



红杏集

贺颂东 主 编

吴巧珍 副主编

机械工业出版社

序 言

论文写作是函授教学计划中的一个重要环节，也是衡量学员培训质量的重要标志。武汉企业管理工程师进修学院在所开设的“企业现代化管理工程专业”、“企业销售工程师管理专业”、“企业职教干部（教师）管理专业”和“企业会计师管理专业”等四个专业、3000多名学员撰写毕业论文的基础上，几经筛选、修改和审定，决定出一本学员优秀论文集。这是一件十分有意义的工作。书中收集的55篇论文，是3000多名学员学习成果中的一部分，凝结着他们理论联系实际劳动汗珠。这本书的作者，都是些实际工作者、企业家、科技管理干部。他们结合函授学习，认真将自己的工作经验和体会，整理成文，而且论文中提出的一些问题，大都是人们在改革中、工作中感到和关心到的新课题，都具有实际的指导性、迫切性和实用性，具有一定的启迪作用。

我认为，论文写作的文体应是多样化的，可以不拘一格，但一定要注意论文的政策性、科学性、实用性以及有一定的经济参考价值。论文的立意结构既要符合客观需要，又要能准确表达作者的观点；论证和论据要充分有力，有较强的理论联系实际色彩。本论文集在这方面作了一些探索，尽管有些论文还不够成熟，但这个开端是难能可贵的。深信这本论文集定会受到企业界和学员们的肯定和欢迎。

人们曾把广播电视大学喻为“没有围墙的大学”，称赞这所大学在广阔天地里为培养人才所作出的贡献。武汉企业管理工程师进修学院是一所高等函授院校，也是一所“没有围墙的大学”。我国宋朝诗人叶绍翁的名句：“满园春色关不住，一枝红

杏出墙来。”诗人用火一般的热情，描绘出充满诗情画意的春天的绚丽景色。本集所收的一篇篇论文，正像一枝枝艳丽芬芳的红杏。该院把论文集命名为《红杏集》是有寓意的。现奉献给亲爱的读者，愿她得到人们的喜爱和赞美。更希望在社会主义的这片沃土上会有更多的红杏竞芳吐艳，使神州大地呈现一派欣欣向荣的景象。

饶 国 定

1990年3月于武汉

目 录

序言.....	饶国定 (1)
1. 市场调查预测与企业经营决策.....	范敬贵 (1)
2. 谈谈怎样开拓市场.....	赵国卿 (7)
3. 企业增强后劲在于抓好技术改造和技术进步.....	栗从斌 (10)
4. 浅谈产品寿命周期不同阶段的市场特征及其销售策略.....	姚树揆 (13)
5. 试述企业管理现代化的重要性及其基本途径.....	李晓琳 (21)
6. 运用价格杠杆, 调节供求关系.....	刘忠义 (26)
7. 企业生产调度工作初探.....	魏有能 (30)
8. 谈谈企业产品价格的制定.....	胡来福 (37)
9. 试述“二级分配”的理论依据与实际应用.....	胡其松 (41)
10. 论企业产品销售的竞争策略.....	赖占树 (47)
11. 论企业营销目标和营销管理.....	周泉清 (54)
12. 浅谈广告设计与广告效果.....	张剑波 (58)
13. 企业的广告宣传与消费者心理	
——浅谈广告对消费者购买决策的影响.....	赵喜山 (65)
14. 漫谈商品信息和科技信息.....	葛学才 (71)
15. 家用电器市场供求特点与经营策略.....	牛炳军 (77)
16. 试论农机企业新产品市场的开拓.....	李温然 (82)
17. 浅谈企业必须热情周到为用户服务.....	罗传富 (85)
18. 试谈会计工作与经济效益的关系.....	胡瑛明 (90)
19. 如何发挥会计在企业经营管理中的作用.....	王汉铭 (95)
20. 适应经济承包需要, 建立责任会计制度.....	王春虹 (100)
21. 财务工作在承包经营责任制中的重要作用.....	那达沙 (107)
22. 抓好厂内经济核算制.....	黎振明 (112)
23. 浅议分阶段核定固定资产折旧率.....	许正印 (120)
24. 对划小核算单位, 推行责任会计制度的几点看法.....	胡大喜 (124)
25. 浅谈单轨制核算在企业内部的应用.....	凌孔杰 (132)
26. 试论解决流动资金紧缺的基本途径.....	徐丽蓉 (140)

