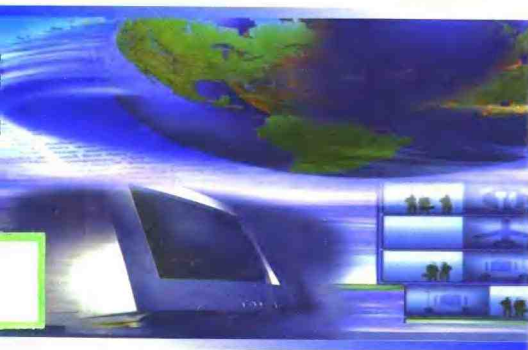


顾问 吕政 金碚 郑海航

管理与改革纵横谈

主编 靳绥东 赵振祥 吴晓君



经济管理出版社

管理与改革纵横谈

主 编 靳绥东 赵振祥 吴晓君
副主编 孙小宝 刘爱忠 姜现钊
孙满长 王翠平 刘英贤



3 0065 0083 3

经济管理出版社

责任编辑 郑国栋 孟书梅
版式设计 蒋 方
责任校对 郭虹生

图书在版编目(CIP)数据

管理与改革纵横谈/靳绥东等主编. —北京:经济管理出版社,
1998.9

ISBN 7-80118-696-6

I. 管… II. 靳… III. ①经济管理—研究—中国—文集②经济
体制改革—研究—中国—文集 IV. F121-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 25504 号

管理与改革纵横谈

主 编 靳绥东 赵振祥 吴晓君
副主编 孙小宝 刘爱忠 姜现利
孙满长 王翠平 刘英贤

出版:经济管理出版社

(北京市新街口六条红园胡同 8 号 邮编:100035)

发行:经济管理出版社总发行 全国各地新华书店经销

印刷:北京市博雅印刷厂

850×1168 毫米 1/32 16.25 印张 410 千字
1998 年 9 月第 1 版 1998 年 9 月北京第 1 次印刷
印数:1—2050 册

ISBN 7-80118-696-6/F·660

定价:38.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

(凡购本社图书,如有印装错误,由本社发行部负责调换。
地址:北京阜外月坛北小街 2 号 邮编:100836)

管理與改革縱橫談

袁寶華題



编 者 的 话

本书是中国社会科学院研究生院研究生课程班的研究生在理论学习期间,紧密结合本人的工作实践完成的论文。由于篇幅限制,对有的长篇论文忍痛割爱,进行了较多删节,可能对论述的系统性有一定影响,请读者和作者给予理解。

本书的执行主编是王翠平、刘英贤同志。参加编辑工作的编委会委员是王平、李多、陈莉、王薇、郑开、雷志、王勇、张清学、张灿森、张硕岭、张安顺、李卫东、李世俊、裴向东、阎七一、寇绍国、刘海洲、王晓平、陈灵予、王弘道、朱新生、刘腾、崔正明、崔建光、蔡建生、牛大伟、刘耀东、王淑平、周相东、陈丽丽、杨宏杰、赵珊、程建功、贾国玺、张利民、余洁、刘海川、白高旻、李彦军、韩爱勤、王万鹏、李志军、乔清周等同志。

在编辑中,错误和不当之处在所难免,诚请读者批评指正。

序

中国社会科学院研究生院副院长 陈东琪

本书以“管理”和“改革”为主题，进行“纵横谈”，足见策划者和作者视野之广、之大。事实上，“管理”和“改革”是政府和企业有效运行的两个轮子，缺一不可。譬如企业，同是国有，就是因为管理的模式和水平不同，结果是有的盈利，有的亏损，有的高速发展，有的濒临破产。另一方面，企业改革对搞好企业至关重要。经验证明，没有制度创新，不重建政企关系，在产权和权责模糊的条件下单讲管理，还是解决不了企业、员工因激励和竞争不足带来的一系列问题。最近两年，我跑了几十个企业，发现有的国有企业设备和管理水平不比私人企业差，但效益不如人家好，一个重要原因是制度太死，不灵活，没有来自产权约束的责任和利益对称机制，有的总经理的观念是：反正产权不是我的，也没有股东监督，亏损几千万有政府来解决，更不关心企业的长期发展。因此，以“改制、改组、改造”为基本内容的制度创新式改革，对于国有企业是尤其重要的。这样看来，企业特别是现行国有企业，也要“两手抓”：一手抓改革，一手抓管理。只有将改革和管理结合起来了，企业才能在激烈的市场竞争中制胜。从这个方面看，《管理与改革纵横谈》的选题和书名很有意义。

