

增强中国国有企业国际竞争力的思考

CONSIDERATION ON ENHANCING INTERNATIONAL COMPETITIVE CAPABILITY OF THE STATE-OWNED ENTERPRISES IN CHINA

何丽华

He Li-hua

(上海水产大学, 200090)

(Shanghai Fisheries University, 200090)

提 要 本课题研究的是在世界经济一体化的过程中,中国国有企业将逐步走向世界市场。面对瞬息万变的国际市场竞争,国有企业要立于不败之地取得制高点必须增强自身国际竞争力。本文力图在如何增强国有企业国际竞争力方面作一初步探讨,以供有关方面研究与参考。

关键词 国有企业,国际竞争力,中国

KEYWORDS state-owned enterprise, international competitive capability, China

当代世界经济正向着全球一体化的高层次发展,经济的国际化扩大了世界市场,也加剧了世界市场的竞争。在世界经济一体化的进程中,企业呈现出不可遏制的国际化趋势,中国国有企业将被推向世界市场乃是大势所趋。根据这一趋势,我国于1981年11月五届人大四次会议通过的政府工作报告中曾明确表示:“实行对外开放政策,加强国际经济技术交流,是我们坚定不移的方针。”对外开放要求中国的企业加强对外经济技术交流,积极发展外向型经济,通过国际市场竞争以促进经济的发展。

进入90年代,由于新技术革命的发展,国际经济环境有了很多新的变化,国际竞争呈现出许多新的特点和新的情况。我国国有企业在拓展参与国际分工和协作的新领域时,如何立于不败之地,笔者认为:

1 选拔和培养一批德才兼备的企业家队伍

一个企业要取得成功,固然需要机制、政策等条件,但最根本的因素是人。企业的发展离不开具有战略头脑、创新精神、敢于在国际市场上运筹帷幄一争高低的开拓型企业家,缺乏高素质的经营管理人才,这个企业是不会成功的。同一个企业不同的人去管理可以产生不同的结果,可能是 $1+1>2$,可能是 $1+1=2$,也可能是 $1+1<2$ 。为此要十分重视企业经营管理者中的作用,他是完成企业战略目标关键性一个环节。上海第二毛纺织厂的事例很能说明这个问题。该

厂长期以来一直亏损,入不敷出,在上海同行业中处于倒数第二位。1983年初该厂由万德明担任厂长后,年底就使这家国有毛纺大厂摆脱困境,经济效益从上海同行业倒数第二位跃为全国同行业第一。到1993年为止,该厂利润从1983年的858.6万元上升到5568万元,平均每年递增20.45%。创汇则从人民币453万元上升到2482万美元,平均每年递增18.55%,居全国毛纺行业之首。人均创汇列入上海企业界最高水平的行列。企业自有资金从0上升到1亿美元。按国际接轨的新会计制度该厂利税总额达5976万元。可见好的管理者由于讲究管理的科学性和艺术性能最大限度地发挥全体员工的聪明才智。正如美国管理学家麦格雷戈所说:“集体的输出,通常不是组织中个人能力的‘最小公分母’,而是比每个成员单独行动时的力量总和要大得多,产生的决策要优秀得多,问题的解决水平也要高得多。”^①

改革开放以来,我国涌现出一批思想政治素质好,文化水平高,年富力强的企业家,他们为中国社会主义经济建设作出了很大贡献。然而,从目前看,这支队伍存在的不足之处:一是懂生产技术管理的人员偏多,对财务会计、市场营销等方面的知识掌握多的人员偏少;二是在应有的外语水平、外贸知识、国内外法规等方面亦相当欠缺。怎样建立起一支德才兼备的企业家队伍呢?笔者认为可以不拘一格采取多种渠道:在组织人事制度方面可以打破系统、地域、所有制界限,按照市场经济的要求选拔人才。可以请进来学派出去学,可以干中学;亦可以从基层选拔有真才实学的人担任企业管理者;在人才的培养开发中,特别要重视引进竞争机制,努力创造适宜人才成才的环境和气候,使企业发展所需要的经营管理者能脱颖而出。同时要建立规范化的企业领导层的奖惩制度、罢免制度、考核制度、监督制度等,使其健康成长。

2 建立全球信息网络系统和信息处理机构,使生产适销对路

市场信息是企业经营决策的依据,是企业把握市场动向的眼睛,离开信息,企业就不可能在市场竞争中站稳脚跟,只能坐以待毙。因而“信息就是金钱,决策就是生命”这句话已成为雄心勃勃的企业家的“座右铭”。

