

国家社会科学基金项目课题

批准号：99GJL003

中外企业家激励与约束 机制比较研究

主持人 谷建全

二〇〇五年二月

国家社会科学基金项目

批准号：99CJL003

主持人：谷建全

参加人：周 柯

张丽青

吕明瑜

朱团钦

王艳萍

刘 珂

杨延林

目 录

第一章 关于企业家理论.....	1
第一节 西方学者关于企业家的认识.....	1
一、以经济功能为标准界定企业家的涵义.....	1
二、以素质为标准界定企业家的涵义.....	6
三、从经济史的角度界定企业家的涵义.....	9
第二节 马克思经典作家关于企业家的论述.....	10
一、企业家是资本的人格化.....	10
二、企业家是“讲求实际”、“精明强干”的经营者.....	11
三、企业家是生产经营过程中的权威.....	12
四、企业家只承认竞争的权威而不承认任何别的权威.....	13
五、企业家具有强烈的积累欲.....	15
第三节 我国对企业家涵义的界定.....	16
一、我国关于企业家的涵义.....	16
二、我国社会主义企业家形象的塑造不能完全照搬西方模式.....	17
三、关于我国企业家的素质.....	18
四、市场竞争和自主企业制度是造就企业家和激发企业家 精神的有效制度.....	19
第二章 企业家激励与约束的理论假设.....	20
第一节 企业家人性假设.....	20
一、西方经济学关于“经济人”的假设.....	20
二、“经济人”假设理论的演进与发展.....	21
三、“经济人”假设的现实意义.....	24
第二节 企业家的需要.....	26
一、人的需要及需要层次理论.....	26
二、西方学者关于企业家需要的论述.....	29

三、中国企业家的需要·····	31
第三节 其他几项理论假设·····	36
一、道德祸因·····	36
二、外部性与免费搭车·····	37
三、寻租活动·····	39
第三章 公司制企业治理模式的国际比较·····	41
第一节 美国公司制企业治理结构模式·····	41
一、美国商业文化的影响·····	41
二、监督与管理·····	42
三、利益相关者在公司治理中的作用·····	44
四、审计监督·····	46
第二节 德国公司制企业治理结构模式·····	47
一、德国的历史与文化影响·····	47
二、监督与管理·····	48
三、利益相关者在公司治理中的作用·····	50
四、审计监督·····	52
第三节 日本公司制企业治理结构模式·····	52
一、日本文化对企业治理结构的影响·····	52
二、监督与管理·····	53
三、利益相关者在公司治理中的作用·····	54
四、审计监督·····	56
第四节 加拿大公司制企业治理结构模式·····	57
一、治理结构模式的特点·····	57
二、监督与管理·····	58
三、利益相关者在公司治理中的作用·····	59
四、审计监督·····	60
第五节 英国公司治理结构模式·····	61
一、基本特点·····	61

二、监督与管理·····	62
三、利益相关者在公司治理中的作用·····	63
四、审计监督·····	64
第六节 法国公司治理结构模式·····	65
一、文化传统的影响·····	65
二、监督与管理·····	65
三、利益相关者在公司治理中的作用·····	67
四、审计监督·····	69
第四章 我国国有企业与西方公司制企业委托代理关系的实证分析·····	70
第一节 公共产权与私有产权·····	70
一、现代西方公司制企业的产生与企业控制的发展·····	70
二、产权·····	73
三、国有企业的公共产权·····	75
第二节 所有者明确与所有者缺位·····	77
一、所有权与产权·····	77
二、所有者的权利与义务·····	79
三、国有企业的所有者缺位·····	83
第三节 国有企业与西方公司制企业的委托代理链·····	84
一、企业的委托代理·····	84
二、西方公司制企业的委托代理链·····	86
三、国有企业的委托代理链·····	86
第五章 企业经营者激励与约束机制的理论分析·····	90
第一节 企业经营者激励与约束理论研究的进展·····	90
一、委托——代理理论研究的进展·····	90
二、动态激励理论的研究·····	92
三、企业经营者约束机制研究·····	93
第二节 企业经营者激励与约束机制实现机理分析·····	95
一、企业经营者的激励约束与现代企业理论·····	95

