

社会主义市场经济体制下专业外贸企业的经营机制与组织形式

江 林

一、社会主义市场经济的外贸体制

构成一切经济体制模式的基本要素是国家(政府)、市场和企业。这三者间关系的差异形成各不相同的特定的经济体制。国家超脱于市场之外,企业的一切活动取决于市场自发作用,这是纯粹的市场经济体制;而国家否定市场,企业的一切活动由国家直接决定,这则是纯粹的计划经济体制。经济体制的定位还要取决于生产资料所有制。私有制从根本上排斥纯粹的计划经济体制,而公有制则从根本上排斥纯粹的市场经济体制。事实上当今世界各国(地

区)的现行经济体制都是介于这两种极端模式之间的,即各国(地区)政府都在以不同的方式和不同的深度与广度对市场和企业施加干预和调节。

社会主义市场经济体制应是具有“社会主义”和“市场”两个侧面的有机整体:按劳分配和社会保障构成其“社会主义”的一面;而维护充分竞争则构成其“市场”的一面。社会主义市场经济体制与各种资本主义市场经济体制的根本差别在于前者的经济运转动力来自于“劳动的

庞大的远洋运输船队,欧亚第二大陆桥也已开通,我国应进一步扩大这些方面的服务输出。第五,我国几家主要银行和保险公司实力相当雄厚,应增强在国际市场的开拓实力,使我国金融保险业闯出一条商业化、国际化的路子。

4. 鼓励我国多种经济成分参与国际服务输出,并给予政策倾斜 发展国际服务贸易,单靠某一经济成分和经营形式是不够的,应调动多种经济成分的积极性。我国实力较强的国有和集体企业,可组织工商、外贸企业到国外利用独资、合资、合作和租赁等经营方式,组建跨国公司或兼并外国企业,兴办服务业。个体和私营企业实力虽较弱,但经营机制灵活,决策自主,也应鼓励走出国门,如广东、苏南的一些私营企业已开始进入独联体和东欧国家,开办服装、饮食、运输等业,并取得成功。

对上述企业,国家应在信贷、税收、人才、技术等方面给予政策优惠。

5. 加强立法工作,并提高人才素质 目前我国的法制工作尚不完善,有些服务行业基本上还是无法可依,多头管理、或统得过死、或地方性的法规互有矛盾的现象都有,应迅速建立和健全服务贸易的有关法规,从而也可提高我国服务贸易各项规定的透明度。

此外,由于服务业的竞争说到底还要取决于“人才的素质”,对国际服务贸易从业人员应不断提高他们的教育和技术水平,通过多种渠道,培养一批既懂外语、又掌握专业技术,并能开拓国际市场的高级管理人才,使我国的服务贸易得以更多、更快地发展,为我国的现代化建设作出重大的贡献。

竞争”，而后者的经济运转动力则来自于“资本的竞争”。社会主义市场经济体制的两个侧面是相互依存、相互支持的：其“社会主义”一面确保着每一个劳动者通过充分参与市场竞争获得最大的劳动收益；而其“市场”一面则通过激发出每一个劳动者的潜在能量完善着社会主义制度。

国家(政府)、市场和企业，这三项构成一切经济体制模式的基本要素，在不同的社会模式中其内涵也有所差异。在社会主义市场经济体制下，“国家”是社会财富的名义所有者和(代表全体劳动者的)经济管理者，“企业”是若干劳动者的集合体，而“市场”则是劳动展开竞争的空间。社会主义市场经济的运行犹如竞赛项目众多的运动会。国家(政府)的作用有三：第一是作为竞赛裁判员执行竞赛规则和维持竞赛秩序，它既不能直接参加竞赛，也不得直接指令“运动员”(企业)参加什么竞赛项目和如何动作；第二是作为竞赛的组织者为竞赛提供条件，如制定经贸法规、建设基础设施、开展科学研究、发展文化教育、实施经济贸易政策措施来修正市场机制中的盲目因素等；第三是作为社会财富的名义所有者确保社会财富增值，即确保国

有企业(使用国有生产资料的劳动者集合体)的劳动者收益仅限于“活劳动支出的收益”这一作用也是确保劳动的竞争得以充分而公平的展开。“市场”则一方面接受“国家”的修正，另一方面为“企业”传送信息和提供活动空间，“企业”按照最大限度获取劳动收益的原则，依据市场信号完全自主地决定活动领域和活动方式。

