

<<运输与运输管理>>

图书基本信息

书名：<<运输与运输管理>>

13位ISBN编号：9787301074039

10位ISBN编号：7301074034

出版时间：2004-7

出版时间：北京大学出版社

作者：张旭凤

页数：267

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>

<<运输与运输管理>>

内容概要

全书从运输的经济理论、物流运输技术及运输企业管理三个部分对物流运输中涉及的理论、技术、管理进行阐述。

第一部分：以经济理论为基础，主要讨论如何实现运输资源的良好配置，包括运输经济理论、运输市场及运输的需求和供给，以及不同运输方式的技术经济特性，为企业进行运输决策提供重要的理论依据。

第二部分：从物流企业的运输部门或运输企业的实际技术需求出发，阐述了在运输过程中（如配送运输、零担货物运输以及国际货物运输等）涉及的技术，并用运筹学的方法，为企业进行各类运输决策提供了重要的技术保障。

第三部分：从物流企业的运输部门或运输企业在实际运作的管理过程中存在的问题出发，包括运输管理、实际运作及企业的绩效考评三大方面。

为企业进行运输管理及运作，提供了重要的操作方法。

<<运输与运输管理>>

作者简介

张旭凤，女，31岁，1994年毕业于同济大学非金属材料专业获得工学学士学位，1997年毕业于武汉工业大学非金属材料专业获得工学硕士学位，现为北京物资学院物流系教师。目前主要担任物流管理专业本科的教学工作，同时承担运输和物流专业领域的科学研究工作。出版过多部物流

<<运输与运输管理>>

书籍目录

第一章 运输、运输业及运输管理 第一节 运输、交通与物流 第二节 运输及运输业的发展历史 第三节 运输业 第四节 运输管理及运输企业管理和运作第二章 运输经济理论基础 第一节 运输资源配置 第二节 运输化理论 第三节 交通运输与经济空间结构 第四节 运输结构分析第三章 运输市场 第一节 运输市场概述 第二节 运输市场的分类和结构 第三节 运输市场的运行环境和规则 第四节 运输市场的运行第四章 运输需求与供给 第一节 运输需求及特点 第二节 运输需求分析 第三节 运输供给及其特点 第四节 运输供给分析 第五节 运输供需状态分析第五章 现代运输系统概论 第一节 水路运输系统 第二节 铁路运输系统 第三节 公路运输系统 第四节 航空运输系统 第五节 管道运输系统第六章 城市交通运输与规划 第一节 城市交通系统 第二节 城市交通与规划 第三节 工商业选址与交通运输第七章 物流运输技术基础 第一节 物流运输结点 第二节 物流运输设备 第三节 信息技术在运输中的应用 第四节 物流运输中的优化第八章 现代物流运输形式 第一节 配送运输 第二节 零担货物运输 第三节 班轮运输第九章 集装箱进出口运输 第一节 集装箱运输基本知识 第二节 集装箱进出口运输第十章 运输企业的管理 第一节 运输市场 第二节 运输价格管理 第三节 运输合同 第四节 财务管理 第五节 运输企业的组织架构及岗位设置 第六节 运输部对车队的管理第十一章 运输企业的运作 第一节 运输企业的作业流程 第二节 运输企业的风险控制 第三节 运输部门与企业外部的合作第十二章 运输企业的绩效考评 第一节 运输企业营运质量的考评 第二节 运输企业人员素质要求、培训及考核办法参考文献

<<运输与运输管理>>

章节摘录

市场属于商品经济的范畴。

它的形成和发展以社会劳动专业化分工协作为前提，以商品交换为基础，以经济利益关系为本质。运输市场作为整个社会市场体系的细分类，除具有一般市场的共性外，还具有其自身的特殊性。

一、市场和市场的构成 市场是商品经济发展的产物，市场的概念也是随着商品经济的发展而发展的。

最初的市场主要是指商品交换的场所。

因为在人类社会初期，生产力水平很低，能进入交换的产品极少，交换关系也十分简单，生产者的产品剩余时，就需要寻找一个适当的地点来进行交换，这样就逐渐形成了市场。

随着生产和社会分工的发展，商品交换日益频繁，人们对交换的依赖程度也日益加深，从而使他们各自的产品互相成为商品，互相成为等价物，使它们互相成为市场。

在这里，交换关系复杂化了，市场成为不同生产者通过买卖方式实现产品相互转化的商品交换的总和。

因此，市场这一概念明显包括双重含义：其一是商品交换的场所，这是进行商品交换的必要条件，没有一定的场所，交换就无法进行；其二是一切商品交换关系的总和，即从事商品生产和交换的生产者、经营者以及商品的消费之间错综复杂的交换关系的总体。