何谓信息?控制论的创始人维纳认为:“信息是人与环境相互交换内容的统称。”^②信息论的创始者之一申农认为:信息是人的对事物了解的不定性的减少或消除。^③我国学者认为:信息是人们认识事物的中间环节,是事物变化情况的表述或陈述。在日常用语中,信息通常是指消息、情报等^④。

上述是人们对信息的一般定义。企业在运作过程中需要的信息,大致有两大类;一是企业发展方向、发展前途的信息;二是影响企业整体和全局的信息。

众所周知,市场是瞬息万变的,但其发展趋势是有一定规律可循的,企业作为独立的经济实体不仅要时时掌握信息,使产品适销对路,同时还要对市场进行远景预测,了解其发展的大趋势,使其避害趋利,就能开拓广阔的财源,企业自然就会充满生命活力。如浙江绍兴仪表厂通过信息网络获知第二汽车制造厂生产的东风240汽车一半进入大修期需要更换仪表。该厂迅速试制并组织生产出符合该车需要的EQ-140汽车仪表。结果订货单纷至沓来,仅此一项产品,就赢利80万元。又如日本“尼西奇”公司曾是一家生产雨衣濒临破产的小企业,通过信息

① 何奇,1987.中外古今管理思想选萃,219.企业管理出版社(京)。

②、③、④ 金志华,1993.市场经济与企业竞争,50.中国青年出版社(京)。

网络了解到日本每年出生250万婴儿，如果每个婴儿一年用2条尿布，全国每年就需要500万条。这是一个很大的市场。该公司决定变生产雨衣为生产尿布，结果商品一上市场就畅销，并打入国际市场，公司也由此荣获“尿布大王”的称号。

既然信息如此重要，那么由谁来设立全球信息网络系统和信息处理机构呢？笔者认为可以采取四种方法：一是政府独资设立；二是企业独资设立；三是政府、企业合资设立；四是个人独资设立。不论采取何种方式都要做到有偿转让信息；这样就会使整个信息系统工程处于良性循环状态。

企业在参与国际市场竞争时，会面临一个陌生而复杂的运作过程，因而所冒的风险要远远超过在国内市场的竞争。这是因为国际市场上存在着空间距离，时间距离，而且各国在文化及生活习惯上都有很大差距。企业要使风险降到最低，必须在任何情况下，让信息系统紧盯住市场需求的变化，紧盯住当代科技的发展，进行超前的大量市场调查研究和信息搜集然后进行筛选、分析、去伪存真，在许多优化的信息中抓住关键性信息，这样企业在激烈的市场竞争中就能立于不败之地。

3 组建外向型企业集团以利于进入世界市场

建立和发展外向型企业集团，积极开拓国际市场，参与国际分工和国际竞争，对增强我国经济实力提高我国国际地位具有重大的战略意义。

外向型企业集团是指若干具有内在联系的出口创汇企业，基于共同的利益一致的外向型经营目标，遵循平等，互利互惠原则，根据共同协商的章程和达成的协议，自愿组成的经济联合组织^⑤。

40年代末至70年代末期，因主客观因素中国基本上属于封闭的内向型经济模式。企业缺乏内在动力机制和外在压力机制，造成企业的产品质量差，层次低。企业不关心产品更新和技术发展动向，也没有意识到适应国际市场需求提高自身产品竞争力的重要性。

虽然一些企业在经济运行中获得较高的经济效益，是在封闭的经济中通过自我循环过程实现的。在其背后，往往掩盖着高消耗和低效率，掩盖着生产中的不经济行为，势必影响到我国综合国力的提高。党的十一届三中全会以来，邓小平同志反复强调：“为了发展生产力，必须对中国的经济体制进行改革，实行对外开放政策。”^⑥随着我国对外开放政策的实施，我国经济正在逐步与国际经济接轨。目前，我国企业面临的问题是国外一些庞大的企业集团利用他们在技术、管理和效率上的优势，运用各种形式同我国企业展开竞争。从我国外向型企业看，由于其小而全，缺乏规模优势，资金、技术、管理实力不强，竞争力弱，在国际竞争中处于劣势，易被各个击破。为此，必须组建外向型企业集团。

组建外向型企业集团必须打破行业、地区、所有制限制，使企业和企业之间，企业和金融机构之间，企业和高等院校科研单位之间在经济利益和发展目标一致的基础上联合起来，形成联合的整体优势，这不仅可以增加资金来源，也可以加强企业在生产、流通、经营、技术开发等方面的协作，改变目前单个企业势单力薄的国际竞争劣势，取得规模经济效益。而且企业集团以

