

湖南社会科学规划立项课题

企业家成长论

唐琦玉

著

中南大学出版社



湖南社会科学规划立项课题

企业家成长论

江苏工业学院图书馆

唐琦玉 著

藏书章

中南大学出版社

企业家成长论

唐琦玉 著

☐责任编辑 周兴武

☐出版发行 中南大学出版社

社址:长沙市麓山南路 邮编:410083

发行科电话:0731-8876770 传真:0731-8710482

电子邮件:csucbs @ public.cs.hn.cn

☐经 销 湖南省新华书店

☐印 装 长沙市文泰印务有限公司

☐开 本 850 × 1168 1/32 ☐印张 11 ☐字数 280 千字

☐版 次 2003 年 4 月第 1 版 ☐2003 年 4 月第 1 次印刷

☐书 号 ISBN 7-81061-700-1/F · 074

☐定 价 25.00 元

图书出现印装问题,请与经销商调换

序

湖南行政学院党委书记、常务副院长、教授 蔡四桂

当今世界，充满着竞争。国与国之间的竞争，说到底是经济实力的竞争，人才的竞争。在经济领域，企业之间的竞争，首先是企业家的竞争。世界著名的未来学家约翰·奈斯比特在《亚洲大趋势》中写道：“我认为企业家就是财富、成效、经济活动的真正创造者。”纵观世界各国经济发展史，一个国家的振兴与富强几乎取决于是否拥有一批著名的企业与企业。试想，美国如果没有卡内基、洛克菲勒、福特、杰克·韦尔奇、比尔·盖茨等一大批敢于创新的企业家，怎会有今天超级经济“霸主”的地位？日本如果没有松下幸之助、盛田昭夫、本田宗一郎、土光敏夫等一大批善于经营的企业家，又怎有今天经济上的巨大成就？在经济全球化的大趋势中，企业家正在积极影响和改变着整个世界经济的格局。从这个意义上说，市场经济就是企业家的经济，市场经济时代是企业家“八仙过海”“浪遏飞舟”的时代。没有企业家群体的成长，也就难以有现代社会、经济、科技等诸方面的迅猛发展。因此，在我国大力发展社会主义市场经济、全面建设小康社会、加快推进社会主义现代化的新的发展阶段，有关如何促进企业家健康成长，造就一大批高素质的企业家的理论研究，是一个有着重大实际意义和学术价值的课题。

湖南行政学院唐琦玉副教授承担了“关于企业家成长机制研究”这个湖南省哲学社会科学规划课题，几年辛苦，终于完成了

《企业家成长论》这部具有开创意义的专著。现在，专著出版，可喜可贺！

《企业家成长论》运用理论与实证相联系、历史与逻辑相统一、国内与国外相比较的方法，对企业家的成长机制及其规律做了较系统的理论概括。本书从剖析企业家理论开始，全面论证了企业家成长的因素和特点，深刻阐述了企业家的培育机制、身份机制、选择管理机制、激励机制、约束机制、评价机制、报酬机制、保护机制，具有系统性、前瞻性和可操作性的特点。我相信本书的出版，对我国企业家理论及社会主义市场经济理论研究的拓展与深入、对各级政府启动企业家培养工程、促进企业家队伍建设将会产生积极的影响。

目 录

第一章 企业家理论综述.....	(1)
第一节 企业家的定义与产生.....	(2)
一、企业家的定义.....	(2)
二、企业家的产生.....	(5)
第二节 企业家理论简析.....	(9)
一、马歇尔的企业家理论	(10)
二、熊比特的企业家理论	(12)
三、柯兹纳的企业家理论	(15)
四、奈特的企业家理论	(16)
五、彭罗斯的企业家理论	(18)
六、卡森的企业家理论	(19)
七、张维迎的企业家理论	(20)
第三节 企业家：推动经济增长的主体	(23)
一、企业家与经济增长	(24)
二、企业家与我国经济增长	(27)
第四节 我国企业家理论研究现状与发展	(29)
一、资本模式	(29)
二、代理模式	(30)
三、创新模式	(32)
四、人力资本模式	(33)
第二章 企业家成长的因素分析	(36)
第一节 文化环境	(37)