二、委托代理理论与管理激励理论·····	97
三、经营者激励与约束因素的理论分析·····	98
第六章 企业经营者激励与约束机制的国际比较·····	104
第一节 中外企业经营者激励与约束机制比较·····	104
一、企业经营者激励和约束的环境比较·····	104
二、企业经营者的激励机制比较·····	108
三、企业经营者约束机制比较·····	111
第二节 美国企业经营者激励与约束机制概述·····	117
一、企业经营者激励机制·····	118
二、企业经营者内部监督机制·····	119
三、企业经营者外部激励与监督机制·····	122
第三节 日本企业经营者激励与约束机制描述·····	123
一、激励机制·····	124
二、内部监督机制·····	125
三、外部激励与约束机制·····	127
第四节 法国国有企业经营者激励与约束机制概况·····	128
一、国有企业治理结构的基本内容·····	128
二、企业经营者的选拔、激励与约束·····	132
第七章 国有企业的委托风险分析·····	136
第一节 国有企业的委托风险·····	136
一、委托风险的含义·····	136
二、委托风险与官员腐败及渎职·····	136
三、委托风险的表现形式·····	139
第二节 国有企业委托风险的危害·····	143
一、委托风险容易导致代理风险·····	143
二、委托风险给国有企业造成的直接经济损失·····	144
三、委托风险造成的国有资产、国有资源的低效率使用·····	145
四、委托风险给国有企业造成的不平等竞争环境·····	146

五、委托风险导致的社会风气和党风的败坏·····	147
第三节 国有企业委托风险产生的原因·····	148
一、国有企业委托风险产生的个人原因·····	148
二、国有企业委托风险产生的制度原因·····	150
第四节 国有企业委托风险的防范·····	154
一、提高委托人的思想素质和道德品质·····	155
二、加强对中间委托人的监督和激励·····	155
三、缩短委托代理链，降低信息不对称程度·····	155
四、健全委托人代理合约，完善委托代理关系·····	155
五、实现政企、政资分开，使委托人身份单一化·····	156
第八章 国有企业的代理风险分析·····	157
第一节 国有企业的代理风险·····	157
一、国有企业代理风险的含义·····	157
二、国有企业代理风险的表现形式·····	159
第二节 国有企业代理风险产生的原因·····	163
一、所有权与经营权的分离·····	163
二、信息不对称与控制成本·····	164
三、追求个人效用最大化·····	165
四、监督约束机制不健全·····	166
五、激励机制不健全·····	166
六、信用机制不健全·····	167
第三节 信息不对称与代理风险分析·····	167
一、信息不对称的含义·····	167
二、代理人的机会主义行为·····	169
第四节 信息不对称下的委托代理关系·····	170
一、委托代理的基本条件·····	171
二、企业控制权·····	172
三、国有企业的内部人控制·····	172

四、内部人控制对企业委托代理的影响·····	174
五、对内部人控制的制约·····	176
第九章 国有企业经营者激励机制研究·····	179
第一节 国有企业经营者的物质激励分析·····	179
一、外部条件变化和国有企业经营者的内心冲突·····	179
二、加大对国有企业经营者物质激励的力度·····	181
三、物质激励要把握的几个基本原则·····	184
四、对国有企业经营者实施物质激励的基本途径·····	189
第二节 国有企业经营者精神激励分析·····	198
一、对国有企业经营者实施精神激励的必要性·····	198
二、对国有企业经营者精神激励问题的分析·····	200
三、建立国有企业经营者精神激励机制的主要途径和方法·····	204
第十章 国有企业经营者约束机制研究·····	208
第一节 国有企业约束问题的理论与实践分析·····	208
一、约束问题提出的理论前提·····	208
二、中国国有企业“约束问题”的提出·····	209
三、当前国有企业改革在“约束问题”上存在的问题·····	210
四、国有资产所有权约束的矛盾与解决思路·····	211
第二节 国有企业经营者约束机制的实现形式和改革思路·····	213
一、建立新型的国有资产监管和运营体系·····	214
二、合理设置分权决策管理体系和内部监督制衡机制·····	216
三、实行经营者风险责任制度·····	218
四、强化市场竞争机制对企业经营者的客观约束·····	218
五、健全和完善法律规范体系·····	219
第三节 构建国有企业经营者约束机制的要求与步骤·····	221
一、构建国有企业经营者约束机制的目标模式·····	221
二、构建市场主导型约束机制的制度支持·····	222
三、国有企业经营者约束机制改革的步骤与思路·····	224

