

小企业的成长与创新环境的培育

陈旭东

(浙江大学 管理学院, 浙江 杭州 310028)

[摘要] 创新不足是中国小企业难以应对高科技产业发展和经济国际化带来的挑战的症结所在。除了改善市场竞争环境外, 制度和文化的社会环境的变革也是有效降低中国小企业的创新成本、增强创新需求和创新供给的必要前提, 应该成为政府小企业政策的重点。

[关键词] 小企业; 企业创新; 政府政策

[中图分类号] F270 [文献标识码] A [文章编号] 1008-942X(2000)05-00120-06

Growth of Small Enterprises and Cultivation of the Milieu for Innovation

CHEN Xu-dong

(College of Management, Zhejiang University, Hangzhou Zhejiang 310028, China)

Abstract: Insufficient innovation is the crux of Chinese small enterprises, which are hardly able to meet the challenge of developing high-tech industry and economic internationalization. Institutional and cultural changes beyond improving the environment for competition in the market will be another prerequisite for small enterprises to effectively decrease their cost of innovation and increase their demand and supply for innovation, which should therefore become the key point of government policy concerning small enterprises.

Key words: small enterprises; enterprise innovation; government policy

1949年中华人民共和国成立后, 小企业^①作为一种重要的经济现象, 经历过几个大的发展高潮。尤其是1979年改革开放以来, 小企业的发展更是迅速。到1996年底, 工业企业中的小企业数已达796万多家, 占全部工业企业数的99.7%^[1]。90年代以来, 76.7%的工业新增产值、75%的城镇就业机会和约60%的出口, 是由小企业创造的^[2]。小企业不仅成为我国国民经济发展的主要力量、扩大社会就业的基本途径、发展地方经济的主要财源, 而且是推进经济市场化的生力军、培育大批企业家成长的摇篮。

随着高科技产业的发展、经济结构的提升和我国经济的进一步国际化, 小企业面临着更多的发展机遇。然而, 就整体而言, 我国的小企业却显示出很大的不适应。20年发展中所累积的问题, 也凸现了出来。尽管小企业本身、政府及社会各界, 都已在不同程度上意识到这一点, 从财政税收上、银行贷款上支持小企业的发展和创新, 开始成为政府的一项重要政策, 但是笔者认为, 仅有这些政策是远远不够的。要真正有效地促进小企业的发展, 需要进一步客观剖析、完整把握小企业的问题及其成因, 需要从全社会范围内为全体小企业的持续创新和健康成长营造一个良好的社会环境。

[收稿日期] 2000-04-01

[作者简介] 陈旭东(1954-), 女, 浙江杭州人, 浙江大学管理学院副教授, 主要从事产业组织、企业制度和企业发展战略研究。

①小企业是一个相对的概念。不同行业中的小企业, 在劳动力人数、资本额和销售额上, 都可以有相当大的差别。在不同国家或同一国家的不同时期, 划分小企业的标准也不尽相同。尽管如此, 雇佣人数依然是划分企业规模的最常用的标准。本文中的小企业主要指制造业中职工人数在500人以下的企业。

小企业的成长与问题

中国小企业的产生有两个完全不同的过程：自发的过程与自觉的过程。作为一种自觉的过程，小企业是在各级政府主导下，为完成特定政策目标建立起来的。如：第一个五年计划时期国家为给156项大型工程项目配套，建立了一批小企业；第二个五年计划后为建立独立、完整的地方经济体系和第四个五年计划期间为推动农业机械化的发展，又兴建了一批地方小企业。作为一种自发的过程，小企业则是由民间创业者在市场的主导下，个人单独或集体合伙建立起来的。三年自然灾害后的商品短缺、70年代的商品短缺和80年代商品需求的急速增长，都导致了民间小企业兴建的高潮。到1998年底，小企业中国有小企业的比重降到1.4%，个体、私营的小企业和集体小企业的比重达97.8%^[2]。鉴于这一事实，本文对小企业的分析集中于非国有的，尤其是个体、私营的小企业。

