

<<竞争力>>

图书基本信息

书名：<<竞争力>>

13位ISBN编号：9787121169113

10位ISBN编号：7121169118

出版时间：2012-6

出版时间：隋鹏达 电子工业出版社 (2012-06出版)

作者：隋鹏达

页数：240

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>

<<竞争力>>

前言

企业核心竞争力让企业“坐稳江山”；在这个高速发展的时代，企业核心竞争力越来越被企业管理者所重视，为了在激烈的市场竞争中占有一席之地，在未来市场竞争中长盛不衰，企业必须拥有自己的核心竞争力。

核心竞争力是企业所具备的能力当中最关键的部分，也是最难定义和掌握的一部分，它确保企业在市场竞争中立于不败之地。

那么，什么是企业的核心竞争力？

企业核心竞争力与企业本身的战略、组织及文化有何关系？

企业现有的状况有可能形成不被竞争对手模仿的核心竞争力吗？

有什么好的方式、方法来指导企业找到增强核心竞争力呢？

核心竞争力最早是在美国著名的管理学家普拉哈拉德及哈默的文章《公司的核心竞争力》中出现，他们认为，“组织中的积累性知识，特别是如何协调不同的生产技能和有机结合多种技术流派的知识”。

现如今，对企业核心竞争力的定义主要围绕三个方面：企业产品、企业制度及企业自身文化。

企业产品方面，包括产品生产及质量的控制能力、服务、产品成本、产品的营销方式及创新产品的研发能力等；企业制度方面，包括企业内部、外部的环境、资源关系、运行机制及企业经营管理要素的结构、企业的规模、品牌等；企业文化，也是企业的核心层面，包括企业的经营理念、领导层的价值观、企业文化、企业形象、创新能力及个性、企业的战略部署及企业总体的发展目标等。

企业的核心竞争力并不是一蹴而就的，任何企业都可以通过不懈的努力去培养和加强。

我国大多数企业面临的重大问题都是如何管理自己的企业，从而使企业获得核心竞争力，适应社会乃至全球的发展。

思想决定高度，企业经营者应当偶尔停下脚步仔细思考企业的现状到底怎样？

有没有妨碍企业发展的地方？

企业现在的状态是否适合更长远的发展？

企业目前的定位是什么？

企业拥有什么样的目标？

在现代企业发展当中，一个成功的企业在面对新兴产品或技术往往无力以对，不能做出及时有效的反击，从而被市场淘汰的现象十分普遍，同时也令人费解。

这些成功的公司当中建业之初有的也轰轰烈烈，有的坎坷颇多，如今被人们耳熟能详，却在经营环境发生变化时，眼睁睁地看着企业走向衰亡。

为何已经成功的企业会轻易地走向衰败？

正所谓“打江山容易，守江山难”，真的是这样吗？

有些人将企业的失败归结于商业市场的巨大变化——今时不同往日；也有人怪罪于经营者的麻痹大意。

然而事实却是：有些企业在面对困境时，其经营者曾经的确实实实在在努力过、为之奋斗过，而结果却是企业仍然举步维艰，这是什么原因呢？

其实，真正的原因并不在于企业的经营管理者采不采取行动，而是怎样采取有利的行动。

也就是说经营者在管理公司时，不能绕着自己的“原点”打转，要不断突破企业的舒适圈，树立正确、适时的企业经营理念，拥有企业自身的核心竞争力。

<<竞争力>>

内容概要

企业需要竞争力，这是毋庸置疑的。

企业想要发展壮大，找出自己的竞争力，发展自己的竞争力是必不可少的一项功课。企业的核心竞争力并不是一蹴而就，而是在企业漫长的发展过程中逐步成熟的。如何能在企业中快速的露出头角，虽然没有捷径，但也是有经验可以遵循的。

<<竞争力>>

作者简介

隋鹏达，Stevens Institute of Technology管理学硕士。
先后就职于安本投资与第一会达风险管理咨询有限公司，从事企业投融资与内控管理咨询工作。

