

企业规范化管理之金融投资

金融投资大家可能陌生,对金融危机可能谁都不会陌生吧?二者渊源颇深。源自美国的金融危机,最终导致全球经济危机,与金融投资失衡还真关系不小。金融天才也是金融魔鬼的麦道夫之流就是这次金融危机的主要推手……

企业如何进行金融投资,并防患投资风险,笔者认为:企业参与金融投资必须考虑三个前提、注意三个事项。

企业金融投资的三个基本前提

1、资金充裕
这是实体经济企业参与金融投资必须考虑的第一个前提。什么借钱炒股、借鸡生蛋在金融投资领域可是行不通。大家知道海啸是最可怕的自然灾害。金融危机的别名就是金融海啸。在金融领域航船,时刻都有被风浪吞噬的可能。因此企业没有充裕的资金不要涉足金融投资。要参与金融投资,做好即使血本无归、企业也能照样经营的准备。

2、企业没有更好的投资项目
是不是资金充裕就可以投资金融领域?回答也不是。前几年牛市的时候,我知道不少企业都入市,并且账面虚增收入巨大。去年不仅连本带利还了回去,老本也蚀去不少。我曾经最欣赏的佛山照明,不仅年年分红,而且分红颇丰,可惜也亏在了金融投资上面。年年分红的神话被终结。

资金充裕的企业如果要投资也要首先考虑实体经济,并且要考虑与主业关联度高的业务才能投资。如果没有风险防范措施,没有投资一旦失利的应急保障机制,不要说金融投资,就是实体经济也不应该贸然进入。投资属于企业战略决策范畴,没有经过严格的论证、没有反复比较、没有人敢对投资失误的后果负责,任何投资都应该冻结。

我很少听说从事实体经济的钱多到用不完,为什么媒体总在呼吁中小企业融资难?如果真的钱多、没地方花的企业,何不与差钱的企业结盟?这样差钱的企业有了周转资金,钱多的企业有了增值的渠道,这岂不是两全齐美?

3、企业拥有懂金融的人才
是不是企业资金充裕,又只有金融投资是最好的选择,就一定要投资?回答也不是!企业如果没有懂金融的专才,哪怕企业钱多得没有地方存放,也不应该投资金融领域。宁可拿它作慈善,也不要拿它去入市。千万不要听信所谓金融专家的忽悠。金融领域没有专家,只有专注,至多也只能称之为专门人才。没听说过吗?“崽卖爷田不心疼”!我敢说忽悠你入市的专家就是图你的服务费。这类专家他是不管你赚或亏的,他只考虑帮你代管资金的提成额。

如果你的企业三条都具备,可以去金融领域试一试。

企业金融投资的三个注意事项

1、把满足企业实体经济资金使用放在首位
万一企业已经决策投资金融领域,企业首先要考虑的还是实体经济。一旦实体经济需要资金周转,企业必须立即从金融领域抽资回笼,保证企业经营周转所需。企业投资的金融产品也必须保证能满足及时兑现的需要,否则其投资行为正确与否就值得怀疑。

2、操盘手不能贪心
金融投资最忌讳的就是贪婪。一个贪婪的人哪怕金融知识再丰富,也不应该选做操盘手。在金融领域永远没有最大利益,只有更大利益,如果死守最大利益才出手,那一定会死在过山车的下滑途中。

3、设立止盈止损位,做好亏损准备

任何投资都有风险,金融投资风险尤甚。在金融投资操作上保持小富即安心理是不错的选择。企业如果把金融投资作为第二职业,那么做好亏损准备是必不可少的心里课。因此设立止盈止损位是投资金融领域的第一步。

(张国祥)

企业家的追求是什么?有一本书说是对“利润和权力的病态追求”。所谓“病态”,就是与众不同,经济学定义的企业家是偏好“承担风险的人”,以区别于厌恶风险的普通人!

