

深化经营机制改革确立企业的市场主体地位

甘 碧 群

深化经营机制改革,搞好国营大中型企业是全党、全国人民十分关注的问题。深化经济体制改革,特别是转换企业的经营机制,是搞好国营大中型企业的关键,而确立企业的市场主体地位,则是企业搞好了的集中表现。本文拟就企业经营机制改革同企业的市场主体地位的关系,进行初探。

一

要确立企业的市场主体地位,必须先弄清企业市场主体地位的标志是什么?不少人认为,企业成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的生产者和商品经营者,这是企业市场主体地位的标志。我认为,这些是确立企业的市场主体地位的基础或根本条件,其标志应当在市场中表现出来。

首先是指企业经营活动以市场为导向,以用户需求为中心和出发点。具体表现在:

(1)企业必须破除单纯依靠国家计划组织经营活动,而以市场需求为出发点作经营决策。具体说,企业在作经营决策之前,必须进行市场调研与市场预测,分析市场营销环境,研究用户购买行为,对整体市场进行细分及选择目标市场,针对各目标市场的特点制定相应的市场营销策略。为用户提供售后服务,反馈用户需求及意见的信息等。

(2)企业建立起以市场营销为中心的管理体制。企业以往都以生产为中心而建立管理体制,突出生产部门及财务部门的作用,市场营销部门处于次要的从属地位,而且企业的各职能部门彼此分割。以市场营销为中心的管理体制,必然突出市场营销部门

的地位与作用,它处于领导和协调企业各职能部门的活动的主导地位,形成一个从整体上来满足用户需求的“整体系统”。

(3)以市场需求为出发点来建立企业的管理程序。如果说以生产为导向的管理程序表现为:企业根据生产能力及主管部门下达的计划,制定生产计划,然后制定销售计划,侧重于内部的控制管理。那么,以市场为导向的管理程序则表现为:从市场调研与市场预测出发,先制定市场营销计划,再制定生产计划、财务计划等一套系统的管理程序。

其次,企业的市场主体地位是指企业成为市场上直接的、自由的购销者。产品的购销活动是市场的主体活动,因而,企业要成为市场主体,必须能进行直接及自由的购销活动。具体说,企业在市场上能自由的、直接地选购所需生产资料;自由进入金融市场筹集或融通资金;自由进入劳务市场选择所需的劳动力。企业在商品市场上自由销售产品,并且有权将企业多余物资和设备进入市场转让。从而使企业在激烈的市场竞争中,按商品经济竞争法则求生存和发展,而不是靠政府的保护,给优惠政策来支撑着企业的发展。

再次,企业的市场主体地位是指企业经营的好坏不是由政府行政部门及主管部门决定,而是由市场(或用户)来评价。例如企业生产出来的产品质量、款式及提供的售后服务是否使用户满意;产品价格是否符合消费者的价值观念及支付能力;广告宣传是否符合消费者的习惯与要求等。总之,企业的产品能否获得用户好评及唤起用户的购买,能否增加产品销售量及利润量,这才是衡量

企业经营效益好坏的标准。

最后,企业的市场主体地位是指企业经营活动的发展,成为市场体系发育和发展的基础。无疑,没有完善的市场体系,企业的经营活动难以顺畅的运行,亦谈不上确立企业的市场主体地位。但如果没有独立自主、自负盈亏的企业的良好经营活动,也不可能建立起完善的市场体系。可见,企业与市场是难以分开的。众所周知,市场体系的发育和完善是由诸多因素决定的,其中社会生产力及商品经济的发展是市场体系得以建立和完善的决定因素。而企业是社会的经济细胞,是商品经济发展的微观基础。企业经营活动的发展一方面通过市场寻求生产资料、资金及劳动力的来源,从客观上刺激生产要素市场的发展;另一方面通过市场为用户提供更多更好的产品,为市场提供素质更高的劳动者,为金融市场提供更多的资金,从而为市场体系的发展提供了可能。当然,政府通过经济、法律及行政三大杠杆有意识地培育市场体系,是不可忽视的另一关键因素。

如何确立企业的市场主体地位呢?关键是建立起富有竞争性、开放性的企业经营机制,即实行政企职责分开,所有权与经营权分离,独立自主,自负盈亏,具有自我改造,自我发展能力的商品生产者与商品经营者。这既要求政府职能的转变,亦要求企业经营机制的改革。

一

我国实行改革开放之前,实行高度集中封闭和僵化的经济体制。在运行机制方面,实行产品运行机制,企业只是简单的产品生产者,而不是相对独立的商品生产者和经营者;市场呈现出垄断性、封闭性及残缺不全的格局;产品实行国家计划分配或统购包销;劳动力实行计划分配。产品运行机制又是通过行政机制来控制,所以,作为社会经济细胞的企业成为国家机构的附属物。

