

影响中西部地区投资环境改善的因素分析

——以安徽省蚌埠市为例

安徽财经大学信息管理系 陈晓玲

[摘要] 文章以安徽省蚌埠市为调查对象,在投资者满意度调查的基础上,分析了影响投资者满意度的因素,探索中西部地区投资环境的特点和规律,并结合中西部投资环境的状况,提出了具体建议对策。

[关键字] 投资环境 投资者 满意度

近年来,优化投资环境,大力吸引外资,已成为中西部地区的共识,招商引资工作已成竞争态势。国内外大量研究成果表明,投资地的经济发展水平、区位优势、资源丰富程度、招商引资的优惠政策等是影响投资环境的重要因素,众所周知,改善投资环境是一个长期的过程,一个地区的区位优势、资源丰富程度具有相对稳定性,经济发展水平的提高更需要一个过程,因此各地区都在优惠政策上很下功夫,在国家法律法规允许的范围内推出了各项优惠政策,把优惠政策用好、用足,成为招商引资工作的一大要义。时至今日,中西部大都经历了以优惠政策吸引投资、通过招商宣传扩大影响等基本竞争阶段,招商引资的优惠政策、宣传模式逐步趋同,能够利用的空间越来越小。招商引资的竞争开始转变为服务意识、服务水平的竞争,各地区都认识到,招商引资是“资本”对“服务”的选择和比较。

让投资者满意,是近年来中西部地区招商引资更高层次的竞争,只有投资者满意,才能够真正留得住投资者,投资者满意了,才会主动地为投资地进行宣传,这种来自投资者切身感受的宣传,较之投资地的自我宣传要有效的多。因此,探索影响投资者满意的关键因素,寻求改进措施,成为优化投资环境研究的重要课题。

安徽省蚌埠市地处江淮流域,是安徽省老工业基地,铁路交通枢纽,其地理位置、环境特点,在中部地区具有很强的代表性,本文以蚌埠市作为研究对象,以国际通行的用户满意理论为指导,以该地区的投资者为调查对象,开展了为期半年的投资者满意度调查,侧重了解影响投资者满意的因素,期望通过该地区的调查,从一个侧面反映我国中西部地区的投资环境现状,为进一步改善投资环境提供有益的建议。

一、投资者满意度调查分析

此次调查,采用直接向投资企业发放、根据企业名录邮寄、随机发放等多种渠道共发放投资者满意度调查表180份,收回97份,回收率54%。

(一) 投资者满意度调查基本情况分析

1. 投资者来源广泛。调查结果显示,该地区的投资者来源广泛,本地区投资者占总数的54.6%,有16.5%的投资者来自安徽省其它地区,有22.7%的投资者来自外省市,国外投资商占总数的2.1%,按企业数量计算,本地投资者是各类投资的主体。

2. 投资者的投资领域以第二产业为主。投资者投资的产业可以从一个侧面反映当地的产业结构和行业优势,对投资者的投资产业进行分析,能够发现当地在吸引投资方面的优势和特长,可以指导招商引资工作。投资第一、第二、第三产业的企业数比例为1:2:1,第二产业是投资者的投资重点。来自不同地域的投资者其投资领域存在差别,安徽省内的投资者投资领域以第二产业为主,外省市的投资重点以第三和第二产业为主。

3. 投资规模不等,中型企业为主。从投资规模看,投资者的投资规模差异较大,从10万元以下的小企业,到千万元以上的大企业都有,分布较为均衡,10万元以下的小企业略少。从投资者来源分析,本地投资者投资规模较小,以中小企业为主,外来投资者的投资规模相对较大,外商投资规模均在百万元以上,这充分说明吸引外来投资对投资地发展经济的作用。

4. 投资时间差异较大。按照投资时间分析,如果投资地新增企业较多,说明该地区经济活力较大,投资地的投资活动踊跃,当地经济发展潜力很好;如果投资时间长的企业较多,说明当地的投资环境适应企业的生存和发展,企业能够长期经营;理想的投资时间分布,应该是投资时间分布均衡,近期内投资企业数量较多。调查显示,该地区投资时间分布比较均衡,但近期投资企业数量没有明显增多,短期内外商投资数量过少,这说明该地区招商引资工作还需要进一步加大力度。

5. 投资者的投资效果呈正态分布。投资者在该地区的经营状况,我们以良好、一般和较差分别表示,其比例分别为28%、47%、12%,不详的占13%。投资者的经营效果呈现正态分布,也就是说,经营效果非常好的和经营效果非常差的企业数较少,经营效果一般的居多。在完全竞争的市场环境下,一个地区的企业经营效果一般都呈现出正态分布。但是作为招商引资的投资地,投资者经营效果的好坏会直接影响资本的追加投入,也会影响其它外来资本的投入。

