

公共政策视角的中小企业发展动力模型研究

邵九松

南京航空航天大学人文与社会科学学院 江苏南京 211100

摘要: 中小企业在我国经济社会的运行中占有重要地位,在解决税收、就业、创新等方面发挥着重要作用。近年来,各地政府为中小企业做大做强方面出台了一系列倾斜扶持的公共政策,这些政策发挥了很好的作用。本文采用问卷调查法、专家访谈法等研究方法,走访调查了相关政府分管领导、具体负责机构的工作人员、该方面的研究专家、以及与相关企业,总结了公共政策视角的“企业发展动力模型”,分别从事业驱动、利润驱动、政策环境、管理体系、战略方向、资本支持、技术与产品、营销体系等角度,用雷达图的形式,给出度量企业发展动力的量化模型,方便政府机构和社会组织在考察企业发展潜力和意愿时使用,从而实现帮助地方政府实现精准施策、因企施策。

关键词: 中小企业;精准施策;企业发展动力模型

中小企业的发展有利于扩大社会就业、改善人们生活,有利于优化经济结构、增强经济活力。出台相应的扶持政策,做好中小企业的扶持培育工作,对稳就业、稳金融、稳投资、稳外资、稳外贸、稳预期,增强经济长期竞争力都具有重要意义。

公共政策的合理化是指通过科学的政策分析、政策制定和政策评估,实现公共政策的合理化。政策分析是保证政策合理化的第一个步骤,是一种应用各种分析技术和数学模型,选择政策目标和方案的方法。它在广泛搜集有关信息的基础上,综合应用各种现代的科学分析技术和定量分析方法进行复杂的数学运算,从而列出所要解决的问题、所要采取的方法及所要实现的目标,拟定多种可供选择的政策方案,建立相应的数学模型,对其运作及效果进行预测性的分析和评估,从而确定最佳的政策目标和政策方案。

一、中小企业扶持政策合理化方面的不足

近年来,各地方政府出台了一系列的扶持政策,在金融、税收、用工用地、培训等方面给予支持。但由于政策资源限制、政府职能制约、本地产业生态制约等因素,中小企业的发展潜力仍未得到充分的释放。如何找到中小企业的发展痛点,充分发挥政策的效力,达到精准施策、因企施策,就成为一个迫切要解决的问题。

究竟是什么因素,在中小企业“小升规”中发挥了关键性的作用?从工商管理的角度来分析企业的发展,

有战略管理、人力资本、核心竞争力等一系列分析方法。从公共政策视角看待中小企业发展的动力,二者关注的重点又有所不同。工商管理视角的企业竞争力侧重是看自身的能力以及各种资源的整合应用能力,公共政策视角的企业发展动力分析,则更侧重于政策环境、产业生态、企业自身能力资源想结合的因素。

二、企业发展动力模型的提出与设计

企业竞争力是指在竞争性市场条件下,企业通过培育自身资源和能力,获取外部可寻资源,并综合加以利用,在为顾客创造价值的基础上,实现自身价值的综合性能力;在竞争性的市场中,一个企业所具有的,能够比其他企业更有效地向市场提供产品和服务,并获得盈利和声望。企业的竞争力分为三个层面:第一层面是产品层,包括企业产品生产及质量控制能力、企业的服务、成本控制、营销、研发能力;第二层面是制度层,包括各经营管理要素组成的结构平台、企业内外部环境、资源关系、企业运行机制、企业规模、品牌、企业产权制度;第三层面是核心层,包括以企业理念、企业价值观为核心的企业文化、内外一致的企业形象、企业创新能力、差异化个性化的企业特色、稳健的财务、拥有卓越的远见和长远的全球化发展目标。

从公共政策视角,中小企业发展的驱动力包括哪些因素呢?这些因子的币种是如何的呢?对于不同地域、不同政策环境、不同商业环境下的驱动因素是不同的。从统计学的角度来看,影效小升规的因子又呈现出一定的统计规律。为调查该问题,本文首先设计了开放性调查问卷,框定影响的因子,再通过封闭性问题,来划定各个影响因子的权重。通过对企业主、对政府官员、对

作者简介: 邵九松(1976.10——),男,民族:汉,籍贯:江苏沭阳,学历:硕士在读,单位:南京航空航天大学人文与社会科学学院,研究方向:行政管理。

行业专家的调查，一般认为影响企业发展壮大的重要因素，可以分为以下几种：

- 战略定位，行业选择；
- 企业经营班子能力，以企业主（负责人为主）；
- 资本支持；
- 市场环境，竞争环境；
- 专业人才团队。

通过对一定数量访问对象的问卷调查获得数据，根据占比的情况，获得以下表格：

企业发展驱动力调查统计表

因子	选择数	比例
1. 战略定位，行业选择	8	0.2
2. 企业经营班子能力	12	0.3
3. 资本支持	10	0.25
4. 市场环境	5	0.125
专业人才团队	5	0.125

