

<<物流行业系统战略管理>>

图书基本信息

书名：<<物流行业系统战略管理>>

13位ISBN编号：9787504727626

10位ISBN编号：7504727628

出版时间：2008-2

出版时间：中国物资

作者：温湖

页数：149

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>

<<物流行业系统战略管理>>

前言

本书为政府机关、事业团体中从事行业管理(包括物流行业管理)的相关人员,以及行业管理相关领域的研究者、教师、学生所作。

据作者观察,数十年来,我国各级行业管理者(总体来说就是社会管理者)基本上仍在沿袭战争年代传递下来的适应小生产手工业方式的工作方法。

现在我国已进入全球化竞争的大生产时代,低效率的手工业方式不仅不适应,甚至阻碍了社会经济的发展。

理所当然地需要普遍实行与大生产相适应的科学的、高效率的工作方法——战略管理。

战略如同用兵,兵法有云“兵无常势,水无常形”,战略亦然。

因而战略要随客观事物(如管理对象及其时空情势)的千姿百态而变化纷繁,绝无雷同。

故,战略没有固定的模式,不可能标准化。

本书自然不是战略的定律和法则。

事物总有共性,战略亦然。

战略的共性之一是系统性与过程性。

战略并非高深莫测,遥不可及的。

恰好相反,战略是由众多的日常工作方法,按某种意图,有效编排,构成系统,进而依次操作,以求达到大幅度变革现实的目的。

<<物流行业系统战略管理>>

内容概要

《物流行业系统战略管理》第一篇概述了物流理论与实践的发展。
第二篇详细介绍了战略的某些概念以及由各种工作方法编列组成的物流行业发展的战略轮廓，包括战略使命的确立、目标体系的制定、战略分解、战略措施、战略控制、战略合成、战略成果的收获等战略操作内容，是《物流行业系统战略管理》的主体部分。
第三篇讲述了战略的管理，着重介绍了非实体机构（如行业管理）的虚拟管理的特点与要求。
第四篇对物流行业战略管理的理论意义与实践意义作出一般评价，并由物流行业引申到泛行业，进而引申到各级政府对社会管理的素质的飞跃提升。

<<物流行业系统战略管理>>

书籍目录

第一篇 导言第一章 物流理论的发展一、物流的实践与理论二、我国的物流发展三、早期对物流功能价值的认识第二章 当代对物流功能价值的思考一、物流功能的新探求二、当代物流的发展形态扫描三、当代物流尚在认知中的功能价值四、物流行业系统战略是直接命题，求解两项理论困惑及一项物流功能价值是隐性命题第二篇 城市（地区）物流行业发展的战略管理第三章 概念的界定一、行业的概念二、战略的核心任务三、物流行业的规划发展需要“多行业互动”四、协调多行业的互动不是企业的职能五、以物流行业为对象的研究——本书的立足点第四章 行业战略的构成、程序与分类一、行业战略的构成二、战略元素三、战略程序四、战略的分类第五章 行业战略使命一、行业战略使命与社会进步二、行业战略使命的拟定三、行业战略使命在战略中的作用四、物流行业战略使命的个性五、几个共性的物流行业历史使命第六章 战略目标一、战略目标体系在行业战略中的作用二、行业战略目标体系的制定三、确立战略目标体系的两种可能第七章 战略措施一、战略措施在战略中的意义与作用二、“三者平衡”与目标问题分类分级三、对极度困难问题制定措施的办法四、战略措施缺失的评估第八章 战略的分解一、战略分解的意义和作用二、战略的分解过程三、战略分解模式示意第九章 物流行业网点布局分战略一、物流行业网点布局分战略的意义二、行业现状分析与基干企业的优选三、行业营业网点布局设计四、第三方物流企业的培育计划第十章 物流专业人才分战略一、物流行业形势与物流人才二、当前培养物流人才两种途径的比较分析三、培养应急物流人才首选是“小专业培训”四、“小专业培训”的培训组织需要细化第十一章 第三方物流市场开拓分战略一、开拓第三方物流市场的难度很大二、市场客体的开发三、市场主体的开发第十二章 物流行业企业文化分战略一、行业文化二、第三方物流需要特殊的企业文化三、个性鲜明而又有效的企业文化，是第三方物流企业的生产力四、第三方物流企业文化的特征五、第三方物流企业文化的内涵六、物流行业文化的意义第十三章 物流运作技术装备分战略一、第三方物流供应链的结构二、关于仓库的设置三、关于运输工具四、关于信息技术装备五、第三方物流企业素质建设的充分条件第十四章 行业发展资金分战略一、行业战略中的资金需求二、第三方物流企业自身发展所需资金三、政府导向性的激励资金四、第三方物流企业信贷流动资金第十五章 战略的合成一、最后的战略操作程序——战略的合成二、战略机构合成三、战略功能合成四、功能合成三步骤都须做出评价第十六章 战略成果及其收获一、收获战略成果是一个较长的时间过程二、可在近期直接收获的战略成果三、经过一段较长时间方能收获的间接战略成果四、收获战略成果的终极意义第三篇 战略的管理第十七章 战略的管理与领导一、战略管理是战略的三大组件之一二、战略成效、管理者及其素质三、战略管理机构及其性质四、战略管理机构的职能五、分战略的管理第十八章 战略的进程与运行一、制订战略进度计划二、编制战略进度计划的要求与方法三、战略控制四、战略的总结与评估第十九章 战略支持系统一、统计支持系统二、地方财政的战略支持系统三、城市卫星定位技术平台的业务支持四、城市规划设计支持系统第四篇 行业战略管理的理论意义与实践意义第二十章 物流行业战略管理的理论意义与实践意义一、两种管理思想及其比较意义二、物流功能价值的新认知三、两大物流理论困惑的实证研究四、推荐物流行业战略管理的社会价值第二十一章 对非物流行业战略管理的理论意义与实践意义一、对非博弈型社会系统战略的实践意义二、行业战略管理提出的新挑战

