

<<企业可持续增长管理问题研究>>

图书基本信息

书名：<<企业可持续增长管理问题研究>>

13位ISBN编号：9787509510070

10位ISBN编号：7509510074

出版时间：2008-11

出版时间：中国财政经济出版社一

作者：陈炜

页数：255

字数：220000

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>

<<企业可持续增长管理问题研究>>

内容概要

增长及其管理是财务管理中的特殊难题。

任何增长都会增加收入或者规模，然而只有良性增长既增加收入，而又相应地提高利润，并且能够长期保持。

这才是一个企业真正需要的增长。

为了对良性增长有一个正确的认识，从持续性角度来重新审视企业的增长管理问题是十分必要的。

可持续性增长是可持续增长观在社会学、管理学和财务学三方面的延伸，本书从这三个角度对企业增长管理的研究进行了回顾。

总体而言，经济学已经对可持续的内涵进行了比较全面的研究，并将其广泛应用于宏观经济分析和社会伦理问题探讨中。

但对于企业这一微观主体，对增长管理的本质、目标等基础问题的研究不能简单地套用经济学概念。

本书立足于财务学的基本理念，从机会、能力、风险的综合视角审视增长管理的内涵和体系，为拓展财务管理视野，促进企业增长管理理论的发展打造更为坚实的基础。

增长管理不是一个全新的管理模式，而是公司财务关注重心的转移。

传统的财务学也非常关注对各项财务指标的衡量和管理，增长管理只是突出了增长在这些指标中的统帅作用。

任何指标都有一个度，是否有利于增长就是衡量是否“适度”的一个关键标准，“做大”、“做强”、“做活”等理念的核心就是有关企业如何长期战胜竞争对手，保持核心竞争优势，即持续经营和发展的问題。

企业增长管理的本质是基于盈利和风险的综合考虑，面向企业所有的利益相关者，实现成长性和持续性双重目标的有质量的增长实现方式。

这样的增长实现方式包括两类，一是通过精益法、六西格玛法等流程改进方法降低运营成本，二是通过发现新的增长驱动因素，来创造新的增长点，提高利润上限。

前者关注如何充分利用内部资源，后者关注如何最大限度地挖掘外部资源。

增长管理不仅仅是管理增长速度，更需要持续创造和管理核心竞争力，要时刻用价值和风险的理念审视公司的各项经营和管理活动，实现内外部资源的动态匹配，用内部资源适应外部需求的变化，用内部资源整合外部资源，企业就可以在任何的增长速度上实现健康的可持续发展。

关键在于，增长管理需要在内部资源与外部机会、盈利性和风险性、速度和风险之间找到一个最佳的平衡点。

增长管理应该包括两个方面，一是产生积极和鼓动力量，二是予以约束和确保服从命令。

具体来说，企业增长管理由动机管理、机会管理、过程管理和警报管理四个基本要素组成。

本书从财务的视角构建企业增长管理研究框架，充分发挥财务的支撑、引领和指导作用，让增长的概念来牵引企业增长战略目标的制定，让财务管理制度成为各项业务管理制度的基石，让全体员工都能自觉地用理财观念规范自己的工作，最终实现企业的持续、健康成长。

<<企业可持续增长管理问题研究>>

作者简介

陈炜，女，汉族，籍贯浙江温州，1963年7月出生，南京大学管理学博士，拥有24年政府与通信行业管理经验，历任江苏省审计厅财政，金融审计处副处长，江苏省邮电管理局财务处副处长、处长，中国移动通信集团江苏有限公司财务部总经理。
现任中国移动通信集团江苏有限公司总经

<<企业可持续增长管理问题研究>>

书籍目录

第1章 导论 1.1 问题的提出 1.2 研究目标 1.3 研究思路与方法 1.4 研究框架与内容 1.5 研究的创新与不足

第2章 文献回顾与综述 2.1 企业可持续增长管理研究的视角 2.1.1 企业可持续增长管理的经济观 2.1.2 企业可持续增长管理的决策观 2.1.3 企业可持续增长管理的财务观 2.2 企业可持续增长管理研究的对象 2.2.1 结果导向的企业可持续增长管理 2.2.2 过程导向的企业可持续增长管理 2.2.3 任务导向的企业可持续增长管理