^⑤ 李有荣，1994。中国现代企业集团，297。中国商业出版社（京）。

^⑥ 《邓小平文选》第三卷，第138页。1993年10月版，人民出版社（京）。

航空母舰的形象驰骋在国际市场上可以大大增强其竞争力。

组建外向型企业集团对我国进入国际市场是十分有益的。一是有利于在更大范围内在更大规模上实现生产力诸要素的优化组合,促进产业结构的合理调整;二是可以利用国外优势资源和有利条件,三是有利于引进国外先进技术和科学的管理方法,提高我国企业的整体素质;四是有利于发挥大型企业的主导作用,带动中小企业共同走向世界。

企业集团是一种富有生命力和发展前景的新型组织形式,是发展我国社会化大生产的主力军,也是我国经济起飞的希望所在。根据世界经济发展的特点和我国的国情,组建外向型企业集团的构想是:在初始阶段,可根据我国劳动力资源丰富的特点,以发展劳动密集型为主的企业集团,随着我国经济和技术的发展,可以发展以技术密集型为主体的企业集团,生产和开发国际市场需要的高精尖、高附加值的新产品。

为了使组建的外向型企业集团具有强大的国际竞争力,国家须进行宏观调控。国家要建立协调管理机构,对外向型企业进行统筹规划。其职责是根据我国经济发展需要,制订外向型企业集团发展的中长期规划,为了确保企业微观投资决策能和宏观规划相适应,国家可在财政税收、外汇、物资、利率等方面进行择优扶植。同时要制订和完善海外投资法,海外企业所得税法等各种经济法规,给企业以足够的自主权,允许企业集团根据具体情况采取相应对策,以获取最大的经济效益。

从目前已组建的企业集团看,由于其处于初始阶段,有些还不成熟,存在貌合神离现象,难以真正捏成拳头,其活力难以得到发挥。要使组建后的企业集团充满活力,显然是一个比组建本身更重要的课题。上海第二毛纺织厂的具体做法对我们有所启迪。该厂经过10年的发展成立了一个由其投资控股三省一市的20家企业的不挂牌的企业集团。这21家企业在共同利益一致的基础上自愿结合自然形成,不存在任何行政隶属或人治关系,而是龙头与龙身、龙尾之间形成以资金为纽带的经济关系,各成员之间的产权职责由经济合同确立,在该合同里确立等量资本取得等量利润的原则,根据各成员单位提供的资金、技术、设备以获取相应的利润。例如成都毛纺织厂长期亏损,和二毛厂联营后一年扭亏为盈,二毛厂根据合同从年终盈利的800万元提成760万元,成都厂分得40万元,双方的积极性都得到了提高。

纵观眼下组建的一些企业集团,可以发现有些上级主管部门不顾实际需要,不管是否愿意,一厢情愿地拉郎配,导致集团内部貌合神离,同床异梦,使集团的活力难以发挥。上海市市长徐匡迪在1995年2月27日回答《上海经济研究》总编杨建文博士的提问时说,新一轮横向经济联合,不是靠父母之命和媒妁之言,不是由政府来决定。而是自由恋爱,双方谈得拢,能有共同生活的基础,就一定能产生非常健康的下一代孩子,就能有好的产品,就能进入国际市场。这种自由联合的优化组合将产生更大的活力、更大的效益^⑦。这些话值得令人深思。研究一下上海二毛厂近些年来走过的道路,对当前正在进行组建的企业集团是不无裨益的。

总之,中国要真正走向世界,没有一大批实力雄厚、有强大出口竞争力的企业集团是不行的,为此,要不失时机积极稳妥地推进企业集团发展,使我国经济中所蕴藏的巨大的潜在的生产力,能够充分解放出来,这是国际经济一体化发展的必然趋势也是我国经济发展的需要。

^⑦ 徐匡迪,1995.新一轮横向经济联合要靠自由恋爱.上海经济研究,(3):4-7

4 注重产品质量以增强企业国际竞争力

一个企业要在国际市场这一大舞台上生存、发展、壮大,主要不是取决于其产品数量,而是取决于产品质量,取决于高质量的数量。长期以来我们一直注重生产发展速度,对产品质量问题相当忽视。致使我国生产的某些产品技术质量不能适应竞争激烈的国际市场需要,一旦取消国家保护,很难与发达国家产品相抗衡,揭开各国在国际市场竞争中取得成功的企业发展史,它们的普遍特点是取长补短。即企业在参与国际市场竞争中,必须要注意分析产品内在差别,认清自己的短处和别人的长处,取彼之长以补己之短,同时在取长补短中有所发展,有所创造,形成自己产品的新特点、新优势。只有如此,企业产品才可能保持旺盛的生命力,在国际市场竞争中获取胜利。