<<物流行业系统战略管理>>

章节摘录

第二篇 城市（地区）物流行业发展的战略管理：第五章 行业战略使命：一、行业战略使命与社会进步国家社会的发展及按其所属延伸到某个城市（或地区）的社会发展与进步，通常是其社会整体变革的结果。

社会整体由政治、经济、文化、军事、科技等重要领域所构成。

其中一个或一个以上的重要领域的变革，就可能导致社会整体的发展与进步。

这些重要领域尤其是经济领域，又是由若干个不同行业构成的。

在众多不同的社会行业中，有些行业由于它所处的行业相互关联中的特定地位所决定，拥有特定的可以影响社会全局或改变全局，至少是牵动全局的作用。

这种作用的集聚或释放，就有可能改变社会整体的面貌，这在经济领域表现尤为明显。

对行业的这种作用，我们简单地称它为“行业的社会进步能量”，或者叫做“行业的社会进步潜质”，这个潜质不仅是行业战略的动力，也是孕育行业战略使命的土壤。

二、行业战略使命的拟定：当实行一项战略的意向一经确定，最初战略组织工作就是确定行业战略的历史使命。

按前一节所述着力挖掘行业的社会进步潜质，力求分辨并指出该行业的社会进步能量所在，并对能量的现状及其挖掘前景作出估量，设想最终达到推进社会进步的前进幅度。

这一过程实际就应是确定行业战略使命的过程。

换句话说，行业战略的使命，就是挖掘并发扬行业的这种推进社会进步的潜质。

但是，在具体的战略操作时，还需要给予指标化的描述（可以是定量描述也可以定量结合定性描述）

。这种描述既要描述战略的当前态势，更要描述预期的、战略终结时可以期望的态势。

两项描述的差异、差距和差额就将是我们需要完成的战略历史使命，当然还要考虑消除这种差距的主客观条件。

这一点将在第六章给予解说。

三、行业战略使命在战略中的作用：行业战略使命一经确定，就将是行业战略一切活动的唯一基准；它既是战略的最终目标，又是战略活动的行为准则，它必须统领战略的全局。

所有战略目标体系的制定，必须是为了战略使命的实现；所有战略措施的制定与施行，都必须是保证战略使命的完成。

一切的战略观念与战略行为，必须服从于战略使命的需要。

总之，它是一切战略思维与战略行为的最高准绳。

四、物流行业战略使命的个性各市（地区）的物流行业因其所承担的任务不同、发展条件不同、地理区位不同以及技术装备、人力资源等许多条件的各不相同，以致行业所承担的历史使命也是千差万别、各不相同的。

<<物流行业系统战略管理>>

编辑推荐

《物流行业系统战略管理》由中国物资出版社出版。

<<物流行业系统战略管理>>

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>