第一图书网, tushu007.com

<<出版企业竞争力评价研究>>

图书基本信息

书名：<<出版企业竞争力评价研究>>

13位ISBN编号：9787564122003

10位ISBN编号：7564122005

出版时间：2010-5

出版时间：东南大学出版社

作者：顾金亮

页数：135

字数：186000

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

前言

中国出版史，从文字使用、甲骨钟鼎到活字印刷、网络出版，绵延了3000余年。
中国不但是世界上最早发明纸张的国家，而且有“文明之母”之称的印刷术也最先在中国使用。
紧跟着这些伟大的发明，中国古代出版业高潮迭起。
西汉扬雄在《法言》中说：“好学而不要诸仲尼，书肆也。
”可见当时已经有了“书肆”这种专门售书的场所。
六朝人所著的《三辅黄图》，还记载西汉末期曾出现过图书发行集市——槐市，“诸生朔望会此市，各持其郡所出货物及经书传记、笙磬器物，相与卖买，雍容揖让，或论议槐下”①。
迄今，印刷术的发展经历了雕版和活版两个大的阶段。
雕版印刷大概在从晋朝到唐初这一时期趋于成熟与完善。
后唐长兴三年（932），宰相冯道奏告，“尝见吴蜀之人鬻印版文字，色类绝多，终不及经典”，他请示，“如经典校定，雕摹流行，深益于文教焉”。
22年后，冯道和他的同行者完成了《易》、《诗》、《书》、《左传》、《公羊传》、《谷梁传》、《仪礼》、《周礼》和《礼记》9种经典的校刊。
冯道创下的这一功业，被研究者认定为最早的国家出版行为，其功莫大焉。
冯道花费多年的心血，有组织地进行出版活动，从国家的意义上规范了一批经典，同时使雕版印刷从一门民间技艺登上国家技术的殿堂，冯道是划时代的。
北宋庆历年间，毕昇克服了雕版印刷刻版费时费工费料、大批书版存放不便、有错字不容易更正等缺点，发明了更为先进的活字印刷技术，使用胶泥制作活字，实行排版印刷，完成了印刷史上一次重大的革命。
从造纸术的进步到雕版印刷术的出现，从雕版印刷术的成就到活版印刷术的发明，这些伟大的进步与成功，本来足以使我国的出版业领先世界，独步天下。
然而，历史的不幸在于，雕版印刷术在它发明之后长期被冷落，其后果是后世人不得其发明发展之详，而毕昇发明所预示的伟大创造力也同样未能转化为现实的生产力。

