

文章编号:1001-148X(2002)04下-0066-02

资本人格化与人格资本化

吴贵明

(厦门大学 人力资源研究所, 福建 厦门 361005)

摘要: 资本与人格是两个领域的两个不同概念,但两者关系密切,如同孪生兄弟,资本投资决策与资本运营方式无不渗透着决策者的个性,资本运营过程就是实现资本人格化的过程。企业经营者的性格构筑非常必要,企业经营者也应有索取权,这对企业是极为重要的。

关键词: 资本;人格;资本人格化;人格资本化

中图分类号: F032.1;F240 **文献标识码:** A

资本与人格是两个领域的两个不同的概念,但两者却又象是孪生兄弟,在资本决策与运营中可见人格之影,在人格中隐含资本之成分。

一、关于资本和人格

关于资本,人们很熟悉,它的本质是其增值。资本的英文是 Capital。意为可以生产出更多财富的东西。萨缪尔森在他的经典《经济学》中认为资本(品)“以被经济制度本身所生产出来,并且被用作生产要素,以便进一步生产物品和劳务。这些耐用资本品,既是产出品,又是投入品,其寿命长短不一。”马克思把资本看成是能带来剩余价值的价值,在 $G - W - G'$ 的运动过程中增值,代表着在资本主义生产方式下资本家对劳动者剩余价值的剥削关系。前者强调资本作为资本品存在,后者从资本运动中强调资本增值,更强调资本所体现的生产关系。但无论哪一种,资本作为财产增值的载体,总要体现以下特征:第一,增值。这是资本范畴之所以存在的原因,也是其最根本的特征;第二,运动。这是资本本性得以实现的条件,即资本增值要实现应不断处于运动状态;第三,竞争。这是资本运动内在规律的外在表现,竞争是资本本性得以实现的外在条件;第四,趋利。这是资本运动的方向。

过去资本指的是物质资本,如厂房、机器、商品、货币等等。美国著名经济学家 I. 费希尔 19 世纪末、20 世纪初认为可以带来收入的财产都是资本。费希尔对资本的重新定义和拓展,在经济学上为后来的人力资本概念的确立铺平了道路。20 世纪 60 年代初,美国经济学家西奥多·W 舒乐茨和加里·S 贝克尔创立了人力资本理论,从经济学角度揭示了人的素质的经济价值及其在现代经济增长和社会发展中的重要作用。之后,美国经济学家加尔布雷斯第一个提出了知识资本的概念,他认为知识资本是一种知识性的活动,是一种动态的资本,而不是固定的资本形式。斯图特将知识资本概括为智力资本(human capital)、结构性资本(structural capital)和顾客资本(customer capital),简称 H - S - C 结构。于是,企业的结构文化、顾客忠诚、产品质量水平、员工道德水平、专利和商标、制度

规范,这些非直接资产就被揭示出来,它们互相作用、互相影响。知识资本整合了有形资产和无形资产,它揭示了企业和其他组织真正有价值的东西——一种经员工和组织的技能和知识为基础的资产,从而为企业的经营指出了正确的方向。