<<竞争力>>

书籍目录

第一部分 战略制定 第一章企业核心竞争力的重要性 企业核心竞争力让企业“坐稳江山” 企业核心竞争力让企业“破浪前行” 第二章找寻自身的竞争优势 跳出“自我”看自己“前、后、左、右”细分市场,结合自身独特之处定位 查缺补漏 切忌忽略预计风险 第三章树立独特的企业文化 不断学习充实企业资本 管理哲学与企业文化的核心价值观 企业文化与企业管理相互渗透 企业文化孕育企业创新 企业文化与企业制度相辅相成 第四章正确制定战略 过分乐观风险大 盲目行动会致命 机遇偏爱有准备的企业 明确企业战略重点 战略制定原则 随时检验及时修正 第二部分 战术实施 第五章组织管理与核心竞争力 企业成本控制与价值实现 和谐一致的企业组织氛围 建立健全企业组织的学习机制 组织管理要体现社会哲学 组织管理手段要精细 第六章适时激励与及时改进管理 激励制度的制定 企业经营者思考的艺术 适时激励鞭策企业管理 有效激励推动企业创新 企业的管理创新能力 第七章懂得掌握信息技术 信息技术对于企业的重要性 企业技术革新与突破 组织技术变革的动力 革新技术还要注重后期管理 企业员工通过学习掌握新技术 第八章执行有价值的营销模式 营销的概念 传统模式与创新 做有价值的营销为顾客创造价值 正确识别市场 创新提升产品升值空间 第九章要竞争也要合作 企业内部的团队合作 企业合作发展更要提高自身实力 数字化时代下的企业合作 合作竞争式发展战略 打动人心、采纳意见 第十章风险预防及处理 统观全局不要盲目 全球背景下的商业风险 企业内部的经营风险以及财务风险 风险处理的有效方式 企业要明确法律规范 第三部分 突破创新 第十一章思考力决定竞争力 全面综合的管理企业 科学的逻辑思维 企业经营者要善于思考 对事不对人 企业经营者的非线型思维 第十二章企业创新中的蝴蝶效应 细节决定成败 角落里暗藏机遇 不要忽略小小的细节 企业经营者要善于发现 摆脱旧的思维方式 第十三章热爱你的企业 企业经营者要做开拓者 为企业规划未来 能预知的逻辑思维 带领企业前进 编后记

<<竞争力>>

章节摘录

版权页：插图：“前、后、左、右”向前看是对未来形势的预测；向后看是对历史的掌握；向左看是对不如自己企业的同行不足的分析；向右看是对领先自己企业的劲敌优势的思考。

任何一个企业，在制定战略时，都要在这四个方面下好功夫。

曾经是各自行业的领头企业，往往在面对市场变化的挑战时相继落马，其中的原因不是他们没有采取行动，而是所采取的行动并没有真正有效的解决问题，企业经营者并没有“前、后、左、右”联系的制定发展战略。

下面来看火石公司的例子，大家或许不知道火石公司，但一定对它的对手有所熟悉-米其林。

火石公司于20世纪初创立，其后的70多年之中，也就是直到70年代，该公司连续保持着良好的业务增长势头，在美国的轮胎制造业中位居第一，将其他竞争对手远远地抛在后面。

其经营者对自己的企业有着明确的行业定位及战略规划，并在其明确的使命及长远目标之下，他们将三家美国汽车制造的龙头企业作为客户对象，在轮胎业火爆时期，虽然火石公司也将其他美国论坛制造商作为竞争对手，但其企业经营者认为，轮胎业的挑战成败只取决于自身企业内部的生产能力能否满足市场对轮胎需求，而这也成为火石公司的发展战略。

在企业文化以及经营模式方面，火石公司一直遵循着其创始人的信念。

火石公司创始人哈维认为，企业要坚持将客户和雇员当成企业“家庭”的一部分，无论是客户还是火石公司的雇员，在这里都要感受到家庭的和谐与融洽。

在这种思想的指导之下，火石公司成立了专门的乡村俱乐部并对所有雇员开放，无论职位高低、新老雇员都可以加入，以便很好地沟通和融合。

火石公司的创始人也身先士卒、身体力行，与美国汽车制造商经营者建立起了良好的友谊，而他的孙女婿甚至就是福特的孙子。

火石公司的企业文化其实是一种家庭价值观指导下的经营文化，在当时，通过这种企业文化，建立了雇员对企业的高度忠诚，也培养了顾客对火石公司的好感与热衷度。

到了70年代，由于美国战后对汽车的需求日益增长，汽车轮胎业也随之兴旺起来，火石公司在这种市场需求的环境里，不断地提高其生产能力，扩大资本，同时也不断地获取资源。

后记

经过近3年的酝酿和准备，通过整理近几年的工作经验，结合硕士期间的学习，以一个年轻创业者的心态，撰写此书。

立足突破教材模式的繁复范围，尽可能地介绍实际经营中企业遇到的一些问题和解决方案等，力求让读者能更完整、更全面地了解创业不仅是一种心态，更是一种工作，需要的不仅仅是梦想，更加需要脚踏实地的践行。

此书非常适合小微企业的人士去阅读，适逢国内对于小微企业的扶植与宽松政策，小微企业的发展非常迅速，同时也有了各种各样的问题，小微企业如何更好地成长；如何转型升级。

此书都有所涉及、由于作者水平有限。

不足之处，敬请广大读者不吝赐教。

同时，作者庆幸在这几年中遇到了很多愿意支持我，帮助我的前辈和同事，让我获益良多，在此一并谢过。

也许因为那时那刻理念的不同，不过不遗憾，因为此时此刻我已经能体会你们的殷殷之心，所以才有了此书。

在此，感谢我家人的奉献与关爱，以及未来四方集团和第一会达风险管理咨询公司对此书出版的大力支持与帮助。

本书作者隋鹏达 2012年1月23日

<<竞争力>>

编辑推荐

《竞争力(企业版)》介绍了企业文化以及价值观对企业增强竞争力的重要作用，它不仅能够带来竞争优势，使企业具备与众不同的竞争力，还反映着企业独特的个性和定位。全书结构严谨，内容新颖，注重理论阐述与实践操作的结合、艺术创意与表现技法的结合，有较强的科学性、实用性。

<<竞争力>>

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>