

- ▶ [论文投稿](#)
- ▶ [关于论文发布证明](#)

相关链接

- ▶ [学术活动厅](#)
- ▶ [专家讲座](#)
- ▶ [中华管理论坛章程](#)
- ▶ [个人专栏](#)



我国中小企业和谐发展理论探索

——论假设性“弩”式原理

谢长明（成都大学文学与新闻传播学院）

[摘要] 我国中小企业在短时间伴随改革开放成长起来后, 出现了规模小、企业文化建设成果不大、管理科学化程度不高、营销品牌战略不够科学、财务管理制度不完善等劣势。其自身在经济国际化的市场环境中发展得相对不和谐起来, 其主要表现在中小企业发展模式与市场的“弹性区域”不大。面对中小企业发展所面对的新局面, 中小企业必须把增大中小企业的“硬性基础”作为第一步。以增大自身“硬性基础”为中小企业建设的前提, 并以之为基础来与战略上的与市场相宜原则相匹配, 从而增大自身与市场之间的“弹性区域”, 并把它作为中小企业发展的阶段性与战略性方针。使我国中小企业发展在当代经济中长远。

[关键词] 中小企业 和谐发展 “弩”式原理

我国在计划经济转入市场经济后, 企业贸易呈现出快速增长趋势。随之而来的WTO, 使我国成为世界第四大贸易国。在这过程中中小企业扮演了重要角色。据统计, 2005年经工商行政管理部门注册的中小企业已经超过380万家, 个体工商户2900万家。中小企业提供的出口贸易额占全国的61.3%, 上缴税收占41.7%, 使约27.1%的城镇人口拥有了就业机会。从而使中小企业伴随着经济快速发展起来。

但是我国的中小企业是在短时间里伴随改革开放而发展起来的。中小企业所面对的产出规模小、资本和技术构成较底、受传统体制与外部宏观经济影响大等因素使得中小企业本在自我管理、战略管理与制定、信誉贷款等方面呈现出自身发展与市场经济不适应的情况。加上WTO的冲击, 中小企业在与国外企业进行“联姻”的过程中出现了战略性品牌丢失与市场紧缩, 自主品牌地位与发展并没有真正和谐起来。而造成这种局面的原因有:

(一) 我国中小企业自身的“硬性基础”建设不够。由于中小企业的规模小、财务管理制度不完善、资金上的不雄厚、管理科学化程度不高、对技术与知识型人才团队的建设力度不大、信誉贷款难等因素造成了自身仍然以劳动密集型产出为主, 向技术型产出与知识型产出过渡慢。

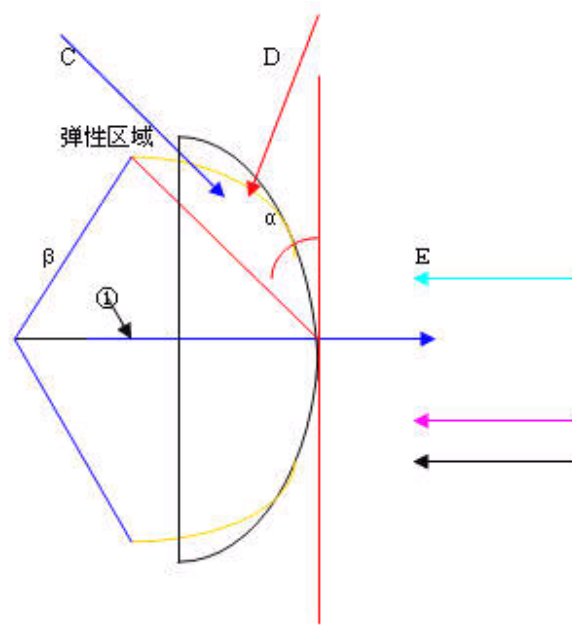
(二) 中小企业自身与市场之间形成的“弹性区域”(与市场相适应的能力大小)小, 甚至出现壁垒。由于中小企业对处理供应商的关系、与同行的关系、自身与顾客的关系、相对市场与金融机构的关系做出的战略性发展策略出现出信息与竞争性“稀缺”。从而使自身的企业文化建设成果不大、营销品牌战略不够科学等诸多问题。导致自身现有的实力、管理、战略、竞争等方面实力不强。在与市场国际化、管理科学化等条件下形成的范围经济体