27. 管理会计在企业管理中的地位及作用	万明桂(145)
28. 固定资产折旧研究	崔耀南(151)
29. 关于解决工业企业流动资金短缺的意见	金雪梅(160)
30. 加强成本管理, 提高企业经济效益	马丽华(168)
31. 浅谈成本控制	张超(175)
32. 推行厂内银行制度, 提高企业经济效益	姜嘉奇(181)
33. 企业财务会计工作必须适应企业经营机制的变革	李柏勤(186)
34. 关于固定资产折旧几个问题的探讨	张志云(192)
35. 谈谈边际利润的测算及其作用	崔怡丽(198)
36. 加强资金管理, 提高企业的经济效益	张金诚(206)
37. 从会计的产生发展看会计职能	蒋佩恒(213)
38. 浅谈科研机构的经济效益问题	赵玉芝(219)
39. 中小企业技术改造引进与适度规模浅探	苏基安(225)
40. 量、本、利分析原理在经营决策中的应用	潘以志(229)
41. 成本管理现代化初探	雍廷学(244)
42. 资金平衡表结构原理浅析	周象华(250)
43. 浅谈目前工业企业成本管理与核算	李连英(254)
44. 对化肥实行综合进价会计核算的探讨	彭义武(259)
45. 管理会计在勘测设计单位经济管理中的作用	刘秀茹(266)
46. 我局加强财会工作管理, 提高经济效益的若干作法	张代兆(271)
47. 粮油工业企业“吨产品工资含量”承包新探	范淑珍(276)
48. 试述管理会计在企业经营管理中的地位和作用	陈本坚(282)
49. 对橡胶生产成本的调查分析	史映昭(286)
50. 搞好南湖宾馆经营与管理之我见	邓梅兰(292)
51. 总结、整顿、提高	
——对深圳市罗湖区工委系统企业开展	
贸易经营工作情况的调查	黄南平(298)
52. 我厂采用现代管理方法, 降低产品成本的若干作法	谢培兰(305)
53. 企业竞争最根本的是人才竞争	陈克辉(311)
54. 浅谈岗位培训的管理	蒋瑞琪、王志成(315)
55. 中级技术培训几个问题的探讨	王作英(320)
编后	(324)

VI

市场调查预测与企业经营决策

范 敬 贵

市场预测与经营决策是现代企业经营管理核心工作的两个侧面。市场预测是为经营决策提供资料，经营决策则以市场预测资料作为依据。预测服务于决策，决策依赖于预测。

一、市场调查预测与企业经营决策的关系及其发展概况

市场调查的目的，是了解市场商品供求发展变化的历史和现状，并找出其发展变化的规律。而市场预测，则是在市场调查的基础上，运用科学的方法来测算一定时期内市场供求变化的趋势。因此，市场调查与市场预测是不可分割的。市场调查是市场预测的基础，没有市场调查提供的资料和市场信息，市场预测就会成为主观的猜测。故市场调查与预测都是人们认识客观世界的一种手段，都是为生产和流通部门进行经营决策和制定计划提供科学依据。

在社会主义商品经济条件下，作为独立生产者和经营者的企业，为了能使生产和经营适应市场的需要，必须要了解市场的变化，并要对本身发展的前景进行预先估计，然后方能决定所应采取的经营决策。否则，盲目地进行生产和经营，那就势必导致失败。以我厂为例，我厂是个有30年历史的老厂，长期以来，由于经营决策者只顾眼前，缺乏市场调查预测，一直是“想当然”、“凭经验”办事，所以，产品更新换代缓慢，研制项目、试制产品没有科学的依据，造成人、财、物的大量浪费，至今还是一个小型亏损企业。

