

图书基本信息

书名：<<企业基于整体无形资产的核心竞争力评价>>

13位ISBN编号：9787030282897

10位ISBN编号：7030282892

出版时间：2010-7

出版时间：科学出版社

作者：范莉莉，高喜超，叶常发 著

页数：174

字数：230000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 前言

欣闻西南交通大学经济管理学院在学校学科发展工程基金的资助下，出版一套管理科学丛书，我备感高兴并接受邀请为这套丛书作序。

国内不乏关于管理科学的著作，但此次一次性集结同一研究机构不同研究人员近年来的研究成果以系列丛书形式出版，在国内可以算是一次有益的尝试。

众所周知，管理既是一门科学也是一门艺术。

管理科学重点关注于管理中科学性的一面，强调综合运用经济学、运筹学、心理学、人类学等多学科知识基础以及研究方法，探索管理中的一般性规律，发掘经过实证检验的知识，为科学管理和科学决策提供借鉴与指引。

西南交通大学经济管理学院拥有西南地区最早的管理科学与工程一级学科博士学位授权点以及管理科学与工程博士后流动站，取得了众多高水平的研究成果，在国内管理科学与工程领域产生了较大的影响。

此次出版的这套系列著作，撷取了学院教师近年来的研究成果，为国内对管理科学感兴趣的研究者提供了一次饕餮大餐。

我国管理科学的研究近年来取得了较大的进步，一些研究成果开始获得国际学术界的认可并发表在国际主流学术期刊上，但我们也应看到，我们在管理科学领域和国际一流研究水平相比还有一定差距。

## <<企业基于整体无形资产的核心竞争力>>

### 内容概要

本书的研究内容受到国家自然科学基金资助（项目批准号：70671085）。

综述了核心竞争力和无形资产的基本理论，从全面系统地认识企业无形资产的角度提出了无形资产分类方法。

构造出反映企业整体无形资产价值的空间，建立了无形资产价值系统的多维评价模型，通过确定各单项无形资产在其价值空间中的定位和分布，构造了基于无形资产系统价值的企业核心竞争力评价方法，并进行了实证分析。

本书可供经济管理研究人员、企业战略研究人员、企业管理者参考，也可供经济管理专业本科及以上学生作为参考书学习使用。

书籍目录

序言前言第1章 绪论 1.1 核心竞争力与企业无形资产 1.2 本书主要研究内容第2章 无形资产的分类 2.1 无形资产的分类 2.2 本书对无形资产的分类 2.3 八类无形资产的关系描述 2.4 国家给予政策性无形资产 2.5 计划调控类无形资产 2.6 组织协调类无形资产 2.7 人力资源类无形资产 2.8 知识产权类无形资产 2.9 企业文化类无形资产 2.10 市场开发类无形资产 2.11 生产制造类无形资产第3章 企业无形资产能力空间建立及其定位 3.1 本书对无形资产能力空间的定位与会计上对无形资产评价的区别 3.2 空间维度的确定 3.3 各维度坐标刻度的确定 3.4 无形资产能力空间区域特征与无形资产能力的关系 3.5 对企业各单项无形资产能力进行空间定位第4章 无形资产二维空间的建立 4.1 构建评价指标体系的基本原则 4.2 评价维度的选择 4.3 无形资产各维度评价指标的设计 4.4 无形资产二维空间定位的指标体系第5章 基于无形资产二维空间的企业核心竞争力评价方法 5.1 灰色关联度评价法介绍 5.2 举例第6章 基于无形资产二维空间的企业核心竞争力实证评价 6.1 我国中药行业分析 6.2 样本选取与样本分析第7章 无形资产三维空间的建立 7.1 企业核心竞争力评价多维空间维度分析的必要性 7.2 企业核心竞争力三维评价空间的选择 7.3 企业核心竞争力三维评价空间的指标设计第8章 基于无形资产三维空间的企业竞争力评价 8.1 企业核心竞争力三维空间模糊综合评价方法 8.2 企业核心竞争力三维空间BP神经网络评价方法第9章 三维空间模糊综合评价方法实证评价 9.1 公司A核心竞争力的评价 9.2 公司B核心竞争力的评价 9.3 公司A和公司B核心竞争力比较第10章 三维空间BP神经网络评价方法实证评价 10.1 企业基于无形资产的核心竞争力评价指标设计 10.2 数据收集 10.3 数据处理 10.4 输入模型前的准备 10.5 在各个纬度上进行BP模型运算 10.6 结果分析 10.7 公司X与公司Y对比分析第11章 结束语 11.1 本书的创新特色 11.2 本书的局限与展望参考文献

章节摘录

这些无形的东西神奇地驾驭着企业的有形资产，综合反映了企业在市场竞争中的相对优势地位。企业整体竞争力的重要意义首先在于企业拥有的特殊能力或资源，这些资源是与知识相关的、看不见摸不着的，但确实存在的、难以买卖、难以在企业内各部门分割的资产或能力。

因此，研究科学量化企业无形资产能力的理论体系和方法应成为评价企业核心竞争力的关键。

随着市场经济的发展，企业面对市场的激烈竞争，必须发挥自身的竞争优势来提高自身的竞争能力。

企业是“能力的独特集合体”，企业的竞争优势分为三类：第一类是基于资源基础的内生竞争优势；第二类是基于企业外部竞争环境的外生竞争优势；第三类是将两者结合起来的整合优势。

因此，企业的长期竞争优势、核心能力或动态能力来自具有异质价值的资源。

在知识经济环境下，无形资产正在成为企业资产中具有异质价值的、最有活力且最具发展潜力的资产，开发、利用、经营好这些无形资产，将会为企业在市场经济条件下生存与发展创造极大的竞争优势。

目前对于企业核心竞争力的评价已有很多研究成果，但基于企业整体无形资产的企业核心竞争力评价还没有一套完整的理论和操作性强、适于推广的评价体系。

因此，在企业无形资产的开发及提升研究的前提下，构建一套科学的企业无形资产能力的评价体系显得十分迫切。

我国目前各行业存在的普遍问题表现为：企业缺乏无形资产的概念，不知道自己有哪些特色无形资产；不知其价值有多大，用处何在；不知如何整合这些无形资产，以形成自己的独特竞争能力。

例如，一些企业的产品质量高，国内、国际市场前景广阔，大量出口创汇，为企业创造巨大的经济效益，企业也投入了大量的资金，进行广告宣传，但不懂商标注册的紧迫性和重要性，不去注册商标而取得商标权，致使自己创下的牌子，被别人抢先注册，还有的企业没有把自己独特的配方、工艺视为财产，不注意保守机密，而被外商轻易取得等，企业付出了十分沉重的代价，不是失去市场，就是长期受对方的挟制，行业和企业都受到极大损失。

企业的无形资产应是一个配套系统，任一单项无形资产价值（包括知识产权、品牌、管理水平、企业文化、组织体系、人员素质等）发挥的大小应由这个企业综合能力决定。

例如，一项专利的引进，虽然是企业的一项创新活动，但如果该企业综合能力较差以致引进这项专利将无法对其充分吸收和消化，或者不具备市场开发能力，则此项专利再好，其市场价值再高，相对于这个企业也难以发挥其价值，企业就不应引进这项专利。

此外，企业整体无形资产能力也不能简单地用各单项无形资产相对于该企业能力的总和来表示，而应由不同的单项无形资产能力进行有机组合叠加而成。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>