第一图书网, tushu007.com

<<民营企业发展风险对策>>

图书基本信息

书名：<<民营企业发展风险对策>>

13位ISBN编号：9787309059120

10位ISBN编号：7309059123

出版时间：2008-5

出版时间：复旦大学出版社

作者：徐为民,卜海

页数：405

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

改革开放以来，我国的民营经济已经有了长足的发展。
从20世纪80年代初期开始出现，以家庭作坊、粗放经营的模式起家，到我国“十一五”计划的开局之年，再到越来越多地“走出去”参与经济全球化条件下的国际经济竞争，民营企业的规模、实力、地位都已经与当年的情况不可同日而语，出现了历史性的根本变化，具备了进一步提升发展的物质基础。
特别是党的十七大围绕和谐社会的建设和促进国民经济又好又快的发展，从八个方面对我国当前和今后一个时期的经济工作进行了全面的部署，强调要在完善基本经济制度的同时，毫不动摇地鼓励、支持、引导非公有制经济的发展，形成各种所有制经济平等竞争、相互促进的新格局，从而为民营经济的可持续发展创造了最好的环境。
正是在这样的意义上，可以说，我国民营经济的发展即将迎来新的春天。
但是，民营经济的发展过程，又是一个机遇和风险并存的过程，因此，这就迫切需要我国的民营企业能够保持清醒的头脑，把握宏观经济大局，抓住各种机遇加快发展，同时对可能遭遇的各种风险采取积极的措施进行防范和化解，才能真正实现又好又快的发展。
从我国民营经济规避风险加快发展的已有实践来看，迎接民营经济发展的春天，实现民营经济又好又快的发展，首先是要充分和准确地认识新的历史发展时期，我国民营经济发展遭遇各种风险的可能性与现实性。
一般而论，企业发展的风险始终是存在的，从而民营经济发展的可能性无处不在。
运用企业生命周期的理论分析可以发现，在企业初创时期，由于企业面对的是一个不确定市场，加上投入有限，完全有可能遭遇各种风险；在企业发展达到鼎盛时期，各种潜在的风险影响因素都会随着企业经营的全面展开而不断显现；而当企业进入衰老时期，就有可能不适应已经发展变化了的社会经济环境，而诱发出更多的发展风险。

<<民营企业发展风险对策>>

内容概要

随着中国经济和社会的改革开放不断深入进行，中国的民营企业取得了长足的发展，已经成为国家国民经济的重要组成部分，并且几乎所有的民营企业都曾经经历过各种各样的发展风险，只不过有的民营企业能够顺利地涉险过关，实现持续的成长，而有的民营企业则没有那么幸运，在所遭遇的各种风险中元气大伤，甚至不幸夭折。

很多民营企业家在做大做强自己企业之时，十分关注民营企业的安全发展和风险防范，并且进行了丰富而又多样化的实践，如果能够从理论上进行提高和升华，那么，其成功的经验可以给人以更深的启迪；而失败的过程同样也会给人以必要的警省。