在宏观运行机制方面,国家实行直接行政宏观控制,并主要通过指令性计划来控制企业的活动。企业成为国家大工厂中的一个车间,毫无经营自主权,企业生产的产品类别、品种及数量等由国家指令性计划下达,产品价格由有关部门决定,产品实行计划分配、企业无权进行分销和促销。

这种旧的经济体制,造成了企业生产活动与市场完全割裂开,企业内部只有生产管理机制,而无经营机制。企业的生产活动不是以市场为导向,而是以主管部门、计划部门及各级政府下达的生产计划为导向。企业不可能成为市场直接和自由的购销者,当时市场的主体地位为有关主管部门所替代了。因此,企业不可能依靠自身力量在市场上独立存在和发展。企业经营的好坏不是由市场(或用户)来评价,而是由政府部门及主管部门来决定。在产品经济体制下,企业活力被束缚和压抑,使企业处于一种“不死不活”的“半休眠”状态,企业经济效益差。在这种低水平的商品经济及产品经济体制格局下,不可能提出建立市场体系,企业亦不可能成为市场的主体。

党的十一届三中全会以后,我国经济体制改革在各个领域中都进行了不同程度的改革。在运行机制方面,开始从产品运行机制向商品运行机制转变。主要表现在:

(1)作为决定商品经济存在的根源的所有制结构方面,正由单一的公有制向以公有制为主的各种所有制形式演变。企业的经营方式也由单一的形式向多种经营形式过渡,即以承包经营责任制为主体的租赁制及股份制并存的经营机制。

(2)扩大了企业的经营自主权。国家给予企业在生产计划、产品购销、产品定价、自有资金、劳动人事、工资奖金及联合协作等一定的自主权。例如,在营销自主权方面,除少数企业及产品仍实行指令性计划外,多数企业和产品实行指导性计划。这些

企业的产品类别由国家计划下达,产品品种则可根据市场需求、竞争者状况及自身条件来确定;产品的基准价及价格浮动幅度由国家决定,企业可根据市场状况决定具体价格点;企业可根据用户的需求、习惯来选择分销渠道及促销方式。少部分企业和产品则实行市场调节,根据市场需求及自身条件来作出市场营销决策。

在宏观调节机制方面,开始从直接的宏观控制向以间接的宏观控制转变,逐步缩小生产、流通领域的指令性计划,扩大指导性计划与市场调节范围。

随着国家宏观调节机制及运行机制的改革,企业也开始建立起经营机制。三资企业、乡镇企业具有完全的经营自主权,其经营活动与市场紧密联系在一起。它们根据顾客需求来决定经营范围和方向,制定营销决策。它们真正成为市场上直接和自由的购销者,它们依靠自身力量在市场激烈竞争中独立生存和发展。这些企业的市场主体地位日渐确立。

国营大中型企业通过以放权让利为主要思路的企业经营机制的改革,其生产经营自主权有所扩大,自我改革、自我发展能力有所加强。它们开始重视转变经营指导思想、注意市场调研、企业的经营活动与市场也逐渐紧密。但这种改革,只是政府对企业的控制方式和控制程度的松动,并未真正解决企业作为行政附属物的地位,企业目前仍处于一种缺乏活力的经营机制之中。这主要表现在:

(1) 政企职责不分,所有权与经营权不分;

(2) 企业经营自主权未真正落实,国家规定给企业的自主权往往被主管部门及各级政府所截留;

(3) 国营大中型企业的指令性任务重。产品价格不合理,存在双轨制,对指令性计划产品实行计划价格,但对生产所需的原材料却无法完全靠计划解决,只能以高昂

的市场价格在市场上采购,这样,造成了产品价格高进低出的不对称格局;

(4) 在财政税收方面,无论是所得税,还是流转税,国营企业都明显高于其他类型的企业;

(5) 在劳动工资管理方面,企业内部职工分配拉不开距离,搞平均主义。企业职工不能自由招聘及择优录用。

企业经营机制的上述弊端,难以使企业的经营活动完全面向市场。而是形成了既以市场,又以主管部门、计划部门及各级政府下达计划为双重导向的格局。在购销方面,它们亦还不能成为市场上真正的直接和自由的购销者。而是呈现出既是市场上直接购买者,又是间接购销者(由主管部门计划分配部分原材料及控制某些产品销售)的双重格局。而且,企业在市场上的直接购销活动,多半是在主管部门及各级政府的干预下进行的。可见,目前国营大中型企业还未确立其市场主体地位。

三

要搞好国营大中型企业,确立其市场主体地位,是一项艰巨的系统工程,既有外因,又有内因。政府部门从外因方面为企业提供良好的外部条件,企业应多从内因,尤其从转换经营机制方面下功夫。