关于人格,人们既熟悉又不熟悉,熟悉的是日常生活中我们处处都可听(看)到这个词,不熟悉的是它真正内涵。人格的英文是 Personality,词意抽象多歧,内涵意义非常广泛。Personality 一词来自拉丁文的面具 Persona,面具代表剧中人物的性格和角色特点。时至今日,理论界还未有一个关于人格的确定定义。人格心理学家阿尔波特关于人格概念的综述达 50 多种。不同领域对人格研究有各自的视角。哲学领域最早(公元六世纪)给人格下定义,哲学家们或强调人的自我意识,个体的整体和价值;或强调人格的伦理道德意义。法律领域认为人格是某一作为人的权利、义务的主体资格。社会学领域则较喜欢从一般社会的视角或文化视角来定义,认为人格是文化的主观方面。心理学对人格研究最多,最完备也最深刻。不同心理学家从不同研究方向出发,强调人格内涵不同方向。精神分析学派认为人格是由无意识的生物本能所决定的典型的心理特征;行为主义认为人格是由环境所决定的部分惯化方式;存在人本主义学者认为人格是由人的基本的潜能所决定的特殊心理特征;认识社会学理论学者认为人格是认识、环境交互作用而形成的典型的心理特征。尽管给人格下的定义各异,但大多数认为人格是指人的性格、气质、能力等特征的总和或者说是影响人的行为、思维和感觉的特定方式的内部因素的总和。人格表现在人身上构成了人的第二生命属性,它是人在社会过程中心理成熟的成果,它在知识结构、技能等融合下形成定型思维方式和言行方式。人格具有四大特征:人格的整体性与统一性、人格的个别性与共同性,人格的稳定性与可变性,人格的生物性与社会制约性。

二、关于资本人格化

人格化 Personalize 就是指具体的物在人的个性中

收稿日期:2001-07-23

作者简介:吴贵明(1965-),女,福建福州人,福建商业高等专科学校经济管理系副教授,厦门大学工商管理学院博士生,主要从事企业管理,特别是人力资源管理方向的教学与研究。

实现或体现。社会的存在与发展就是作为主体的人与客体的物质资源相结合过程,即进行人的物化与物质资源的人格化过程。资本人格化主体,一是指资本的所有者,他拥有对资本的所有权,并据此取得相应的所有权收益。其特点是:(1)以资本增值为利益目标;(2)关心资本的增殖程度,从而以“用手投票”和“用脚投票”等形式监督约束的营运。二是指直接承担资本增殖的责任主体或法人产权主体。其特点是:(1)受资本所有者的委托,直接承担资本营运和增殖的职能;(2)拥有对资本的直接支配权和处分权;(3)拥有对资本增值收益分配的直接决定权。这两类资本人格化的主体在资本运营中,完完全全把自己的意识和个性体现在其支配操作的资本运营中,两者融为一体。资本运营过程结果包含运营者的意识、个性的作用。资本的运营者无论是在计划经济体制下的道德人,还是在计划商品经济体制下处于道德人和经济人夹缝中的主体,还是在市场经济体制下的经济人,都不可避免地因各种各样人为因素偏离完全理性选择轨道,或多或少地留下人格的烙印。

在财务政策上,资本人格化便能找到实证。以公司利润分配,股东们希望高的股利支付率政策,获取眼前可见的、高的在投资回报率;而管理者们则更希望低的股利支付率政策,以便有更多的资金投入生产经营,扩大规模,但难以做到完全理性。再如对衰退型公司,如果是完全经济人,即有理性的追求自身利益或效用最大化的人,应选择拍卖公司资产,回报股东。但现实中衰退型公司大多不愿放弃苟延残喘,寻找东山再起的机会。无怪乎有人认为公司理财应探讨投资者和经营者的心理和个性心理特征,否则光从公司理财理论出发难以解释现有的资本运营现象。

在信息不对称的情况下,资本所有者为减少代理成本,总是在努力地激励资本经营者的积极性的同时,尽力使自己的资本增殖。而资本经营者常常从自身利益出发作出短期行为。风险厌恶型资本经营者会放弃有利公司长远利益但富有风险的项目,避免万一失败破坏了在资本所有者和公众心目中留下的富有才能的良好形象,或避免不如人所愿的真实经营水平的暴露。

在资本运营决策时,资本因决策者个人人格运营过程和结果也就不同。如史玉柱、姜伟等人个性中含有英雄主义气概,百折不挠信念,坚韧不拔意志,超群的见识,大无畏的冒险精神,同时也充满革命的浪漫主义。这种个性催化了企业的超常发展,也使企业资本冒险投资,决策过于理想化、浪漫化。资本运营者浮躁、急功近利的人格缺陷映射到他们的资本运营和决策。只看行业的利润大小,而不顾自己企业核心竞争力完全难以涉足此行业,进行资本投资多元化,其结果造成资本决策失败与资本巨大浪费。