近年来的研究指出，中国小企业中普遍存在着以下问题。第一，在经营目标上，追求短期利润，追求快速成长，受机会驱动。第二，在经营资源上，缺乏资金、缺乏知识、缺乏人才，创新能力弱、抗风险能力弱。第三，在内部管理上，缺乏正式的组织结构和约束机制，缺乏管理和决策的规章制度，“人治”企业。第四，在市场运营上，产品老化、质量差、档次低的情况严重，销售市场不稳定，缺乏长期的业务合作伙伴。据对中国小企业最发达省份之一的浙江省1161家乡及乡以上小企业的一项专项调查，到1996年，小企业中5年以上产品占65.03%，中低档产品占74.07%，企业管理水平不高的占82.43%，技术人员比例为6.12%，仅有14%的小企业与大企业建立了配套协作关系，对企业未来发展有危机感的小企业占27.30%。^[3]

上述问题普遍存在的根源何在？

从企业生命周期理论中给出的解释是：小企业的问题与他们所处的成长阶段有关。美国管理学家伊查克·爱迪思（Ichak Adizes）把市场经济中企业的生命周期分为两大阶段：成长阶段和老化阶段。其中，成长阶段主要包括了婴儿期、学步期、青春期和盛年期。企业诞生标志着婴儿期的开始。随着现金收入和经营活动达到了某种稳定的程度、企业日渐繁荣时，便进入学步期，此时企业的成长速度加快。在青春期，经营活动由以量取胜到以质取胜，企业由直觉型的感性管理转变为职业化的管理，企业脱离创业者的影响而再生。到了盛年期，企业管理和领导职能都实现了制度化。爱迪思在对企业进行调研和咨询中发现，处在成长阶段不同时期的企业会面临不同的问题，比如婴儿期企业的资本不足和融资困难，学步期企业追求成长速度、机会驱动、易于卷入相干的和不相干的经营活动，而婴儿期和学步期的企业又都普遍有追求短期利润、产品质量差、依靠家庭支持、缺乏规章制度、缺乏人才等问题。上面列举的中国小企业目前普遍存在的问题中的大多数，就其症状而言，正是前青春期成长阶段的企业所面临的主要问题。

许多中国学者认为：小企业的问题与它们的内在机制有关。由于经营艰辛、融资困难、风险大，大多数非国有或集体所有的小企业在创业阶段不得不依靠家庭或家族的力量，依靠以血缘关系或朋友关系维系的合作与信任。这种初始的制度安排确实成为小企业日后许多问题的来源。

然而，无论是小企业成长阶段的各种问题，还是小企业的初始制度安排（它实际上也属前青春期成长阶段的问题），都是具有普遍性的问题，世界各国，概莫能外。中国小企业问题的特殊性究竟在哪里？进一步的分析发现，中国小企业创新明显不足，过早倒闭和无创新发展的情况严重。在美国，二次世界大战以来50%的企业技术创新来自较小的企业^[4]；在德国，1995年67%的专利技术由中小企业申请^[5]。而中国技术创新的主力一直是大中型企业。对中国福建、甘肃工业企业技术创

新的调查就显示,两省大中型企业中,开展技术创新和实现的技术创新都远远高于小型企业^[6]。由于创新活跃,美国小企业的亏损停业率只有18%,超过50%的小企业的寿命为8年或8年以上^[7];中国小企业早期夭折的比重却较高,平均寿命只有2.9年^[8],这意味着许多小企业尚未进入青春期,因此婴儿期和学步期的问题成堆就不足为怪了。更为重要的是,市场经济发达国家小企业的成长是通过自主的不断创新实现的,而在中国,相当数量的成功小企业的发展与政府的特殊帮助和优惠政策扶持有关。由于企业缺乏组织创新和管理创新,内部并没有形成科学的决策体制和规范的管理制度,短期导向、机会驱动、效率低下、人才缺乏等婴儿期、学步期的典型问题依然严重存在。因此笔者认为,创新不足是中国小企业的突出弱点,是上述问题普遍存在的症结所在。