市场调查预测由来已久，其萌芽可以追溯到 2000 多年前。

如古希腊哲学家塞利斯，曾运用天文气象知识，预见到当地的油橄榄生产将大获丰收，油业定会兴旺发达，便预先收买了附近两个城市的油场，垄断了榨油加工业。结果证明了他的预测是正确的。在我国的春秋战国时代，也有能够预测市场的大商人。孔子曾称赞他们对市场行情的估计是“九则屡中”。有关历史记载，计然和范蠡不仅善于进行市场预测，还善于根据市场变化作经营决策。他们根据农业生产的丰歉变化来预测市场物价的变动，提出了“旱则资舟”、“水则资车”的“待乏”原则，足见经商也要有预见性。

市场调查与预测成为一门科学并被广泛重视，则是在商品经济高度发展的资本主义社会才出现的。当市场成为资本主义经济发展的命根子后，生产能否适应市场不断变化的需要，就成了决定企业前途和命运的重要因素。因此，在剧烈竞争的市场条件下，能否搞好市场调查和预测，就成了企业能否生存与发展的重要前提。

在美国、日本等一些发达的资本主义国家里，早就有了专业的市场调查预测工作机构和中心。在我国，人们长期不重视市场调查预测，甚至把市场预测看作是资本主义的产物而加以否定。党的十一届三中全会以来，这种状况才有了较大的改变。随着我国商品经济的发展，市场调查与预测工作将越来越为人们所高度重视。我国的社会主义制度为开展市场调查预测提供了许多有利条件。首先，我们有马列主义、毛泽东思想为指导，它为我们开展市场调查预测提供了科学的世界观和方法论。其次，社会主义公有制决定了我国各经济部门、企业之间的根本利益是一致的，在国家统一领导下，能够互通市场情报，充分利用社会主义市场的有利条件，不断提高市场调查预测的准确性。

二、市场调查预测对我国社会主义经济发展的意义

1. 社会主义经济是在公有制基础上的有计划的商品经济。要做到以计划调节为主，就必须使计划符合客观经济规律的要

求，有科学性。搞好市场调查预测，是搞好计划工作的基础。

2. 社会主义生产的目的是，为了最大限度地满足社会成员日益增长的物质文化生活需要。要使生产符合人民的需要，就要对市场商品供求状况进行调查预测，及时地向生产部门提供市场信息，正确指导生产。因此，搞好市场调查预测，是正确指导生产、安排好市场的前提。

3. 搞好市场调查预测，是搞好工商企业经营管理的首要条件。因为只有预先掌握市场变化动态，才能正确地制定企业的生产经营计划，使产品适销对路，做到“以需定产”，合理地安排和使用企业的人力、物力和财力，增产节约，提高经济效益。

三、市场调查研究的任务、内容、类型、方法及程序

市场调查与研究是两个互相联系又互相区别的概念，是人们借以了解市场客观情况的两个不可分割的手段。它的基本任务，就是要找出市场发展变化的规律，作为人们行动的向导。具体地说，是为预测未来市场的变化，确定经营目标，制定工作计划，进行经营决策，及时解决市场营销活动中的供需矛盾，检查方针、政策、计划的执行情况和经营效果，提供科学依据。

市场调查研究的内容极为广泛而复杂，主要可分为宏观性市场环境 & 微观性市场专题调查研究两大类。宏观性市场环境调查研究的主要内容是：经济环境、自然地理环境、社会文化环境、政治环境等。微观性市场专题调查研究的主要内容有：商品调查、商品价格调查、消费需求调查、商品分配路线调查、市场竞争情况调查、经营效果调查，以及多种推销手段等专题调查。市场调查研究的类型，可根据市场调查研究的性质和目的不同，分为探测性、描述性、因果关系调查三种。根据调查研究的对象范围不同，又可分为普查、典型调查和个别调查三种。市场调查的基本方法，是通过各种方式系统地、大量地收集有关市场经营的数据和资料。按资料、数据的来源不同可分为第二手资料和第一手资料两类。第二手资料也称为次级资料或间接资料，主要指：

