

安徽省滁州师范专科学校企业管理系学生

毕业论文集

. 1 .

滁州师专 教务处分
企管系 合编

序

滁州师专企业管理系始建于1985年,先后开设企业管理、财务会计等专业。建系至今,累计培养大专层次专业人才840余名。多数毕业生在企事业单位、高等职业学校等从事和专业培养目标对路的管理或教学工作,其中有不少成绩显著,走上中高层管理领导岗位。

针对该系的专业特点,为突出理论联系实际,提高学生分析问题的应用能力,从94年起在教学计划中强化了实践教学环节。例如社会实践、企业考察、模拟演释、论文撰写等。其中“毕业论文撰写与答辩”被列为必修实践课程,并从一开始就步入规范化和程序化,对诸如:论文写作辅导、独立撰写、论题选择、素材采集、教师指导资格、阅评指导程序、评分标准、论文字数等均提出严格要求和规定。

本论文集从95届到98届被评为“良好”以上的毕业论文中遴选了共36篇。其中34篇为企业管专业毕业生撰写,两篇为财务会计专业毕业生撰写。论文所触及的学科领域基本涵括在专业课程体系的学科链中。论文的质量,可基本显现出学生对专业理论知识掌握到较满意的程度,基本显现出学生以实际为依据对问题或现象深入分析、探讨、研究的初步功底。有的论文在选题上能够捕捉社会经济或管理中的热点问题或现象,并不乏独到见解,着实可喜。可以说,从论文中能够看到专业教学效果之一斑。

诚然,由于学制和专业层次的客观因素所限,论文中不可避免地存在某些缺陷。例如,有的写作功底欠厚实,有的论述观点略显稚嫩,有的文章结构不够严谨等。均有待于指导教师的加倍付出。从另一方面说,现代企业管理,对于建立社会主义市场经济体制过程中的当代中国是一项新生事物,结合我国经济发展和企业改革实践,有许多新的问题尚待研究和探索,随着科学技术日新月异,市场竞争的瞬息万变,各种新方法、新经验、新理论将不断涌现。从事管理教学的教师唯有不断学习、不断调研充实、更新知识才能指导出高质量的论文,才能培养出适应社会需求的高素质人才。这已成为企业管理系全体教师的共识,并为此执著努力。

当前,全省各高校正在贯彻落实第一次全国普通高等学校教学工作会议的精神,贯彻落实第三次全国教育工作会议精神,将深化教学改革、实施素质教育、提高教学质量、增强办学效益放在高校各教学、管理层上的突出位置。滁州师专企业管理系确立了优化知识、技能、能力、素质结构,努力创造突出应用和实践为自己特色的改革目标,为实现这一目标,除自身努力外,诚挚希望得到社会企事业等各界人士的指导和帮助。

李 国 光

一九九九年九月九日

目 录

国 企 改 革 探 索	国有企业改革若干问题思考	张 峰 (1)
	国有企业改革应注意人的因素	周代祥 (3)
	对抓大放小的思考	袁先刚 (5)
	企业要发展,管理是关键	张学义 (8)
	浅论股份制与股份合作制	陈正宝 (10)
市 场 营 销 策 略	从名牌战略对企业的影响到认识无形资产的价值	金国玉 (13)
	浅析信息在营销中的应用	支修凯 (16)
	浅析“绿色营销”	钮 治 (19)
	浅谈“树立现代产品观念”	方 强 (22)
	广告策略初探	罗运海 (25)
	浅析营销中的公共关系	王 新 (27)
	试论产品策略	刘小平 (30)
形 象 工 程 与 文 化 建 设	论企业文化与企业形象的关系	张 玉 (35)
	浅议经济发展中的文化因素	徐万春 (38)
下 岗 再 就 业 研 究	关于下岗再就业的几点思考	王晓莉 (41)
	浅析如何搞好再就业工程	沈怀海 (43)
	由“下岗”到“再就业”的转化	郑朝阳 (46)
企 业 内 部 管 理	试论现代企业的管理创新	叶昌松 (49)
	管理的核心是人的管理	王晓松 (53)
	重视企业的科技投入	秦明彬 (56)
经 济 理 论 探 讨	西方产权问题浅析	童玉海 (58)
	浅析知识经济	张枫敏 (63)
	浅议资本经营	王峻岭 (65)
人 力 资 源 开 发 与 管 理	可持续发展与中国人力资源开发	程世达 (67)
	企业人力资源的开发与利用	季永利 (70)
	中国劳动力市场的现状及其发展前景	温媛媛 (73)
	社会发展与人才的关系	王瑞云 (75)
乡 镇 企 业 发 展	浅谈乡镇经济的发展战略	戴建党 (77)
	乡镇企业 发展道路在何方	华 智 (81)
地 区 与 社 区 经 济	滁州企业如何走出困境	杜清江 (85)
	浅谈我国商业街的形成与发展	江 亚 (88)
农 业 经 济 与 农 村 教 育	浅析现阶段农村经济的发展	韦牧然 (90)
	农村职业教育和农业	王连成 (92)
企 业 财 税 问 题	浅谈企业中的坏帐	汤 军 (95)
	税制改革后对企业税赋影响	张跃智 (98)

国有企业改革若干问题思考

98 届企管专业 张 峰

众所周知,国有企业是社会主义市场经济的主体,它作为国民经济的主体和改革成本的主要承担者,其改革能否顺利进行,将直接影响到整个国民经济能否持续、快速、健康地发展。国家财政收入的 60% 来自于国有企业,城镇社会就业人员的 70% 在国有企业及其他国有单位工作,试想如果没有国有企业,我国的经济建设又怎么可能取得这样大的成就,其他经济成分又怎么能取得这么快的发展?但是,国有企业的现状与市场经济存在着不适应性。

正是由于国有企业在国民经济中的重要地位,决定了改革必须注重国有企业的改革,党的十四大以来,国有企业改革走出了一条试点——总结——扩大试点——再总结,进而规范,立法到全面普及推开的路子。这五年可以说是国有企业改革精心部署,大胆尝试,积极探索的五年,是改革力度最大,进步最快,成效最显著的五年。今天,我国上下也无一不举目共瞩,经过十八年的艰苦探索和实践,我国国企的改革也进入关键的攻坚阶段。那么如何判断国企改革形式,国企改革究竟怎样呢?

(一)国有企业面临的困难

国有企业的改革取得了很大的成效,这些有目共睹,毋庸讳言。但是,却拥有相当一部分企业处境状态,困难职工和下岗职工随之增多,这已成了人们关心的热门话题。国有企业经济效益下降,下岗职工增多的原因很多,主要有以下一些方面:

1. 企业自身的原因

一是相当一部分企业思想观念陈旧。从领导到群众,还没有从计划经济体制下形成的“等、靠、要”思想中真正转变过来。缺乏独立进入市场的意识和能力。企业经营粗放,管理落后,设备陈旧,新产品开发能力弱,市场开拓不力。企业管理者和领导者方面的问题也不少。

二是国有企业负担沉重。一个原因是人多。过去,城市就业人口主要压在国有企业身上,严重影响了企业经济效益的提高,也增加了管理的难度。据调查推算,我国国有企业的富余人员大约占三分之一。例如我国重点煤矿有 360 万人,每年仅工资支出就达 200 多亿,全员效率每工仅 1.33 万吨。我国的煤炭产量与美国相当,但用的人却是美国的 7 倍,效益怎么能

提高的呢?第二个原因是债重。过去国有企业的资金都是国家给包起来,后来国家不包了,又由于种种政策因素影响,国有企业的资产负债率不断升高。1980 年是 30%,1998 年是 60%,目前达到 65.29%,如果把潜亏挂帐因素考虑进来,资产负债率达到 80% 以上。第三是企业办社会。职工的生老病死,子女入托、上学、就业,统统由企业包下来,这在过去还可以,因为企业是由国家负责,现在搞市场经济,企业还要负责职工的生活福利等问题,这就影响了企业的效益。

2. 企业外部环境发生了很大变化

一是宏观经济体制进行了重大改革。例如,近年来财政、税收、金融、外贸,投资等宏观经济体制进行了重大改革,这对建立市场经济体制和发展国民经济无疑是十分必要的,但同时却给国有企业的经营管理带来了新情况,新问题。这些重大改革和政策调整,从长远看对企业的发展是有利的,但企业一下子失去了信贷“大锅饭”承包制,减免税的优惠和高关税的保护,一时难以适应,这要有一个调整、消化的过程。

