

第1章 对企业家涵义的考察与界定

本书研究的主题是企业家行为激励和约束机制，企业家及其行为是本主题所针对的主要对象。鉴于目前理论界对企业家所下的定义很多，但似乎还没有一个公认的、统一的说法。因此，有必要在对前人关于企业家涵义的论述作一番考察的基础上对其加以界定。

1.1 西方学者关于企业家涵义的论述

在西方传统的新古典经济学中，特别是在以瓦尔拉斯为代表所建立的市场一般均衡理论体系当中，是没有企业家的位置的。^①因为在这一理论体系中，一概假定经济行为主体对各种有关情况的信息是充分的、完全的，都能准确掌握市场价格，生产函数是确定的。在这样的假定条件下，正如鲍莫尔（Baumol，1968）指出的那样，最佳的决策仅是进行机械的计算而已，即使在一个动态模式中，也只是使计算概率化和复杂化，不需要企业家的创造性活动。^②卡斯那（Kizner，1973）对新古典理论的均衡概念进行批评，指出如果从确认现实经济中不能完全掌握所有交易情报这一事实出发，那么市场就不是处于一个均衡状态，而是一个趋向均衡的过程。这时，企业家不再是消极地适应市场价格系数，均衡就只成了他们之间相互竞争的结果。这样，企业家的能动作用就是不可忽视的了。^③这可能部分地说明了为什么近年来对企业家的理论研究大有增加的趋势。本书仅对西方学者从不同角度对企业家涵义有代表性的论述进行力所能及的考察，并对其在我国的

适用性和借鉴意义作些分析与思考。

一、从经济功能角度界定的企业家涵义

1. 企业家是冒险家，是冒险事业的经营管理者或组织者。

企业家 (entrepreneur) 一词原文是法文，现在英文也通用此词。在法文中，首先见之于 16 世纪初，原来的涵义带有冒险家的意思。指当时领导军事远征的人，这种人需要承担风险。在欧洲中世纪末期和近代资本主义发展的初期，经济的繁荣首先表现为贸易的兴旺和工商业的发达，工商企业的经营者和组织者在社会经济活动中占有日益重要的地位。由于他们在购进生产要素和卖出产品这一期间，会出现“资本固定化”现象，同时市场又具有不确定性，所以它们要承担由此带来的风险。entrepreneur 一词又被用来指承担风险的工商企业的经营者和组织者。首先给 entrepreneur 一词下定义的是 18 世纪中叶的法国作家贝利多尔，他定义为：“按不固定的价格购买劳动力和物资，而按合同价格出售产品的人”。^④坎特龙在《一般商业之性质》(1755 年出版) 一书中把每一个从事经济活动的人都看作企业家，与贝利多尔不同的是，他认为凡是按不固定价格买和卖的人都叫作企业家。而且认为企业家的职能是承担风险。^⑤马歇尔 (Marshall, 1890) 认为，企业家“这一名词来自亚当斯密，而惯用于欧洲大陆，用它来指那些把企业的风险和管理看作自己在组织工业中应尽本分的人，似乎是最适当不过了。”^⑥美国管理学家霍德盖茨 (1981) 认为，英语中“企业家”这个名词是从法语中借用来的，其涵义是指“冒险事业的经营管理者或组织者”。这个名词也指那些创建和发展属于他们自己所有的企业的人。这些人由于他们的足智多谋和经营技巧，使企业成为非常成功、非常获利的组织。他还认为，企业家是经营事业的推动力，他们对生产什么产品和销售给谁都有清醒的头脑。这些人始终密切注视收入、成本和利润，随时准备捕捉可能到来的每个有利时机，并且还愿意承担个人在事业成败上的风险。^⑦奈特

(Knight, 1921) 把风险和不可靠性与企业家的职能相联系, 认为企业家是面对市场不可靠性大胆决策, 自己承担风险, 而把可靠性 (有保证的契约收入) 提供给企业职工的人。^⑧ 从以上考察中可以看出, 企业家一词的最初涵义是冒险家, 是冒险事业的经营者和组织者, 其职能是承担风险。企业家一词后来的运用, 其内涵虽然有所变化, 但它始终与承担风险连在一起。这说明企业家的事业是风险事业, 企业家与风险相伴而生相伴而长, 企业家注定要承担风险, 不承担风险的人就不是企业家。