读者面前的这本书,以企业发展为中心。七篇中,前三篇分别以“市场经济”、“宏观调控”和“社会保障”为题,着重研究企业发展的外部环境;中间三篇分别以“企业管理”、“企业改革”和“企业文化与以人为本管理”为题,集中分析企业运行和发展本身所触及到的问题;最后一篇以“行业、区域经济”为题,实际上是讨论与企业有关的产业和区域经济管理中的问题,基本结构有较强的逻辑性,不是一般的论文集。

本书作者皆为我们中国社会科学院研究生院研究生课程班的毕业生,他们中,有的是企业家,有的为官从政,有的搞教学研究,职业不同,但有一个共同的兴趣,这就是非常关注国家的发展,人民的幸福。他们的共同特点是对中国经济发展有实感,对国民经济运行中的矛盾,企业发展中的问题,有独到的认识和理解。各个选题,均与作者自身熟悉的领域有关,所以行文不空不泛,有血有肉。由此,我想到我们的经济学,它今后发展的路径,应该是更切近现实,更具有应用性。我们的经济学家,应该更多了解经济发展的最新情况,应该有更多的实感,要不,你就会被实践所抛弃了。经济学家研究改革,是不是也有一个“改革”经济学家自己的问题呢?是不是也有一个如何将自己的时间、自己的智慧、自己的知识,“管理”得更有效,更为国、于民有用呢?

要说的话很多,为不喧宾夺主,读者还是听本书作者如何纵谈管理和改革吧!

1998年9月6日于北京

目 录

市场经济篇

推行代理配送制是市场经济发展的必然趋势·····	赵振祥(2)
市场经济呼唤中介组织·····	朱新生(7)
郑州专业批发市场发展初探·····	孙满长(11)
加强商业秘密保护的法律思考·····	张利民(17)
市场竞争中信息的有效开发与利用·····	李卫东(22)
国有资产流失简析·····	孙小宝(27)
投资于产权交易是现时与未来的投资热点·····	陈灵予(32)
对发展我国资本市场的探讨·····	裴向东(37)
大胆发展股份合作经济·····	张灿森(43)
关于市场经济中银行决策的科学化·····	罗俊杰(47)
认识消费需求,把握市场机遇·····	王淑平(52)
关于医院适应社会主义市场经济的思考·····	冯红岩(56)
关于郑州市引进外资的探讨·····	董彦臣(61)
从粮食商品的特殊性看郑州市粮食工作·····	周全中(65)
打破小生产习惯势力的束缚,促进市场经济的发展··	刘耀东(70)

宏观调控篇

对政府缺陷的理论分析和政府机构改革的设想·····	李志军(76)
财政政策和货币政策协调配合研究·····	赵 珩(81)
论中央银行金融监管的创新·····	李海珍(86)

对国有商业银行实现经济增长方式转变的思考	张碩岭(91)
国有商业银行支持国有企业资产重组的难点	

及对策	刘 腾(96)
我国银行信贷风险形成的原因及对策	张安顺(101)
浅谈如何塑造新型银企关系	冯 涛(107)
我国股市监管中面临的问题与对策	郭永峰(110)
社会主义市场经济下宏观调控的重要性	罗中玉(115)
应利用有利时机大量借入美元,放出人民币	王军剑(119)
试论技术监督的强化	王俊英(124)
强化税务稽查的意义与对策	李 珂(129)
试论当今世界经济发展的基本特点和趋势	张釜铭(132)
论国家经济力量对世界格局的作用	牛大伟(137)