内容概要

我国实施文化体制改革从而在出版业引入竞争机制以来，出版企业竞争力就成为出版企业、管理部门和社会公众普遍关心的问题。
在我国，出版是文化产业的重要组成部分，对经济和社会发展具有重要的作用。
以前关于出版企业竞争力的理论研究相对很少，因此，本研究从理论上来说具有丰富企业竞争力理论的意义，从实践来说不仅为出版企业提供了分析和评价企业竞争力的工具和方法，而且有利于从源头上提升整个出版产业的效率，因而具有较强的理论和现实意义。
本论文首先对企业竞争力及其评价、出版企业竞争力及其评价的理论、方法及研究现状进行了归纳和综述。
接着，分析了我国出版企业的发展现状，指出我国出版企业的发展面临诸多困境：企业规模普遍偏小，呈现出规模不经济的特征；出版企业间的竞争日趋激烈，出版库存和积压不容乐观等等。
继而基于作业分析方法，研究了出版企业竞争力的构成因素。
对价值链理论的发展脉络进行了梳理，以在价值链基础上发展而来的作业分析方法为工具，对出版作业的特征进行了归纳，对出版企业的业务流程进行了基于价值增值和价值创造的作业链分析，认为出版企业的作业是由选题策划作业、市场营销作业、内部协同作业、外部协同作业、企业文化营造作业、技术支持作业、人力资本作业和品牌管理作业8个方面作业组成的相互关联而又具有一定层次结构的体系，并提出了兼具一般企业共性，又具出版企业个性的出版企业竞争力识别模型。
接着构建了基于粗糙集理论的出版企业竞争力评价模型。
建模思路是以出版企业竞争力模型为基础，对选题策划竞争力、市场营销竞争力、内部协同竞争力、外部协同竞争力、企业文化竞争力、技术竞争力、人力资本竞争力和品牌竞争力8项要素作进一步细分，从而建立出版企业竞争力评价指标体系；利用粗糙集的属性约简思想对建立的指标体系进行约简，将指标体系中的冗余指标进行删除，并构建了一种基于粗糙集的出版企业竞争力评价模型。
最后基于价值链理论提出了培育出版企业竞争力的思路和建议。
本论文的创新之处主要体现在以下几个方面： (1)运用企业竞争力理论对我国出版企业的竞争力进行了研究，对出版流程进行了基于价值增值的作业分析，提出了基于作业分析的出版企业竞争力环状模型，认为出版企业竞争力是由选题策划竞争力、市场营销竞争力、内部协同竞争力、外部协同竞争力、企业文化竞争力、技术竞争力、人力资本竞争力和品牌竞争力8项要素构成的综合竞争力。
(2)设计了由选题策划竞争力、市场营销竞争力、内部协同竞争力、外部协同竞争力、企业文化竞争力、技术竞争力、人力资本竞争力和品牌竞争力8个一级指标和40个二级指标构成的出版企业竞争力评价的指标体系。
(3)提出了一种基于粗糙集理论的出版企业竞争力评价的理论模型。
该模型一方面利用粗糙集属性约简思想，删除冗余指标，精简和优化出版企业竞争力评价的指标体系；另一方面利用粗糙集理论中的属性重要度思想，确定指标权重，克服主观评价方法依赖研究领域先验知识支持的缺陷。
(4)提出了基于价值链管理的出版企业竞争力培育模型，出版企业可选择上游价值链增值模式、内部价值链增值模式和下游价值链增值模式3种方式培育和增强竞争力。

书籍目录

1 绪论 1.1 问题的提出 1.2 研究对象和研究意义 1.2.1 相关概念的界定 1.2.2 研究对象 1.2.3 研究意义 1.3 研究框架2 文献综述 2.1 企业竞争力的性质 2.1.1 企业竞争力的内涵 2.1.2 决定企业竞争力的四类要素 2.1.3 核心能力(核心竞争力)与竞争力的关系 2.2 企业竞争力理论的渊源 2.2.1 经济学对企业竞争力的研究 2.2.2 管理学对企业竞争力的研究 2.3 企业竞争力评价研究现状 2.3.1 国外对企业竞争力评价的研究 2.3.2 国内对企业竞争力评价的研究 2.3.3 企业竞争力评价方法 2.4 出版企业竞争力及其评价研究现状 2.4.1 关于出版企业竞争力的研究 2.4.2 关于出版企业竞争力评价的研究3 我国出版企业的发展现状与竞争力问题 3.1 改革开放以来的中国出版业发展简析 3.1.1 出版产业的高速增长 3.1.2 中国出版产业目前存在的主要问题及矛盾 3.1.3 中国出版产业面临的挑战 3.2 中国出版企业的现状分析 3.2.1 生产要素状况 3.2.2 需求状况 3.2.3 企业的经营战略与竞争优势 3.2.4 与上下游企业的竞合关系 3.3 中国出版企业的特征分析4 基于作业分析的出版企业竞争力识别 4.1 基于价值链理论的作业分析法 4.1.1 价值链与企业竞争优势之源 4.1.2 作业分析法与企业价值链理论的结合 4.1.3 作业分析与企业竞争优势识别 4.2 作业分析法概述 4.2.1 作业的分类 4.2.2 作业分析的过程 4.2.3 作业链的优化途径 4.3 出版企业的作业链分析 4.3.1 传统的图书出版业务流程分析 4.3.2 出版作业的特征分析 4.3.3 基于价值增值和价值创造的出版作业链分析 4.3.4 基于作业分析的出版企业竞争力模型 4.4 出版企业竞争力的特征5 基于粗糙集理论的出版企业竞争力评价 5.1 出版企业竞争力评价的含义、模型构建及指标选取原则 5.1.1 企业竞争力综合评价的含义 5.1.2 出版企业竞争力评价模型的构建原则 5.1.3 评价指标的选取原则 5.2 粗糙集理论与方法概述 5.2.1 粗糙集的基本概念 5.2.2 决策表 5.2.3 可区分矩阵 5.2.4 属性重要性 5.2.5 粗糙集理论对出版企业竞争力评价的适用性 5.3 基于粗糙集理论的出版企业竞争力评价模型的建立 5.3.1 出版企业竞争力评价指标体系的初步构建 5.3.2 基于粗糙集理论的出版企业竞争力评价模型描述 5.3.3 出版企业竞争力评价指标信息表的设定 5.3.4 出版企业竞争力评价中的连续属性离散化 5.3.5 出版企业竞争力评价指标集约简 5.3.6 出版企业竞争力评价指标权重的计算 5.3.7 出版企业竞争力综合评价值的计算6 基于价值链理论的出版企业竞争力培育 6.1 出版企业的价值链构成及特点 6.2 出版企业价值链与竞争力 6.3 基于价值链增值的出版企业竞争力培育模型 6.4 出版企业价值链增值模式分析7 结论与展望 7.1 本文的主要工作 7.2 本文的创新之处 7.3 展望致谢参考文献