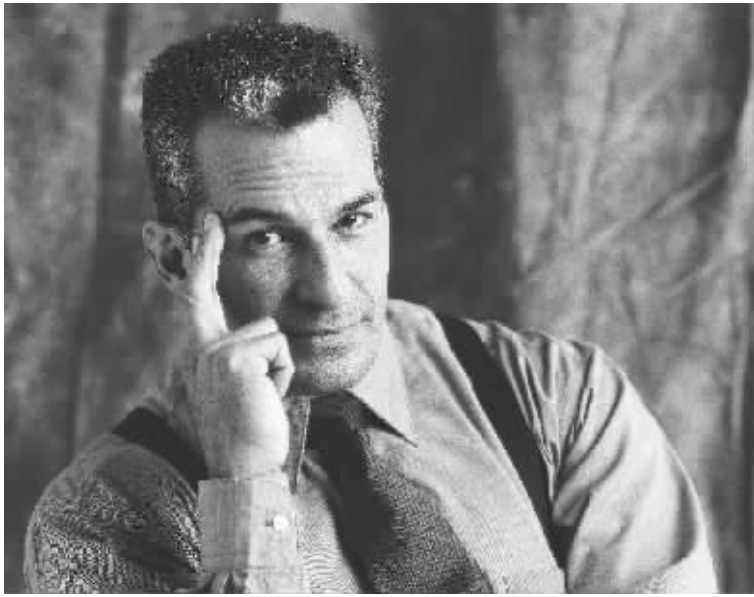
“病态”:你所不知道的“领导力”

哈佛商学院的教义把哈佛称为“资本主义的西点军校”,国内有几所著名商学院也常自称为“商界的黄埔军校”,都是为了凸显其在领导力方面的成绩。但我一直非常困惑的问题是:军政界的领导力与企业家的领导力差异在哪里?一些学者用《孙子兵法》解读现代管理,还有一些人用毛泽东思想诠释企业经营。但在现代商业社会,领导力究竟是什么?

“病态”成就领导力

商业社会的价值观首先是利益,其次是分享。现代企业要求以人为本逐厚利,鼓励创新成长和融资融智,利润是根,创新如命,诚信为本。领导力学成为管理科学的分支,是伴随着现代企业制度的崛起而产生的,由此推论,企业家的领导力应和现代企业的价值观保持一致性。

现代企业在资本市场上获得的溢价,主要来自于对超额利润的预期,而超额利润的来源主要来自于



各种创新行为所承担的风险,因此是一种风险财富。在企业的财务报表中,风险财富也以利润形态表达,却不同于个人或集体劳动所创造的劳动财富。因为追逐超额利润必然要承担风险,创新的不确定性是超额利润的先决条件,所以风险财富

的创造高度依赖于企业家的风险偏好和创新行为。

风险财富源于胆识和情商

从企业家的“病态”和超额利润

的形成机制看,企业家必须具有的领导力要素有二:第一是胆识,第二是情商。企业家承担风险的天性在企业经营的过程中转化为预测和行动,超额利润的追求第一要靠企业家的决策,第二要有团队的协同即管理。一般说来:决策靠胆识,管理靠情商。

企业内部岗位是企业家根据其经营策略和利润目标设置的,岗位的力量最终要服从于企业利润。企业领导力的第一要素是胆识,胆大却不可妄为,有“胆”是天性,有“识”为智慧。古人云:善为贾者,其识必广;善取利者,其智必高,要把决策的不确定性转化为企业的超额利润,就要把企业家的胆识转化为团队的协同行动,取决于企业领导力的第二要素:情商。

情商是极具东方文化色彩的概念,是企业家个体对他人的关系,可区分为两个层面:一是理解,二是激励。企业家必须面对的“他人”有三大群体,一是股东,二是员工,三是客户;所对应的激励行为就是

利润、薪酬和产品。现代企业对超额利润的追逐要更多依赖于人的创意和信用,可定义为流动性管理。企业家的情商是在岗位力量之上的个人力量,在高度流动性的商业社会,股东、员工和客户都可以流动,而情商的力量在于能使“他人”自愿放弃流动性。

若把情商定义为市场交易行为中的理解和激励,情商就是企业家的交易行为,因为企业家所面对的“他人”都是其追求超额利润的成本。股东是货币、员工是职场、客户是商场,企业家追求利润的行为,是把有意或无意的利益相关者协同起来的市场交易。现代企业在制度上使企业家独立于资本家,成为经营管理的领导者,企业家的领导力则体现为对利益相关者的协调能力,这种利益协调的力量不是自上而下形成的,也不完全是制度化的岗位力量,因此高度依赖于企业家的胆识与情商。

(钟 管)