2. 企业家是企业的经营管理者, 是承担企业管理职务和直接责任, 以赢利为目的, 合理配置内部资源, 使其形成生产能力的人。

企业家的职业是经营管理企业, 虽然我们不能说所有企业的经营管理者都有资格被称作企业家, 但作为企业家必须在一家企业担任高级管理职务, 其重要职责和主要目的是充分利用企业各种资源, 合理组织生产力诸要素, 获取最大利润。这是因为市场经济是损益经济, 企业只有取得较高的利润才能做到“自负盈亏、自我发展”, 在市场竞争中站住脚。在现实的经济运动中, 利润就是市场销售价格与成本价格之间的差额。企业家为了追求这个差额的最大化, 在市场价格既定的条件下, 就要降低企业生产经营成本, 而要降低生产经营成本, 除了改善企业各种生产要素的质量水平之外, 最主要的途径就是合理配置现有的资源, 使企业生产力诸要素实现最佳的结合, 发挥最大的生产能力。

许多经济学家正是从上述经济功能来界定企业家涵义的。萨伊 (J·B·Say, 1803) 认为, 企业家是指老板、经理, 是在工业、农业和商业三个产业“承担一家公司的直接责任”和“管理职务的人”, 是以获取利润为目的, 把土地、劳动力、资本这三个要素结合在一起的第四个生产要素, 其功能“就是应用既得的知识去创造供人类消费的产品”。^⑨ 马歇尔是把企业家作为“商人和生产组织者”来说明其作用的, 认为“企业家最初只是组织供应, 而

不监督工业，后来才把他们的工人集中在工厂中。⁹⁴⁹作为商人，企业家以敏锐的洞察力发现市场的不均衡性，创造交易机会和效用，给生产过程指明方向；作为生产的组织者，企业家以自己的创造力和统率力，使生产要素组织化，并承担生产上的主要风险。莱本斯泰(Leibenstein, 1968、1987) 将他的“X 效率理论”用于企业家作用的分析中，认为企业家的作用在于充分利用现有的投入资源，克服 X—非效率。企业家实际上是“填充空白”(gapfilling) 和“投入补充者”(input-completer)。⁹⁵⁰科斯(Coase, 1988) 把企业家看作是代替市场结构，在企业内部配置资源的主体。他指出：“在企业外部，价格运动指挥着生产，它是通过一系列市场交易协调的。在企业内部，这些市场交易被取消，代替市场结构的是指挥生产的企业家。”⁹⁵¹对科斯而言，真正的企业家是更大规模的内部组织的管理人。他之所以将原来由市场协调的一部分交易纳入到企业内部组织中来，是为了降低交易费，获取更大的利润。彭罗斯在《企业发展理论》这一重要著作中把经营管理企业的功能称作“企业家的服务”。认为企业家是指发挥“企业家服务”的人。他对“企业家的服务”所作的解释是：为企业的利益而引进和接受新观念，尤其在有关产品、企业地位和技术上的重要变化等方面，对企业的经营做出贡献；物色新的经营者；从根本上改革公司的管理组织；筹集资金；订出发展规划，包括选择扩大发展的方法在内，为各项工作做出贡献。彭罗斯认为企业家一词，始终是以富于机能性的意义上使用的，与企业内特定的地位、职务毫不相干。企业家的作用，是适应市场环境的对外机能与有效地组织企业内部资源的对内机能的结合点。正是企业家承担了推动市场与企业组织两者联动机构的作用。⁹⁵²

3. 企业家是适应市场变化，调节市场供求矛盾，促进社会资源优化配置的人。

国民经济各部门按比例地发展，是一切有社会分工的生产，尤其是社会化大生产的客观要求。它要求社会必须按照一定的比例

在国民经济各部门之间配置社会资源。在市场经济条件下，社会资源的配置主要是通过市场机制来调节的。企业家的重要职能就是根据市场调节信号，判断市场供求变化的趋势，及时作出决策，将企业的资源投向供不应求的短缺部门的生产领域。萨伊认为，企业家是根据市场均衡关系、调节社会资源在各产业之间配置的人。他指出，企业家“是把经济资源从生产效率低、产量较小的领域转移到生产效率高、产量更大的领域的人。”¹⁹企业家这样做的本能动机是追求利润，而客观上则起了调节市场供需矛盾的作用。在这一过程中，企业家以市场交易为途径，为企业指明生产方向，并在企业内部担当着组织化作用，使各种生产要素转化为市场需要的商品。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积极发挥这种作用的结果，就会使社会资源流向短缺部门，从而促进社会资源的优化配置。