一、传统文化对企业家成长的促进作用	(37)
二、传统文化对企业家成长的制约作用	(40)
第二节 体制环境	(48)
一、企业家“官员化”的成因	(49)
二、企业家“官员化”的不良影响	(52)
第三节 舆论环境	(56)
一、直接影响	(57)
二、间接影响	(57)
第四节 政策环境	(59)
一、政策及作用	(59)
二、政策方式	(61)
三、政策特点与建议	(63)
第五节 家庭环境	(65)
第三章 企业家成长的特点分析	(72)
第一节 我国企业家成长的主要机理	(72)
第二节 我国企业家成长的特点	(74)
一、成长的道路特点	(74)
二、成长的精神特点	(75)
三、成长的经验特点	(77)
四、成长的类型特点	(78)
五、成长的素质特点	(79)
第三节 我国企业家成长的基本方向	(83)
一、继续完善企业家成长的机制，提高企业家成长的 市场化程度	(83)
二、加强企业家的素质修炼，培养懂经营善管理的职业 软专家	(84)
三、按照现代企业经营管理的要​​求构建高素质的企业家 群体	(84)

四、培养驾驭全球竞争的战略型企业家	(85)
第四章 企业家培育机制	(86)
第一节 新时代对企业家的影响和要求	(86)
一、新时代的社会特征	(86)
二、知识经济对企业家的影响和要求	(90)
三、入世对企业家能力提出了更高要求	(100)
第二节 我国企业家面临素质考验	(105)
第三节 建立与完善企业家培育机制	(109)
一、提高企业家素质要确立的基本观念	(109)
二、建立与完善企业家培育机制	(111)
第五章 企业家身份机制	(117)
第一节 确立企业家的社会地位	(117)
一、承认企业家的社会地位	(117)
二、企业家具有较高的社会声誉	(123)
三、提高我国企业家的政治地位	(123)
第二节 构建企业家职业本位机制	(125)
第三节 完善企业家身份机制	(128)
一、取消对农民企业家的身份限制	(128)
二、建立企业家成长的阶梯机制	(130)
三、建立企业家更替机制	(138)
第六章 企业家选择管理机制	(142)
第一节 国外企业家选择的一般机理	(142)
一、高度重视企业家的选择	(142)
二、对企业家有严格的能力要求	(144)
三、着重企业家的职业化	(146)
四、企业家选择方式的多样化	(149)

五、从企业发展最稀缺的资源角度选拔企业家·····	(152)
第二节 我国企业家选择管理的现状分析·····	(152)
一、国有企业企业家选择主体的权利、责任双重弱化 ·····	(153)
二、选择范围受到人为限制·····	(154)
三、选择标准有碍国有企业企业家的择优·····	(155)
四、选择程序不够科学·····	(155)
五、管理体制错位·····	(157)
六、日常管理不到位·····	(157)
第三节 我国企业家的职业化·····	(158)
一、企业家职业化的定义和特征·····	(159)
二、企业家职业化在我国具有客观必然性·····	(161)
第四节 建立与完善我国企业家选择管理机制·····	(170)
一、从委任制、选举制到选聘制·····	(170)
二、选拔任用科学化：变“相马”为“赛马”·····	(172)
三、拓展企业家选择范围·····	(174)
四、建立首席企业家制度·····	(174)
五、实现对国企企业家的分类分层管理·····	(177)
六、加强对国企企业家的日常管理·····	(179)
第七章 企业家激励机制·····	(181)
第一节 企业家激励的产生和发展·····	(182)
一、激励的由来及定义·····	(182)
二、为什么要对企业家实行激励·····	(185)
三、激励方式的比较·····	(190)
四、激励理论发展的新趋势·····	(192)
第二节 我国企业家激励状况分析·····	(197)
第三节 建立与完善企业家激励机制·····	(202)
一、建立企业家激励机制原则·····	(202)

