

后 IT 时代的中小企业发展现状及问题分析

彭运芳, 陈强强

(深圳大学 管理学院, 广东 深圳 518060)

摘要:当今社会已步入后 IT 时代,它呈现出新的时代特征。在新环境下,中小企业正面临着前所未有的机遇和挑战。本文着重分析了后 IT 时代的特点,以及此背景下中小企业发展所呈现出来的问题,然后一针见血地指出,这些问题背后的主要原因是缺乏信息资源整合应用,最后论文针对这些问题提出:中小企业应实施与后 IT 时代相适应的微创新、深创新策略。

关键词:后 IT 时代;中小企业;现状;问题

中图分类号:F270.7 **文献标志码:**B **文章编号:**1671-1807(2012)11-0118-04

中小企业是带动产业升级和经济结构调整的重要组成部分,更是中国经济新的增长点。据统计,截止到 2011 年,中小企业占全国企业总数 99%,提供了全国 80% 的城镇就业岗位,上缴的税收约为国家税收总额的 50%。^[1]中小型企业是构建和谐社会的重要力量,其发展的速度和稳定性直接影响中国的社会经济。如今社会已经步入后 IT 时代,社会环境同信息化初期的差异逐渐明显,新的环境下中小企业呈现了一定的不适应性,正面临着前所未有的机遇和挑战。正如阿尔文·托夫勒指出,我们正处于规模不经济的时代,规模越大越好的老观念已经过时,有价值的东西几乎全部是知识产品。^[2]这就迫切要求我们重新认识中小企业的现状及其所呈现的问题,认真分析,总结出这个时代背景下中小企业的发展之路。

1 后 IT 时代的特征

与传统工业时期(20 世纪 90 年代前)、信息化初期(90 年代初)以及 IT 时代(21 世纪初)相比,后 IT 时代呈现了新的面貌及趋势。本文之所以讨论在此背景下中小企业的发展问题,就是因为时代的差异化已经显示出来,各种新问题逐渐显现,只有把握好这个时代的特点,才能对这个时代下中小企业的问题有更深更本质的认知。一个时代的特点表现在诸多方面,这些方方面面的差异共同构成了一个时代的特色。后 IT 时代的特点主要表现在。

1.1 现代信息技术高度发达

收稿日期:2012-08-10

作者简介:彭运芳(1966—),女,湖北仙桃人,深圳大学管理学院副教授,技术经济与管理硕士,研究方向:高新技术产业化及企业技术创新;陈强强(1990—),男,河南驻马店人,深圳大学管理学院在读硕士研究生,研究方向:高新技术产业化及企业技术创新。

作为最基础的元器件全部自动化规模化生产,以卫星通信、移动通信技术为代表的信息传递技术稳定性和传输效率大大增强。智能手机、平板电脑等各种手持终端的发达,使人们与信息联系更加紧密。这些基本信息技术前所未有的发达和广泛应用即是后 IT 时代的物质基础,由此形成了本时代产品的最主要特点是与网络的互联性,尤其是高科技产品,更是体现了信息技术的前沿应用。

1.2 信息容量浩瀚巨大

由于信息基础设施的飞速发展,极大地刺激了信息的生产和传播。在信息匮乏的年代,信息不对称、信息差异化的现象普遍存在,谁先拥有有用信息,谁就优先获得商机。而在后 IT 时代,信息更加对称,获取更加便利,传播更快。基于信息不对称建立起来的竞争优势不复存在,中小企业与大企业在信息面前完全平等,对获得任何有用资讯、行业国际会议的核心信息等具有相同机会、起点。这是后 IT 时代给中小企业带来的重大机遇。

1.3 信息滥用

人们生活、工作无网不能,过度依赖 IT 技术、依赖信息。信息使用过度,人们不再是信息缺乏和获得困难,而是选择和甄别困难,科学地选择和甄别信息成为专业化知识技能。这一时期的产品要求对信息进行基本的处理,比如筛选,分类,个性化定制,使得直接到达用户的是紧贴用户个性需求的服务。

