

阮恩光 著

纺织工业出版社

中小企业成功之路

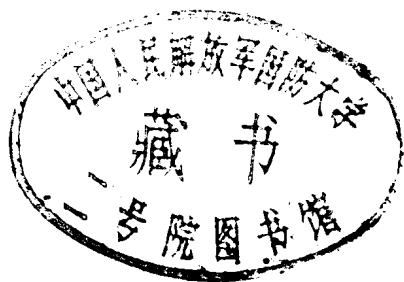
ZHONGXIAOYIJIACHENGZHI





中小企业家成功之路

阮恩光 著



纺织工业出版社

(京)新登字 037 号

内 容 提 要

本书论述了我国中小型企业家的性质、地位与作用;作者用成功企业家的实例,介绍企业家是如何从事独创性的企业经营与管理;还揭示了企业家如何处世和应具有的思想、人格;此外,对企业家与建设企业文化问题作了有益的分析。

本书可供中小企业管理人员参考、借鉴。尤其会使正走在通往企业家道路上的年轻人,从本书中获得启发和帮助。

责任编辑:张印周

中小企业家成功之路

阮恩光 著

*

纺织工业出版社出版

(北京东直门南大街4号)

纺织工业出版社印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行

各地新华书店经售

*

787×1092毫米 1/32 印张:8 8/32 字数:183 千字

1991年10月 第一版第一次印刷

印数:1—4,000 定价:3.95元

ISBN 7-5064-0706-X/F·0016

序

这是一条艰辛曲折的路

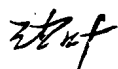
《中小企业家成功之路》一书的作者阮恩光同志在企业家理论研究方面作了一些有益的探索。本书是他在这个领域里研究的初步成果。这是一本给厂长、经理们阅读的通俗读物，作者请我为本书作序，我欣然接受。

社会主义现代化建设，需要一大批社会主义企业家。自党的十一届三中全会以来，我国的企业家队伍在壮大。但是应当说我国的企业家队伍还处在成长阶段。因此，为企业家人才的成长创造一个良好的社会环境这个问题尤为重要。首先，要在全社会形成一种尊重、信任、理解企业家的舆论环境和社会风气；形成一种公平竞争的政策环境；形成一种既能规范企业家行为，又能保护企业家合法利益的法治环境，这是造就一大批社会主义企业家的重要条件。其次，我们还要提倡企业家的相互交流，以此来发现企业家人才，使他们脱颖而出和有用武之地。在当前尤其需要鼓励企业家人才到中小企业中去；到濒于困境的企业中去，去发挥自己的聪明才智，领导企业走出困境。要造就一大批社会主义企业家，我还认为要为在职的厂长、经理们提供一个再学习、再深造的学习条件。因为企业家人才，即使是经营管理专业的大学毕业生、甚至是获得硕士、博士学位的学者、专家型企业家，也都有一个知识更新的继续接受教育的需要。在这方面，我们要有日本已故的著名企业家

松下幸之助先生那种远见卓识。松下先生生前亲手创办“松下政经塾”，目标是为 21 世纪培养大批经营管理人才。在这方面，需要我们的教育界、产业界的通力协作，以适应造就宏大的企业家队伍这一新形势的需要。

话要说过来，一个人能否成为真正的企业家，当然主要是靠自身的社会实践。通向企业家的路将是一条艰辛曲折的路。其中经历的酸、甜、苦、辣，是人所共知的。因为成功是没有捷径的。

我向广大厂长、经理们推荐这本书，因为本书就企业家是什么样的人、企业家又如何处世和用人、企业家的经营思想和方法等问题作了深入浅出而又理论联系实际的分析 and 阐述。我读后觉得本书富有新意、又有哲理性、知识性和趣味性，因而具有可读性。我希望《中小企业家成功之路》一书被我们的厂长、经理们和立志想当企业家的人们所喜爱。



