



中国特色 社会主义文库

吴树青 主 编
赵 曜



团结出版社

中国特色社会主义文库

下

团结出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国特色社会主义文库 / 吴树青, 赵曜主编. - 北京:
团结出版社, 1997. 4
ISBN 7-80130-105-6

I. 中… II. ①吴… ②赵… III. 社会主义建设
模式-中国-文库 IV. D61

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 05975 号

责任编辑 唐得阳
装帧设计 张文涛

团结出版社出版 (北京市东城区东皇城根南街 84 号, 邮编 100006)
北京时事印刷厂印刷
新华书店北京发行所发行
1997 年 7 月 (16 开) 第一版 1997 年 7 月第一次印刷
字数: 9236 千字 印张: 255 印数: 6000
ISBN7-80130-105-6/D·3

定价: 695.00 元 (上、下册)

(版权所有 翻印必究)

论我国市场经济条件下市场竞争的主要形式

时庆祝

一、关于市场竞争的三种形式

市场经济是一种竞争性的经济。竞争是市场经济内在的固有的属性,没有竞争的市场经济是不存在的。竞争是市场经济发展的支柱,是市场经济取得效率的基本条件,是推动社会发展的进步因素,它为经济带来活力和效益。

市场竞争有多种类型,西方经济学家把市场竞争概括为三种形式,即完全竞争、完全垄断和垄断性竞争。

1. 完全竞争。它是指不受任何阻碍和干扰的自由竞争市场状态,也称为纯粹竞争,它比较突出地反映了亚当·斯密“看不见的手”的作用。

2. 完全垄断。它是指在一定市场区域内完全由一家厂商所控制或某种产品由一家厂商单一供应的市场状态,也叫独占、纯粹垄断或独家企业垄断。

3. 垄断性竞争。它是指不同企业不同产品之间的市场竞争状态,也叫不完全竞争。包括完全竞争和完全垄断两种性质的市场情况或处于完全竞争和完全垄断之间的一种市场情况。

在上述市场竞争的三种形式中,完全竞争是市场竞争的独特形式,它充分反映了自由竞争的特点,但它更多地是表现规模很小的企业生产,不能实现大规模的生产经济性,也不能完全反映市场竞争情况,即价格竞争之外的非价格竞争。完全垄断的情况在现实经济生活中是极其少见的,只在一些工业部门中可以看到具有独占行为的垄断企业(自然垄断),但其垄断权力的行为都是与消费者最佳利益相对抗的。因此,需要政府出面采取若干措施加以干预和调节,创造一种可行的竞争环境,健全市场机制,加强竞争,削减垄断。垄断性竞争是现代市场经济中的主要表现,它是一种垄断条件下的不完全竞争,但竞争是基本的。垄断性竞争是一种可行的竞争形式,企业较有能力进行革新,进一步推动生产的发展,并可获得更多的规模收益。

二、我国市场竞争的主要形式

我国市场竞争的主要形式是不完全竞争,即垄断性竞争。但这种竞争形式与西方经济学家所解释的垄断性竞争有不同的特点,这是由我国的社会主义市场经济性质决定的。

我国社会主义市场经济是以社会主义公有制为基础的,它不但具有市场经济的一般特征,而且具有自己的特点,即市场主体不是一般的私人企业,而是以公有制企业为主,其他所有制企业以及私人并存;市场主体财产以国有为主,集体和私有并存;企业之间的合同关系,以横向关系为主,国家与企业之间的纵向关系并存;注意加强市场的统一性、自由化和竞争化,反对地方保护主义、行业封锁、行政隶属关系和行政垄断,充分发挥政府对市场活动的适度干预和法制上的积极主导作用。

我国的市场竞争具有一般市场竞争的共同特征,如所有参与市场活动的主体都按照公平、规范、统一的市场规则,独立、自由、平等地参与市场竞争,国家通过产业政策和其他有关宏观调控政策,并利用经济、行政和法律手段保证市场竞争的公开、公平和公正。但是,在我国社会主义市场经济条件下,市场竞争又有自己特殊的形式,这种竞争的形式具有以下特点:(1) 竞争主体多元化。我国市场竞争的主体,既有国有企业、集体企业和其他所有制企业,又有个体工商户;既存在国有企业之间的竞争,又存在国有企业与其他所有制企业和私人之间的竞争,也存在其他所有制企业内部和私人之间的竞争,但以国有企业之间的竞争为主;既有垄断企业之间的竞争,又有垄断企业与非垄断企业之间以及非垄断企业之间的竞争。(2) 竞争形式多样化。我国市场竞争的形式复杂,呈多样化趋势。既有完全竞争,又有不完全竞争,也就是既有自由竞争,又有垄断性竞争;在产品销售上,既存在价格竞争,又存在非价格的产品质量、技术、销售、服务、商标等方面的竞争。我国企业有大小之分,中小企业数量大大超过大型企业,为数众多的中小企业之间的竞争是自由竞争,而主要是在价格方面的竞争;大型企业或企业集团,虽然数量少,但规模大,经济实力雄厚,垄断了某些产品生产和销售,它们之间的竞争是垄断竞争,而与中小企业之间的竞争是垄断与非垄断竞争。(3) 竞争手段公平化。凡进入市场的所有企业,都是平等的竞争者,任何企业都没有商品生产和经营以外的特权,不允许对市场信号加以干扰。既反对不公平竞争,也反对限制竞争。竞争者之间要受法律和法规的约束,竞争双方或各方都要以产品价格、质量、技术、服务、广告等手段开展公平竞争,实现优胜劣汰。(4) 竞争行为适度化。我国市场竞争以国有企业为主,它们之间的竞争必

须是适度的，与其他企业之间的竞争也应该是适度的。因为过度竞争与缺乏竞争一样，会造成资源的浪费，阻碍各种经济成份的共同发展。过分追求竞争的结果，会引起市场的不稳定，规模不经济，国际竞争力削弱。因此，必须用法律和市场规则来规范各种竞争行为，建立公平合理的竞争秩序。(5) 竞争政策目标化。我国竞争政策的目标应是为了保障市场主体享有营业自由、契约自由、择业自由、投资自由（在国家允许的范围内）和生产要素流动自由，提供竞争的条件和环境，维护竞争秩序，提高竞争效率，保持经济活力。

三、鼓励竞争、限制垄断是我国市场竞争的重要特征

在我国社会主义市场经济条件下，应当鼓励市场竞争，不能限制市场竞争。特别是在我国市场经济处于建立的初始阶段，更是如此。

为了鼓励竞争，必须反对两种行为：一是不公平竞争；二是限制竞争。在我国市场竞争中，不公平竞争行为或不正当竞争行为是大量存在的。(1) 假冒伪劣。即伪造假名优产品（包括假商标、假包装）、假技术、假广告、欺骗消费者，排挤名优产品的企业。(2) 商业贿赂。即通过贿赂或回扣等形式赠送企业产品和纪念品取得优势。(3) 权力经商。即有些官办“三无”公司，凭借权力进行专项垄断，转手倒卖紧俏商品，甚至霸占商场；有些公用企业，利用其独占地位，进行强制交易等。(4) 地方保护主义和部门保护主义。即有些地方政府和主管部门采取种种手段限制外地商品流入，以优惠政策、“封官进爵”禁止或限制本地区、本部门产品流出。造成地区、部门市场壁垒，信息不通，货流不畅，劣货充斥。(5) 商业间谍。即有的企业不择手段，利用高额报酬雇佣、招聘、收买另一个企业的技术人员、经销人员，盗取企业重大机密、商业秘密、科研成果、专利技术，以挤跨竞争对手。(6) 欺骗性交易。即通过违法的巨奖销售、多层次经销活动、大拍卖、降价处理等手段，谋取暴利，坑害消费者，排挤竞争对手。这些不公平竞争行为，既损害广大消费者和诚实的生产者经营者的利益，也严重破坏市场公平竞争的秩序，阻碍市场经济的正常运行和社会生产力的发展，必须坚决反对和制止。

在我国市场竞争中，限制竞争的行为也是大量存在的。反对限制竞争，也就是限制垄断。垄断是在竞争的基础上产生的，而垄断又是为了排斥和限制竞争。因此，鼓励竞争必须限制垄断。限制垄断并不是限制所有的垄断。限制垄断，主要是限制行政性垄断。因为这种垄断把行政权力带进了市场，助长了地方和部门保护主义，造成部门或地方之间封锁，割断它们之间的市场联系和交往，阻碍全国统一市场的形成，也妨碍企业自主权发挥，不利于企业公平竞争。另外，这种垄断会制约市场竞争机制发挥作用，推动价格上涨，助长假冒伪劣产品的泛滥和投机、暴利行为，降低资源优化配置效益，影响企业的正常生产经营活动。对经济性垄断，要区别情况，不能一律限制。限制和控制的只是那些过度合并、兼并和集中，企图凭借经济实力控制和独占市场，影响公平竞争的垄断行为。