章节摘录

②同质化经营、低水平重复建设问题严峻。
少儿社、人文社、科技社、教育社等类似的出版社各省都有，出版社规模普遍较小且没有特色。
③实力弱小。
相对于国外实力雄厚的出版企业，我国出版企业在技术、资金、管理、市场运作方面都存在着巨大的差距。
统计数据表明，我国所有出版社的销售额加在一起不及德国贝塔斯曼集团一家多。
2005年贝塔斯曼营业收入为211亿美元，列《财富》杂志世界500强企业第271位；2005年我国书业销售码洋为492.78亿元人民币，573家出版社中单体最大的出版社高等教育出版社年销售码洋为23.5亿元人民币。
④结构失衡，过度依赖教材教辅。
我国的出版产值和利润过分倚重教材教辅出版物。
与发达国家相比，我国图书出版结构严重失衡，大众读物和专业出版所占份额不到教材教辅读物的一半。
（5）数字技术和网络技术的发展和广泛应用改变了人们获取知识与信息的速度与方式，同时令以纸介质作为产品的传统出版业面临巨大挑战。
面对新的出版技术环境，我们不得不重新审视我们的出版方式、存储方式、交易方式、服务方式、获取利润的方式等。
我国出版业如何应对形势的变化并走出困境？
发达国家的出版企业在市场化运作过程中发展、壮大，并在全球市场形成竞争优势的先例，以及近年来我国众多行业在市场化过程中竞争力不断加强的现实，使出版行业市场化改革已经形成广泛的共识。
出版业市场化改革的首要问题就在于增强出版企业的市场竞争力。
出版企业如何在市场竞争中形成并保持竞争优势？
研究者们将目光投向美国经济学家迈克尔·波特（M.E.Porter）提出的企业竞争力理论。
波特教授侧重于从企业外部产业市场结构进行分析，认为产业市场结构对企业竞争优势的确立起主要作用。
产业吸引力是企业盈利的主要决定因素，市场进入障碍决定企业是否拥有持久的竞争优势，企业要根据产业市场结构而不是企业内部条件来选择进入市场的战略。
波特的企业竞争力研究主要集中在其3部著作——《竞争战略》（1980）、《竞争优势》（1985）和《国家竞争优势》（1990）之中，他从微观、中观和宏观三个层次较为全面地论述了企业竞争力问题。
当前关于出版企业竞争力的研究主要集中在出版企业竞争力的界定、竞争力特征以及评价原则等前期基础问题的研究上，还缺乏出版企业竞争力及其评价的系统研究。
为什么客观条件大致相同的出版企业在市场上的表现差异巨大？
出版企业的竞争力由哪些要素构成？
我们应根据哪些指标来判断一个出版企业是否具有竞争力？
其竞争力的大小如何定量计算？
出版企业竞争力应如何培育？
这些问题都亟待人们去思考和探讨。

编辑推荐

《出版企业竞争力评价研究》共分7个章节，主要对出版企业竞争力作了研究和评价，具体内容包括企业竞争力的性质、企业竞争力评价研究现状、改革开放以来的中国出版业发展简析、中国出版企业的特征分析、出版企业的作业链分析等。
该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

第一图书网, tushu007.com

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