二、企业家激励机制的主要内容·····	(204)
第八章 企业家约束机制·····	(208)
第一节 国外企业家约束机制的模式分析·····	(208)
一、内部约束·····	(208)
二、外部约束·····	(212)
三、约束模式组合·····	(214)
第二节 我国企业家约束监控的现状分析·····	(217)
一、企业家约束失衡的表现特点·····	(217)
二、企业家约束失衡的原因分析·····	(222)
第三节 建立与完善企业家约束机制·····	(226)
一、分散股权,优化企业家的内部约束·····	(226)
二、强化国有企业企业家的外部约束监督·····	(230)
第九章 企业家评价机制·····	(238)
第一节 企业家评价机制的意义·····	(238)
一、为企业家竞争上岗提供依据·····	(238)
二、为把好企业家入市的“预审关”·····	(239)
三、为企业家教育培训提供依据·····	(240)
四、为出资者选人提供依据·····	(240)
五、为建立“三位一体”的约束监控体系提供依据 ·····	(241)
六、为企业家进行自我诊断咨询提供依据·····	(241)
第二节 传统企业家评价机制的主要特征·····	(241)
一、求全求稳·····	(242)
二、用英雄模范人物的标准去评价考核企业家·····	(242)
三、评价主次颠倒·····	(243)
四、业绩考核评价不够科学准确·····	(243)
第三节 企业业绩评价的国外借鉴·····	(244)

一、国外企业经营绩效评价的主要模式·····	(244)
二、国外企业以价值为基础的有效管理趋势·····	(245)
三、国外企业业绩评价指标的改革内容·····	(246)
四、国外企业业绩评价方法的发展方向·····	(249)
第四节 建立与完善企业家评价机制·····	(251)
一、企业家评价的主要原则·····	(251)
二、企业家评价的主要指标·····	(253)
三、企业家评价的主要方式·····	(258)
四、规范竞争上岗企业家的评价考核机制·····	(260)
第十章 企业家报酬机制·····	(265)
第一节 企业家报酬的理论分析·····	(266)
一、性质：企业家报酬是一种准地租·····	(266)
二、决定：企业家收入的决定因素具有综合性·····	(268)
第二节 企业家报酬的原则分析·····	(270)
一、“按劳分配”原则·····	(271)
二、“按职责分配”原则·····	(272)
三、“按资分配”原则·····	(272)
四、“按知分配”原则·····	(273)
五、“激励报酬”原则·····	(273)
六、“市场化”原则·····	(274)
第三节 确定企业家报酬的主要影响因素与模式·····	(275)
第四节 建立与完善企业家报酬机制·····	(279)
一、大力推行企业家期权制度·····	(279)
二、继续落实企业家年薪制·····	(299)
第十一章 企业家保护机制·····	(315)
第一节 建立企业家保护机制的必要性·····	(315)

一、企业家数量稀缺导致企业成长缺乏企业家主体	
.....	(316)
二、企业家能力稀缺导致企业成长缺乏企业家精神	
.....	(317)
三、企业家行动稀缺导致企业成长缺乏企业家主导	
.....	(318)
第二节 企业家保护机制分析.....	(320)
一、企业家要学会自我发展和自我保护.....	(320)
二、企业家个人财产的尊重和保护.....	(322)
三、降低企业家进入壁垒，造就企业家市场.....	(323)
四、强化政府对企业家的保护.....	(324)
主要参考文献.....	(334)
后 记.....	(336)