社会主义市场经济体制并不是指某一特定国家(地区)的经济体制模式，而应是一系列经济体制模式的总称。三要素之间关系在量上的不同，社会主义市场经济会呈现出许多不同的模式。然而不管我国的经济体制改革最终定位在什么样的模式上，社会主义市场经济下外贸体制的总体轮廓已经很明确了，归纳起来主要表现为：(1)除极少数商品的经营之外，取消外贸垄断权，即任何企业都有权进入外贸领域；(2)除极少数商品和特殊情况外，消除影响货物跨国界流动的各种非关税障碍；(3)国家不直接干预企业的外贸活动，而是通过以公平竞争为核心的一系列市场秩序法规来约束企业行为；(4)外汇经常项目收支管理自由化和汇率管理市场化。这便是我国外贸企业将要面临的宏观体制条件。

二、专业外贸企业的经营机制转换

在社会主义市场经济的外贸体制下，专业外贸企业将不再据有特殊地位，因此必须加速经营机制转换，才能在新体制下求生存和谋发展，并为我国的外贸发展作出其应有的贡献。

1. 动力机制转换

在计划经济体制下，所有企业的动力是源于企业领导人的服从职责，如完成任务、责任感、事业心与荣誉感、处理好与上级的关系并藉此获得发展机会等。随着外贸体制改革的进展，专业外贸企业的动力机制已有所改变，但仍未实现根本性的转换。在社会主义市场经济体制下，物质利益应是一切企业行为的动因，专业外贸企业也不例外。在这里，“物质利益”既包

括企业全体成员的分配利益，也包括企业扩展的利益。由于“利润”作为一个价值范畴，它可以把商品经济的一切活动联系起来，并且能客观地反映企业的经营状况，“利润”也必然要成为社会主义市场经济体制下企业动力机制的核心。这一点对于专业外贸企业来说尤为重要，因为其他企业的亏损性经营还有可能将有关的物质利益留在国内，而外资企业的亏损性经营则通常会将物质利益烂在了国外。

2. 决策机制转换

进口或出口什么商品、进口或出口多少、由谁进口或出口、以什么样的条件进口或出口，这些都是专业外贸企业最主要的决策内容；而这

些决策由谁作出和依据什么来作出便构成了决策机制。企业的经营决策机制有两层结构：一是表现为国家与企业关系的决策机制；二是表现为企业内部关系的决策机制。在计划经济体制下，这两层结构是同化的，即表现为一条逐级“服从”的链条。在社会主义市场经济体制下，国家与企业之间应构成“控制分权的决策机制”，即企业拥有不可剥夺的自主决策权，而国家则通过控制价格、收入、税收、信贷等间接控制企业的决策。对于专业外贸企业的内部决策机制来说，应视企业类型不同而有所差异。经营的商品范围狭窄、经营的地理区域单一的小型专业外贸企业应确立集权机制，即由企业最高管理者决策。大型专业外贸企业则应确立“行政分权的决策机制”，即上一级管理层为下一级管理层确定行动目标，但不干涉如何去实现目标；而下级管理层则在授权范围内自主决策并承担责任。然而，不管是什么类型的专业外贸企业，也不管是在哪一层上决策，其决策依据都应是市场价格信息。

3. 经营方式转换

我国专业外贸企业因外贸垄断权的长期存在而形成了比较顽固的“垄断收购经营”方式和“坐商”作风。这显然已不能适应取消外贸垄断权的社会主义市场经济体制。专业外贸企业现在必须明智地认识到自己是一个“服务性企业”，自己的职责是为生产企业提供销售方面的服务和为需求方提供购买方面的服务，自己的利益与所提供的服务质量成正比，而专业外贸企业的服务质量的首要标志就是为客户创造更高的收益（与客户自己经营进出口相比）。因此，我国专业外贸企业应转而将“外贸代理服务”作为经营的主体。

然而，在外贸经营权普遍放开后，专业外贸企业能够顺利拓展代理业务吗？近几年来，许多专业外贸企业都在抱怨揽不到有收益、容易做的业务，要求代理的都是些难啃少“肉”的骨头业务。但笔者仍认为，专业外贸企业只要真正发挥其优势，代理业务就是其立业之本。专业外贸