在以上调查分析的基础上，结合企业管理方面的竞争力模型，以及专家访谈结果，本文发现影响中小企业发展动力强弱的因素还包括以下几个方面：

● 政策与环境：不仅包括政府建设的营商环境，也包括本地的产业链生态，商业文化等因素。在我们的古代，就有晋商、徽商等群体，每个群体都展示出不同的经商风格。在这些群体的内部，形成很好的分工合作和知识传播，从而带动了一个地方的经济发展。

● 战略方向的选择：既要为企业做好战略辅导，不要去低端的、竞争激烈、将来可能被取代的产业，也要避免好高骛远，做了企业难以支撑的高端产业。正如一位知名企业家所讲：战略方向的选择，只能快市场一步，如果领先过多，可能会成为先烈。

● 管理体系：一个企业的管理体系是否健全，决定了其人才团队、抗风险能力、团队文化的发展潜力。

● 营销能力：一个企业，乃至一个有生命力的组织，都有必要主动的把自身价值向外展示。营销活动涉及价值诉求、品牌形象、产品形态、客户体验等一系列工作。企业通过营销来说服客户购买产品和服务，事业单位、政府组织通过宣传来贯彻自己的政策和价值观。

● 人才团队：人才团队的能力结构是否合理，直接决定了企业的综合业务能力。企业的竞争力最终是通过人才和团队来呈现的。

● 资本和金融的支持：企业的发展离不开金融的支持。在不同的发展阶段，需要资金支持的力度、大小和重点是不一样的。

● 技术和产品的先进性：企业依靠有竞争力的技术和产品来生存。



企业发展动力模型

该模型采用雷达图的形式进行展示，在应用上便于政府和机构对一个企业发展驱动力的各个要素进行考察，从而进行对应的辅导和支持，做到“因企施策”。

三、企业发展动力模型的应用与展望

以南京市某户外装备制造企业为例，来说明企业发展动力模型的应用。

该企业是一家专业研发、生产加工登山杖、PVC防水袋、防水包、钓鱼水桶等户外用品的企业，年销售额达到1500万元，产品销售渠道包括批发、电商、外贸等方式。

● 政策与环境：该企业位于南京，当地营商环境较好。因其企业没有专门的政府部门，所以对政府的各项扶持政策了解的不够清楚。企业对政府服务很满意，该项评分为5分。

● 战略方向的选择：户外产品在国内市场的竞争日趋激烈，在国外市场上广受欢迎，近年来该企业加大外贸的资源投入，取得了良好的效果。该项评分为4分。

● 管理体系：该企业初步搭建了市场营销团队、综合行政团队、产品研发团队、品质管控团队，但是在战略方面、技术研发方面的投入明显不足，该项评分为3分。

● 营销能力：该企业主要的营销为渠道为电商，但是在产品的包装和品牌设计的能力方面存在不足，导致产品竞争力优势不明显，该项评分为3分。

● 人才团队：该企业经营管理团队初具规模，也建立市场营销人才队伍，但是在产品研发方面、品牌策划方面缺乏专业化人才。该项评分为2分。

● 资本和金融的支持：该企业在发展的过程中，通过房产抵押、信用贷款等方式获得了银行的贷款，但利息成本较高。该项评分为4分。

●技术和产品的先进性：该公司对防水、带登山杖产品进行了商标注册，在产品生产上吸收了日韩的流行趋势，有一定的创新，但尚未申请相关的著作权和专利。因为技术的不足，导致其难以在成本和质量之间做出恰当的均衡，也无法建立专利门槛。该项评分为2分。

通过企业发展动力模型的分析，发现该企业主要的短板在于技术创新能力、品牌策划能力的缺乏。按照通行的扶持培育政策，是对它进行财政奖补、税收优惠、市场营销方面的扶持，这些政策难以产生持久的效果。根据“企业发展动力模型”的分析，对该企业最恰当最精准的扶持培育政策是协助解决研发团队和品牌策划的问题，具体措施上可以采取给予专项资金支持引进人才团

队，或推荐该产业链上下游进行合作、并购等市场活动。

作为公正政策视角的企业发展动力模型，其因子会因具体地域、具体行业、具体企业而有所不同，但其把公共政策宏观视角和企业经营微观视角进行综合，全方位的探析企业发展动力因素，是有助于地方政府找到恰当的扶持政策，从而实现精准扶持的效果。

参考文献：

[1]徐超，池仁勇.企业家个人特质与创业企业绩效——社会资本的中介作用[J].科技与经济，2016，29（006）：76-80.

[2]郑胜华，池仁勇.核心企业合作能力、创新网络与产业协同演化机理研究[J].科研管理，2017