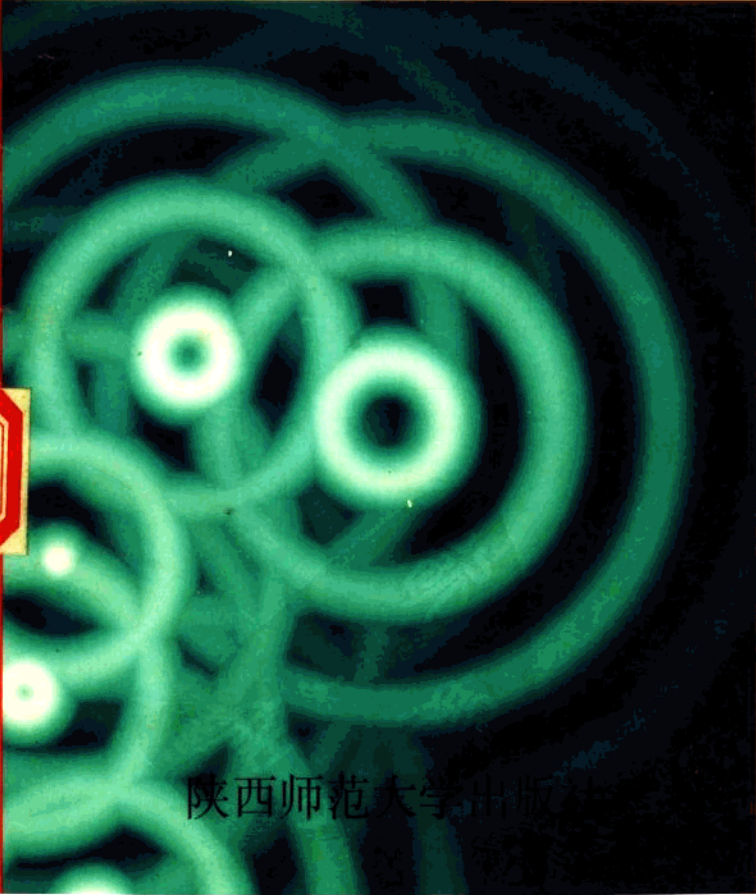


当代中国企业家概论

主 编 周秉理 任晓莉 黄自贵



陕西师范大学出版社

（西安）

序

——跨世纪的中国呼唤企业家

世纪回眸，我们欣喜地看到：

——改革开入开辟了一个前所未有中华民族复兴的伟大时代。历经从确立“实践是检验真理的唯一标准”，确定社会主义市场经济体制的改革目标，到党的十五大提出公有制多种实现形式的科学论断，这三次深刻的思想解放终于将中国推上现代市场经济的发展道路。这是一场实现民族百年夙愿、千年夙愿，自立于世界民族之林的进军；这是中国在 21 世纪全面走向再度辉煌，为世界文明作出更大贡献的光明前途。

——“和平与发展”正在成为世界文明的发展主流。经历了腥风血雨战火的世界走入 21 世纪，两次世界大战浩劫留下的战争焦土和累累白骨教育了全世界人民。联合国大厦前那尊“化干戈为犁铧”的雕像凝聚着世界人民对于和平建设生活深深的期盼。告别战场走向市场，已经成为越来越多民族国家和地区的选择。“和平共处五项原则”获得世界各国政要、有识之士的广泛认同。

——“柏林墙”倒塌标志着：自本世纪中叶开始，延续近半个世纪的“冷战时代”结束。按照社会制度和意识形态分割世界经济的藩篱被拆除，一个真正覆盖全球，空前统一的世界大市场迅速形成。在这个世纪之交最重要的世界经济背景下：各种旨在协调世界经济发展，解决影响各国经济发展的共同经济问题的政府间的“高峰会议”举世瞩目；各国政府纷纷调整经济政策和经济结构，世界性地区经济联合风起云涌，各国企业界购并风潮此伏彼起。

