

<<中国中小企业成长及软实力建设>>

图书基本信息

书名：<<中国中小企业成长及软实力建设>>

13位ISBN编号：9787501797325

10位ISBN编号：7501797323

出版时间：2010-4

出版时间：中国经济出版社

作者：万兴亚，许明哲 著

页数：350

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>

<<中国中小企业成长及软实力建设>>

前言

企业是国民经济赖以存在和发展的“基石”，而相对于大型企业（集团）而言，中小企业又是“基石”中相对较小、数量众多且必不可少的部分。

事实上，绝大多数大型企业（集团）在其建立之初，也都是中小企业。

应该看到，中小企业在促进经济增长、创造税收、增加就业、技术创新、扩大出口等方面的巨大贡献，已逐步被人们所认知。

但是，最近一段时期尤其2008年下半年以来，由于受到国际金融危机的影响，我国中小企业的成长发展形势不容乐观。

正如相关媒体透露，来自中国社科院的一份研究报告显示，目前在金融风暴冲击下不少中小企业已经倒闭，另外还有诸多中小企业正在生死边缘挣扎，要想走出生死一线，中小企业必须得到巨大的支持。

（2009年6月28日CCTV《经济半小时》） 笔者认为，中国中小企业欲走出低谷并获得长足发展，除了需要得到政府的鼎力支持或促进以外，更须要及时调整并确立自身的成长战略，尤其要苦练内功即加强软实力建设。

唯有“内外结合”，才能真正收到实效。

正是基于上述考虑，笔者在充分调研的基础上撰写了《中国中小企业成长及软实力建设》一书，以期为我国中小企业的崛起和进一步健康发展、为各级政府的科学决策提供可资借鉴的参考。

国外有关中小企业研究起步较早，理论文献可谓“浩如烟海”，从产业革命后期的“中小企业淘汰论”到垄断资本主义时期的“中小企业存在论”，再到当代的“中小企业发展论”等，均有诸多阐述。

<<中国中小企业成长及软实力建设>>

内容概要

本书重点阐述了中国中小企业成长及软实力建设的基本理论、实际操作与对策研究。

本书分为中小企业成长和中小企业成长的软实力建设两篇：上篇从企业成长理论层面上对中小企业成长及其相关问题进行了研究和论述；下篇从软实力理论和实践层面对中小企业成长的软实力建设及政策问题进行了分析和阐述。

本书理论联系实际，通俗易懂，对中小企业的经营决策者及管理者、相关的各级政府部门和行业协会的管理人员、中小企业创办者具有指导意义，同时也可供相关研究者和高校师生参考。

<<中国中小企业成长及软实力建设>>

作者简介

万兴亚，男，1950年7月生于辽宁省，教授、博士研究生导师，现执教于东北师范大学马克思主义学院，兼任中国农业技术经济研究会常务理事、吉林省政治经济学学会常务理事，主要研究领域为社会主义市场经济与中小企业。

