、制度变迁机制和选择机制。具体而言，就是以人力资本理论为基础，进一步讨论企业家成长的人力资本理论分析框架，深入研究了企业家人力资本产权的内涵、结构与功能，提出了基于人力资本投资的企业家成长模式与分析方法，探索了企业家人力资本成长的一般规律性；以制度经济学理论为基础，努力探索企业家成长与企业制度变迁的内在联系，提出了基于企业制度变迁的企业家成长模式与分析方法，研究了企业家成长的性质、阶段及其结果，揭示了制度变迁约束下的企业家成长的一般规律性，以及中国国有企业家成长的特殊规律性；以委托-代理理论为基础，提出了企业家成长的选择模式与分析方法，给出了企业家流动的近似计算方法及其重要的宏观经济含义，建立了合意企业家选择模型，系统分析了不同选择模式对企业家成长的影响，从中筛选出最有利于中国国有企业家成长的选择模式。

在广义企业家成长的理论分析框架内，通过引入激励约束机制和法律、文化等社会环境机制，在深入研究企业家成长机制体系中有关机制之间的内在联系与相互作用机理的基础上，侧重研究了对于企业家成长不可或缺的重要动力机制——激励约束机制。具体而言，就是以管理学和经济学的激励约束理论为基础，提出了相对完整的、具有一般性的广义企业家成长模式与分析方法；建立了包括人力资本机制、制度变迁机制、选择机制、激励约束机制和法律、文化等社会环境机制在内的，满足企业短期和长期绩效目标约束条件的广义企业家成长数学模型，从而使一直以来处于局部的、分散的和孤立的企业家成长理论模式得以统一；分析了影响企业家成长的激励约束因素之间内在的相互作用机理，提出了优化企业家成长激励约束机制的基本思路；通过对中国国有企业家成长的激励约束现状与问题的深刻剖析，针对完善国有企业家成长的选择机制和激励约束机制，提出了符合“可操作性、有效性、激励相容和低成本”标准的“过渡方案”。

通过对企业家成长机制的研究，不但给出了相对完整的企业家成长理论分析框架、系统的成长模式和分析方法，而且也提出了促进中国职业化企业家队伍健康成长的政策建议。此外，也努力尝试对当前人们普遍关注的、有关企业家成长的热点和难点问题给予基本原理层面的理论澄清和具有实践指导意义的分析与解答。

目 录

摘 要

第 1 章 绪 论	1
1.1 课题研究的背景、目的及意义	1
1.2 西方企业家概念研究述评	2
1.3 西方企业家成长理论模式述评	10
1.4 西方管理学领域中激励约束理论述评	18
1.5 西方经济学领域中激励约束理论述评	32
1.6 中国企业家理论研究成果述评	38
1.7 本课题的主要研究内容与结构	52
第 2 章 企业家角色与行为特征	56
2.1 企业家角色与行为特征的一般性讨论	56
2.2 中国的国有企业及其改革	59
2.3 国有企业的企业家角色、行为特征与性质	70
小 结	84
第 3 章 企业家成长的人力资本机制	85
3.1 企业家成长的人力资本机制的理论分析框架	85
3.2 企业家人力资本产权的内涵、结构与功能	87
3.3 企业家人力资本投资的类型	91
3.4 企业家人力资本的投资主体	93
3.5 企业家人力资本成长的主要影响因素	94
3.6 企业家人力资本投资决策机制与基本模型	96

3.7 企业家人力资本投资的风险及其防范	101
小 结	105
第4章 企业家成长的制度变迁机制	106
4.1 企业的本质与企业家	106
4.2 “经理革命”与企业家成长	111
4.3 “经理革命”的实证描述	117
4.4 中国企业家成长的制度变迁机制	120
4.5 中国经济转轨时期企业家成长机制的实证描述	127
小 结	135
第5章 企业家成长的选择机制	137
5.1 企业家选择与企业家市场	137
5.2 企业家选择与存在问题	141
5.3 企业家选择机制及其定量描述	144
5.4 中国国有企业家选择机制的现状、问题与对策	151
小 结	161
第6章 企业家成长的激励约束机制	162
6.1 广义企业家成长的理论分析框架	162
6.2 广义企业家成长的数学模型	167
6.3 激励约束因素作用机理分析	169
6.4 中国企业家成长的激励约束现状与问题	177
6.5 进一步完善国有企业家激励约束机制的思考与建议	192
小 结	198
第7章 总结与展望	200
7.1 研究总结	200
7.2 研究展望	202
参考文献	204
致 谢	210

