

<<企业竞争力的形成与提升>>

图书基本信息

书名：<<企业竞争力的形成与提升>>

13位ISBN编号：9787564206468

10位ISBN编号：7564206462

出版时间：2010-1

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：范林根

页数：185

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>

## <<企业竞争力的形成与提升>>

### 前言

企业竞争力是企业市场竞争中优越于同类企业的一种系统比较能力，企业是市场经济的主体，有市场就有竞争，有竞争就会进步。

在当前市场经济条件下，尤其是在全球化大背景下，研究企业竞争力，进而研究行业竞争力、产业竞争力、城市竞争力、国际竞争力，这是非常有意义的事情。

从21世纪20年代开始，就已经有诸多理论先驱从事企业竞争力的研究工作，研究内容主要侧重于企业竞争力优势存在的成因及如何保持竞争优势问题，其理论渊源分别来自内生成长理论、产业组织理论和国际比较理论等。

企业竞争力研究在我国的引入还是90年代初的事情，目前尚处于起步阶段，还未形成一套适合我国国情的企业竞争力理论体系。

本书作者在对有关企业竞争力的国内外文献全面综述的基础上，结合相关课题的研究实践，进行独立探索。

从资源、顾客价值、社会责任三个相对独立又螺旋上升的视角研究企业竞争力的形成机理；强化企业社会功能的研究；对现有18种企业竞争力的评价方法进行综合比对后，还详细介绍了综合指数法、灰色系统理论评价方法的模型与步骤，并用实例加以引证；在企业竞争力提升方法方面，既有微观层面的系统分析，又有中观和宏观层面国情的分析以及对策研究，以上内容形成了本书的特色，具有一定的创新性。

综观全书，由面到点，由理论到实际，思路清晰，结构合理，可读性强。

其研究成果对我国企业竞争力理论研究和企业经营管理者实际应用均具有积极的借鉴意义。

范林根是我熟悉的学生，我不仅是他的MBA学位论文指导教师，还是其博士研究生的导师，相处达7年之久。

他毕业于复旦大学统计运筹系，数学功底扎实，喜欢钻研新的管理理论，反应敏捷、勤奋向上，具有开阔、缜密的研究思路和务实的研究作风。

主要从事商业经济和供应链的研究，以他的博士论文为基础的《基于契约合作的供应链协调机制》专著已于2007年由上海财经大学出版社出版。

两年前他调任上海企业竞争力研究中心主任，充满信心地应对新研究领域的挑战，在企业的支持下，已取得一定的成果。

前段时间送了本书的书稿请我审阅，看到我的学生始终有执着的追求，即使是在一个陌生的学术领域也能驰骋自如，我感到非常高兴。

为此，我很乐意把本书推荐给广大读者，更希望作者继续努力，不断有更多的研究成果奉献给大家。

## <<企业竞争力的形成与提升>>

### 内容概要

本书在对企业竞争力的涵义、理论进行综述的基础上，以资源、顾客价值、社会责任三个相互关联又递升的视角研究企业竞争力的形成机理；在全面评述18种企业竞争力评价方法的基础上，提出利用综合指数法、灰色系统理论对企业进行竞争力评价的全套方法，并用案例实证；以价值管理(企业营运)、顾客价值导向(市场实现)为基点提出企业竞争力提升的方法，包括企业战略、治理结构、理财机制、文化构建、顾客管理、合作联盟等，并对海尔构筑企业竞争力的经验进行了总结；最后，站在行业中观和社会宏观的层面，对我国企业竞争力的状况和问题进行了分析，提出了促进我国企业竞争力提升的对策。

