

企业家精神对制造业服务化的影响

◇ 林风霞

制造业服务化就是制造企业从制造环节向价值链上附加值高的服务环节延伸增强的过程。在低成本竞争优势无法持续和我国高质量发展要求下,制造业服务化已经成为制造业转型升级和高质量发展的重要方向和着力点,也是服务业特别是生产性服务业发展的重要源泉。但是,我国制造业服务化发展慢、层次低、企业转型绩效不佳也是一个不争的事实,究其原因,优秀企业家及企业家精神的缺失是一个重要原因。企业家是企业服务化战略的制定者、推动者和引领者,企业家精神是制造业服务化的内在动力。

一、我国制造业服务化转型更需发挥企业家特质

(一)制造业服务化转型更需注重创新与变革精神

企业家是引领企业创新发展的主力军,而创新作为企业家精神的核心特征,在制造业服务化转型中具有重要作用。对制造企业来说,服务化不单是产业的创新、业态的创新、商业模式的创新、资源配置的创新,还需要伴随理念创新、战略变革、流程改造、组织变革、文化重塑等来支撑其战略转型。因此,在制造业服务化转型时期,制造企业要有创新动力强、创新能力高的企业家,从明确企业创新理念、服务理念着力,充分认识到创新和各方面变革的意义,加强创新和变革的主动性,不断提高创新能力,持续推进各个层面的变革,才能及时跟上客户的服务需求,顺利推动企业从生产型制造向服务型制造转型。

(二)制造业服务化转型更需具有开放与合作精神

制造业服务化是经济全球化和高度专业化分工发展的结果。当代社会,企业之间的竞争已经转变为产业链、供应链、创新链、资金链等的协同竞争,每个微观经济主体都是这些链条上的一环,一定程度上的

技术共享、信息共享、渠道共享对合作各方是有利的,开放合作也有助于制造企业利用外部资源弥补自身在制造业服务化中的资源不足。在企业内部,利益共享激励机制可以激发职工做事的热情,良好的团队精神是企业凝聚力的体现,可以在服务化等企业发展战略中,超越个体的局限,发挥集体协作的力量。因此,在制造业服务化转型时期,企业家更需具有开放合作精神,要利用外部资源补齐自身在制造业服务化中的短板,要敢于合作,还要善于合作,寻找互帮互助的合作伙伴,建立互利互惠的合作机制,搭建互通共享的合作平台与渠道,提高企业内部团队建设水平,只有这样才能打造具有快速响应与传导能力、竞争优势明显的产业链、供应链、创新链和资金链等,形成向服务化转型的合力。

(三)制造业服务化转型更需注重诚信自律

在制造业服务化转型中,制造企业与顾客的关系产生了很大的改变,从提供产品的一次性交易向提供长期性制造服务交易转变,因此,企业家更要讲究诚信自律,以产品质量诚信和服务诚信赢得客户的长久信赖。同时,由于目前经济主体之间合作的广度、深度前所未有的,信息传播的速度更快、范围更广,企业家在合作中更要坚守诚信精神,以诚信推动合作,以诚信深化合作,联手打造诚信产业链,因为一个企业的产品和服务失信不但给自己带来严重后果,甚至可能引发整个产业链的诚信受累。

(四)制造业服务化转型更需具有冒险精神和风险防范意识

尽管理论上制造业服务化是制造业发展到一定阶段的必然产物,能够带来很多好处,但是在实践中,

无论是企业层面还是产业层面,都显示制造业服务化并不是一帆风顺的,而是一个漫长而艰难的过程。“服务化悖论”的提出也揭示出,服务环节的持续投入未必一定给企业带来良好的绩效预期,甚至可能给企业带来巨大的风险。因此,在制造业服务化转型时期,真正的企业家既要具有冒险特质,敢于为人先,敢于拓展新业态、开辟新市场,又要具有高度的风险防范意识、较高的风险识别能力和危机管理能力,主动识别风险,有效规避风险,在风险发生时化危为机。

(五)制造业服务化转型更需具有责任担当精神

敢于承担社会责任,在追求商业价值的同时不忘追求社会价值,已经成为我国当前企业家精神的新内涵和鲜明特征。因此,制造业服务化实际上也是在制造企业承担社会责任、追求社会价值、推动社会进步的过程。一个企业履行社会责任的程度往往由企业家的经营理念和人格所决定,只有具有责任担当意识的企业家,才能有更强的责任感危机感紧迫感在实施服务化转型战略时去追求社会价值最大化,实现企业利益和社会利益并存发展。

(六)制造业服务化转型更需具有坚韧执着精神

对传统制造企业的企业家来说,服务化转型是在走一条自己以前没有走过的路,没有现成的经验可以借鉴,未来面临的挑战、风险难于准确预测。在困难、挫折和失败面前,企业家既需要有直面问题、直面困难的勇气,敢于承认自身存在的不足,并针对问题完善服务化策略;又需要做到不能因为困难、挫折、失败而失去信心,要咬定目标不放松,以永远在路上的坚韧和执着精神,聚焦自身优势资源,专心致志做好实业、做强主业。