——21 世纪世界范围内经济体制将进一步预示：以国家为经济活动主体的高度集中统一的计划经济体制走向衰微；而以企业

为经济活动主体的市场经济不断走向繁荣。政府宏观调控机制的运用成为现代市场经济的标志。世界经济的实践证明：现代市场经济仍然是有利于生产力发展，富有强大的内在功力、有效的约束力和灵活调节的经济体制。现代市场经济和科学技术是现代社会经济发展的两大驱动轮。

在现代市场经济中，企业是最有效的经济组织。公平竞争，优胜劣汰，市场竞争机制强制每个企业不断创新、适应市场变化，按照效率原则改进自己的经营管理，否则破产机制就剥夺它使用社会经济资源的权力，使资源流向那些效率高的企业和行业中去，从而保证资源的有效利用和合理配置。消费者以自己的“货币选票”表示自己的消费偏好，贯彻“消费者主权”。国家则通过各种宏观调控手段和政策工具，将全社会的利益加进市场信号，引导企业，协调整个社会的发展。

在日益一体化的国际市场上，跨国公司经天纬地，奔走全球，按照效益原则配置和利用全球资源。当代各国经济的实力较量是通过企业间的较量进行的。在国际竞争中，企业是国家竞争能力的主要载体。美国《幸福》杂志每年评出的世界企业五百强，举世瞩目，就是因为它实际上是给国家竞争实力打分。

企业家是企业的统帅和灵魂。市场体系从整体上提供了通过交换，使资源能够按照效益的标准在全社会合理流动和配置；实际利用资源创造社会财富是企业。而一个企业能否在市场竞争中获得并保持竞争优势，则取决于企业家能否具有敏锐的洞察力、识别各种风险和机遇，不失时机地作出正确决策；并能凝聚整个企业，开拓市场，经营管理。从这个意义上讲，市场经济是企业经济、企业家经济。正像战场呼唤和造就将军，政治舞台呼唤造就政治家一样，市场经济呼唤企业家。

“企业家”的称谓和定义出现于 1800 年，由法国经济学家 J. B. 萨伊提出，他认为是“企业家把经济资源从生产率和产出率较

底的地方转移到较高的地方”，因而企业家是将土地（即自然资源）、劳动力、资本三要素配置进行经营活动的第四生产要素，并且承担可能破产的风险。一代经济学宗师，英国剑桥学派的创始人阿尔弗黑德·马歇尔指出：企业家是利用自己的创新能力、洞察力和统帅能力不断地识别和利用市场不均衡而提供的机遇，进行资源优化组合，并不断消除经济生活不平衡的人。当代著名经济学家，以系统研究企业和企业家理论而著称于世的哈佛大学教授熊彼特高度评价企业家在推动社会经济活动方面的关键作用，他认为：“现代市场经济的发展，是在经济体系和结构内部不断进行“革命突变”的过程中实现的，而推动着这一富有勃勃活力变化过程的正是企业家的创新实践。他们对旧的生产方式进行“创造性的破坏”，在创新基础上实现生产要素的新组合，企业家是推动社会经济不断发展的主导力量。世界级管理大师，美国著名管理学家彼得·德鲁克在《创新与企业家精神》一书中指出：企业家是革新者，企业家从事的工作就是不断创新。他们具有敢为天下先的探险精神，有目的地寻求创新源泉，从危机的挑战中把握机遇，进行有组织的创新，发现新的成长机会。

相当流行的美国格林沃尔德主编的《现代经济词典》说：企业家是指“能抓住机会引进一种新产品、一种新的生产方法或者一种改进了的组织机构的企业所有者。”（《现代经济词典》，商务印书馆1981年版第160页）这个界定继承了经济学大师们的思想精髓，给予人们一个关于企业家的当代概念：即企业家在本质上说，是具有创新精神的自主的企业领导者。

在以价值生产为目的的商品经济世界中，有两个相互关联的事关宏旨的基本因子：市场经济和企业家阶层。企业家建构了市场经济，市场经济同时也培育了企业家；毋宁说，市场经济是整个企业家阶层创造社会财富的宏伟方程式。