(二) 投资者满意度影响因素分析

以本次调查收集的数据资料为依据,经过全面、系统、客观分析与评估,得出以下结论:

1. 投资者对投资环境的预期高于实际感受。用户满意理论研究表明,人们的满意程度与预期相关,满意度取决于预期和实际感受的比较,如果实际感受比预期的好,人们的满意度就高;反之,如果预期较高,实

际感受低于预期,人们的满意度就会降低。投资者预期是投资者在未投资之前对投资地境的一个初步印象,这种预期主要来自两个方面,一是投资地长期以来形成的投资环境状况(比如,区位优势、资源丰裕程度、经济发展水平、政府工作作风等等)在投资者心目中的反映,这是一个长期积累过程,是一个地区投资环境的存量;其二是投资地招商引资宣传工作的结果,是投资者通过传媒渠道获得的有关投资地投资环境的信息,这是一个地区投资环境的流量。这两方面因素共同决定了投资者对投资地投资环境的预期,这种预期又反过来影响投资者的满意程度。调查显示,投资者对该地投资环境的预期较高,满意度指数65.58,特别是对投资活动的盈利预期最高,达70.11;经济发展水平预期较低,59.37,招商引资的力度66.42,行政机构的工作作风为61.89。除经济发展水平以外,投资者对该地的投资环境预期均高于60(基本满意水平)。这种情况一方面说明该地在长期的社会、经济发展过程中,给人们造成了较好的投资预期;另一方面,也说明该市对外招商引资的宣传工作起到了一定的经济效果。同投资者的投资预期相比,投资者对投资地投资环境的实际感受普遍低于预期。其中,投资者投资后的实际总体感受为62.02,低于预期3.56个百分点,经济水平的差异为1.88个百分点,行政管理的差异为2.52个百分点。造成这种情况的原因可能有二个,一是该地投资环境确实没有达到投资者预期水平;二是该地招商引资宣传工作与现实存在一定的差距。

2. 投资者满意度高于其他人员。此次调查对象中,既有投资者、也有企业中高层管理者,还有企业其他人员(这里主要是企业的知识人员,如秘书、财务人员、办公人员、技术人员等)。不同身份的被调查者,由于工作性质、经济利益、同投资环境的切入点等方面的差异,其观察投资环境不同,对投资环境的感受也不同。我们按照被调查者的身份进行了分析,不同身份的被调查者对投资环境的满意度存在明显的差异。投资者对投资地投资环境的满意度明显高于管理者和其他人员,投资者比管理者的满意度高出3.8个百分点,比其他人员高出11.7个百分点,这种情况在总体预期、实际感受和忠诚度上也有相同的结果,特别是在投资环境的预期上,差异更大,投资者比其他人员高出22.3个百分点。满意度同被调查者的身份直接相关,可以说明二个问题。第一,投资者、管理者、其他人员由于从事的工作性质截然不同,与投资环境切入点不同,对投资环境关注的程度、关注的层面也不同。投资者主要关注投资地的整体投资环境(如资源优势、优惠政策、政府对外来投资的态度等),密切关注投资地的大环境,同负责投资环境的政府高管人员接触较多;管理者更多是负责具体的经营活动,关注投资地的资源、价格、市场规范程度、行政执法的公正性等方面,更多的关注投资环境的中间层;其他人员更多的关注其工作的具体过程,工作过程中具体问题的处理和解决,和投资环境的最底层发生直接联系,比如行政部门的工作效率,资源的供应方、分销方信用状况,劳动者的素质等等,关注的是投资环境的底层。投资者满意度明显高于管理者和其他人员,说明投资地的投资环境在不同层面上存在显著差异,即投资的大环境优于中层环境,中层环境优于底层环境。其次,在投资经营的收益上,投资者、管理者和其他人员的受益程度依次递减,在投资盈利的情况下,投资者受益最大、管理人员次之、其他人员受益最小,后面二类人员很容易对这种受益的差异,感到不满,甚至愤怒,这种不满和愤怒会转化为抱怨,只要有适当的机会,就会将这种抱怨发泄出来,所以,当进行投资环境满意度调查时,其他人员和管理者将这种不满和抱怨归咎为投资环境所致,导致满意度指数较低,这实际上是一种“迁怒”。从这个角度来分析,若投资效果差,投资者受损最大、管理者次之、其他人员受损最少,满意度应该按照相反的方向变动,即其他人员满意度最高,管理者次之,投资者满意度最低。根据不同人员对投资环境的满意度可以从另一个侧面反映出投资者的投资效果。从我们调查的数据分析,该市投资者的投资效果应该是较好的居多。