第十一章 国有企业经营者选择管理机制研究.....227

第一节 我国国有企业经营者选择机制的变化历程.....227

一、我国国有企业经营者的选择方式.....227

二、我国企业经营者的任命方式.....228

三、我国国有企业经营者选择任命的条件.....229

四、行政指派制、选举制和市场化选择机制的比较.....230

第二节 加快国有企业经营者选择管理体制的改革.....231

一、国有企业经营者选择管理体制改革的意义.....231

二、国有企业经营者选择管理存在的问题.....232

第三节 美、日企业经营者的选择机制.....236

一、美国通用电气公司的经营者选择机制.....236

二、日本企业经营者的选拔机制.....238

第四节 构建国有企业经营者选择管理机制的新框架.....239

一、落实选择主体的“权责” 240

二、拓展选择范围.....240

三、规范选择标准.....241

四、建立科学的选择程序.....242

五、实现对国有企业经营者的分类分层管理.....242

六、加强对国有企业经营者的日常管理.....243

主要参考文献.....243

第一章 关于企业家理论

本项目研究的主要内容是企业家激励和约束机制，因此，企业家及其行为是本课题研究不可回避的问题。鉴于目前理论界对企业家所下的定义很多，但似乎还没有一个公认的、统一的说法。因此，有必要对企业家及企业家理论作系统的考察和界定。

第一节 西方学者关于企业家的认识

在西方传统的新古典经济学中，还没有对企业家的专门论述。因为在西方新古典经济学理论体系中，一概假定经济行为主体对各种有关情况的信息是充分的、完全的，都能准确掌握市场价格，生产函数是确定的。在这样的假定条件下，决策仅是进行机械的计算而已，即使在一个动态模式中，也只是使计算概率化和复杂化，不需要企业家的创造性活动。但随着西方微观经济学的独立发展，许多学者在研究市场的动态均衡过程中，发现在现实经济中人们不可能完全掌握所有交易信息，那么，在交易中市场就不可能处在均衡状态，而是一个趋向均衡的过程。这时，企业家不再是消极地适应市场价格系数，均衡就成了他们之间相互竞争的结果。这样，企业家的能动作用就是不可忽视的了。这可能部分地说明了为什么近年来对企业家的理论研究大有增强的趋势。这也是近年来，为什么企业家及企业家理论受到学界越来越重视的原因。

一、以经济功能为标准界定企业家的涵义

（一）企业家是冒险家，是冒险事业的组织者和经营者

“企业家”一词原文是法文，现在英文也通用此词。在法文中，首先见之于 16 世纪初，原来的涵义带有冒险家的意思。指当时领导军事远征的人，这种人需要承担风险。在欧洲中世纪末期和近代资本主义发展的初期，经济的繁荣首先表现为贸易的兴旺和工商业的发达，工商企业的经营者和组织者在社会经济活动中占有日益重要的地位。由于他们在购进生产要素和卖出产品这一期间，会出现“资本固定化”现象，同时市场又具有不确定性，所以 they 要承担由此带来的风险。“企业家”一词又被用来指承担风险的工商企业的经营者和组织者。首先给“企业家”一词下定义的是 18 世纪中叶的法国作家贝利多尔，

他定义为：“按不固定的价格购买劳动力和物资，而按合同价格出售产品的人”。

①坎特龙在《一般商业之性质》（1755 年出版）一书中把每一个从事经济活动的人都看作企业家，与贝利多尔不同的是，他认为凡是按不固定价格买和卖的人都叫作企业家。而且认为企业家的职能是承担风险。②

马歇尔认为，企业家这一名词来自亚当·斯密，而惯用于欧洲大陆，用它来指那些把企业的风险和管理看作自己在组织工业中应尽本份的人，似乎是最适当不过了。美国管理学家霍德盖茨认为，英语中“企业家”这个名词是从法语中借用来的，其涵义是指“冒险事业的经营者或组织者”。这个名词也指那些创建和发展属于他们自己所有的企业的人。这些人由于他们的足智多谋和经营技巧，使企业成为非常成功、非常获利的组织。他还认为，企业家是经营事业的推动力，他们对生产什么产品和销售给谁都有清醒的头脑。这些人始终密切注视收入、成本和利润，随时准备捕捉可能到来的每个有利时机，并且还愿意承担个人在事业成败上的风险。

