

“企业集群式”对外投资 ——我国中小企业跨国经营的新途径 东南大学经济管理学院 张昕

[摘要] 加入WTO之后,走跨国经营之路成为我国广大中小企业的必然选择。本文在论述了跨国经营过程中单个游离中小企业容易受到资源、成本、创新能力、品牌等的制约的基础上,提出了“企业集群”式对外投资应成为我国中小企业跨国经营的新途径,并进一步论述了这一投资方式所具有的独特优势。最后对促进我国中小企业集群式对外投资的措施进行了探讨。

[关键词] 企业集群 中小企业 跨国经营

跨国经营是指国内企业通过对外直接投资,在国外建立子公司或分支机构,并以此为基础展开的跨国界的以赢利为目的的经营活动,在我国加入WTO之后,广大中小企业为了寻求经营机会、保护和扩大原有市场、克服贸易壁垒、追求优惠政策及获取技术,走跨国经营之路成为必然的选择。但是在跨国经营的过程中,单个游离中小企业势单力薄,仅仅依靠个体力量单枪匹马闯入国际市场难度很大,向大企业发展的不可能在短期内完成,组建大集团又往往减少了企业的灵活性,在这种情况下具有“小企业、大群落”特点的“企业集群式”对外投资兼具了小企业的灵活、柔和和大企业的品牌、实力,成为我国中小企业跨国经营的最佳选

超额经济利益。因此,必须发挥媒体的信息放大作用,巩固基础公共知识,让委托人和代理人在相对公平、诚信的信息环境中缔结互利的经济契约。伪劣商品的制售者就是隐瞒商品质量信息而非法获利,如此信息环境下,制售者与消费者之间很难形成长期稳定的买卖关系,制售者的个别信息一旦通过传媒的放大变成众人皆知的公共知识后,制售者自然而然丧失了可非法牟取超额经济利益的信息优势,这也是伪劣商品无法在较稳定的消费群体中长期存在的原因。媒体的信息放大作用还能加大信息管理、舆论监督的力度,因此,媒体应不断强化正面信息,正确引导舆论导向。信息对人的意识起着潜移默化的影响,信息整体素质的提高离我们并不遥远。中国人受几千年儒家文化的熏陶,从众心理强,示范效应显著。对正面信息进行大面积强火力的宣传,让正确的生产和消费理念深入人心,可为市场规范化打下良好基础。

3.4 选择合适的信息传播工具。据2003年度的科学知识度调查结果显示,在中国人获取信息的主要方式中,占第一位的仍然是电视,我国的电视机拥有量居世界首位。信息效用的发挥受两方面的制约:其一是信息资源的开发程度,其二是信息的传播水平,只有选择了合适的信息传播工具,才能提高信息的传播水平。根据我国农村消费者的现状,笔者认为,在消费信息的传播上应充分发挥电视的重要作用,经过“村村通”工程的实施,已形成基本上覆盖全国的电视网,近两年,数字电视正逐步走入百姓家中,更增强了电视的互动功能。对整个社会经济系统而言,通过信息系统在可能的地方消除时间延迟,将原因与存在地理距离或时间距离的结果相连接就可避免社会经济系统的剧烈动荡,信息系统此时成为至关重要的神经系统。现代经济稳定健康的发展依赖于信息系统的迅捷反应,因此,在选择信息传播工具时须把握“随需而变”的原则,传统与现代相结合,普及化与高端化相辅相成,将广播电视、报刊杂志、计算机网络、移动通讯等各种传播工具加以整合,形成无缝联接的信息传播网,让信息准确、及时、安全、通畅地送达终端用户手中。