三、关于人格资本化

人格具有独特性,是与其他人相区别的个人特征,正如人格心理学家苏思所说:“人格是习惯、倾向和情操的有组织的系统,起作用的整体或统一,而那些习惯、倾向和情操是区别一群中任何一个成员不同与同群中任何其他成员的特征。”这种个人特征决定

着一个人适应环境的独特的思维方式和行为方式。优秀健康的独特思维方式和行为方式就形成了其独特的人格魅力。人格魅力是在长期活动中形成和发展的独特的感染力、影响力、吸引力、号召力等总和,它具有非强制性、无形性和渗透性,是人们对其在心理认同的基础上产生的对其的崇敬、钦佩、信赖、欣赏。人格魅力影响是其他因素无法比拟的。而正是这种影响力能带来财富,它是无形资产,是人力资本中极为重要的组成部分,侧重于人的道德情操、为人处事、个性心理特征等素质方面。

古人云:身未动,事已成。几十年前,香港上海汇丰银行高级职员桑达士升任银行首脑,新官上任三把火,为增加银行赢利,寻找有效的投资者,选来挑去,他觉得在球场结识的包玉刚有魄力且办事稳健,信于人。于是在 60 年代初与包玉刚合作,联合成立“巴哈马世界海运有限公司”,汇丰银行占三分之一股份。70 年代桑达士再度与包玉刚合作,成立“环球航运集团有限公司”,汇丰银行拥有百分之四十五的股份。包玉刚以此为台阶登上世界船王宝座。

这是包玉刚的人格魅力的回报,它带来了巨大资本,创造了价值。企业经营者的个人魅力辐射到企业内部将成为一个核心,形成强的企业凝聚力,大大的减少管理成本;企业经营者的个人魅力辐射到企业外部,在与企业有关部门构建良好公共关系过程中,大大减少交易成本,提高成功率。企业经营者创造精神、创新能力、革新的内动力和更高的悟性、睿智、大度的境界情怀将带来人力资本超额价值。

个人魅力无形资产衡量的困难在于其难以度量,但随着劳动力产权理论的深化和无形资产会计准则的进一步探讨及经营者市场的培育和发展,无形资产衡量也由定性向定量方向发展。投资者不仅可以用资金投资,也可以用技术入股和参与利润分配,甚至个人魅力、经营才能也能入股和参与利润分配。“国际商人”热比娅在苏联解体,卢布危机中,挺身而出,用原价收购同民族兄弟手中的卢布并争取在与苏联进口交易中脱手,获得极高社会威望,个人魅力四射。她一声招呼,以她命名的商贸大楼拔地而起。更令人难以置信的是,这座拥有面积 13000 平方米,内设 800 个摊位的综合贸易大楼,热比娅未投入一分钱,董事们却都同意她以经营智慧作为投资,并推选她为大楼的董事长。热比娅个人声望值 100 万元。大楼建成并开业,使这位维族妇女名声迅速传向海内外,带来更大声誉,随之贸易伙伴越来越多,贸易成交额越来越大。企业家个人声望提高对于企业来说就是资本价值的增加。

四、结论与启示

资本与人格密切相关,资本投资决策与资本运营方式无不渗透着决策者的个性,资本运营过程就是实现资本人格化的过程。另外,人格,特别是资本运营者高尚健康的人格是巨大的无形资产,无形资产可隐性地带来财富,如有助于企业内部凝聚力的形成和企业良好公共关系的建立、维持;无形资产也可显性地带来财富,如企业家才能(含人格)作为生产要素进入生产经营,作为入股或利润分配的资本;资本经营者

文章编号:1001-148X(2002)04下-0068-04

论 国 民 消 费 教 育

王乐忠, 王立明

(中国煤炭经济学院 管理系, 山东 烟台 264005)

