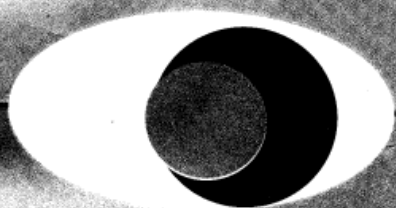


成长中的中国企业家

甘德安 著



CHENGZHONGZHONGGUOQIYENIA

北京理工大学出版社



数据加载失败，请稍后重试！

98
F270
768

2

成长中的 中国企业家

甘德安 著

华中理工大学出版社

C

458774



数据加载失败，请稍后重试！

内 容 提 要

本书不是企业家的传记汇编,而是运用经济学、社会学、领导学、人才学等学科对企业家进行系统综合的理论研究。本书特别强调用理论来研究企业家的实际问题,用理论的形式来回答企业家面对的实际问题。本书首先从中国从计划经济向市场经济、从工业文明向信息文明、从 20 世纪向 21 世纪迈进的大背景下,指出企业家的作用,然后从企业演变史和经济学家理论推进来界定什么是企业家,进而研究企业家的生成机制、激励机制、监督机制;然后从实践方面,回答企业家当前面对的问题;研究了企业家的成长、权力、角色、风格、素质等问题。

此书献给：

迈向 21 世纪的、

为中国经济富强、

社会公正而奋斗的、

中国企业家！

作者简介

甘德安,1952年生。1977年考入大学,1982年在武汉大学进修,1989~1991年在中国社会科学院研究生院学习。硕士研究生毕业、博士研究生结业。1994年晋升为经济学副教授。

现任华中理工大学汉口分校管理工程系主任,华理经济研究咨询中心主任;兼武汉市社会科学院特约研究员,武汉市经济研究所兼职研究员,武汉市经济管理专业学科带头人、全国高校市场学研究会会员,武汉市宏观经济学会常务理事,湖北省工业工程学会会员,武汉市市管中青年优秀专家。武汉市劳动模范。

在《中国社会科学院研究生院学报》等刊物上发表论文40余篇,出版专著2部,讲授过16门课程。论文多次获得省部级以上成果奖。

序 言

随着我国社会主义市场经济体制的确立和现代企业制度的建立,人们越来越关注企业家的成长。

什么是企业家?企业家是职业经营管理者,具有创新精神、合作精神、是市场经济的开拓者、经营战略的决策者、企业成长的协调者。因此,能否建立一支宏大的企业家队伍,关系到我国社会主义现代化建设的进程,意义重大。近来,有关企业家方面的研究和报道颇多,主要是专题性研究为主,介绍企业家的业绩为主,缺少的是比较研究,全面的研究成果。

甘德安副教授的新著正是以此为起点,站在系统研究的高度,深入探讨企业家问题,不失为以企业家精神研究企业家的成功之作。

企业家研究即要求实证研究的深度,又要求规范研究的高度。若不从理论与实践的结合上进行探索便失去企业家研究的真实价值。本书的特色首先突出了理论与实践的融合;其次作者从理论方面界定了什么是企业家;进而研究了企业家的生成机制、激励机制、监督机制,显示了浓厚的理论色彩。从实践方面,本书也概括了企业家的作用、功能、企业家的成长、角色、风格、素质,并回答了实践迫切需要回答的问题。这将给现在的企业家和未来的企业家以重要启示。

本书的第二个重要特色在于多角度的探索。企业家问题涉及到广泛的领域。不仅包括企业经营学、企业经济学,又包括领导学、战略生理学、法学等。这在一方面说明作者有坚实的理论功底和广博的知识基础;另一方面说明当好企业家要有相应的理论素养。

值得一提的是作者经历丰富,研究企业家有得天独厚的优势。作者早年作为“老三届”的学生下过乡、当过工人,大学学的数学,

在中国社会科学院研究生院时学习经济学，曾任国有企业总经理助理，中外合资企业中方总经理，集团公司副总裁，现任华中理工大学汉口分校管理工程系主任。可以说，企业家问题的研究成果是作者长期进行的理论研究和经验总结的升华。相信会引起广大读者的浓厚兴趣。

如同我国社会主义市场经济和现代企业制度的建设有待于长期探索一样，有中国特色的社会主义企业家的研究也待于逐步深入。期望本书的出版能引起企业界、理论界更广泛的重视，进而推动我国在这一方面的研究更上一层楼，使我们的企业家们在社会主义现代化建设主战场上发挥更大的作用。