国家发布的有关国民经济发展计划、统计资料、政策法规、条例、规定等；公开刊物、报纸、杂志、图书、新闻报道、市场信息、调查报告、经济论述等；以及市场情报、信息机构的咨询，工商企业之间的情报交流，企业自身积累的记录、总结、统计资料等。对收集的资料应设专人负责整理、分类。第一手资料又称为原始资料或直接资料，这些资料的收集主要采用观察法、实验法、调查法进行，如召开顾客座谈讨论会和营业人员座谈讨论会，上门访问或电话询问用户，设计问卷调查，函件联系，业务记录等。要掌握各种方式的优缺点及其运用范围，达到资料收集的准确性。市场调研的程序可繁可简，不一定使用固定的模式。其简化的程序，可这样进行：首先确定调查研究的范围和目标，然后制定调查计划，按计划开展调查；接着整理资料，分析研究，最后提出调查报告。

四、市场预测的内容范围、步骤及其有效方法

市场是国民经济的综合反映。国民经济各部门的发展变化都会直接或间接通过市场反映出来。市场预测的内容范围极其广泛而复杂，其中核心问题是商品的供给与需求之间的互相关系。供求矛盾是市场的基本矛盾，它支配着每个从事商品生产和经营的企业活动。市场预测是围绕商品供求关系进行的，根据各个企业不同的预测目的和任务，可分为宏观预测和微观预测两大类。宏观预测主要是预测社会商品可供量与社会购买力之间的平衡情况及其发展变化趋势。而微观预测主要是预测具体商品的产、供、销发展变化情况以及未来可能达到的水平，其目的是为企业制定业务计划，确定经营决策提供依据。其步骤是：首先明确预测的目的和要求，搜集、整理调查资料，正确选择预测的方法，编制预测表，并估计预测误差，最后用实践来检验预测的结果，不断总结经验。市场预测的方法很多，常用的有：趋势及周期分析法，经济定额推算法，动态关系法，相关分析法，定性定量预测法，调查预测法，经验预测法等七种。进行预测时可以选用其中

的一种，也可以多种方法交叉运用，以达到市场预测的最佳效果。

五、企业如何进行经营决策

决策是企业经营管理的核心问题，关系一个企业的兴亡。决策可分为战略性决策与战术性决策两类。凡涉及企业的发展方向，经营范围，经营规模，投资方向，竞争目标，企业的基本经营方式，组织机构体制，人事规划和技术改革等重大问题的决策，都是战略性决策。凡属于战略性决策，一定要通过企业的长期规划或年度计划来体现。企业主要领导人的精力，应该着重放在规划未来、制定战略决策方面。战术性决策，其内容为规定企业经营活动所要达到的近期目标和实现目标所应采取的方法、步骤和措施。它主要是根据市场调查预测到的结果，结合企业的主客观条件，经过分析对比，选择最佳方法而作出的近期行动计划，它是企业计划管理的具体化。

企业经营决策的依据主要有三个方面：一是市场调查所取得的全部资料及预测的结果；二是靠党和国家的方针、政策、法令以及上级批准的计划；三是本单位的经营能力，购销网点的设置，厂房、设备、物质技术，仓储运输条件，资金周转及费用支出，人员数量和质量，本单位过去的经营能力以及可以发挥的最大经营能力等情况。上述情况是经营决策的基本依据，只有根据这些综合考虑，反复研究，才能作出比较正确的经营决策。

经营决策的内容范围包括整个企业的经营活动。工厂的产、供、销是经营决策的中心。其它一切都是围绕这个中心活动的需要来决定的。经营决策的基本要求，是在保证完成企业商品流通任务的前提下，以最少的劳动耗费取得最大的经济效益，保证再生产，发展经济，不断增加企业积累。所以，在决策之前，应该多设想几个方案抓住重点，认真进行分析比较，以利于最终选择最优方案。