二是企业面临的竞争更加激烈。随着国内多种经济成分的快速发展,他们没有国有企业的那些历史包袱,特别是三资企业起点很高,在竞争中就处于有利地位。国外产品大量涌入国内市场,使国内市场国际化,加剧了市场竞争的激烈程度。据有关方面统计世界 500 个强大企业进入中国市场的有 230 多家,这些企业在资本、技术、管理、经营等方面都有很大优势,他们不着眼一时的利润,而是要抢占中国的市场。在这种情况下,就更加剧了国有企业的困难。

三是供求格局发生了变化。长期以来,我国一直是短缺经济,产品供不应求,“皇帝的女儿不愁嫁”,生产出来就不怕卖不出去。近年来情况发生了很大的变化,供给结构由原来的短缺经济向供求平衡或局部供大于求的格局转变,社会需求由原来相对单一向多层次多样化转变,市场的主动权由卖主手里转到了买主手里。不少企业不适应这种供给结构和消费结构的变化,一夜之间失去了市场。据内贸部对 609 种消费品的调查,市场供不应求的商品只有 32 种,占 5.3%,大部分是农副特产品,供求

基本平衡的有 545 种,供过于求的有 32 种,在这种情况下,企业一旦进入不良循环,它的状况就急转而下:产品卖不出就出现积压,资金就周转不灵,银行就停止贷款,债权人就上门逼债。这个过程是必然要出现的,是我国经济成长的一个必经阶段。这应该说是个难得的机遇,但对困难企业来讲,则是一个很艰苦的历程。

企业有困难,效益就要下降,甚至开不了工,职工收入必然受到影响。过去城市就业完全压在工业,压在国有企业身上,那是由当时的产业结构和就业制度决定的,现在情况发生了变化,就要求劳动力结构也要调整,一部分人要向第三产业转移,国有经济的劳动力要向非国有经济成分转移,有些需要调整,淘汰的企业人员就要向其他方面转移,职工下岗,待业和再就业就不可避免了,这是深化改革和调整结构不得不付出的代价,随着改革深化力度的加大,这个问题还可能更加突出。当然,这些问题在国企改革最终取得成果时,必然随着而解决。

(二)国企改革的方向、目标与方针

党的十五大对国有企业改革作了的重大部署,随着国有企业改革在新的深度上和广度上的全面推进和展开,国有企业改革的方向、目标、方针更加明确,在一些难点、重点问题上也取得了突破。

国有企业改革的方向是建立现代化企业制度。核心内容和基本特征就是“产权清晰,权责分明,政企分开,管理科学”四句话,改革的目标,就是十五大报告中提出的“力争在本世纪末大多数国有大中型骨干企业初步建立现代企业制度。”改革的基本方针就是江泽民总书记讲到的八条:一是国有企业改革是经济体制改革的中心环节;二是建立现代企业制度是国有企业改革方向;三是把改革同改组、改造和加强管理结合起来;四是着眼于搞好整个国民经济,对国有企业实施战略性改组;五是全心全意依靠工人阶级、切实加强企业经营管理队伍的建设;六是技术进步;七是协调推进配套改革;八是坚持公有制为主体,创造多种经济成分平等竞争,共同发展的良好环境和条件。改革的路子就是这几年来一直坚持的抓大放小、结构调整、“三改一加强”分离分流、兼并破产、减人增效、实施再就业工程、建立社会保障体系等等。有了这些共同的思想基础和明确的方针,国有企业就有了顺利推进的前提条件。

(三)建立现代企业制度

党的十四届三中全会把建立现代企业制度

确定为国有企业改革的方向。按照“积累经验创造条件,逐步推进。”的要求,国家选择了一百家企业进行现代企业制度的试点,各地区各部门也选择了一批企业进行试点,全国共有二千五百多户。

经过几年的试点,基本解决了三个问题:一是建立现代企业制度的基本框架。百户试点企业中有 93 家改为公司制企业,84 户实行了投资主体多元化,其中 39 家已上市。全国的试点企业中,改制为公司的有 1989 户,其中 1080 户改成了多元持股的有限责任公司或股份有限公司。试点企业改制后,初步建立了较为规范的法人治理机构。二是摸清了建立现代企业制度的必要条件。诸如建立优胜劣汰制,建立产权清晰,权责明确的国有资产监管、管理、运营机制,建立完善的社会保障体制等。三是在解决重点难点问题上摸索出了一条路子,找到了一些方法。如改革如何进行,负债率如何降低,人员如何分流,资产如何重组,如何进行增资减债等,都是通过试点摸索出来的。

建立现代企业制度是一个社会系统工程,它涉及国有资产管理,社会保障制度,政企责任划分等一系列复杂问题,不是个别企业,个别地方所能单独解决的,凡是注重配套改革、整体推进,在优化资本结构试点城市中的试点企业进步就快,效果就好。十四届五中全会提出的到本世纪末的改革目标,也是个有限目标;时间是本世纪末,范围是国有大中型骨干企业中的大多数而不是全部,程度是初步建立,这个提法已考虑了多种因素,充分估计到了建立现代企业制度的种种困难和制约条件!

从根本上说,建立现代企业制度是一项使国有企业适应市场、走向市场,形成激励与约束机制相结合的改革。这与以往给好处、吃偏饭,靠优惠政策来刺激的改革是不同的。因此,试点必须按照责任、权力、义务相结合,相一致的原则来进行,许多内容和措施都是带有约束性的,不能按照以往的思维定式只想吃“偏饭”,要在吃“新饭”上下功夫。现代企业制度建设的任务还未完成。目标还远没实现。比如,政企职责如何分开,除企业自身外,还涉及到政策机制的改革。又如,如何建立区别于党政干部的企业干部管理考核任用制等,都需要进行探索。总之,要实现国有企业改革的方向建立现代企业制度,还需要继续开拓与探索!

(四)改革成绩与展望

尽管国有企业的改革面临重重困难,但在

我国正确经济方针的指引下,在全国人民的共同努力下,改革还是卓有成效的。

首先,国有企业的总体实力进一步增强,1996年与1991年相比,国有工业资产总额由一万四千零六拾七点六亿元增加到五万零六百三十一亿四亿元,增长2.6倍。在全国工业企业中,国有工业企业的资产总额占61.2%,销售收入占48.3%,增加值占51.7%,实现利税占49.7%,其中国有大中型企业的资产总额、销售收入,增加值和实现利税,分别占全国工业企业的51.2%、40.2%、43.6%和48.8%。在能源、交通邮电等部门、冶金、化工等原材料行业、汽车、机械、电子、石化等支柱产业,国有经济都占有支配地位。其次,国有企业整体水平和综合效益有了很大提高。1996年与1991年相比,国有独立核算工业增加值,由4312亿元增加到8874亿元,增长1.05倍,年均增长15.53%。国有工业企业利率总额,由1661亿元增加到

2733亿元,增长近64.5%,年均增长10.5%。第三,涌现出一大批优强企业。国家重点抓的512户企业,大多数管理和经营得较好,总体经济实力强、投入产出效益高、发展潜力大,在国内外市场有较强的竞争力。1997年集中宣传的有邯钢、长虹、宝钢、燕化、兖矿、秦川、三枪、大庆、一汽等10个国有企业就是突出代表。

由此可见,国有企业的改革,面临的困难和问题是很多的,其改革成效也是显著的,在当今世界经济一体化的大环境下,对于中国基点较低的国有企业来说,既是一种机遇,同时也是一种挑战,为使中国经济实力迅速发展,可以说国有企业的改革任重而道远。

国有企业的改革,道路是曲折,而其前途也是光明的,国有企业的改革,必将带动整个经济的迅速发展,并使得中国经济腾飞更高、更远!