奈特把风险和不可靠性与企业家的职能相联系，认为企业家是面对市场不可靠性大胆决策÷自己承担风险，而把可靠性（有保证的契约收入）提供给企业职工的人。

从以上考察中可以看出，企业家一词的最初涵义是冒险家，是冒险事业的经营者和组织者，其职能是承担风险。企业家一词后来的运用，其内涵虽然有所变化，但它始终与承担风险连在一起。这说明企业家的事业是风险事业，企业家与风险相伴而生、相伴而长，企业家注定要承担风险，不承担风险的人就不是企业家。

（二）企业家是企业的经营管理者

企业家的职业是经营管理企业，虽然我们不能说所有企业的经营管理者都有资格被称作企业家，但作为企业家必须在一家企业担任高级管理职务，其重要职责和主要目的是充分利用企业各种资源，合理组织生产力诸要素，获取最大利润。这是因为市场经济是损益经济，企业只有取得较高的利润才能做到“自负盈亏、自我发展”，在市场竞争中站住脚。在现实的经济运动中，利润就是市场销售价格与成本价格之间的差额。企业家为了追求这个差额的最大化，在市场价格既定的条件下，就要降低企业生产经营成本，而要降低生产经营成本，

①刘述意、高粮编：《企业家理论与实践》，经济管理出版社 1988 年版，第 33 页。

②刘述意、高粮编：《企业家理论与实践》，经济管理出版社 1988 年版，第 34 页。

除了改善企业各种生产要素的质量水平之外，最主要的途径就是合理配置现有的资源，使企业生产力诸要素实现最佳的结合，发挥最大的生产能力。

许多经济学家正是从上述经济功能来界定企业家涵义的。萨伊认为，企业家是指老板、经理，是在工业、农业和商业三个产业“承担一家公司的直接责任”和“管理职务的人”，是以获取利润为目的，把土地、劳动力、资本这三个要素结合在一起的第四个生产要素，其功能“就是应用既得的知识去创造供人类消费的产品”。^①马歇尔是把企业家作为“商人和生产组织者”来说明其作用的，认为“企业家最初只是组织供应，而不监督工业，后来才把他们的工人集中在工厂中。”^②作为商人，企业家以敏锐的洞察力发现市场的不均衡性，创造交易机会和效用，给生产过程指明方向；作为生产的组织者，企业家以自己的创造力和统率力，使生产要素组织化，并承担生产上的主要风险。

西方著名管理学家莱本斯泰将他的“X效率理论”用于企业家作用的分析中，认为企业家的作用在于充分利用现有的投入资源，克服非效率。企业家实际上是“填充空白”和“投入补充者”。^③科斯把企业家看作是代替市场结构，在企业内部配置资源的主体。他指出：“在企业外部，价格运动指挥着生产，它是通过一系列市场交易协调的。在企业内部，这些市场交易被取消，代替市场结构的是指挥生产的企业家”。^④对科斯而言，真正的企业家是更大规模的内部组织的管理人。他之所以将原来由市场协调的一部分交易纳入到企业内部组织中来，是为了降低交易费用，获取更大的利润。彭罗斯在《企业发展理论》中把经营管理企业的功能称作“企业家的服务”。认为企业家是指，发挥“企业家服务”的人。所谓“企业家的服务”，就是为企业的利益而引进和接受新观念，尤其在有关产品、企业地位和技术上的重要变化等方面，对企业的经营做出贡献；物色新的经营者；从根本上改革公司的管理组织；筹集资金；制定发展规划，包括选择扩大发展的方法在内，为各项工作做出贡献。彭罗斯认为企业家一词，始终是以富于机能性意义上使用的，与企业内特定的地位、职务毫不相干。企业家的作用，是适应市场环境的对外机能与有效地组织企业内部资源的对内机能的结合点。正是企业家承担了推动市场与企业组织两者联动机