在市场机制健全的条件下，企业家可以根据市场调节信号的引导发挥调节资源配置的功能。在市场机制不健全的条件下，企业家还可以弥补市场机制的不足来发挥这一作用。在这方面，日本经济学家池本正纯曾有过精辟的论述，他指出，对某种投入的生产要素而言，或因没有市场，或因市场交易难以调节，不能完全地履行合同，致使价格体系不能高效率地发挥作用。而企业家的作用，就是弥补这种不完善的市场结构机能，去充分调动尚未市场化的生产要素，使它发挥高效率的作用。这完全取决于企业家的经营能力。“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’（intermarket operator）。”²⁰

4. 企业家是创新活动的倡导者、实行者和推广者，是产业结构演进中，完成主导部门创立的领头人物。

19 世纪末 20 世纪初以来，由于科学技术的飞速发展及其在生产领域的广泛应用，越来越显示出科学技术在推动经济发展中的关键作用。企业之间竞争能力的高低，不仅取决于资本的大小，

更重要的是取决于技术的先进程度。谁能适应市场的需要把最新科学技术率先应用于企业生产中去，不断地开发出适应市场需要的新产品，谁就能取得并保持竞争的优势。因此，不断地创新，便成为企业家的一项重要职能。

最先较为系统的论述企业家创新职能及其作用的经济学家是熊彼特（Schumpeter），他“把职能是实现新组合的人称为企业家。”^{①②}认为企业家不断在经济结构内部进行“革命突变”，对旧的生产方式进行“创造性破坏”，实现生产要素的新组合。熊彼特指出：“企业家的职能是通过利用一种新的发明，或更一般地，利用一种生产新商品或新方法生产老产品的没有试过的技术可能性，通过开辟原料供应的新来源或产品的新销路，通过重组产业等等来改革生产模式或使它革命化。”^③“这种职能主要不在于发明某些东西或创新出企业得以开发利用的某些条件，而在于把事情付诸实行。”^④熊彼特认为，经理不能都有资格被称为企业家，只有他对经济环境作出创造性的或创新性的反应，从而推进生产的增长，才能被称为企业家。鲍莫尔（1990）的观点与熊彼特的上述观点有所不同，他认为，不仅首创者能成为企业家，那些成功的模仿者（即创新活动的推广者）也能成为企业家。并指出了模仿比完全意义上的创新在历史的进步上起了更大的作用。在这个意义上，不是少数智力超群者，而是绝大多数人都能成为企业家，因为他们能模仿别人。^⑤

在熊彼特之后将企业家的创新作用推到更高层次的经济学家是美国经济学家罗斯托（W. W. Rostow），他采用历史分析和结构分析相结合的方法，把经济增长阶段的更替、主导部门的变化和“中心人物”的置换结合为一体，在更高的层次上考察了企业家的创新活动所起的作用。罗斯托在其著名的“经济增长阶段论”中，把人类社会的发展划分为六个依次更替的成长阶段，在每一个成长阶段，都有与之相适应的、起主导作用的部门，他称之为“主导部门”。正是这种具有高增长率的主导部门，带动经济起飞。而

企业家正是“富有创新精神”、“不怕冒风险”完成主导部门创立过程的领头人物。^②企业家的创新活动及其推广，导致新兴的主导产业部门的兴起，这种创新活动实际上是对原有的产业结构均衡的创造性破坏，这种创造性的破坏活动，往往预示着产业结构演进的趋势。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上和质上不断发生变化，由量变到质变，由旧的均衡的破坏到新的均衡的建立，推动着新旧产业结构的更替和国民经济的蓬勃发展。

二、从素质方面界定的企业家涵义

1. 企业家能力素质。

萨伊（1803）认为，企业家作为冒险家，至少必须有偿付能力，必须有敏慎廉正名誉，并必须有能够通过他和别人的关系借到自己可能没拥有的资本的能力。他还认为，企业家需要兼有那些往往不可得兼的品质与技能，即判断力、坚毅、常识和专业知识。必须掌握监督与管理的技术，必须敏于计算，权衡利弊，有克服困难的毅力和手段，巧于运用各种生产要素，必须有自制力和承担风险的勇气。^③