在新的形势下，市场千变万化，加之企业内部改革尚不配套

等诸多因素的制约，企业要正确进行经营决策，还应注意以下几个问题：决策必须稳妥可靠，留有余地；决策的内容要具体、周密，便于贯彻执行；决策要尽量做到同职工见面，发动群众讨论，群策群力，使企业决策变为群众的自觉行动（保密决策除外）；同时要组织贯彻落实，及时检查总结，以使企业的经营决策水平在社会主义商品经济条件下，在瞬息万变、五光十色的市场竞争中不断提高。

作者简介

范敬贵，男，1954年生，中共党员，现任扬州市纺织专件厂、宝应阀门厂（两块牌子一套班子）厂长、助理经济师。社会兼职：扬州市苏北阀门工业联合公司（集团）董事、副总经理；扬州市科学器材公司业务经理。

谈谈怎样开拓市场

赵 国 卿

在社会主义商品经济日益发展的形势下，企业领导人都十分清楚：没有市场，就没有销售；没有销售，企业就没法生存，国家就不能发展。本文拟对如何开拓市场谈点意见，供企业领导参考。

一、开拓市场，必须首先搞好“感情投资”

大家知道，要建立一个市场是比较困难的，而要巩固占领一个市场就更不容易。因此，我认为要开拓市场，首先应该去“开拓”用户的感情；把工作做到用户的心里去，占领他们的感情。而要巩固市场，更必须下功夫去巩固与用户的感情。

1. 搞好“感情投资”，必须树立顾客至上，信誉第一的经营思想，凡事以“信”字当先。这是搞好感情投资的关键。

我们是社会主义企业，搞经营销售工作不能运用资本主义那一套，唯利是图，哄骗顾客，坑害群众。我们的宗旨是全心全意为人民服务。具体地说就是讲求实事求是，严格遵守职业道德，发扬“三不”精神：不哄、不骗、不吹牛。首先是对用户宣传本企业产品时，要实事求是，既要讲产品的优点，还要讲它的缺点和应注意的事项，要使用户在购买产品时心里踏实；其次是产品销出后，发现确因质量问题不能用时，要及时调换和退货，并赔偿因此而给用户造成的损失；再次是不要强行预收用户的资金，而应在解决了运输条件后再进行资金来往，以免用户猜疑；第四，因运输等原因发不了货的，在征得用户的意见后迅速处理占有资金，该退的及时退回。以上四条在经销中要形成一个规矩，坚持

下去，这样顾客就会越来越多，销售市场就会越来越大，越来越巩固，而且还会占领新的更大的市场。

2. 搞好“感情投资”，必须做好销前和售后的服务工作。这是建立感情的重要环节。

和用户签订合同，开票发货，看起来是一件十分简单的工作，其实是一件非常复杂、细致的工作。以签订合同为例，它可分为两大阶段：第一阶段是宣传、推销阶段，也叫售前阶段。完成第一阶段的任务有两种方法：一是走出去寻找用户朋友，二是请进来搞现场看货。两种方法均是一个目的：宣传本企业产品的性能、质量、用途和数量，热情接待每一个顾客，力争签订供货合同。第二阶段是呈报车皮，催要货款，及时发货，处理售后的遗留问题等，也叫售后阶段。搞好售后服务工作，是同用户建立长期业务往来的一项很重要的工作，决不能掉以轻心。为用户呈报车皮，履行合同，如遇到有的顾客接到车皮批复的通知后，又回电要求终止合同时，要多为用户着想。若是因产品质量、价格等原因引起的，应持谅解的态度。如果这个单位以后再来订货仍应热情接待，决不能因前事而冷落对方。另外，在业务往来中，一个非常棘手的问题就是处理差误。在销售发运工作中常易产生量的差误，而用户往往又要求索赔，供方在这时就应该冷静地坐下来分析事故原因，在处理时既要不违背政策，又要合情合理使双方满意。