企业的优势在于其经营成本相对低，而这相对低的成本主要是基于较高的经营渠道使用率。建立经营渠道（如在国内外建立客户网和信息网等）是要花成本的，专业外贸企业的一条经营渠道可以同时兼容多种商品的贸易，而一般生产企业所建立的外贸经营渠道只能容纳有限的商品。正是由于这种成本优势，日本的大型工业企业一般都将其产品出口业务的70%交由综合商社代理，而自己不顾高成本地自营另外的30%出口业务则仅仅是为了直接地随时了解国际市场，并非是看中外贸经营中的利润。既然专业外贸企业的优势在于其经营渠道的较高效率，那么，如果习惯于“坐商”作风，我国的专业外贸企业就无优势可言，也就失去了存在的必要，因为坐在家里搞外贸其他企业也能干得同样好（或者说同样糟）。为此，我国专业外贸应大力扩展和完善经营渠道，真正作为“行商”来发挥其固有优势。依据其经营成本优势（这意味着由专业外贸企业经营进出口可以获得更高的收益），坚持“服务”这一宗旨，并与客户企业坦诚合作和共享贸易增益，专业外贸企业是完全能够从有外贸经营权的大企业那里获得大量有“肉”的外贸代理业务的，特别是在较为分散的市场经营方面，因为对于一个生产企业来说，向一个需求量相对小的市场自营外贸成本就更高。至于为中小企业代理外贸业务，则更是专业外贸企业施展其优势的广阔天地，因为在取消外贸经营权限制后，中小企业因其自身条件限制仍不可能完全自营对外贸易。

当然，专业外贸企业作为连接世界各地的供方和需方的中介，外贸收购业务仍然是不可放弃的。特别是那些规模较大的综合性专业外贸企业和致力于促进中小企业拓展出口的专业外贸企业，仍应维持一定规模的外贸收购业务，但专业外贸企业的经营重心应移向代理业务。

4. 以中小企业为服务重点

即使是在发达国家，中小企业对于出口的拓展也起着极为重要的作用，而中等企业的这一作用在发展中国家则更为突出。联合国国际

贸易中心的研究表明,在发展中国家里只有极少数中小企业参与了出口活动(如在印度只有5%、在厄瓜多尔只有1%的中小企业参与出口),但这极少一部分中小企业对出口的贡献却十分巨大。它们占全国出口总量的比重在巴基斯坦为30%以上,在泰国和斯里兰卡为35%,在印度为46%,在韩国为39%(有关数据引自《Export of SMEs from Developing Countries》一书,国际贸易中心1989年版)。

以上数据表明了两点:一是中小企业难以参与出口;二是中小企业中蕴藏着巨大的出口潜力。其巨大潜力是源于:(1)灵活性这一优势使它们能随时适应市场需求变化;(2)其大多数产品是迎合人类基本需求的;(3)它们能迅速地适应和迎合产业调整;(4)它们常常会成为新产品开发和发明的源头;(5)它们提供着体现民族文化的手工艺和手工业产品。另一方面,中小企业难以参与出口也是因为其“小”而受到资本短缺、经营结构障碍、基础设施不足、生产技术和经营技术落后等的制约。即使一些中小企业克服了上述困难而具备了成为出口生产者的潜力,还会因以下限制而难以成为现实的出口生产者:(1)对潜在出口市场缺乏了解、也不知道从哪里去获得有关信息;(2)缺少出口法规和程序方面的指导;(3)不知道如何开发适合出口的产品;(4)对于出口市场在质量控制、包装等方面的特别要求缺乏了解;(5)不了解进出口程序及有关的信贷和保险业务;(6)缺少运用间接销售渠道的信息;(7)缺乏进出口管理的基本知识;(8)不知道如何采取步骤进入国际市场。

我国是个发展中大国,但中小企业的真正繁荣时期只是在改革开放之后才开始(主要表现为乡镇企业的兴趣)。十多年来中小企业对我国出口迅速拓展所作出的巨大贡献是十分明显的。随着社会主义市场经济的发展,今后我国的出口能否继续高速扩展,在很大程度上要取决于能否将蕴藏在中小企业中的巨大出口潜力变为现实的出口能力。与其他发展中国家一

样,我国中小企业在拓展出口方面也面临着上述各项制约因素。帮助中小企业克服困难、拓展出口,便是我国专业外贸企业责无旁贷的职责,而中小企业也是专业外贸企业收获利润的沃土。