制互渗的现代经济模式中形成了技术与战略等壁垒，自身的弹性区域不大。

(三) 中小企业在战略决策上存在盲目性。纵观我国中小企业的现状，虽然是自身的“硬性基础”不够与“弹性区域”不大，但是企业依然出现了战略投资与自身财务状况不匹配、战略性营销与市场需求不统一；过度性银行信贷导致信贷难等盲目性现状，使其自身的战略决策与推广通过利用市场来配制资源转向资源配置引导市场发展的脚步缓慢。

当然，我国的中小企业须走出这样的在自身管理、战略决策管理、弹性区域不大的阶段性困难时期，就必须利用自身管理与战略决策二者来共同增大中小企业发展的“弹性区域”。而不是从本末倒置做起，一切的发展须从根本入手。以强化我国中小企业在加入WTO的21世纪里的自身管理、战略决策管理与增强企业“弹性区域”为首要任务。笔者用形象的观点来说：中小企业的发展与我国古代战争工具——弩的制作流程与运用原理相仿——用主体坚实的“硬性基础”，并以之为基础用以增大自身的“弹性区域”，进而提高主体运作能力。

如图[1]所示：根据《易经，系辞》中记载“弩，弦木为弓，单木为矢”与齐国的《考工记》详细描述“凡为弓者、冬淅干、而春液角、夏治筋、秋合三材、寒奠体、冰爵。共聚六材，巧者合之”从中我们可以看到弩是以弦木的弯曲变形来增大它的弹性区域，以质量好、坚实的单木作为射杀性主体，它的操作时间长。其主体操作必须考虑她在与动过程里所遇到的事物相对性移动，包括风力、目标的移动等外在的第三因素(除去由弦拉弯弩所发生形变的弹性区域大小与矢本身所拥有硬性基础以外的影响弩操作的因素)。我国中小企业也是这样，中小企业在现代市场经济发展中不该再用“做大做强”来直接作为自身发展的目标，而应该以“做精做好”到“做大做强”来稳步式分阶段式发展作为战略指导。因为把中小企业自身比着是这弓弩的话，拉力与弩本身承受力的范围就是企业的“硬性基础”，企业的“做精做好”向“做大做强”阶段式分步战略恒稳式渡步骤中的“做精做好”就是一个增大自身“弹性区域[a]”的过程。若要使企业自身对市场经济国际化等宏观环境的适应能力增强，并与之和谐发展。就必须使其发生“弹性区域”的增大。运用这些“硬性基础”来对市场现有的宏观与微观因素进行科学的分析与决策，并使之与迎之而来的第三因素[E]所导致的市场前景准确地、科学地作出战略性预测与实施。作为影响中小企业的“拉力[β]”正面提升方法有增加弹性增长因子[C]，减少弹性减弱因子[D]。从而出现企业自身的“弹性区域”加大，扩大其对市场做出与之和谐的适应与应对能力的范畴，取得与市场相和谐的发展规模与管理以及企业文化理念等方面的科学化发展创新。



图[1]假设性企业和谐发展：“馨”式原理

- ① 主体（中小企业） α --为弹性区域 C 为弹性增强因子
- ② β -主体能力 E 第三因素也说是宏观因素 D 为弹性减弱因子

那么要怎样才能取得中小企业与市场的和谐发展，并使中小企业从适应市场的资源配置转向资源配置引导市场的企业经营模式发展呢？笔者认为不得不回到前面论述的中小企业自身上来，用提高中小企业的“硬性基础”与战略上的市场相宜原则来增大中小企业自身的“弹性区域”。换言之说若要取得与市场经济相和谐模式发展，就必须科学合理建设主体，使自身硬件发展。因为它是我国中小企业在以后的战略决策、制定、实施过程中提供基础性能动力的载体。同时也可使企业在战略营销、品牌战略、企业文化与日后战略联盟中取得优势。即使是这样，也必须得追其根本来发展企业自身的“硬性基础”。从图[2]中可以得知：以中小企业为主体，其主体要在现代市场体制中求得一种与自身相适宜的发展战略规模与“弹性区域”，就必须得使企业本身发展首先以市场的宏观环境为主导来提升应对所处行业中的微观环境蓄涵，并与之相宜。也就是说必须坚持前面阐述的出的观点-----以提高中小企业的“硬性基础”为基础，并以之为指导战略上的与市场相宜原则的基础，进而把增大中小企业自身的“弹性区域”的发展战略作为中小企业发展的阶段性与战略性战略方针。