最终则会使越来越多的民营企业家能够在发展的过程中，充分认识、预警、防范和化解各种各样的风险，实现民营企业持续健康的成长，推动和促进我国国民经济又好又快的发展。

正是基于这样的认识，江苏省民营经济研究会和江苏省光彩事业促进会萌发了专为民营企业写一本怎样认识和防范发展风险的著作的动机。

第一图书网, tushu007.com

<<民营企业发展风险对策>>

书籍目录

第1篇 市场定位之风险　第1章 以目代纲　第一节 定位“色盲”　一、市场基本面的根本变化　二、游戏新规则与企业定位　三、“色盲”缘自“不审势”　第二节 大而无用的市场份额　一、无定位之份额是不可靠的　二、定位不当之份额是没用的　三、正确定位方能江山稳固　第三节 多而无效的创新　一、无定位的创新难成大器　二、定位不当的创新亦无大益　第四节 高而无益的增长率　一、盲目增长之因　二、盲目增长之弊　三、以定位求增长　第五节 得不偿失的成本管理　一、两种不同的市场和成本　二、定位不清误导成本管理　本章小结　第2章 定位的盲目性　第一节 定位忌片面　一、市场的可赢利性　二、企业的资源优势　三、竞争之空档　第二节 高端不一定好赚钱　一、如何看待高价格　二、如何看待高端市场的容量和竞争　三、如何进入高端　第三节 低端并非仅靠低价　一、低端市场同样强调性价比　二、低端革命的三个环节　三、双赢的可能性　第四节 高低端通吃并不易　一、所需的条件不同　二、两种市场间的有机联系　三、通吃的条件　第五节 何必唯自然垄断是求　一、原料可垄断的潜力市场　二、尚无龙头的传统市场　三、寻找强敌之软肋　第六节 交易量大并不等于好客户　一、交易量≠效益　二、重要性＞交易量　三、发现重要性　第七节 别受统计特征的蒙蔽　一、客户统计特征的局限性　二、按产品特征分类的局限性　三、从应用场景中发现真正的需要　本章小结　第3章 无视定位的原因　第一节“多元化可分散投资风险”　一、无关联多元化的风险之链　二、跨行业投资应注意的原则　第二节“做投资管理型公司”　一、投资公司本身存在的风险　二、投资公司的专业化趋势　三、转型为产业投资公司的要求　第三节 现实中的其他诱因　一、市场初期的诱惑　二、周期性阶段的诱引　三、高管人员的“曲线维权”　本章小结　第2篇 优势建设之风险　第4章 优势的系统化　第一节 系统化优势的必然性　一、趋同的加速　二、竞争的白热化　三、游戏新规则　第二节 供应链的匹配性　一、两类不同性质的产品　二、两类不同功能的供给链　三、常见的匹配错误及对策　第三节 何以有“隐形”而无“冠军”　一、“隐形冠军”的基本特征　二、“隐形冠军”的优越性　三、“隐而不冠”的原因　第四节 好景不常在　一、“机会之窗”的含义　二、“机会之窗”被“糟蹋”的表现　三、关窗后的“洗牌”　第五节 价格战并不简单　一、价格战的普遍性与类型　二、价格战成功的条件　三、被动参战的原因　本章小结　第5章 优势的动态化　第一节 优势识别的动态化　一、优势的横向比较　二、横向比较的动态性　第二节 行业领袖的边缘化　一、行业“制高点”的特征　二、“制高点”的转移　三、固守与沦落　第三节 代工者的命运　一、代工之解读　二、进取性代工　第四节 品牌与老字号　一、效用的重要性　二、信息的不对称性　三、传播的有效性　四、三要素之间的辩证关系　第五节 风险与危机管理　一、风险规避　二、危机处理　本章小结　第6章 优势延伸的适度性　第一节 横向一体化的适度性　一、横向扩张的正面意义　二、可能被掩盖的风险　第二节 纵向一体化的适度性　一、纵向一体化的利益　二、纵向一体化的成本　三、成本的动态兼顾　第三节 产品线的适度性　一、产品线延长的意义　二、产品线延长的代价　三、解决之道　第四节 并非有联系即可介入　一、强调联系的正面意义　二、要怎样的“联系”　第五节 互补产业未必会有协同效应　一、资源共享面太窄　二、经营规则迥异　三、传统客户的抵制　第六节 品牌的跨行移植　一、确保主业的原则　二、严格管理的原则　本章小结　第3篇 员工管理之风险　第7章 过时的雇佣观念　第一节 今非昔比　一、劳动供给的重要变化　二、管理风格的重要性　第二节 不光是钱的问题　一、需求与激励的匹配性　二、论功行赏的难度　三、学会全面激励　第三节 换人没这么容易　一、员工的异质性　二、更换员工的代价　三、换个思路　第四节 制度乌托邦　一、管理死角与囚徒两难　二、内心的“大法官”　三、管理中的德治效果　本章小结　第8章 盲目的人才观　第一节 人才在哪里　一、优秀经