3.5 营造安全的消费环境。为广大农民营造安全的消费环境,须“德治”与“法治”双管齐下。“法治”就是建立健全法律、法规体系,真正做到“执法必严,违法必究”。“严管重罚”在一定程度上可有效减少违法行为的发生。“广东毒酒案”所用的工业酒精属于危险化工产品,按规定想要获取并非易事,但事实上,伪劣白酒的制造者却无需任何证明即可轻易大批量购买;阜阳劣质奶粉虽在一年前即被工商部门定为不合格商品却未及时采取有效的打击措施。目前,少数执法部门对待伪劣商品的制售仅采用少量罚款的方式加以处罚,大大削弱了执法力度,客观上助长了伪劣商品制售者的嚣张气焰。法律有滞后性但管理者接受新思想并没有滞后性,体制改革已进行多年,但多头管理、“踢皮球”这些体制弊端仍在作祟,真正的“法治”必须从根本上加大政府体制改革力度。

“德治”就是通过正面信息的宣传强化,帮助信息受众树立正确的道德观、人生观。文化环境或称文化氛围可起到约束及监督作用,在众人都诚实、公正的环境下,如果想制售伪劣商品就会受到社会舆论的谴责,背负沉重的心理压力。比如“乡里乡亲,知根知底”,就是由于信息具有对称性,让人不得不做真实的事,说真实的话。在公平、诚信的市场环境下,制售者能从稳定的客户源中长期获利,而消费者也能了解正确的消费信息选购到称心如意的商品,形成“双赢”。营造安全的消费环境需从多方面入手,但无论采取何种措施,信息都将起到举足轻重的促进作用。

[参考文献]

[1] 乌家培等. 信息经济学. 高等教育出版社. 2002

[2] <http://www.xinhuanet.com.cn>. :郭莹玉、吴俊. 从广州“毒酒”事件看农民工的“餐桌危机”. 2004. 3. 26

[3] 何薇. 涉农大案一一严打. 新安晚报. 2004. 6. 12

择。

一、单个游离中小企业跨国经营中存在的问题

1. 单个游离中小企业很难获得跨国经营所必需的资源。首先,单个游离中小企业受规模、管理等因素的制约很难吸引到具有多种技能且通晓国际惯例的复合型经营管理人才。长期以来,我国很多中小企业实行的是家族式管理和任人唯亲的用人方式,这使企业难以营造良好的外部环境来吸纳科技、管理等优秀人才,而封闭型的经营方式,也使多数单个游离中小企业很难自己培育出杰出的外向型的经营人才。其次缺乏资金,由于中小企业规模小,可以用来进行投资或跨国经营的资金非常有限。同时,由于企业规模偏小而带来信用差、风险大以及金融机构出于商业利益的考虑等各种因素的影响,单个游离中小企业很难得到银行贷款。融资渠道不通畅,不能及时地获得充足的贷款,单个游离中小企业很难进行有规模的对外投资,严重阻碍了跨国经营的步伐。

2. 巨大的跨国经营成本是单个游离中小企业跨国经营的另一个障碍。首先,单个游离中小企业需要支付高昂的信息成本。企业要拓展跨国经营,熟悉国际市场信息和把握国际市场动向是重要的前提条件。单个游离中小企业了解外国市场的渠道非常有限,对国外有关法律、政策、投资环境等方面的知识不多,在当前我国跨国经营经营咨询服务系统欠缺的情况下,单个游离中小企业得到国际经营所需的信息和知识,要付出高昂的代价。高昂的信息成本严重制约了中小企业走出国门开展国际经营,更不利于在国际市场上与其他国际经济实体进行竞争。第二需要支付较高的人才搜寻和甄别成本,中小企业跨国经营需要具有高素质,同时又有职业道德的“德才兼备”的人才,依靠公司内部培养需要漫长的时间,通过各种人才招聘会、刊登广告、中介机构等形式,向社会公开招募企业所需人才的方法固然可以快速的得到所需人才,但在信息不对称的情况下从众多应聘者中挑选出合适的人才需要较高的人才搜寻和甄别成本。第三要承担高昂的流通费用。中小企业大多以“小而专”、“小而特”、“小而精”见长,每一个中小企业都无法独立完成整个产业链条的全部工作,他们之间需要建立严密的分工协作体系,所以对单个游离中小企业来说实现跨国经营还要承担大量的企业采购、运输和库存等流通费用。