首先，几乎可以说一个好的企业家可以造就一个自主企业。在

本书的往后的叙述中，我们给读者将讲述许多这样的优秀典型。为什么一个好的企业家可能造就一个好的企业？一种可能是，一个好的企业家以一种新的生产方式、新的管理方式，使旧有的企业洗新革面；一种可能是，一个好的企业家以一种新产品、新技术或挽救或创建一个企业。这观点还可以得到反证，一个好的企业家在这个企业如果受到不公正待遇，最终结果便是对这个企业的不公正待遇。

其次，一个好的企业家群体可以造就一个自主经济市场区。北京中关村以知识分子为主体的高智能企业家群，造就了一个驰名中外的高科技开发区——即中国的“硅谷”；深圳来自五湖四海的出类拔萃企业家群，造就了高速发展的中国第一批流速度、第一流效益的商品经济发展的特区；上海训练有素的中国企业家的传人们，在多代人努力的基础上，造就了支撑中国经济命脉、标志着中国商品经济发展水平的上海经济区。在一个经济区域内，推动商品经济发展的动力，不仅仅是一个个体优秀企业单个努力的算术集合，更为重要的在于企业家群体的协作力。企业家一旦形成了一个群体，在商品经济区域内会产生两种机制：一是协作的机制，二是竞争的机制。前者是生产力的社会化的强大动力，后者则是各个企业培育新生产力的强大动力。

最后，只有形成一个企业家阶层，才能最终造就现代企业制度、企业自主制度，造就市场经济体系。市场经济作为一种经济体制，不是一种个别的、局部的现象，而是一项宏伟的系统工程。这一宏伟系统中的整体数质，仅仅有个别的优秀企业家不行，仅仅有局部的经济区中的部分优秀企业家的存在也不够，它必须有赖于一个企业家阶层的存在。放眼世界，西方发达的市场经济国家，又有哪一个国家不是以一支成熟的企业家阶层的存在为前提的呢？当我们对市场经济呼庚呼癸时，何以不去期盼和培育一个企业家阶层的出现呢？

目 录

序:跨世纪的中国呼唤企业家	(1)
---------------------	-----

绪 篇

第一章 一门正在兴起的理论	(1)
第一节 应运而生的中国当代企业家理论	(1)
第二节 当代中国企业家理论产生的基础和意义	(6)
第三节 当代中国企业家理论的研究对象和方法	(14)
第二章 当代中国企业家理论的体系和特征	(19)
第一节 企业家的诸要素	(19)
第二节 当代中国企业家理论的体系	(22)
第三节 当代中国企业家理论的学科性质和特征	(24)

第一篇 当代中国企业家的自身系统

第三章 企业家的素质	(29)
第一节 当代中国企业家的素质概说	(29)
第二节 提高当代中国企业家素质的重要性	(34)
第三节 当代中国企业家的心理素质	(37)
第四节 当代中国企业家的综合素质	(43)
第五节 当代中国企业家素质的发展	(50)
第四章 企业家的修养	(54)

第一节	当代企业家完善自我修养的前提	(54)
第二节	当代中国企业家的思维修养	(57)
第三节	当代中国企业家的实践能力	(66)
第四节	当代中国企业家的的工作艺术修养	(75)
第五节	当代中国企业家的潜意识修养	(78)
第五章	企业家的美学观	(82)
第一节	当代中国企业家对美的青睐	(82)
第二节	当代中国企业家的审美趣味	(85)
第三节	美是生产力发展的新里程碑	(90)
第四节	当代企业家在市场营销中的美学实践	(92)
第五节	当代企业家在管理中的美学实践	(96)

第二篇 当代中国企业家的经营系统

第六章	当代企业家的公共关系艺术	(101)
第一节	公关的基本内容	(102)
第二节	用公关协调企业与公众的关系	(107)
第三节	企业家的内部公关实践	(115)
第四节	企业家的现代公关策略	(120)
第五节	企业家对现代公关时机性的把握	(123)
第七章	企业家的竞争战术	(128)
第一节	竞争是市场经济的一般规律	(128)
第二节	企业家的现代竞争观	(133)
第三节	灵活机动的竞争策略	(139)

