

社会主义市场经济条件下的企业竞争

孙居涛

竞争是社会主义市场经济的基本特征之一,是企业活力的源泉。增强企业的竞争力,是建立社会主义市场经济的先决条件,完善企业竞争机制,是我国经济体制改革的课题之一。本文就企业竞争问题进行探讨。

一、市场竞争与企业活力

随着经济体制改革的深化,人们对竞争已不陌生。在实践中,人们已认识到,没有竞争,就没有企业的活力,没有竞争,就没有一个有效的市场。市场竞争起着发动机的作用,它对于激发企业奋发向上的精神,对于促进经济的发展,具有其特定的作用。

现在的问题已不在于社会主义社会是否存在市场竞争,而在于进一步认识市场竞争的实质以及如何运用市场竞争搞活企业特别是搞活国有大中型企业。为此,必须纠正那种把客观存在的竞争规律,冠以社会主义和资本主义加以绝对区分的观念。竞争是商品经济的产物,是商品经济运行的一种调节机制,无论是社会主义社会,还是资本主义社会,在市场竞争的直接目的,竞争的范围,竞争的形式和竞争的手段等方面有着许多相同之处。从竞争性企业的直接目的来看,都是为了追求利润的最大化,这是竞争之所以发生的内在动力。在社会主义市场经济条件下,竞争是企业特别是国有企业重要的推动力,因为国有企业除了必须完成少量国家指令性计划外,“他们不承认任何别的权威,只承认他们相互利益的压力加在他们身上的强制”^①。企业为了在市场竞争中取得胜利,维护和扩大自己的市场占有率,必须依靠其产品的质量、产品的品种、服务和价格争夺消费者。竞争的直接结果,都是优胜劣汰。

社会主义社会存在多种经济成份,这就决定了市场竞争是全方位的、多元化的。这种多元化的市场竞争范围是广泛的,形式是多样的,手段是多种的。就市场竞争的范围而言,它在社会再生产的生产、分配、交换、消费诸环节全面展开。市场竞争的形式包

括产品质量竞争、品种竞争、技术竞争、价格竞争、服务竞争、信息竞争、人才竞争、广告竞争等。这些多种形式的竞争,促使企业改善管理,降低消耗,增加活力,提高效益。就手段而言,只要在法律允许和规范的基础上,运用各种正当的市场竞争手段,反对非法和不正当的手段,反对各种形式的垄断。可见,那种把资本主义市场竞争和社会主义市场竞争加以绝对区分,其结果必定是造成理论上的混乱,限制企业的竞争和企业活力的增强,阻碍了社会生产力的发展。我们的任务不是限制企业的竞争,而是积极地创造合理的市场竞争环境和必要的条件,使其固有的公开性、公正性、平等性等特点,得到充分的体现,发挥其鼓励先进,鞭策落后,优胜劣汰的作用,使社会主义企业生机蓬蓬,充满活力,创造出比资本主义企业更高的经济效益。

社会主义市场竞争反映的是商品生产者和经营者之间围绕着物质利益而形成的经济关系。这种经济关系具有两重性:一是企业为了自身的利益而展开的争夺。二是企业为了自身的利益而进行的互助合作。竞争的各方具有共同的目标,都是为了提高经济效益,为了创造更多的物质财富,通过满足社会的需要而获得自身的利益。社会主义市场竞争不仅是争夺,而是既有争夺,又有合作,竞争的主体不是截然对立的,而是互相制约、互相依存的。

市场竞争是企业活力的源泉。企业之间在物质利益上的差别,来自市场公平竞争的结果。追求利润最大化是每个商品生产者和经营者作为各自市场竞争主体有着强大的内在动力。为在竞争中获胜,从而实现最大利益,就必须以百倍热情与极大的积极性、主动性和创造性,投入商品生产和经营。由于企业的技术水平、产品质量、服务水平、管理水平的不同,企业也就存在着差异,而面对平等的市场竞争,企业必然感受到市场竞争的压力,因此时时督促着商品生产者和经营者,驱动他们奋勇争先,不然就落后被淘汰。由此可见,企业的活力不是自然形成的,它受到两股力量的制约和推动,一股是来自企业自身对物

质利益的追求所产生的动力,另一股是竞争所产生的具有某种强制性的压力。内在动力和外在压力构成企业活力的源泉。外在压力作用于内在动力不断地给企业注入新的生命力,推动着企业不断创新和技术进步,提高经济效益。

二、企业在市场竞争中壮大和发展

改革开放以来,人们在理论上肯定了市场竞争在商品经济条件下推动经济发展的积极作用,在实践中也采取了许多提倡和鼓励竞争的具体措施。但也应当承认,企业的竞争机制至今并未真正形成。健全和完善企业竞争机制,增强企业的竞争力,要做的事情很多,从企业的角度来说,主要是增强企业的对外竞争力和完善企业内部的适度竞争制度。