指导教师 袁隆成

国有企业改革应注意人的因素

97届企管专业 周代祥

当前有不少国有企业效益不高,甚至亏损停产。据有关权威部门对1870家亏损国有企业的调查中发现:政策亏损仅占9.2%,而企业由于管理不善所造成的亏损却高达81.7%。在国有企业亏损的诸多因素中,人的原因是企业亏损的主要原因。由此可见,搞好国有企业的根本出路在于改革,特别是关于“人”的改革。改革的方向是建立具有“产权清晰,权责明确,政企分开,管理科学”为特征的现代企业制度,从本质上讲推进改革和加强管理是一致的,而管理的主体是人,要靠人来运作。在进行强化管理过程中,要把面向市场作为强化管理的出发点;把财务管理作为强化管理的中心;把依靠科技进步作为强化管理的关键;同时,要“以人为本”加强对人的管理。关于对人的管理将分以下几点来说明:

一、把以人为本作为强化管理的根本

所谓“以人为本”,简单地讲就是正确认识和处理人与其他生产要素的辩证关系。重视人的智慧,创造力及其主导、能动和决定作用,它的核心是激励人、重视人、塑造人。事业的兴衰成败在于人,企业也是这样,以人为本能增强企业的向心力和凝聚力,反之就会人心涣散,管理

混乱,我们越来越意识到先进技术装备对于生产发展起着十分重要的作用,但是不必须看到,不管多么先进的装备,只有靠高素质的人去掌握操纵才能发挥其应有的效能。例如:滁州市铜矿微晶玻璃厂,引进一套先进设备,花了4300万元的代价,结果由于技术不过硬,也是没有高素质的人去操作,生产出来的微晶玻璃成本约2100元/米²,而市场价则只有170元/米²,最终被迫停产。因此,我们只有把以人为本提到关系到企业生死存亡和长远发展的高度来认识。

首先,要把以人为本作为强化管理的主要指导思想。市场竞争从形式上看是产品的竞争,但归根到底是人才的竞争,强化企业管理,增强企业活力和市场竞争能力,核心问题还是要千方百计地调动人的积极性、主动性和创造性。只有以人为本才能保证企业兴旺发达,因为随着市场经济体制的逐步确立,企业经营决策风险已转为由企业独立承担,企业必须有一批懂技术、懂市场、懂管理的人才,从社会经济的发展来看,继农业经济、工业经济后,我们已经逐步向知识经济时代迈进,知识将作为一个最重要的要素在企业生产中发挥主导作用而这

就需要掌握专业知识的人。安康电子所用的职工,大部分是来自中专或技校,没有专业知识职工逐步被替代。

其次,要把培养和造就企业家作为强化管理,搞活企业家作为强化管理,搞活企业的重中之重。朱镕基总理指出“管理科学是提高企业效益的根本途径,管理人才是实现现代化管理的重要保证。”要使企业成为法人实体和市场竞争的主体,能够承受竞争风雨,不仅需要客观上的外部条件,还需要一支强大的企业家队伍,以促进内部机制的改造和完善,建立企业家队伍形成机制,激励机制和约束机制,是深化国有企业改革,强化管理的重要内容。要通过市场竞争把那些不懂经营管理的人与市场格格不入的守旧者换下来,把那些具有现代化企业经营管理能力的优秀人才选拔出来,要唯才是举,唯才是用。建立企业家利益激励机制,保证企业家队伍相对稳定;我国国有企业长期以来缺乏私人企业那种激发企业经营者积极性、创造性的机制,对他们的才能、责任、风险和贡献没有给予相应的回报。干好干坏一个样,这里干坏了,调到别处继续干,这个企业搞垮了,到那个企业,这是很大的弊端,经营一个企业,既是一种高强度的脑力劳动,又是一种风险劳动,要确保企业家的责权利三者有机结合起来,有责就应有相应的权和利。而利益是激励机制的核心,否则就不能很好地完成使命,采取各种行之有效的措施来提高企业家的地位和待遇,采取措施创造和谐的内部环境,如改革企业干部选用制度,强化企业家的风险意识和职业道德,延长企业家和退休年龄,充分发挥他们的智慧和才干。

二、应把人才开发放在重要的战略位置

国有企业应在以人为本加强管理外,同时还应把人才开发放在重要的战略位置,人才是企业之本,人才开发是企业的生命线,特别是在知识经济时代,人才显得更为重要。国有企业人才开发就是把人才作为一种蕴藏于企业的智力资源加以开发和利用,它包括对人才的发现、选拔、培养和使用。在向市场经济转轨过程中,我国企业的人才开发存在着极大的不适应性,主要表现在:一、忽视人才开发,在企业搞“见人不见物”的盲目性生产经营活动;二、对人才开发的理解有片面性,即缺乏企业整体人才开发意识,只搞少数人的人才开发;三、人才开发体制陈旧,长官意志较强,在企业内部没有形成人才开发的机制。如果人才开发不足,振兴国有企业就成为无源之水,无本之木,社会主义市场

经济要求国有企业必须把人才开发放在重要的战略位置。

首先,国有企业必须牢固树立崭新的人才开发观,明确人才是最宝贵的资源,企业的其它任何资源都只有在人才资源的作用下,才能大放异彩。国有企业要把人才开发放在首位,通过广泛运用人才的智慧和力量为企业创造更多的财富。

其次,要打破传统的少数人的人才开发局限,扩大视野,进行多层次全方位人才开发,由于企业生产经营活动具有鲜明的目的性和整体行为特征,培养和选拔企业经营管理人才,企业的竞争从某种程度上看,实质就是决策的竞争,管理的竞争,效益的竞争。竞争成败关键在于企业经营管理者的领导,指挥能力和经营管理水平。国有企业必须把思想好、作风正、懂生产、会经营、善于管理,勇于开拓和能够创造效益的人才选拔到领导岗位上。企业还应把培养专业技术人才作为重点。对于一个企业来说,不断吸取先进的科学技术,推动技术进步是使企业增强竞争力和应变力,保持长期稳定发展的根本途径。因此国有企业必须善用各有所长的专业技术人才。除了开发领导和技术人才,还要培养和造就具有较高素质的职工队伍,国有企业必须要有众多合适人才在基层各环节中发挥作用,广大职工是企业的主人翁,是深化改革的主力军,因此是不可忽视的人才开发层。

最后,建立适应市场经济发展要求的全方位的人才开发体制。一方面,改变国有企业单一的“上级任命”或“领导固定”式的人才开发模式,把企业变成人才开发的主体。由于企业根据自己发展需要,对各类人才进行培养、选择和使用。为此国有企业应建立人才开发管理机构,对人才开发把关、考核、选用和监督;另一方面,要拓宽人才开发的途径,挖掘人才潜力,落实人才开发措施。

总之,国有企业人才开发是一个有规律的、全方位运动过程,只有按规律办事,才能充分调动和发挥各类人才的积极性、主动性和创造性,才能产生推动企业发展的人才群体效应。

三、加强国有企业领导班子建设

国有企业对人的改革不但要进行人才开发新机制以及对人进行强化管理,更为重要的是国有企业要加强领导班子的建设。

国有企业领导人员是国有企业的基本资源之一,在企业生产经营中处于主导的、支配的地位,决定着生产要素的配置形式和利用效率,一

个优秀的企业领导班子可以改变企业的内部条件和外部环境,使企业不断走向兴旺;反之,即使原来基础比较好的企业,也可能失去原有的资金,人才等优势迅速走向衰落。从国内外经济发展的历史看,任何一个成功的企业,必定有一个优秀的企业领导班子,我国国有企业发展的实践证明,成也在人,败也在人。一些优秀的领导人员带出了一流的企业,例如众所周知的海尔集团,原来只是一个40人的小插座厂,由于领导具有超前眼光以及较强的领导能力,把小小的插座厂发展成今天规模的海尔集团。一些不称职的领导搞垮了一个企业,甚至葬送了一个产业。国家经贸委分析全国主要省市亏损企业的原因,认为有60%是由领导班子造成的。据对四川1230户亏损企业的分析,大约有1/3主要是管理上的问题所造成的。滁州二纺机厂,仓库中的拖拉机被盗,几个月内竟不知道,结果有人到二纺机报案,才知此情。另外就四川19户解困试点企业的分析表明,至少有7户陷入困境的主要原因是领导班子问题。因此,加强国有企业领导班子的建设,培养和造就一大批优秀的领导人员,已成为国有企业改革成败的关键。

从总体来说,我国国有企业领导班子多数是好的,企业领导人员队伍素质总体上在不断提高,但是也应当看到,现在确定有一些企业的领导班子和领导人员,不同程度地存在着不适应新形式的状态,有的缺少市场经济意识,不懂经营管理,为做官而做官;有的是工作责任心不强,知难而退;有的独断专行,不讲求科学决策,往往给企业造成决策失误;有的讲排场,比阔气,欺下瞒上,滥用职权,以权谋私,损公肥私,贪污受贿。当前国有企业领导班子和领导人员的队伍建设中存在的问题和矛盾,已在一定程度上影响着国有企业改革、发展和稳定,必须高度重视,采取有效的对策与措施认真加以解决:

1、深化体制改革,加大国有企业领导班子建设的力度。要加快体制转型步伐,为企业领导人员的成长营造良好的环境同时要加快经济方法,为领导班子的建设和企业领导人员的成长提供法律的保证;2、构建以市场为导向的企业领导人选拔任用机制。企业用人机制的建立和完善,最终要靠市场机制的运行,让领导人才进入市场,进行经营管理人员的优化配置,达到人才与企业的最佳组合,发挥人才的最大效益;3、构建以利益激励为核心的企业领导人员的激励机制,建立和完善责、权、利相统一的企业领导人员的评价和激励机制,以增强企业经营管理职业的吸引力,充分调动领导人员的积极性和创造性;4、强化以有效监督为核心的企业领导人员约束机制,要强化监督机制,建立规范的法人治理结构,强化企业领导人员的自我约束机制,使他们在经营决策和管理活动中,能经常性地自省、自控和自律。能够客观地认识分析自身素质和经营管理问题,矛盾和缺点,及时采取措施予以改进和完善,强化市场监督对领导人员形成强有力的市场约束;5、建立和完善企业领导人员的教育培训机制,当前由于培养造就企业领导人员机制尚不健全,对企业领导人员客观上存在着重用使用、轻培养、提高,任其自生自灭的现象,造成企业领导人员素质不高和后备人员不足,为此必须根据两个根本性转变的要求,加大教育投入,建立专门的培养机制和系统。

国有企业改革的路还很长,在改革过程中或许也存在一些不当,但是,只要坚持科学的经营观点,不懈努力,最终会解脱国有企业的困境,实现三年之内,摆脱困境,实行现代企业制度。

指导教师 姚 健

对抓大放小的思考

97届企管专业 袁先刚

1995年,中央提出了“抓大放小”的国有企业改革思路,即抓好大的,放活小的;抓住一般关键的,放一般多数的。进入98年度,国企改革进入攻坚阶段,具资料表明:国有企业在第一季度亏损面达40%,负债率达70%,开工率不

足50%。面对严峻的形势,政府的财力是有限的,政府不可能支持每一个资不抵债、濒临破产的企业,政府要集中有限财力资源投入到基础性产业和重点项目中去,通过发展这些关系到国计民生的产业来带动其他相关产业发展,

刺激社会、需求变动,寻找新的经济增长点。中央提出一套方案:鼓励兼并,规范破产,重点抓好全国的300—500家重点大企业的发展。与此同时各地方政府也制定了自己的发展战略,例如河南省围绕产权为中心,实施抓大放小。结合当前的实际形势有必要对抓大放小进行深入的探讨与思考,以全面推进国企改革的发展。

一、如何对抓大放小作深入的理解

1、抓大放小是一种放权让利的形式,按照市场经济的客观要求,使企业真正做到自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束。

众所周知,在计划经济体制下,政府是企业的“行政首脑”,企业生产什么,生产多少都由上级政府来下达指令性的计划,企业形成的利润由政府来下达指令性的计划,企业形成的利润由政府来统收统支。在这种情况下,企业缺乏自主权,挫伤了其积极性和主动性,也不能反映市场的供需变化。

市场经济条件下配置资源要比计划经济条件下优越多。首先企业拥有更多的自主权,政府不能对企业的日常经营进行干涉,企业就会产生压力和动力,依据市场“晴雨表”安排生产,市场经济下要求具有大量的自由实体,抓大放小实质就是按市场经济要求放活很大一部分企业参与市场竞争。但是由于市场经济本身有缺陷,如果全部根据市场经济来资源配置,势必导致社会浪费,再者由于社会化大生产的客观要求,各部门协调发展,宏观调控则必须加强,政府行使社会、国家管理职能,宏观调控由政府担负。国家根据本民族的经济特点,优化国民经济结构,维护社会的安定团结则必须总体规划,协调各部门、各产业的发展。

2、现在拿出抓大放小,人们往往不知抓要抓到什么程度,放要放到什么标准。

笔者认为究其原因有以下两种:一、不敢再改革,认为放得过多就会偏离社会主义公有制主体方向,这种担心在实践中表现捉襟见肘,缩手缩脚。二是只看到放,放了就不能抓,放得越多、越大就越好,这种不分主次,不分重点,一刀切,一刀砍势必会影响经济的发展。

下面是笔者对抓大放小剖析和理解。

抓大放小作为国家经济调控的手段,是从全面意义来把握的。坚持国有资产在社会总资产中占有较大优势,这是坚持社会主义公有制为主体关键,国有大型企业不论在过去,现在,将来其存在都有重要的指导意义,它起着推动我国产业技术进步,提高国家综合实力,参与国

际竞争方面发挥重大作用,也是抓大的重点对象。国家对一些关系国计民生的产业采取垄断经营,例如,能源、电讯、农业产品、军工产品和生活必需品,这些产业部门的存在起着稳定社会,保障人民的基本生活问题,事关重大,国家对之要进行,有效的管理。国家对一些大企业集团,这些企业集团并非关系到国计民生,但其存在对国家来说有重要战略意义,国家则要慎重。大型企业集团本身具有法人的特征,如果政府过多地介入,势必影响企业的经营管理,这些大企业有雄厚的资金,又有大批懂管理,善经营的管理人才,它能自行解决自己的问题。国家抓大,应采取法律、金融,货币,财政,进出口方面的政策,加以宏观调控,引导它们朝社会总目标发展,在政策方面支持和鼓励它们多创收入。

对于非关系国计民生的产业,包括中小国有企业或其他非公有制经济成份的企业,政府存在主要目的是为了让它们上缴税金,盘活国民经济存量。改革思路是突破产权单一化向多元化发展,逐渐通过拍卖,转让,使企业实现股份制、股份合作制、合伙制以及混合经济体制。通过产权转化,原来的资本民营化,货币化会不会削弱公有制在社会总资产的优势地位呢?回答是否定的,因为这些中小企业在国民经济中不占有支配和主导地位。不起基础性作用,更不会动摇社会主义公有制基础。调查结果,减轻了政府负担,使其轻装上阵,集中有限的资源抓好关系国计民生的重要企业。所以抓大可以带小,放小可心助大,两者相得益彰,优势互补,共同发展。

二、抓大的战略意义

抓大初衷是优化国民经济结构,让每个拥有几百亿元产值的大企业形成较强的市场竞争规模,积极参与国际市场竞争,为振兴民族经济作出贡献。

二十一世纪是信息高科技的社会,国际竞争尤为激烈,而竞争背后实质是科学技术的较量。高科技产业特点是:高风险性、高投入性、高报酬性。对于这些成本极高,风险极大的产业,中小国有企业、民营、私营不愿也不敢涉足的。国家从长远战略高度去考虑,则要发挥国有资本作用,加大科研项目投资,实施科教兴国战略。

走向国际化,参与国际竞争是当今经济发展的必然趋势。我国产品要在国际市场上占有一席之地,就必须创造一批高质量、高效益、高信

誉的名牌产品。名牌产品是国际市场上的通行证。我国的产品国际竞争力是比较脆弱的,根本原因就是我们的产品没有通过国际认证,国际名牌品牌寥寥无几。入关问题迫在眉睫,加大企业投资,提高产品质量,树立自己的名牌产品显示得尤为重要。我国的海尔、长虹、春兰给企业界树立了榜样,这是我们民族工业的骄傲。

国家肯定在融资、信贷、原材料供应、外贸等各方面给予这些跨国公司优惠,鼓励它们对外出口,创造更多的外汇。

三、抓大在实践运作中发生的偏颇

1996年,我国企业界刮起了兼并、联合重组的一阵风。有些企业资本运营恶化,管理落后,但是还未完全破产,仍有部分生产能力,大企业集团对之兼并,有利促进企业的科学管理,有利于社会资源合理配置,但是在兼并过程中出现一系列问题。(1)地方政府好大喜功,中央颁布了一套方案,到达下面就被曲解了,瞎指挥,一窝风现象特别严重。地方政府不能理解抓大放小的真正内涵,人为地组建大企业集团,有些地方根本不具备这个条件,就草率找几个中小企业合并联营。其结果大企业未建成,相互之间也被拖跨。(2)相互兼并时,因资产评估,产权界定未划清,人事组织未安排好,盲目撮合在一起,结果新创建的股份公司漏洞百出,维护一段时间不得不关闭停产。

组建合并是一项复杂的系统工程,它涉及到方方面面,包括资产评估,产权界定,劳动人事组织安排以及双方企业承担的权利和义务。发生以上问题根结就是各地区忽视了因地制宜的条件,犯了形而上学的错误。抓大是中央制定的方针,是从全局来把握的,各地区是调控的对象。

四、发展中小企业具有重要作用和指导意义

中国有一句古话:授人以鱼,仅供一饭之需,授人以渔则终身受用不尽。与其让企业伸手向政府要饭,不如切断这种联系,使企业真正成为自主经营,自我发展的市场主体。“钱从哪来,人往市场走。”中小企业应到市场中大浪淘沙。特别是小型企业有许多突出特点,“船小易掉头”,它的灵活性能如实地反映市场经济变化情况。据专家预测下一世纪这些“小型巨大”是促进我国经济持续快速增长的重要力量。

我国小企业的发展有以下重要作用:

1、无小不活。今天经济这么活跃,是因为

小企业的存在。通过对国有中小企业改革,实现产权制度突破,有利于国民经济和谐发展。

2、无小不富。小企业的发展,营利润的增加给国家创造了大量税收。

3、无小不快。小企业经济快速增长构成了国民经济增长主要途径。例如江苏的江阴市的小型企业由过去三分天下有其二发展为十分天下有其九的规模。

4、无小不稳。实施再就业工程与发展中小企业分不开的。珠江三角洲,多种所有制经济共同发展,尽管人多地少,却解决了自己就业问题,也帮助江西、湖南、四川解决了几百万人的就业人员。

山东的诸城,四川的宜宾,河北的新东,广东的顺德,在国有小型企业改制是非常成功的。其特点是依据本地区的实际情况,大力发展多种经济成份,放手让这些小企业自由发展,自由壮大,灵活多变地适应市场变化。这些改革成功的经营是值得借鉴的。

五、防止步入放小的误区

放小不是弃小,政府要在宏观上引导中小企业的健康发展。现在中小企业普遍存在技术、信息、管理、人才的落后,国家配套设施要跟上;再者,小企业由于追求利润最大化,必然在某些方面与社会的整体利益相冲突。例如企业生产与社区居民关系,与环保问题等等。国家行使社会管理职能,为了协调其发展,运用法律的、经济的、行政的手段来约束它,使其发展走上正确的轨道。

放小,要辩证地看待。小企业随着技术的进步,生产规模的扩大也会成为大企业。阳光集团、双良集团由原来的小乡镇企业发展成大型现代化企业,一旦国有中小企业经改制后壮大要及时纳入总体规划来。

总之,抓大放小是搞好国民经济,实施国有企业战略改组同一问题的两个方面,是国家从宏观上加以调控,运用货币政策,财政政策,调节社会总供给和总需求的基本平衡,并与产业政策相结合,对所有制结构进行调整,并逐步建立统一开放、竞争有序的市场体系。从微观角度来说也是理顺产权关系,实行政企分开,搞活经营机制重要的行之有效的改革方案。对此我们要进行全面认识,使中央的方针与本地实际产业特点相结合,以促进本地区的经济发展。

指导教师 洪 波

企业要发展,管理是关键

——浅析扭转国企亏损的措施

98 届企管专业 张学义

近年来,我国国有企业普遍存在的问题就是经营不善,管理不精。从而导致不少的大中型国有企业出现严重亏损,尤其是使国有中小型企业甚至遭到倒闭的厄运。故此,党的十五大和十五届一中全会指出,用三年左右时间,通过改革、改组、改造和加强管理,使大多数国有大中型骨干企业初步建立现代企业制度。怎样才能达到这一目标,怎样才能扭转亏损的局面,我认为必须采取以下几个措施。

一、国家宏观调控管理。党中央几次召开会议中,就明确地提出“三年脱困”的基本思路,但三年摆脱困境的具体要求必须靠企业与国家政策宏观调控紧密协调才能达到既定的目标,要使国有企业的经营状况明显好转,经济效益明显提高,涌现出一批具有竞争的大型企业和企业集团,使国有大中型工业企业亏损面下降到正常水平,基本淘汰长期性亏损企业,要做到这一切,必须要抓好几点。

首先,规范政府干预职能及行为。政企分开,是一个较热的话题,国有企业的扭亏必须要充分贯彻和利用十五大提供的有力理论支持和思想武器。十五大中也强调了国企改革是关键,是涉及到 1998 年经济工作全局的重要任务。在我国国有企业中,亏损面要占整个的 40%,负债率高达 70%,这使我国在国企改革中遇到的重要难题。造成这种原因是政府干预太多,决策失误。我们知道,政府的宏观调控的一个重要方面是制定市场运行的“游戏规则”。规范市场秩序。为此,作为调控主体的政府就必须率先垂范,做到政府调控规范化,包括政府调控的主体资格认定、调控的范围、层次、方式、程序、力度,均应有明确的法律、法规或政策规定,使得政府调控主体能够依法行政,依法调整市场运行,从而把政府干预活动的全过程纳入法制的轨道,其中实现政府调控程序的法制化尤为重要。因为政府对市场运行的调控程序的健全与完善不但与调控的效率紧密相关,更重要的是与调控的公正合理性密切相关。如果没有通过法律设置一套合理、公正的调控程序,政府部门及公务人员难免不公正地甚至专横地行使法律(实体法)赋予的调控职能。

其次,加强对政府调控行为的监督。政府拥有对市场活动的干预权力,这诱使某些市场

主体向政府公务员贿赂,以获取“租金”,而这恰好迎合了经济收入和政治地位两者严重失衡的部分官员权力寻租的需求,从而导致权钱交易、权力市场化,经济上扭曲了社会资源配置,抑制了市场的公平竞争,政治上则是产生腐败的一个重要根源,甚至是“基本形式”。要限制乃至杜绝这一现象的发生,除了理顺政府利益关系,从法律上规范政府职能和行为以外,还必须健全和完善对政府的内外监督体系和机制,增加政府调控过程的透明度,推行和进一步完善国家公务员制度等等,从法律、制度、机制上得证政府调控行为和经济政策、法规的超脱性、公正性,不致因某个人、某个团体或某个地区的寻租行为影响和违背客观经济规律及社会公正原则。

再次,提高政府决策的科学化程度。政府对社会经济生活的干预主要表现为政府制订和实施各种经济决策或公共政策的过程。因此,政府干预的成败与否、质量好坏、效率高低在很大程度上决定了其决策的科学化程度。在传统的计划经济体制下,政府经济决策呈现出“经济型”和“万能型”两大特征。前者表现为高度集权的决策体制下决策者主要凭个人经验,且权、责分明、缺乏制约,以及决策以外程序化,决策信息、咨询、抉择功能体系缺乏专业化分工和协作等;后者则是指政府经济决策权限范围过于宽泛,主要依靠行政命令直接指挥各种社会经济活动,包揽企业生产经营过程中的微观决策行为等。这是造成建国以来政府经济决策频频失误的根本原因。社会主义市场经济的建立和发展迫切要求政府经济决策方式向科学化和适度化转变。

最后,政府的宏观调控的某些领域引入竞争机制和在政府角色重新定位的基础上,精简政府机构、人员。这样,国有企业与政府分开直接扭亏是有很重要的作用。

企业政策的落实,也是决策是否正确的标志之一。宏观调控,使企业有了自主权、决策权,从而使企业把自己推向了市场,形成了企业寻找市场,市场刺激企业的有机结合。

二、加强市场开拓管理。企业要发展,就必须走进市场,必须建立有限责任公司或股份公司,成立高效精干的办事机构,建立健全各项管

理制度,成为自主经营管理制度,成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的独立法人实体,积极参与社会主义市场竞争。我们知道,市场是产品交换的重要场所,国企亏损的扭亏必须从市场开拓着手,目前最困难、最严重亏损、人员又最多要算我国的纺织行业。我国政策、寻求市场开拓必须以纺织行业为突破口。要走减量、增值、调整结构、转换机制、减员增数的路子。在市场领域范围内要占好有利地位,从而使纺织行业来带动其他行业。

国企改革中,要以市场为导向,加强经济运行综合协调。例如:战后日本充分利用先进技术、引进外资,促使本国经济快速发展,把先进技术迅速转化为现实生产力,使本国国际贸易迅速发展,使本国企业产品向东南亚、欧洲、非洲等地区开拓新的市场,实现国内市场与国际市场对接,从而导致日本经济飞速发展也标志着日本开放性经济体制的形成。

要想企业摆脱困境,寻求市场开拓,还必须高度重视和大力发展教育与科技事业。科技是第一生产力,就必须以科技为先导不断开发新产品,提高产品质量,为现代市场经济持续发展提供有力保障,为市场进一步开拓提供有力证据。寻求市场新的突破点,科技是首要。其次,以建立优胜劣汰机制为重点,以提高产业素质和竞争力为目标,全力推进国企改革,迅速把国企产品推向市场,迅速建立有力的竞争机制,用竞争来刺激生产,从而达到经济效益的提高,扭亏为盈,使企业产品从国内市场向国际市场开拓发展。

寻求市场新的突破点,例如:我国邯郸钢铁公司改革为典范,它主要就是注重企业内部管理和市场开拓,从而使邯钢扭亏为盈,成为全国国企改革成功的模拟交点,也是市场开拓方向成功实践。还有我们非常熟悉且很流行的VCD,就拿新科VCD来说吧,它首先就是寻求准确的市场定位,十分重视对市场的了解,对消费者需求的调查,生产适销对路的产品,想方设法提高市场占有率。