第四节	最有效的竞争方略——CI 战略	(147)
第八章	企业家的营销战略	(158)
第一节	市场营销的基本理论	(158)
第二节	市场营销的环境分析	(164)
第三节	市场选择策略	(171)
第四节	市场发展策略	(175)
第五节	市场营销组合策略	(177)
第六节	拓展海外市场的营销韬略	(187)

第三篇 企业家的管理科学

第九章	企业的经营组织系统	(197)
第一节	企业组织原理	(197)
第二节	企业组织系统的形式	(202)
第三节	企业组织系统的重建	(211)
第四节	企业经营者的选拔	(219)
第十章	企业家的领导艺术	(227)
第一节	领导艺术的特征	(227)
第二节	人际协调艺术	(233)
第三节	决策指挥艺术	(242)
第四节	提高效率的艺术	(252)
第十一章	群体效应分析	(261)
第一节	个体、群体与管理	(261)
第二节	群体效应论的基本要素	(264)

第三节 群体的基本模式·····	(269)
第四节 群体与领导·····	(273)
第五节 企业家群体 ·····	(276)

第四篇 企业家阶层

第十二章 企业家阶层论·····	(281)
第一节 企业家与企业的兴衰·····	(281)
第二节 企业家阶层与中国的市场经济发展·····	(288)
第三节 企业家形成和市场经济发展的文化色彩 ·····	(294)
第四节 中国企业家阶层的现状分析·····	(303)
第十三章 造就中国的企业家阶层·····	(311)
第一节 企业成为真正的自主经济实体·····	(311)
第二节 企业家在市场经济中的角色定位·····	(317)
第三节 当代中国企业家的特征与需求·····	(326)
第四节 企业家阶层形成的制度建设·····	(331)
第十四章 改革中的企业家典范·····	(341)
第一节 国有经济中的企业家·····	(341)
第二节 民营经济中的企业家·····	(356)
第三节 个体私营经济中的企业家·····	(366)
第四节 合资企业中的企业家·····	(373)

绪 篇

第一章 一门正在兴起的理论

党的十一届三中全会以来,对内搞活,对外开放,使中国经济生活正发生着一场实质意义上的革命。社会主义市场经济体制正在取代传统的、僵化的计划经济体制;政府行政的、直接的宏观管理正转向市场的、间接的宏观调控;我国企业的经营与管理正进入一段新的历史时期。党的十五大的召开对有关改革开放和社会主义现代化建设跨世纪的发展作出的重要部署,更是为我国企业家的生存和成长开辟了广阔的天地,同时,也给我们提出了一个以研究企业家理论为己任、为中国企业家阶层的诞生提供科学依据的新的研究领域。

第一节 应运而生的当代中国企业家理论

每当历史发展处于重要的转折关头,时势都在呼唤和造就着大批的英才俊才,古今中外,概莫能外。处在世纪之交以及改革开放大潮中的中国,已经涌现了大批的优秀企业家,他们创造的经济奇迹,已为世人所瞩目。这是和当代中国改革开放相适应的历史必然。然而,不容忽视的是:长期生活在传统计划经济体制下的中国

厂长们从过去的“有序状态”转向而今陌生的“无序状态”；从过去依赖上级部门，唯指令是从，转向自主经营，自我创造市场；从过去单纯执行上级指令的厂长转向今日市场经济条件下的“企业家”，无疑将促使他们从思想观念到思维方式乃至各项经营行为发生彻底的转变。时代也对当代企业家们提出了全新的要求。当代中国企业家是社会主义市场经济中宏观经济与微观经济的联结点，是承上启下的一代历史“弄潮儿”。没有成熟的、能够驾驭市场的中国企业家，就不会有中国的市场经济，更谈不上建立和完善社会主义市场经济体制。可以说，没有中国当代的企业家，就不可能有中国第二次革命的胜利。所以，一支独立的企业家队伍、一个独立的企业家阶层的诞生和形成，是中国市场经济发展和逐步繁荣的关键。