理人的识别　二、如何发现务实型经理人才　三、何以视而不见　第二节 空降兵何以不灵　一、空降兵的“犯忌”　二、空降的必要性　三、如何用好空降兵　第三节 用人该“疑”还是“不疑”　一、问题的实质　二、授权范围的确定　三、监督的有效性　第四节 互补还是互斗　一、角色互补的必要性　二、何以形成互斗　三、实现互补的条件　本章小结　第9章 人本管理的功能　第一节 人本管理与企业创新力　一、创造力与员工凝聚力　二、创造力与自主性　三、创造力与鼓励　第二节 信任不悖管理　一、期望的自我实现法则　二、信任是一种重要的正面预期　三、将信任注入管理制度　第三节 企业文化首先就是老板文化　一、企业文化的性质与误解　二、老板文化的体现　三、文化建设中的老板元素　第四节 员工效率从源头抓起　一、自我激励更重要　二、素质第一　三、甄别技巧　本章小结　第4篇 政治和制度之风险　第10章 让经济合理地承载政治　第一节 民营企业经营行为的政治化　一、淡看“红顶商人”的美誉　二、客观看待政府官员对于企业发展决策的个人意见　三、高调宣传和夸大业绩　第二节 博弈之道　一、一己之力能否实现发展目标　二、偷漏税费得不偿失　三、小胜凭智，大胜靠德　四、不要滥用政治头衔　第三节 维持和保护与政府的良好关系　一、中国社会中的关系　二、始终关注宏观经济的大局　三、尊重政府的公信力　四、学会妥协的技巧　第四节 善用媒体　一、媒体的性质和功能　二、正确看待媒体对企业的宣传　三、处理与媒体关系的原则　本章小结　第11章 让制度更好地助推企业发展　第一节 没有规矩不成方圆　一、规避婚姻风险　二、无需滥情　三、让部门各司其职　第二节 MBO与产权清晰　一、民营企业的产权困扰　二、渐进地稀释产权　三、不要急于进行MBO　四、不要以MBO与大股东对垒　五、设立安全的股权结构　第三节 谨慎并购　一、并购的基本知识　二、坚决拒绝“拉郎配”的企业并购　三、以小博大的并购不可取　第四节 消除委托—代理体系中的隐患　一、委托—代理体系的形成和基本要求　二、疑人要用与用人要疑　三、亲兄弟也要明算账　四、科学试水期权制　本章小结　第5篇 国际化发展之风险　第12章 国际化发展的经营风险　第一节 寻求国际化和民营企业优势的最佳结合点　一、民营企业的优势和选择国际化发展的必然性　二、选择最切合实际的国际化发展模式　三、及时进行必要的调整　第二节 打造和保护自己的品牌　一、品牌是实现国际化发展的通行证　二、警惕合作过程中外资对中国品牌的封杀　三、谨防恶意抢注的风险　第三节 警惕和防范国际诈骗的风险　一、国际诈骗风险的形成和表现　二、深入进行资信调查　三、不要被“集团公司”的名头迷惑　四、小心进口厂商的优惠条件　第四节 谨防拖欠和坏账风险　一、拖欠和坏账的核心是信用管理的缺失　二、借助出口信用保险防范拖欠和坏账风险　第五节 合理释放国际市场的营销风险　一、防止国际营销的近视症风险　二、充分认识低价策略蕴含的风险　三、谨慎防范国际发展中的产能过剩风险　本章小结　第13章 国际化发展的政治风险　第一节 政治风险的含义、表现和原因　一、政治风险的含义　二、政治风险产生的原因　三、政治风险的后果和表现形式　第二节 谨防跨国并购引发的政治风险　一、密切注意泛政治化的挑战　二、关注跨国并购中反垄断引起的政治风险　三、特别注意跨国并购中的政策调整风险　第三节 避开可能面临的法律风险　一、不要轻易卷入涉嫌腐败和行贿的指控　二、加强对集体诉讼的风险防范　三、避免因侵权而引起的专利纠纷　第四节 绕开境外洗钱的政治风险　一、洗钱的含义、原因和行为表现　二、冷静看待红筹股境外上市的诱惑　第五节 民营企业国际经营政治风险的综合防范　一、充分准确地评估目标国政治风险的发生几率　二、投保政治风险　三、形成与本地力量关联的利益集团　四、控制必要的关键技术和营销渠道　五、注重寻求本土化的法律保障　六、采取妥善的补救措施　本章小结　第14章 民营企业国际化发展的文化风险　第一节 文化风险的特征、原因与表现　一、企业国际化发展文化风险的特征　二、国际化发展文化风险产生的根源　三、文化风险从潜伏到创新的作用过程　四、国际化发展文化风险的表现形式　第二节 民营企业国际化发展目前遭遇的主要文化风险　一、夹杂政治和民族偏见的文化风险　二、漠视游戏规则的法律文化风险　三、自以为是缺乏沟通的文化风险