如何做好标杆管理很关键

这几年,企业管理的标杆差不多都是海尔、联想加蒙牛,到去年下半年开始,三家去了二家半,我不知道海尔还能不能算标杆?三年前,我在广州就曾听到企业负责人对海尔模式发感叹:零成本扩张、政府牵线搭桥这也符合市场规律?我没有到过海尔,对此没有发言权。不过三大标杆如今的处境,绝非中国的幸运,实属管理的悲哀!当然张瑞敏、柳传志、牛根生永远不改我心中的英雄地位,我永远看重他们成功的地方。

中国人不应该忘记他们!在他们发展中遭遇挫折、遭遇瓶颈、遭遇暗流、抑或他们自身迷失方向、行差踏错的时候,全社会应该给予包容和帮助。圣人是人,英雄也是人,是人都有犯错的时候。我希望此时此刻,中国人遵守古训“不以成败论英雄”,继续支持曾经的英雄、曾经的标杆。

不少迷信标杆的企业,这时候迷惑了:谁是我们的标杆?我们应该从标杆企业学什么?

一、没有永远的标杆,善取

他人之长就行

清朝有个诗人不并出名,但他写了一首很出名的诗。诗云“李杜诗篇万古长,至今已觉不新鲜。江山代有才人出,各领风骚数百年”。而今时代发展脚步加快,各领风骚三五年已非易事。更何况海尔等企业引领中国企业发展潮流已经二十余年了,应该有新的企业接过接力棒,开创新局面。据说深圳的华为就有后来居上之势,他们仅专利技术日均申请量一项已经步入世界前列。企业永远有学习的标杆,但是任何企业都不可能成为永远的标杆。

海尔、联想和蒙牛,他们成功的地方值得任何企业学习和借鉴,他们不足的地方也值得所有企业借鉴和总结。其他企业要学也是学习他们的管理理论和创新思路,而不是照搬照抄他们具体做事的方式。每一个企业历史不同、人员结构和规模不一,即使生产同样的产品,做事方式也不尽相同,更遑论性质类别完全不同的企业呢?

即使是向行业标杆学习,也同样

要处理好学习和借鉴的关系。我经常讲到 ISO9000 质量管理体系,本来好好的一套管理体系,硬是活生生地被复制到了绝境:照抄、照抄、还是照抄,没有了一点生命力,企业到手的就只剩下一本不会说话的证书。还有更荒唐的企业文化设计,两个企业用的一模一样,企业文化顾问将前一家企业的“成果”在项目时间到期时转手交给了第二家。

二、心中有标杆但不唯标杆

学习一定要为我所用,适我所用才有意义。我感到不少企业要么学习不够,要么学习过度。不学习的企业自生自灭,有的比胡乱学习的企业还少走弯路,至少他们没有被人误导。学习过度的企业根本找不到方向,今天王专家的观点、明天李专家的指点,企业被折磨的无所适从。学习标杆最怕的就是不顾企业自身实际,一定要处处向标杆看齐,到头来成了邯郸学步,自有的做法都忘记了,好方法又没有学到手,企业陷入进退维谷的窘境。

三、争取成为别人一个时段的标杆

有心学习标杆的企业,我倒是有一个建议。以标杆为榜样,设计自己企业的发展规划,以超越标杆为目标,创造出一套适合自己企业发展的经验和方法体系,成为别人一个时段学习的标杆。万物十字定律告诉我们,成功是有阶段性的,任何人和事都不可能永远成功、持续成功。所以我们应该能够理解曾经的标杆也会遭遇发展的障碍。一旦成为别人的标杆,战胜自己就成了最大的挑战。

我对自己服务的企业无不这样提醒。任何企业只要设立了自己的目标,并朝着这个目标持续不断地努力,相信假以时日,目标一定会达到。我十年前看过一本介绍本田宗一郎的书。书中介绍的就是本田创始人如何以美国汽车制造厂为标杆,励志超越、发愤图强的故事。在美国汽车厂学习时,本田还只是一家摩托车生产厂,本田宗一郎立志做汽车,并决心

将汽车卖到美国。今天,本田已经是世界汽车业翘楚。中国人讲“世上无难事,只怕有心人”,说的还是很有道理的。

当然我绝不主张超越自身实际,去学习自己根本达不到的标杆。我不主张都去争全球老大、全国老大、行业老大。脱离实际的幻想有害无益。脚踏实地,从身边的标杆学起,一步一步一个台阶最实在。

(张国祥)

协办单位:

海南亚洲制药有限公司

董事长 总经理: 楼金

地址: 海口市国际商业大厦12层

电话: 0898-66775933

传真: 0898-66700763

如何主动投身于投资节约型、环境友好型社会建设,做节能减排的自觉实践者?