1991 年 1 月于北京三里河

目 录

序

这是一条艰辛曲折的路 沙叶

第一篇 何谓企业家

- 一、企业家理论的源渊及发展 (3)
- 二、何谓企业家 (8)
- 三、资本主义社会企业家的阶级属性 (10)
- 四、评熊彼特的“企业家机能无用论” (14)
- 五、企业家的使命 (19)
- 六、企业家的社会重任 (21)
- 七、企业家的社会地位 (24)
- 八、企业家的风格 (26)
- 九、企业家是拼命苦干的人 (29)
- 十、企业家的“先说后做” (32)
- 十一、企业家的时代感 (34)

十二、中国企业家的特点·····	(37)
十三、未来企业家人才的基本素质·····	(40)
十四、社会主义企业家的成长机制·····	(44)
十五、要形成企业家市场·····	(47)
十六、集体所有制经济给企业家提供了施展才 华的天地·····	(51)

第二篇 企业家的处世哲学

一、企业家要加强党性修养·····	(57)
二、企业家要贯彻“三个主动” ——兼谈厂长与书记的关系·····	(60)
三、企业家首先要“塑造自己”·····	(63)
四、企业家应有的正确心态·····	(66)
五、企业家的人格力量·····	(69)
六、企业家的人生观·····	(71)
七、企业家的金钱观·····	(75)
八、企业家应遵循的竞争伦理·····	(78)
九、企业家应遵循的处世原则·····	(81)
十、企业家如何保持生活的平衡·····	(85)
十一、企业家的沉与浮·····	(89)
十二、企业家的“感人”领导艺术·····	(91)
十三、企业家的批评艺术·····	(96)
十四、企业家如何对待新闻记者·····	(100)
十五、企业家建立有效共事关系的原则·····	(103)

第三篇 企业家的用人艺术

一、企业家应有的用人心态·····	(109)
-------------------	-------

二、企业家使用人才的系统观	(114)
三、企业家把握人心十法	(116)
四、企业家要抓住职工妻子的心	(119)
五、企业家要在企业中形成正确的用人机制	(122)
六、企业(公司)吸引人才十法	(128)
七、企业家激发人的才干十法	(132)
八、企业家评价下属的七点原则	(135)
九、企业家奖励职工的五原则	(138)
十、企业家的领导艺术(一)	
——政治性领导与道德性领导	(141)
十一、企业家的领导艺术(二)	
——变领导的压力为同事之间的压力	(143)
十二、企业家的领导艺术(三)	
——要激励和发展一批内企业家	(145)
十三、企业家的领导艺术(四)	
——要引导部下作出成绩	(148)

第四篇 企业家的经营与管理思想

一、企业家要建立相对优势经营战略	(153)
二、买方市场是企业家打天下的时候	(156)
三、疲软的市场与创新的企业家	(159)
四、企业家要在不景气中求发展	(161)
五、企业家怎样把握未来	(163)
六、企业家与市场的辩证关系	(166)
七、企业家要有公开经营的思想	(169)
八、企业家要有负债经营的新观念	(172)
九、企业家要引导消费创造需求	(175)

十、企业家要遵循国际竞争的价值规律	(177)
十一、企业家要有正确的消费观	
——给消费者以消费的时间	(179)
十二、企业家的税制观	(181)
十三、企业家的课题	
——企业界定	(183)
十四、企业家管理的“软件”	
——情感管理	(185)
十五、企业家与风险管理	(187)
十六、企业家要强化设计竞争意识	(190)
十七、企业家要有强化企业寿命的意识	(192)
十八、企业家要把握变革企业的时机	(196)

第五篇 企业家和企业文化建设

一、社会主义企业的社会责任	(201)
二、企业应有的年轻度	(205)
三、企业应有的理想	(209)
四、要在企业中建立和发展分享哲学	(212)
五、职工心中的好企业与企业发展新趋势	(215)
六、企业大学化 大学企业化	(219)
七、企业家负有教育家的使命	(222)
八、企业家要坚持“互补原理”的观念	(224)
九、企业家要强化国家意识	(226)
十、企业家应关心政治	(228)
十一、企业家与企业文化	(234)
十二、建设企业文化应遵循的原则	(237)
十三、企业文化的特点和功能	(240)

