

会计工作应为增强 企业竞争能力出谋献策



祁永彪

企业竞争是商品生产的一个基本特征,有商品生产和商品交换就会有企业竞争。社会主义企业竞争的目标是提高市场销售率,因此,市场问题就是企业竞争的核心问题。从企业角度看,它所生产的商品能吸引的消费者越多,其市场占有率就越高,竞争中的地位就越优越。所以,企业竞争的核心归根结底是以物美价廉的商品争取有需求愿望和购买能力的消费者。企业会计工作者必须树立这个观念。

社会主义企业竞争会遇到各种因素的影响。会计工作作为企业领导的参谋和助手,必须认真了解这些因素,从会计工作的角度,为企业出谋献策,使企业在激烈的市场竞争中永葆青春。

一、及时掌握市场信息,了解企业竞争中的各种影响因素

企业竞争中的影响因素是多种多样的,归纳起来主要有以下四个方面:

1. 商品对消费者的消费效用价值及其相关群体的规模。商品的使用价值是商品内在的物质属性,但商品的使用价值并不等于消费者的消费效用价值。例如,烟、酒对部分消费者是必不可少的,但对另一部分消费者则毫无消费效用价值。所以,研究消费效用价值实质上是研究消费者从其经济条件、生理特点、生活习惯和社会环境等特定因素出发对各类商品进行比较而确定的重要程度。

把对某种商品具有消费需要的消费者联成群体,就是消费相关群体,它构成可供企业竞争时选择的目标市场。例如上海某旅馆为国外旅客开设统铺而深受欢迎,这是针对国外旅客中同样有低层次消费者群体为目标而开展的企业竞争。再如根据调查表明,北京居民中喜欢食用淡水鱼的群众比例将进一步扩大,因此发展淡水鱼养殖业丰富市场供应将有广阔的前景及较好的经济效益,这同样也是针对消费者群体为目标而进行的竞争预测。所以,企业的会计工作不但要重视商品的使用价值,还要研究本企业产品的消费效用

价值及其相关群体的规模,以此为目标来选择产品的生产方向和经销方式。

2. 本企业的经济实力和经营能力。决定企业经济实力和经营能力的因素主要有六个方面,这就是:资金和技术力量是否雄厚;产品的品种、质量是否符合消费者需要;价格是否适当;销售渠道是否畅通;推销手段是否有力;服务形式是否周到。会计工作应根据各种数据和科学的分析,通过考虑各种因素,要扬长避短,量力而行,及时提供可行性的选择方案。

3. 各竞争企业的经济实力和经营能力。知己知彼,才能百战百胜。企业的会计工作既要按上述六方面针对各竞争企业进行研究,还要有重点的进行市场覆盖率的动态趋势研究。为了作好这项工作,需要进行三方面的预测:首先预测一定时期内的需求规模,与当前可供量相比,求出可能扩大的市场容量;其次预测同期各竞争企业可能扩大的市场销售量;最后研究确定本企业可能扩大占领的市场销售量。如果遇到实力雄厚而自己又难以超越的竞争对手,通常采取或者争取挤入对方尚未占领的剩余市场,或者争取通过技术输入、联合经营等方法,共同分配市场。例如,北京的某种彩电与外市彩电激烈竞争中,首先占领了对方尚未深入的黄河以北市场,但该厂家并未高枕无忧,而是居安思危,采用不断改进彩电设计,提高质量。节约开支,降低成本等办法,使该厂彩电很快行销大江南北,并畅销国外,不仅与激烈的竞争对手重新分配了市场,还逐步占领了高层次市场。

4. 国家政策和道德风俗等。研究这些因素,同样对企业产品的发展前途具有重要影响。例如,家用电器工业、服装工业在国家实行开放政策的情况下,以其玲珑繁多的品种规格和新颖多样的款式所进行的竞争就显得十分突出。

二、研究企业竞争的形式,把握竞争的方向

企业会计工作,在掌握影响企业竞争的各种因素的同时,还必须了解企业竞争的各种形式。常见的竞

争形式,主要有以下四种:

1.使用价值竞争。这主要是通过企业本身的努力提高产品的使用效用,尽量满足消费者的需要,以争取较大的市场占有率。使用价值的竞争是其他一切竞争形式的基础,也是企业成败的关键。使用价值的竞争主要表现在产品质量竞争、产品花样款式竞争、产品品种规格竞争、产品更新换代和新产品竞争,以及产品的包装竞争等方面。