加快建设资源节约型、环境友好型社会,是实现科学发展、可持续发展的必由之路。党的十六届五中全会把“加快建设资源节约型、环境友好型社会”明确写入《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》,这是以胡锦涛为总书记的党中央从我国国情出发,借鉴

国际先进发展理念,着力解决我国经济发展与资源环境矛盾的一项重大战略决策。这对于全面落实科学发展观,不断提高资源环境保障能力,实现国民经济又好又快发展具有重要意义。资源节约型、环境友好型社会是一个新生事物,它体现了一种全新的环境伦理观,是一种崭新的社会形态。未来十年,我国人口将继续增加;到2020年,在基本完成工业化、加快推进城镇化过程中,污染控制和生态保护和任务会更加艰巨,环境保护面临的挑战将越来越大。然而,节约资源、保护环境是难度很大而又必须切实解决好的一个重大课题。资源节约型、环境友好型社会建设的目标是实现资源高效利用、合理配置和有效保护,实现人与自然和谐相处的可持续发展,实现经济发展、环境保护和社会进步相协调。

建设资源节约型、环境友好型社会,要牢固树立起以人为本的科学发展观,改变透支资源求发展的方式,

转换经济发展的路径和模式,扭转“高投入、高消耗、高排放、不协调、难循环、低效益”的粗放型经济增长方式。这就要求在国民经济体系建设中逐步建立起资源节约型产业体系和消费体系,尽快形成以节地、节水、节能为中心的农业体系,重效益、节时、节能、节约原材料的工业体系,规划科学、设计优良、节地、省材、质量过硬的基本建设体系,节时、节能、重效益的运输体系,适度消费、勤俭节约的生活服务体系和节约资源的消费方式,从战略上构建资源从生产、流通、分配到消费各个环节相互关联、相互制约的有机节约整体。这就要求在组织编制国民经济和社会发展总体规划、专项规划、区域规划以及城市规划中,都要把节约资源、保护环境放在中心位置。政府要健全和完善有关政策法规和监管体系,制定鼓励节约使用资源和环境保护的相应政策措施,完善法规标准,实行严格的资源水泵和污染物排放控制标准,并

强化约束力。这就要求抓紧研究制定资源高消耗行业准入标准,完善主要用能设备能效标准,组织修订主要耗能行业节能设计规范,制订重点行业清洁生产评价指标体系。加大监督检查力度,对资源消耗、污染物排放、资源综合利用等情况予以重点检查,对检查中发现的问题要采取有效措施,督促企业和有关单位及时进行整改,尽快实现由高消耗、高污染的粗放型经济增长方式向资源节约型增长方式转变。建设资源节约型、环境友好型社会也对企业的生产活动提出了更新、更高的要求,成为企业社会责任的重要内容。企业应加强“三废”综合利用,充分开发利用再生资源、新能源和可再生能源,延伸产业链,开辟新的生产领域,增加就业岗位,对无法两次循环利用的污染物进行无害化处理。

循环经济是目前最能代表可持续发展的—种战略模式。如果说传统经济对资源的利用是粗放型的和—

次性的,以把自然资源持续不断地变成废物来实现经济—的数量型增长的话,那么,循环经济通过物质的循环利用,可以解决长期以来资源、环境和发展的冲突。与由“资源—产品—污染排放”所构成的物质单向流动传统不同,循环经济的核心是以物质闭环流动为特征,运用生态学规律,把经济活动重构组织成—个“资源—产品—再生资源”的反馈式流程和“低开采、高利用、低排放”的循环利用模式,使经济系统和—谐地纳入自然生态系统的物质循环过程中,从而实现经济活动的生态化。企业应建立以循环经济为重要特征的经济发展模式,按照“减量化、再利用、资源化”的原则,在产品生产过程中实行清洁生产,在产业和工业园区进行生态化设计与改造,努力实现废物循环利用,大力勤俭节约,实行环境标识、环境认证和政府绿色采购制度,完善再生资源回收利用体系。