

<<企业生存空间论>>

图书基本信息

书名：<<企业生存空间论>>

13位ISBN编号：9787509618158

10位ISBN编号：7509618150

出版时间：2012-5

出版时间：经济管理

作者：高钟庭//苏德林

页数：220

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>

<<企业生存空间论>>

内容概要

《经济管理学术文库·管理类·企业生存空间论：一个基于企业性质理论的均衡分析》的研究对象为企业的（最优）生存决策问题。

就研究问题而言本研究应属企业生产决策理论的范畴，但我们认为本研究更多的是企业性质理论和微观经济学理论的范畴。

针对企业生存决策与企业性质理论两张皮现状，本书通过对企业性质与特点的回顾、反思，从经济变量的存量、流量分析方法入手，发现已有企业性质理论问题和生存决策问题研究中的不足，基于新制度经济学企业理论研究成果和吸收现代主流经济学中企业理论中的合理成分，以“要素收入利润率”和“企业生存空间”为核心概念，试图构建一个基于企业性质理论的厂商均衡分析框架，将企业利润最大化决策与企业性质理论紧密结合起来，回答企业如何实现利润最大化问题，找到企业生存状况的指标——企业生存空间。

本书后半部分提供了企业生存空间拓展方案——提高企业家才能、创新需求曲线、创新成本曲线

<<企业生存空间论>>

作者简介

高钟庭，1964年生。

现为河北经贸大学经济研究所研究员、硕士研究生导师。

1987年毕业于河北大学经济系。

长期从事本科生及研究生微观经济学、宏观经济学、政治经济学、发展经济学、人力资本理论等方面的教学与研究，主要研究方向为工业化、企业理论、微观经济学。

主持河北省社会科学规划项目“河北省走新型工业化道路研究”，主研“河北省国民经济和社会发展规划‘十五’规划”及2010年远景规划重点项目“加速中国区域工业化进程的环境分析”等省部级以上项目10余项。

合作出版《中国区域工业化研究》、《工业化与服务业发展》等学术专著7部，发表《工业化的性质》、《知识的经济化与经济的知识化》等学术论文60余篇。

著作获河北省优秀社会科学著作一、二、三等奖等省部级及以上奖励10项。

1998年破格晋升副研究员。

2001年破格晋升研究员。

苏德林，1965年生。

现为河北省卫生厅外资项目办公室高级会计师。

1988年毕业于河北财经学院财政系财税专业，2002年毕业于河北师范大学国际经济与政治专业在职研究生班。

20多年来，一直在卫生系统从事预算外资金管理、财务管理、医疗服务收费项目价格管理、内部审计监督、世界银行贷款及国际组织赠款项目管理及财务管理等工作。

自始至终参与全国卫生世行贷款项目的财务管理方法和会计核算实施细则的起草工作，主持制定了河北省卫生世行贷款项目的财务管理方法和会计核算实施细则；会同河北省财政厅制定了全省新农合基金财务管理方法和会计制度。

在国家和省级刊物上发表涉及世行贷款项目及财务管理等方面的论文多篇。

<<企业生存空间论>>

书籍目录

第一章 寻找观察企业的新视角第一节 对企业理论和企业生产决策理论的简要回顾第二节 构建企业生产决策理论的企业理论基础第三节 企业生存空间——观察企业的一个视角第四节 本书的目的、研究方法、思路及内容安排第二章 企业生存空间第一节 企业利润最大化的再认识第二节 企业生存空间第三节 企业生存空间的决定因素第三章 企业生存空间比较第一节 经济体制与企业生存空间第二节 企业不同时期生存空间比较第三节 行业内企业间生存空间比较第四节 行业间企业生存空间比较第五节 行业间企业生存空间比较的实证分析第四章 企业生存空间变化第一节 企业规模变化与企业生存空间变化第二节 企业多元化经营与企业生存空间变化第三节 企业生命周期变化与企业生存空间变化第五章 企业生存空间拓展：企业家培养与企业家才能的提高第一节 企业家和企业家才能第二节 企业家的培养第三节 企业家才能与企业核心竞争力第六章 企业生存空间拓展：创新需求曲线第一节 以增强经济性垄断优势创新需求曲线第二节 技术创新与市场创新的互动性质第三节 拓展企业生存空间的需求创新路径第七章 企业生存空间拓展：创新成本曲线第一节 对成本曲线的创新：现代企业拓展生存空间的重要方面第二节 企业创新成本曲线的实践——以医药业为例参考文献后记

<<企业生存空间论>>

章节摘录

(1) 资源性独占。

基于资源禀赋的稀缺性而带来产品（服务）的独特经济权利，比如正宗的龙井茶、阮玲玉的歌曲和郭德纲的相声等。

郭德纲出演的一场相声的票价最高卖到五六千元甚至更高，虽然遭受各方争议，但是正因为这类产品的供应在市场上独一无二，消费者自愿支付高价购买，这种资源所有者的独占收益权理应得到维护。

(2) 创新性独占。

创新形成的专利权或版权，或者像可口可乐配方等那样的商业秘密。

这些资源没有天赋的独特性，但是在想象力和科学技术的商业应用方面，具有独特性。

如果政府不通过法律保护专利和商业秘密，发明和创新的回报难以保证，相关的供应必定不足，严重影响经济的持续增长。

不过，向社会公开已经成熟的技术，能够促进新技术的普及与推广，产生积极的外部效应，这就是法律对专利保护设置时限的原因：通过保护时限维护创新者的积极性，通过过期后向社会免费开放推动发明成果能够在更为广阔的范围内推动社会技术进步。

(3) 胜出性独占。

市场竞争必然会有胜负，胜者名正言顺地成为相关利益的占有者。

企业或个人在市场竞争中，凭借实力和策略，将所有竞争对手逐出市场，例如IBM和微软，它们没有限制其他个人或组织从事电脑硬件和软件的研发生产，但是在一定时期内没有企业超过它们。

它们获得的独占性收益是自我创造的独特优势的结果。

.....

<<企业生存空间论>>

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>