马歇尔（1890）提出，企业家的能力就是“运用资本的经营才能”。卓越的经营能力是稀有的资源。马歇尔把“理想的”企业家必备的综合能力分为两个方面：第一，以他作为“商人和生产组织者”而论，他必须具有对本行业经营环境的透彻的知识，具有预测生产和消费变动趋势的能力，以及知道哪里有供给一种新商品以满足实际欲望的机会，或是哪里有改进旧商品的生产计划之机会的能力。他必须能谨慎地判断、大胆地承担风险。第二，以他作为企业管理者（雇主）而论，企业家必须天生就具有领导他人的才能。一是选人用人的才能。他必须适当地选出自己的助手，而且要充分信赖这些人，使他们关心事业，信赖上级，发挥出他们内在的进取心和创造力。他必须具有识别人才的敏锐眼力和感

化部下人格的影响力。企业规模越大,企业家的用人能力就越重要。二是他应具有决断能力、应变能力和统驭能力,能抓住问题的本质,准确地判断出事物的重要性,有远见地制定出远大的方针政策,建立企业主要计划的秩序,冷静、果断地使之付诸实施,并维持其协调统一的能力。三是大企业的领导应有使自己处于运筹自如的境地,保持清醒头脑,集中精力于最有代表性和“最基本的问题”上,而把“细节问题”授权给下属去办的能力,以及更卓越的创造力和更广博的知识。作为新经营企业的人,必须有以自己的能力说服、劝诱他人投资与自己合作的能力。^{②3}

熊彼特(1934)认为,企业家需要具备领导能力。所谓领导能力,就是做出决定,统辖指挥,“打破旧传统,创造新传统”和大步前进的能力。这种决策能力就是要有一定的洞察力。即“在所处的环境中大胆废弃不起作用的因素,果断选择对成功起作用的要素”“掌握主要事实 抛弃非主要事实的能力。”另外,企业家要打破旧的惯行轨道,“实现新计划”,需要更多的“自觉理性”,坚强的意志、专家知识、做事的“精细”和抓住机会的机敏。还要具有特殊的体力与魄力,善于说服他人并获得支持及具有能通过巧妙的交涉操纵他人的谋略和胆识等。^{②4}

奈特(1921)把企业家的作用与处理不可靠性的能力结合起来,认为要发挥这一能力,企业家必须具备依据市场趋势对将来进行预测的能力,对各种不可靠性因素进行处理的能力和实践能力。还必须具有对各生产服务合同提供收入保证的能力、洞察他人能力的的能力、让别人相信自己有能力的的能力等。奈特指出企业家机能的本质,就是处理不可靠性的能力问题。^{②5}

卡斯那(1973)认为,企业家在选择投入与产出组合时,必须具有明察市场情况的敏锐的洞察力(alertness),即能够发现他人未曾注意到的、新颖的、潜在的、更有价值、更符合市场需要的某种产品,以及生产这种产品“不被人们所知的手段”,发现投入产出之间是否存在差价的能力。卡斯那认为这种积极的决策行

为，才是企业家的本质性要素。^{②⑤}

彭罗斯认为，企业家的资质，可以说是创见的多面性、取得信任的说服力、野心和冷静的判断力等项能力的综合。企业家机能的根本重要性在于预见未来和发现生产机会的能力。^{②⑥}

钱德勒（1977）把企业家的能力与企业的发展相联系，认为随着现代企业多层次、多单位管理体制的发展，现代企业家必须具备“建立和管理巨大和复杂的人类组织的能力。此种能力成了企业家天赋中最为需要，而且往往也是效益最大的才干”。^{②⑦}

