

<<企业资源.战略集团对企业业绩的影响>>

图书基本信息

书名：<<企业资源.战略集团对企业业绩的影响-以我国大中型客车行业为例>>

13位ISBN编号：9787308054362

10位ISBN编号：7308054365

出版时间：2007-8

出版单位：浙江大学

作者：罗辉道

页数：188

字数：225000

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>

## <<企业资源.战略集团对企业业绩的影响>>

### 内容概要

《企业资源、战略集团对企业业绩的影响：以我国大中型客车行业为例》选择了我国的大中型客车制造行业作为研究对象。

在文献综述和对一定数量的客车行业的专家进行访谈的基础上，对我国的大中型客车行业的战略变量和资源变量做了初步界定。

将我国客车行业的战略变量归结为产品标准化等21个变量，将企业资源变量归结为客户融资、企业规模、员工技能、品牌声望、营销能力和综合能力等六个方面。

书籍目录

- 01 绪论
  - 1.1 研究背景
  - 1.2 研究模型的提出
  - 1.3 本研究的意义
  - 1.4 研究目标、内容和拟解决的关键问题
  - 1.5 研究方法与技术路线
  - 1.6 本书的结构安排
- 02 企业资源论文献综述
  - 2.1 战略要素市场的提出与发展
  - 2.2 资源概念与分类研究
  - 2.3 企业优势资源特征述评
  - 2.4 对资源论的实证研究综述
  - 2.5 对资源论研究的评论
- 03 战略集团文献综述
  - 3.1 战略集团提出与发展的三个阶段
  - 3.2 战略集团研究分类及其划分方法
  - 3.3 战略集团对企业业绩影响的理论基础与实证研究
  - 3.4 对战略集团的评论
- 04 我国大中型客车产业分析
  - 4.1 我国汽车工业发展背景下的客车发展
  - 4.2 我国大中型客车的需求分析
  - 4.3 我国大中型客车产业现有企业基本情况
  - 4.4 本章小结
- 05 研究模型、假设与方法
  - 5.1 研究模型与假设
  - 5.2 自变量选择
  - 5.3 因变量的确定与数据来源
  - 5.4 战略集团界定方法聚类分析
  - 5.5 数据收集与假设检验技术
- 06 假设检验结果
  - 6.1 战略集团划分
  - 6.2 战略集团之间及集团内部成员企业之间业绩差异分析
  - 6.3 企业资源对企业业绩的影响
  - 6.4 战略集团、企业资源对企业业绩的交互影响
- 07 结论与展望
  - 7.1 研究结论
  - 7.2 本研究创新之处
  - 7.3 不足之处与进一步研究方向
- 参考文献
- 附录
  - 附录1
  - 附录2
- 后记

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>