企业的竞争力是企业家在适应、协调和驾驭外部环境的过程中成功地从事经营活动的能力。主要有价格竞争和非价格竞争,包括产品竞争(如产品质量、产品造型和新产品等)、条件竞争(如优惠供货条件、付款条件和提供服务等)、以及销售竞争(如广告、包装、推销等)。

增强企业的竞争力,主要在两个层次展开。第一个层次是部门内部各企业之间的竞争,即争夺市场占有率的竞争,这种竞争最为直接、最为激烈,因为同类商品最容易被消费者比较和鉴别,商品能否转化为货币,被称为商品惊险的一跳,这一跳是否成功,关系商品生产者和经营者的命运。如果一个企业提供的产品质量高,其特点和优势在流通过程的相互比较中明显地表现出来,它的商品就容易打开销路,占领市场;反之,就会销路不畅,甚至无人问津。所以,企业要想在某一领域保持优势,具有较强的竞争力,就必须做到:

首先,对市场竞争有全面正确的认识。我们所讨论的竞争是指经济领域中的市场竞争,即众多经济单位在市场上进行的有效竞争,这种竞争是一种公开的、机会均等的争夺。对任何一个进入市场的企业来说,都同样面临着消费者的选择和评判,同时都受到市场规则的约束,这种约束来自三个方面:一是竞争的原则是优胜劣汰,要接受市场竞争的严峻考验;二是竞争具有压力,正是这种压力,克服人们因循守旧、不思进取的倾向,代之以创新、求新、求精、求优的精神;三是市场竞争是具有约束力的,企业进入市场,其评判者是消费者,迫使企业在竞争中要按照客观经济规律办事,重视市场信息,科学决策,加强管理,在市场竞争中不断壮大和发展。

其次,不断扩大竞争范围。市场竞争如同战场,稍有不慎和失误,就会在竞争中落伍和失败,失去已占领的市场。企业在抓好商品竞争的同时,还应确立长远的竞争目标,要注重信息竞争、人才竞争、技术

竞争、广告竞争、推销竞争,以开拓新的市场。人们越来越认识到:信息竞争是开拓市场的指路明灯,质量竞争是进入市场的通行证,技术竞争是占领市场的发动机,广告竞争是打开市场的金钥匙,服务竞争是掌握市场的天平,人才竞争是赢得市场的保证。

第三,讲究竞争技巧。产品质量是企业生存和发展的基础,也是竞争获胜的根本保证,只要有优质产品,就会有较强的竞争力。同时,还要运用各种竞争策略,如售后服务、销售创新、广告促销、公共关系促销等。

第四,严格遵守国内国际的竞争法规,杜绝不正当的竞争手段。市场竞争中的不法行为,既损害了他人的利益,又损害了企业甚至国家的声誉和利益。企业在市场竞争中必须遵守《反不正当竞争法》,禁止损害竞争对手和消费者利益的行为。这样,市场竞争才能在健康、有效的竞争中发挥其作用,提高企业的经济效益。

第二个层次是不同部门企业之间的竞争,虽然这些企业生产不同的产品,但它们有一个共同的倾向,既趋向于生产有利的产品,都愿意把更多的资金投放到这些产品的生产上。企业为了实现利润的最大化,在一定的资金、人力、物力、技术和自然条件下,在诸多的投资机会中进行选择,确定最有利的投资方向。这样,从微观的角度看,必然促进企业积极进取,不断创新,增强企业活力。从宏观角度看,这种资源优化流动的结果,会使优者得到鞭策,劣者归于淘汰,并通过促进社会资源转移,实现国民经济结构的调整,推动社会经济的发展。

说起企业的竞争,人们往往注意企业的外部竞争,而企业的内部竞争却常常被忽视。其实,企业的内部竞争同外部竞争是联系在一起的,只有企业的外部竞争,没有企业的内部竞争,是不完善的竞争。企业要发展,要在竞争中取得优势,必须健全企业的内部竞争机制。企业的内部竞争既不能取消,又不能滥用竞争,必须正确引导和协调,这样企业才能有健全的竞争,减少内耗损伤。

目前,我们还没有建立起适合我国国情的企业内部竞争机制,这在一定程度上影响了企业的外部竞争力。一段时间,由于市场竞争的环境没有形成,企业之间的竞争难以展开,于是采取了许多促进企业内部竞争的措施,如提高奖金,工资拉开档次,这些措施对鼓励企业内部竞争起到了积极的作用。但是,由于企业内部没有健全的考核制度,随意性较大,一方面调动了部分人的积极性,另一方面又伤害了部分人的积极性,结果引起了职工与职工、职工与领导之间的矛盾。一些企业为了避免矛盾,又取消竞争,搞起平均主义,奖金平分,利益均沾。没有健全的企业内部竞争机制,势必影响企业的外部竞争能力。