第1章

绪论

1.1 课题研究的背景、目的及意义

近年来,随着科技飞速进步和社会、文化诸多领域的迅速发展,特别是我国加入WTO之后,必然直面经济全球化、贸易与投资自由化和信息化的挑战,许多企业经营环境中的不确定性和复杂性迅猛增加,客观上迫切需要一大批具有特殊才能的优秀企业家成为中国企业的灵魂和脊梁,从而使中国的企业在激烈的国际化市场竞争中立于不败之地。企业家是人类社会最为稀缺的资源之一。纵观世界经济的发展,经济发达国家的崛起,社会财富的不断扩张,无不得益于庞大的企业家阶层为经济发展不断注入活力;而发展中国家的落后,在某种程度上可归因于市场经济发育缓慢以及遏制了企业家的成长和作用的发挥。正如诺贝尔经济学奖得主阿罗所言,市场经济培育了企业家,企业家构建了市场经济,市场经济是企业家的经济。著名经济学家熊彼特(Schumpeter)也曾指出,企业家是经济发展的发动机和动力之源。从企业发展的角度看,企业的兴衰成败与企业家息息相关。例如,微软公司的兴盛得益于比尔·盖茨敏锐的市场洞察力;通用汽车公司的强大得益于杰克·韦尔奇的改革才能;松下电器的辉煌则得益于松下·幸之助杰出的管理才能等。企业是现代经济的主体,因为现代的物质文明及社会最主要的财富都是由企业创造的。从这个意义上说,现代经济就是企业经济,现代社会就是企业社会,企业家已成为社会经济舞台的重要角色。他们应当成为世界经

济领域里的“贵族阶层”。

人类社会已跨入 21 世纪,企业家主宰世界的历史已经到来。然而,令人遗憾的是,经济学界对企业及企业家本身的研究却姗姗来迟。虽然个别原始企业的产生已有 1200 余年的历史,现代企业的产生也有 150 余年的历史,可是理论界相关的研究才有几十年的历史。但是,值得庆幸的是,自从熊彼特对企业家进行系统的研究以来,关于企业家的理论学说层出不穷,各种文献极其繁多。国内外诸多学者倾注了大量精力,对企业家问题进行了孜孜不倦的研究,提出了极其宝贵的真知灼见。但是,这一研究领域仍然存在许多值得深入探讨和亟待解决的问题,例如,企业家的成长与激励约束机制的建立和实施,这是一个看似简单,实际上很难分析(尤其是实证分析和定量分析)的问题,因为在其背后又隐藏着一系列的深层次的问题,涉及到一个国家的企家人力资本的产生、发展、选择、激励约束,以及宏观经济体制、法律、文化等社会环境、企业治理结构等。需要特别说明的是,有关企业家成长与激励约束机制方面的问题,决不是一个空白的研究领域。恰恰相反,这里流派众多,理论观点各异,政策主张不同,纵横交错,从而形成了一种“理论丛林”。

我们在这方面的进一步研究,不仅试图提出较为完整的有关企业家成长与激励约束机制的理论分析框架与对应的具有可操作性、高效率 and 低成本的运行模式,而且努力尝试对当前人们普遍关注的有关热点和难点问题给予基本原理层面上的理论澄清和具有实践指导意义的分析与解答。

本选题源于辽宁省教育厅科研基金资助项目——中国企业家激励约束机制基础性研究。经过近 3 年研究,我们基本上完成了预定的研究任务并取得了较为重要的研究成果,部分研究成果构成了本书的核心内容和创新点。

1.2 西方企业家概念研究述评

自 1776 年亚当·斯密(Adam Smith)的《国富论》问世以来,200 多年的时间过去了,但能够改变企业与企业家理论专业视野的论著似乎屈指可数:《风险、不确定性和利润》(F.H.Knight, 1921)、《经济发展理论》(J.A.Schumpeter, 1934)、《企业的性质》(R.H.Coase, 1937)、《企业家精神及其发展》(H.Leibenstein, 1968)、《竞争与企业家精神》(I.M.Kirzner, 1973)和《企业家:一种经济理论》(M.C.Casson, 1982)等。出现这样一种局面的主要原因在于,西方经济学家在建造理论大厦时,常常忽略对其赖