1.4 信息传播广泛

由于网络的发展,信息的传播分享更加便利。信息的广泛传播使得企业生产流程更加透明。产品硬件成本、制造成本、人力资源组织、营销方案乃至技术数据都极易被泄露和传播,导致企业类型和产品同质化严重。同时,信息安全也逐渐成为一个重要的话题,尤其是对科技型企业来讲,企业研发数据的安全性与企业的成败更是紧密关联。

1.5 社会物流体系逐渐完善

由于信息技术的发展,物流管理成本迅速下降。我国经济的发展需要也极大地促进了社会物流体系的建立。物流配送速度加快,整个经济发展节奏加快,产业之间的协同作用也更加明显。企业与市场之间的信息交换频率加快,企业反应速度更快。

1.6 管理工具现代化

ERP,OA 等管理软件被普遍采用,远程办公、远程会议等形式广为应用,企业管理效率大为提高。信息化时期,媒介的发达致使企业营销销售方式发生根本变化,搜索引擎营销成为最受企业欢迎的推广方式,网络社区广告、终端广告也逐渐成为趋势。

2 此背景下的中小企业发展现状及问题

2.1 中小企业定义

关于中小企业的定义,不同国家、不同经济发展的阶段、不同行业对其界定的标准不尽相同,且随着经济的发展而动态变化。^[3]各国一般从定性和定量两个方面对中小企业进行定义,定性的指标主要包括企业的组织形式、融资方式及所处行业地位等,定量的指标则主要包括雇员人数、营业收入、资产总值等。本文所研究的中小企业是指我国相关部委在 2011 年 6 月印发的《关于印发中小企业划型标准规定的通知》一文中所述,具体并不在此一一列举。

2.2 发展现状及问题

我国中小企业最早从改革开放之后开始发展,经历了 30 多年的积累,逐渐对国民经济产生重要影响。中小企业创造的最终产品和服务价值相当于国内生产总值的 60% 左右,在繁荣经济、推动创新、扩大出口、增加就业等方面发挥了重要作用。目前,中国 65% 的发明专利、75% 以上的企业技术创新、80% 以上的新产品开发,都是由中小企业完成的,中小企业在中国经济社会发展中的地位和作用不断增强。^[4]当然中小企业始终也存在问题,在后 IT 时代,中小企业的问题也呈现出了一些不同于以往时代的特色。主要表现在:

1) 从全国范围看,中小企业发展迅猛,无论从数

量上,还是从占国民经济比重上都有较大的增长。这是我国经济发展趋势,也是我国进行经济结构调整,多年提倡和扶持自主创业的必然结果。

2) 后 IT 时代,其实质就是信息时代。广大中小企业开始感受到信息化的氛围,并在某些流程上借用了先进的信息工具,比如管理信息系统的使用、远程办公、社区帐号、云处理方式等。但收效并不是很明显,有的甚至成为累赘。^[5]

3) 在当前经济形势下,国际经济发展速度放缓、人民币升值、劳动力及原材料成本上涨等多重因素叠加,中小企业生存陷入困境的呼声不绝于耳。中小企业税收等各项费用名目繁多,负担沉重。中国企业家调查系统 2010 年做的有关“企业外部环境”的调查显示:4 256 家参与调查的企业中,66.9% 的中小企业认为目前税收负担“较重”或“很重”。^[6]

4) 中小企业创新不足。大多数中小企业科技含量依然不够,很多企业只是有些特色但未形成核心竞争力,仿制“山寨”多,二次开发多,核心技术和自有技术少,开发投入占公司运营成本比例偏低,缺乏长期技术规划和积累。如今步入后 IT 时代,信息更加对称,中小企业往往不知利用信息社会的特点进行各个流程上的创新,仍是依靠以往的纯研发技术路径,这样研发成果不仅和市场真正需求相差甚远,更是投入巨大,耗时费力。

5) 中小企业市场定位不准确。中小企业之所以很难建立自己的品牌,就是因为不注重市场定位,产品定位,总是以一种产品应对所有客户。正是没有品牌意识,不讲究产品准确定位,才造成了多家企业对相同产品重复投入。很多产品领域因此很快总体产能过剩,竞争过度导致行业和众多同类竞争企业难以健康持续发展。企业对营销运作方式缺乏必要的研究,未能结合市场实际在营销观念、营销模式、营销策划等深层次问题上有所突破。^[7]