第一章 企业家理论综述

企业家是人类社会最稀缺的资源之一。纵观世界经济的发展,经济发达国家的兴起,无不得益于其有一个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和老牌资本主义国家的衰落,均可归因于扼制了企业家的成长和作用的发挥。正如经济学家熊彼特所言,企业家是经济发展的发动机,是经济发展的力量源泉。从企业发展的角度来看,任何一个充满活力和竞争力的企业,在其前面都站着一位杰出的企业家,如通用汽车公司的强大得益于杰克·韦尔奇的改革才能;微软公司的兴盛得益于比尔·盖茨敏锐的市场洞察力;松下电器的辉煌则得益于松下幸之助杰出的领导才能等。从一定程度上讲,企业的发展就是企业家成长并发挥作用的结果。因此,深入地研究企业家成长机制问题,对于丰富和发展经济理论,尤其是企业理论、人力资本理论和经济增长理论均具有重要的理论意义;对于世界经济的发展,尤其对于正全面建设小康社会、加快推进社会主义现代化的新的发展阶段的中国适应市场经济、知识经济的发展,顺应经济全球化趋势、迎接 WTO 的挑战、走新型工业化道路、全面建设小康社会等,具有十分重要的现实意义。

第一节 企业家的定义与产生

一、企业家的定义

企业家，英文为 entrepreneur，其译义有：创业者、主办者、经理、提倡者、促进者、中间商、承包商、商人、冒险家、雇主、业主以及某项事业的实施者等。它们或多或少从某个侧面反映了企业家的特征。企业家一词最早见于 16 世纪的法语文献，康潜龙在《商业概览》一书首先提出。当时主要指武装探险队的领导，包括远航海外开拓殖民事业的冒险家；后来也用来指承包政府工程如碉堡、桥梁、港口等的营造商。

1. 国外经济学家对企业家的定义

给企业家以较为严格定义的是萨伊，他在《经济理论学论文》（1903 年出版）和《政治经济学精义》（1915 年出版）两本书中，把企业家定义为经理人，认为企业家是“把他所有的生产手段结合在一起，由较低生产水平转变为较高生产水平的人”。萨伊认为企业家可以是自有资本的经营者，也可以是借来的资本的经营者。企业家的劳动不同于一般人的劳动，其特殊性在于，“是预见特定产品的需求以及生产手段，发现顾客，克服许多困难，将一切生产要素组合的经济行为者”。

19 世纪末 20 世纪初的英国剑桥学派创始人马歇尔十分看重企业家的冒险特征和能力特征，他认为企业家“是那些把企业的风险和管理看成自己在组织工业工作中应尽本分的人。他们冒着或承担营业的风险，集合所需要的生产要素”。“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，创造交易机会和效用，给生产过程指出方向，使生产要素组织化的人”。

在经济学中，熊彼特对企业家的定义最引人注目。熊彼特在《经济发展理论》和《资本主义、社会主义与民主》两书中提出了“创新”说。他认为企业家是“创新活动的倡导者和实行者”。熊彼特指出：企业家不仅是为谋取额外利益而敢于冒险投资的创新者，而且具有特殊的心理特征，即具有显示个人成功的欲望，通过创新来证明自己不同凡响，具有一种“战斗的冲动”和“企业家精神”。在熊彼特看来，是否算得上企业家，主要视其是否能对客观环境作出创造性的或创新性的反应，亦即干新事或以新的方式干事。但是，1948年在哈佛大学与熊彼特共同筹建“企业家研究中心”的柯尔教授却持异议，他认为在研究企业家精神时不应过分强调“创新”。因为“新颖（新事物、新观念）只有当采用它们的机构有效地运营时才会获得成功”。柯尔主张企业家精神要与从事创办、维持和扩张旨在牟利的产业单位的卓有成效的运作联系起来。

日本矢野俊介在《企业家的经营艺术》（1984年版）中指出：“所谓企业家，是指在一个企业的历史中，随着时光的流逝，日后在谈到他时，会令人不由自主地说‘在转折关头，有很多重大举动和经营决策——决定企业今后的方向，培养接班人等等，非他则莫所为’。……卓越的企业家，堪称为代表一个时代的、典型的、对社会贡献度高的人物。”