十四、竞争力、向心力、企业文化	(244)
十五、要培植职工自由发言的风气	(246)
十六、要创造大家为企业分忧的作风	(249)
后记.....	(251)

第一篇 何谓企业家

一、企业家理论的渊源 及发展

企业家“entrepreneur”一词，原是法文，现在英文也通用此词。在法文中有冒险的意思，而在英文中有创业人、承包人的意思。这两种语词都说明企业家是勇于创新的革新者。在德语中，企业家(unternehmer)是指拥有资产、又负责经营的人。德语把企业家仅作为经纪人、企业主、经理等含义来解释，由此可见是不够精确的。事实上一般经纪人、企业主、经理等人物不都是企业家。

最早给企业家下定义的是 18 世纪中叶法国作家贝利多尔。他定义为：“按不固定价格购买劳动力和物资，而按合同价格出售产品的人。”^[1]而英国经济学家康替龙在 1755 年出版的《试论一般商品之性质》一书中把每个从事经济行为的人都看作是企业家。他对企业家下定义是：凡是按不固定价格买和卖的人都叫企业家，而且认为企业家的职能具有风险性。

18 世纪后期，重农学派的经济学家们，如魁奈，他把从事农业栽培的人叫租田农业企业家。

对企业家理论作出重要贡献，并具有开创性意义的要算 19 世纪法国大经济学家萨伊(J·B·Say)，他在 1800 年就指出企业家可以是有资本的经营者，也可以是借贷资本、或受雇于资本家的经营者。对企业家的功能，萨伊认为“企业家能够把经济资源从生产率较低和产量较少的领域转移到生产率较高和产量较大的领域。”^[2]萨伊的这个定义虽然并没有告诉我们企业家究竟是谁，但却表述了企业家可以是没有资产的

经营者和具有“改变资源的产出量”的成功经营者。可见萨伊的定义虽不够明确和完整,但又丰富了企业家的内涵。

19世纪40年代,经理制的兴起,使企业经营管理进入了新的里程,即由拥有精通技术和管理业务的有才干的经理人员代替资本家经营企业,而资本家也就逐渐退位,成为股东。这就是企业经营管理史上的最初的“两权分离”。从企业管理史和企业家发展史上可以看到,也可以说经理制的兴起是开现代企业家的先河。

现代企业家理论的丰富和发展,这要归功于美国当代经济学家们作出的探讨。本世纪有两位重要经济学家,一位叫凯恩斯,另一位叫熊彼特。但是论述企业家在社会经济发展中的卓越贡献和地位的却是马歇尔和熊彼特。应当说马歇尔是现代企业家理论的开创者,而到熊彼特则可以说是美国、乃至整个西方企业家理论的最高成就者。

马歇尔的企业家理论的立论出发点是基于经营能力这一特殊“要素”来论证企业家的作用,进而论述市场不均衡性是客观的。对企业家的作用,马歇尔认为企业家一在于了解市场,大胆冒险;二在于用人,具有统驭能力;三在于“创造效用”,企业家是创造效用的主体。^[3]马歇尔企业家理论说明企业家既具有冒险精神的创新者,又具有精通企业经营与管理的专家。熊彼特企业理论的特点是从经济增长这个宏观角度来记述企业家的功能。他在《经济发展理论》和《资本主义、社会主义和民主主义》两本书中对企业家的作用作了充分的论证。他认为企业家是经济增长的“国王”,企业家是一位“革新者”,所谓革新就是“建立一种新的生产函数”。^[4]创新是企业家的准则和使命。因此熊彼特认为企业家本质在于破坏市场经济的平衡、均衡,是“创造性破坏”者。熊彼特揭示的企业家