3. 单个游离中小企业技术创新能力弱,技术落后,阻碍了跨国经营进程。中小企业在跨国经营获得和保持其国际竞争力的关键是具有“小而专”、“小而精”、“小而特”的技术和产品。而要保持其“专”、“精”、“特”的特点,实现中小企业的可持续发展,就必须不断的提高其技术创新能力。对单个游离中小企业来说,所以受财力水平的限制,很难投入足够的资金到进行独立研究开发。另外,人才的缺乏也使制约单个游离中小企业提高其技术创新能力的一个障碍因素,单个游离中小企业不能提供一个足够大的专业化市场,相应的也很难吸引到高水平的科技人才。所以提高单个游离中小企业的技术创新能力,使其技术水平有较大地提高还需要一个较长的过程。

4. 单个游离中小企业很难获得品牌优势。现代企业的跨国经营经营战略已不再是简单的商品、劳务输出,而是以品牌输出为代表的全方位输出。好的品牌意味着产品的属性、价值、文化和个性与众不同,为产品的质量提供了保证,从而成为提升企业竞争力的重要手段。实践证明,名牌产品能够获得消费者的偏爱和忠诚,它是企业取得超额利润的基础,也是企业跨国经营经营的有力手段。目前单个游离中小企业在品牌建设面临的主要问题是很多中小企业受资金、实力及受传统观念的影响,品牌意识比较淡薄,它们并不重视商标专用权的取得和使用,更不重视对品牌的保护、宣传和培养。另外就现有的单个游离中小企业的品牌来说,由于受实力、规模的限制,很难投入大量资金将其品牌做大作强,因此往往是一个行业里充斥了太多的品牌,而每一个品牌规模都太小。规模小,市场占有率低,管理与控制市场能力不足,这些严重束缚了品牌的增值与扩张,也不利于进行跨国经营。

二、相对于单个游离中小企业“企业集群式”对外投资的优势分析

企业集群指在某一产业或产品生产上,大量互相联系的企业及相关的机构在一定地域聚集,依靠比较稳定的分工协作,形成有竞争优势的群体。企业集群是介于纯市场组织和企业组织之间的一种中间性产业组织。它作为一种资源配置或布局的空间形式,相对于单个游离中小企业“企业集群式”对外投资具有如下优势。

1. 中小企业能够在集群内高效率地获取专业化资源,为企业的跨国经营发展提供竞争基础。企业集群各种优势的共同作用会使地区的经济效益得到提高,这将对企业跨国经营所必须的物资、技术、人力资源和各种配套服务机构产生巨大的吸引力,集群内企业能够方便、快捷地获得所需的资源。首先,由于小企业集群能为高度专业化的技术人员创造一个良好的劳动力市场,所以企业集群内“储备”着许多有经验的高素质专门人才,为中小企业跨国经营准备了必需的人才。另外,在融资方面集群内中小企业在跨国经营过程中更容易获得银行的支持。这是由于集群内众多企业围绕某一产品系列发展,产业特性明确,而且由于地理接近性,银行对本地的企业状况比较了解,对企业信贷迫切程度熟悉,从而减少了逆向选择,增加了企业获得贷款的机会。同时由于集群内众多的企业从事同一个行业,银行可以在行业协会、地方政府的产业规划中获得更多、更完备的信息,这样就降低了银行从事信贷业务的交易成本,所以银行倾向于支持集群内企业的信贷活动。此外,集群还能获得单个游离中小企业很难得到的中介服务机构的支持。在很多行业中,产品和服务