（作者系山东省烟台大学财经系主任、副教授）

公司制改造为什么这样艰难

路光前

去年以来，国有企业的公司制改造进展不大，其原因是多方面的，我认为主要原因在于认识上，对产权改革有误解；实践中，既得利益者不愿放弃既得利益，阻挠了改革。这两方面问题不解决，公司制改造就难以执行。

党的十四届三中全会把现代企业制度的基本特征概括为四句话：产权清晰，责权明确，政企分工，管理科学。分析我国国有企业的历史和现状，问题的主要根源在于产权模糊，根治的办法首先是产权清晰化。产权问题回避不得，淡化不得，否则，其它措施都只能是治标而不治本，国有企业改革的僵局就不能打破。目前有些人特别是一些领导干部，一听说公司制改造要进行产权改革就惊慌，就回避，害怕私有化。这是传统认识偏见所造成的一种误解。在传统认识中，产权和所有权被当作同一范畴，而讲所有权，又仅限于财产归谁所有，所以，在一些人看来，似乎改革产权，就是改变所有制性质，就是改掉公有制，就是私有化。

从理论上说，产权主要是指1体现某种所有制形式经济价值的权利组合，它与所有制、所有权既有联系，又有区别，不能混同。一般地说，一种所有权，包括归属权、占有权、支配权、受益权和外分权等多层次内容，各层次权利又可通过多种具体方式去表现。因而，产权改革是对一种所有制内部权利组合的重新选择或调整。它的重点是研究资产作为生产条件怎样组合而有效能，能够创造最大经济价值，即达到效益最大化。科斯产权理论把产权看作是一个结构问题，不是一个单纯的权利，讲的是“一来”权利，即多种权利的组合，超出了传统意义上

的最终归属的单一性。侧重于产权结构与经济效率之间的联系和分析,研究怎样的产权效率水平最高。正因为如此,西方国家重视产权改革研究,它们不是要改变私有制,而是要建立一种具有较高经济价值的产权形式。他们时而实行国有化政策,时而掀起非国有化浪潮,国家所有,合作经济的地位越来越重要,但并没有因此而改变社会性质。同样,我们研究国有经济产权要改革,目的也在于提高公有制的产权效益,而不是要私有化。因此,在如何看待产权改革上,我们必须从传统的抽象确定姓“资”姓“社”的观念中解脱出来,致力于为提高国有资产实际的效益而选择一个好的产权模式的探讨和研究。

从现状看,截至1993年底,我国国有资产为34950亿元。其中经营性国有资产占74.5%,即26037.75亿元。国有资产负债率为74.3%。94年末,城乡居民储蓄存款余额为21518.8亿元。国有工商企业资本全年利润率为7.4%,居民储蓄所利息率为10.98%,94年通货膨胀率在20%以上,这些数字说明,第一,国有资产量达35000亿元之多,而扣除债务,仅有8982.85亿元,如果剔除非经营性国有资产,经营性国有资产已接近于零。事实上,我国已几乎不拥有经营性国有资产,国有资产名存实亡。第二,按74.3%的负债率计算,国有企业欠银行的债务为25967.85亿元,同居民储蓄存款额21518.8亿元大致相近。也就是说,银行借给国有企业的钱,82.97%是老百姓的存款。第三,老百姓的存款,拿的是负利息,而国有企业资本金利润率比利息率还低。近13年来,我国的国有资产每天大约流失1亿元,到目前至少有5000亿元流失了。为什么我国国有资产流失惊人?根源在于产权模糊。

当前,对国有企业改革来说,一是调整,二是改制,就是要办少,办好。但是,在一些人眼里,对公有制这个主导形式的认定和把握,主要是以“量”作为根据和尺度。以“量”出发,要求公有制的“纯度”和比例上的“主体”。为了提高这种“纯度”和保持既定的“主体”而轻视、“质”的作用,限制为提高“质”而应该实施的公司制改造,以牺牲“质”的水平为代价去保持“量”的名份。这是影响公司制改造的最大思想障碍。

公司制改造之所以步履维艰还有一个更直接更重要的原因是即得利益者不愿意放弃既得的利益。改革,就是利益的调整,就是权力的重新分配。承包制的放权,行动起来就迅速,一旦要收权,一些权力部门就不乐意了,这也不行,那也不行。他们担心和害怕的是,国有企业公司制改造后自己的权力小了,利益少了,怕企业不买帐了,不听他的了。因此,对权力阶层能否疏通,是国有企业公司制改造能否快速推进的关键,也是改革进程能否加速进行的关键。

有人对公司制改造有畏难情绪,认为债务还清理,社会保障体系建立不起来,公司制改造就无法进行。我认为,债务、失业等问题是客观存在的,但这些不是制约公司制改造的主要因素。关于债务问题,据统计,相当一批国有企业已无偿债能力。1995年2月末,工业企业仅短期贷款余额就高达9400多亿元,相当于国有企业1994年实现利润的26倍,税后利润的44倍。也就是说,企业现有的贷款余额如以税后利润归还,即使企业不再贷新款,税后利润也不用于技术改造和增加职工的工资、奖金和福利,社会各界也不再向企业伸手摊派,按1994年的税后利润水平,需要44年才能还清旧债。此外,还有中长期贷款几千亿元。国有企业仅利息支出就相当于其现实利润的1.5倍,相当于其税后利润的2.5倍,哪里还有多少税后利润用于还贷!照此下去,企业的债务包袱将会越背越重,银行的烂帐将会越来越多,只保留有名无实之的债权。一些专业银行便会以此作为不能商业化的理由,一面喊亏损,一面又发高额奖金,理所当然地躺在国家怀里吃着优厚的偏饭。从这个意义上讲,国有企业的公司制改造及早进行,使银行亏损显化,有利于问题的解决。因此,在公司制改造过程中,对历史债务可尽快予以解脱,破产一批,出售一批,兼并一批,借以清偿旧债,卸掉包袱,已成老帐偿还无望的,经开户行严格审批,报有关部门批准,尽快作为银行呆帐损失加以冲销,以免延误改革进程。

关于失业问题,首先需要认识清楚,有相当一部分企业的工资来源是“安定团结贷款”,依赖于银行贷款的“输血”,得以度日,为的是稳定一部分就业人员,实际上企业办成了一种特殊的保险公务事业。我们现在要进行公司制改造,使隐性失业显性化,可以用国家贷款给亏损企业发工资的钱充为社会保障金,发给失业人员这样做,国家不会因此而增加太多的负担。其次,如果现在就进行公司制改造,暂时还不会引起更大的失业和社会不安定。我们现在讲的以产权改革为中心内容的公司制改造,只是解决问题的第一步,只是重新界定产权,只是提供一个法律框架,法律基础,明确谁是国有资产的产权代表,钱归谁,谁去收,国家怎么收,一个企业奖金边界到底是什么?企业到底负什么责任,所有者到底负什么责任,将来企业进行改组,多少是控股,多少中才有支配权等等。进行这么一种设计实际上是在企业的上层建筑上进行一些改组,为进一步的变化创造条件,而不会马上发生企业内部机制的变化,以至进行裁员,产权交易等等。现在的问题是,要坚定不移地实施公司制改造,赶紧走出第一步。

(作者单位:陕西省咸阳市)

刍议企业责任目标及其考核

朱振清

党的十四届三中全会《决定》明确指出,在我国要建立现代企业制度,使企业真正成为自主经营,自负盈亏,自我发展,自我约束的经营主体,而对企业来讲要想在发展竞争中立于不败之地,必须建立健全内部控制制度,建立健全与责任会计相适应的组织体系,制定目标责任,进行责任考核。一般可试行在厂长和总会计师的领导下,财务部门为责任会计的最高层,根据企业所确定的目标责任来建立成本、利润控制中心,然后把各项具体指标进行分解、归口下达。从纵向看,它包括厂部、分厂、车间、工段、班组直至个人的生产管理系统的责任会计,其横向系统是各职能部门的责任会计,从而就形成多层次、纵横交错的责任会计体系。