创新是小企业健康成长的必然要求

世界各国成功企业的成长案例和对决定小企业成长最重要因素的统计分析^[9]告诉我们:一个健康成长的小企业,必须是一个不断变革、不断创新的企业。概括起来,小企业成长过程中的创新应该包括6个方面的内容,即产品创新、工艺创新、竞争创新、组织创新、管理创新和观念创新。产品创新和工艺创新都是技术创新的组成部分,竞争创新包括了企业在市场竞争中竞争手段、竞争组织和竞争目标在层次上的提高,组织创新指的是企业所有权结构、治理结构和企业组织方式的变革,管理创新是企业内部管理规则、决策制度与决策方式的变革,而观念创新则是企业对企业与市场的关系、企业与政府的关系、企业与它的利益相关者的关系、企业的使命和社会责任、企业发展的源泉与途径等一系列问题上的看法的进步。产品创新、工艺创新、竞争创新、组织创新、管理创新和观念创新组成了企业内部的创新体系。其中,产品创新是企业创新出发点和归宿;工艺创新、竞争创新、组织创新和管理创新是推进产品创新、保证创新产品市场竞争力的手段,而观念创新则是全部创新的内在基础和主动、持续创新的内部源泉。

创新作为小企业健康成长的必然要求,首先是由小企业所处市场结构的竞争性特征决定的。完全没有或者只有非常有限的价格决定权,使降低经营成本和创造经营特色成为小企业获得正常利润的必要选择;消费者偏好的多样和多变,要求小企业不断根据消费者的需求及其变化趋势提供适销对路的产品。这两个方面的原因迫使企业不得不通过产品、工艺、竞争方式等一系列创新,来保持生产的高效率和产品对消费者的吸引力。产品创新、工艺创新以及竞争创新,便成为小企业生存和发展的必要条件和保证。

创新作为小企业成长的必然要求和惟一选择,也是由小企业自身的弱点决定的。成长初期的小企业,大多数实行家族制。这种企业制度从本质上排斥非本家族的优秀人才,排斥外来资金,排斥创新激励机制,使企业的技术创新因缺乏人才和资金的支撑而难以展开。没有组织创新和管理创新,小企业就不可能成功地吸纳资金和人才,也不可能持续的产品创新和工艺创新。因此,不仅是产品创新和工艺创新,而且是包括各种创新在内的全面创新成为小企业成长的更完整的必要条件。

当然,企业成长不同时期所面临的创新任务会有所不同。产品创新是婴儿期和学步期最重要的创新,因为在这一段时期,企业的目标是追求市场份额和高速成长。为了占领并保持市场,企业不得不以低价不断推出在质量上和功能上符合消费者需要的产品,这就使产品创新和工艺创新总是具有首要意义,从单纯的低成本竞争到差异化竞争等竞争方式的改进也变得重要起来。组织创新和管理创新在这一时期发生的可能性很小。因为在不稳定、经营规模较小、风险较大的情况下,把风险和收益集于一人的所有权制度和管理决策制度的效率是最高的,也是合理的。但是进入

青春期以后,随着经营范围的日趋扩大,企业人数的增加,继续实行单人决策和经验管理,不仅不利于调动积极性,提高经营效率,而且极易在复杂多变的市场中产生重大的决策失误。因此,企业必须实行一系列的转变,包括产品创新、工艺创新、竞争创新、组织创新和管理创新在内的全面创新,只是到了这个时期才具有了迫切性和可能性。