生产以及新产品的开发都需要专门的设备和配套服务,由于集群企业能够提供足够大的市场,使各种各样的专业化供应商得以生存,集群企业也就可以得到更专业化的供给。

2. 在跨国经营过程中集群内企业拥有单个游离中小企业所不具备的成本优势。首先,集群能够降低信息费用。集群化的企业紧密相处,信息交流频率高,而且多数与发达的专业市场相邻,容易获得各种技术信息和供求信息,大大节省了企业搜集信息的时间和费用。第二,集群能够降低劳动力成本。在企业集群的所在地,经常聚集着来自附近农村和外地的大批待聘劳动者,由于招聘容易和待聘者的内部竞争,劳动力成本相对较低。而且,集群中的许多生产单元实际上是家庭式作坊,它们大量依靠家庭和亲友的辅助劳力,免除或大幅度减少了正规的工资基金的支出,劳动成本更为低下。第三,集群能节省流通费用。集群化企业之间实行高度的专业化生产经营,形成了高效的分工协作系统,加以这些企业的地理距离短,运输费用低,供货及时,可大量减少企业采购、运输和库存费用。

3. 中小企业集群能够提高群内企业的创新能力,这是保证中小企业在跨国经营过程中获得持续竞争优势的关键。这种创新能力的不断提高首先来自于集群内的竞争压力。由于在同一区域内汇集了大量的同类企业,集群内的竞争十分激烈,迫使企业不得不加快创新步伐,或者提升产品质量与产业层次,改善服务;或者另辟蹊径,开发新的产品和工艺。其次,由于地理接近、业务联系紧、信息交流快,市场上任何一个具有潜力和市场前景的重大技术创新,集群内企业几乎都会同步吸纳消化,通过快速学习和模仿实现自身的更新和升级。另外集群内存在良好的文化氛围也是促成集群创新能力提高的一个原因。众多企业集聚在一个地区,互相竞争又互相学习,使协作创新、加强地区竞争力成为企业集群的共同愿望。想创新、讲创新、争创新构成一种特有的文化氛围,成为创新的重要催化剂,激励集群企业不断追求和积累新知识和技术。第四,健全的服务体系为创新提供了保证。企业集群的发展壮大吸引了大量的服务企业及提供研究开发和技术支持的机构,如学校、科研单位、管理咨询机构、培训教育组织、技术开发机构、行业协会等。这便于企业员工素质的提高,有利于知识和信息的传播和积累,有力地支撑了集群企业的创新。

4. 在跨国经营过程中,中小企业集群还可以使集群内企业共享集群声誉。随着企业集群的不断发展壮大,集群内企业可以通过统一对外促销、规范品质标准、认同专项技术、推广共同商标、共塑集群形象等“集群效应”谋取单个中小企业很难具有的品牌和市场优势。大量企业形成集群后可以集中广告宣传的力度,利用群体效应,形成集群整体品牌。在广告宣传上,易于调动企业投入的积极性,可以改变单个企业因广告费用过大,不愿过分投入的状况,集中众多中小企业的财力开展广告宣传,使每个企业都受益。同时整体品牌与单个企业品牌相比,更形象、直接,更具有广泛的、持续的品牌效应。而且相对于中小企业集群,单个企业的生命周期是相对短暂的,品牌效应难以持续,而集群中的企业遵循优胜劣汰竞争规律,只要不是由于技术或自然资源等外部原因使集群衰退,区位优势就可以持久,因此整体品牌能极大的促进集群内企业的跨国经营。