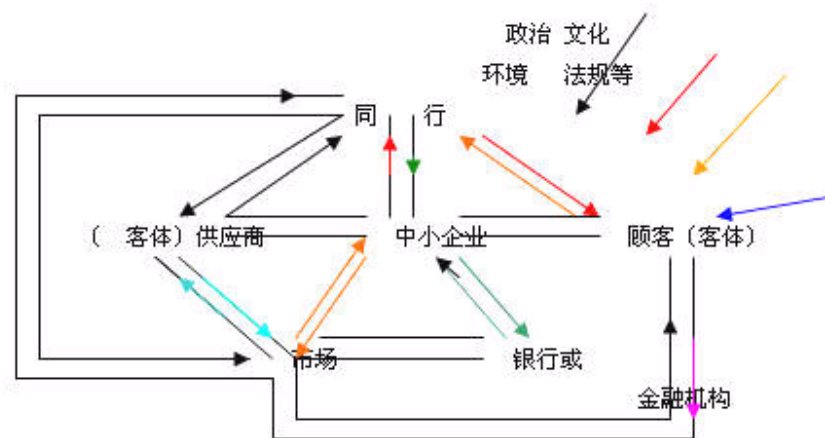
从上述结论中我们可以得出这一阶段性与战略性战略方针的具体实施，须把提高中小企业的“硬性基础”作为第一步。具体措施有：

（一）完善企业自身的投资管理。结合前面对我国中小企业在投资管理弊病的论述后笔者不难发现建设并完善中小企业财务管理首先是政府加强法律法规建设，使其政策完善到保护中小企业的基础上来。如政府通过担保来增加企业的信用与督促金融机构对其进行护持、成立企业协会或是保护性基金会。其次是投资需从盲目性投资转向科学性投资与内部投资，并用其资金利用相对分散的投资方式来增加企业的抗风险能力与减少财务管理上的死帐等。再次是加大在财务管理队伍的建设，信息化管理。使其管理便于资金的有效使用与控制企业自身的供应销售链平衡，并使之成为中小企业投资的前提

（二）企业营销须从以市场为主导型转向战略需求主导市场型。由于中

中小企业在投资上具有流动性强、周期短、数目小等特点使中小企业自身在对市场缺少科学合理认识的基础上盲目投资，导致企业的发展缓慢或是倒闭。图[2]中我们可以看出中小企业在营销过程中须对市场所引导的同行、供应商、顾客等的变化为 依据来分析评估、战略性制定、引导市场。使企业的营销从市场为主导型战略转向以需求主导市场型。

(三) 人力 资源建设须以技术与知识型人才为主。据2005年底广东省人力资源调查结果显示，广东省的人力资源水平在高中或以下的人数占68.7%，说明我国对人力资源的培训与建设还需要加大投入。由于我国企业的产出依然是以劳动密集型为主，所以作为中小型企业本身更应该重视对人力资源的建设，鼓励与组织公司在职人员的在职培训与学习，减少技术与知识型性人才流失；利用企业文化与自身的发展来使员工产生归宿感、吸引人才的加入。从而达到在人力资源建设与壮大的过程中企业由产出劳动密集型产出向技术密集型产出或是智能性产出过渡 。



图[2] 中小企业所处的宏观与微观环境关系网

(四) 加强在产品质量，技术与规模管理等方面的发展与创新。企业的劳动密集性产出必然导致的是企业产出的质量不高、企业形象值不高。所以中小企业必须通过生产技术上的提升、开发、创新，强化人力资源上培训等来实现技术性产出或是智能性产出，从而完善在产出上的技术与规模的发展与创新。

(五) 注重企业文化建设，使其人性化、合理化。中小企业因为在资金不雄厚，企业文化建设过程中的急功近利，使得企业文化与生产绩效上相互矛盾，员工归属感不强。我认为该“以人为本”来解决员工相关的外在与心理问题；用打持久战的方法来使个性与整体相互默契。同时笔者认为企业不该在减少员工休息时间与生产绩效上过多考虑，而是适度、量力而行。使其员工的积极性提升、对企业产生归属感，相互促进、共同发展。

由此可见提高企业的“硬性基础”是非常重要的，同时它也是用来实施战略与市场相宜理念的基础。进而为增大中小企业的“弹性区域”提供保障。从图[2]中我们可以看到正确适合战略与市场的相宜原则就包括有：

(一) 在加强在完善中小企业自身的“硬性基础”的基础上处理好与客体的关系，客观分析客体对自身的影响。也就是说供应商与顾客对中小企业主体不存在直接的竞争关系，更多的是一种相互发展的关系。所以中小企业