6) 政府部门的配套政策不到位。政府部门近年来虽然制定很多对中小企业的扶持政策,但都是短期的、表面的应急之策。诸如对科技型中小企业最为重要的知识产权保护体系迟迟不得完善,即使有相关法律,实际执行层面又有很大阻力,结果形同虚设。另外急需多层次的资本交易市场来完善中小企业的融资难的问题,单靠政府专项资金,本来就是杯水车薪,加上审批没有效率,往往错失了市场机遇。

2.3 问题分析

从以上现状及问题可以看出,中小企业的确有所发展,但中小企业同样面临着不少问题,有些是中小

企业的老问题,有些是新时代环境下的问题。中小企业创新能力不足、对原材料价格、货币政策的波动适应性较弱、以及市场定位、品牌意识问题继续存在。在利用信息化方面,停留在表面形式上的模仿,并没有领悟到后 IT 时代环境的变化带来的影响。

后 IT 时代背景下,中小企业呈现的新问题,源于中小企业没有对当前环境的变化做出正确的评估,仍是以传统的管理思维进行管理,不可避免地产生了这些结果。后 IT 时代,其实质就是信息时代,更为核心的就是信息整合应用,信息整合体现在各个过程。从市场调研、市场定位、动态研发、生产制造、销售策略、到售后服务等各个流程都体现了信息整合的趋势,用传统观念看待这些流程之间的关系已经不适应信息化时代的要求,紧跟时代背景才是最好的出路。管理理论从第一代的以物为本,发展到以人为本,以及到今天的以信息为本,正是对信息整合的强调。

3 后 IT 时代中小企业的发展策略

后 IT 时代,其实质就是信息时代。信息量的爆炸性增长,信息的同质性,以及信息的传播手段发达,使得信息壁垒被打破,市场反应速度更快,企业之间的差异也越来越小,个性化服务需求急剧增长。在此背景下,中小企业与大型企业的差距缩小了很多,中小企业传统的劣势正在逐渐减少。^[8] 本文认为广大中小企业应抓住这一战略发展机遇期,充分实施微创新、深创新战略。

所谓微创新,是从我国互联网产业上演化而来的词汇,来源于一些以用户体验为核心,围绕此目标进行各个细节创新的成功案例,由于不是技术上较大的革新,或者模式上的颠覆,通常被称为微创新。企业管理过程大致分为前期机会识别、市场调研、产品定位、物料采购、加工生产或者研发、物流配送、销售、及至最后的反馈阶段。这一系列流程在后 IT 时代都呈现出了新的特点,共性就是基本信息化、网络化,因此传统中小企业完全可以采用这种微创新观念,对这些流程进行细节上的改进。腾讯的发展正是对这种微创新战略的完美演绎。腾讯的大部分产品在业界并不是最先开发的,但每次都能依靠细节上的创新,不断地积累,最终吸引到用户。比如,QQ 文件传输

的速度比 MSN 快,这就对办公人员很有吸引力;再如 QQ 邮箱,简洁大方,没有一条广告,这是其他任何邮箱都未做到的。正是对每个产品进行细节上的不断创新,最终才形成了打动用户的产品。

所谓深创新,是指对传统管理流程、产品的观念、模式上的创新。这种创新的结果就是对人们以往某种观念,认知的颠覆。在当前信息时代的背景下,意识形态呈现多样化,价值观更是开放共容,信息更加对称,人们探索性更强,更喜欢个性的,不同大众口味的产品,这尤其适合观念、模式上的创新。创业不到两年即完成 C 轮融资的小米科技就是很成功的例子。小米科技主要从后 IT 时代的互联性出发,提出了硬件、软件、互联网三合一的模式,这是完全不同于传统的制造手机的模式。苹果公司更是这种深创新的典型。苹果公司的每项产品都重新定义了该行业以往的产品形象,比如 ipod 播放器,iphone 手机。这些技术市场上本来就有,苹果只是把这些技术按照新的观念重新组合,结果大获成功。

中小型企业 in 基础研发方面具有天然劣势,没有足够的人力物力,完全不是大型企业的对手,但完全可以实施这种微创新、深创新战略,在后 IT 时代环境下,健康快速发展。