3. 外来投资者的满意度高于本地投资者。在调查中我们发现,来自国外的投资者满意度最高,本省其他地市的次之、外省市投资者再次之,本地的投资者最低,其满意度依次85.0、70.0、58.2、57.1,国外投资者和本地投资者的满意度差异为26.9个百分点,悬殊很大。这种情况说明该市在对待来自不同地区投资者方面,存在明显差异,可能有“外来和尚好念经”的思想,在具体行为上有“重外轻内”的倾向。同本省外地市的投资者相比,外省市投资者的满意度较低,这是由于外省市的投资环境较好,投资者的期望较高,导致满意度低于本省其他地区的投资者。

4. 被调查者的受教育程度同满意度成正比。在被调查者中,有28%的被调查者接受过大学本科教育,49%的接受过专科教育,21%的受过中等教育,调查结果显示,被调查者的受教育程度同满意度呈现正相关关系,受教育程度越高,满意度也较高;受教育程度低,满意度也较低。这种情况和投资者的理性判断有关系,一般而言,人们接受教育的程度越高,获取信息、处理信息的能力也越强,看待问题的态度会更加趋于理性、客观,评价客观事物的角度也较为全面。投资者接受教育程度高,能够较全面的收集有关该地区投资环境的信息,在比较分析的基础上,会对该地区投资环境有一个理性(合理)的预期,同现实相比较后,也会有一个较为客观的结论。不会因一时一事的得失,而情绪化地对投资环境做出草率的评价结论。

5. 投资规模同投资者的忠诚度相关。我们在设计调查方案时,曾设想投资者满意度应该同投资规模成正比,因为投资规模大的企业会受到投资地更多的关注和关照。但调查结果与我们最初设想的不同,并不是规模大的企业满意度高,投资规模在10-1000万元之间的中小企业满意度略高于投资规模在1000万元以上的大型企业。与此相对应,投资者的忠诚度却与投资规模呈现正相关,投资规模越大,投资者的忠诚度越高,反之,投资规模越小,忠诚度越低。投资者忠诚度反映了投资者对投资地的认可程度,是较满意度更为重要

的一个指标,在用户满意理论模型中,用户忠诚度是最终变量,是终极目标,只有用户忠诚,才可能对组织产生持久地贡献。投资者的忠诚度与投资规模相关有二个原因,其一,由于投资规模大,其他投资者进入成本高,进入障碍大,这在一定程度上抑制了一些潜在进入者,使得规模大的投资者能够在投资地享有相对的垄断地位,使其容易赢得竞争优势,所以投资者愿意在投资地较持久地经营下去,由此对投资地有较高的忠诚度,这是一种主动的忠诚;其二,投资者在投资地的投资规模越大,投资者退出的难度越大,推出的可能性越小,因为规模大的企业退出成本很高,不像中小企业由于投资规模小,撤资损失相对较小,能够以较低的代价转投其他地区,更容易叛逃,对投资地忠诚的可能性相对较小。投资规模大的企业,由于退出成本高,障碍大,所以,不得不忠诚,这是一种被动的忠诚。从主动和被动二个方面来看,投资者的忠诚度都会随着投资规模增大而逐渐增高。

6. 投资者的经营状况直接影响投资者的满意度。调查结果显示,投资者的经营状况直接影响投资者的满意程度,经营状况好的企业其满意度明显高于经营状况一般、经营状况较差的企业。这种结论是显而易见的,人的满意程度来自于人们的主观感受,经营状况的好坏,直接影响了人们的主观情绪,最终决定了投资者的满意程度。

7. 投资时间长短同满意度成正比。调查显示,投资时间的长短同满意度成正比,投资时间越长,投资者的满意度越高。投资时间较长,说明其经营状况较好,能够长时间的持续经营,经营状况直接决定投资者的满意程度;其次,经营时间长,对该地投资环境状况的了解较为透彻,能够比新投资者较好的适应,甚至驾驭该地的投资环境;第三,随着投资时间的延长,投资者会逐渐被认同该地的文化,融入投资地文化的可能性越大,对当地投资环境的认同感越强。