必须得用顾客来发展自己，并在其后建立一种主动引导顾客与供应商的产出模式上的供应链平衡。

(二) 加强对同行的正当竞争与战略联盟的形成。通过同行的交流学习等形成资源互享，便于战略联盟的形成，使其保护行业的良性发展。当然也得科学地利用由于市场对象、消费理念、政治经济等的变化而引导的顾客群的变化、同行的战略变化、以及行业变化导致的供应商的变化为前提来提升中小企业自身在竞争与战略联盟中的强势优势。

(三) 建立科学的市场预警机制。如果说企业整体引导市场的发展满足一个标准正态分布的话，当这个标准正态分布遇到宏观调控[如银行为防止通货膨胀或是紧缩而进行的利率调整，法规的颁布与实施]时，这个标准正态分布就会出现与其出现相适应的变化，并与它的非线性曲线相“切”。那么作为中小企业应当建立一个以市场动向与自身发展为研究对象的组织对其行业所在的宏观环境中遇到问题进行研究，便于制定解决措施与战略开发的转移。

(四) 利用自身由市场需求引导到战略性引导市场的战略发展理念优势来发展创新，扩大市场区域。对新产品的开发需以顾客和市场相互作用所产生的市场环境潜力作为开发新产品的的基础依据，并要强利用自身优势、适合自身产品属性与特点的广告战略来战胜同行竞争及引导市场消费。比如2005年的蒙牛与超级女生一同大灶的强势战略性引导市场消费就是一个典型成功。

(五) “联姻”经营，保住自主品牌。以前由于中小企业自身的条件不够好，在与大企业或是国外企业“联姻”经营时往往会在无形中因为技术、资金等问题失去自主品牌。在这种新环境下，中小企业的发展就必须得以提升“硬性基础”为基础来提升自身信贷信誉，取得银行、金融机构及政府的信誉认可，并利用自身市场的广泛性来吸引“联姻”。以至在实现“联姻”中不丢失自主品牌的基础上借资金、借技术、借市场的目的。

综上所述：笔者进而得出结论，在强有力地建设企业的“硬性基础”的基础上制定以市场和宏观环境引起的行业微观变化为准则的战略经营模式是提升企业“拉力”的重要环节。而企业“拉力”的提升同时以企业“硬性基础”为基础，并与之相匹配的。所以他们共同产生的中小企业的“弹性区域”也是与市场及宏观环境相宜的。那么我国中小企业的发展不妨以提高自身的“硬性基础”基础建设为中小企业发展的前提，并以为之基础来与战略上的与市场相宜原则相匹配，从而增大自身与市场之间的“弹性区域”，并把它作为中小企业发展的阶段性与战略性方针。让我国中小企业发展模式在当代经济中长远起来。当然这一切必须得首先让我国中小企业在此基础上与所处的第三因素统一起来。

参考书目：

[1] 胡鞍钢、胡光宇之〈〈公司治理中外对比〉〉 新华出版社，2004年版。

[2] 成都大学图书馆藏书，齐稷下学宫的学者所著，焦平礼编著〈〈考工记〉〉 1978年版本。

[3] 成都大学图书馆藏书，〈〈易经，系辞〉〉 新华出版社 1987年版。

[4] 曾向东著,《〈民营经济发展论〉》 南京大学出版社,2006年6月版本。
[5] [美], 德鲁克著,《〈巨变时代的管理〉》。机械工业出版社,2005年6月版。
[6] 其他参考书目来源于成都大学图书馆,书目不详。
谢长明2006年仲夏写于成都大学图书馆

最新文章:

- [官僚意识与人文精神](#) 曾飞
- [立此存照:高尚与丑陋的反思](#) 小龙
- [国际贸易可持续发展的环境约束](#) 陈柳钦
- [当“优秀工”成了鸡肋](#) 韩成杰
- [知识生产管理](#) 侯象洋
- [中国移动品牌文化的硬伤及危害](#) 韩城
- [管理升级——给准备带领企业越冬的企业家](#) 张驰
- [重大疾病保险 职工的保护神](#) 周书勇
- [有效在线体验——为什么你的VOC项目对提升在线客户满意度的帮助很小](#) 李翊玮 等
- [和谐生产方式基本原理](#) 张西振
- [新劳动合同法对企业的影响及企业的应对策略](#) 高磊
- [时间管理在企业中的应用](#) 高磊
- [李老庄村农业劳动力不足的问题研究](#) 陈杰
- [更多文章...](#)