

<<旅游企业隐性知识创新与共享的激励>>

图书基本信息

书名：<<旅游企业隐性知识创新与共享的激励机制研究>>

13位ISBN编号：9787563724352

10位ISBN编号：7563724354

出版时间：2012-7

出版时间：旅游教育出版社

作者：饶勇

页数：217

字数：166000

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>

<<旅游企业隐性知识创新与共享的激励>>

内容概要

隐性知识占据了旅游企业知识总量的%左右，但过于强调“标准化”的传统管理模式却制约了旅游企业隐性知识创新与其享的效率。

《旅游企业隐性知识创新与共享的激励机制研究》以高度倚重隐性知识生产的饭店业为例，构建了基于产权交易假说的隐性知识创新与其享的激励模型，推导出了“特许权契约”、“分成契约”以及“买方独占”等不同信息条件下的激励契约类型，并从激励机制设计、工作组织形式与决策命令模式等方面提出了对隐性知识生产活动进行主动组织干预的管理创新方案。

《旅游企业隐性知识创新与共享的激励机制研究》的作者是饶勇。

书籍目录

第一章 导论

第一节 旅游企业为何要创建隐性知识创新与共享的激励机制

第二节 隐性知识创新及相关旅游研究述评

第三节 研究思路与基本假设

第四节 研究方法与论证结构

第二章 旅游企业隐性知识创新的过程及特殊性研究

第一节 概念辨析

第二节 旅游企业隐性知识创新与共享活动的特殊性研究

第三节 旅游企业知识创新的认知与实践——珠江三角洲地区旅游企业知识创新认知和实践调查

第四节 旅游企业隐性知识创新流程研究

第三章 旅游企业隐性知识创新与共享效率的影响因素研究

第一节 旅游企业隐性知识创新与共享活动的激励不足和外部性问题

第二节 旅游企业的隐性知识产权交易过程分析

第三节 影响旅游企业隐性知识创新与共享效率的因素类别及其维度

第四章 旅游企业隐性知识创新与共享的激励契约形式选择

第一节 旅游企业隐性知识创新与共享的激励契约设计原则与依据

第二节 信息接近对称时隐性知识创新与共享的激励契约形式

第三节 信息不对称时隐性知识创新与共享的激励契约形式

第四节 非正式组织内部隐性知识激励契约的自履行机制

第五章 旅游企业隐性知识创新与共享的组织规制设计

第一节 旅游企业隐性知识激励契约与工作组织形式的匹配

第二节 旅游企业隐性知识创新激励契约与决策命令模式的匹配

第三节 旅游企业隐性知识创新与共享的激励机制设计

第六章 研究结论与展望

第一节 研究结论

第二节 研究创新与展望

附录一 关于旅游企业知识创新活动现状的调查问卷

附录二 英文名译文对照表

参考文献

后记

章节摘录

版权页：插图：是指对隐性知识的法理或道德上的绝对归属。

因为隐性知识的形成路径极其复杂，个人的洞察力、直觉与主观努力在其中起到了关键作用，所以实际持有者理应享有其所有权。

王某作为自身隐性知识最重要的创造者在法理和道德意义上都是其绝对归属，王某拒绝“带徒弟”是行使其所有权的一种表现。

2.隐性知识的占有权 隐性知识实际被使用时的支配权的归属，则需要结合其他产权形式分情况来讨论了，这个问题的复杂性是由知识复制时无物理消耗等特性造成的。

（1）在隐性知识以完全或接近完全的个人状态来投入生产时由于不会发生共享及所有权的转移（或摊薄），即便多次重复使用，原持有者仍然能完整地保留其所有权，所以其支配权由组织和个人共同持有，双方所占的比重大小取决于双方对这份隐性知识的投资比例，如果组织给予持有者的相关投资比较显著则组织事实上拥有优先的支配权，如果持有者个人的相关投资比较显著则个人事实上拥有优先支配权。

比方说，王某的丰富经验如果是旅行社刻意培养的结果，如多次派其外出参加学习进修，且有意识安排其专门接待豪华旅游团项目的话，那么旅行社对其隐性知识（经验和技能）在不共享前提下的使用就拥有优先支配权，对此王某也不应有异议；但如果旅行社没有对王某进行任何有别于其他同事的专门培养，即所进行的投资是完全平均水平，王某拥有的经验和技能基本上都是自己勤奋钻研的成果，那么王某可以拒绝旅行社在工作上比其他同事更特殊的安排，除非他能得到超出平均水平的补偿，因为他事实上拥有对自己隐性知识的优先支配权。

编辑推荐

《旅游企业隐性知识创新与共享的激励机制研究04》揭示了隐性知识创新与共享活动在旅游企业管理系统中的地位和作用，并对其经济学含义进行了界定。其中，创新的本质是对隐性知识进行的专用性投资，而共享则是隐性知识产权交易过程的表现形式。

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>