曾在《经济管理》、《人民日报》、《光明日报》等杂志报刊上发表论文百余篇。

主持完成国家级、省部级科研项目13项，独立或与他人合作出版专著、教材7部。

许明哲，男，1971年8月生于吉林省，东北师范大学马克思主义学院经济学博士，研究方向为马克思主义经济理论。

现任深圳市金钢投资有限公司执行总裁、吉林省汽车工业贸易集团有限公司总经理。

许明哲博士长期从事企业管理工作并担任主要负责人，具有相当丰富的理论知识和实际经验。

在《经济纵横》、《经济导刊》等杂志上曾发表《中国民营企业并购国企后的整合研究》、《突破“世界工厂”瓶颈的人力资源战略选择》等多篇论文。

<<中国中小企业成长及软实力建设>>

书籍目录

前言中小企业成长篇第一章 中小企业成长概述 第一节 中小企业概念的界定 第二节 中小企业成长的定义与内容 第三节 国外中小企业成长理论与评析第二章 中小企业成长的过程 第一节 企业生命周期及其特征 第二节 中小企业的成长阶段及其类型 第三节 我国众多中小企业何以“英年早逝”第三章 中小企业成长的内因 第一节 中小企业成长动力 第二节 中小企业成长要素 第三节 中小企业成长能力第四章 中小企业成长的环境 第一节 中小企业成长环境概述 第二节 中小企业成长的宏观环境分析 第三节 中小企业成长的微观环境分析第五章 中小企业的创办要领 第一节 中小企业创办的基本条件 第二节 企业法律形式的选择 第三节 创办资金的筹措第六章 中小企业成长的分阶段策略及风险防范 第一节 成长期的竞争策略 第二节 成熟期的扩张策略 第三节 衰退期的稳定、危机管理策略与破产 第四节 中小企业成长的风险防范第七章 中小企业成长战略 第一节 中小企业成长战略概述 第二节 成长战略的核心问题和战略目标 第三节 中小企业的成长战略及其定位 第四节 中小企业的成长模式选择中小企业软实力建设篇第八章 软实力与中小企业软实力建设 第一节 “软实力”一词的起源及其拓展 第二节 企业软实力概念的界定 第三节 中小企业软实力建设概述第九章 中小企业软实力的基础——企业文化建设 第一节 企业文化的含义与特点 第二节 企业文化的表现形式、实质及作用 第三节 中小企业文化建设的基本内容、原则与方法 第四节 中小企业文化建设的基本程序 第五节 中小企业文化建设的问题分析及创新方向第十章 中小企业软实力的支撑——社会责任建设 第一节 企业社会责任的起源、概念与作用 第二节 企业社会责任的标准、误区与内容 第三节 中小企业履行社会责任中存在的问题及对策第十一章 中小企业软实力的核心——技术创新建设 第一节 中小企业技术创新的基本特征与分类 第二节 产品创新 第三节 服务创新 第四节 工艺创新 第五节 管理创新 第六节 中小企业的创新源第十二章 中小企业软实力的升华——知识产权建设 第一节 企业知识产权建设的基本内容 第二节 我国中小企业知识产权建设的现状、问题及原因 第三节 我国推进企业知识产权建设的理论依据、有利条件与国外借鉴 第四节 我国推进企业知识产权建设的战略机制框架及对策第十三章 促进中小企业软实力建设的政策 第一节 政府促进中小企业软实力建设的依据及定位 第二节 中小企业软实力政策概论 第三节 中小企业软实力政策的特点和分类 第四节 中小企业软实力的主要政策工具 第五节 中小企业软实力建设政策的内容和设计参考文献

章节摘录

一、企业按规模划分的依据和方法企业是生产力发展到一定阶段的产物。它是指在社会分工条件下，直接从事创意、生产、流通、服务等活动的自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的依法设立的经济组织。

从企业发展实践来看，人们越来越深切地感受到大型企业（集团）与中小企业之间在企业成长因素、成长过程等诸多方面存在着很大的差异。

美、日、欧等西方发达国家在制定企业法时通常考虑到这种差异性，而我国20世纪90年代中叶开始实施的“抓大放小”战略，以及自2003年1月1日起施行的《中华人民共和国中小企业促进法》也充分体现了这种差异。

科学合理地划分企业规模不仅是企业发展的内在要求，更主要的是有利于国家对企业实施科学有效的分类管理和指导，同时也是适应市场经济发展，与世界经济一体化接轨的需要。

事实上，按规模对企业进行分类，的确是一项十分复杂的工作。

这主要是由于：一是衡量指标的多样性，诸如销售收入、资产额、生产能力、从业人数等，这些指标均可以从不同角度衡量企业的大小，各指标相互之间虽有联系，但变动方向并不完全一致；二是行业的差异性，即各行业的技术经济特点存在着较大差异，不可能用统一标准水平去划定所有行业的企业；三是划型标准的动态性，随着社会生产力水平的提高和经济的发展，原有的划型标准也应相应地做出调整和提高。

目前世界各国界定企业规模的方法可归纳为两种。

所谓“抓大放小”，原指一种管理理念或管理方式；意思是抓住主要矛盾和矛盾的主要方面，搞好宏观控制，对次要矛盾和矛盾的次要方面进行微观调节。

本文则是指20世纪90年代我国针对国有企业实施的“抓大放小”改革战略。

1995年9月中共十四届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展“九五”计划和2010年远景目标的建议》中，对国有企业改革提出了新思路和新要求，即“重点抓好一批大型企业和企业集团，以资本为纽带，联结和带动一批企业的改组和发展，形成规模经济，充分发挥它们在国民经济中的骨干作用。

区别不同情况，采取改组、联合、兼并、股份合作制、租赁、承包经营和出售等形式。加快国有小企业改革改组步伐”。

<<中国中小企业成长及软实力建设>>

编辑推荐

本书作者在充分调研的基础上撰写了《中国中小企业成长及软实力建设》一书，以期为我国中小企业的崛起和进一步健康发展、为各级政府的科学决策提供可资借鉴的参考。

本书重点阐述了中国中小企业成长及软实力建设的基本理论、实际操作与对策研究。

本书适合从事相关研究工作的人员参考阅读。

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>