从企业市场经营活动的角度看，市场作为商品交换的场所，不仅泛指空间的含义，而且还含有强烈的时间概念。

随着商品交换的发展和市场范围的扩大，市场的时间概念越来越重要。

及时生产和适时交换，可以使商品生产者、经营者在市场上迅速实现商品的价值。

从市场经营活动的角度出发，企业是以买方为侧重点来研究市场的。

正是在这个意义上，市场可以定义为“一种商品或劳务的所有潜在购买者的需求总和”。

在市场经营活动过程中，从事经营的买卖双方存在着实物和价值的经济联系。

这种经济联系体现着双方的经济利益。

因此。

从整体来考察，市场必须具备以下要素： 1. 市场的主体要素，即从事市场交换活动的当事人，包括生产者、经营者和消费者。

他们在市场活动中的地位和作用不同，参加市场活动的目的不同，具有各自独立的经济利益。

生产者与经营者参加市场活动是为商品找到合适的购买者，而消费者则是为了购买合适的商品。

在供不应求的卖方市场态势下，消费者处于不利地位。

要使市场交换活动顺利进行，必须正确处理好交换双方的经济利益关系。

2. 市场的客体要素，即能够满足消费者某种需要的一定量的商品或劳务，这是构成市场的物质基础。

3. 市场交换行为要素，即在交易活动中各方面主体所采取的交换行为，是人的主观意识的外在表现。

在商品交换活动中，买方和卖方各有不同的目的和要求，这些要求必须形成双方都接受的交易条件，如共同接受的价格、付款期限、付款方式等，交易才能进行。

市场交换的行为要素就是使各方面的主观意识趋向一致的行为。

为了保证商品交换活动取得成功，要求卖方的商品要适销对路、价格适宜，并能提供良好的销售服务；要求买方（包括团体和个人）必须具备一定的购买力和购买欲望。

上述三要素构成了整个市场，缺少其中任何一个，市场活动就无法进行。

这三个要素构成市场的矛盾运动，制约市场规模，决定市场的基本状况及其发展趋向。

二、运输市场的含义 运输市场是运输生产者和运输需求者之间进行运输交易的场所和领域，是运输活动的客观反映。

狭义的运输市场是指运输承运人提供运输工具和运输服务，来满足旅客或货主对运输需要的交易活动场所，及进行运输能力买卖的场所。

<<运输与运输管理>>

广义的运输市场是指一定地区对运输需求和供给的协调与组织，包括一定的女易场所、较大范围的营业区域和各种直观或隐蔽的业务活动。

具体来说：（一）运输市场是运输产品交换的场所，也就是买卖双方发生联系和作用的地点。这个意义上的运输市场是一个地理概念，通常理解为运输产品交易的场所。

例如，某些特定的运输产品交易点。

（二）运输市场是运输产品的流通领域。运输活动本身是社会生产在流通领域的继续。然而，运输产品本身也需要在市场上交换（虽然它是无形的）。

这个意义上的运输市场反映的是运输市场上的交换关系和经济联系的总和。

它强调运输产品的交换，以及伴随着这种交换构成所产生的信息流、货币流等等，从而突出运输市场产品对社会再生产以及运输生产的调节功能。

由于每一个运输产品的提供者都与同类产品的提供者发生联系，他们又与不同商品的生产者、中间商或消费者发生联系，因此作为运输企业，必须要研究运输市场上的各种关系，才能适应市场的变化和发展。

（三）运输市场是运输产品供求关系的总和。从这个角度认识和分析，运输市场是由劳务、资金、设备、技术、信息等供给和需求所构成的。

这个意义上的市场概念强调的是买方、卖方力量的对比结合。

“买方市场”、“卖方市场”就反映了这一概念下供求力量的对比结果。

根据买卖双方在市场中的地位 and 供求态势来分析运输市场，是掌握市场变化的一个十分重要的方法。企业要根据市场供求规律来调节其生产和经营，了解市场的供求与变化的态势显然是一项基础工作。

（四）运输市场是在一定时空条件下对运输产品的需求（现实需求和潜在需求）总和。对运输产品的需求总和是由运输需求者群体表现出来的，它包括现实需求和潜在需求，当人们说“中国的运输市场很大”时，并不是指运输产品交易场所的大小，而是说“中国对运输产品”的需求很大。

今天，在论及运输市场问题时，更多的是指这一层面上的运输市场。

三、运输市场的构成。运输市场是一个多层次、多因素的集合体，它由多项要素构成。

构成运输市场的因素主要包括：1. 运输需求者。这是具有现实或潜在需求的单位、组织和个人。

运输需求者是构成运输市场的重要因素。

运输需求者的总体数量以及单个运输需求者的需求状况决定运输市场的总体需求规模。

在分析运输需求这一概念时，有必要区分运输需求与运输需要之间的差别。

在经济学中，“需求”和“需要”是两个不同含义的概念，需要是一种要求和欲望，是人们在没有得到某种满足时的一种感受状态；需求则是消费者在一定时期内愿意并且能够购买的某种商品和劳务的数量。

需求这一概念包括两个方面的规定，一是消费者的购买意愿，二是消费者的购买能力。

对商品的需求是以消费者的购买意愿为前提，消费者如果具备实际支付的能力，但无购买意愿（例如倾向于储蓄），就不能形成需求。

购买意愿又是以实际支付能力为约束条件的，也不能形成需求。

由此看来，运输需求是指有支付能力的运输需要。

或者说愿意并且能够购买人或货物空间位移的数量表现。

.....

<<运输与运输管理>>

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>