一、划分责任中心,制定目标责任

目标责任是按照企业生产组织系统组织的纵向目标责任体系和按照生产工作相互联系的横向责权关系。纵向目标责任是指令性地由上而下明确规定责、权、利,层层分解下达。即成本责任中心的主要责任是有效控制生产成果,其任务是减少消耗,降低成本,这一层次考核标准是实际成本与计划成本的差异,工人的奖金也同成本升降挂钩而不和利润挂钩,应使企业90%以上的可以考核成本的单位成为成本中心。利润中心是企业的中间层次,其任务是控制支出,制定价格,从而也就间接地控制了投入,凡对外销售产品,即使是一种产品销售也构成一个利润中心。其责任在于衡量和鼓励能自负盈亏的单位,创造更多的利润。投资中心是最高层次,其责任是决定投资方向和企业的长远发展。这样,企业目标分解为中心目标,中心目标分解为单位目标,单位目标分解为个人目标。横向联系是指中心与中心,单位与单位,岗位与岗位之间在生产或工作上的相互协作关系,它是以合同形式明确规定互相提供产品及劳务的责、权、奖、赔标准。这样每个岗位都是在一定责、权、利的基础上,在同一目标责任点、由点到线、由线到面,构成了一个企业目标责任网络。

二、对照责任目标,进行责任考核

企业责任目标考核一般应考核以下方面:

1. 生产资金,指各车间在生产过程中占用的资金。由财务部门按责任成本核定的定额资金拨给各车间,车间的完工产品按内部的结算价格供应给销售部门,再从供应部门购入材料,形成内部资金周转。为了有效地制约车间责任成本,对超额资金的占用,可按超定额贷款的方式向厂内银行贷款,采取以息扣奖的办法来控制,还应鼓励车间,在完成厂部下达的生产任务外,以分厂的形式对外承揽业务,所得盈利按比例与厂部分成。
2. 成品资金,指加工完毕、验收入库的合格产品和可供外销的半成品、零部件等。由财务部门以拨付成品资金的方式拨给销售部门,销售部门按销售价格进行销售。
3. 管理费用,指各部门为管理生产所需支付的费用。由控制费用部门按月按责任目标费用拨付给各职能部门,自行掌握、超支不补。
4. 企业所设销售门市部,应以售后服务,收集市场信息开拓市场为主要业务,为企业产品广开销路,在核算上应采取厂部拨给一定的周转金,允许在银行开户,独立核算,自主经营,自负盈亏,利润与厂部分成的办法。
5. 目标责任与奖惩相结合。实行技术责任制,质量责任制,安全责任制及各项工作责任制,按责任目标完成情况,拉开档次,采取责任目标完成情况与奖励挂钩,联责计酬,奖罚兑现。

(作者单位:山西无线电厂)

从商业银行要求看基层劳动人事制度改革

陈玉鸿 刘 义

目前,在专业银行向商业银行转换过程中,一个突出问题就是基层劳动人事制度改革滞后,不能与业务经营管理改革相配套适应。虽然在劳动人事制度改革方面,进行了一些初步的尝试和有益的实践,说明人们对有关改

革有了一些认识,并引起了一定程度上重视,但还存在着一些问题,这些问题集中反映出对改革目标不明确、重点不突出,因而导致一些基层行处改革走形式、流于过场,造成改革的扭曲。这些问题主要表现在:(1)机构上,实行“拼盘式”合并。(2)用工制度上,虽已实行全员劳动合同化,但并未履行“合同”实质。(3)劳动分配上,只是就整体而言实行了岗位效益工资,而在基层行处内部每个员工劳动所得并没有真正与劳动数量、质量联系起来。(4)干部使用上,只是形式上的“聘任”,实质上的“任命”,论资排辈问题仍很突出,人才浪费现象仍很严重。

这些问题产生的根源,首先在于对改革缺乏正确认识,一方面当人们谈到商业银行时,虽然印象上有个轮廓,但从实际来看,人们对于效益、效率观念仍很淡薄,没有把自己当成银行的真正主人,没有以主人翁的姿态去从事劳动的责任感。因而对改革没有表现出应有的积极性和热情,这反映了改革不成功的原因是没有触动广大职工的切身利益。另一方面是改革者对改革缺乏正面宣传和正确估价。由于缺乏正面宣传,导致人们对改革认识不足,甚至出现不正确态度,由于缺乏正确估价,致使改革都不敢痛下决心进行深层次触动。

其次是在改革方面缺少经验。主要是上级对基层缺少正确的引导、鼓励、支持,同时基层在改革中没有及时作好总结和调整。

另外,就是外部环境的影响。任何一项改革都不能是孤立的,都应与其它改革相联系相呼应。银行的劳动人事制度改革,只是国家经济体制改革的一个组成部分。因此银行的劳动人事制度改革与社会环境有着较大联系。它不论在机构设置上,富余人员安置上,还是劳动的分配上,干部的使用上,都有着千丝万缕的联系。至此,银行的劳动人事制度改革与社会的各项改革,在总体上应相适应协调、保持一致。

基于对改革现状的分析,首先应当明确的是改革方向问题。商业银行是中国金融发展史上一种新型的经营体制,它是以盈利为最大目的,所实行的“六自”核心是自主经营。因此,专业银行的劳动人事制度改革应围绕着自主经营、产出最大效益而展开。当前的机构臃肿、人浮于事、效率低下、分配失实等诸多现象,是要突破的重要堡垒。同时建立起廉洁、精干、高效、手段先进、服务全优的一整套健康机制,既利于人才脱颖而出,又能真正调动起职工积极性,促进银行业务发展。

其次,根据改革方向的要求,基层劳动人事制度改革应注重抓好六性。这六性既是改革的重点,又是衡量改革的主要依据。同时,由于这几性相互存在着必然联系,因此在改革步骤实施上应综合考虑,全面配套推进。(1)综合性。机构压缩精简必须符合实际情况,即从实际出发,该撤的坚决撤,该并的坚决并,需独立设置的,要单独设置。不强调机构设置的上下对口,要以提高机构的综合办事功能为原则,同时上级应避免对基层机构设置的干预。(2)高效性。在人员的组合、配属上予以优化,即从有利于劳动效率的提高出发,合理编制劳动定额,确定岗位人员。从这个意义上说,劳动力管理工作应深化,而不应是削弱。(3)服务性。商业银行的服务,应是对外有利于提高信誉、增强竞争能力,对内有利于提高效益而展开的。从银行为客户提供便捷、全优的服务上看,服务方式要革新,服务手段要先进,设施要完备,人员的业务熟练程度应进一步提高。(4)能动性。所实行的劳动体制和用人机制,要利于调动人员积极性,适合人才的发掘和利用。对此,上级应简政放权,给予基层真正自主权,使基层在干部使用上能够真正做到大胆,彻底改革干部能上不能下,能升不能降,能任不能免的局面。(5)合理性。在劳动分配上建立起有效的激励机制,真正按照劳动数量的多少,质量的好坏进行分配,允许年轻的超过年老的;在职称的评定上,消除以往论资排辈、以文凭代水平等弊端,建立新型的专业技术职务评审制度,大胆聘用有水平有能力的年轻人才到相应专业技术岗位;在住房分配及子女就业上要机会均等,同时考虑到在工作岗位上有所贡献的给以特殊政策。(6)保障性。对在实行新的劳动用工及人事管理办法中落聘、下岗人员,要予以妥善安置;对离、退休人员要在行内行外提供重新就业机会;对离、退休人员在生活待遇上要有保证。

(作者单位:中国工商银行吉林省梅河口市分行)

国有公司经理如何产生?

周鹏飞 刘国强

把建立现代企业制度作为我国国有企业改革的方向,无疑是牵动整体改革的重大战略举措。而当我们的理论和实践一接触到这个战略任务的时候,只要不是有意或无意地回避,一个重大的难题必然会摆在我们面前:经理如何产生?我们的答案是:改变政府部门委派的传统做法,由职代会和股东会共同选举的董事会选聘产生。

—

目前,理论界普遍认为,现代企业制度的首要特征是产权关系明晰,即资产所有权与全部法人财产权严格分离开来。所谓国有股份公司,是指国家拥有资产所有权,企业拥有全部法人财产权的股份制企业。但从实行股份制的国有企业来看,这两权并没有严格分开,进而造成国有资产无人管理和企业法人财产权不落实。如果往深层分析,不难发现,两权不分的症结又在于政企不分。建国以来,我们实行的是“国家所有,国家经营”的体制。改革以后,虽然在理论上提出了两权分离,强调“国家所有,企业经营。”但是在实践上政企仍然难以分开。如果再往深层分析,我们认为,政企难分的症结,又在于从厂长到经理的产生都仍然是实行政府主管部门的委派制。由于厂长是政府主管部门委派的,必然只对政府主管部门负责,从而必须只听命于政府主管部门。实行厂长和经理负责制以后,厂长和经理在企业中处于中心地位,因而企业的经营权更加集中于政府主管部门手中。所以,厂长和经理的这种产生方式是政企难以分开的症结,也是两权难以分离的终极原因。