^① [法]萨伊：《政治经济学概论》，商务印书馆 1963 年版，第 354、374 页。

^② [英]马歇尔：《经济学原理》，商务印书馆 1965 年版，第 391 页。

^③ 丹尼尔·贝尔等编：《经济理论的危机》，上海译文出版社，1985 年版，第 135 页。

^④ R·科斯等著《财产权利与制度变迁—产权学派与新制度学派译文集》，上海三联书店 1991 年版，395 页。

构的作用。^①

（三）企业家是适应市场供求变化，促进社会资源优化配置的人

国民经济各部门按比例地发展，是一切有社会分工的生产，尤其是社会化大生产的客观要求。它要求社会必须按照一定的比例在国民经济各部门之间配置社会资源。在市场经济条件下，社会资源的配置主要是通过市场机制来调节的。企业家的重要职能就是根据市场调节信号，判断市场供求变化的趋势，及时作出决策，将企业的资源投向供不应求的短缺部门的生产领域。萨伊认为，企业家是根据市场均衡关系、调节社会资源在各产业之间配置的人。他指出，企业家“是把经济资源从生产效率低、产量较小的领域转移到生产效率高、产量更大的领域的人。企业家这样做的本能动机是追求利润，而客观上则起了调节市场供需矛盾的作用。在这一过程中，企业家以市场交易为途径，为企业指明生产方向，并在企业内部担当着组织化作用，使各种生产要素转化为市场需要的商品。这种积极的决策行为，是企业家的本质作用。各行各业的企业家都积极发挥这种作用的结果，就会使社会资源流向短缺部门，从而促进社会资源的优化配置。在市场机制健全的条件下，企业家可以根据市场调节信号的引导发挥调节资源配置的功能。在市场机制不健全的条件下，企业家还可以弥补市场机制的不足来发挥这一作用。在这方面，日本学者池本正纯指出，对某种投入的生产要素而言，或因没有市场，或因市场交易难以调节，不能完满地履行合同，致使价格体系不能高效率地发挥作用。而企业家的作用，就是弥补这种不完善的市场结构机能，去充分调动尚未市场化的生产要素，使它发挥高效率的作用。这完全取决于企业家的经营能力。“所谓企业家，就是统筹、调整市场交易中已经发挥作用的领域和尚未充分发挥作用的领域之间的关系。企业家也就是通常所说的‘市场调节人’”。^②

（四）企业家是创新活动的倡导者、实行者和推广者

19世纪末20世纪初以来，由于科学技术的飞速发展及其在生产领域的广泛应用，越来越显示出科学技术在推动经济发展中的关键作用。企业之间竞争能力的高低，不仅取决于资本的大小，更重要的是取决于技术的先进程度。谁能适应市场的需要把最新科学技术率先应用于企业生产中去，不断地开发出适应市场需要的新产品，谁就能取得并保持竞争优势。因此，不断地创新，便

^① [日]池本正纯：《企业家的秘密》，辽宁人民出版社1985年版，第173页。

^② [日]池本正纯：《企业家的秘密》，辽宁人民出版社1985年版，第4—5页。

成为企业家的一项重要职能。

最先较为系统的论述企业家创新职能及其作用的经济学家是熊彼特，他“把职能是实现新组合的人称为企业家。”^①他认为企业家不断在经济结构内部进行“革命突变”，对旧的生产方式进行“创造性破坏”，实现生产要素的新组合。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，生产老产品的没有试过的技术可能性，通过开辟原料供应的新来源或产品的新销路，通过重组产业等等来改革生产模式或使它革命化。”^②“这种职能主要不在于发明某些东西或创新出企业得以开发利用的某些条件，而在于把事情付诸实行。”^③熊彼特认为，经理不能都有资格被称为企业家，只有他对经济环境作出创造性的或创新性的反应，从而推进生产的增长，才能被称为企业家。同为西方著名学者的鲍莫尔，其观点与熊彼特的观点有所不同，他认为，不仅首创者能成为企业家；那些成功的模仿者（即创新活动的推广者）也能成为企业家。并指出了模仿比完全意义上的创新在历史的进步上起了更大的作用。在这个意义上，不是少数智力超群者，而是绝大多数人都能成为企业家，因为他们能模仿别人。

在熊彼特之后将企业家的创新作用推到更高层次的经济学家是美国经济学家罗斯托，他采用历史分析和结构分析相结合的方法，把经济成长阶段的更替、主导部门的变化和“中心人物”的置换结合为一体，在更高的层次上考察了企业家的创新活动所起的作用。罗斯托在其著名的“经济成长阶段论”中，把人类社会的发展划分为六个依次更替的成长阶段，在每一个成长阶段，都有与之相适应的、起主导作用的部门，他称之为“主导部门”。正是这种具有高增长率的主导部门，带动经济起飞。而企业家正是“富有创新精神”，“不怕冒风险”，完成主导部门创立过程的领头人物。^④企业家的创新活动及其推广，导致新兴的主导产业部门的兴起，这种创新活动实际上是对原有的产业结构均衡的创造性破坏，这种创造性的破坏活动，往往预示着产业结构演进的趋势。这种创新活动的不断发展和推广，会导致社会经济结构在量上和质上不断发生变化，由量变到质变，由旧的均衡的破坏到新的均衡的建立，推动着新旧产业结构的更替和国民经济的蓬勃发展。