大前研一（1986）认为，企业家应有统筹全局、高瞻远瞩的战略头脑，善于根据市场变化，抓住关键因素，制定扬长避短、取得竞争优势的企业战略的能力。^{②⑧}

2. 企业家心理素质。

马歇尔（1890）认为，就企业家一般心理特征而言，他们“果断、机智、谨慎和坚定”，他们“自力更生、坚强、敏捷并富有进取心”，对优越性具有强烈的愿望。^{②⑨}

熊彼特（1934）认为，企业具有不同于一般人的“特别动机”，这种“特别动机”是“传统教科书中”关于“经济人”动机的“那种心理学”所不能解释的。在他看来，企业家动力在于个人成功，这远远超出了一般“经济人”追求利润最大化的动机。熊彼特从三个方面描述了企业家的心理特征：首先，企业家有一种梦想和意志，要去找到一个私人王国，甚至是一个王朝；其次，企业家有征服的意志，战斗的冲动，证明自己比别人优越的冲动，求得成功不是为了成功的果实，而是为了成功本身。金钱上的输赢是次要的考虑，或者无论如何，只是作为成功的指标或胜利的象征才受到重视；最后，企业家有创造的欢乐，把事情办成的欢乐，或者只是施展个人的能力和智谋的欢乐。这类动机是最明白不过的反物质“享乐主义”的。^{③①}由于熊彼特对企业家超乎寻常的心理分析，因此，桑塔里和皮斯阿里（Santarelli and Pesciarelli, 1990）认为，熊彼特的企业家和尼采的“超人”相似。^{③②}而池本正

纯（1985）则称熊彼特的企业家形象为“神圣的企业家形象”。^{④②}

奈特（1921）着重指出了企业家承担风险的心理素质，认为“在以自己挺身冒险的意义上具有与众不同的气质”，是企业家应具备的重要素质。企业家是具有自信心，大胆勇为的人，其真正的动机是在比赛中夺取胜利的欲望。并指出企业所获利润的大小，有可能受企业家刚毅或懦弱这种气质程度所左右。^{④③}池本正纯（1985）指出彭罗斯则强调了企业家“事业心（enterprise）”的重要作用，认为企业家的事业心是担负企业命运的根本因素。企业家的事业心和对风险的态度，是一枚硬币的两面。因为企业家的事业心包含着承担风险的意志，更深层的还包含着探索避免风险的积极性以及扩展企业的意志。^{④④}

3. 企业家精神素质。

熊彼特（1934）认为企业家精神即“经济首创精神”这种精神是实现“新组合”的原动力，而为建立以自己的家族为核心的私人企业王国而发挥出来的创造力与坚强的意志，是这种精神的支柱。^{④⑤}德鲁克（1985）也把创新与企业家精神相联系，认为企业家精神就是创新精神，就是寻求变革和实施变革。他指出：“企业家认为变革是常规，是健康的。通常企业家们本身并不带来变革。但是企业家始终在寻求变革，对变革作出反应，并把变革作为机会予以利用，这就是企业家和企业家精神的定义。”他还认为，寻求变革、创新，必然要冒风险，但“从理论上说，发挥企业家精神应是风险最小而不是风险最大的道路。”德鲁克还指出，企业家精神既不是科学，也不是艺术，它是一种实践，是经济工作的一部分。^{④⑥}奈特（1921）认为，企业家精神是在不可靠的情况中，以最能动的、最富有创造性的活动去开辟道路的创造精神和勇于承担风险的精神。并指出自由企业制度才是真正激发企业家精神并使之发挥作用的动力。^{④⑦}池本正纯（1985）则认为：“所谓企业家精神的本来意义是率先负起承担风险的责任，克服不可靠性这一障碍的决心比任何人都坚决、果敢，企业家机能的本质就是通过实

验，使这种决心成为推动市场结构的原动力。³⁸从上述论述中我们可以看出，企业家精神的核心是创新和承担风险的精神，无此精神就不是真正的企业家。

三、从经济史角度界定的企业家涵义

从经济史角度，对企业家阶层进行动态考察发现，不同时代的企业家阶层有着不同的构成。浦玉生等（1992）考察了西方经济学家从经济史角度对企业家阶层的划分。西方经济学家把企业家划分为三代：第一代企业家是指整个自由资本主义时代敢于创业、冒险的早期企业家。第二代企业家是指 19 世纪末到 20 世纪初垄断资本主义时代的企业家。第三代企业家是指 20 世纪中叶开始至今的法人资本主义（或经理资本主义）时代的企业家。第三代企业家是伴随着现代公司制所有权和经营权（控制权）分离的发展与企业家职业化的趋势而形成和发展的。与前两代企业家不同，那时的企业家由于集资本的所有权和经营权于一身，因此可以称为资本家式的企业家或传统的企业家。但是到了法人资本主义时期，资本的所有权和经营权相分离，提供资本的人以股息形式取得报酬，同时雇用专门的人员来经营企业，这些人可以不是资本的所有者，但必须是精通经营管理的专家。这样就形成了以经营管理为职业的“经理阶层”即第三代企业家，也可称为现代企业家。这三代企业家都是当时先进生产方式和先进企业制度的代表。³⁹