5. 在跨国经营过程中,中小企业集群能够获得单个中小企业很难获得的规模经济,从而能获得更高的生产效率。一方面,由于集群内聚集了众多同类企业促成了集群内企业间分工协作的发展,这种分工所带来的生产效率的提高是单个游离中小企业不可能得到的,同时分工使企业间的互补性大为增强,加上企业共处于同一区域,信息沟通方便,各方的资信容易掌握,一些有效的生产组织方式,如定点、定时供应、零库存、全面质量管理等,可以较为容易地实现,产品和半成品的销售也可以得到加速。这些都大幅度减少或避免了单个游离中小企业在地域分散条件下经常存在的原材料库存和产品积压,使生产效率得到提高。另一方面,集群的发展和分工协作效益的导向,促使企业在比较内部生产组织费用和市场交易费用之后,可能实行厂内的分工协作外部化,将原先自行生产的部分零部件外包给其他企业,利用社会资源更快地扩大生产规模或降低成本,从而促使生产效率的提高。

三、促进我国中小企业集群式对外投资的措施探讨

1. 积极培育企业集群内的龙头企业,带动中小企业的跨国经营。所谓龙头企业带动,是指集群中规模较大的、具有较强核心竞争力的企业,集群内几个龙头企业的相继跨国经营将会引导和带动有条件的中小企业走向世界,冲浪国际市场。龙头企业在跨国经营中起着重要作用,例如为集群内中小企业提供信息服务,帮助及时了解国际市场动态,联络客源,直接深入到各区域经济集团内部,绕过贸易壁垒,扩大对外贸易;另外还可为集群带来先进技术、设备和关键零部件,增强集群内中小企业的生产和出口创汇能力;在龙头企业带动下,集群内中小企业在决定自己的跨国经营方向时,可根据自身的相对竞争优势,遵循专业化和分工原则,通过成为“关键企业”的配套生产厂家进入其分工体系,在龙头企业的监督和指导,为其生产某种零件或提供某种服务,最终在大中小企业之间形成密切而稳定的分工协作关系,使中小企业的专业优势得到最大限度的发挥,享受其公司内贸易带来的好处,如享有较为稳定的销售渠道,获得跨国企业管理经验和技術援助,提升关联产业的技术和产品水平等,也为它们长期的生存和发展提供了一个可靠的基础。如浙江省国际经济合作公司和一些建筑工程公司建立海外承包工程公司,在多个国家承揽几千万美元的工程项目,带动了劳务出口数万人次;

2. 积极进行技术创新,培育集群的核心竞争力。集群的技术创新能力是集群竞争力的核心,也是集群

中资商业银行营销管理的现状与改善之策

山东大学威海分校商学院 梁文玲

[摘要] 营销管理是市场经济条件下竞争性微观主体的核心管理职能之一,自九十年代中期中国银行业渐进市场化进程开启至今,中资商业银行营销管理从理念意识到实践手段仍不能适应银行业对外对内开放的竞争要求,这一现状必然危及银行业全面开放后中资银行的竞争地位。鉴此,本文作者在简要指出中资银行营销管理现状的基础上,提出了提升中资商业银行营销管理水平可操作性对策。

[关键词] 中资商业银行 营销管理 改善

营销管理是市场经济条件下竞争性微观主体的核心管理职能之一,商业银行也不例外。自从一九五八年全美银行业联合会议上首次提出银行应该运用市场营销的观念以来,在西方发达国家,市场营销越来越成为商业银行谋求竞争优势的不可或缺的重要工具。