卢东斌

1997年4月18日

注：作序者系人民大学工商管理学院副院长、教授、博士生导师。因在工业经济方面的开拓性研究而入选《世界经济名人录》。

目 录

1. 企业家的作用	(1)
1.1 市场经济呼唤企业家	(1)
1.1.1 市场经济导致企业家阶层的产生	(1)
1.1.2 企业家是国民经济腾飞的主要力量	(3)
1.2 市场经济就是企业家经济	(7)
1.2.1 为什么市场经济就是企业家经济	(7)
1.2.2 企业家是市场经济的主角	(12)
1.3 企业家是转轨经济的灵魂	(14)
1.3.1 建立市场经济体制的实质是造就企业家阶层	(15)
1.3.2 造就企业家阶层是中国经济发展的逻辑必然	(16)
2. 企业家的界定	(20)
2.1 企业家的产生与发展	(20)
2.1.1 众说纷纭企业家	(20)
2.1.2 企业家产生与发展的历史	(21)
2.2 马克思总是伟大的	(22)
2.2.1 马克思的企业家理论	(22)
2.2.2 社会主义改革时期的企业家理论	(25)
2.3 邓小平的企业家理论	(27)
2.3.1 邓小平的企业家理论的基本模式	(28)
2.3.2 邓小平企业家理论的特色	(28)
2.4 走出新古典经济学的篱笆	(30)
2.4.1 马歇尔的企业家理论	(30)
2.4.2 熊彼特的企业家理论	(32)
2.4.3 加尔布雷斯的的企业家理论	(35)
2.4.4 讷克斯的企业家理论	(36)
2.4.5 雷本斯坦的企业家理论	(38)
2.4.6 罗斯托的企业家理论	(40)

2.5 来自经济学前沿的成果	(41)
2.5.1 组织过程中的企业家理论	(41)
2.5.2 企业家的委托——代理理论	(47)
3. 企业家的权力论	(59)
3.1 权力概论	(59)
3.1.1 权力的界定	(59)
3.1.2 权力的特征	(62)
3.1.3 权力的来源	(64)
3.1.4 权力与权威	(68)
3.1.5 权力与权利	(69)
3.2 企业的权利	(73)
3.2.1 财产所有权	(73)
3.2.2 自然人财产权	(77)
3.2.3 法人财产权	(79)
3.2.4 企业股权	85)
3.3 来源于组织的企业家的权力	(91)
3.3.1 组织也是一种权力	(91)
3.3.2 企业家权力的两面性	(96)
3.3.3 企业家权力使用原则与艺术	(99)
4. 企业家的成长论	(109)
4.1 企业家的生命周期	(109)
4.1.1 智者的低语	(109)
4.1.2 企业家的职业发展观	(110)
4.1.3 企业家的生命发展周期	(113)
4.1.4 企业家的社会生命周期	(116)
4.1.5 企业家的职业周期	(119)
4.1.6 企业家的家庭发展周期	(125)
4.2 企业家成长的外在因素	(128)
4.2.1 企业家成长的外部因素	(128)
4.2.2 家庭环境与企业家成长	(136)
4.2.3 教育与企业家成长	(140)
4.3 中国职业企业家成长之路	(144)

4.3.1	现代企业制度下的企业家成长之路	(145)
4.3.2	转轨时期企业家成长的纵向分析	(146)
4.3.3	转轨时期经理型企业家成长的宏观环境分析	(155)
4.4	中国业主型企业家成长之路	(159)
4.4.1	中国业主型企业家的生长点——个体户	(159)
4.4.2	个体户向私营企业主转化之路	(161)
4.4.3	私营企业主向现代企业家转化的新趋势	(168)
4.4.4	私营企业主向现代企业家转化所面临的问题	(171)
4.4.5	私营企业主向现代企业家转化的对策建议	(180)
4.4.6	海外华人走向现代企业家成长之路	(186)
5.	企业家的生成机制	(190)
5.1	企业家为何呼之不出?	(190)
5.2	企业家的生成机制	(200)
5.2.1	企业家生成机制的构建框架	(200)
5.2.2	资本家与企业家	(202)
5.2.3	建立企业家市场面临的困难与对策建议	(205)
6.	企业家的激励机制论	(210)
6.1	现代西方企业家的激励机制	(211)
6.1.1	现代心理学与企业家激励机制	(211)
6.1.2	委托代理理论与 X-效率理论	(215)
6.1.3	赫茨伯格的双因素激励理论	(223)
6.2	企业家激励模型与激励手段	(225)
6.2.1	西方现代企业家的激励模型与激励手段	(225)
6.2.2	国有企业的企业家激励机制缺位	(232)
6.2.3	国有企业企业家激励机制缺位的原因分析	(236)
6.3	建立中国企业家激励机制	(240)
6.3.1	建立中国企业家激励机制的困难	(240)
6.3.2	建立中国企业家激励机制的对策建议	(242)
6.3.3	建立中国企业家激励机制的指标体系	(251)
7.	企业家的监督机制	(263)
7.1	企业家行为的正负效应	(263)