社会保障篇

养老保险中一个亟待突破的误区	蔡建生(144)
浅谈如何加强保险监管的力度	周 丽(149)
建立我国社会保险制度的设想	余 洁(153)
试论我国社会保障制度	王 平(158)
对郑州市建立最低生活保障线制度的思考	张廷明(163)
完善和强化社会保障制度的思考	崔建光(168)
我国失业、再就业的特点及对策	王弘道(173)
再就业工程面临的问题及其对策	王盘富(179)

企业管理篇

经营战略是企业管理之纲	张清学(186)
从考核指标看国有企业的经营目标	李 多(191)
企业战略取向探析	薛显伟(197)
工商企业经营的战略目标及其确定	周国建(203)
市场信息的搜集与分析	王翠平(207)

我国名牌的发展现状及对策·····	郑 开(213)
物资流通企业重塑自我之管见·····	王文平(218)
企业技术竞争行为的区分与策略选择·····	王晓平(222)
让顾客满意:企业竞争中的制胜法宝·····	程建功(228)
了解竞争对手是当今企业市场营销的关键·····	乔 华(234)
企业成本管理的新思路·····	赵铭琪(239)
市场经济条件下外贸企业的规模经营·····	胡 斌(244)
跨国公司对市场经济发展的作用·····	陈 娟(248)
企业高技术发展战略模式浅析·····	刘海洲(252)
信息革命与我国大型企业信息化·····	葛 惊(257)
重视产品开发,提高经济效益·····	张 黎 高大成(261)
建设企业技术中心的难点分析·····	寇绍国(267)
企业资本运营的作用和思路·····	张晓蕾(272)

企业改革篇

对进一步放开搞活国有小企业的思考·····	靳绥东(278)
市场经济条件下国有企业功能的定位·····	崔正明(283)
国有大中型企业面临问题及对策·····	纪优良(288)
论国有企业改革与产权制度改革·····	李峻峰(293)
建立多样化企业监督约束机制·····	韩爱勤(298)
建立现代企业制度是国有企业改革的方向·····	周相东(303)
建立有效的约束机制·····	姜现钊(307)
国有资产优化组合的必要性和必然性·····	李世俊(311)
论新形势下的企业党建工作·····	辛绍河(316)
关于职业技能培训工作的思考·····	程 晖(321)
现代企业人事管理体制改革的探讨·····	聂 琼(324)
企业人员失业安置问题探讨·····	吴志勇(330)
对实施“两权分离”、“抓大放小”方略的再认识·····	马少钧(335)
建立企业家队伍亟待做好的工作·····	朱书新(341)

对放活中小企业的探讨·····	马少林(346)
实施资本运营,优化资本结构·····	刘保章(351)
现代企业制度与党组织建设·····	陈 莉(355)
加强国有企业无形资产管理的对策思考·····	韩新峰(360)
广告公司的自身定位及其计划管理·····	李 冰(364)
企业会计工作质量下降原因及提高对策·····	任 剑(371)
浅析从企业资金运用看企业经营管理·····	李 彤(375)
企业的市场竞争策略·····	夏祖昌(381)
对旅馆业经营与管理的探讨·····	张淑英(386)
企业偿债能力指标的考察分析·····	高书钦(392)
成功经营企业的四大支柱·····	郭万全(398)

企业文化与人本管理篇

论整体性人才资源开发·····	阎七一(404)
试论企业文化的要素、结构和形态·····	骆晓明(411)
对企业非正式群体的引导与利用·····	王 勇(416)
论企业文化的调整与重塑·····	白高旻(421)
企业领导与企业文化·····	刘爱忠(426)
浅谈企业科技人才的培养与使用·····	吴西峰(431)
树立有中国特色的企业形象·····	石凤英(434)
关于企业管理干部的思想素质·····	刘英贤(439)
领导人气质与传统道德观念·····	郭 伟(444)
马克思主义与中华民族传统文化的结合·····	刘为伶(448)
儒学品德观在现代化事业中的地位·····	牛俊伟(452)
思想政治工作与现代企业管理·····	李彦军(457)