我们认为:第一、国有公司经理再不能由政府主管部门任命,而应由国有公司与经理双向自主选择;第二、以经理为法人代表的国有公司要真正在经济上有自主权,做到自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展。在此二者中前者又决定着后者,即没有前者就没有后者,而舍此二者,政企职能的分开就永远不能实现。

二

有专家认为,成功的现代企业制度是股份有限公司制度。这当然是指建立在资本主义私有制基础上的股份有限公司制度。这一成功的制度,我们是不可能原封不动地照抄照搬到社会主义公有制企业中的。这是因为在国有企业建立股份有限公司,如果国家股的股份在股东会中没有达到能够控制股份的程度,就难以保持企业的国有性质,而且给国家对经济活动的宏观控制与计划管理带来困难,国有资产还有可能在激烈的市场竞争中被私人以合法或非法的手段所侵吞;如果国家股的股份必须达到能够控制股份的程度,那么作为企业最高权力机构的股东会、作为经营战略决策机构的董事会、乃至作为监督检查机构的监事会,其终极权力都仍然控制在政府主管部门手中,经理的产生也实际上仍然控制在政府有关部门手中。如前所述,经理仍然必须听命于政府有关部门,最终依然导致政企不分,两权不分。

真正意义上的现代企业制度与我们传统企业制度的一个本质区别,就在于经理不能由政府部门委派。从各级政府的首要职能来说,应当是确立和依照法律法规维护包括国家、集体、个人的财产所有权,它是社会经济冲突的仲裁人,是站在利益冲突之外的调解者,是凌驾于当事人之上的执法者。所以,它自己就不能是利益的当事人,不能以国有股份的股东身份参与企业内部事务首先是选派经理。另外,从政府主管部门负责人及其公务员与企业的经济关系来说,他们由国家支付工资,企业经营好坏与他们切身利益并无直接关系,他们既负不起国有资产的负责,又不负公司生产经营决策的责任,同时又很难保证他们都是忠于国有资产的“四化”干部,从而也难以保证国有资产不流失于私人手中,即不产生利用任免经理的权力侵蚀国有资产的腐败行为。因此,建立现代企业制度,无论从理论上还是实践上,首先要解决的就是经理不能由政府主管部门委派的问题。

三

毋庸置疑,建立现代企业制度,必须彻底改变计划经济体制下形成的厂长由政府委派的传统做法,也不能照抄照搬资本主义私有制条件下由股东会选举的董事会选聘经理的固有模式。但取而代之的经理产生方式是什么呢?我们认为,解决这个问题,必须从我国国有企业的性质和特点来考虑。

我国国有企业实行公司制,它在本质上仍然是社会主义公有制。由于国有股份属于国家所有而不属于职工个人所有,所以就职工与国家的关系而论,可以说是劳资双方,当然已不是原来意义上的资本主义企业的劳资双方。但仅就是其形式而言,同资本主义股份制企业的劳资双方又是相似的。所以,股东会代表的仅仅是具有一定股份的资方。尽管我们设有职工股,但不可能保证每个职工都有资金入股。由于出席股东会会议的资格往有许多限制,其中最主要是所达到的持股数量,所以假设每个职工都能入股,也不可能都有参与股东会议的机会,更不用说对企业重大问题的议案有表决的权力。即使有职工达到持股数量而出席了股东大会,也仅仅是以资方资格参加的。如果仅仅把股东会作为公司最高权力机构,股东会选举产生董事会,董事会选举产生经理。那么,经理只对董事会负责,董事会只对股东会负责。也就是说,公司层层领导机构只向资方负责。这在视资本为唯一统治者的私有制企业中是天经地义的,但在视工人阶级为主人翁的企业里,这就削弱了劳方即职工当家作主的权力。

国有企业实行公司制后,为了切实在实践上而不仅仅是理论上做到“企业的社会主义性质没有变,职工的主人翁地位也没有变,”就至少应当使劳资双方处于同等地位,即把职代会和股东会共同作为企业的最高权力机构,

由这个最高权力机构选举产生董事会，由董事会选聘经理，从而使经理和董事会既对劳方负责，又对资方负责；同时，政府部门应派员参与企业最高权力机构及其董事会、监事会的工作，其任务是确保国有资产及其权益不受侵犯。这样，就可以使企业真正形成一个理论界早已提出的责任共负、风险共担、利益共享的“利益共同体”。

国有大中型企业是我国社会主义制度的根基。在国有公司中形成由职代会与股东会共同选举的董事会选聘经理的新机制，是我国国有企业社会主义公有制性质的重要体现，是坚持党的全心全意依靠工人阶级方针的根本要求。这一既借鉴资本主义股份制的管理经验，又符合我国社会主义特色的现代企业制度的确立，必然会使我国国有公司充满生机与活力。

（作者单位：湖北省襄樊铁路分局工会）

关于增强企业凝聚力的几个问题

刘志刚 马贵义

搞活国有经济是今年改革的重点。企业活与不活，标志很多。如：企业具有应变力、市场竞争力、产品开发力等等。但认真分析这些标志，基本上都与企业的凝聚力有关。正因如此，多年来很多人都在研究如何增强企业凝聚力的问题。本文建议企业界的朋友们，增强企业凝聚力，应注意以下几个问题。

一、由自发到自觉

企业凝聚力是内驱力，但不是原生的，它的形成只能是一个自觉培育过程。

从目前情况看，经济体制改革的理论基本到位，但在实践上还存在一些薄弱方面。比如，我国的生产力基础相对落后，由于我国经历封建社会时间较长以及建国以来大大被强化了了的计划经济的影响而造成的发展社会主义市场经济的观念滞后等。因此，我国所要建立的市场经济体制，是在世界市场体系已经基本形成后我们去迈入、加入和接轨。这就必须要有强有力的政治力量去推行。

由于上述原因，自觉研究和实践如何增强企业凝聚力就显得十分必要。

首先是企业领导必须增强自觉性。要勇于实践，自觉探索，善于总结。

要有增强企业凝聚力的新办法。企业凝聚力作为一种力，它具有力的一般特点，如具有力的三要素：方向、大小、作用点。方向不言而喻是向心的。因此，凝聚力的形成与离心力的消除总是同步的。增强凝聚力与消除离心力又不能平均使用力量。人们总是更多地依靠“扶正驱邪”，在增强方面下功夫。这和“精神文明建设重在建设”是同一道理。就力的大小而言，凝聚力的大小难以较为精确地加以度量。但没有量就没有质。所以，对量的大小问题绝不可忽视。要研究量的构成要素，研究引起量变的条件，哪些是确定的，哪些是随机的。在工作方式上要逐步实现由模糊到精确的转变。

二、让精神力转化为物质力

企业凝聚力是一种精神力。通过凝聚力的作用可以实现精神力向物质力的转化，最终会落实到生产经营和经济、社会效益上。我们讲的凝聚力，就是战斗力，强调的是这种转化的实现。由此来看，增强企业凝聚力，就其根本方法而言，是坚持两手抓。忽视任何一方面都是错误的。应当重视精神文明建设。要把解决人生观问题放在重要地位。通过加强思想政治工作，依靠教育，打好世界观的底色，充分运用职工在社会主义条件下经过长期教育形成的良好底蕴。这项工作看起来远、软，但能够形成长期发生作用的力量。那种认为企业是经济组织，思想政治工作的任务只是做好生产经营中的思想政治工作的认识是片面的。

三、既规范行为，又挖掘潜能

增强企业凝聚力的目的，就是通过规范人的行为，挖掘人的潜能，更充分地发挥人的作用。

一般说来，人们对发挥人的作用是比较重视的，但没有下功夫研究人的潜能。企业制定一系列规章制度，目的在于规范和约束人们的行为，这是完全必要的。这符合企业的利益，也符合职工的共同意愿，是增强企业凝聚力所不可缺少的。但企业的规章制度只能规定每个人必须做什么，应该怎样做，不该做什么，不可能要求人们把潜能发挥出来。所以，挖掘人的潜能，单靠规章制度是远远不行的。我们的目的，是要把人们的潜能最大限度地自觉地挖掘出来。这就要求我们必须真正体现职工的主人翁地位。要保障职代会有职有权，使职工广泛参与企业的生产经营活动。要帮助职工树立正确的理想、信念，解决人生观、事业心、责任感问题。把尊重人、关心人、