在传统的计划经济体制下运转的我国企业，虽然也有过辉煌的成就、炫目的历史，但却缺乏真正意义上的企业家，只有执行上级主管部门的企业厂长。当20世纪70年代初期，进行经济体制改革以后，我国企业开始从计划经济的观念和体制中逐渐解脱出来，进而焕发出勃勃生机，一些先知之士和有志之士，纷纷以承包、租赁等方式领办、开办了一大批富有创新精神的企业，一批富有胆略和现代开创精神的企业家应运而生，并受到了来自社会各方面、各阶层的关注，各种研究企业家的文献纷纷涌现。社会上各种学科关于企业家的研究成果、研究模式，渗透到企业家研究这一领域中来，无形中起到了补充、完善企业家系统和理论体系的作用。全国各省市都成立了企业家协会、企业管理协会、企业家工作研究会等，并诞生了诸如《中国企业家》、《企业管理》、《管理世界》、《企业改革与理论》、《企业活力》等一大批理论刊物，为研究中国新生的企业家提供了园地。这一切都推动着企业家理论的研究从分散走向集中，从集中趋向深入，并从单学科研究向多学科研究和跨学科研究过渡，使企业家的理论研究体系向应用化、综合化、科学化方向发展，这些都为组合优化《当代中国企业家概论》一书奠定了丰

裕的理论基础。

历史,伴随着新技术革命的浪潮和日趋激烈的市场竞争,即将告别20世纪90年代,跨入21世纪。它给企业的生存与发展,提供了新的机遇,更提出了严峻的挑战。一个企业有没有活力,能不能适应日新月异的形势变化,能不能拓展市场,取决于多种条件和因素,但最为关键的还在于企业家本身。随着我国市场经济的发展,地区封锁的破除,各种所有制经济的存在以及买方市场的大量存在,使国内市场的竞争日趋激烈。加上我国对外开放的发展和瞬息万变的国际市场,对我国企业家的素质提出了更高的要求。而全国400多万家企业的厂长经理们已形成相当规模的企业家队伍,他们活跃在国际国内市场的大舞台上,对我国市场经济的发展产生着重大的影响,肩负着历史赋予他们的特殊使命。但是,在我们这样一个地大人多,产业分布、技术新旧分布不均的国家里,各类企业领导人年龄结构不一,文化素质差异较大,一些人头脑中所存在的开办企业的观念、企业经营管理的观念、企业参与市场竞争和开展公关的观念以及对自身素质的判断等等与之相对应的思维方式和思路,原则上并不是大市场经济条件下企业家们应具有的高素质、思维方式和思路。改革多年来,许多企业迅速发展,许多企业在低效益和低效率水平下维持着,许多企业濒于破产,都已充分证明了这一点。所以,时代的发展,历史的重托,都呼唤着中国当代企业家的产生,呼唤着当代企业家理论的产生。

从另一个角度讲,现代经济结构正产生着如下的变化:经济发展的主导因素由劳动者的数量和体力转变为劳动者的素质和智力。智力劳动正逐渐取代劳动密集型经济,并在物质资料生产中占支配地位。这在客观上也对企业家们的素质提出了更高的要求。

当前,新技术革命浪潮已波及整个世界,它已超出一般技术革命的范围,改变着人类向自然界索取生存资料的技术生产方式,深刻影响着人们的社会生活和经济交往,对每一个企业的生存与发

展提出了新的课题：

一、科技知识增长异常迅速。在世界范围内，全球知识量激增，知识老化周期越来越短，科学转化为现实生产力的平均周期也明显缩短。这就对企业家的素质提出了全新的要求。

二、国际专业化分工和协作向更深层次发展，影响和改变着世界产业结构的变化，同时信息产业飞速发展，新兴的产业群逐步取代某些旧产业的地位。

三、产业结构的“新陈代谢”引起“就业结构”的变化，微电子技术的发展，改变着工作内容和工作的质量，直接生产中的就业人数大为减少，实验室、行政管理人员的就业机会大大增加。脑力劳动者在就业者中的比重占据多数。

