

<<机遇及机遇管理>>

图书基本信息

书名：<<机遇及机遇管理>>

13位ISBN编号：9787030262271

10位ISBN编号：7030262271

出版时间：2010-1

出版时间：科学出版社

作者：黄津孚

页数：244

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>

<<机遇及机遇管理>>

前言

机遇，也许是迄今为止人们谈论最多、对人类影响最为广泛、对其研究却最不充分的经济学、管理学和哲学范畴之一。

机遇的价值为人之共识。

国家因机遇而崛起，企业因机遇而超常规发展，个人因机遇而改变命运。

为此，自古以来人们一直坚持这样的信念：要珍惜和利用机遇，“机不可失，时不再来”。

机遇作为一种客观存在，既然对人类生存发展具有如此广泛深远的影响，理应纳入管理的视野，机遇管理理应成为管理学的重要命题。

然而，由于人们长期以来受机遇神秘论、机遇泛化论、机遇风险对称论、机遇纯属外因论、机遇与战略对立论、机遇与能力对立论等种种迷思的束缚和误导，关于机遇的研究始终未能进入学术界的主流，关于机遇管理的领域出现了极不正常的空白。

理论的荒疏导致行动的失误，经营决策和管理中误把机会和风险当机遇，落入机会主义、冒险主义的陷阱，或误以为机遇可遇而不可求，从而消极等待、无所作为。

实践呼唤机遇管理理论。

笔者在10多年前注意到了上述现象，怀着拓荒者的心情开始潜心研究。

中国人常常用“十年磨一剑”来形容精品出炉之艰难。

笔者能够将本书奉献给读者，确实整整花了10多年的时间进行研究。

理论研究如同长途跋涉，“雄关漫道真如铁”，1998年以来，笔者和笔者的研究团队克服了一个个思想上的障碍和理论上、研究方法上的困难。

首先是破除自身的迷思：机遇管理是不是一个伪命题或者是已经解决的问题？

国内外为什么没有多少人研究它？

这是不是无法解开的黑箱？

<<机遇及机遇管理>>

内容概要

本书是国内第一部比较系统、深入地论述机遇和机遇管理的学术著作。

本书通过论证界定了机遇的科学概念，论述了机遇和机会、机遇和风险的关系，批判了若干广为流行的错误认识，揭示了机遇形成和演变的机制。

在此基础上，论述了机遇的识别、评价、利用和营造的思路和方法，介绍了商务智能(BI)在机遇识别和分析中的应用前景。

本书提出了许多新的学术观点，并引用了大量案例对相关理论和方法做了比较通俗的说明。

本书主要面向企业管理工作者，可以为企业战略分析、策略制定提供新的思路和方法，同时对于其他组织及个人的发展规划与实践也具有参考价值。

<<机遇及机遇管理>>

作者简介

黄津孚，教授，1943年2月生于上海市，经济学硕士，现任首都经济贸易大学教授(博士生导师)、企业发展研究中心主任、校学术委员会委员；兼任全国企业管理现代化创新成果评审委员会专家委员、全国管理咨询师考试专家委员会委员、全国现代管理领域专业技术人才(653工程)专家指导委员会委员、中国企业管理研究会常务理事、首都企业改革与发展研究会副会长；曾任首都经济贸易大学工商管理学院院长、MBA教育中心主任。

黄津孚教授长期从事企业管理理论研究、教学和咨询工作，是享受国务院政府特殊津贴专家，先后主持完成国家自然科学基金、教育部哲学社会科学基金、北京市自然科学基金、北京市教委等项目多项，公开发表学术论著二百余篇部，其代表作包括《现代企业管理原理》(已经发行五版共三十余万册)、《机遇管理导论》(北京市社会科学理论著作出版基金资助)、《现代企业组织和人力资源管理》(曾荣获北京市哲学社会科学二等奖)。