激励人、塑造人贯穿企业管理的全过程，使职工自觉地做到想主人事，干主人活，尽主人责。

挖掘人的潜能，着眼点在个体，但离不开群体。这就要有一个良好的工作氛围，使职工在这个集体中形成和保持一种彼此互相关心、体贴、理解和信任，真正建立团结互助的新型关系。这样就能做到人的内在需求与外在要求契合一致，人的内心世界与外部环境的完满融合，人的一般行为就会得到超水平发挥，人的潜能就会逐渐挖掘出来。因而，挖掘人的潜能的过程，同时也是增强凝聚力的过程。企业具有较强的凝聚力，就为人的潜能的发挥提供了良好的外部环境。对此，我们必须要有自觉的意识。

四、严治与情治的统一

一谈起增强企业凝聚力，有的同志就理解为感情投资。谈到加强企业管理，则认为是从严治企，把严治与情治割裂开来，没有看到两者之间的统一和联系。增强企业凝聚力，说到底并不是离开企业管理而存在的企业行为，而是归属于企业管理范畴。俗话说：“没有规矩不成方圆”。企业要在激烈的市场竞争中站稳脚并不断发展，没有一整套严密的规章制度和严格的管理是不可能的。严治是企业生存和发展绝对必需的。

但严治并不排斥情治。严格管理辅之以情感，借助友情、亲情的特殊作用形成合力。如民主管理是决策科学化的基础，也是亲情因素的展示。西方管理学家梅奥“社会人”管理理论中，就包含丰富的以情感治理企业的内容。西方现代企业管理中对情感因素也都十分重视。“以情治企”在社会主义的中国，更具有特殊意义。我国是工人阶级领导的，以工农联盟为基础的人民民主专政的国家，一切权力归人民所有。因此，领导就是为人民服务。领导者与被领导者，管理者与被管理者，根本利益是一致的。这就要求管理者在高度负责，严格管理的同时，要满腔热情地对待被管理者。要经常深入群众，密切联系群众；要关心群众疾苦，帮助群众解决那些应该而且能够解决的困难；要尊重群众，信任群众，使管理者与被管理者之间产生思想上的相通和感情上的共鸣。

（作者单位：天津港务局）

增强企业活力需要多管齐下

郭奕诚

增强企业活力是一项十分艰巨的系统工程，它需要我们从更广阔空间，站在更高的高度，突破常规思维，跳出原有的“框框”，以更大胆的思路和策略，更灵活的措施和方法，多管齐下，才能收到比较明显的成效。

一、搞活企业要与“搞死”相结合

增强企业活力，需要政府采取有效措施，切实改善外部环境，同时要求企业眼睛向内，挖掘潜力，提高素质。不少企业在当前有限的外部环境条件下振奋精神，团结一致，发挥了主动性、积极性和创造性，使企业在逆境中生存，在困境中发展，逐步走上良性循环。但也有的企业精神状态不佳，思想停留在“你搞我活”的境界，认为反正滑坡已成定局，等待上面拿措施，等待减税让利、核减承包指标。也有的企业亏损少时还有点着急，亏损多了反而“债多不愁，虱多不痒”。企业开工不足，生产能力放空，可是工资照加，奖金照发，甚至心安理得地认为，反正大家都在滑，相比之下，我滑得比别人还好一点。这种状况不改变，不仅不利于这些企业摆脱困境，而且会反过来影响那些努力拼搏的企业。

增强企业活力是一个整体概念，我们在寻求搞活的对策的同时，不妨从经济、行政等方面探索几条把落后企业“搞死”的对策。该死的不死，该活的也活不起来，其结果是大家都半死不活，建议选择少数产品无销路，干部无斗志，职工无信心的“三无”企业进行破产试点。凡宣布破产的企业，干部就地免职，并与职工一起拿折扣工资。破产企业的干部、职工由主管部门重新分配工作，三次不服从分配的，一律到地区劳动服务公司登记，作社会待业处理。这关，落后企业才会有种紧迫感，才会摆脱“等、靠、要”的惰性。

二、抓好生产要与搞活经营相结合。

增强企业活力，当前首先要制止经济效益滑坡。上海地方全民工业经济效益滑坡的原因，虽然有能源、原材料、货运提价等推动成本上升的因素，但从帐面定量角度要析，影响最大的因素是利息和管理费用的大幅度增加。据统计报表反映，1990年末地方预算内全民工业企业产成品资金占用高达46.02亿元，比年初增加8.85亿元，上升23.8%。今年4月末，资金占用达54.08亿元，同比增长17.7%，三项资金（成品资金、发出商品占用资金、应付预付货款）占用达222.15亿元，50.7亿元，同比增长29.6%。由于工业生产结构与需求结构不相适应，

一些企业生产能力放空,但库存积压上升,利息、仓储保险等各项支出大幅度增加。因此,提高经济效益,一方面企业要调整产品结构,通过开发新产品,提高产品质量,发展品种款式,降低消耗,在增产节支上下功夫。另一方面,企业更要在搞活经营上做文章。

上海产品在国内市场上,无论是质量、品种,还是技术性能,都拥有一定的优势,享有一定的声誉。但一些企业的营销策略不适应市场,销售渠道不畅通,促销手段单一呆板,在即期需求不足的条件下,产销矛盾更突出。因此,在搞活经营上,上海大有文章可做。事实上,许多经济效益持续上升的企业,无不在经营上下了功夫。例如,在全国洗衣机行业连年滑坡的大气候下,上海洗衣机总厂生产的“水仙”牌洗衣机的市场占有率,却以年增五个百分点的速度持续发展。在全国毛毯市场过剩,数百家同行激烈竞争的情况下,上海毛毯厂的“凤凰”牌毛毯却疲中走俏,供不应求。他们成功的奥秘,最根本的一条是研究市场、掌握市场、适应市场、开拓市场。

因此,大上海的企业中应该提倡这样一种观念:企业不仅要抓生产,而且要促销售。生产是第一线,销售更是第一线。

三、帮助困难企业要与支持优势企业相结合

增强企业活力,不能搞一刀切,需要区分不同情况进行分类指导。为了改善企业外部环境,国务院已经制定了十一条措施,市政府也提出了七条措施,这些政策和措施正在落实到位。现在更要强调企业眼睛向内,加强管理,转换机制,必须指出,企业内部转换机制,不完全是企业的责任,政府主管部门不能停留在一般强调,要根据企业的实际情况进行分类。各委办、局、公司领导都要种“自留地”,选择典型企业,通过蹲点调查,指导企业强化经营和管理,帮助企业解决实际困难等,使企业在较短时间内摆脱困境。对于先进企业,除了介绍推广他们的选进经验,有关部门要化力气研究、支持优势企业的发展。要创造比较宽松的条件,推动优势企业兼并落后企业。通过优势企业的扩展,带动相关企业,从而推动上海经济的发展。

四、转换机制要与转变观念相结合

增强企业活力,关键在于通过改革转换企业运行机制。从产品的技术角度观察,企业需要具备开发设计的能力,工艺完善的能力,组织生产的能力,销售服务的能力等。从市场的角度观察,需要具备市场竞争的能力,适应环境变化的能力,销售的能力,获利的能力,创新的能力,发展的能力等。现在企业的机制转换步履维艰,除了新旧体制摩擦造成的原因,也同企业领导人观念的障碍密切相关。“小生产观念”、“产品经济观念”和“大锅饭观念”仍然有形、无形地束缚着一些同志的思想,特别表现在:

1、市场意识不强,有的企业对市场需求状况、产品的市场定位、市场细分、竞争对手的状况不甚了了,对于价格策略、市场进入策略、广告策略等步人后尘,使企业老是陷于被动境地。

2、竞争意识不强。有的企业面对激烈的经济竞争畏首畏尾,过份强调竞争条件的不平等,不敢投入竞争的洪流,也不善于充分发挥自己的长处,到市场上去争自己的一席之地。

3、风险意识不强,在商品经济条件下,风险与机遇是一对孪生兄弟,有的眼睛老是盯着“万一”可能出现的风险,而失去万分之九千九百九十九的机遇。面对错综的经济信息和万变的市場,迟疑不决,或者要等到在红头文件和上级主管部门那里找到一张“护身符”之后才敢迈步。

4、创新意识不强。上海的产品,绝大多数有过辉煌的历史,有的企业对其过于厚爱,当该产品与变化了的市场之间出现落差的时候,缺乏主动创新精神,到了山穷水尽之时,叹息已晚。凡此种种,需要我们进一步解放思想,更新观念,开拓思路,才能进一步推进企业经营机制的转换。