首先,真正实行政企职责分开。所谓政企分开,是指将政府的宏观调控职能从政府行政管理及政府所有权职能中分离出来。各级政府及主管部门主要抓好宏观经济调控体系的建设,制定市场法规和条例,建立公平的竞争环境,对企业进行产业政策指导及宏观经济管理,而不要直接干预企业的经营活动。

其次,实行所有权与经营权的分离。把政府所有权职能从政府行政管理职能及宏观调控职能中分离出来。由国家国有资产管理局行使国有资产权,主要是行使对保留资产效益的考核,收益分享,决定它与企业之间

的分权形式及企业内部的重大制度等。同时,可以逐步建立竞争性及开放性的国有资产经营机制,并相应地设立各级资产经营机构。允许这些机构进行多种形式的产权交易,并允许它们进行跨地区、跨行业转让企业。经营权则完全交由企业控制,它们可根据市场状况制定经营决策。

再次,不断完善承包经营责任制及试行、推广股份制。从1987年开始实行的承包经营责任制的实践,证明它是在目前条件下行之有效的经营形式。它初步解决了国家、企业及职工三者利益兼顾的问题,并使企业开始建立激励机制,初步打破职工吃企业“大锅饭”的格局,大大调动了企业广大职工的经营积极性,为企业面向市场起着推动的作用。然而,这种承包经营责任制仍存在不少弊端,诸如承包基数不科学;实行税前还贷。造成国家财政收入减少;只包盈不包亏,企业仍吃国家的“大锅饭”;造成企业行为的短期化等。针对上述弊端,在第二轮承包合同中,进一步扩大了承包内容,承包基数也较前科学合理。承包合同内容主要包括效益,发展后劲和企业管理三大指标体系;承包基数确定方式多样化。采用了“分档达标”等十多种方式;承包人由过去厂长(经理)个人承包转为企业领导班子集体承包和全员承包;风险抵押承包增强。可以预料,随着第二轮承包制的推行,对进一步搞好国营大中型企业,将它们迅速推向市场会起更大的作用。

但不管怎样,承包制始终难以打破政企不分的格局,因为在承包制中,虽然政府各主管部门与企业建立起一种合同的关系,但双方仍未呈现出平等的关系。政府作为发包方仍从诸多方面对企业的经营活 动加以束缚,作为承包方的企业还无法摆脱作为政府主管部门的附属物的地位。因此,我认为,承包经营责任制只能解决企业内部劳动制度及分配的不合理,作为企业内部的经营管理方式,可以长期坚持下去。但它无法解决企业政企不分、所有权与经营权不分离的根本问题。

实行股份制恰能解决政企不分,所有权与经营权不分离的弊端。因为,在国营企业中实行股份制,是由国家股、法人股及个人

股所组成,在股份制形式下,由股东大会选出董事会,由董事会聘用厂长(经理)。企业只对股东负责,它在服从国家法律与政策调控的前提下,独立进行经营决策,国家只能通过所占有的股权,对企业经营决策发生影响。国家作为宏观调控机构,也只能通过税收形式把它同企业之间的分配关系固定下来。并通过其他经济手段诸如价格、利率及汇率等对企业发生影响,而不能对企业进行直接行政干预,从而使企业具有真正独立自主决策权。

实行股份制有利于企业转变经营机制,自觉地走向市场。股份制企业显著的特点是企业经营情况公开化,受广大股东及社会的监督。股东的红利与股息是同企业的经营状况紧密联系,如果企业经营状况不好,股东便少得红利或股息,甚至得不到红利或股息,这将会引起广大股东的不满并强加压力。另外,企业发行股票的价格受制于诸多因素,其中经营效益的好坏是股票价格涨落的决定性因素。如果企业经营效益不佳,将引起股票价格的下跌,企业广大股东及社会股民便对股份企业产生不信任感,再不愿意购买该企业的股票,从而迫使企业重视转变经营机制,树立以市场为导向的经营思想,增强竞争观念,使企业更自觉地走向市场。

企业经营机制改革离不开外部条件。政府要为企业转换经营机制提供宽松的外部环境,必须转换政府职能,即从过去对企业的直接干预转变为间接调控,采用法律、经济及行政手段对企业进行宏观调控。在法律方面,政府要顺应商品经济的发展,逐步建立和健全与企业营销活动有关的法律、法规和条例。在经济方面,对不同所有制,不同类型的企业实行相似的价格、税收及信贷的政策,为企业创造平等的竞争环境。此外,政府还要大力培育市场,打破各地“诸侯割据”、各地区、各部门之间相互封锁的格局,使企业能够无阻碍地进入各地市场,才能促进全国统一市场体系的形成,也才有利于企业的市场主体地位的确立。

(责任编辑 曾德国)