向国际市场开拓,创名牌是关键。名牌的基础是知名度。如:我国全国最大羊毛衫市场——洪合市场。正因为引路人具备用大市场来创名牌市场的观点,处惊不乱,循循善诱,洪合的集体和个体羊毛衫生产才得以比翼双飞,93年底其产值双双突破亿元大关,成为“浙江规范化市场”、“全国百强市场”、“浙江读者评议满意市场”。这一市场正向国际市场开拓发展。

我们知道,名牌战略是项交流工程,是综合管理水平的集中体现,要保持“名牌市场”不根色、不落伍,管理工作就务必兼顾服务与督导的双重因素。故此,管理好市场,必须使工商、财税、金融、经济法律事务所、社会治安联防队等一应俱全,才能保持好市场的有秩序进行。

创名牌,说到底是对社会的奉献,名牌之所以能成为一种资产,成为占领市场的基点,乃基于社会对它的认可和回报,即所谓:种瓜得瓜、种豆得豆。

开拓市场的同时,还要进行炒股,建立完善的股票市场,对国企改革也是很有作用的。开拓国际市场同时,还要开拓农村市场,培养并不断形成新的经济增长点,这对扭转国企亏损是一个有效途径。

三、加强企业的财务管理。一个企业的财务管理的好坏,直接关系到亏损企业包括盘盈企业的利润好坏问题。如果企业财务出现混乱,支出与收入的不平衡,就会导致企业亏损,这也是近年国企亏损的一个重要原因之一。企业的财务管理是价值管理的一种,是利用货币形式对企业再生产过程及流通过程中的资金运动及其所体现的经济关系行使组织、指挥、监督和调节的职能,促使企业从多种渠道筹集资金,最有效地运用资金,最合理地分配资金,并在上述活动中正确处理企业与各方面的利益关系。从这概念中不难看出,它是以提高企业和社会经济效益为中心,对企业生产经济活动进行的综合性管理。当今的亏损企业,为了避免财务状况、资金周转的混乱而造成的亏损,企业财务必须进行改革才能达到预期的效果,而改革尤其是针对企业资金等问题:

第一,建立企业资本金制度是扭亏的一个重要措施。建立企业资本金制度,明确产权关系,这是我国资金管理体制的重大改革,这也是扭转企业亏损局面的重大举措,这样使企业把资本金得到充分、合理的投放和使用。

第二,改革资金管理方法又是扭亏的另一个重要措施。企业的资金不再划分为固定资金、流动资金和专用资金。现在执行的新的财务制度打破了固定资金和流动资金在使用上的界限,把资金运用的自主权真正移到企业。从而使企业对资金周转有一个较为周密的使用计划。亏损企业资金不再流失过多。

还有资产折旧制度的改革、成本管理制度的改革、利润分配制度的改革、实行财务报告制度,这些对企业财务管理方面带来了新的生机

与活力,从而进行企业扭亏何常不是一个有效的、长期的重要措施。

四、加强售后服务管理。产品的市场实现,售后服务举足轻重。产品质量再好,没有良好的售后服务,市场也难以扩散,甚至会断绝第二次交易。从国内市场看,谁注重第二次竞争,谁的竞争潜力就大,谁就能在激烈的市场角逐中立于不败之地。

售后服务是市场竞争的强大武器。它包括送货、三包、包装、安装、提供知识性指导及技术咨询、成套承包、供应配件、技术及维修培训八个部分,从而形成一整套的售后服务体系。我国长虹、海尔等集团,都有这样的服务体系。只有这样,才会有今天如此之大的市场。目前我国有大中型存在的亏损企业中,就是缺少了售后服务体系。

在售后服务方式上,大致可分为两类:一类按是否定点分为固定技术服务与流动巡回服务。这是指由制厂家技术服务人员常驻工地固定服务和由企业的销售技术服务部门的技术服务人员,根据售贷登记记录,定期到用户访问,检修本厂产品与方式进行服务。如:无锡小天鹅股份有限公司对购买该公司产品的各户都进行登记,并定期拜访进行跟踪服务。日本一些企业,就是推销人员上门回访。另一类是按是否收费划分为有偿服务与无偿技术服务。这是根据合同或保证单规定,进行质量等方面的维

修。

在售后服务管理体系中,还要注重四个方面的结合。第一,售后服务与技术服务相结合。这是强调要及时、周到可靠的技术服务,从而赢得新老客户的光顾,进一步地推销产品。第二,售后服务与售前服务相结合。随着科技发展,用户对产品认识了解程度较低、用户选购产品要有一个了解、熟悉的过程即咨询过程。售前服务与售后服务有机结合,才能使顾客满意,赢得竞争市场。第三,售后服务与硬件现代化结合。现代产品一般具有现代化水平,服务质量要高。如:美国 IBM 公司的最佳服务倍受世界企业的推崇,保证 24 小时内解决用户提出的一切问题。第四,售后服务与国际惯例相结合。国内市场呈现出国际化竞争的格局,这对国内企业的售后服务工作提出了更高、更新的要求,要使我国企业立足于两个市场的竞争,加快与国际惯例接轨,从一般服务转向全方位的细致服务。这样才能从亏损企业逐渐走向正常化。

综上所述,我们不难看出,我国国有大中型企业的扭亏,如果从这四大方面入手,从管理的角度进一步规化企业内部、规划市场,是能够在较短时间内摆脱困境的,是能增强企业活力与市场竞争力的。

指导教师 姚 健

浅论股份制与股份合作制

97 届企管专业 陈正宝

自从改革开放至今,我国的经济与社会发展取得了巨大进步,国民经济发展一直处于上升势头,但我们也清醒地认识到,十八年来,我国国有企业为改革开放政策的顺利进行付出了很大代价,国有经济存在的问题不仅在于国有企业机制不适应市场经济的要求,而且在于国有经济结构不够合理,面临着战略性调整的艰巨任务。搞好国有企业、特别是国有大中型企业,是保持公有制经济的主体地位,建设有中国特色社会主义的根本保证。是适合国际经济激烈竞争,使我国在下世纪的竞争中占据有利地位的迫切需要。

国有企业的改革一直是我国经济体制改革历程中的最重要最艰难的中心环节。它关系到

中国社会主义市场经济体制的成败。十年扛大旗、擂战鼓,但成效甚微,国企效益下滑成了笼罩中国经济的阴影,至 1997 年,建立现代企业制度试点全面铺开,抓大放小、扶优扶强、收购兼并、强强联合,组建大集团……国企改革全面攻坚。在不断的探讨和摸索中,我们找到一条适合市场经济发展要求的企业组织形式,国有大企业和企业集团应推行股份制,但也应注意发展大企业同时应兼顾国有中小企业的发展;实践证明,如今股份合作制——一种在实践中探索创新的企业组织形式,更适合国有中小企业的发展。

一、股份制——你的源头在哪里

股份经济作为一种企业组织形式,是人类

社会共同的智慧结晶。这种财产组织形式,具有凝聚社会资金,推动资产流动和重组的功能。历史上我们发现早在罗马时就已经出现了最初的股份制形式。当时上至皇宫贵族,下至普通百姓参与入股的城市商业组织,即是股份经济的雏形。

17世纪下半期,股份制成为一种新型企业组织形式受到极大重视。19世纪下半期,这种形式先后在欧洲一些国家和美国、日本等发达国家广泛发展,并逐步占据主导地位。如果说英国几百年前的“圈地运动”揭开了资本主义世界大发展的话,那么以“圈钱”为特征的股份制经济加以“圈银商”为特征的科技革命就如同两只发动机,成为推动近代乃至未来世界高速发展的基本动力。

二、“股”风乍起,惊起一片涟漪

考察股份经济在中国经济结构中的现状,我们不难发现它伴随着公有制改革走过了一条风雨相伴的艰辛历程。1984年我国经济体制改革由农村转入城市,先后推出了企业承包制、企业租赁制、企业资产经营责任制,但都未触动公有制本身。党的十一届三中全会指出国有企业改革的重点之一是推行股份制。1984年7月,全国第一家股份——北京天桥百货股份有限公司正式成立。1984年11月,上海电声总厂发起组建上海飞乐音响股份有限公司;成为第一家向社会公开发行股票的有限公司股份制由此开始了在中国最初的探索。1985年10月,我国第一家证券公司——深圳特区证券公司成立,同时广东佛山国营企业无线电一厂被确定为全国第一家国有企业进行股份制试点。1986年7月,我国第一家股份制金融企业——交通银行宣告成立,同年9月26日,我国第一个股票交易所——中国工商银行上海静安支行股票交易所成立。