四、由于信息产业和信息人员逐渐成为未来社会的主体，生产组织和管理方式将发生巨大变革，大大有别于过去以物质产品生产和体力劳动者为主的年代。

五、人们的生活方式发生变化，消费需求呈多样化，促使商品“寿命”相对缩短，从而督促企业家居安思危，高瞻远瞩，重视企业管理和经营。

企业作为整个社会大系统中的一个小系统，是一个开放的系统，它必须适应现代环境的要求，进而求得生存与发展。这里的关键因素在于企业领导人能否适应新的、愈来愈复杂的经济环境，能否创造性地管理企业，使企业顺利和有效地发展。因此，在经济发展的大潮中，当代企业家不论在行业分布的广度上，在与市场经济搏击的胆量与魄力上，还是在同中国传统文化的连接上，都处于十分引人注目的地位，他们对中国现代市场经济的发起和推动起着举足轻重的作用。实践也证明：在感受时代变化的市场经济范畴内，企业家们总是以自己职业的敏锐思维处于遥遥领先的地位；在摘取“创造”的桂冠时，企业家总是以“实际的创业者”的负责精神捷足先登，从而成为发展社会主义市场经济的弄潮儿。

无论是从新技术革命的角度来看,还是从发展社会主义市场经济的角度来看,培养和造就一大批中国式的企业家和企业家队伍,都是提高企业生命力、加速我国现代化的需要。从企业家的角度来看,不断提高自身综合素质,在市场经济大潮中充分展示才华,实现自己的抱负,也是当代企业家的心声。所有这一切都呼唤着企业家理论的诞生。虽然研究企业家的理论文章灿若繁星,各种企业领导人研修班、培训班层出不穷,但是,至今缺乏一个系统、完善的企业家的理论和方法体系。

这一切表明,当代中国企业家理论产生的历史契机来到了。

历史契机是历史必然性的关节点,它深深地根植于我国国情的土壤之中。从我国的当前实际看,企业正面临着走向市场,彻底摆脱和告别传统计划经济体制,完全溶于市场经济大潮中,走向优胜劣汰的市场竞争环境中。这实质上是自体制改革以来一场新的革命,含有深邃的历史意义。实践也表明,要完全彻底地实现这种转变,需要许多条件,企业也正由于一系列“不发达”的市场环境而面临许多困窘。这就表明,我国的市场经济的发展必然是一个较为长期艰巨的过程,在客观上要呈现出阶段性。

既然是一项长期的历史性的工程,就要从实际出发,有长期的历史性打算。这就对我们在企业家理论研究的问题上提出有针对性的要求,即不仅要把注意力放在企业家的实践上,更要把它放在理论上进行深入的研究。今天的现实是明天的基础和前提,制约着明天的发展状况和发展历程。这是一个不容回避的、严肃的现实。所以,建立起一套科学完整的企业家的理论体系和方法论,系统地研究中国的企业家们,是我们当前发展市场经济的迫切需要,也是一项长期的战略任务。

同时,我们也应清醒地看到,我国市场经济体制的建立和市场经济的发展是在过去高度集权的计划经济体制基础上的有秩序、大规模地变迁过程,经济发展与社会发展、物质文明与精神文明还

远未达到协调平衡。在这样特殊的背景条件下,我国的各类企业家队伍,由于刚刚出现不久,加上自身素质不过硬,性格还有待于进一步完善,社会上各种复杂因素和人际心态都会或深或浅地反映在他们身上,同时,他们身上也会程度不同地带有农民或城镇居民反现代市场经济的烙印,缺乏系统地理论学习和对现代市场经济下企业家的理性认识,这都反衬了研究中国企业家的必要性和紧迫性。

如果社会出现对某个学科的需要,那么这个需要就直接推动着这门新学科的加速形成。

当代中国企业家理论的应运而生,是客观的需要的结果,而需要本身就蕴含着历史必然性。

第二节 当代中国企业家理论产生的基础和意义

在社会主义市场经济的潮流中,企业家的地位和作用已成为社会经济生活中的热门话题。实际上,企业家作为群体时,无疑是社会先进的生产力的代表,是社会经济细胞——企业的主导力量。一个国家的经济发展有赖于一大批企业家。一个没有企业家的国家在当代世界经济发展的今天,必然是经济落后、社会发展停滞。当代中国的经济发展,有赖于中国企业家的崛起,而中国改革开放的进行,为企业家大显身手开辟了畅通的航线。这些社会背景对企业家理论的诞生提出了迫切的要求。