以成立的基础的考察。在占统治地位的新古典主义经济学中,企业与企业家被简化为一个假定:即实现利润最大化的“黑箱”或称为一种“生产函数”。

西方关于企业家的理论有数种,但是追溯企业家理论的主要源流可以发现,马歇尔(Alfred Marshall)的理论是企业家理论的起源。令人遗憾的是,到了19世纪末叶,“企业家”这一概念已几乎从理论著作中消失了(但在马歇尔1890年出版的《经济学原理》一书中仍可看到这一术语)。正如鲍莫尔(W.J.Baumol)在《美国经济评论》企业家特刊号(AER, 1968)上所说的那样,“近年来,尽管企业家作用的重要性越来越明显,并不断地被人们所认识,但事实上,企业家(entrepreneur)的形象却从经济理论文献中消失了”^[1,58]。在同一特刊号上,还同时发表了利本斯坦(H. Leibenstein)对这一问题的看法。他指出:“在已被普遍接受的标准竞争理论中,人们似乎忽视了企业家的精神(entrepreneurship)。”^[2,58]企业家的“消失”与新古典主义经济学的兴起有关。在新古典主义经济学中,特别是以瓦尔拉斯(Leon Walras)为代表所建立的市场一般均衡理论中,没有考虑企业家的影响。

在新古典主义经济学关于厂商理论中,企业家填补了被称为“固定要素”的那个缺口。当企业成为一个“黑箱”、一种生产函数时,企业家类似于一种固定要素禀赋,因为它决定了厂商有效规模的限度。在新古典主义经济学理论中,企业家的作用是静态的和被动的,这反映了该理论强调的是完全的市场,这种市场会进行一切必要的协调,无须企业家的干预(W.J.Baumol, 1968)^[1,64-67]。

为了弄清楚各式各样的企业家理论是否有一条主线贯穿以及对已有的企业家概念作出正确的评价,我们有必要从企业家这一概念的历史演变入手,从而恢复已从现代经济学中消失的企业家形象,并把企业家的作用公正地置于经济理论的体系之中([日]池本正纯)^[3]。应该说,企业家这一概念在经济学意义上受到重视,这是得益于诸多经济学家对新古典主义经济学理论的质疑。这些经济学家从不同的角度阐述了企业家这一概念在经济研究领域中的重要地位,从而逐渐形成了较为丰富的经济学意义上的企业家理论丛林。

1.2.1 企业家概念的历史考察

企业家(entrepreneur)一词源于法文,似由康梯龙(Cantillon, 1755)引入经济学理论的。原来的含义带有冒险家的意思,指当时领导军队远征的人,包括远航海外开拓殖民事业的冒险家。后来在法国重商主义思潮的影响

下,商人在国民经济中发挥着重要的作用,商人不仅要承担市场上买价和卖价波动的风险,而且他们还被认为国民财富的主要创造者,这样企业家一词便逐渐用来指商人。应该说,最早赋予企业家突出重要性的是萨伊(Say, 1803)。萨伊在其《政治经济学概论》一书中指出:“企业家是将劳动、资本、土地等要素组合起来进行生产,把经济资源由较低的生产率水平转变为较高生产率水平的人,从而能生产出更多的东西。”^[4]萨伊的观点基本上指出了企业家的生产管理职能。我们也注意到了企业家一词的英文译法多种多样,常被译为“商人”“冒险家”或“雇主”,但它确切的含义是某项事业的实施者。约翰·斯图亚特·穆勒(John Stuart Mill, 1848)在英国推广了这一概念。19世纪中叶,随着市场规模日益扩大,竞争也愈加激烈,针对市场与竞争的变化,新古典主义经济学派的创始人马歇尔用“undertaker”代替了“entrepreneur”这个词,他认为企业家是“以自己的洞察力和统帅力,发现和消除市场的不均衡,创造交易机会和效用,给生产过程指明方向并使生产要素组织化的人”^[5]。