## <<企业竞争力的形成与提升>>

### 作者简介

范林根，复旦大学运筹学学士、同济大学MBA硕士、管理学博士、高级经济师、上海商情信息中心副主任、上海石材行业协会秘书长、中国石材工业协会常务理事、上海市商业联合会理事、上海市青年联合会委员、上海市现代服务业联合会委员、同济大学经济与管理学院硕士生导师、上海商学院客座教授、上海物资学校专业指导委员会专家委员，曾先后在政府部门、大型国企、信息科研机构、社会组织任职。对市场和商业经济、物流和供应链管理等领域有较深入的研究，先后主持或参与了多家连锁超市、大型卖场、物流中心、配送中心的策划组建、流程规划和设计、计算机系统建设等项目。承担了上海市人大财经委“上海促进社区商业与再就业发展研究”、上海市经委“上海商业物流资源整合优化的对策研究”等多项市级研究课题。发表了《委托代理制下供应链协调的激励与监督机制研究》等十多篇学术论文。

## <<企业竞争力的形成与提升>>

### 书籍目录

序言前言1 绪论 1.1 竞争与竞争力 1.2 企业竞争力 1.3 企业竞争力理论综述 1.4 本书主要内容 1.5 结论2 企业竞争力形成机理 2.1 基于资源的企业竞争力形成机理 2.2 基于顾客价值的企业竞争力形成机理 2.3 基于社会责任的企业竞争力形成机理 2.4 企业竞争力形成机理新进展——涌现性理论和现代价值观 2.5 结论3 企业竞争力评价方法总论 3.1 定性评价方法 3.2 分类评价法 3.3 排序评价法 3.4 操作型评价——标杆测定法 3.5 不同评价方法的比较分析 3.6 结论4 基于综合指数法的企业竞争力评价 4.1 综合指数法的数学模型 4.2 评价指标体系的确定 4.3 评价指标权重的确定 4.4 实证分析——以物流企业为例 4.5 结论5 基于灰色系统理论的成长型中小企业竞争力评价 5.1 灰色系统理论 5.2 成长型中小企业竞争力评价指标体系 5.3 成长型中小企业竞争力多层次灰色评价模型 5.4 案例分析 5.5 结论6 企业竞争力提升方法 6.1 基于价值管理的企业竞争力提升方法 6.2 基于顾客价值导向的企业竞争力提升方法 6.3 构筑企业竞争力：海尔的经验 6.4 结论7 我国企业竞争力状况和对策 7.1 我国企业竞争力发展的不同阶段和状况 7.2 目前影响我国企业竞争力提升的主要因素 7.3 促进我国企业竞争力提升的对策 7.4 结论总结与展望 参考文献

## <<企业竞争力的形成与提升>>

### 章节摘录

1.2 企业竞争力 1.2.1 企业的涵义 国外不同的经济理论学派分别从企业为什么会存在为出发点，做出了不同的解释。

比如：有人认为企业是一个有效率的专业化的集合体，有人认为企业是一个有效率的契约组织，资源基础论将企业定义为在一个管理框架中被用来满足组织发展的效用性资源的集合体。

本书认为这些定义侧重于从企业的存在方式、交易及企业组织能力角度的解释，很少考虑需求因素对企业存在的影响。

随着人类需求的不断发展，不依赖组织内的生产、交易、能力的分工与协作的个体活动在一定的时间内越来越难以完成繁重而复杂的工作，个体的供给者无法充分满足人类日益复杂和增长的各种需求。

为了满足需求，分工协作成为必然。

伴随着越来越细化的分工，交易的增加也成为必然。

因此，个体劳动与分散的资源结合而成的企业通过对内部的分工、交易等组织活动才能有效地满足市场需求。

国内流行的企业观将企业视为以盈利为目的的、具有法人资格的独立经济实体，其注重于企业的外部关系，没有揭示出企业为什么能够存在。

本书认为企业是在一定环境和资源占有下，通过分工、生产、交易活动以满足市场需求的具有法人资格和地位的组织。

1.2.2 企业的生存 企业是异质的，正是异质性导致企业行为结果的不同，导致企业竞争力的差异。

企业异质的原因很多，既有先天孕育投入的资源状况、所处环境差异的作用，也有后天成长过程中积累、各种能力、环境变化差异的影响，是各种因素综合作用的结果。

<<企业竞争力的形成与提升>>

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>