四、推行本地化战略的文化风险　五、不同国家员工磨合协作的文化风险　第三节 民营企业国际化发展中的文化风险应对　一、重视和掌握对不同国家文化的差异分析　二、建立和形成具有凝聚力的企业文化　三、抓好企业内部的跨文化整合　四、挑选和配置合适的海外经理人员　本章小结　主要参考文献　跋：生生不息话企业　后记

章节摘录

二、盲目增长之弊缺乏定位的增长，尽管表面上看起来风光，但实际上却弊端多多。

1．风险的积累　　年复一年的新建项目，看起来似乎为每一年都找到了新的增长点，但实际上也是经营风险在不断地累积。

跨行投资最大的问题就是企业的重要资源（包括生产线、技术经验、经营模式及企业文化）在项目之间无法共享。

因此投资种类越多，顾此失彼的现象也就越严重（详见第三节）。

有限资源的不断分流很容易导致各种业务皆无竞争优势的状况。

一旦遭遇市场饱和或市场洗牌，各种脆弱的业务在产品大幅降价的冲击下就会难以为继。

企业因无力负担，也只好将其陆续卖出。

此时，那些术有专攻的企业正在那里守株待兔。

他们往往可以很低的价格从这些急于出手的公司手里买到“便宜货”（见后附案例1），从而创造出熊市中盈利的奇迹。

2．业务成“鸡肋”　　跨行投资由于重要资源的不能共享而导致先天不足。

就算刚介入时因竞争者少而能够有所盈利的话，但很快就会因进入者的不断增加而难以为继。

由于先行者并无明显的技术优势或成本优势，因此当供给的快速增加而导致价格持续下降并很快令价格无利可图时，先行者即使仍然拥有很大的份额和订单，但其实已情如鸡肋，食之无味、弃之可惜了。

有一家公司原本的核心业务是电机，并成为多家著名家电企业的供应商。

然而电机的现行价格，尤其在铜接连涨价的情况下已无利可图，因此尽管大订单依然不断增加，但企业却并无成就感。

按理说公司应首先考虑其核心业务的改善问题：或通过技术革新来降低成本，或为核心业务寻求更好的细分市场。

公司也确实在这方面做了一些工作，比如经市场考察后发现公司的核心业务在家庭装饰中可有更佳的回报率。

可是公司的领导显然并不看重这一出路，而是以更高的兴致谈起了几个依次展开的、与电机无关的新项目。

企业家兴奋地计算着每一个新项目可能带来的收入增长，而很少考虑业务之间因无法共享资源而可能产生的成本问题、现金流问题以及经营风险。

殊不知，四面出击的结果往往是无一处可形成绝对优势。

一旦竞争加剧，今日之好项目又可能会重蹈当年电机之覆辙。

第一图书网, tushu007.com

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