总之，要经常不断地走出去，请进来，既要做好宣传，促销工作，更要重视售后服务环节，和用户建立起牢固的感情，取得用户的充分的信任，这样才能牢牢占领市场。

二、开拓市场，必须重视建立销售基地

开拓市场，必须实行面上的销售和点上的销售紧密结合的方针。在产品推销的第一个阶段，是企业找用户朋友、找市场的销售初级阶段。全面开花，开门就进，这是一切推销工作必须走的第一步。但是，市场之大，情况之复杂，竞争之激烈，使任

何一个企业都不可能做到面面俱到。特别是销售工作不能不受本企业产品适用范围和运输能力等条件的制约。因此，当产品逐步打开销路时，应该慎重地及时地针对本企业的条件有重点、有目的地培养和建立一定数量的销售基地，使销售渠道和销售量保持相对的稳定。在这一方面，我地区有个企业的经验教训是深刻的。1987年前，某小型钢厂生产量只有5000余吨，尽管该企业全年分派几路人马外出推销，其结果仍是月月库存降不下，年底库存仍占全年生产量的1/3，流动资金半年周转不了一次，全年最高利润超不过20万元。其主要原因就是推销产品时满天飞，没有一个牢固的基地，没有一个稳定的市场，致使每月销售计划没办法制定，车皮计划盲目上报。从1987年开始，这个厂总结了经验教训，采用了全面推销、重点销售的办法，先后建立了省、地、市、县四级销售基地16个，基本上实现了“旱涝保丰收”。现在这个厂年产量近4万吨，是以前的8倍，仅销售基地每年的接受量就在2.5万吨以上，做到月月无库存，季季无积压，流动资金周转天数缩短到30天。年税利600多万元。

在具体销售方法上，对点和面应根据不同情况区别对待。比如，在资金上，要采取较灵活的办法。面上的销售是不见款不付货；基地的销售，原则上讲也是先付款后发货。但是有时基地用户的资金一时有困难，而企业又要保计划，保车皮，此时就不能生搬硬套，也可以采取灵活方式，先发货，后付款；或在价格上适当让利于基地等等。

总之，任何一个企业，只要它拥有一个稳定的市场，并能经常开拓新的市场，该企业的生产和经营就会蒸蒸日上。

作者简介

赵国卿，男，1942年生，1959年参加工作。1969年以前一直从事行政、政法工作。1977年前在原河南省新乡地区纺织品站和原济源工区商业局负责业务经营工作。现在焦作市第一轧钢厂负责产成品的销售工作。

企业增强后劲在于抓好技术 改造和技术进步

栗 从 斌

党的十一届三中全会以来，为使企业充满活力和后劲，许多企业为之进行了大胆的探索和尝试。我认为：要增强企业的活力和后劲，一个最重要的因素，就是要抓好企业的技术改造和技术进步。我厂在这方面是深有体会的。

我们厂建于1975年。从建厂到1983年的9年间，由于生产设备陈旧，生产出的瓷用花纸质量差，成本高，导致效益低下。以1983年为例，当时年产量仅有20多万张，可产品仍卖不出去，连工资都发不出，职工每日只领0.7元的生活费，生产难以为继，企业濒临破产。1984年新的领导班子临危受命。面对企业的困境，他们首先分析了当时的市场行情：既然日用瓷品在市场上销售量日益增长，那么瓷用花纸的需求量也必然是可观的。因为日用瓷品总要用花纸来装饰。为什么我厂的瓷用花纸销不出去呢？经分析认识到：主要原因是设备陈旧，技术力量薄弱，难以生产受欢迎的瓷用花纸，吸引不住用户和外商。于是领导层果断决策，把技术改造和技术引进工作，当作提高产品质量的有效途径来抓。1984年自筹和贷款198.6万元，从日本引进了具有80年代水平的电子分色机、连晒机、丝网印刷机等成套设备。与此同时，大力开展了技术培训，企业的转机从此开始了。设备的更新，技术的进步，不仅使企业生产走向正常，而且多项经济技术指标与改造前相比增长了2至3倍，其中产量由以前的400万张增加到1987年的812.25万张，产值由216.85万元增加到477.37万元，利润由72.12万元增加到101.69万元。由于产品品种多，花