摘要: 大力开展国民消费教育,这在传统文化底蕴丰厚,国民素质亟待提高,市场运作尚不规范的现今中国很有必要。国民消费教育与学历教育、专业技能训练不同,既是常识教育,又是素质教育。以家庭为基本受众的国民消费教育,内容包括批判接受传统文化,培育现代消费理念、传授日常购物知识、增强自我保护意识、指导科学合理理财等。国民消费教育应当立足于普及,灵活多样,生动活泼,寓教于乐。

关键词: 国民消费教育;传统文化;现代消费理念

中图分类号: F713.55 **文献标识码:** A

On National Consumption Education

WANG Le - zhong WANG Li - ming

(China Coal Economic College, Shandong, Yantai, 264005, China)

Abstract: Greatly implementing national consumption education is of vital necessity in China today with rich traditional culture, underdeveloped national quality and irregular marketing operation. National consumption is different from diploma education and professional technical training. It's both for common knowledge education and quality education. The education is intended for families. And its content includes criticizing and accepting traditional culture; development modern consumption conceptions; demonstrating daily shopping knowledge; increasing sense of self-defense; instructing a scientific and reasonable way of managing money matters. National consumption education should be popular, various vivid and interest-orientated.

Key words: national consumption education; traditional culture; modern consumption conception

消费,是始自人类社会诞生的最古老话题之一。生产力提高和社会文明进步,促进生产和交换规模不断扩大,人类的特质消费直接上升,并日益增加了文化含量,消费文化逐渐成为社会文化的一个分支。现代消费文化研究源于顾客心理学,与商业文化尤其是广告文化相互渗透,在国外于20世纪60年代形成高潮,其初衷在于探讨客户生活方式和购物习性,包括心理追求、审美情趣等,促进商品销售,领导购物时尚。商品丰富、收入增加加速了现代人生活方式演

变,新的消费理念不断涌现,现代商品知识和购物方式亟待普及,国民消费教育自然被提到议事日程。其基本思路有两个特点:一是认为消费者行为产生于消费需求和消费偏好;二是倡导以经营者和销售者提供高质量产品和优质服务,给予消费者附加于商品实体的最大满足,即以商业文化影响和渗透到消费文化,且辅以国民消费教育。这在以美国为代表的市场经济历史较长、市场运作较为规范的西方国家虽然行之有效,却不乏功利主义色彩,更多关心的是经济效益,而不是社会效益。

在我国,虽然消费文化客观上存在已久(甚至可

收稿日期:2001-11-12

人格推动资本价值增殖。人格无论是显形或隐性地带来财富,都实现了人格资本化。

由此,给我们予启示。启示之一,企业经营者构筑高尚健康人格极为重要。1974年联合国卫生组织提出关于健康的定义,“健康是人的肉体、精神和社会的康乐的完善状态,而不仅仅指无疾病或无体弱的状态。”并认为人格健康共同标志是自我控制的能力,正确对待外界影响的能力,保持内心平衡和满足状态的能力。我国人格健康的标准还融入了深厚的中华传统文化。启示之二,在现代企业中,企业不是一种实物资产的集合,而是一种法律框架结构,股东并不是唯一的投资者,企业经营者甚至雇员等也都提供了特殊的投资,同时也与股东一样承担着同样的风险。所以单从财产形式看法人财产主要由实物资本、金融资

本及无形资产三部分构成。公司的剩余收益和剩余权利不能仅归股东所有,“股东至上”的逻辑因此被“利益相关者合作”的逻辑代替。经营者作为企业一定程度上起决定意义的固定的利益相关者,赋予他们的剩余索取权是关系企业发展的关键措施之一。

参考文献:

- [1] 王玉珍,范晋明.资本人格化研究[M].北京:经济科学出版社,2000.
- [2] 徐宗良.心理学概论[M].上海:医科大学出版社,1997.
- [3] 戴木才.健康人格导论[M].辽宁:辽宁教育出版社,1992.

(责任编辑:古岩)