

<<道路运输企业发展资源总论>>

图书基本信息

书名：<<道路运输企业发展资源总论>>

13位ISBN编号：9787114063817

10位ISBN编号：7114063814

出版时间：2008-12

出版时间：人民交通出版社

作者：王永立

页数：342

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>

<<道路运输企业发展资源总论>>

前言

企业是人类社会和物质世界中的一个客观事物，它是运动着的。发展是企业永恒的主题。

企业发展是一种全球性的趋势，企业扩张是企业在发展过程中的一个重要目标，是一个基本的追求。它反映了企业内部要素资源结构的发展变化。

企业发展这一过程，从远期的角度讲，仅有企业规模的扩张是不能持久的，只有将企业资源的成长与企业扩张紧密地联系在一起，企业才能持续地发展。

中国道路运输企业求生存要发展，这是企业的职业经理们、尤其是高级经理们必须面对的问题。《道路运输企业发展资源总论》一书正是适应这样的要求从企业资源的角度进行研究的。

在中国，道路运输企业与其他运输方式的企业（民航、铁路）比较，组织结构简单、企业规模小、乘客层次复杂。

“多、小、弱、散、乱”是道路运输企业在人们头脑中根深蒂固的形象，但随着国民经济的发展，高速公路网的不断扩展，法律法规的完善，大型道路运输企业集团的产生和快速发展已经成为历史的必然。

但相应地，大型道路运输企业（集团），尤其是领袖型大型道路运输企业（集团）发展缺少甚至没有理论体系来支撑。

因此，有必要在诸如道路运输企业战略、资源系统结构以及战略系统、目标系统的关系等理论问题进行深入的研究。

<<道路运输企业发展资源总论>>

内容概要

本书以企业战略管理理论为出发点，应用系统论对道路运输企业发展的资源进行理论与实践的探讨。全书共分概论，道路运输企业资源系统研究的基础，战略规划系统，大型道路运输企业战略子系统及其目标子系统，企业能力，企业资源系统，营运线路网络资源，企业文化资源，人力资源、企业家和职业经理人，品牌资源等13章。

本书可作为交通运输专业、企业管理专业研究生和本科生的阅读参考书，也可以作为道路运输企业职业经理人的进修培训教材和参考资料。

<<道路运输企业发展资源总论>>

作者简介

王永立，新国线企业集团董事局主席，总裁、博士、高级经济师，长安大学兼职教授，兼任中国交通运输协会副会长，中国道路运输协会副会长等职务。

<<道路运输企业发展资源总论>>

书籍目录

第1章 道路运输企业概述 1.1 企业与运输企业 1.2 道路运输 1.3 道路运输企业 1.4 中国加入世界贸易组织对道路运输的机遇与挑战 1.5 实例企业的发展轨迹第2章 道路运输企业资源系统研究的基础 2.1 研究背景和特点 2.2 国内外研究的相关成果 2.3 国外道路运输企业的现状与发展 2.4 交通运输学 2.5 系统工程 2.6 企业战略管理第3章 战略规划系统 3.1 战略的基本概念 3.2 企业战略的定义和重要性 3.3 企业战略管理的过程和特征 3.4 战略规划系统 3.5 资源—生产—价值实现的循环链模型 3.6 战略规划系统的螺旋蛋筒模型(新蛛网模型) 3.7 实例企业新蛛网模型的说明 3.8 新蛛网模型理论符合产业组织理论,具有普遍的理论意义第4章 大型道路运输企业战略子系统及其目标子系统 4.1 战略子系统 4.2 目标子系统 4.3 新国线运输集团战略与目标系统第5章 企业能力 5.1 能力概述 5.2 企业能力的种类 5.3 国内外学者对企业能力观点的见解 5.4 企业能力的特征与作用 5.5 核心能力 5.6 企业能力系统 5.7 新国线集团的企业能力系统第6章 企业资源系统 6.1 资源的基本概念 6.2 企业资源定义、作用、分类和特征 6.3 能力学派与资源学派的异同 6.4 能力与资源的关系 6.5 总战略及其目标 6.6 大型道路运输企业资源系统第7章 营运线路网络资源 7.1 营运线路网络资源的概念 7.2 “ 结点运输、无缝接驳 ” 理论 7.3 新国线运输集团关于“ 结点运输、无缝接驳 ” 理论的实践 7.4 营运线路网络效应评价第8章 企业文化资源 8.1 企业文化概念 8.2 企业文化建设模型 8.3 企业家与企业文化建设 8.4 新国线运输集团企业文化建设第9章 人力资源、企业家和职业经理人 9.1 人力资源 9.2 企业家 9.3 职业经理人第10章 品牌资源 10.1 品牌的基本概念 10.2 品牌资源的作用 10.3 品牌是一个系统 10.4 道路运输企业的品牌资源与其他资源的关系 10.5 新国线运输集团品牌战略第11章 道路运输企业资源系统协调和资源优化配置 11.1 协调理论 11.2 道路运输企业资源系统协调的概念 11.3 道路运输企业资源系统协调度模型 11.4 新国线运输集团资源系统协调性分析 11.5 资源整合和优化配置第12章 道路运输企业资源系统满意性评价和资源要素结构分析 12.1 资源系统满意性评价 12.2 资源要素结构分析第13章 企业的竞争、合作和竞合 13.1 竞争的基本概念 13.2 竞争—合作—竞合的演变 13.3 资源与企业优势 13.4 在合作中发展 13.5 企业集团 13.6 战略联盟 13.7 新国线运输集团的“ 竞合 ” 实践参考文献后记结束语

<<道路运输企业发展资源总论>>

章节摘录

第1章 道路运输企业概 1.1 企业与运输企业 1.1.1 企业 企业是商品经济发展到一定阶段，从手工业发展到机器大工业以后产生并逐步形成的，其具体的形态也越来越多样化。企业的概念从它的诞生到现在一直处于不断发展的过程之中，但迄今为止，还没有一个关于企业概念统一的表述。

《现代汉语词典》（商务印书馆，2005）解释：企业是“从事生产、运输、贸易等经济活动的部门，如工厂、矿山、铁路、贸易公司等”。

张鸿庆（1996）等认为，“企业是专门从事生产、流通、服务等经济活动，为满足社会需要并获取赢利，进行自主经营并实行独立核算，具有法人资格的经济组织”。

经济管理学界不同学派对于企业本质的认识是不同的。

艾尔庆（A.A.Alchian）和邓姆塞茨（H.Demsetz）认为，企业的实质是高效的团队生产，而不是雇主与雇员的长期合约。

企业是由合约、协议和内部成员之间所组成的各种关系的集合。

企业契约理论认为，企业完全是一种法律假设，可作为个人之间契约的联结。

<<道路运输企业发展资源总论>>

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>