钱德勒（1977）从企业发展史角度对企业家加以考察，认为由个人拥有和经营的传统企业的企业主，属于传统企业家，而在以多层级、多单位为特征的现代工商企业中以经营管理能力取得控制权的支薪的“中、高层经理乃形成一个完全新的企业家阶层”。⁴⁰

1.2 马克思关于企业家的论述

我国有的学者断言，在马克思著作中“没有用过企业家的名词”^{①②}这是不确切的。据笔者考察，马克思至少有一处使用过“企业家”一词。在《1844年经济学哲学手稿》中，马克思论述“资本的积累和资本家之间的竞争”时指出，资本家之间的竞争会使利润趋于下降，导致货币利息的下降，使大资本家比小资本家处于更优越的竞争地位，从而会使“中等资本家由食利者变为企业家”^③转而去“亲自经营实业”。^④在这里，实际上隐含着马克思对单纯食利的资本家和“亲自经营实业”的资本家的区分，而把“亲自经营实业”的资本家称为“企业家”。当然，正如许多学者指出的那样，马克思更多的是使用“企业主”、“产业资本家”、“经理”等词，用以指“亲自经营实业”的企业家，即“执行职能的资本家”。^⑤当然，马克思著作中描绘的主要是所有者型企业家。马克思一方面把作为资本家的企业家放在客观的经济关系之中，把它看作资本的人格化和一定的阶级利益的承担者，另一方面又把资本家作为经济关系的产物，从各个方面对作为资本家的企业家的素质、行为准则及道德规范进行了生动而深刻的描绘。

马克思对企业家的论述，概括起来有以下几个方面：

一、作为资本家的企业家是资本的人格化

马克思在考察资本主义绝对剩余价值的生产时指出，企业家“作为资本家，他只是人格化的资本。他的灵魂就是资本的灵魂。而资本只有一种生活本能，这就是增殖自身，获取剩余价值。”^⑥“他在生产过程中只是作为资本的承担者执行职能。”^⑦他唯一关心的是利润率。^⑧“他的真正目的是生产剩余价值。因此，只是为了这个目的，他才生产某种商品。”^⑨为了追求更多的利润，作为资本的人格化的企业家，不惜采取各种手段，甚至铤而走险。对此，

马克思曾引用一位评论家的话进行了深刻的揭露：“资本害怕没有利润或利润太少，就像自然界害怕真空一样。一旦有适当的利润，资本就胆大起来。如果有 10% 的利润，它就保证到处被使用；有 20% 的利润，它就活跃起来；有 50% 的利润，它就铤而走险；为了 100% 的利润，它就敢践踏一切人间法律；有 300% 的利润，它就敢犯任何罪行，甚至冒绞首的危险。如果动乱和纷争能带来利润，它就会鼓励动乱和纷争。走私和贩卖奴隶就是证明”。^④

马克思在一百多年前对资本家本性的深刻揭露，至今对我们仍有很强的警戒意义。第一，虽然资本主义经过一百多年的发展，已经发生了很大的变化，特别是资本主义社会内部的阶级斗争和各利益集团之间的竞争，推进了资本主义商业文明的进步。早期资本主义企业家那种为了榨取剩余价值，获取更多的利润而残酷压榨工人，用不正当手段牟取暴利的现象已经大大减少了。现代资本主义企业家显得更开明，更注重用正当竞争手段获取利润，更愿意承担“社会责任”了。但是，他们作为资本的人格化，由资本的本性决定的尽可能多地获取利润的根本目的仍然没有变。特别是他们中有些人仍是利欲薰心，唯利是图，不择手段。且不说目前在世界范围内仍很猖獗的走私贩毒活动。就是在我国的三资企业家中，用谎报成本、隐瞒收入、贿赂中方代表、偷税漏税等手法获取非法利润的仍大有人在。这些都是值得我们警惕的。第二，随着我国改革开放的发展，在吸收外资、引进先进技术和管理的同时，也带来了资本主义商品经济文化的负面效应。资本主义商品经济中普遍存在的金钱拜物教、商品拜物教，在我国大有蔓延之势，严重侵蚀着我国企业家队伍。目前存在的假冒伪劣产品充斥市场，偷税漏税，哄抬物价牟取暴利，以权谋私、大量挥霍和侵吞国有资产等现象，都向我们敲起警钟。它告诉我们，在放权搞活，大力扶植我国企业家队伍成长壮大的同时，不要忘记：“不受约束的权力产生腐败”这一真理。