行业、区域经济篇

郑州市物业管理的问题与对策建议·····	吴晓君(464)
论区域经济可持续发展的规划及总体设计·····	刘海川(469)

论区域工业经济的可持续发展·····	雷 志(474)
轻工业发展中面临的问题与对策·····	王 薇(480)
以十五大精神为指导,全面深化卫生体制改革 ·····	王万鹏(486)
营销学在饭店业的应用与发展·····	陈丽丽(491)
努力实现粮食经营的扭亏增盈·····	杨宏杰(496)
发掘我国饲料资源,建立发达的中国畜牧业 ·····	符建伟(501)

市场经济篇

推行代理配送制是市场经济发展的必然趋势

赵振祥



赵振祥 男,1956年生,现任河南省塑料工业公司总经理、高级经济师,曾在《解放军报》、《河南日报》、《四川日报》等报刊杂志发表文章100余篇。曾主持完成国家攻关项目两个,获河南省科技进步奖、新产品开发奖。

现代市场经济对流通体制的要求,是要尽可能减少流通环节,降低流通费用,提高流通效率,实现社会资源的优化配置。代理配送制是社会化大生产的产物,是市场经济发展的必然结果。代理配送制作为重要的流通组织形式和市场营销方式,它以市场组织化程度高、规模化经营的优势,有机地联结生产和消费,对生产和流通都有着直接的导向作用。

一、我国实行代理制的现状

代理(又称委托),原是一种法律概念,是指代理人在代理权限内以被代理人的名义进行的民事活动。由此产生的权利和义务直接对被代理人发生效力。代理活动虽然早就存在,但完全进入商业领域并形成代理制却是在19世纪初的美国。从严格定义上讲,当时的代理只是简单的商务代理,还只是一种商品供销形式。经过

100 多年的发展,商务代理已形成为代理制。目前,比较权威的概念认为,代理制是一种流通体制,是由商流、物流和信息流共同组成的商品流通系统,它以商务代理为主线,通过优质的服务、低廉的费用、最短的时间和高效的供销完成商品流通。国外一些市场经济比较发达的国家,代理制很活跃。如在美国,其全社会商品批发总额中 80% 多是通过代理商进行的。

代理制在我国并不是个完全陌生的概念,以往流通企业曾开展过的委托代购、代销、代加工、代储、代托运以及寄信等皆可归入代理制范围。但由于种种原因,代理制无论在理论上还是实践中,长期未受到应有的重视。在我国经济体制加速向社会主义市场经济过渡的新形势下,流通体制已不适应市场经济的要求,所产生的矛盾日益暴露出来。从市场经济的发展规律看,流通部门实行代理制是社会化大流通的必然发展方向。我国 1993 年开始进行生产资料配送制试点,配送中心已在连锁商业中发展起来。1995 年以来,国家又在 100 多家生产企业和流通企业进行了钢材、汽车两大品种的代理制试点,经过几年的实践,试点工作取得了明显进展,试点流通企业基本完成了全年的代理协议量,钢材代理业务实现了总体盈利 5 300 多万元,汽车代理业务无一亏损。

二、代理制的优越性

代理制之所以成为世界各市场经济国家普遍采用的流通方式,是因为它最大限度地照顾了生产企业、流通企业、用户各方的利益,形成了一个共存共荣的利益共同体,充分体现了公平、效率的原则,能够在市场竞争中处于有利地位。以代理关系取代买断关系,不仅是流通方式的重大改革,也是产销关系的根本变革,对整个国民经济都会产生影响。