创新职能有五个方面：第一，控制原材料的新供应来源；第二，引用新的生产方式；第三，开辟新的销售市场；第四，引进新产品、新技术；第五，实现企业的新组织，使企业革命化。^[5]其次，熊彼特还论述了企业家创新动机，这些动机是：建设私人王国；“对胜利的热情”；“创造的喜悦”（自我价值的实现）。熊彼特的企业家理论是全新的，从他的理论可以看出企业家及企业家精神就是竭力寻找变化，对变化作出反应，并把变化作为一个可供开发利用的机会。用现代美国企业管理大师彼得·F·德鲁克的话就是：企业家是“新事物的贪婪者”。

熊彼特对企业家机能作了高度的评价，但他的理论有一个重大的缺陷，这就在于他后来默认企业家机能将会无用。在熊彼特看来，随着生产高度集中化、组织化、单一化，形成经济本身的静态管理，形成自动化，那么企业家机能将会消除，或者说总趋势是企业家机能在衰退。熊彼特是尊重马克思的，他赞同马克思关于资本主义会崩溃的理论，他承认社会主义是资本主义的“未来的继承人”。那么在社会主义社会中企业家机能也就无用。由此可见，熊彼特是不承认社会主义社会有企业家的存在。

我国的经济体制多年来沿用苏联模式，求大统一、求大平衡、求高度集中，一切都是按计划供应、销售，也就不需要有企业家。比如在“文革”中每人都穿绿军装，什么都凭票计划供应，在这种中央集权制国家经济大统一中，企业家确实是不存在的。党的十一届三中全会确认我国的经济是有计划的商品经济，价值规律、以公有制为主体的多种经济成份并存并形成竞争局面，那么企业家也就应运而生，也就有了用武之地。

对社会主义企业家的认识，可吸收西方经济学中有关企业家的一些有益的正确的论断。这些观点和论断，包括以下几

个方面：

(1)商品经济是企业家活动的舞台。社会主义是有计划的商品经济、因此市场的功能是必不可缺的。企业家既要服从于市场，又要驾驭市场、开拓市场、深化市场、创造新需求。这正如日本经济学家池本正能在《企业家秘密》一书所说的：“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’。”^[6]这里揭示了企业家是市场的主体，在有计划商品经济的市场中，企业家起着市场调节人的作用。

(2)企业家是社会主义企业经营管理的专家。企业经营管理，这无论在资本主义企业，还是在社会主义企业中都具有一定的共性。大工业的管理需要精通管理的专家，社会主义企业同样如此。因此企业家是企业管理的专家，也正如熊彼特所说的“引用新的生产方式”，“实现企业革新”成功管理者。

(3)企业家是风险事业的开创者，也是战略家。商品经济竞争是有风险的，作为战略家的企业家，不是消极地承担风险，而是主动地承担风险、敢于冒风险的战略家。风险的大小与利益、成就的大小成正比。企业家敢于、善于承担风险，以实现创新、成就事业，这是企业家的本质。资本主义企业家是这样，社会主义企业家也是这样。对社会主义企业家来说，对事业执著的追求，这比物质利益的驱使更为重要。因此社会主义企业家就其创新的动机来说比资本主义企业家要纯洁得多。在政治上，我们可以说爱国主义是社会主义企业家的脊梁。事实上在今天世界经济就竞争而言，就象“商战”。社会主义的企业家是我们社会主义时代的英雄模范，他们是在国际经济的商战中保卫祖国，作为英雄理应受到党和人民的尊重。总之，随着企业家理论与实践的发展，我们对企业家的特质、地位、

功能将会有更新、更深的认识。

参 考 文 献

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

[2] [美]彼得·F·德鲁克,《革新与企业家精神》,第24页,上海翻译出版公司,1988年。

[3] [日]池本正纯,《企业家的秘密》,第40页,辽宁人民出版社,1985年。

[4]、[5] 《经济学动态》编辑部,《当代外国著名经济学家》,第510页、第551页,中国社会科学出版社,1984年。

[6] [日]池本正纯,《企业家的秘密》,第4~5页,辽宁人民出版社,1985年。