^① [美]约瑟夫·A·熊皮特：《经济发展理论》，商务印书馆 1990 年版，第 83 页。

^② [美]约瑟夫·A·熊皮特：《资本主义、社会主义和民主主义》，商务印书馆 1970 年版，第 164 页。

^③ [美]约瑟夫·A·熊皮特：《资本主义、社会主义和民主主义》，商务印书馆 1970 年版，第 165 页。

^④ 刘述意、高粮编：《企业家理论与实践》，经济管理出版社 1988 年版，第 49 页。

二、以素质为标准界定企业家的涵义

（一）企业家能力素质

萨伊认为，企业家作为冒险家，至少必须有偿付能力，必须有敏慎廉正名誉，并必须有能够通过他和别人的关系借到自己可能没拥有的资本的能力。他还认为，企业家需要兼有那些往往不可得兼的品质与技能，即判断力、坚毅、常识和专业知识。必须掌握监督与管理的技术，必须敏于计算，权衡利弊，有克服困难的毅力和手段，巧于运用各种生产要素，必须有自制力和承担风险的勇气。

马歇尔认为，企业家的能力就是“运用资本的经营才能”。卓越的经营能力是稀有的资源。马歇尔把“理想的”企业家必备的综合能力分为两个方面：第一，以他作为“商人和生产组织者”而论，他必须具有对本行业经营环境的透彻的知识，具有预测生产和消费变动趋势的能力，以及知道哪里有供给一种新商品以满足实际欲望的机会，或是哪里有改进旧商品的生产计划之机会的能力。他必须能谨慎地判断、大胆地承担风险。第二，作为企业管理者（雇主）而论，企业家必须天生就具有领导才能。一是选人用人的才能。他必须适当地选出自己的助手，且要充分信赖这些人，使他们关心事业，信赖上级，发挥出他们内在的进取心和创造力。他必须具有识别人才的敏锐眼力和感化部下人格的影响力。企业规模越大，企业家的用人能力就越重要。二是他应具有决断能力、应变能力和统驭能力，能抓住问题的本质，准确地判断出事物的重要性，有远见地制定出远大的方针政策，建立企业主要计划的秩序，冷静果断地使之付诸实施，并维持其协调统一的能力。三是大企业的领导应有使自己处于运筹自如的境地，保持清醒头脑，集中精力于最有代表性和“最基本的问题”上，而把“细节问题”授权给下属去办的能力，以及更卓越的创造力和更广博的知识。作为新经营企业的人，必须有以自己的能力说服、劝诱他人投资与自己合作的能力。”

熊彼特认为，企业家需要具备领导能力。所谓领导能力，就是做出决定，统辖指挥，“打破旧传统，树立新观念”和大步前进的能力。这种决策能力就是要有一定的洞察力。即“在所处的环境中大胆废弃不起作用的因素，果断选择对成功起作用的要素”，“掌握主要事实，抛弃非主要事实的能力。”另外，企业家要打破旧的惯行轨道，“实现新计划”，需要更多的“自觉理性”，坚强的意志、专家知识、做事的“精细”和抓住机会的机敏。还要具有特殊的体力

与魄力，善于说服他人并获得支持及具有能通过巧妙的交涉操纵他人的谋略和胆识等。”^①

奈特把企业家的作用与处理不可靠性的能力结合起来，认为要发挥这一能力，企业家必须具备依据市场趋势对将来进行预测的能力，对各种不可靠性因素进行处理的能力和实践能力。还必须具有对各生产服务合同提供收入保证的能力、洞察他人能力的能力、让别人相信自己有能力的能力等。奈特指出企业家机能的本质，就是处理不可靠性的能力问题。”^②

卡斯那认为，企业家在选择投入与产出组合时，必须具有明察市场情况的敏锐的洞察力，即能够发现他人未曾注意到的、新颖的、潜在的、更有价值、更符合市场需要的某种产品，以及生产这种产品“不被人们所知的手段”，发现投入产出之间是否存在差价的能力。卡斯那认为这种积极的决策行为，才是企业家的本质性要素。^③

