第一图书网, tushu007.com

<<企业业务选择与优化>>

图书基本信息

书名：<<企业业务选择与优化>>

13位ISBN编号：9787313055347

10位ISBN编号：731305534X

出版时间：2009-2

出版时间：上海交通大学出版社

作者：顾锋

页数：170

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

长期以来，作者一直困惑于一个非常奇怪的现象：企业家和企业经营人员对企业的业务活动极为重视，但管理各学科领域却很少有针对业务活动展开的理论研究。
业务无处不在，但分析业务活动特征、探讨业务发展规律、研究业务管理理论的成果却很少见到。
管理学研究的对象是从事着各种业务活动的各类组织，管理研究的目的就是要提高组织效率。
组织效率的提升来自组织明确的计划与设计、有效的沟通和激励、合理的控制与变革。
但所有这些工作仅仅关注了管理效率，挖潜增效式的效率提升还只是停留在如何将事情做好的层面。
事实上组织可以通过选择不同的业务活动，获得更大的效率提升，因为做正确的事比将事情做正确要重要得多。
因此关于业务活动分析、业务选择原则与标准以及业务结构优化等问题的探讨应当具有更高的重要等级，由此形成的理论结果应当会对组织效率的提升起更大作用。
从业务的层面展开组织效率的探讨，首先碰到的障碍是业务范围与业务内容的界定问题。
业务活动形式多样，业务环节错综复杂，业务层次高低错落，对于业务从概念到操作难以形成一个统一的认识。
其次是现有的管理研究框架。
自泰勒和法约尔以来，管理研究通常以职能来分割内容，然而业务是一项贯通性的活动，也是一件综合性的工作，现有的管理研究却很少以企业业务活动及其管理作为直接的研究对象。
管理学从总体上关注组织效率的提高；营销学则讨论价值交换过程中的规律；人力资源管理重点探讨组织行为的激励与考核；管理信息系统则研究信息技术及其应用和商业模式变革；运营管理探讨流程优化和生产效率等相关问题。
按照职能划分的管理研究将业务活动彻底分解，更加难以看到业务全貌。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书探讨的是企业的业务活动，包括企业业务的概念、企业业务的选择、企业业务的经营及企业业务的整合。

本书重点对企业的业务识别、业务环境、业务能力、业务模式、业务组织、业务匹配和业务整合进行了阐述。

目的是通过分析企业业务的活动特征，探讨企业业务的发展规律，并尝试以业务为核心重构管理研究的新体系。

书中每章均有案例加以辅证。

本书读者对象为企业管理人员及管理学研究者。

作者简介

顾锋，上海交通大学管理学院副院长，教授，博士生导师。

1985年毕业于北京师范大学数学系；1992年和2000年分别获上海交通大学工学硕士和管理学博士学位。
多次获得教学成果和优秀教师奖励，2007、2008连续两年被评为最受MBA学生欢迎的教师。

近来主要致力于博弈论、产业组织理论和市场竞争等领域的研究，围绕信息差异化竞争和企业业务选择等内容公开发表论文37篇。
主编教材2本。
主持国家自然科学基金和上海哲学社科等多项课题研究，为上汽、张江等企业集团进行管理咨询。

兼中国管理现代化研究会市场营销专业委员会秘书长，中国生产力学会理事，上海生产力学会副会长；上海运筹学会常务理事；上海交通大学市场营销研究中心副主任，《系统管理学报》杂志执行编委。

书籍目录

第一部分 概念篇　第一章 业务概念　　第一节 业务界定　　第二节 业务要素　　第三节 相关概念　第二章 研究综述　　第一节 相关研究回顾　　第二节 业务选择的基本分析逻辑第二部分 选择篇　第三章 业务识别　　第一节 业务价值　　第二节 业务获得　　第三节 业务难度　第四章 业务环境　第一节 业务的政策环境　　第二节 业务的经济环境　　第三节 业务的生产环境　　第四节 业务的文化环境　第五章 业务能力　　第一节 能力与目标契合　　第二节 技术与支持能力　　第三节 人才与管理能力　　第四节 资金投入能力　　第五节 业务的协调与配套能力第三部分 经营篇　第六章 业务模式　　第一节 业务模式及其特征　　第二节 业务模式成功要素　　第三节 业务模式的经济原理　　第四节 业务的基本模式　第七章 业务组织　　第一节 业务管理目标的设置与部署　　第二节 业务流程的明确与管理　　第三节 业务结构的设计与调整　　第四节 业务运作的评价与提升　　第五节 业务网络协调系统第四部分 整合篇　第八章 业务匹配　　第一节 业务匹配的涵义　　第二节 业务匹配的特性　　第三节 业务匹配的内容　　第四节 业务匹配度　　第五节 业务匹配的进化　　第六节 业务匹配的绩效与风险　第九章 业务整合　　第一节 业务整合分析　　第二节 业务流程再造　　第三节 业务重组　　第四节 业务转型　　第五节 业务外包参考文献后记

章节摘录

第一章 业务概念　　企业是社会的基本经济单元，需要在社会的分工体系中，通过努力为客户创造价值，获取维持自身生存和发展所需要的利润，因此有计划有组织的获利活动是企业最基础的工作。

业务经营是对企业获利活动的总体概括。

在现实情况当中，所有企业都是依靠各自的业务活动奠定生存和发展的基础，企业的一切活动都可以归结到将业务做好这一根本目标。

因此从业务管理这一视角，我们可以将企业管理的所有概念、理论和方法重新排列和定位，对企业的各种活动予以重新认识，给予新的解释。

基于业务的管理分析有其现实的背景和意义。

不同企业获利的时机和条件各不相同，获利活动的形式和内容大相径庭。

这种情况从根本上决定了总结企业经营管理规律的管理理论的个性特征要普遍强于共性特征，正是基于这种认识，我们认为管理是一门经验性特征非常明显的学科，管理问题的探讨需要针对个案进行概括和总结。

因此从企业业务活动的角度进行管理研究有利于具体问题具体分析，保证管理研究有更强的针对性。

第一节 业务界定　　业务是“个人或机构从事的本行本职工作”。

在《宋史》中曾有“民卖茶资衣食，与农夫业田无异”的说法。

在我国古代，类似的说法有：业贼（以偷为业）、业网（以打鱼为业）、业儒（以儒学为业）、业缝（以做衣鞋等手艺为业）、业文（从事文学）、业武（从事武事）、业商（经商，从事商业）、业厚（从善）等。

对企业而言，业务通常指通过向其他人提供货物或服务的任何谋利活动。

显然，业务是将个人或组织所从事的获利活动按照行业类别加以区分后的概括性称谓，不同的业务既表明所从事活动的领域不同，也预示活动须遵守的规则不一样，活动作用的对象以及活动产生的结果都会有很大不同。

业务与项目在概念上有区别，“项目”通俗地讲是指一项有始有终的活动；与项目的概念相比，业务却是指一系列复杂而相关联的活动，同时具有谋利性，可以计算得失，因此业务的含义相对比较宽泛。

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