针对中小企业在拓展出口方面所面临的困难,专业外贸企业应提供以下服务。

(1) 与生产投入有关的服务 中小企业因其投入规模小而承受着较高的成本,这就会减弱其产品进入国际市场的竞争力。专业外贸企业有能力将一组中小企业的投入需要(原材料、设备及其他投入要素)集中起来进行采购和供应,这就能大大降低中小企业的投入成本,使其产品有竞争力。

(2) 与技术有关的服务 专业外贸企业应运用其信息灵的优势探寻可以打入国际市场的中小企业产品,一旦发现有这种产品就要及时跟上“质量控制”服务,以利打开市场;一旦市场打开,出口量就会增加,这就要求将更多的中小企业引入出口市场,并配以“产品质量标准化”服务;一旦某种产品形成市场规模,专业外贸企业还应根据不同需求层次和需求变化,为中小企业提供产品升级或新型产品开发等服务。

(3) 与贸易有关的服务 这方面的服务包括:商情的收集、评价和向中小企业传达,促销战略的制定与实施,以及全套贸易程序的操作。

(4) 与支持有关的服务 专业外贸企业应按照出口的要求为中小企业管理人员提供顾问式的帮助,解决某些经营管理上的问题。中小企业产量有限,经营设施简陋,因此还应为其提供仓储服务、通讯服务等。

(5) 与金融有关的服务 中小企业资金有限,且难以进入资金市场,专业外贸企业应利用其联系广的优势为中小企业提供融资服务。这种服务是与中小企业建立长期商务关系的基础。

专业外贸企业所提供的每一项服务都是有成本的,也都是应收费的,但在向中小企业索取

服务价格时应牢记这样一个商业事实：对外贸易是一种低利润率、大业务量和资金周转快的

商务活动，因此索价必须限于中小企业所能理解的限度之内。

三、专业外贸企业组织形式的调整

在社会主义市场经济体制下，我国专业外贸企业应按各自的经营范围和规模及服务对象，分别向以下三种组织形式调整：(1)全方位拓展业务的国际网络型组织；(2)精干型代理行组织；(3)支持中小企业的出口发展型组织。

1. 国际网络型组织

对于一些已具备了较大规模和积累了丰富的经验的我国现有专业外贸企业来说，这是一种可取的选择。这种组织形式的专业外贸企业应有以下组织功能：(1)散布于海外的分支机构与总部构成“行政控制分权”关系；海外分支机构在授权范围内拥有充分自主权。其职能一是市场研究；二是提供贸易前期服务(把握交易条件、拓展出口市场、为进口挑选供应商、监督进口商品生产等)；三是保障出口商品的市场占有(包括推销、售后服务等)；四是拓展转口贸易。(2)以产品原则组建营运机构。这是由于当今世界的贸易环境地理差异已大大弱化，而技术发展加速，需求变化频繁和需求层次增多则成为国际营销的首要问题。(3)建立完善的前期和后期营运机构，如信息服务机构、金融服务机构、仓储运输服务机构、用户服务机构等。

2. 精干型代理行组织

我国目前这类专业外贸企业为数很少，但

随着市场经济的发展将需要有这类企业所提供的服务。在其他国家，大多数专业外贸企业都是精干型的代理行，如德国专业外贸企业的平均职工人数仅为15人。

3. 出口发展型组织

这类组织在我国几乎还不存在，但鉴于中小企业的巨大出口潜力，我国的一些商贸企业应积极调整组建出口发展型的专业外贸企业。这类企业组织除了具有外贸营运机构外，还应建有以下机构：(1)中小企业出口潜力评价机构；(2)进口需求及其他投入需求评价和供应机构；(3)促进中小企业产品开发和保证质量的技术服务机构；(4)信息服务机构；(5)提高中小企业管理水平的培训机构；(6)保证经济规模的协调机构；(7)融资服务机构；(8)分散中小企业经营风险的服务机构。

本文讨论的是“专业外贸企业”，因而未涉及“综合商社新型”贸工商一体化组织和“跨国公司式”的外向型企业集团组织，尽管这两者都是极为重要的外贸经营企业。然而，专业外贸企业在任何一个国家(地区)的对外贸易中也总是起着极为重要的、并且是无可替代的作用。在社会主义市场经济体制下专业外贸企业同样有着广阔的前景，因而不必一味片面地追求“非专业化”。