

<<国家创新体系与科技公共服务>>

图书基本信息

书名：<<国家创新体系与科技公共服务>>

13位ISBN编号：9787030370990

10位ISBN编号：7030370996

出版时间：2013-3

出版时间：科学出版社

作者：仲伟俊、梅姝娥、黄超

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>

## <<国家创新体系与科技公共服务>>

### 内容概要

《国家创新体系与科技公共服务》结合国际上有关国家创新体系研究的新进展，考虑我国创新体系建设的现实需要，重点回答两个问题：一是国家创新体系的组成结构；二是政府在国家创新体系建设中的作用，即科技公共服务。

全书共9章，分为四个部分：第一部分即第1章，介绍基本理论和界定基本概念。

第二部分即第2~5章，详细讨论国家创新体系的组成结构。

第三部分即第6~8章，重点剖析政府应该提供的科技公共服务及其有效供给方式。

第四部分即第9章和附录，基于实际调查数据讨论我国创新体系建设现状和问题及对策建议。

《国家创新体系与科技公共服务》适合管理科学与工程、工商管理、公共管理等专业高年级本科生和研究生，以及政府部门和企事业单位的科技创新管理人员阅读参考。

## <<国家创新体系与科技公共服务>>

### 书籍目录

前言 第1章绪论 1.1系统和系统分析方法 1.2公共产品与市场失灵 1.3国家创新体系与科技公共服务的概念 1.4本章小结 第2章国家创新体系的组成结构及企业自主创新能力 2.1国家创新体系的组成结构及其系统分析方法 2.2国家创新体系的系统分析 2.3企业自主创新能力和技术能力 2.4企业自主创新能力的形成过程及增强途径 2.5本章小结 第3章科技创新活动 3.1科技创新活动分类 3.2企业技术创新 3.3技术转移 3.4本章小结 第4章公共产品技术创新及其与企业技术创新的关系 4.1公共产品技术创新过程及特点 4.2公共产品技术创新与企业技术创新的比较 4.3公共产品技术创新与企业技术创新的相互促进方式 4.4本章小结 第5章科技创新资源、服务和环境 5.1科技创新资源 5.2科技创新服务 5.3科技创新环境 5.4本章小结 第6章政府提供科技公共服务的理论依据 6.1国家创新体系建设中的公共产品和市场失灵 6.2国家创新体系建设中的系统失灵 6.3公平竞争允许的科技创新补贴 6.4国家创新体系建设中的政府失灵 6.5本章小结 第7章科技公共服务的内容 7.1科技创新活动中的科技公共服务 7.2科技创新资源供给及环境营造中的科技公共服务 7.3科技创新服务提供中的科技公共服务 7.4弥补系统失灵提供的科技公共服务 7.5本章小结 第8章科技公共服务的供给方式 8.1公共服务供给的制度安排和可能方式 8.2公共服务供给方式的比较分析 8.3科技公共服务的供给方式选择 8.4本章小结 第9章国家创新体系建设状况及对策建议 9.1江苏企业技术创新状况 9.2在宁高校技术研发和技术转移状况 9.3提升科技公共服务水平需要解决的问题 9.4加快提升科技公共服务水平的对策建议 9.5本章小结 参考文献 附录在宁高校技术研发和技术转移情况

## <<国家创新体系与科技公共服务>>

### 章节摘录

版权页：插图：3.核心能力 核心能力在战略上将本企业与别的企业区别开来，它能给企业带来在竞争对手处还没有形成的显著竞争优势。

这种能力就是企业的核心能力。

核心能力应具备如下特征：（1）它是有价值的。

即它能给企业提供机会 / 削弱来自企业外部的威胁。

（2）它是稀缺的。

即拥有这种能力的企业数量少于企业所在行业内产生完全竞争所需要的企业数量。

（3）它是不完全可模仿的。

之所以不完全可模仿，或者由于其开发过程必须有独特的条件，或者由于其能力和持续优势之间有模糊的关系，或者由于它自身的复杂性。

（4）它很难有等价的可替代品。

即很难找到一种方法，由它去获得同样的结果。

核心能力有各种不同的形态。

它们可能是物质形态的，如某种设备。

它们也可能是无形的，如商标、技术等。

例如，Walt Disney公司所拥有的商标使用权使它在玩具、主题公园、影视等多个领域获得了巨大的成功。

类似地，夏普（Sharp）公司拥有的大屏幕显示技术使其控制着世界范围内70亿美元的液晶显示（LCD）业务。

核心能力还可能是隐含在企业的业务、过程和文化中的组织能力。

例如。

日本的汽车制造企业为加强其产品在国际市场上的竞争力，采取了多种措施，包括降低成本、精益制造、提高产品质量和加快产品开发等，由此它们把别的国家的汽车制造企业也能获得的同样的资源转化成了相对而言更高质量的产品，使其在国际市场上获得了巨大的成功。

对核心能力的评价不能孤立地进行，必须与企业所处的市场环境结合。

企业在某一发展阶段的核心能力在另一阶段不一定还是核心能力；某行业的核心能力在另一行业也不一定是核心能力。

例如，在个人计算机行业，过去商标是非常重要的无形资产，但目前已不是如此。

认识到这一点，IBM公司花费了巨大的代价。

企业核心能力的形成是一个资源—能力转换过程。

企业从开放的市场上获得对任何企业而言无差异的资源，在其所处的环境下，利用相应的组织方法，对这些资源加以组合和利用，产生企业的能力。

如果所产生的能力满足核心能力需具备的四个条件，它就成为企业具有竞争优势的源泉，它就是核心能力。

由此可以看出，该转换过程是在企业所处的环境下，通过企业独特的组织方法实现的。

因此，由该转换过程形成的企业核心能力是与该企业所处的环境及其组织方法密切相关的，而且，这种相关性越高，企业的这种核心能力就越独特，也就越不易被模仿。

## <<国家创新体系与科技公共服务>>

### 编辑推荐

《国家创新体系与科技公共服务》系统全面介绍了国家创新体系与科技公共服务相关知识,《国家创新体系与科技公共服务》适合管理科学与工程、工商管理、公共管理等专业高年级本科生和研究生,以及政府部门和企事业单位的科技创新管理人员阅读参考。

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>