获得持续竞争优势的源泉。中小企业的特点决定了在技术创新上必须发挥灵活性和创造性。首先,多方面筹集资金加大技术投入。研究和开发是技术创新的源泉,是技术创新的一个重要组成部分,也是企业持续进行技术创新的基本保证。国际上一般认为:研究和开发的资金占销售收入1%的企业难以生存,占2%的企业可以维持,占5%的企业才有竞争力。因此对集群来说,必须多方面筹集资金来增加对科技的投入,可以利用国家加大对技术改造的贴息贷款,可以设立集群内中小企业开发基金,还可以通过从证券市场上筹集资金等途径来促进中小企业的技术创新。其次,走开放式合作创新之路。一方面,技术创新从投入到产出有一个很长的周期,需要投入的人力、物力和时间很多,耗费相当惊人。另一方面,技术创新的成功率非常低,有很大的风险性。由此可见,没有雄厚的人才、资金实力等优势的企业则可以采用开放式的合作创新之路。实行自主创新与模仿创新、引进创新相结合,技术创新与技术改造相结合,进行跨单位、跨部门、跨地区,甚至跨国界的合作研究,形成企业与科研机构、大专院校建立密切的合作关系。采用开放式的合作创新则可实现资源共享、优势互补、分散风险,缩短开发周期。再者,采取“以市场为导向”的技术创新途径。即围绕市场的需求,把用户需求和建设作为创新源。中小企业难以像人才集中、资金雄厚的大公司那样从事基础研究,大型使用实用技术和尖端技术的研究,但可根据自身的实际抓住用户的需求和建设。经济一体化的今天,消费者的收入水平、消费观念、消费习惯等发生了明显的改变,他们变得越来越精明、挑剔和老练,他们会在产品中发现许多不足,同时也会提出许多合理建议。据研究,技术创新的构思约50%源于用户的要求和建设,因此中小企业只要注重消费者的需求和建设,致力于开发有市场需求,投资少、见效快的项目,技术创新的成功率会大大提高。

3. 促进中小企业的集群式跨国经营还需政府提供恰当的公共政策。首先,对中小企业企业集群式对外投资的管理制度,需要进一步健全和完善。目前我国对中小企业的对外投资活动采取的是审批制存在着一系列问题,如审批过细,加大交易成本;审批手续繁琐,贻误最佳投资时机;审批投资限额过于严格,限制企业投资决策权;对中小企业的对外投资按国有企业的管理办法层层报批,不利于投资活动顺畅进行等。为此,对中小企业产业集群式对外投资的管理制度,需要进一步健全和完善,主要内容包括:①建立系统的企业海外投资的法律、法规;②简化对外投资的审批环节,增加审批的透明度,提高工作效率;③放宽对中小企业对外投资的额度限制和外汇管制;④创立相应机制,使产业集群中的中小企业、地方政府和非政府组织之间进行对话,以提高企业间在共同营销、共同设计、共同培训等方面的合作效率。其次,要加快和完善国内金融服务体系的建设,为中小企业对外投资提供优惠贷款、担保及保险等更多的服务;鼓励国内的商业银行、保险公司到我国中小跨国公司比较多的国家与地区开设分行,帮助投资者处理日常的金融业务以及融资问题;将商业银行纳入海外投资的管理过程,由相关的商业银行部门负责审批项目的风险,并进行可行性评估,改变商业银行对中小企业的“借贷”现象;允许带资承包项目,积极探索BOT、TOT、ABS等新兴融资方式;利用中央外贸发展基金贷款贴息的支持,加大资金方面的扶持力度。第三,政府有关部门应当健全信息咨询和社会服务体系,为中小企业获取技术、市场、人才、信息提供便利。中小企业要对外投资,特别是要进行产业集群式的投资,所需信息包罗万象,既包括宏观上的国外经济发展趋势、产业总体规划、有关法律法规、政府投资政策、金融外汇市场状况、海关政策、税收政策等,也包括微观上的产品供需状况、价格市场周期、合作伙伴资信、行业市场准入、人员进出情况等。

[参考文献]

- [1]魏后凯. 对产业集群与竞争力关系的考察[J]. 经济管理, 2003, (6): 4-11.
- [2]李勇, 史占中, 屠梅曾. 企业群竞争力的影响因素与竞争力的提升[J]. 经济管理, 2003, (6): 12-17.
- [3]罗海成. 中小企业集聚组织形式的经济学解释[J]. 理论经纬, 2003, (2): 35-37.
- [4]徐康宁. 开放经济下的产业集群及其竞争力[J]. 中国工业经济, 2001, (11): 22-27.
- [5]魏守华等. 产业集群内中小企业间接融资特点[J]. 财经研究, 2002, (9): 53-60