当务之急是制定公开的、公正的可操作的考核

制度,开展企业内部的适度竞争。工资、奖金的发放,职务的晋升等,应以每个人的工作业绩为依据。考核内容可分为完成任务情况,工作难度程度,责任感、积极性、组织纪律、协作精神等,按照这些内容,分别定出考核标准和尺度,并公布于众,让职工有明确的努力方向和竞争目标。考核标准的制定,应广泛征求意见,一旦制定,就坚持执行。再辅之思想政治工作,就会形成一种凝聚力,向心力。企业内部适度竞争机制的形成,必将有助于企业的对外竞争力的增强。

三、为企业平等竞争创造条件

目前,企业参与市场竞争,还存在着许多制约因素,为此,国家要为各种所有制经济平等参与市场竞争创造条件。

第一,提高认识,更新观念。追求利润最大化是所有商品生产者和经营者的目的,也是商品经济的共同规律。长期以来,由于受传统观念的束缚,好象强调企业利润最大化,就会有损于社会效益。其实,商品生产者和经营者追求利润最大化与满足社会需要是辩证统一的。企业创造的利润越多,不仅为本身生产和流通增添物质力量,同时也为社会主义建设积累了资金。不论从哪个角度来讲,企业利润获得越多,对社会的贡献就越大。当然企业在投入市场竞争的时候,必须考虑社会主义生产目的,正确处理国家、集体、个人三者之间的物质利益,不允许损害国家和消费者的利益。

第二,转换国有企业经营机制,使企业成为市场竞争的主体。国有企业没有独立经营的自主权,没有成为参与市场竞争的经济主体,是我国建立市场经济体制的一个突出问题,深化我国企业改革的目标,是转换国有企业的经营机制,建立现代企业制度,促使国有企业走向市场,积极参与市场竞争,在市场竞争中壮大和发展。为此,应该把国民经济的不同部门划分为竞争性行业和非竞争性行业。非竞争性行业(如国防部门、社会福利事业、自然垄断产品、关系国计民生的铁路、邮电、通讯等部门)必须是限制竞争的,其经营活动应该在国家控制下进行,带有垄断性。除此之外,所有经济部门都应是竞争性行业,其生产经营活动都应在平等的条件下,公开的自由的开展竞争,不限制先进,也不保护落后。在市场竞争中获胜者,就壮大和发展。在市场竞争中长期亏损,资不抵债者应依法破产,经过改组或兼并,使其获得新生。

第三,转变政府职能。政府职能的转变,是增强企业竞争力的关键。要采取切实可行的步骤和措施转变政府的职能,把政府从干预企业生产经营的泥

潭中解脱出来,变直接控制为间接调控。“政府管理经济的职能,主要是制定和执行宏观调控政策,搞好基础设施建设,创造良好的经济发展环境。同时,要培育市场体系,监督市场运行和维护平等竞争……政府运用经济手段、法律手段和必要的行政手段管理国民经济,不直接干预企业的生产经营活动。”^①精简一些束缚企业参与市场竞争的专业经济部门。若能真正做到政企分开,企业就会从各种束缚的羁绊中解脱出来。

第四,开放市场。所有竞争性企业都自由地进入市场,是促进市场竞争的重要条件。应该取消种种不适合市场经济的规定,打破地区、部门的封锁,反对不正当的竞争,创造平等竞争的环境,形成统一、开放、竞争、有序的大市场。随着社会供需结构的变化,不仅允许企业自由进入市场,也应允许企业自由退出市场。这样,才能使市场竞争在公平的基础上展开,促进经济效益的提高。

第五,建立主要由市场形成价格的机制。价格是市场竞争最主要的因素,市场机制的作用主要是通过价格竞争来实现的。在完全计划价格的条件下,是难以形成有效的市场竞争的。与市场经济相适应的是市场价格制度。建立社会主义市场经济体制,应该在保持价格总水平相对稳定的前提下,放开竞争性商品和服务的价格,让市场供求、市场竞争形成价格,而不是由行政主管机构制定价格。国家只对极少数关系国计民生的重要商品、公用事业或垄断性部门的产品进行订价或价格干预。所以,价格改革就是要尽快取消生产资料的价格双轨制,实行自由价格,建立起以市场竞争形成价格为主的价格机制。

第六,市场竞争,必须有完备的法制来规范和保障。在市场竞争过程中,总会有些商品生产者和经营者受到利润的驱动,采取花样繁多的不正当甚至违法的手段进行竞争。如缺乏职业道德,在供不应求时抢购、屯积、哄抬物价;利用回扣和广告以劣充优,甚至制造假商标、假产品;采取欺骗、行贿、腐化生活方式等作为掠夺社会财富的不法行为等,必须严加禁止,通过法律与法规的建设来规范经济主体的市场竞争行为,反对垄断,保护公平交易,保护消费者和竞争者的利润,最终建立起以平等竞争为基本准则的市场秩序和市场规则。

注释:

①《马克思恩格斯全集》第23卷,第139页。

②《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》。

(责任编辑 曾德国)