<<机遇及机遇管理>>

书籍目录

前言第一章 机遇及其普遍价值 第一节 机遇是什么？

第二节 机遇的价值 第三节 机遇需要管理第二章 机遇形成和演化机制 第一节 机遇形成机制的总体解析 第二节 关键因素优势的继承与确立 第三节 目标障碍的降低或克服 第四节 要素耦合效应第三章 从机会到机遇 第一节 机遇和机会的概念需要界定 第二节 机遇和机会的语义学研究 第三节 稀缺的机遇与机会主义陷阱第四章 寻找机遇正是为了减少风险 第一节 机遇与风险并不对称和同步 第二节 风险经常伴随机遇出现 第三节 机遇—风险理念与策略第五章 机遇的探寻和辨识 第一节 机遇探寻的理念、思路和模型 第二节 要素细分、壁垒详查、要素匹配 第三节 在变化中寻找机遇 第四节 在合作博弈中寻找机遇第六章 机遇的分析评价 第一节 机遇评价的必要性及模型 第二节 机遇的效用成本分析 第三节 机遇的有效期分析第七章 机遇的把握与利用 第一节 有效利用机遇的赛克斯模型 第二节 增强机遇意识、掌握信息和知识 第三节 发扬企业家精神 第四节 快速反应与控制风险第八章 机遇的营造 第一节 机遇是可以营造的 第二节 励志和积累 第三节 聚焦和整合 第四节 创新和变革第九章 商务智能系统在机遇管理中的应用 第一节 商务智能系统及其机遇管理应用前景 第二节 商务智能系统及其构架 第三节 推广应用商务智能系统的策略主要参考文献附录一 企业成长与机遇管理附录二 机遇决策的过程与影响因素

<<机遇及机遇管理>>

章节摘录

5.稀缺性 机遇是各种主观因素与客观因素的良好耦合状态。

机遇不是单纯的外界条件，而是目标、能力等主观因素与实现目标所需资源及客观环境因素的有利组合。

这种组合既包括性质上的匹配，又包括数量上的匹配，只有五个方面有较好的耦合时，社会主体才有可能获得超常收益。

这种状态的出现，对于单个企业而言，概率不是很高。

至于对社会主体命运有决定性影响的重大机遇更是非常稀缺的。

这是因为决定社会主体能否实现目标的因素往往多达几十个，这些因素又在不断变化，使得所有这些因素能够耦合成“大好形势”的概率就更低。

例如，第二次世界大战时期盟国诺曼底登陆成功是彻底扭转战局的重大机遇。

那是当时德军军力不足、希特勒误判、名将隆美尔不在前线、气候变化无常、德军出现懈怠、艾森豪威尔果断决定、老天爷的帮忙（潮汐和月光的耦合）、德国间谍被及时发现等十几个重要条件配合的结果，只要一个条件不具备，结局就难以预料，因而其概率实在太低了。

6.伴随风险性 机遇是客观存在的，但是人们能否准确地把握形势，取决于自身掌握的信息、知识和能力，人们的判断与客观情况完全可能存在差异，人们的行动也可能落后于形势的变化，因此机遇的周围常常伴随着各种风险。

美国罐头大王亚默尔倾囊购买活牛和牛肉一例，是依据对瘟疫的传播知识和以往的经验所作的决策。假定墨西哥牛瘟未扩散到美国，或者他储存活牛和牛肉过多、储存时间过长，他就可能蒙受巨大损失。

（三）机遇的构成要素 本书主要讨论企业的机遇和机遇管理，因此，这里以企业为例说明机遇的构成要素及完整的概念模型。

根据本书对机遇的定义，机遇就是有利于社会主体（这里就是企业）实现目标的形势。因此，构成企业形势的要素就是机遇的构成要素。

企业要生存、要发展，必须依赖一个支撑系统。

这个系统由目标、社会需求、资源、能力和环境五个要素构成，不妨称之为企业的生存发展系统，这个系统的状态就是形势：因此，目标、社会需求、资源、能力和环境就是构成机遇的要素。

<<机遇及机遇管理>>

编辑推荐

管理机遇是一项实践活动，其目的就是运用智慧“多、快、好、省”地达成目标。因此，研究机遇管理最终还要为读者解决过河的“桥”和“船”的问题。

本书在阐述理论的同时，努力从实践需要的角度，提供机遇管理的方法与工具，提供成功的经验和失败的教训，其中包括探寻机遇的模型、程序和方法，评价机遇的方法，有效利用机遇的策略，营造机遇的方法，以及未来在机遇管理中可能大显神威的商务智能。

<<机遇及机遇管理>>

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>