二、企业家是“讲求实际”、“精明强干”的经营者

马克思指出，资本家作为生产过程和流通过程的指挥者，他对于企业内部的生产经营和变化无常的市场行情是十分精通的。

“他自己是一个讲求实际的人，对于业务范围之外所说的话，虽然并不总是很好地考虑，但对于业务范围之内所做的事，他始终是知道的。”⁹⁴⁹ 为了尽可能多地获取利润，他引进新技术，改进劳动组织，按比例分配资源于生产经营过程的各个环节，提高劳动生产率。他处处精打细算，想方设法尽量节约直接使用的活劳动和物化劳动，“要在最经济的条件下使用这种已经缩减到必要程度的劳动”，⁹⁵⁰ “要做到一点也不损失，一点也不浪费，要做到生产资料只按生产本身的需要来消耗。”⁹⁵¹ 资本家所着力关心的就是在最经济的条件下进行生产，以及如何通过竞争在市场上占到尽可能大的地盘。马克思还认为，由于资本主义信用制度的发展，一个自己不拥有资本或财产所有权，但具备经营能力的人，也可以凭借自己的信誉得到贷款而成为“执行职能的资本家。”他指出：“一个没有财产但精明强干、稳重可靠、经营有方的人，通过这种方式（指贷款方式——引者）也能成为资本家。”⁹⁵²

马克思上述关于企业家能力素质的论述，具有普遍性。它告诉我们，企业家不等同于厂长、经理的职位，它是一个具有能动性、创造性、承担责任以及个人素质等方面丰富内涵的概念。不论是资本主义企业家，还是社会主义企业家，都必须精通业务、讲求实际、精明强干、经营有方、勇于开拓创新和承担责任。不具备这些素质的人就不配称为企业家。

三、企业家是生产经营过程中的真正权威

马克思在考察资本主义相对剩余价值生产中的劳动协作时指出，一切较大规模的协作劳动都需要指挥，而企业家正是“执行生产总体的运动”所产生的各种一般职能，即“管理、监督和调

节的职能”的人。^⑤“在生产过程中，资本发展成为对劳动，即对发挥作用的劳动力或工人本身的指挥权。人格化的资本即资本家，监督工人有规则地并以应有的强度工作。”^⑥“在劳动过程中以资本的名义进行指挥”，^⑦而工人则必须服从“资本家的权威”。^⑧

马克思还看到了资本的所有权与经营权相分离的趋势。他指出：“资本主义生产本身已经使那种完全同资本所有权分离的指挥劳动比比皆是”。^⑨“与信用事业一起发展的股份企业，一般地说也有一种趋势，就是使这种管理劳动作为一种职能越来越同自有资本或借入资本的所有权相分离。”^⑩“因此这种指挥劳动就无须资本家亲自担任了，”而由“单纯的经理，执行着一切应由执行职能的资本家自己担任的现实职能”，^⑪成为指挥企业生产经营活动的权威。

马克思关于企业家是生产经营过程的权威的论述是我们赋予企业家自主权的重要理论依据。以社会化大生产为基础的现代企业生产经营，客观上需要权威。因为社会化大生产是分工精细、协作密切，生产过程的各环节、各方面紧密联系、互相制约的复杂系统，必须有一个高度集权的指挥中心，必须服从一个“司令官”的意志。否则就难以协调、有序、高效地运转。因此，作为“指挥官”的企业家，必须有充分的自主权，这是企业家的权威所在。无此权威，他就很难对企业各种生产要素调动自如，合理配置，使之发挥高效率。

四、企业家只承认竞争的权威而不承认任何别的权威

在资本主义市场经济条件下，每一个企业家在直接生产经营过程中是决策者、指挥者，是生产经营过程的绝对权威。但他面对市场却完全是另外一回事。马克思在考察资本主义相对剩余价值生产中的分工和工场手工业时指出：“工场手工业分工以资本家对人的绝对权威为前提，人只是资本家所占有的总机构的部分；社会分工则使独立的商品生产者互相对立，他们不承认任何别的权