二、完善投资环境的建议与对策

1. 给投资者以实惠是招商引资的关键。在影响投资行为的因素分析中,优惠政策是投资者关注的首要因素,投资活动是一种商业行为,投资收益是决定投资流向的第一要素。招商引资工作的重点是给投资者创造一个能够获利的环境,在投资者受益的前提下,带动当地的经济的发展,实现投资者盈利、投资地发展的双赢局面。近年来,各地市在招商引资活动中,都在政策允许的范围内推出了各项优惠政策,以优惠政策吸引投资的空间已经很小很小。如何在优惠政策以外给投资者以实惠,成为各地招商引资竞争中的新热点。要在投资地能够受益的前提下,使投资者得到实惠,只有投资者满意了,才会对投资地产生认同感,继而对投资地忠诚,才会给投资地的生产经营投入更多的资金;一个忠诚的投资者会自觉的、由衷的为投资地做宣传工作,形成投资的联动效应。另一方面,投资者满意的投资地区,这本身就是一个最好的宣传。当然,这需要对招商工作进行观念创新和工作方法创新,突破现有招商模式,探索招商引资工作的新思路。

2. 改进政府机关工作作风。调查显示,政府机关的工作作风,既是影响投资者的投资活动主要因素,又是决定投资者撤资与否的首要因素,也是投资者最不满意的因素,由此可见,政府机关的工作作风对投资者的满意度和忠诚度起着至关重要的作用。投资者一方面对该地政府机关的工作作风最不满意,但另一方面,投资者对该地政府机关的满意度同上次调查相比,其满意度提升的幅度比其他调查项目都高。这说明,行政机关工作作风的改变是显性的,是容易为投资者所察觉,并为投资者所认可的。改善投资环境是一个过程,投资地的区位优势、资源丰裕程度等具有相对稳定性,经济发展水平的提高更需要一个过程,相对于其他影响投资环境的因素,行政机关工作作风的变革,其成本要低得多,也相对容易得多。在改善投资环境的各项措施中,改进政府机关工作作风是一项成本低、速度快、效果明显的措施,所以,各地区要在改变行政机关工作作风上狠下功夫。

(1) 提高政府工作的透明度。政府机关的信息越公开、透明度越高,行政执法人员以权谋私的成本越高,风险越大。国内外大量文献和实践表明,行政部门的廉洁程度直接影响投资者的投资和经营成本,政府的廉洁程度越高,投资活动的交易成本越低,投资收益越高,投资地的外在形象越好,招商引资的成本也会随之降低。调查显示,该地区行政执法人员公开违反政策,吃、拿、卡、要的现象仍然存在,但是呈下降趋势,少数部门为了个人或部门利益,人为给投资经营活动设置障碍,拖延时间,增加环节,以此向投资者索要回报,把本职工作视为投资者服务,以此作为收费的依据;极少数执法部门为本部门利益,下达内部创收指标,巧立名目收费,或者向投资者提供以收费为目的的强行“服务”,这些都严重干扰了投资活动。要消除政府对投资活动的不合理干预,限制任意行为,只有进一步提高政府工作的透明度,实行政策法规公开、岗位职责公开、作业流程公开、收费标准公开、服务时限公开、工作纪律公开等等,特别是监督渠道、监督结果的公开,只有这样,才能从根本上改变机关工作作风,杜绝损害投资行为的发生。

(2) 提高工作效率。效率就是效益,政府机关的工作效率是一个地方行政管理水平的重要体现,不仅关系着政府机关的对外形象,而且直接影响甚至决定着投资者的经营效果,一个高效率的机关工作作风,会给投资活动注入活力,使投资活动如虎添翼,投资者的经营业绩又反过来促进当地经济发展,形成经济增长的良性循环;一个低效的政府工作作风,不仅会影响投资活动的有效运转,有时会使投资者丧失机会,导致投资失败。全面提升政府机关工作效率,建立一个高效运作的政府,是改善投资环境最重要的技术措施,各地市必须加大力气狠抓效率的提高,继续推行首问负责制、首受负责制、限时办结制、服务承诺制等,并且把这些

农产品品牌保护制度分析

安徽农业大学 肖双喜 安徽建筑工业学院 徐 玲

[摘要] 论文首先指出了现在农产品品牌保护存在的四大问题:保护意识不强,商标保护不规范,农产品品牌所有者数量众多且相互侵权,政府保护力度过小;然后对问题产生的原因进行制度层面的分析;最后,在分析的基础上提出各个层次上的农产品品牌保护建议。