股份制在实践中取得了长足的发展,据有关部门统计,目前全国已有股份制企业32000家,其中9000家是股份有限公司。

股份制是社会资本集中的一种最好形式,它适合国有企业改革,过去,企业的发展主要依靠自己的资本积累,但这个过程非常慢。而如今股份制,采取资本集中的方式,把社会资本、个人资本拿来发展自己。股份制这种资本积累形式,不是说股份制是私有制,而是公有制的一种重要形式。国企改革的方向是建立现代企业制度,但从某种意义上说,现代企业制度与股份制是“同义语”。因为现代企业制度,最基本的组织形式就是股份有限公司和有限责任公司。

进行现代企业制度的改革,实际就是公司制来改造企业,公司制是现代企业制度的主要模式,十五大会议中,又进一步明确股份公司是国有企业改革的重要方向。党的十四届三中全会把现代企业制度的特征概括为:产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学。股份制作为一种现代企业组织形式最全面地体现了上述特征。

企业改革尤其是国企改革实质上是进行结构改革和调整,调整产业结构、产品结构和企业结构、企业资产重组和并购是实现结构调整的重要途径,国企改革的方向是建立现代企业制度,这是一个结构调整的过程,在这个过程中有许多难点问题要解决,如企业的债务重组问题;人员安排问题;国企的公司化改组和盘活资产存量问题;企业兼并、拍卖、破产、倒闭而发生的产权重组、产权交易问题,必须通过资本运营和资产重组来解决。

从计划经济向市场经济转轨的过程中,由于新旧体制的摩擦、宏观调控的不利,企业机制还未根本转变,导致盲目投资、盲目建设、盲目引进,产业结构、产品结构和企业结构都很不合理。调整我国不合理的产业结构、产品结构和企业结构必须通过资本市场,通过资本运营和资产重组来实现,也就是通过资本运营和资产重组来实现,即通过企业改组、联合、合并、发展企业集团及收购兼并方式来实现。安徽美菱就是一例。1992年安徽美菱实行股份制改造,资产规模由改制前的3.4亿元迅速扩展到33.68亿元。1997年11月10日,山东齐鲁石化并淄博化纤总厂和淄博石化厂,首开全国最大国企兼并案,则成功地探索出一种“先改组,后改制”的路子。齐鲁石化是国有特大型企业,总资产176亿元,兼并涉及债务总额30多亿元。兼并后齐鲁石化公司以重组的股份有限公司发行A股股票,既摆脱了淄博化纤厂和石化厂缺乏资金、无法生存的困境,又为自身的发展创造新的机遇。这一模式对国有经济重组具有示范效应。

三、股份合作制,股份经济中又一奇葩

在我国经济改革中,股份经济中的股份合作制是另一种在实践中探索创新的企业组织形式,早在50年代,我国曾以合作制改造农村小农经济和城市手工业者,后因大锅饭而流产。现在把合作制和股份制结合起来,在单一劳动合作基础上,再通过职工参股形式赋予资本联合,集股份制与合作制的优点为一身。其主要特点是:入股,既是劳动者又是所有者;再次,实行股东职工大会制。

股份合作制发源于 70 年代末期,是欠发达地区农民的自发创举,最初只局限于亲朋之间的集资合伙经营。80 年代中期,以山东省淄博市周村为先导,将其引入乡镇集体企业。1988 年国务院推广了周村的经验和做法,并确定了浙江温州市和安徽省阜阳地区为全国乡镇企业制度建设试验区。以后,浙东地区绍兴、余姚和苏南各县也开始试行。

股份合作制是以农村乡镇集体经济或联产合作经济为基础,它是否也适用于国有大中小企业改革呢?1992 年 10 月,山东省诸城开始对乡镇以上的 210 家企业实行股份合作制,其中包含国有中小企业。他们经过对企业的资金评估,然后折股售给职工,使职工具备既是劳动者又是所有者的双重身份。此举引来非议,有些人认为这是国有资产的流失和私人化,国务院副总理朱镕基率团亲赴诸城调研,对诸城经验作了肯定。据统计,在国有企业改制的各种形式中,股份合作制占 35.8%,比例最高。

股份合作制在发展中不断被赋予新的内涵。山西大同奉嘉实业集团股份有限公司是一家开发煤矿工人折劳力股,也属股东与本地户籍股东同等股利,参与分配即劳力股分红。“劳力股”有效地消除了雇佣劳动的负面影响,防止两极分化,营造了多层次共同富裕的网络。这种股份合作企业很适合目前经济发展形势。

四、潮起潮涌,股份热中的冷思考

国企改革的攻坚战已经打响,股份制大旗高高举起。然而,在中国经济体制转轨时期,股份经济发展有着许多特殊性,这就需要我们对股份经济的发展途径和方法加以具体研究和认真思考,防止陷入误区。

股份制改革是一个长期的系统工程,应探索开辟多种途径和形式。要加快国有大中型企业的股份制改革,这是当务之急。经营性的国有企业只要符合条件都可以逐步改组为股份制企业。优先支持大型国有企业成为规范的上市公司。小型国有企业应改造为股份合作经济,提倡职工持股。其次要做好对国有公共行业股份制改革的准备工作,以增强其竞争力。另外还要加快国有商业银行股份制改革,与国企改革相配套。

在今后的国企改制中,如何防止国有资产的流失仍是一个重要课题。改制中的国有资产流失有几种情况。有些地方清产核资时,不能适当估量价值。出现固定资产现值低于帐目价值现象,经营者故意低估,以便购买时占便宜。

有些地方在固定资产折股时,将剥离部分扩大,将呆帐和坏帐列入剥离部分;其次是漏估和低售。目前有种普遍的错误观点认为“国有资产流失到职工手中不要紧,肉烂在锅里,都在中华人民共和国,中央政府和地方政府只要有税收就行了。”这种观点明显背离了改制是使国有资产的保值增值而不是流失的初衷。

要防止少数人打着股份制招牌变样捞钱。少数人把原有的公共资源中职工社会保险基金形式的一块一笔勾销,还向职工要钱,少则几千,多则几万。有些企业头头甚至以“如果不交钱,明天就不要来上班”要挟工人,而职工交钱后,不开股东大会,也不建立法人治理结构,“换汤不换药”。这种做法与“股份制”改革的劳动联合加资本联合的目的完全背道而驰,应坚决制止。

股份合作制作为改革实践中产生的新生物,不可能十全十美,存在着一些问题:一是经营权与所有权的分离没有彻底解决,往往集于一身,管理模式成家族式管理,或满足小农经济的短期行为。二是部分股份合作制企业积累机制薄弱,技改和扩大再生产乏力。三是规模小,抗风险能力差。因而,探索中的股份合作制仍需在发展中加以规范和完善,要改变“散、小、低”的状况,走集团化和规模经济的发展道路。

五、高举高打股份大旗

股份经济中的股份制作作为一种企业组织形式,是人类智慧的结晶,它自洋务运动始,发展至今,走过一段坎坷的发展之路,从幼稚走向成熟,不是一时之功,需经过一段漫长的探索之路,至于股份制改革,我国仍处于探索中,它给国有企业带来了活力和生机,当然,也带来一系列问题,对于这些不足和矛盾,我们应在探索过程中克服和改进,不能因它产生问题而否决它,而要更加坚定信心。

股份合作制作为企业中的另一种组织形式,它是改革实践中产生的新生物,新生事物总是有其旺盛的生命力,它不仅适合乡镇企业的发展,也适合国有大中小企业改革,特别适合国有中小企业发展,尽管股份合作制也不可能十全十美,存在一些问题,但应在发展中不断壮大它,扩大它的影响,充分发挥其有利的一面。

股份制、股份合作制作为股份经济中的两种企业组织形式,我们应高举、高打这两面大旗,让他们在中国大地上挥舞地红红火火。

指导教师 李文惠

从名牌战略对企业的影响到认识无形资产的价值

98 届企管专业 金国玉

无形资产是社会主义经济的重要组成部分,它对于发展社会生产力,加速社会主义市场经济体系的发展具有独特的功能。尤其是在经济体制转轨的今天,企业在经营资产、产权管理,以及资产重组的过程中,无形资产越来越发挥出重大的作用。无形资产是相对有形资产而言的,它主要是以商标、品牌、名牌为代表的。其中,名牌在当今经济日新月异的过程中发挥着不可估量的作用。名牌产品是以高质量、高效率、高市场占有率和经济效益的集中体现。联合国计划署的调查表明:名牌在整个产品的品牌中所占比例不足 3%,但名牌产品占有的市场高达 40% 以上,销售额占一半以上,由此可见,名牌产品在企业中的地位,乃至在整个经济生活中都占有举足轻重的地位。