一、企业家理论产生的基础

新学科的形成无疑是需要很多条件的,社会背景可以产生客观需要,但不会直接产生结果。只有社会需要和必要条件结合融汇的时候,建立新学科的历史必然性才会转变为现实的可能性。

因此,我们考察企业家理论的产生,既要着眼于它产生的历史

背景,以及历史所提供的客观需要,更要着眼于产生新学科的直接条件——它自身所产生的社会功能及其构成的实践基础和理论基础。

(一)企业家理论的社会功能。

任何系统都有其特定的结构和功能。从科学的角度表述,可以说是一个系统,更确切地说是子系统在整个系统范围内有目的的活动能力。所以,在本系统与外系统或环境的相互作用中,功能常常是系统赖以生存的基础。

科学是反映客观事物及其规律的知识体系。作为人类的意识形态,它的基本功能在于指导人们自觉地认识世界、改造世界。从这一基点出发,每一具体科学由于其对象、要素、结构的不同,而表现出自己功能上的鲜明个性。

功能的表现,主要是通过每一个具体科学的物质对象来进行的。企业家理论的功能则无疑是通过企业家理论来体现的。具体说来有以下六个方面:

1. 完善市场机制的功能。

企业家,作为市场经济中商品生产的组织者和经营者,为了不断开拓市场,就要在“产业要不断破除旧的生产方式,创造新的生产方式,经济结构不断地从内部进行革命突变”(熊彼得语)的过程中,通过企业的生产经营活动对原有市场的供需平衡进行上述的“创造性的破坏”(熊彼得语)进而也是对国民经济原有比例均衡性的创造性破坏。这种“创造性破坏”的活动,突破、破坏了经济循环的惯行轨道,把握了革新的主动权,把创造的新欲望教给消费者,使企业摆脱了旧的组合方式,完成新的组合,它往往预示着市场结构和产业结构的变化趋势。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和质上不断发生变化,由量变到质变。由旧的平衡破坏到新的平衡建立。从这个意义上讲,它推动了市场机制的完善。

2. 获取经济效益的功能。

在市场经济活动中,企业家的本能是追求商品的最大利润值。利润,是推动企业发展的发动机,是使其持续运转的基本动力,也是企业家存在的最终目的。为此,企业家要以最佳的方式组合生产经营诸要素,以求得以最小的投入获取最大的产出。企业是社会主义国民经济的基本“经济细胞”,而企业家则是企业的管理者。从这层意义上讲,企业领导者作为管理的阶层,是发展市场经济的主要中坚力量,起着合理组织生产力、获取最佳经济效益的功能,推动着国民经济的高效发展。

3. 改善社会资源再分配的功能。

社会化的大生产要求按一定的比例在国民经济各部门之间分配生产资料和劳动力。这种比例关系是否协调,最终表现在市场商品的供需关系上。而企业家的职责就是根据要素市场和产品市场的市场供需状况来确立经营方针,从而使产品总价格与投入的生产要素总价格之差达到最大限度,即在形式上表现为企业家追求最大利润,在客观上又调节了市场供需矛盾。企业家以市场交易为途径,使各种生产要素转化为商品最终以消费品的形式转到消费者手中。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发挥着这样一致的作用,其结果必然是:使社会资源流向短缺部门,从而改善社会资源在国民经济各部门之间的分配,促进国民经济比例关系的协调。从这个意义上讲,企业家阶层作为市场经济运行的轴心,起着调节市场供求矛盾、改善社会资源在各部门之间分配的功能。

4. 传播新观念的功能。

企业家的新观念传播功能主要是通过企业经营的动态运转过程来进行的。所谓动态的运转过程是指企业家在生产经营中不断吸收市场经济新观念。企业家的商品意识、市场竞争意识浓烈。这些都促使许多新观念通过市场经济的敏感点——企业的生产经营