五、改造老企业要与发展新产业相结合

增强企业活力,需要技术进步来推动。我们要充分利用贴息技改资金和利用外资对老企业进行改造、嫁接,使老企业焕发青春。另一方面我们也不能拘泥于老的产业、老的企业,要跳出“样样都搞,舍不得丢掉”的老框框,树立“堤内损失堤外补”的思想,该下的要坚决下一块。要跟踪、追赶世界新技术革命的潮流,结合老企业的改造、改组,实现产业大转移。正确选择具有一定物质基础和技术优势、需求收入弹性大、附加价值高、波及效应大(即产业关联程度高)、外向程度高(即创汇多,替代进口能力强)的战略产业进行重点扶植,把新增投入的相当部分投入高、新产业,推动上海产业结构向合理化、高度化方向发展。尤其要抓住一些能发挥上海产业优势、代表上海产业发展方向的高新技术、高附加价值产品,抢时机早投快出,尽快出效益。

六、开拓国际市场要与开拓国内市场结合

上海经济的根本出路在于发展外向型经济。上海产业结构的转换方向,应由内向型向外向型发展,提高与国际市场的关联度和依存度。出口产品结构上要改变以低档次、低卖价、低效益为主的劳动密集型产品结构,瞄准国外先进技术和产品,加快产业结构和技术结构的调整步伐,努力发展创汇高、效益高的密集型拳头产品,开拓

国际市场，提高国际市场占有率。

上海产品要真正转向以国际市场为主，还有一段艰难的路程，而具有 11.66 亿人口、8000 亿元存款的国内市场却是个十分巨大的市场，对外商、外资都具有极大的吸引力。上海的产品和技术在国内具有一定的优势，外国资本家可以打进国内市场，我们更可以理直气壮地巩固和扩展国内市场。因此，在今后相当时期内，上海不应轻易放弃国内市场，忽视对国内市场的开拓，近几年，我们面对国内市场的激烈竞争，开拓乏术，收缩过快，这也是上海经济效益滑坡的原因之一。所以，我们要调整市场战略，在强调开拓国际市场的同时，也要强调开拓国内市场，对一些出口高亏的产品，要转向国内市场。上海应该在国际国内两个市场都获取效益。

总之，增强企业活力，要从多角度、多渠道、采取多种方式。要改变我们思维上的定势，不拘一格，多方求索，以积小步为大步，汇细流为长河，使企业活起来，使整个经济活起来。

（作者单位：上海市人民政府研究室）

论社会主义市场经济条件下的企业家心理素质与修养

张兆年

社会主义市场经济体制的确立，不仅要求有一批懂经济、会管理的企业领导骨干，而且要求每一个企业家具备相应的个性修养。对一个企业家来说，不仅要有政治修养、理论修养，而更重要的是心理素质的修养。古云“万事心为本”，人的心理现象不仅影响着企业家的气质，也是他的智能和力度的体现。

一、企业家应具备成熟的心理素质。

企业家的心理素质必须符合时代要求。社会主义市场经济体制下的现代企业家，不仅要在政治上、专业知识上适应时代要求，而且在心理上必须具备超前的心理素质，要求他的思想观念、行为方式、办事能力、智力构成都要适合新时代要求，具有现代化的良好气质和完善的形象，有自强不息、百折不回干一番大事业的心胸气魄，有崇德敬业的思想品格，有以身作则、奉献社会、心怀大局、有威有望、胸博量大、师人楷模、众望所归的高尚情操。

二、企业家的自我心理修养。

一个企业家要想具备健康的心理素质，首先要在自我意识方面加强修养和锻炼。企业应经常自我“反省”，经常对自己的行为与内心活动进行自我分析，所谓“一日三省”，以达到经常了解、认识、把握自我。心理健康的企业家，比较能深刻地了解自己，了解自己的心理活动和动机，了解自身的优点和缺点，反省自己经常出现的心理活动是否正常。

在竞争中发展人际关系，建立客观友善的伙伴关系。有一种特殊的思维方式是企业家应具备的，一般交往，讲志同道合，讲事能想到一块，话能说到一起。交友，选合作伙伴，往往选择那种随和平易，说话顺耳，办事顺心者，这在通常并不错，而对企业家来讲，事事都同自己意见相符的人并不一定是最佳伙伴，而表面上与自己时有争议的人也未必就是坏伙伴。

三、企业家要学会自我咨询。

在企业家心理素质中起先导作用的是个性心理倾向，包括个人的需求倾向，动机倾向，兴趣倾向，理想倾向。这些倾向应引起企业家的经常注意，要通过自我咨询，进行调整，以完善个性心理倾向。

企业家要培养自身高尚的需求心理，在自身的需求目标中，应坚持精神需要高于物质需求，在各种精神需求中，企业家追求的是个人能力的充分发挥和事业成就。人的需求是无限的，是不断向高层次发展的，对企业家来说最值得追求的是成就和荣誉。雁过留声，人走留名，这个名就是为人民、为社会、为他人作出奉献。

要正确对待自己的“权力心理”。企业家的经营行为中离不开手中的权力，以及与权力相适应的职务和岗位，这些条件集中体现为权力，而如何从心理上把握好权力，成为企业家心理修养的重要内容。权力运用是否恰到好处，是事业成功、名誉获得的主要一环。

要完善自己的“兴趣心理”。企业家的兴趣心理应该是高尚而孤傲，广泛而不杂乱。应使自己广泛接触社会，从而使自己获得广泛的社会知识和科学技术。兴趣广泛，切忌朝秦暮楚，朝进夕退，要将兴趣爱好的广泛性，趣味性，目标性从心理修养上获得统一，从而造就一个完善、良好的企业家兴趣心理素质。

企业家要不断培养和完善自身的“理想信念心理”。理想观、价值观是企业家心理活动的最高层次表现，企业家崇高的理想、信念，是推动企业获得长期发展和成功的稳定要素。企业家的理想信念和价值观应该是高标准、高层次的，没有高层次的理想观、价值观，不会成为一个优秀的企业家。企业家的理想信念和价值体系，体现在心理反映和道德表现上，集中表现为“崇高”二字。应该是以建设有中国特色的社会主义为己任，全心全意为社会服务，为人民造福，繁荣社会主义市场经济，振兴中华民族。

四、企业家要加强性格修养，促进“个性心理”特征的自我完善。

企业家心理素质结构中，起主导作用的是“个性心理”，即“秉性”。个性心理特征，是一个人的气质的突出表现，全改不可能，也没必要，然而按照修养目标，在先天形成的基础上经过后天的磨炼、陶冶，使之不断向完美境界发展是完全能做到的。一个有作为的企业家，必须加强自身的个性心理修养。

企业家要注意自身的性格修养。性格一般可以分为外向型性格和内向型性格两大类，也可分为阳刚型与阴柔型两类。以外向型性格而言，一般说，直接与客户打交道，面向市场客户的基层企业管理人员，这类岗位较为适合。而那些处于高层，从事运筹决策指挥的企业领导，如高级厂长经理、总裁、董事长，此类人选以内向型气质为好。就一个工厂、公司而言，其政工、供销公关等部门的人选以性格开朗热情的外向型性格为好。而那些搞开发、研究、制造管理、质量监督检验等业务部门，以沉稳的内向型性格为宜。

企业家的性格品质，主宰着企业家的精神状态，良好的性格，往往对企业家的行为活动起调节作用。

培养和完善自己的创造力。一个人的能力一般可分为智慧力、专业能力和创造力。而企业家的能力除前两者外，更多的要求是在创造力的表现上。所谓创造力，是一种提供新的、具有社会价值的能力，作为一个企业家必须具备一定的创造力。要有创造性，就必须有创造性思维，要有新颖独到的见解和思维。企业家每天面对的是瞬息万变的市场和大量的信息刺激，要经常培养自己的敏感性，经常唤醒自己的感悟，使自己对外界事物充满好奇心，有敏锐的反映和深湛的洞察力，淡化自己的所谓老经验，使自己的思维永葆新奇，避免迟钝僵化。

培养心理承受能力，是对企业家个性心理的最大完善。卓越的企业家，心理的成熟，突出地表现是在遇到不利和艰难甚至失败的境遇中，具有逆境拔涉、百折不挠、不畏艰险、不怕失败的坚强意志。企业家一生中，失败是身边的影子，失败虽然是企业家最不愿的，但它可能是成功的“催生婆”，失败是智慧的第二源泉。变教训为经验，变失败为成功，这是企业家成功的象征，是企业家心理、性格、素质、能力高度成熟的表现。

