

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钨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)