

<<动态环境下的企业竞争力>>

图书基本信息

书名：<<动态环境下的企业竞争力>>

13位ISBN编号：9787030266125

10位ISBN编号：7030266129

出版时间：2010-2

出版时间：科学出版社

作者：王核成

页数：212

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>

## <<动态环境下的企业竞争力>>

### 前言

在知识经济时代，企业面临的是一个技术日新月异、产品更新频繁和消费者需求偏好多变的动态环境。

在动态环境中，一个固守现有竞争力体系、仅仅追求利润最大化的企业，很快就会被其他更具创新能力的竞争对手取代。

企业如何在动态环境中不断获取竞争优势和保持长久的竞争力，是理论界和企业界普遍关注的热点问题，也是当今竞争力理论研究领域的重点之一。

在全球化背景下，我国企业在中国特色社会主义市场经济转型和产业不断升级换代的竞争环境中，不可避免地面临着复杂的动态环境和更大的竞争压力，迫切需要一种能够体现动态环境下企业竞争力本质、竞争力形成和演化规律的新的竞争力理论体系来指导企业的实践。

动态能力理论的提出为这个问题的解决指引了方向。

企业必须随环境的变化而不断创新其能力，才能获取竞争优势，这种随环境改变而变化的能力才是企业竞争力形成和发展的关键。

本书正是从动态能力的观点出发，探究企业竞争力的来源、形成机制及其演化规律，从而使企业经营者在实践中明确企业自身成功的关键因素，有的放矢地从根本上培育企业能力，优化企业资源，实现可持续发展。

第一，本书在对企业动态能力的内涵和影响因素分析的基础上，从探讨动态能力的本质入手，阐述了动态能力作为一种更新能力，其本质是能力体系中的机制。

正是由于这种动态机制的存在，推动了企业能力体系中的各种能力持续地协调发展。

由此，本书将抽象、不可测量的动态能力概念转换为相对具体的、可操作的企业动态机制，提出了动态机制的概念和内容，其中包括动力机制、学习机制和匹配机制。

## <<动态环境下的企业竞争力>>

### 内容概要

本书以竞争优势理论和演化经济学思想为基础,从动态能力的观点出发,探究动态环境下企业竞争力的来源、形成机制及其演化规律,总结了作者在动态能力和竞争优势方面所作的研究与实践心得。同时,本书结合经济全球化和我国产业转型升级的实际,提出增强企业竞争力的策略,以指导企业明确成功的关键因素,有的放矢地从根本上培育企业能力,优化企业资源,获取动态竞争优势并实现可持续发展。

在经济全球化的背景下,企业面临着一个宏观形势多变、技术进步加速、顾客期望提高、市场竞争激烈的动态环境。如何以更快的速度培育自身的能力,不断形成新的竞争优势,在动态环境中立于不败之地成为每一个企业最关心的问题。

本书可供高等院校经济管理类专业的本科生和研究生使用,也可供科研工作者、企业中高层管理人员以及从事经济管理工作的政府工作人员参考。

## <<动态环境下的企业竞争力>>

### 作者简介

王核成，教授，毕业于浙江大学管理科学与工程专业，获管理学博士学位，上海交通大学工商管理专业博士后（出站）。

现任杭州电子科技大学管理学院院长、战略与管理研究所所长，中德先进制造与管理研究中心（与德国弗劳恩霍夫协会联合成立）主任，兼任浙江省企业管理研究会副会长。

2001年晋升教授，并被评为浙江省高校中青年学科带头人；2002年入选浙江省政府“151人才工程”培养对象。

曾任中国“飞利浦·科特勒”营销理论贡献奖评委，2007年起担任每年一届的“中德先进制造与管理国际论坛”总负责人。

主要研究方向有战略管理与组织、营销管理、企业信息化管理等。

曾主持国家自然科学基金项目、中国博士后基金项目、浙江省自然科学基金项目、信息产业部科研项目等国家和省部级课题2。

多项，在核心期刊上发表或被三大检索收录论文60多篇。

在深入进行学术研究的同时，十分注重管理理论与实践的结合。

从1995年起从事企业管理咨询工作，曾负责华立集团、中国广厦集团、中国横店集团、浙江耀江建设集团、绍兴水务集团等几十家企业的战略规划、组织构架与人力资源管理体系设计、品牌与企业形象策划、市场研究与营销策划、管理信息系统开发等项目。