（作者单位：中共内蒙古呼盟委讲师团）

企业家队伍建设的问题和对策

刘东胜

企业家是为谋取最大利润，能创造新的市场和需求，优化企业诸要素组合，并勇于承担风险，具有特殊的经营管理素质的职业化经营管理专家。建设和造就一支高素质、职业化的企业家队伍，是建立现代企业制度的需要，也是实现经济增长方式由粗放型向集约型转变的必然要求。随着改革的深化，我国的企业家队伍建设取得了长足的发展，表现为企业家队伍不断扩大，作用进一步增强；企业家的社会地位和声望有相当提高；企业家普遍具有较强的责任感和自我实现意识，以及愈益深刻的市场和管理意识；企业家的职业化和市场化趋势也初露端倪。但是，面对全新的角色塑造和制度创新，企业家队伍的现状仍然不尽人意，这就要求我们从企业家的生成机制入手，深入探讨企业家队伍建设中存在的问题和相应对策。

1. 从企业家生成的外部环境来看。企业家队伍的形成有赖于整个社会形成一种鼓励、帮助企业家成长的良好环境，这其中，政治经济体制以及文化背景等都是十分重要的因素。现行的企业家生成环境虽然已经发生了很大的变化，但总体上存在的问题依然十分突出，具体表现为：（1）社会主义市场经济体制尚未完全建立，市场经济规律还没有完全对企业的经营管理起作用，计划经济体制影响仍在。（2）社会、政府和企业职工对企业家的认同存在着矛盾现象，一方面普遍认识到优秀经营管理人才的作用，另一方面对企业家的地位、报酬、行为又有较大的逆反心理。（3）普遍缺乏个性化的企业文化，难以使企业经营管理对职工发挥非职务的影响，这也从另一方面影响了人们对企业家的认同。

改善企业家队伍的生成环境，最根本的是建立社会主义市场经济体制和相应的社会、政治、法律等制度。

（1）界定产权，明确企业家的位置。深化企业改革，首先必须对企业的产权作明确的界定，使企业经营管理

者的责、权、利明晰化。现代企业制度所要求的企业法人财产权的确立,会使企业家将经营目标集中在企业资产的保值、增值上,有利于避免多样性目标(诸如政治、权力)对其干扰,促进企业家队伍的形成。

(2) 政企分开,消除企业家的官本位制。改革后我国虽然在很大程度上改变了过去那种企业领导即国家干部的体制,但官本位制对企业的影响尤在。一是许多企业及其领导人仍然保留着行政级别,二是行政官员和企业领导间的置换过于随意,上级主管和企业家都乐于把企业家晋升行政职务看作是对成功经营企业的肯定。这就难以保证形成一支稳定的职业化的企业家队伍。所以,只有彻底消除企业官本位制及其影响,才能在政企分开方面实现突破。

(3) 创造个性化的企业文化。企业文化既是以人为本、宽严并济的管理方法,也是特定企业长期形成的精神文化。传统企业在经营目标、管理方式上的趋同性,使企业文化毫无个性,难为职工所认同,从而也无从发挥企业家在倡导企业文化方面的相应作用。因此,企业经营管理者只有在日趋人格化的现代企业中,倡导富有个性的企业文化,使之带上自己的烙印,才能在这种特定的文化中发挥企业家的非职务影响,实现职工和社会对企业家的认同。

2. 从企业家的个体作用来看,特殊的才能和特殊的努力,加上合适的环境,才会使普通的经营管理者成长为企业家。在这一方面,企业家队伍建设中也存在着突出的问题:(1) 不少经营管理人员意识不到自身的地位和价值,行为随意,甚至索取多于奉献。(2) 许多企业及其主管对社会主义市场经济体制的适应存在着两面性。一方面向往并追求企业自主权;另一方面,又渴望政府给自己较多的扶持。(3) 由于来源的复杂性,企业经营管理者相当多部分难以满足现代企业家的条件要求。

解决这部分问题,关键在于帮助企业主管不断提高自己:

(1) 增强企业家的角色意识,自我实现意识和工作使命感。企业家这个角色的扮演应该成为企业主管的自觉行动和生活重心,在此基础上,把事业本身、工作成就和人格的完善作为奋斗目标。

(2) 尽快自觉地适应社会主义市场经济体制的要求。市场观念、管理意识、现代企业制度、经济增长方式的转变等等,这些正在进行的改革实践,既是企业家应该熟悉和掌握的内容,又正是他们要加以运用的工作方式。

(3) 确立并不断满足企业家的条件要求。构成企业家的条件要素包括内容广博、配置合理的知识结构、丰富而特定的阅历与经验以及异于常人的特殊素质禀赋。这其中,尤以个人特质最为重要。因为知识和阅历并不能必然地使普通职工成长为企业家,只有当企业主管先行具备了冒险精神和创新精神,以及独特的人格魅力,乃至竞争欲,沟通技巧等特质,知识和经验因素才会起作用。

3. 从企业家制度的完善来看,企业家良好的生成环境和企业家恰当的个体作用,是要靠完善的企业家制度来维系和保证的。企业家制度以建立和完善本身的也是现代企业制度的必然要求和重要内容。这一制度包括对企业家的确认、使用、激励、监督约束和绩效考评五个方面的内容。目前企业家制度建设才刚刚起步,不确定、不配套和相互矛盾的东西很多:(1) 对大多数企业主管的任用没有按企业家标准进行,通常以上级任命这种不符合现代企业要求的非规范程序来确认企业领导;对企业主管的考核评价存在较强的主观随意性,考核体系模糊,难以客观反映企业经营业绩;对不称职乃至失职的企业主管没有撤换、处置的手段;忽视对在职企业主管的培训。(2) 受以往平均主义的影响,对企业家的激励缺乏持久有效的动力。不少自律奉公的企业主管的收入水平与其所承担的职责相比极不相称。(3) 企业主管无法根据一定的模式来正确行使其职能。表现之一是行政官员、上级主管部门对企业及其领导实行从头到脚的干预,使企业主管既无法在实际业务活动中得到锻炼,也无法根据自己的判断、决策来进行管理。表现二是对企业主管缺乏必要的监管,导致以权谋私、投机经营失败等情况的发生,更多的是导致企业长期经营不善,资产大量流失。

因此,当务之急是切实完善企业家制度各方面的内容,以促进企业家队伍的形成。

(1) 严格、规范、开放地确认企业家。企业家的条件要素和特定个体的经营实绩是确认(包括任用、选拔、撤换)企业主管的唯一标准。同时必须按照现代企业制度法人财产权和企业治理结构的要求,将确认考评企业家的主体真正转换到企业董事会、股东大会方面。并且这些工作必须在存在着公开竞争的企业家市场体系中进行。

(2) 放手使用和有效约束相结合。在政企分开的现代企业中,企业家必须从体制上得到保证:在授权范围内不受干扰地进行经营管理。但这并不意味着企业家的行为不受丝毫约束,防止其偷懒或越轨的监督约束机制也是不可或缺的。对策之一是落实企业的法人财产权,使企业真正实现自主经营;对策之二是健全企业治理结构,将企业主管的自主经营行为纳入安全轨道。

(3) 科学绩效考评,真正奖优惩劣。企业家经营业绩的好坏有赖于科学、客观的考评。构建一套量化的、内容适当、具有可比性的绩效考评操作体系是企业家制度的核心内容之一。在此基础上,必须对企业家进行持久有效的激励:打破大锅饭,把对企业主管的报酬与其贡献挂钩;运用多种激励形式(如提薪、送红股、在职报酬)

最大程度地发挥其积极性;此外,还要为其创造良好的工作环境、社会环境,激发其荣誉感。对经营业绩差的企业主管也要实施相应的惩戒措施。

(作者单位:中国纺织大学)

企业家特质论

郭宝福

随着市场导向的改革不断向纵深发展,人们发现:改革与发展的过程同企业家、企业家阶层形成与发挥作用的过程是相辅相成、交互作用的。当代中国改革和发展的最稀缺的资源之一是企业家。原因在于,体制的变革,经济的发展,归根结底源于诸种生产经营要素,包括物的要素、人的要素以及人与物之间关系要素的重新组合与创新。而发现并组织实施现存或潜在生产经营要素新组合的主体,恰恰正是企业家。企业家、企业家阶层是具有自身特质,同商品生产、市场经济伴生的。他们的产生与壮大,需要企业真正成为具有独立经济利益,自主经营,自负盈亏的商品生产经营者,需要完善的市场机制环境。因此,从理论与实践的结合上,探索与界定企业家应有的特质,创设与完善有利于企业家产生和发挥作用的体制环境,就成为改革和发展过程中,必须十分注重解决的大问题。

关于企业家的概念或特质,中外学者历来有不同的理解和界定。比如,有人从生产资料所有关系角度界定企业家,把企业家分为三种类型:(1)企业家是企业的主要股东,并是企业经营的最高决策者,即东主型企业家。(2)企业家是某一企业经营的最高决策者,但未必是股东或主要股东,即非东主型企业家。(3)在国有企业中,是企业经营的最高决策者,从理论上讲也是股东之一,但又有别于私营企业的股东,他们可称为混合型企业家。