促进小企业创新必须是一个社会的系统工程

在我国,当人们谈及小企业的创新活动时,往往把资金障碍及知识和人才障碍作为小企业创新不足的主要障碍。确实,这两大障碍都是创新的重要障碍;不消除这两大障碍,小企业创新就没有可能。由于单纯依靠小企业自身去实现超越是不现实的,因此,政府扶持小企业成长和创新的种种政策和考虑便集中在设立中小企业技术创新基金、在财政预算中建立一定规模的小企业贷款风险储备金、选择一些银行以小企业为主要业务对象以及在企业与科研机构之间牵线搭桥等措施上。应该说,这些做法对促进小企业创新会起积极的作用。然而笔者依然以为,仅有直接针对小企业的财政金融政策是不够的,因为上述两大障碍只是小企业创新的内部障碍,它们有深刻的社会文化根源,即小企业创新活动疲软还有外部障碍。

第一是体制障碍。社会信用制度不健全,缺乏鼓励风险投资的产权制度与税收政策,强化了小企业创新的资金障碍;社会保障制度不完善、《劳动法》实施不力、不同性质企业主体的身份差异和在不同性质企业工作的劳动者主体的身份差异,强化了小企业创新的人才障碍;政府尤其是乡县政府对经济的控制力依然很大,“一厂一策”、领导工程、地方主义等不公平竞争状况严重,引导许多企业、尤其是乡镇小企业把拉关系、找靠山而不是创新作为取得有利竞争地位的首要途径。第二是文化障碍。它突出地表现在三个方面:一是“官本位”和“学而优则仕”的社会价值导向,使有为青年往往以进政府部门工作和成为具体单位的领导作为人生的首要追求,锚定职业技术生涯、专注于技术创新的人员相对不足;二是“趋同”、“随大流”不仅是人们社会政治生活中的行为习惯和思维定式,而且严重影响着企业的市场行为:产品开发“一窝蜂”,市场定位一个调,竞争策略降价一条道,成为中国市场一道不变的风景区;三是基于契约的和基于服从市场交易规则之共同规范的信任关系尚不发达,基于亲缘的信任关系对企业的内部组织甚至外部的市场交易仍然起着重要作用。上述原因从不同方面影响了小企业对创新必要性的认识和在产品、工艺、竞争方式、企业制度和内部管理等方面对创新的追求。这是一种非常深刻的、引导着小企业经营思路和行为定式的社会力量。

如果我们把中国小企业问题的形成原因与小企业创新活动的外部障碍综合起来考察,不难意识到培育一个适于创新的社会环境对内在、持续的创新之重要;推动小企业创新,必须是一项社会的系统工程。

在促进小企业创新的社会系统工程中,社会文化、市场制度和政府政策是最基本的三个方面。政府政策是可直接作用于企业创新的外部因素。社会文化与市场制度是互相影响的;同时,它们又作为社会环境,共同影响着小企业的创新活动和政府小企业政策的内容与目标(见图1)。

倘若政府不对社会文化与市场制度加以完善,政府鼓励小企业创新的政策及其实现程度就会

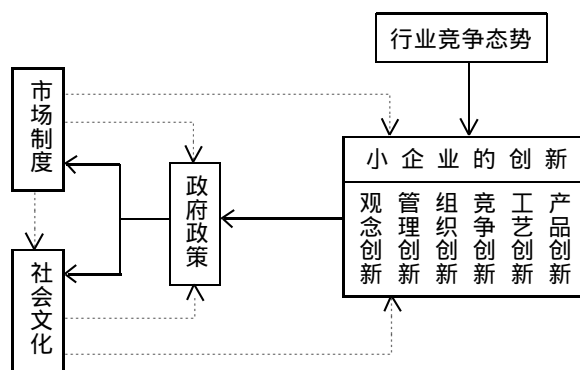


图1 小企业创新与外部环境系统

受现有环境的制约,其效能就会下降。因此,有效的政府政策必须同时作用于社会文化、市场制度和小企业创新这三个方面,通过长期不懈的努力,来营造一个真正有利于小企业持续创新和健康成长的社会环境。