参考文献

- [1] 庄雨婷,蔡忆宁.走近我国首家中小企业专营银行——江苏银行连云港分行[J].江苏科技信息,2010(11):1-4.
- [2] 胡笑梅.信息技术与企业变革[M].合肥:合肥工业大学出版社,2006:4.
- [3] 赵智.我国中小企业融资现状与新兴中小企板[J].当代经济,2004(10):13.
- [4] 王睿,高军,李军.后危机时期中小企业融资模式创新探讨[J].对外经贸实务,2010(5):37-39.
- [5] 徐云敏.浅议中小企业信息化管理现状和对策[J].电脑知识与技术,2012(6):1436-1437.
- [6] 魏代江,朱振中.我国中小企业发展现状与对策研究[J].现代企业教育,2012(2):64-65.
- [7] 宋喧懿.我国中小企业管理创新现状及存在主要问题分析[J].科学与财富,2012(3):376.
- [8] 宋路军.虚拟企业——信息时代的新型企业[J].内蒙古科技与经济,2000(6):43-44.

The Present Situation and Problems Analysis of Small and Medium Enterprises in the Post-IT Age

PENG Yun-fang, CHEN Qiang-qiang

(School of Management, Shenzhen University, Shenzhen Guangdong 518060, China)

Abstract: We have stepped into a new age named post-IT age which presents new features. Small and medium enterprises are experiencing the unprecedented opportunity and challenge in the new age. This paper specially analyses the features of post-IT age and the problems happening in small and medium enterprises in this background, and then directly points out that the main reason is lack of integrate application of information resource. Basing on these problems, this paper presents small and medium enterprises should conduct micro-creative and deep innovation strategy which performs well in the post-IT age background.

Key words: post-IT age; small and medium enterprises; present situation; problems

(上接第 70 页)

[2] 杨屹,薛惠娟. 产业技术自主创新能力的区域差异性研究[J]. 中国工业经济, 2011(11): 68—76.

[3] 徐玲,武凤钗. 我国高技术产业技术创新能力评价[J]. 科技进步与对策, 2011(1): 128—132.

[4] 高达宏. 基于灰色关联的高技术产业创新能力分析[J]. 科技管理研究, 2010(16): 8—15.

[5] 陈红川. 高技术产业技术创新能力评价实证研究[J]. 科技管理研究, 2010(16): 20—21.

[6] 张贵,李俊林,韩彦清,路振田. 中国高技术产业自主创新能力评价——基于产业链为核心的视角[J]. 河北经贸大学学报, 2011(1): 72—79.

[7] 张目,周宗放. 我国高技术产业自主创新能力评价指标体系研究[J]. 科技管理研究, 2010(16): 46—49.

[8] 李巧,孔庆书. 高技术产业集群创新能力研究——以部分省会城市高新区为例[J]. 河北经贸大学学报, 2010(11): 42—45.

[9] 孙道军,王栋. 中国区域高新技术产业发展水平的实证研究[J]. 统计与决策, 2011(10): 123—126.

[10] 王其荣,黄建. 综合评价方法之评价[J]. 统计与决策, 2006(6): 137—138.

[11] 刘思峰,郭天榜,党耀国. 灰色系统理论及其应用[M]. 北京: 科学出版社, 1999.

[12] 郭秀云. 灰色关联法在区域竞争力评价中的应用[J]. 统计与决策, 2004(11): 55—56.

The Analysis on High-tech Industry Innovation Capability in Jiangsu

MA Lan

(Nanjing University of Chinese Medicine, Nanjing 210046, China)

Abstract: Product of Hi-tech Industry in Jiangsu is great. To find out the state of innovation capability in Jiangsu's Hi-tech Industry, we design an evaluation index system of high-technology industry's innovation capability from the perspective of innovation input, output and conditions. Grey Incidence Degrees model was employed to make synthetic estimation for high-technology industry's innovation capability in Jiangsu. On this basis, some suggestions on improving high-technology industry's innovation capability in Jiangsu are put forward.

Key words: degree of grey incidence; Jiangsu; hi-tech industry; innovation capability