有人则把企业家同社会职业,同特定的岗位相联系,认为企业家如同教师、医生一样是一种职业。因此,经营管理企业的高层领导人,如厂长、经理、股份公司的董事长、专职董事等都可以称为企业家。

更多的人则把企业家定义为经营企业的专家。这种界定在肯定企业家是对经营负有责任的决策者的同时,强调作为企业家必须具备一些基本特征。至于基本特征是什么,由于企业家素质特征及能力水平是一个发展着的概念,不同时代、不同环境条件下有着不尽相同的特点和要求,同时,众多优秀的企业家,各具特点和长处,很难说哪一个可以作为企业家的典范。因此,众说纷纭,莫衷一是。

综合对企业家概念的多种理解和定义,历史地分析企业家概念的演变过程,关于企业家的概念或特质,我们可以从中得出如下可供借鉴的启示:

1. 企业家可以是也可以不是企业的所有者,但必须是企业经营管理者。

2. 企业家是企业经营管理者,但企业经营管理者并不都是企业家。

3. 尽管不同时代、不同环境或同一时代、同一环境,不同企业家个人有着不尽相同的素质特征及能力水平。但是,作为企业家的经营管理者区别于普通经营管理者的本质特征却始终只能是一个,即创新。作为企业家的创新特质,指的是发现并使之付诸实际应用的生产经营要素的新组合。就是说,企业家不仅是生产经营要素新组合的发现者、倡导者,还必须是生产经营要素新组合物化过程的组织实施者。这些新发现包括:

①新产品与服务。即一种与老产品在技术指标、结构、规格、性能上或其中某一方面有显著差异的新产品的引入和适应或引导市场需要,一种新服务项目的引入。

②新的生产方法。即建立在一种新的科学发现基础之上的新产品技术,新加工技术的引入,或者是以获利为目的的经营某种商品的新方法的引入。

③新市场。即伴随着新产品与新服务的开发,新产品技术与新加工技术的应用而形成的对新市场和新需求的开拓与占领。

④新的能源与原材料供给。即发现并灵活运用一种原材料或半成品的供给来源。

⑤新的组织管理形式。即一种更为有效而尚未被一般企业所采用的新的管理方式方法和新的组织形式。

4. 把创新作为界定企业家特质的规定性,既是商品生产、市场经济的产物,又是商品生产、市场经济的要求。因此,这一标准是历史的客观的。首先,企业家的创新欲望及率先实施的创新行为,不是无源之水,无本之木,而是在既定的历史条件下,根植于企业内在的利润冲动和外在的市场压力,在长期的商品生产、市场经济环境中逐渐构建起来的认知素质和意向素质。因此,企业家创新特质的规定性具有客观必然性。其次,同样受制于

企业内在的利润冲动和外在的市场压力，企业家创新特质的规定性，将贯穿于商品生产、市场经济的始终。企业家的创新欲望与行为，也将永远不会停留在一个水平上。在无情的市场竞争中，企业家要么为谋取他人未能看到或看到了但不能承担投资风险的获利机会而不断倡导和实行创新活动，永葆其物质。要么失去其创新特质，甘当追随企业家的模仿者，等同于普通企业经营者，舍此没有别的选择。因此，企业家创新特质的规定性，又具有经常而稳定显现的历史连续性。

5. 企业家的创新特质是一个完整的素质系统。其中，后天的、现实的主要素质构成包括：

(1) 对企业发展的高度的责任感和事业心，不满足于现状的不断进取精神和建立在科学基础之上的风险意识。在商品生产、市场经济条件下，作为经营管理者企业家是不是企业所有者，不能改变他们对企业发展的责任感、事业心、进取精神和风险意识。原因在于，企业家的责任感、事业心、进取精神和风险意识，在所有权与经营权合一的条件下，靠的是对自己所有的资产增值的追求。在所有权与经营权分离，所有者与经营者不是同一主体的情况下，企业家则是经营权的人格化，是以人的身份进入商品经济过程而有其自身经济利益的。企业的创新与发展，同企业家的需求满足同样有着直接利害关系，或者说同样既有动力机制又有约束机制。对企业家个人来讲，他所经营的企业的创新与发展，意味着他收入的增加，可供调动的资源的扩大，社会地位的提高，以及自我价值、崇高理想的实现，等等。相反，企业经营管理因循守旧，甚至失败，则意味着企业家名誉甚至经营者地位的丧失，意味着他必须承担亏损、下台乃至身败名裂的风险。于是，企业经营管理结果的经济预期和社会预期的重叠，便构成了企业家具有对企业发展的责任感、事业心、进取精神和风险意识的动力机制和约束机制。同时，也就铸成了企业家创新特质系统内如下的一些素质特征：对新情况、新问题、新事物有强烈的探究精神，乐于迎接新的挑战；不满足已有的知识的结论，不陶醉于取得的成功，不迷信权威，不人云亦云，有独立的个性和见解；求知欲强烈，学识广博，专业精通；敢于承担风险，不怕犯错误，善于总结经验，能避免重复性的失败；富有自信心和自尊心，坚韧顽强，不屈不挠。

(2) 对市场需要的超前的感知力和洞察力，满足市场需要，引导市场需要，开拓新市场的技巧和艺术。追逐超额利润，创造更多的新增价值，是企业家倡导和推行创新活动的原动力。然而，超额利润的获取，新增价值的实现离不开市场。市场既是企业家创新活动的起始动因，又是企业家创新活动的评价尺度，更是企业家创新活动的必然结果。因此，作为创新活动全过程的出发点或者先决条件，便是企业家必须具备的对市场需要，包括直接需要、间接需要以及市场环境发展需要的超前的感知力和洞察力。认识了市场需要，实质上就认识了获利机会，超前地认识了市场需要，实质上就等于发现了获取超额利润的机会。但是，认识到获利机会不等于把握了获利机会，利益和风险是对等的。市场和竞争是伴生的。新增价值的多与少，取决于创新物化结果在市场上竞争力的大与小。因此，要把握和实现获取超额利润的机会，还必须准确地预测风险代价，具有参与市场竞争的胆识和魄力，敢于承担先行投资的创新费用风险和率先实施的创新行为风险。必须在竞争中不断提高和充分发挥驾驭市场竞争，满足市场需要的技巧和艺术，并经受市场对创新物化结果的检验。总之，市场不是偶然出现的，它是企业家超前地认识某种需要，从而勇于进行创新活动，满足这种需要的必然结果。因此，超前地认识并满足市场需要的能力，贯穿于企业家创新活动的全过程，构成企业家创新特质系统内核心的素质特征。

(3) 对企业群体力量的出色的统率能力。企业家对企业群体力量的统率能力，表现为对于脑力劳动者和体力劳动者的积极性、智慧和创造力的组织、激励、指导和管理能力。现代经营管理理论认为，“企业这一组织系统，是因激励人的行为才存在的。这一系统的‘输入’、‘输出’和‘由输入转化为输出的过程’，都靠人与人的关系和人的行为来决定。”（美国管理学家麦格雷戈）因此，作为经营管理者的企业家必须明确，人不仅是诸种生产经营要素中决定的因素，还是管理的主体，创新实践活动的主体。要使企业的创新决策达到预期的物化结果，要使企业不断创新，永葆活力，必须把人的资源放在首位，想方设法“发动人”、“调动人”，使人充满活力。然而，人不是工具，不是单一的孤立的“经济人”，而是处在一定社会组织之中，具有经济需求、社会需求、精神需求，并能够进行精神创造的有生命的综合体。要使蕴藏在人的因素中的积极性、智慧和创造力充分发挥，达到人尽其才，人尽其力，必须掌握人的行为规律，运用物质的方法、精神的方法、奖惩的方法或学习和训练的方法等，满足人的多种需求，激励人的主动行为，从而使企业群体中每一个人，都能安于工作，乐于工作，忠于工作，并能心甘情愿地把潜力与智慧，积极性与创造力奉献出来。因此，对于人的内在需求的认识与理解能力，对于人的行为的组织、激励、指导和管理能力，就成为企业家必备的能力素质，并在其创新特质系统中占有突出地位，发挥着重要作用。

美国钢铁大王卡内基曾说过这样的话：“将我所有的工厂、设备、市场、资金全夺去，但只要保留我的组织、人员，四年之后，我仍将是一个钢铁大王。”卡内基的话，既揭示了一个成功的企业家在其创新实践中，对于人的要素的重视与依赖，又显示了一个企业家即使在物的要素极端困难条件下，由于具有对人的要素的统率能力，