彭罗斯认为，企业家的资质，可以说是创见的多面性、取得信任的说服力、野心和冷静的判断力等项能力的综合。企业家机能的根本重要性在于预见未来和发现生产机会的能力。^④

钱德勒(1977)把企业家的能力与企业的发展相联系，认为随着现代企业多层次、多单位管理体制的发展，现代企业家必须具备“建立和管理巨大和复杂的人类组织的能力。此种能力成了企业家天赋中最为需要，而且往往也是效益最大的才干”。^⑤

大前研一(1986)认为，企业家应有统筹全局、高瞻远瞩的战略头脑，善于根据市场变化，抓住关键因素，制定扬长避短、取得竞争优势的企业战略的能力。^⑥

(二) 企业家心理素质

马歇尔认为，就企业家一般心理特征而言，他们“果断、机智、谨慎和坚定”，他们“自力更生、坚强、敏捷并富有进取心”，对优越性具有强烈的愿望。^⑦

熊彼特认为，企业具有不同于一般人的“特别动机”，这种“特别动机”

^① 约瑟夫·A·熊皮特：《经济发展理论》，商务印书馆1990年版，第95、98、99页。

^② [日]池本正纯：《企业家的秘密》，辽宁人民出版社1985年版，第21、22、23、156、163、192、173页。

^③ [日]池本正纯：《企业家的秘密》，辽宁人民出版社1985年版，第21、22、23、156、163、192、173页。

^④ [日]池本正纯：《企业家的秘密》，辽宁人民出版社1985年版，第21、22、23、156、163、192、173页。

^⑤ [美]小艾尔弗雷德·D·钱德勒：《看得见的手——美国企业的管理革命》，商务印书馆1987年版，第441页。

^⑥ [日]大前研一：《企业家的战略头脑》，生活·读书·新知三联书店，1986年版，第101页。

^⑦ [英]马歇尔：《经济学原理》下卷，商务印书馆1965年，第268、395页。

是“传统教科书中”关于“经济人”动机的“那种心理学”所不能解释的。在他看来，企业家动力在于个人的成功，这远远超出了一般“经济人”追求利润最大化的动机。熊波特从三个方面描述了企业家的心理特征：首先，企业家有一种梦想和意志，要去找一个私人王国，甚至是一个王朝；其次，企业家有征服的意志，战斗的冲动，证明自己比别人优越的冲动，求得成功不是为了成功的果实，而是为了成功本身。金钱上的输赢是次要的考虑，或者无论如何，只是作为成功的指标或胜利的象征才受到重视；最后，企业家有创造的欢乐，把事情办成的欢乐，或者只是施展个人的能力和智谋的欢乐。这类动机是最明白不过的物质“享乐主义”的。由于熊彼特对企业家超乎寻常的心理价值，因此，桑塔里和皮斯阿里认为，熊彼特的企业家和尼采的“超人”相似。而池本正纯则称熊彼特的企业家形象为“神圣的企业家形象”。^①

奈特着重指出了企业家承担风险的心理素质，认为“在以自己挺身冒险的意义上具有与众不同的气质”，^②是企业家应具备的重要素质。企业家是具有自信心，大胆勇为的人，其真正的动机是在比赛中夺取胜利的欲望。并指出企业所获利润的大小，有可能受企业家刚毅或懦弱这种气质程度所左右。池本正纯指出彭罗斯则强调了企业家“事业心”的重要作用，认为企业家的事业心是担负企业命运的根本因素。企业家的事业心和对风险的态度，是一枚硬币的两面。因为企业家的事业心包含着承担风险的意志，更深层的还包含着探索避免风险的积极性以及扩展企业的意志。

（三）企业家精神素质

熊彼特认为，企业家精神即“经济首创精神”，这种精神是实现“新组合”的原动力，而为建立以自己的家族为核心的私人企业王国而发挥出来的创造力与坚强的意志，是这种精神的支柱。德鲁克也把创新与企业家精神相联系，认为企业家精神就是创新精神，就是寻求变革和实施变革。他指出：企业家认为变革是常规，是健康的。通常企业家们本身并不带来变革。但是企业家始终在寻求变革，对变革作出反应，并把变革作为机会予以利用，这就是企业家和企业家精神的定义。他还认为，寻求变革、创新，必然要冒风险，但从理论上说，发挥企业家精神应是风险最小而不是风险最大的道路。德鲁克还指出，企业家

^① [日]池本正纯：《企业家的秘密》，辽宁人民出版社1985年版，第9、32、173、174、190、207页。

^② [日]池本正纯：《企业家的秘密》，辽宁人民出版社1985年版，第9、32、173、174、190、207页。