经济学使企业家形象丧失了现实意义这一缺陷,完全由熊彼特做了补充,熊彼特理论的存在价值之所以得到公认,原因就在于此(〔日〕池本正纯)^[3]。就企业家这一概念而言,按照熊彼特(Schumpeter, 1934)的说法,企业家是经济发展的带头人,其作用在于“创新(innovation)”,或“实现新的组合(a new combination)”。他区分了五种类型的创新:引入新产品(或改进现有产品质量);引入新的生产方法;开辟新市场(特别是在新地区的出口市场);夺取原材料或半成品供应的新来源;创立新的工业组织——特别是组成托拉斯或某种其他类型的垄断组织^[6]。熊彼特也很清楚,企业家不是发明家,他决定的是如何配置资源,以便利用发明;他也不是风险承担者——承担风险是向企业家提供贷款的资本家的职能。因此,在本质上熊彼特所谓的企业家发挥的是管理或决策的作用。

熊彼特的“创新”理论观点丰富了企业家的内涵,并且得到了哈耶克(Hayek, 1937)和柯兹纳(Kirzner, 1937)有保留的支持,他们强调企业家在获取和使用信息方面的作用。企业家对利益机会很敏感,并且随时准备通过套利型的经营来利用这些机会,这就使他成了“市场过程”(market process)中的关键因素^[7]。哈耶克和柯兹纳认为,企业家能对变化作出反应——这种变化仅能反映在他所收集到的信息中;而熊彼特则强调企业家作为变化源泉的作用。但这两种观点并非水火不相容:由于一个企业家造成的变化会产生外部效应(externalities),从而改变其他企业家活动的新颖性,

很显然正确的决定并不总是决定实施创新，因为不成熟的创新在商业上可能是灾难性的。熊彼特提出了一个疑问：如果一个人最先对一项创新做了评估，但（正确地）决定不进行这项创新，那么，他是否够格做一名企业家^[6]？

利本斯坦（Leibenstein, 1968）认为，企业家就是避免别人——或他们所属的组织——易于出现的低效率，从而取得了成功的人。利本斯坦这种分析方法的主要优点在于，他指出，在现实世界中，成功是罕见的，而失败是常见的^[2]。

奈特（Knight, 1921）坚持认为，决策包含着不确定性。每笔生意都是独一无二的，事物过去发生的频率不能被用来评估将来可能会发生什么结果。根据奈特的观点，可测的风险可以通过保险市场加以分散或“分担”，而不确定性却不能。在极不确定的环境中作出决策的人，必须自己承担决策的全部后果。这种人就是企业家：他们是工商企业主，而不是负责日常决策、领取薪水的经理^[8]。

卡森（Casson, 1982）引入了企业家判断这一概念。企业家被定义为专门就稀缺资源配置作出判断性决策的人。判断性决策的本质在于，在决策中不可能采取一条明显是正确的、而且只使用公开可获信息的规则^[9]。显然，卡森的“判断性决策”的企业家概念抛弃了新古典主义经济学的观点，即认为一切决策都只需根据价格体系所提供的公共信息进行边际主义的计算就行了。卡森的企业家概念已经认识到，不仅信息是昂贵的，而且对不同的人来说获取信息的成本是不同的。不仅如此，由于不同的人在获取信息时存在差异，他们在相同的情况下也会作出不同的决策。判断性决策的精髓在于，决策的结果取决于由谁作出这一决策。采用了这种研究方法，哈耶克和柯兹纳所描述的套利活动，以及熊彼特所描述的创新活动，都可视为以自信判断为基础的企业家投机性这一一般概念的特例了。

19世纪末叶以来，随着资本主义经济的发展，生产规模不断扩大，社会分工日益精细化，专职的管理者越来越多，伴随着股份制企业的出现，逐渐发生了企业所有权与经营权的分离，也就出现了专司经营管理职业的企业家。这样，一些学者就把企业家与资本家区别开来，认为企业家是工业进步的策划者和生产的主要代理人，是通过自己在生产上、经营上进行改良的结果而取得报酬的人。进入20世纪以后，随着市场经济的发展和社会化程度的提高，人们又把一般的经营管理者与企业家区别开来，认为是否称得上企业家，主要需视是否能对客观环境做出创造性的或创新性的反应。特别是