政府在促进小企业创新中的主要作用

政府应该以何种方式来促进小企业的成长和创新?现在有两种不同的政策思路。一种是待遇歧视的政策,“一厂一策”、“重点扶持”均属这一类。另一种思路则要求制定一视同仁的小企业政策,建立有利于全体小企业发展的社会环境。通过对处于不同成长期的企业的访问与调查,笔者以为后者的建议更值得重视,因为它符合市场经济的本质要求和持续创新的本质要求,而前者的建议则是短期导向的,带有深刻的计划经济烙印。本着这一认识,笔者认为以下工作是政府在营造一个真正有利于小企业持续创新和小企业健康成长的社会环境时,应该着力去做的。

第一,深刻理解和深入宣传小企业存在的价值。在我国以往的宣传中,小企业存在的必要性是与商品经济不发达、劳动力人口过多等过渡性原因联系在一起的,小企业在国民经济中的作用也被简单地概括为“拾遗补缺”。这种价值定位的直接后果是小企业地位的低下和在创新活动中的“游击队”的角色。其实,小企业的存在有很深刻的经济原因和社会原因。它的合理性首先在于不同行业规模经济性的差异,即使在发达的商品经济中也是如此。其次,小型企业反映了知识经济时代/信息时代高增长行业中主导企业的规模特征。诸如软件开发等高智力行业,产品更新周期快、生产经营风险高,因此高素质和强开拓精神的员工、扁平式的组织结构、原子式的沟通方式和团队运行方式,是这类企业的典型特征,而同时具有这些特征的企业,规模一般都不大。最后,小企业不仅是有效服务于消费者的重要组织形式,而且是个人追求自我实现的一条重要途径和一个理想的实验园。在以人的全面发展为目标的社会中,小企业在这一方面的作用更应该得到重视。

第二,促进小企业立法,完善公平竞争的市场环境。立法支持小企业发展的依据和目的是,减少小企业与大企业在竞争中的起点不平等和机会不平等状况。一些小企业作为边缘性企业,与大企业在同一行业进行竞争。如果这种竞争是“自由放任的”,小企业在成本上的劣势就会使其惨遭淘汰。经营的集中会加强大企业的市场力量,在不同行业造成消费者的不便或造成就业机会的减少,这都有悖于增进社会福利这一经济运行的基本要求。因此,制定有关小企业的特殊法律法规,包括限制大企业市场扩张的反垄断法,是世界各国支持和保护小企业的通行做法。比如,日本有《中小企业基本法》、《中小企业现代化促进法》、《中小企业信用保险法》等多部有关小企业的法律;美国有《中小企业法》等保障和创造小企业参与公平竞争的机会的法律。中国还没有一部小企业法,小企业经营的市场环境可以说还不很好。因此迫切需要制定适用于所有小企业的、无歧视性的法律和法规。在这一方面,政府应该起积极的推动作用。

第三,建设全方位的小企业服务体系和教育体系。用一个不很恰当的比喻,国民经济中的小企业就像大家庭中的幼小孩子,政府就像他们的家长。成功的家长在孩子的成长中,一不能少服务,二不能少教育。政府要成功地扶植小企业成长,服务和教育也不可或缺。政府对小企业的服务和教育可以围绕着四个方面展开:(1)信息服务和计算机运用与信息检索的教育;(2)法律服务和法律法规、依法守法的教育;(3)企业咨询和管理教育;(4)帮助小企业建立自己的论坛,使他们有可能在加强沟通中建立起符合市场经济本质要求的共同的行为规范。组织这些服务和教育,不应当完全按市场规律运作,实行完全的有偿服务,因为它会加重小企业的成本负担,而应该仿照国际上的通行做法,建立政府处理小企业事务的专门机构如小企业局,并用社会责任相感召,组织高校的研究