2.价格竞争。企业在努力降低产品成本基础上开展价格竞争,同样会起到提高市场占有率的效果。常用的价格竞争形式有:(1)廉价竞争。例如在生产单一产品的企业,可实行薄利多销的竞争;在生产多种产品的企业,可选择一两种产品采用特价供应,以吸引消费者对其他正常价格产品的消费。(2)折扣价格竞争。如采用季节性折扣价格、超量购买折扣价格等。(3)信用价格竞争。如对于分期付款、预先订货等信用销售的产品,给予附加优待条件,比如在交易完成前如果产品涨价时则售价不变,如价格下跌时则退还差额;又如对预收的货款,在交货时还支付一定的利息等等。(4)保险价格竞争。即对一些耐用消费品的价格中加上一定比例(如1%左右)的保险费,在一定时期内实行保修、保换、保退,使消费者减少后顾之忧。(5)心理定价竞争。就是利用消费者喜爱物美价廉的心理,产品定价不用整数,采用尾数,如定价0.99元,不定1元;在日本、港澳和广州等地区,宁定0.98元,不定0.99元,因为“八”字含有“发”的谐音,具有兴旺发达的吉祥含意,所以这些地区常以“八”字作为定价的尾数。

3.技术竞争。技术竞争是企业增强竞争能力的决定因素。根据我国近几年来情况看,技术竞争包含两方

面的内容:首先是以尽可能先进的技术设备装备企业,提高劳动生产率,增加产量,提高质量,争取以最少的劳动耗费取得最大的经济效益,增强企业的竞争能力。据测算,现代劳动生产率的提高,有65%以上是靠技术更新和技术改造取得的。这不能不引起会计决策的注意。其次,将最新的科研技术应用到产品生产上,使产品更新换代具有更高性能的效用。例如将电脑控制应用在洗衣机上,就可使洗衣机具有喷淋、自动等省时省力的多种效用而受到消费者欢迎。又如在灯管生产中采用钨钼电极这一新的科研成果,使灯管光效比老产品提高15%,使寿命延长5—10倍,这种新产品不仅节约进口材料费用,还通过出口打入了国际市场。

4.服务竞争。服务竞争是现代化企业竞争中的一个重要趋向,具有为消费者提供方便条件、维护消费者利益以及树立企业声誉等功效。常见的服务竞争有技术服务竞争和销售服务竞争。技术服务竞争以传授商品使用技术、保修、保换、保退等技术承包等方式,以吸引更多的消费者。销售服务竞争是以热情接待,耐心介绍、送货上门和跟踪维修等优良的服务态度和服务方式争取顾客。

生产的目的是为了消费。企业为了使自己的产品尽可能以最快速度和最好的经济效益销售出去,就必然要卷入竞争,参与竞争,并争取在竞争中占据主导地位。要达这个目的,企业的会计工作应及时掌握市场信息,研究企业竞争中的各种因素和竞争形式,分析经济情况,核算经济效益,监督经济活动,预测经济前景,参与经济决策,为增强企业的竞争能力献计献策,使企业的产品在激烈的市场竞争中永远立于不败之地。

《税收与会计》 再版发行

《税收与会计》一书(内容见本刊今年第1期65页书讯),已于6月份出版发行。第一次印刷10万册已售完,目前仍有不少读者要求订购,为了满足广大读者的需要,北京出版社决定重印。重印本每册定价6.40元,另加包装邮寄费0.60元,合计7元。需要者请速向北京市税务学会朝阳分会《税收与会计》发行组订购。地址:北京市朝阳区芳草地西巷27号;开户银行:中国工商银行北京市朝阳区关东店分理处转东大桥城市信用社;帐号:05—190(徐增宏)

《中外合资经营企业会计》即将出书

由王文彬同志主编的《中外合资经营企业会计》一书,将于今年11月份出书。该书论述了中外合资经营企业在开办前有关会计工作和会计制度方面的问题,以图表和实例的方式详细地介绍了中外合资企业投入资本的核算、人民币和外汇往来款项的核算、存货的核算、固定资产的核算、长期投资及长期负债的核算、工资和成本的核算、销售利润的核算,以及有关的会计报表、审计、经济活动分析、解散和清算等方面的内容。该书将由煤炭工业出版社出版(地址:北京安外和平里北街21号),可在当地新华书店订购。(于杰)