20 世纪上半叶,熊彼特通过对现实世界的观察,推导出了他的创造性破坏理论(the theory of creative destruction),认为在资本主义社会中,企业家是创造财富和分配财富的机制。他称打破现有市场结构的过程为创造性破坏,因为企业家通过这个过程来创造新的财富。当代西方影响最大的管理学家之一,彼德·德鲁克(Peter F. Drucker)认为:管理学及其在实践中的一个重要进步是它们都包含着企业家精神和创新。从一般意义上讲,企业家是获取利润,并为此承担风险的人;是能开拓市场,获得新需求,创造新顾客的人;是一批别出心裁、独具匠心、与众不同的人^[10]。

1.2.2 西方企业家概念“沉浮”的经济学分析

从以上企业家概念的历史演变与发展可以看出,企业家是一个历史的、动态的、发展的概念。它属于经济学、管理学、经营学和心理学等诸多学科共同研究的一种特定的概念范畴。不同学科对企业家概念的内涵也就会有不同的界定。即便是同一学科,研究的视角和出发点也有所不同。

无论企业家概念涉及到多少个学科领域,但不可否认的是经济学理论是企业理论的基石,它提供了阐明企业家特殊重要性的意义。经济学理论的定义给予企业家们一种目标感和成就感,而且经济学理论对于 20 世纪 80 年代乃至 21 世纪成为企业家时代的原因作出解释。企业家理论对于人类社会与经济的发展、市场竞争,以及社会福利有惊人的重要性。

企业家在经济学中并非一个新名词。这个术语至少用了 150 年,而这个概念可以追溯到 200 多年以前。回顾早期的研究成果能洞悉 20 世纪 80 年代的经历,因而有助于解释 20 世纪 80 年代以来为什么企业家突然受到全世界的广泛关注。

(1) 古典主义经济学孕育了企业家

资本主义是一种经济体系,赋予它以财产,即能被所有者用来为自己创造利润的一切事物——私人所有为特征。在纯粹理论意义上,资本主义也是这样一个体系,即在公开的、无控制的、对买卖双方都开放的市场上,人人都有交换物品和服务的机会。资本主义首先在亚当·斯密(Adam Smith)于 1776 年出版的著作《国富论》中形成相对完整的理论。斯密把“资本家”理解为业主——管理者(owner-manager),他把基本资源(土地、劳动和资本)结合起来,构成成功的工商企业。斯密说明了资本家对社会财富的增长和分配的必要性,他的著作是古典主义经济学理论的基础。

其后的 100 多年中,一些经济学家追随、补充和修正了斯密的古典理

论。从19世纪中叶起,人们开始用法语单词“*entrepreneur*”(意思是“从事”)称呼一个新工商企业的业主。20世纪初,企业家这个名词的定义变得更加简明。这种变化实际上是来源于新古典主义经济学理论体系的发展。

(2) 新古典主义经济学对“企业家”的简化

新古典主义的发展归功于19世纪末的瓦尔拉斯和马歇尔。瓦尔拉斯(1874年)和马歇尔(1890年)分别提出了相似的、具有严密逻辑框架的、并为数学描述奠定基础的资本主义经济模型。该理论主要阐明:在完全竞争市场上,任一生产者的产品在所有买者看来都是完全可以相互替代的,市场上有大量的卖者和买者,价格由市场决定,任一企业都是价格的接受者(*price-taker*),而非价格的制定者(*price-maker*),企业只不过是调整产出使边际收益(*marginal revenue*)等于边际成本(*marginal cost*)而已^[5]。这样,在现实市场上可能遇到的所有经营行为就被排除在外了。在19世纪末和20世纪初这段时期里,由于新古典主义经济学占据了统治地位,从而导致,一方面更加精确地分析市场过程,另一方面增强企业消极被动作用。在完全竞争模型中,企业和企业家只能起被动作用。这种理论的实际应用借助于它预测经济事件的后果的能力而兴起。通过预测,经济学家可以建议政府采取措施促进积极的经济效果,避免消极的经济效果。新古典主义理论已发展为一种有用的知识体系,它的预测和建议功能被称为“一般均衡理论”(general equilibrium theory)。