生和教师,大企业的管理人员,知名企业家等,为小企业提供公益性质的服务。

第四,引导并培育社会经济生活中高层次的信任关系。日裔美籍著名学者弗兰西斯·福山(Francis Fukuyama)提出了一个重要思想:即在现代社会,经济活动中人们的信任关系是企业成长方式选择的重要前提。基于亲缘的信任关系上建立的是家族制企业,它的规模一般较小,颇具活力,也会有良好的发展业绩。但是,家族企业的成功离不开外部契约关系的充分发达,并且在绝大多数情况下,这种企业排斥组织创新和管理创新,并由于缺乏超越家族的自愿结合使企业人才不足,从根本上阻碍了技术创新和竞争创新。基于契约的信息是以法律强制作为保障的,它不仅是市场交易正常进行的前提,而且是大型企业组织建立的基础。大型企业的诞生,无论是源于规模经济的要求或降低交易成本的要求,还是源于资金委托经营的发展,都离不开委托经营合同、经理聘用合同、劳工合同等内部的契约关系。第三种信任关系是建立在共有规范,即对市场交易活动有相同行为准则之上的。这种信任关系曾经是清教世界经济活动的保障,欧洲国家海外贸易的基础,而且是网络时代电子商务、虚拟企业运行的依据,也是小型企业与大企业平等竞争、良好合作的前提条件。小企业要抓住新世纪的发展机遇,就要形成有效的经济组织。而适合企业成长需要的有效经济组织的基础,只能是契约信任和基于商品经济共有规范的信任。由于这两种信任关系在我国都还很脆弱,需要政府从行为规范和制度建设上,来引导这种信任关系的建立。

第五,加强社会生活中的民主制度建设。人,人的积极性、向心度和创造力对小企业生存和成长的意义远远高于对大企业的意义。因为小企业是一种劳动密集型(包括非熟练劳动密集型、熟练劳动密集型和高智力劳动密集型)的社会经济组织,合伙制、股份合作制的小企业更是以人合作为主要特征的企业组织形式。所以,以人为本、民主管理应该是小企业管理思想的核心、管理创新的方向以及小企业全面创新的基础。但是,民主既是一种制度安排,也是一种文化习惯。中国几千年来高度集权的政治制度在社会生活中积淀了深厚的“集权”文化,管理“家长制”、决策“一言堂”,成为企业和其他社会组织的典型管理模式。小企业要健康成长,要实行组织创新和管理创新,实质上是不能脱离整个社会民主这个大前提的。社会生活中的民主建设不仅对企业民主有一种强大的示范效应,而且还是净化市场环境的基础,解放创造力的基础。在这一方面,政府也应该是大有作为的。

[参 考 文 献]

- [1] 国家计委宏观经济研究院课题组. 进一步提高认识,鼓励和扶持中小企业加快发展[J]. 调查·研究·建议,1998(11):1-2.
- [2] 中小企业已成我国经济重要层面[N]. 浙江日报,1999-04-06(4).
- [3] 浙江省委政策研究室和浙江省政府发展研究中心. 浙江省中小企业专项调查总体情况表(1996) [A]. 蒋巨峰主编. 浙江工业企业状况与发展对策[Z]. (内部发行),1998. 271.
- [4] Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore and J. William Petty. Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis [M]. Tenth Edition. ITP Company. 1997. 30.
- [5] 傅建华主编. 上海中小企业发展战略研究 [M]. 上海财经大学出版社,1998. 2.
- [6] 技术创新研究课题组. 中国企业技术创新基础及实证研究[J]. 管理世界,1998(2):120-129.
- [7] Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore and J. William Petty. Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis, Tenth Edition. ITP Company. 1997. 35.
- [8] 民营企业:成长要靠自己[N]. 中国经营报,1999-08-16(2).
- [9] Colin Barrow. Small Business [M]. Rrentice Hall Eruope, 1993. 40-42.