样新，档次高，吸引了众多的用户和外商纷纷上门订货，初次显露出销量大于产量的好势头；特别是丝网花纸的生产使企业的效益有了较大的提高。随着国内、国际市场的急剧变化，用户和外商的兴趣，也从原来的平印花纸装饰方面转向丝网花纸装饰方面，使得我厂生产的丝网花纸出现了供不应求的矛盾。尽管企业向内挖潜，增加定额，开足三班，还是满足不了用户和外商的需求。告急的电传、电报、电话以及上门询问交货时间者一天多于一。于是我厂又于1987年初自筹、贷款100万元，购置了两台丝网印刷机，使丝网花纸日产量由原来的25万张增加到45万张，产品的内在质量与外观质量也有了显著提高，不仅满足了市场的急需，而且还提高了企业的知名度。目前我厂生产的瓷用花纸已畅销全国14个省、区100多个厂家，部分瓷用花纸甚至列为用户和外商的专用花纸。

一个企业如果单靠引进先进的技术设备，而不注重提高企业内部职工的技术水平和管理水平，即使设备再先进，也是很难在竞争中取胜的。只有一流的技术，一流的管理，才能使企业为社会、为用户、为外商提供更多、更好的适销对路的产品，使企业经济效益和社会效益双丰收。我厂几年来的实践充分证明了这一点。在引进先进设备、进行技术改造和技术更新的同时，重视企业管理水平的提高，特别是注重培训和提高企业职工的技术水平和管理水平。为了充分调动和发挥专业技术人员及广大职工的积极性、主动性和创造性，工厂首先成立了新产品开发部和美术设计室，根据市场的需求，研制适销对路的新产品。继创出青花花纸之后，又创出玻璃花纸和具有国内一流水平的100线丝网挂网花纸，经过省和部级鉴定，分别荣获了省科技一等奖和轻工业部科技三等奖。为了培养更多的适应瓷用花纸印刷行业发展要求的专业技术人员，几年来我厂先后输送了15名同志到大专院校定向学习。与此同时，为了提高企业全体职工的技术业务素质、操作水平以及管理水平，根据本厂的特点和实际，我厂培训部门先后

开办化学、印刷专业知识、企业管理和现代化管理培训班，职工受教育面达90%以上。

对于为企业作出较大贡献的专业技术人员，给予一定的政治待遇和相应的物资奖励，也是增强企业凝聚力不可忽视的重要环节。我厂实验室等科技人员研制100线丝网挂网花纸成功后，省科委奖给我厂2000元奖金，厂部决定按贡献大小，全部奖给有功人员。在定向学习和培养专业人才方面，我厂还制定了培训规划和奖励方案，并积极引导青年工人学技术，学管理；对技术进步快，并在实际工作中做出成绩的青年工人，则通过评先进，选模范、上光荣榜、晋升工资和浮动升级等形式予以鼓励。在岗的机长和关键岗位上的技术尖子基本上都晋升了一级工资。特别是1973年进厂的修版工人赵凤芹同志，修版技术超群，经她制作的周总理画像，邓小平与包玉刚画像，宋庆龄结婚照画像等挂盘花纸，都受到中央、省、市级领导同志的好评和海内外朋友的欢迎。为此，厂里及时对她进行了奖励，1984年晋升一级工资，1987年在调整工资的基础上又浮动了半级工资。

综上所述，在企业林立、产品竞争激烈的当今时代，一个企业要生存和发展，就必须增强企业内部的活力和后劲。而增强企业内部活力和后劲，必须要搞好企业的技术改造和技术进步，注重智力投资。企业的领导对此必须予以高度重视。

作者简介

栗从斌，男，1946年生，中共党员，经济师，现任邯郸市第三瓷厂副厂长，主管全厂的经营工作。曾撰写《浅论工业企业流动资金紧缺的原因及对策》一文，参加1989年《中原经济信息报》举办的经济论文比赛，获三等奖；并先后在企业报发表数篇经济论文。