但是新古典主义模型与古典主义模型相比,它没有引入企业家作为经济活动的积极动因。因此,尽管完全竞争市场为经济的可预测性提供了坚实的基础,但这是通过排除那些具有创新精神的企业家的不可预测行为而获得这一复杂能力的,他们正是通过引入新产品和服务来打乱市场活动才兴盛起来的。所以,在新古典主义的模型中,企业家被简化,即企业家的地位被假定为一个在其他方面由均衡占主导地位的市场中出现的微不足道的现象。这一假设使一般均衡理论家们得以预测总体市场行为。

(3) 熊彼特对企业家形象的再度恢复

新古典主义理论一直受到批判。大约在20世纪初,许多古典经济学家反对新古典模型中对企业家的忽略。

熊彼特是奥地利学派的一名学者,他青年时期来到美国,并在美国撰写了他的大多数著作。他把创新(利用发明来创造新产品或服务)视为创造对商品和服务的新需求的驱动力。创新是引入市场的一个新观念,在市场中买主发现它颇具吸引力,所以他们扩大购买量,以便拥有这种新商品或服务。

由于厂商成功地引进每一种创新，都将促使对商品和服务的新需求的产生，从而创造新的财富。

熊彼特观察到，并不存在通过供求双方系统地起作用而达到均衡的新古典主义竞争市场，相反地他看到企业家经常进入市场，利用创新向原有的少数几个控制市场的供应商挑战，从而形成混沌的市场。根据他的定义，企业家是创办独立的新企业，开发新产品的人。

他们用少量的个人财产建立企业，雄心勃勃地要为自身创造财富。他们开发新产品，为了取得成功而在市场中努力奋斗。如果成功了，顾客们扩大购买量，买进向他们提供的新产品或服务，整个市场也随之扩大。随着总需求的增长，新的财富也产生了，企业家则为自己赢得了市场占有率和新财富。

但与此同时，他们的创新破坏了原有的市场结构，导致出售老产品和服务的企业衰落。企业家获得了曾为原有企业把持的市场占有率，因而获得了那些企业的部分财富。老企业只能辞退雇员，有些甚至宣告破产，他们的债权人、雇员和股东损失了部分财产。同时企业家招收新雇员，支付更多的股息给股东，向供应商购买更多的产品。新财富由新的需求产生，并且新旧财富都分配给了企业家和他们的雇员、股东和供应商。

熊彼特认为，在资本主义社会中，企业家是创造财富和分配财富的机制。他称打破现有市场结构的过程为创造性破坏，因为企业家通过这个过程来创造新财富。这就是由 20 世纪上半叶，熊彼特通过对现实世界的观察所推导出的创造性破坏理论（the theory of creative destruction）。

熊彼特经济理论中尤为重要的一个方面是创新引致新需求，而创新是由企业家带入市场的。这意味着，企业家在财富创造和分配中是极为重要的。企业家是把新产品引入原有市场的独立新兴企业的业主。随着他们的新产品引起需求增加，他们成功地打破了原有市场。随着一帮新股东、工人、供应商收入增长而原有一批人收入减少，企业家完成了财富分配。一旦这些创业型厂商变成大型而富有时，他们又转变为新企业家的牺牲品。

熊彼特的创造性破坏理论和新古典主义经济理论针锋相对，前者以富有创新精神的企业家充当使市场混沌的主角，后者有着有条不紊运行的市场，其中存在着消极的、反应敏感的买方和卖方，他们对价格的波动做出反应以调整供求关系，达到均衡。这两种理论无法进行系统比较。新古典主义经济理论将市场描述为静态的，只有当一种平衡状态转向另一种平衡状态时才发生变化。而在熊彼特的理论中，市场是动态的，并依赖于买方和供应商不断