[关键词] 农产品品牌 保护 注册 商标

一、农产品品牌保护存在问题

(一) 保护意识不强,部分品牌仍未注册或防御注册。从我校 2001 级经济管理专业学生对安徽省 60 个农业龙头企业的情况调查(见表 1、表 2),92%的企业进行了商标注册。但仍有 8%企业未进行注册。因为本次学生访问的主要是当地一些知名企业,因而这个比例在一般企业中可能更高些。安徽省农业龙头企业进行防御注册的企业数占调查总量的 53%。这说明仍有一大部分品牌未进行防御注册。企业也许认为注册商标会增加自己成本,而且企业现在的发展不是很好,名声也不大,没有必要进行法律注册。甚至有的企业认为商标注册的费用非常高,程序非常麻烦。其实,商标注册不过几千元,程序也不是很复杂。只要企业有商标注册的意识,完全可以避免自己商标被人抢注等不幸之事发生。此外,对某些名声较大的品牌来说,仅仅进行注册已经不够,还要根据品牌的具体情况,进行防御注册,以防止他人恶意假冒。当初,杭州娃哈哈在成名之后,杭州就出现了大量的“娃笑笑”、“哈哈娃”、“娃哭哭”等品牌。与此类似的是,四川的郎酒在成名之后,也在当地招来了大量的“狼”,什么翠花郎、梨花郎不一而足。有人戏言:“一只川‘郎’中了彩,十只川狼跟上来”。在注册方面,我国的企业还应将眼光放得更长远一些,不仅要在国内完成所有可能的注册,还要在所有可能的世界市场中进行注册。我国的企业,包括全国一些著名的商标都在国外遭受了被人抢注的厄运。红塔山在印尼遭到了抢注,使其在整个东南亚地区的销售都受到影响。最后,我国绝大多数原产地名称都没有注册成集体或证明商标,这给我国农产品品牌的建设留下了隐患。因为农产品的品质很大程度上是由地域决定的¹,地理标志的注册对农业企业来说至关重要。

表 1:品牌是否进行注册

	是	否
数量	55	5
比例	0.92	0.08

表 2:品牌是否进行防御注册

	是	否
数量	32	28
比例	0.53	0.47

资料来源:2001 级农林经济管理专业学生寒假调查

制度真正落到实处。

(3) 增强服务意识。服务意识是指政府机关对投资者的投资活动有无合作的意愿、能否从投资者的角度考虑问题,为投资者的经营活动提供方便,在行政执法过程中,能否采用以人为本管理的方式,使执法工作更具人性化,执法工作融入更多的人文关怀。服务意识对政府机关而言是一个较高的要求,它不仅要求政府机关准确、有效地履行行政职能,更要从改善投资环境、发展当地经济的高度,真正树立“管理就是服务”的理念,增强为投资者服务的意识,积极主动地为投资者排忧解难。各地区可以根据实际情况,考虑建立投资者服务和救助中心,进行政策咨询解答,积极受理和协调解决投资者投诉,保护投资者的合法权益;继续完善行风评议制,对积极为投资活动服务的行政行为大力宣传,对损害投资活动的行为予以严厉处罚;大力推行企业定期走访制、沟通协调制、政策信息反馈制,切实了解投资者的需求,为投资者办实事、办好事。

3. 给不同区域的投资者以市民待遇

在调查中,不同地区的投资者都有曾遭遇不平等待遇的反映,特别是本地投资者的反映更为激烈。不平等是影响人们主观感受的重要因素,不平等的待遇会大幅度降低投资者的满意度。要想提高投资者的满意度,政府的政策、措施、特别是具体的工作态度都必须是平等的。借用国际贸易中的一个概念——国民待遇,应给予不同地区的投资者以“市民待遇”,不同地域的投资者应享有同等的权利和义务。我们不能排外,更不应该轻内,对于今天的中西部地区而言,外来投资变得越来越重要,排外的倾向越来越弱,轻内的现象(特别是本地的中小投资)时有发生。有数据显示,中西部地区的民间投资主要还是本地投资,我们这次调查也说明了这一事实。所以,在重视招商引资的同时,给予本地投资者应有的关注和重视,给不同区域的投资者以平等的待遇是投资环境良好的重要表现。只有内外投资者都满意,才会形成“以内引外”、“以外引外”的良性循环,使招商引资工作有一个新的局面。与此同时,不同规模、不同产业、不同时间的投资都应受到同等重视,通过不同形式的激励措施,帮助和扶持不同区域的投资者提高劳动生产率,推动当地经济增长。

[参考文献]

[1] 奈杰尔·希尔. 顾客满意度测量手册[M]. 沈阳:沈阳出版社,2001

[2] 陈晓玲. 用户满意理论在区域投资环境评价中的应用研究[J]. 财贸研究,2003(5):12-16