(一)有利于理顺工商关系

传统的购进买断关系是一种单纯的买卖关系,流通企业往往会受到哄抬物价的指责。代理制与买断制的最大区别在于:①商品

售价基本由生产企业确定,以利于生产企业按照市场供求情况及时调整价格。②商品在售出以前所有权归生产企业所有,售出后归用户所有,流通企业不直接承担商品滞销的市场风险,推销不出去时只是在佣金和代理费上受到损失。③流通企业是为生产企业和用户的商品生产和再生产过程服务的,两者利益一致或趋同。这就使几十年没有解决的工商矛盾得以理顺。

(二)有利于稳定供销渠道

买断关系中,生产和市场隔离,是有什么材料订什么货,往往产销不对路,造成部分产品紧俏,部分产品又大量积压的矛盾局面。代理制实行的是先订货后生产,是市场牵着生产走,流通企业需要什么生产厂家就安排什么,以需定产,保持供求平衡,减少生产的盲目性。而且,代理制还避免了流通企业过去那种哪里产品紧俏,哪里有利可图就往哪里去,生产企业则好销就自己销,不好销就推给流通企业的状况。代理关系中,经销商(流通企业)与生产企业构成一个利益共同体,都是为了尽快实现商品的价值和使用价值,经销商尽其所能推销更多的商品,以获得更多的佣金和代理费,与生产企业具有一致的目标,由此形成长期稳定的供销渠道。

(三)有利于现代企业的合理分工

流通从生产中分离出来是社会化大生产的需要,可以发挥专业流通部门信息灵、信誉好、具有专门人才和物流设施的优势,以服务为己任,在面向市场中提高服务的质量水准。生产企业则从销售的困境中解脱出来,把精力集中放在技术改造,新品开发,提高产品质量,设备更新和产品结构改造等方面。无须花费大量人力、物力、财力,在比较陌生的流通领域中去面对千家万户搞直销。由于企业分工合理,也最大限度地降低了流通费用,提高了流通效率。代理制中,遵循最直接、最方便、最快捷地将商品由生产企业送达用户的原则,迫使流通企业尽可能地降低费用,提高效率。同时,代理并不排斥生产企业进行直销,对于专用商品和需求大宗大量的用户,生产企业直达供货不仅是可行的,而且是合理的。

(四)有利于开拓新市场

随着运输和通讯的发展,产品的销售范围已走出产区走向全国乃至世界。因此开发新市场已成为现代营销的重要内容。生产企业在开发新市场时将会遇到两个难题:其一,对当地市场情况不熟悉,无法确知产品在当地的销售情况;其二,在当地建立新的营销渠道,费用高,风险大。而这些问题代理企业都很容易解决。对代理企业来说,生产企业的产品在当地市场也是个未知数,也不愿冒占压库存的风险,更情愿采用代理的方式。在当代发达国家中,尤其在进进行国际贸易中采用代理制形式开发新市场,已成为现代市场营销学的成功经验。

(五)有利于形成良好的商业信用关系

当前不履行合同、拖欠货款的事情已成为家常便饭;经营活动中坑、蒙、拐、骗的现象也时有发生。面对这些挑战,有时法律也显得苍白无力,而建立以代理制为核心的新的流通体制,将有助于克服这些弊端。实行代理制后,生产企业不直接与大量分散的用户打交道,代理商与生产企业有长期合作的代理协议,彼此都十分了解,可以较好地避免相互拖欠,甚至货、款被骗的情况发生。生产企业与流通企业以共同的经济利益为基础,从而形成良好的商业信用关系。

(六)有利于社会平均利润率的形成

传统买断的流通方式,不能形成社会平均利润率,流通企业可以依靠差价和涨价两种手段获得较高的利润;相反在计划取消、经济平稳发展的条件下,却无利可图,显得束手无策。前者使各行各业对流通趋之若鹜,全民皆商;后者将导致现有流通体系的消亡。不管是暴利还是无利,对整个国民经济的发展都是不利的,也不符合市场经济的要求。实行代理制,使生产利润和流通利润能进行合理分配,有利于社会平均利润率的形成,从而有利于国民经济的平稳发展。

(七)有利于稳定物价