威，只承认竞争的权威，只承认他们互相利益的压力加在他们身上的强制。^{③④}这是因为市场经济是平等竞争、优胜劣汰的经济。而互相竞争中的商品生产者，必须服从国民经济“保持比例数或比例的铁的规律”。^⑤而国民经济比例是否均衡，是通过市场供求关系表现出来的。商品生产者竞争的实质，实际上是看谁能生产出符合市场需要的商品，即能卖得出去，价值能够实现的商品。而市场供求关系“可以在市场价格的晴雨表的变动中觉察出来，并克服着商品生产者的无规则的任意行动。”^⑥企业家必须根据市场价格的变化，预测市场供求变化的趋势，并及时调整生产方向。对供过于求的商品，减少或停止其生产，对供不应求的商品，引进或增加其生产，才能在竞争中获得生存和发展。否则，难免亏损或破产。因此，企业家必须服从而且也只能服从市场价格的指挥。

企业家“只承认竞争的权威”，不承认任何别的权威的论断，是马克思为我们提供的企业家必须拥有充分自主权的又一重要理论依据。在社会主义市场经济中，市场是社会资源配置的基本方式，国家宏观调控也要通过调整和影响市场参数，来间接引导企业。企业家在决定生产什么，生产多少，用什么手段进行生产时，必须根据市场参数的变化，及自己对市场变化趋势的判断，独立自主地进行决策，并在实践中根据新的市场情报随时对其决策加以修正或调整，以适应市场的要求。这需要企业家必须拥有充分的生产经营自主权，而不应有任何上级或“婆婆”对其自主权的行使加以掣肘。只有让其自主决策，才能要求其自担风险、自负盈亏。只有自担风险、自负盈亏，才能激发企业家勇于开拓进取的积极性和创造性。正如日本经济学家池本正纯在《企业家的秘密》一书的结语中所说：“树立由自己负责为自己开辟道路的原则，才是发挥人的最大创造能力的方法。”^⑦我国改革开放 18 年来，经济立法已赋予企业家比较充分的生产经营自主权。目前存在的问题主要在于各级政府和主管部门，仍在自觉或不自觉地截留、干预或侵犯企业自主权。甚至一个经营绩效优良，但不顺从上级无

理的行政干涉的优秀企业家，被横加撤换的事也时有发生。因此，真正按市场经济的要求，规范政府和企业的关系，确保企业自主权不受侵犯，仍是今后深化改革要解决的重要课题。

企业家“只承认竞争的权威”，不承认任何别的权威的论断，还告诫我们国有企业的企业家，要转变事事依赖上级，有了问题不找市场找市长的传统习惯。树立市场竞争观念，勇于参与竞争。只要根据自己对市场趋势的判断，认为对企业发展有利的事，就应大胆决策，果断推进。而对于有损于企业发展的行政干预，则应敢于与之抗争，依法捍卫企业自主权。就像有的企业已经做的那样，以侵犯企业经营自主权为由，将自己的主管部门推上法庭被告席。如果我们的国有企业的厂长经理们都能敢于和善于捍卫企业经营自主权，必将推动政府官员观念和行为的转变，彻底还权于企业，从而加速企业经营机制转换和社会主义市场经济体制建立和完善的进程。

五、企业具有强烈的积累欲

马克思在考察货币资本的循环和资本的积累过程时指出，资本的目的和动机是“价值增殖，赚钱和积累”^⑥，其使命是“通过量的增大以接近绝对的富”^⑦。企业家作为产业资本的人格化，“他同货币贮藏者一样，具有绝对的致富欲。”^⑧而他要实现这种致富欲，只能依靠不断的积累。因为资本家之间的竞争是通过“使商品便宜来进行的”，这样大资本往往处于竞争的优势地位，竞争的结果总是许多较小的资本家垮台。^⑨因此，“资本主义生产的发展，使投入工业企业的资本有不断增长的必要，而竞争使资本主义生产方式的内在规律作为外在的强制规律支配着每一个资本家。竞争迫使资本家不断扩大自己的资本来维持自己的资本，而他扩大资本只能靠积累的积累。”^⑩这样，产业资本家总是“把尽可能多的剩余价值或剩余产品重新转化为资本”。于是“积累啊，积累啊！”^⑪便成为资本家式的企业家的信条。