7.1.1	企业家行为效应日益突出	(263)
7.1.2	企业家行为偏差不可忽视	(265)
7.2	建立企业家的监督机制	(268)
7.2.1	建立企业家行为的监督机制的必要性	(268)
7.2.2	建立企业家激励机制的评估制度	(270)
7.2.3	建立和完善经济民主制度	(270)
7.2.4	建立和完善行业自律制度	(273)
7.2.5	建立企业家个人收入和财产申报登记制度	(273)
7.2.6	建立和完善企业家的文化机制	(274)
8.	企业家的风格论	(275)
8.1	企业家特质论	(275)
8.1.1	什么是特质论	(275)
8.1.2	行为科学研究的企业家特质论	(276)
8.1.3	对企业家特质论的评价	(276)
8.2	企业家的风格论	(277)
8.2.1	人格形态的分类	(278)
8.2.2	人格形态的缺点	(282)
8.2.3	人格形态的协调与冲突	(283)
8.3	企业家的理性风格	(287)
8.3.1	理性风格的企业家是使用信息的专家	(287)
8.3.2	理性风格的企业家善于分析问题	(288)
8.4	企业家的客观风格	(289)
8.4.1	客观风格的企业家是行动导向的命令专家	(289)
8.4.2	客观风格的企业家善于使用控制手段	(290)
8.5	企业家的激励风格	(291)
8.5.1	激励风格的企业家善用包容力量	(291)
8.5.2	激励风格的企业家善用热诚力量	(292)
8.6	企业家的支持风格	(293)
8.6.1	支持风格的企业家善于沟通	(293)
8.6.2	支持风格的企业家善用支持的力量	(294)
8.6.3	支持风格的企业家的有效武器——指导性劝导	(295)
9.	企业家的角色	(297)

9.1 企业家行为特点	(297)
9.1.1 企业家行为的六大特点	(297)
9.1.2 企业家的角色分解	(302)
9.2 影响企业家行为的因素分析	(306)
9.2.1 影响企业家行为的环境因素	(306)
9.2.2 影响企业家行为的职务因素	(309)
9.2.3 影响企业家行为的个人因素和情景因素	(311)
9.3 企业家行为分类	(314)
10. 企业家的素质	(318)
10.1 企业家心理素质	(319)
10.1.1 素质的界定	(319)
10.1.2 心理素质的界定	(324)
10.1.3 企业家主要心理素质	(326)
10.2 企业家能力素质	(331)
10.2.1 企业家的基础能力素质	(332)
10.2.2 企业家的决策能力	(336)
10.2.3 企业家的创新能力	(343)
10.2.4 企业家的组织能力	(349)
10.3 国外企业家素质的研究	(355)
10.3.1 美国学者对企业家素质的研究	(355)
10.3.2 加拿大学者对企业家素质的研究	(357)
10.3.3 日本企业界对企业家素质的要求	(359)
10.3.4 其他国外学者有代表性的研究成果	(363)
10.4 企业家素质测评的原理与方法	(364)
10.4.1 企业家素质测评原理	(364)
10.4.2 企业家素质测评的方法	(369)
10.5 21 世纪的企业家素质	(376)
10.5.1 美国人眼中的跨世纪的企业家	(376)
10.5.2 欧洲人眼中的跨世纪的企业家	(383)
10.5.3 日本人眼中的跨世纪的企业家	(384)
参考文献	(385)