5 以科技为先导,以世界市场为目标,不断开发新产品

面对激烈的市场竞争,国有企业要增强活力,立于不败之地,必须树立技术领先意识,增强企业后劲,使之发挥长效。产品的竞争、国力的竞争实质上就是科学技术的竞争。凡是科技实力强的国家,必定是国际政治地位高的国家。强大的科技力量可以直接转化为强大的政治力量。科学技术长期落后的国家和民族,不可能繁荣昌盛,不可能自立于世界民族之林。我国要想跻身于国际舞台,增加在世界政治中的影响力和发言权,必须充分发展现代科学技术。

近年来,人们对科学技术的重要性有了认识,但在人的深层次意识中,科学技术并没有摆在第一位,突出表现在:体力劳动者的收入大于脑力劳动者,生产投入、重复建设大于科技投入,我国工业产值增长依靠科学进步仅占30%,发达国家要占到60~70%。群众中流传着:科学技术说起来重要,做起来次要,忙起来不要。究其原因,一是从宏观到微观没有完全形成有利于促进科学技术发展的运行机制;二是企业技术改造从以往国家拨款改为银行贷款,投资主体转到企业,企业由于社会包袱重缺乏自我发展的经济实力;三是固定资产折旧率低,折旧年限过长,资产原值与重置价格严重背离,使企业内的固定资产得不到补偿和更新。据测算,国有企业固定资产重置价值相当于原值的1.6—2倍,据此类推,一年约少提折旧几百亿元。除此以外,企业提取的折旧基金还要上交15%能源交通基金,10%预算调节基金,给企业简单再生产造成了困难;四是固定资产补偿不足,影响到企业的技术改造。据统计,大中型骨干企业的关键设备、关键工艺经过全面改造的约占15—20%,局部改造的约占40—50%,尚未改造的约占30—40%,大多数中小企业技术改造的程度更低,工艺落后、设备陈旧的状况相当普遍。

上述原因综合起来就是缺乏资金。资金缺乏已严重影响到企业的技术进步。怎样增加这部分资金来源。笔者以为一是建立技术开发基金,这部分基金可以按企业销售收入的一定比例提取,并列入成本,保证企业具有不断调整产品结构、开发新产品的能力;二是提高折旧率,提高的幅度能够保证固定资产有形与无形损耗的补偿;三是国家应当从政策方面采取措施,解决企业技术开发上的薄弱环节,使企业成为科技开发的生力军;四是职工的切身利益要与本单位的技术进步、经济效益挂钩,促使职工不断学习科学技术搞创造发明,这对提高职工队伍素质,增强企业整体活力是十分重要的。

企业间的竞争、国际市场的竞争,实质是产品的竞争,产品竞争从根本上说是科学的竞争。

中国国有企业要想进入世界市场,并在世界市场上占有一席之地,就要依据在某个领域的技术优势,开发出性能先进,质量可靠,整体美观的新产品,做到根据市场需求生产一代、试制一代、预研一代,这样才能赢得广阔的国内外市场,保证竞争中的优势。

他山之石可以攻玉,美国俄亥俄州伍斯特小镇有一家小公司——橡塑制品公司,1993年雄踞美国最佳企业榜首。这个小公司能在美国大公司之林中成为闪耀的明星其奥秘就在于依托科学技术不断地创造新产品,公司每年推出几百种新产品及系列产品,因而能不断适应顾客的需求,不断吸引消费者去购买他的产品,从而扩大了自己的市场,这是值得我们借鉴的。

· 转 载 ·

关于科学技术期刊的级别问题

在1994年9月份之前,“《健康报》陆续收到(读者)来信询问医学期刊的学术级别问题。记者就此走访了有关部门以及科技期刊主管部门——国家科委科技信息司期刊管理处,有以下两点可以明确告诉读者:

一、从学术水平的角度来讲,我国尚没有任何一个政府部门对科技期刊(包括医学期刊),做出权威性划分。因此,所谓一、二、三级杂志之说是没有依据的。

二、无论是哪种杂志,只要具有全国统一刊号——‘CN’,经国家科委批准,都是全国性刊物。因此,从学术水平的角度来讲没有全国性和地方性之分;但在期刊的审批管理上,是有区别的。按现行的《科学技术期刊管理办法》第六条规定:‘科学技术期刊,按其主管部门分为全国性期刊和地方性期刊。’然而,这种划分不是学术水平的划分。

鉴于上述两点,为期刊划分学术等级,并以此作为职称评定的依据是不科学的。论文的水平如何,需要各级职称评定委员会的委员们综合、客观的评价,不应以所谓的期刊等级作依据。”(原载1994年9月27日《健康报》)