日本经济学家池本正纯在《企业家的秘密》（1984年版）一书中对企业家的界定是：“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. 国内经济界和经济学理论界对企业家的定义

辽宁大学冯玉忠认为，具有法人地位，有独立经营自主权，能带来经济效益的企业领导人，就算企业家。

马洪在《中国知名企业家大辞典》一书序言中对企业家定义为，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，以坚韧不拔的毅力和勇气，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

3. 中外学者对企业家认识上形成的共识

中外学者对企业家的这些论述是从不同角度进行的，概括的着力点各有侧重，但有一点比较一致，即都认为企业家不是单个的一般自然人，也不是企业的一般领导人，更不是一般的管理人员。他们是可以支配企业资产，能够对生产要素进行优化组合的、有着特定活动内容和特殊利益目标的经理精英阶层。这种活动内容和利益目标的特殊性，构成了企业家的特性。

第一，企业家是职业化的企业经营管理者。企业家是凭借自己的特殊才能去经营企业的专家，他们不谋官位于仕途，只求闻达于商界，把开发和经营企业作为发展个人才能和特性的神圣事业，通过经营开发企业去贡献于社会，来实现自己的抱负。

第二，企业家是企业全部财务资本的占有者和人力资本的所有者。一方面，企业家不一定是企业财务资本的所有者，但他必须实际占有企业的全部资产，并承担由此产生的风险。如果企业家对企业资产没有支配权，那么他就无法主动地按照商品经济原则去优化组合生产要素，也谈不上对旧的生产方式进行变革。另一方面，企业家是以管理知识、技能、经验和能力等人力资本参与企业经营的资本所有者。

第三，企业家是具有冒险气概和创新才能的人。企业家要成功地经营企业，就不能因循守旧，墨守成规，就必须出新招、走新路、有新思维。这样做的结果，有成功的可能，也有失败的风

^① 周叔莲：《企业家要发扬三种精神》，《中国国情国力》1996年第9期，第8页。

险，所以，不具备这种风险气概的人，是不能成为企业家的。冒险和创新紧密相联。创新包括许多方面，比如生产一种新产品或使用一种新的生产方法；推出一种产品的新的应用范围或提高其质量；获得一种新的原料或半成品的供给来源；开辟一个新的市场；提出并实际运用一种新的企业组织方式和管理方法。企业家的创新才能，不仅表现在能够使一个企业在激烈的市场竞争中取得生存发展，而且要能够使经济资源得到有效使用和优化配置，从而使企业的产品不但能满足对其产量的要求，而且能满足对其质量的要求。

第四，企业家是一种极为稀缺的资源。目前，许多猎头公司，不惜重金，四面出击，为外资公司、私营企业寻猎经理类的高级管理人才，说明企业家资源严重短缺。当代经济学家刘易斯还认为：企业家资源短缺与一个国家贫富程度成正相关。西方市场经济发达的国家的高级企业管理人才占人口总数的万分之七，我国只占百万分之三。企业家资源的稀缺性表现在：这种人能够运用自己的智慧和能力，把在同样条件下，别人办不好的企业办好，使其生存、发展、昌盛。企业家的这种作用，是一种特殊资源的投入，这种资源具有独有的专用性，它包括企业家不同于一般管理者所应具有的高素质能力和精神。

综合以上对企业家内涵的描述，笔者试给现代企业家下一个定义：企业家是以实际支配财务资本和对人力资本所有为条件，以企业资本增值和获得额外利润为目标，创造性地组织和指挥企业，根据市场需要进行生产、流通、服务等商业活动，并承担经营风险的专门经营者群体。

二、企业家的产生

企业家伴随着现代企业而出现，随着企业的发展而成为社会的中坚。

企业家的产生可以从以下几个方面来研究：