1. 企业家的作用

1.1 市场经济呼唤企业家

1.1.1 市场经济导致企业家阶层的产生

企业家是随着市场经济的产生而兴起,随着企业的兴旺而成长的。人类社会自工业化以来,随着工厂制度的建立,企业制度和企业家也应运而生。在此以前,封建经济占统治地位,特别是中世纪早期,占统治地位的天主教意识歧视商业活动,并制定了严格的规章对商业活动加以限制。因此,在整个社会经济中,工业和商业所起作用很小,工场手工业者和商人的地位低下,当时还不存在以经营企业为职业的企业家。然而,就是这样一些拥有少量资本的人意识到生产力发展的要求,组建了初具规模的企业,从家族企业到合伙企业到股份企业,极大地推动了资本主义经济的发展,企业家的地位也随之上升。工业革命的成功,工厂制度的建立,出现了以经营企业为职业的资本家——早期的企业家。同时,封建贵族顺应历史发展的潮流,利用他们仅有的特权,通过资本的原始积累等手段,建立了他们的企业,他们也完成了从贵族到资本家和企业家的转变。经营企业成了社会所能接受的职业。随着企业规模的扩大,企业在社会中起着主导作用,作为企业经营者的资本家也成了社会的主宰,在社会上处于统治地位。但是,资本家的地位也受到了来自两个方面的威胁:一方面,企业生产过程中的技术的

科学性，复杂性和多变性对企业经营者的能力提出了要求，而大多数资本家力不从心，但是他们又承担企业财产的责任；另一方面，市场竞争的激烈，优胜劣汰的规律，必然导致资本家的两极分化。于是职业经理应运而生，进入了企业家阶层。

一、现代企业家形成的三个阶段

现代企业家阶层形成可分为三个阶段。

1. 所有者管理者合一阶段

在家庭手工业生产阶段，由于形成了初级商品市场，出现一个商业资本家控制多个家庭手工业者，从事加工生产的生产方式。这时，为了协调流通与生产的关系，从生产活动中分化出了管理职能，出现了所有者和管理者合一的人员。

2. 执行性管理者的产生阶段

在工场手工业生产阶段，生产活动出现了新特点：(1)生产作业集中于一个场所；(2)一种生产作业不断反复进行；(3)生产手段有所改善；(4)生产规模得到扩大。这样一来就有了分工效益问题，所有者就将自己行使的部分管理职能交给从劳动者中挑选出来的人员，但重大决策权仍由自己掌握，交出的只是决策执行性的管理权。到了工厂机械化生产阶段，机械的发明和采用，出现了协调人——机器之间和各生产环节之间关系的要求，从而促使所有者进一步放权，管理者职能进一步扩大。

3. 经营管理者——企业家的产生阶段

到了公司制阶段，企业生产经营活动发生了很大变化：(1)企业规模进一步扩大；(2)投资者出现多元化、分散化；(3)管理工作更复杂，需要一批具有专门知识、技能的管理者来担任。由于股东分散在广泛的地区，全部股东都来直接管理企业是不可能的，于是就出现了股东大会将管理企业的职责和职权委托给部分股东和其他代表人物组成的董事会来行使的形式。这样，大多数股东就与直接管理活动脱离，转化为资本所有者；而董事会以及由它聘任的经

理承担直接管理企业的责任。这时的董事会，一方面代表投资者的利益；另一方面也要考虑政府、社会、顾客、债权人、职工、协作者等的利益。这就形成现代企业经营者——企业家。作为企业经营的专家，随着经济的发展也进一步从“硬专家”向“软专家”转化，从单学位专家向双学位专家发展。

二、现代企业家产生的社会因素

为什么近代资本主义仅仅出现在西方，而同时期的东方却呈现了停滞之势！原因是多方面的。韦伯认为，资本主义经济在封建的废墟上之所以能兴起，是因为与新教伦理有密切联系的资本主义精神起了很大的作用。以合理主义和功利主义为核心的资本主义精神，成为推动资本主义经济的巨大力量。西方学者普遍认为，在工厂制度建立后，如果没有清教徒保持勤奋刻苦，严肃认真的品德，财产不能被看作上帝恩赐象征的话，人们是不敢名正言顺地追求财富的。正是有了人们对财富的崇拜，企业家作为社会财富的化身，他们才为社会所推崇；他们才有为上帝献身的勇气；他们才有承担风险的精神风貌。这样，企业家得时代进步之天时，占经济竞争环境之地利，运各种人才之人和，便呼风唤雨应运而生。

1.1.2 企业家是国民经济腾飞的主要力量

一、大型企业成为经济发展的主要力量

生产技术和分工的发展使企业特别是大型企业成为经济发展的主要力量，从而使公司在整个经济生活中居于支配地位。萨缪尔森指出：“二百家最大的非金融公司的名单看起来像美国企业的光荣榜，几乎每一个名字都是家喻户晓的。”在今天的经济中，具有决定性作用的正是这些公司（见表 1.1.1）。