曾为企业中高层管理人员等开设战略管理、公司组织与运行、品牌管理、跨国经营与管理、信息技术与管理创新等课程和讲座。

## <<动态环境下的企业竞争力>>

### 书籍目录

前言第一章 导论 第一节 提升竞争力：动态环境下企业的必然选择 第二节 竞争力与竞争优势 第三节 本书的研究视角、方法与意义第二章 企业竞争力的本质及其研究的新发展 第一节 企业竞争力本质 第二节 企业竞争力的研究现状 第三节 动态能力理论兴起和竞争力研究的发展第三章 动态能力观的构建 第一节 动态能力理论研究的现实背景 第二节 动态能力的本质 第三节 动态能力观的提出第四章 基于动态能力观的企业竞争力 第一节 企业能力和资源体系的结构 第二节 基于动态能力观的企业竞争力构成要素及其关系 第三节 基于动态能力观的企业竞争力理论研究框架第五章 基于动态能力观的企业竞争力实证研究\基于动态能力观的企业竞争力实证研究 第一节 问卷的设计与变量的测量 第二节 资源、能力、动态机制与企业绩效的关系分析 第三节 企业竞争力影响因素分析第六章 企业竞争力演化 第一节 演化与竞争力演化 第二节 企业竞争力演化过程 第三节 环境变化对竞争力演化影响的实证分析 第四节 不同阶段的竞争力及其构成要素演化的实证分析第七章 动态机制构建与企业竞争力提升 第一节 动态机制的构建 第二节 企业能力系统动态规划与培育 第三节 竞争力要素协调与提升策略第八章 总结与展望 第一节 主要的研究结论 第二节 研究展望参考文献后记

## <<动态环境下的企业竞争力>>

### 章节摘录

(二) 科学技术日新月异的发展 技术的变化会影响企业实现顾客价值的方式, 其对竞争力的影响有两个方面: 一是行业技术的快速进步会使企业技术可能落后于竞争对手的发展, 相对降低了竞争力; 二是以信息技术为代表的竞争手段的现代化的快速发展, 正在拉近世界各国之间的空间上的距离, 使各竞争对手之间竞争互动的程度大大地提高。

同时, 网络技术和电子商务的迅猛发展, 从根本上改变了企业的经营环境、运作方式和竞争方式, 使更多的企业可以在全球范围内更加有效地协调它们的战略行动和经营行为, 及时对各种竞争状况和需求的变化作出反应。

企业之间的信息沟通以更快的速度和更低的成本进行, 企业在管理和经营方面更加有效地进行内部一体化。

总之, 竞争手段的现代化使国际和国内两个市场上竞争与反应的速度明显加快。

(三) 市场需求的变化 市场的主体和核心是顾客, 顾客反馈的信息是最直接、最动态地反映企业经营业绩的指标, 因为一种产品或者一种服务只有到达了顾客的手里, 它的社会价值才会得到真正的体现。

在市场经济条件下, 任何企业的生产经营活动都必须直接地或间接地围绕顾客行为进行, 把顾客作为企业活动的出发点和终极目的, 通过提供满意的产品及全方位的服务来满足顾客物质及精神生活的需求和欲望, 从而赢得更多的市场份额。

随着现代市场经济突飞猛进的发展, 企业之间的竞争越来越激烈。

企业为了生存和发展, 不断开发新产品、新品种, 从而使产品市场生命周期不断缩短, 这一切给顾客以更多的选择产品的机会, 而且由于国际贸易格局正在发生变化, 顾客不仅可以选择国内产品, 也可以选择国外产品。

加之电视购物、网上购物等新的交易方式的出现, 给顾客提供了更多的交易机会和方式。

这一切是致使顾客需求的变化的外因。

## <<动态环境下的企业竞争力>>

### 编辑推荐

《动态环境下的企业竞争力：基于动态能力观的竞争力及其演化研究》正是从动态能力的观点出发，探究企业竞争力的来源、形成机制及其演化规律，从而使企业经营者在实践中明确企业自身成功的关键因素，有的放矢地从根本上培育企业能力，优化企业资源，实现可持续发展。在技术日新月异、产品频繁更新、消费者需求多变以及经济全球化的大背景下，企业面临着更加复杂的动态环境和更大的竞争压力。如何在动态环境中不断获取竞争优势和保持长久的竞争力成为每一个企业迫切需要解决的难题。

<<动态环境下的企业竞争力>>

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>