

□陶德新

中小企业 发展外向 型经济的 策略

我国对外开放以来,各级政府制定了一系列鼓励和保护企业发展外向型经济的政策和措施。给予企业多方面的优惠条件,加快了企业走向世界的步伐。但是,各地还有更多的具有一定优势的企业,由于产品不对路或缺乏国际市场竞争能力,不能进入国际市场或效益不佳。因此,中小企业发展外向型经济有必要注重做好以下几项工作。

(一) 掌握四个原则:

1. 增强适应性。这里面包括两个方面:一是有适应国际市场的产品,即产品的使用价值和标准化程度;二是有适应从事国际贸易的工作策略和工作环境。

2. 掌握主动性。发展外向型经济不能完全靠等待机会,要从规划企业经营方向,确定产品品种等起步工作开始,基点要高,准备要充分,并要开辟多渠道,

利用多层次,以增强对国际市场的应变能力。

3. 减少依赖性。主要是尽量避免或减少依赖性的进口原材料和某种专有技术。

4. 贸易灵活性。国际贸易的方式很多,目前多数采用的形式有包销、定销、代销、寄卖、展销等。选择贸易方式要以经济效益为前提,长短利益与可行性相结合,占稳主要市场与多渠道相结合。要稳而不死,灵而不乱。贸易的途径除正常的断买断卖外,还可以用“三来一补”、“两头在外”、合营生产、承包租赁等形式开辟产品出口渠道。

(二) 增强信息传递能力:

信息传递是各项工作的先行工作。尤其在当今国际分工的深度和广度日益增强,国际贸易的范围越来越广泛的情况下,信息传递更显得重要,甚至可以成为限制或促进企业经营决策的重要因素。发展外向型经济,参与国际大循环更要利用大量的信息,为自己的经营决策服务。中小企业信息传递要突出三个重点:第一是重点了解和掌握国际市场行情及消费动态,通过大量的信息取得比较的机会;第二是重点了解和掌握产品技术的发展方向,取得分别产品技术先进程度和实用程度的第一手资料;第三是利用各种方式,广泛地宣传和介绍自己的产品,逐步提高其知名度。

(三) 讲策略、重实效、提高产品的竞争能力:

由于国际分工的日益细化,必然带来了日益广阔的国际贸易,也必然带来了日益激烈的竞争。所以,产品的竞争能力是能否进入国际市场或稳占国际市场的先决条件。目前,国际市场上比较有竞争力的产品要求有以下特点:(1)能代表某个国家或地区的优秀传统产品;(2)具有特殊工

艺性的产品;(3)对人类健康有益的保健产品;(4)高效率、多功能的机电产品;(5)多型式、多类型的系列产品;(6)标准化、微型化、组合化的现代产品;(7)利用自然能源和节能产品。

针对中小企业技术力量薄弱、资金短缺等特点,发展外向型经济,并能使自己的产品具有较强的竞争力,在经营管理中至少应采取以下策略和措施:

1. 强化科技支撑力。科技是经济的先导。发展外向型经济,更应依靠科学技术的力量。我国劳动力充足,费用低,适宜发展劳动密集型的产品,但不能把劳动密集型产品同低档次产品划等号。只有在劳动密集型产品中注入科技的力量,才能使产品更具特色,更具竞争力。

2. 发挥地方优势,推出适销产品。具有地方特色的产品,一般竞争对手少,但要注意产品取代的问题。我国是一个历史悠久、地方传统产品多、自然资源种类相对丰富的国家,有许多产品在这个世界上占有独特优势,而且分布较广,各具特色。中小企业可利用这些受企业规模限制和地理条件限制的自然优势,生产出口产品。如自然资源、传统工艺、行业性的技术集团优势、地理优势等。

3. 解决好出口产品统一化和多样化问题。所谓统一化,就是以本地现有产品不加以改进的输出到国际市场。产品的统一化能保持其地方特色,但要考虑销售的适应性。产品的多样化,就是根据国际市场的不同要求,开发和改进适销产品,达到畅销的目的。

4. 引进国外技术,提高产品接近国际市场要求的程度。引进技术是提高生产技术的捷径。引进国外技术,生产出口产品,更是发展经济的重要策略,并能