二、企业家精神与制造业服务化转型的作用机制

(一)企业家精神对制造业服务化具有重要推动作用

企业家精神对制造业服务化的作用机制:一是通过创新推动制造业服务化。二是通过组织文化变革推动制造业服务化。三是通过组织学习推动制造业

服务化。四是通过发挥冒险精神推动制造业服务化。

五是通过发挥责任担当精神推动制造业服务化。

(二)制造业服务化对企业家精神的推动作用

制造企业的服务化实践推动企业家精神的丰富和发展。一是制造业服务化为企业家精神提供实践来源,也为企业家精神能动地改造世界提供施展空间。二是制造业服务化成功案例可以对其他企业家产生示范引导作用,激励他们自觉培育企业家精神。而失败案例,可以警示企业家加强风险防范。

三、企业家精神促进制造业服务化转型的路径选择

(一)用好典型引路机制,激发企业家推动服务化的活力

制造业服务化转型成功的典型案例是活教材,每一个成功案例背后通常都有一位优秀企业家。我们不但要及时总结和大力推广其典型模式和成功经验,更要全面挖掘、深度挖掘成功案例背后隐藏的的企业家精神特质,因为成功模式与路径不可能简单复制,但是企业家精神是可以学习和借鉴的。要大力宣传践行优秀企业家精神的先进典型,让优秀企业家在社会上有地位、政治上有荣誉,激发、引导企业家对照典型进行自我评价,找出自己与优秀企业家精神的差距与不足,在自我否定中不断提升、塑造企业家精神。要大力构建企业家精神由成功企业向传统制造企业的传导渠道,搭建企业对接平台,为优秀企业家精神的扩散创造便利条件。各地要学习借鉴其他地区在弘扬企业家精神工作中的成功经验,结合本地文化环境、制度环境和政策环境等,制定有利于企业家精神与制造业服务化互相促进的体制机制和政策措施。政府要主动了解企业服务化转型中的困难和挑战,在制定政策时听取企业家的建议和要求,增强企业家在制造业服务化的积极性、主动性和创造性。

(二)用好创新激励与保护机制,增强企业家服务化的创新动力

用好创新激励与保护机制,激发和呵护企业家的

创新与变革精神,为制造业服务化提供创新动力和能力保证。

一是完善创新激励机制,创新型国家建设的政策要兼顾创新服务化这一发展趋势。目前,我国制造企业在人员培训、工业设计、供应链优化设计、营销方案设计、商业模式创新等非 R&D 活动创新方面投入比重呈现增长趋势,这些都是制造业服务化的重要源泉。政府要进一步完善创新激励机制和政策,加大对企业人员培训、工业设计等方面的支持力度,鼓励企业累积和储备知识产权、人力资产等知识资产,强化服务化转型的支撑。

二是针对知识产权侵权成本低、维权成本高问题,进一步完善知识产权保护制度,提高知识产权维权便利性和有效性,降低维权成本;加快建立侵权惩罚性赔偿制度,提高侵权成本。同时,鼓励提高企业对知识产权的自我保护能力。

三是构建宽容失败、鼓励创新的容错机制,大力营造开放包容的文化氛围和舆论环境,对企业家服务化中的失误、失败给予更多理解和帮助,保护敢想敢干的企业家。

(三)用好诚信激励约束机制,助力制造业服务化发展

用好企业家诚信激励约束机制,打造诚信经营生态圈,为制造业服务化创造良好的社会信用环境。

一是坚持底线思维,督促企业履行产品和服务质量诚信承诺,加强对企业产品和服务质量的信用监管,鼓励企业以质量诚信树立品牌,提升企业知名度和品牌影响力,为制造业服务化奠定服务质量基础和品牌资产。

二是督促企业诚信合作、诚信交易。契约双方坚守契约精神,建立起彼此信任、相互依赖的良性互动关系,是创新链、产业链、供应链、资金链等打造中各参与主体发挥协同作用的前提条件。诚信能够稳固制造企业与交易对手、合作伙伴、银行等的关系,增强交易关系、合作关系、信贷关系的持续性,也有助于制

造企业从外部获得服务化所需的资源要素。

三是打破企业信用信息孤岛,推动企业信用信息公开和共享,为市场主体进行诚信状况互查创造便利条件。建立跨地区、跨部门、跨产业的守信联合激励和失信联合惩戒机制,加大守信激励和失信惩戒力度,丰富激励和惩戒的手段。推动政务诚信、商务诚信、司法公信、个人诚信等,通过社会整体诚信体系建设打造诚信经营生态圈,通过改善社会信用环境助力制造业服务化。

(四)用好社会责任激励与约束机制,引导制造业服务化方向

用好社会责任激励与约束机制,增强企业家的社会责任感和历史使命感,引导企业家找到商业价值和社会价值能够并存发展的服务化方向,在为企业找到新利润增长点的同时,为增加就业、污染防治、扶贫济困等作出应有贡献。

一是健全社会责任激励与约束机制。制定和完善强化企业社会责任的相关法规政策。科学制定社会责任的内涵与标准,加强企业社会责任考评,对履行社会责任的先进企业给予大力宣传,在项目申报、融资协调、税收优惠、评先树优等方面重点扶持,对社会责任严重缺失企业公开曝光,加大对不履行社会责任行为的处罚力度。

二是鼓励企业建立社会责任自律约束机制。加快企业社会责任文化建设,推动企业家和职工完成从非自觉责任到自觉责任的升华。把社会责任工作纳入企业发展规划和各项战略中,建立完善的社会责任管理体系和社会责任行为准则。

三是构建社会公众积极参与的社会责任监督约束机制,营造公众监督企业履行社会责任的社会氛围。

作者简介:林风霞,河南省社会科学院工业经济研究所副研究员。

(摘自《经营与管理》2019年第12期)