变化的行为。但是,新古典主义经济理论及其预测能力所产生的科学吸引力压倒了熊彼特的理论,因而成为在经济思想史中占统治地位的理论——直到企业家时代。

1.2.3 对西方企业家概念的简要评论

从经济发展史的角度,对企业家作为一个阶层进行动态考察发现,不同时代的企业家阶层有着不同的构成。西方经济学家把企业家划分为三代。第一代企业家是指整个自由资本主义时期敢于冒险和创业的早期企业家。第二代企业家是指19世纪末20世纪初垄断资本主义时期的企业家。这两代企业家由于集资本的所有权和经营权于一身,因此可以称为资本家式的企业家或传统的企业家。我们也注意到了马克思在其著作中更多的是使用“企业主”、“产业资本家”、“经理”等词,用以指“亲自经营实业”的企业家,即“执行职能的资本家”。所以,传统的企业家主要是指业主式的企业家。传统的企业家是传统商品经济的产物,其基本特征是“业主”。这主要是指商人和资本家式的企业家,不过资本家式的企业家更具代表性。他们出资创办并经营独资企业或合伙企业,既是法律上企业财产的所有者,也是企业的直接经营管理者,正如马克思所说的那样,资本的所有者使他们成为“工业司令官”。他们凭借对企业资本的所有权对企业进行控制,在企业内部实行独裁专制式的领导方式,同时也对企业经营承担无限责任。因此,传统企业家存在于自然人企业之中。

第三代企业家是伴随着现代公司制所有权和经营权分离的发展与企业家职业化的趋势而形成和发展的。在此阶段,企业发展到一定规模尤其是发展到公司制阶段,资本的所有权和经营权相分离,提供资本的人以股息形式取得报酬,同时雇用专门的人员来经营企业,这些人可以不是资本的所有者但必须是经营管理的专家。这样就形成了以经营管理为职业的“经理阶层”,即第三代企业家,也可称为现代的企业家。现代的企业家首先是指从事创新活动的职业化的经理阶层,其基本特征是“创新”。职业化的经理阶层是商品经济高度发达的产物,他们只有在法人企业中才能存在。以股份经济为主要标志的现代市场经济,不仅解决了社会化大生产和市场经济社会中资本占有分散与资本使用集中的矛盾,而且还解决了资本占有与经营才能不对称的矛盾,使具有较高专业技术知识和创新能力的职业化的经理获得了企业的实际控制权,从而在社会中出现了一个新的,具有特定功能、目标和特殊利益的社会阶层,即经理精英阶层。职业化的经理阶层也因此取代了业主式的企

业家而成为企业社会的主宰。在高度竞争的市场环境中，他们以其卓越的创新能力使企业的资产不断增值，从而带动了整个经济的增长，成为经济增长的“国王”。就现代的企业家来说，企业家一定属于职业化的经理阶层，但反之逆定理却不成立，即经理并非都有资格被称为企业家。只有从事“创新”活动并使企业获得超额利润的经理人，才有资格被称为企业家。

1.3 西方企业家成长理论模式述评

长期以来，经济学发展史中的一个基本问题一直困扰着经济学家：为什么早期的财产所有者本身就是企业家，而近代的财产所有者却与企业家相分离？也就是说，企业家是如何生成与发展的？

1.3.1 企业家成长的古典主义模式

古典主义经济学对企业家的研究侧重于企业家的职能，基本模式有两个，即经营模式和资本模式。

(1) 企业家成长的经营模式

企业家成长的最原始模式是经营模式，其代表人物是康梯龙（Cantillon, 1755）。这个模式的重要结论是：企业家是经营者，只有具备经营才能的人，方可称为企业家。这里值得一提的是，对农业关注的学者把企业家等同于从事农作物栽培的人，其代表人物是魁奈；对工业感兴趣者，把企业家看做是承担风险的资本家，代表人物是杜尔哥。十分明显，这些法国经济学家都把企业经营者等同于企业家又等同于冒险家。萨伊把“判断力”“坚持性”“有监督管理才能”等当做企业家的基本素质，且把企业家看做是继土地、劳动、资本之后的第四生产要素，认为企业家可以是自有资本的经营者，也可以是依靠借贷资本的经营者，是一个代理人^[4]。

(2) 企业家成长的资本模式

古典主义经济学的另一个企业家成长模式是资本模式，其代表人物是马克思。这个模式的重要结论是：企业家的特征是人格化的资本，或者说企业家是一定资本的所有者。准确地讲，在这个模式里，资本与财富或财产是同义词。换句话说，这个模式里指出企业家是一定“财产”的所有者。从古典主义经济学派的经济学家亚当·斯密开始，研究的注意力转移到了“看不见的手”上面，企业家则一度被遗忘。在马克思的著作里，只有一处使用过“企业家”一词。马克思在《1844年经济学—哲学手稿》中论述“资本的积