一、忽视无形资产,给企业带来惨重损失

我国的国有大中型企业都是在计划经济环境中成长起来的,长期以来使其在生产经营过程中形成了一笔丰厚的市场占有率、商誉、名牌等无形资产,这些无形资产在确保企业取得经营成果中起着举足轻重的作用。然而,由于无形资产本身具有隐性的特征,再加上计划经济条件下产品经济很少与世界经济接轨,很少进军国际市场,不了解名牌在国际贸易中的作用,没有引起人们的重视。一些企业甚至缺乏起码的维护自身无形资产的合法权益的意识。在由计划经济向社会主义市场经济转变,经济发展由粗放型向集约型转变的今天,由于传统习惯的影响,仍有不少企业不懂得、不关心无形资产的真正价值,导致一些苦心经营、智慧积累的名牌被外商抢先注册而痛失专利权,致使无形资产大量流失,贬值或受到侵犯,给企业和国家造成严重的经济损失。

如:南京化妆品厂以“芭蕾”牌商标生产的芭蕾系列化妆品,长期畅销日本及东南亚广大地区,可是由于没有及时在销售国中申请商标注册,结果被外商以 500 美元注册费抢先注册,致使产品出口受阻,我国最后不得不再花 20 万美元买回本来完全属于自己的商标权。又如:“青岛啤酒”商标在美国被抢注;“竹叶青”在韩国被抢注;“阿诗玛”在菲律宾被抢注;“同仁堂”在日本被抢注等等。据悉:中国目前已有 150 多个牌子在澳大利亚被抢注,中国品牌在海外

申请注册约有 15% 的品牌会遇到已被抢先注册的问题。中国贸易促进会商标出口处官员表示:遇到问题的注册商标能够理想解决的大约只有一半。这一血的事实给我们以深刻的历史教训,要想使自己的品牌在国际市场中站稳脚跟,必须重视无形资产的价值。

另外,我国自改革开放以来,大力吸引外商来华投资,一些企业在与外商合作、合资的项目谈判中无形资产根本就不作价,有的上市公司在招股说明书中,无形资产不是空白,就是粗略估算,至于属于专利、专营、专有技术、高科技含量等无形资产被侵权而不知道保护、索赔或者未经评估而在索赔中缺乏价值依据等情况比比皆是。就造成大量含金量高的无形资产被忽视、被闲置,有的被廉价出让,甚至在经济运转中白白流失。如南京有一家生产洗衣机的工厂,花了大量的人力、财力,终于研制出一套“上排水”设施系统,由于缺乏对专利的保护意识,把设计图纸交给外地一家机械厂试制、生产。谈厂竟自行申报了专有技术专利,使南京这家真正研制这项技术的厂家丧失专利权而无法进行生产,导致 2000 多万元贷款难以偿还,最终在市场竞争中被淘汰,这都是缺乏无形资产意识吃亏的深刻教训。

杭州电视机厂本是一个经济效益显著的企业,为扩大经营规模,与外商合资,将在全国享有较大知名度的“西湖”商标以 300 万美元的代价租给合资厂使用,希望以此换得外商的新技术。可外商把合资企业仅当作生产零部件的组装厂,他们只使用自己的商标,不使用“西湖”商标,甚至连杭州电视机厂厂名也不用,中方好端端一个牌子因此而遭冷落,母体厂的生产经营陷入困境。

一九九二年三月,上海家用化学品厂将“美加净”、“露美”两个商标的无形资产和销售额 2.9 亿元的产品以及三分之二的资产、设备、人员分离出来与美国在臣公司合资成立了上海露美在臣公司。在合资时,“上海家化”竟然没有提出要保护自己的名牌商标“美加净”、“露美”,而外商在合资时则一味树立自己的品牌,致使上海家化的销售额大幅度滑坡。一九九五年,上海家化花去 1450 万元收回老牌子。上海家化公司“美加净”、“露美”的失而复得,充分体现

了无形资产对企业的重要性,要求我们必须充分认识无形资产的价值。

二、重视无形资产,企业受益非浅

近几年来,随着改革开放的不断深入,与世界经济的不断接轨,企业充分认识和重视无形资产的价值,加强管理,充分发挥其作用,对增加经济效益,加速经济发展起到十分重要的作用。

据国际传媒报道:“可口可乐”世界名牌商标价值达360亿美元,不仅高于当年营业利润的30.7亿美元,而且远远高于其当年的销售额。该公司有人说,即使公司被大火烧成一片废墟,世界上任何银行都会愿意为他贷款,因为“可口可乐”商标就代表着滚滚而来的财源。今年三月份,我国九六年最有价值品牌评选揭晓,这是从大型企业的品牌市场占有率,超值创造能力,发展潜力三部分筛选出来的。“海尔”品牌价值七十七亿元;“青岛啤酒”价值三十三亿元;“轻骑”品牌二十一亿元;电视机市场占有率最大的“长虹”为八十七亿元;“春兰”空调为四十点三二亿元;北京全聚德烤鸭集团公司的“全聚德”为二点七亿元等等。成功企业的成长之路就是名牌产品的成功之路。可见,无形资产的重要性可见一斑。这里仅探讨企业在实施名牌战略过程中注意和解决的几个问题。仅供读者参考。

(一)高质量是名牌的着眼点

质量是企业的生命,产品质量的高低关系到企业的兴衰成败,也是产品占领市场的关键所在。因此,搞名牌发展战略最基本的还是抓产品质量,在质量基础上发展名牌,物美质优的产品应含以下几点内容:

1、开发品种新、高附加值的产品

产品是价值与使用价值的统一体。企业产品的生产是由供求关系决定的,做到以需定产。以产促需。符合价值规律的要求。这里所讲的高附加值,通常是指“投入产出”比较多的产品,其技术含量、知识密集度、魅力价值等比一般产品要高出许多。因而市场开值幅度大,获利高。大家知道,我国现在市场上95%左右的产品是供过于求,甚至完全滞销,真正供不应求的商品不到5%,这说明了什么?真的是市场饱和了吗?不是!事实上,据统计,世界上的产品有一百七十万种左右,当然发达国家比发展中国家多得多。而我国市场上也就是四十万种左右,这说明在我国已有产品的许多新规格、新品种、新款式尚未开发出来,更值得注意的是:许多更

新的、科技含量更高、附加价值率更多的产品(服务)尚未被开发出来,而人们的生活要“吃要讲营养”、“住要讲宽敞”、“穿更讲漂亮”。这自然要求我们的厂家、商家大踏步地向更广泛、更高层次的产业领域,产品世界进军,要大幅度提高自身劳力、作业质量中的特技、特别是科技含量和附加值率。

广东的科龙空调,连续两次在全国空调质量检测中名列第一,市场占有率已达到21.5%,科龙空调之所以在市场上受到消费者欢迎,成为用户心中的名牌,这就是科龙公司坚持“以质取胜”的必然结果。

海尔集团不仅在国内独占鳌头,而且在世界各国都占有一席之地。靠的是过硬的质量和高科技含量,以及优质的售后服务。海尔集团通过ISO9000系列的一系列认证,产品已具备国际先进水准。因而在世界各国畅销无阻。这难道不能给国内企业带来一点反思吗?

2、满足消费者,引导消费者

一种产品只有被消费者所喜爱,所接受,才可能成为消费者心目中永久的名牌。因此,企业必须从消费者的利益、消费者的需要、消费者的眼光出发,设计塑造品牌形象,真正做到以需定产。从消费心理来看:消费者的需求存在着发展性和诱导性。企业不仅要抓住市场,迎合消费者,更要引导市场、引导消费者,从而使自己的产品得到最大限度的销售。只有这样才能使之成为消费者心中的名牌。才能使自己的产品进军国际市场。

如杭州娃哈哈集团就是一个成功的典范。他们从儿童营养学入手,抓住了这个市场空档,加之科学的配方,再加以正确的引导,通过新闻媒体,如广播、电视大力宣传。如“甜甜的、酸酸的,妈妈,我要喝”。“喝了娃哈哈,吃饭就是香。”给青年父母们提供了选择的方向、使产品一上市,就成为名牌产品,达到了供不应求。一时走红大江南北,成为国人皆知的名牌。再如中国九六年销量第一的“雕牌”超能皂,一改粗糙、蜡黄的老面孔,以其崭新的面孔和超强的洗涤效果赢得了广大的消费者,取代了沿袭数十年的老一代洗衣皂,给消费者带来一个全新的感受,吸引了广大消费者的注意力,一举成为消费者心目中的最新名牌。由此可见,一个企业要想在激烈的市场竞争中站稳脚跟,就必须善于更新产品,开发新产品。

(二)以“特色竞争”提高名牌产品的竞争力

名牌之所以成为名牌,都有其特定的品质,