第3章 企业可持续增长管理的本质 3.1 企业可持续增长管理的涵义 3.1.1 企业增长与企业发展 3.1.2 持续增长与可持续增长 3.1.3 基于持续增长能力的管理 3.2 竞争强度对企业增长能力的影响 3.2.1 市场竞争程度的作用 3.2.2 市场竞争强度的衡量 3.2.3 市场竞争强度对增长能力的影响 3.3 企业可持续增长管理的内在要求 3.3.1 基于盈利和风险的适度增长速度 3.3.2 成长性与持续性的有机结合

第4章 企业可持续增长管理的目标 4.1 传统企业增长管理目标的局限 4.1.1 可持续增长率：以财务资源的匹配为目标 4.1.2 价值指标：以内部资源的匹配为目标 4.2 企业可持续增长管理的核心目标 4.2.1 整合外部资源，打造核心能力 4.2.2 管理内部资源，保持适度增长 4.3 企业可持续增长管理的具体目标 4.3.1 企业增长的方向 4.3.2 企业增长的速度 4.3.3 企业增长的路径

第5章 企业可持续增长管理的系统构建 5.1 企业可持续增长管理要素 5.1.1 目标管理 5.1.2 机会管理 5.1.3 过程管理 5.1.4 预警管理 5.2 企业可持续增长管理体系 5.2.1 策略型财务：企业可持续增长管理体系的主线 5.2.2 增长管理战略：目标的牵引作用 5.2.3 增长管理制度：以财务为起点的“制度树” 5.2.4 增长管理文化：全员理财思想的渗透

第6章 企业可持续增长管理的案例分析 6.1 中国移动通信行业发展的背景分析 6.2 中国移动通信可持续增长管理的实践 6.2.1 中国移动发展战略的制定 6.2.2 中国移动增长管理战略的建立 6.2.3 中国移动增长管理目标的制定 6.2.4 中国移动增长管理制度的优化 6.2.5 中国增长文化理念的建立 6.2.6 中国移动可持续增长管理的业绩

第7章 结语 7.1 本书主要观点 7.1.1 企业可持续增长管理的本质 7.1.2 企业可持续增长管理的目标 7.1.3 企业可持续增长管理的要素 7.2 对企业可持续增长管理的启示 7.2.1 以财务为导向的可持续增长管理体系的建立 7.2.2 以可持续增长为核心的财务管理模式转型 7.3 不足与未来研究方向 参考文献 后记

章节摘录

第1章 导论 1.1 问题的提出 增长及增长管理是财务管理中的特殊难题，部分原因在于许多高级管理人员把必须达到最大化看作增长的目标。他们认为，随着增长的提高，企业的价值与利润也必将增加。之所以会走入这样的误区，是因为他们没有区分开良性增长和恶性增长、内生增长和外生增长。任何增长都会增加收入或扩大规模，然而良性增长既增加收入，又相应地提高利润，并且能够长期保持。这种增长主要是从实际运作和公司业务中有组织地（内生）产生的，它建立在差异化的产品和服务之上，满足了客户新的或亟需满足的需求，为客户创造了价值，是盈利性的、有组织的、差异化的、持续的。良性增长将长久地增加股东价值，并且这种增长是稳定的，不用投入巨额资本。显然，良性增长是以内生增长为主要驱动力的。可以说，内生增长是创造真正价值的成长方式。相对于主要依赖购并等方式的纯外延式增长而言，内生增长企业的基本特征是公司具有较好的盈利能力和较强的现金流，其成长更多依赖公司的自身积累和内部财务资源。有内生增长特征和潜力的公司兼具成长和价值创造两个根本的投资价值特性，其增长也较能持续。然而，直至今日，还有许多企业出于短期内迅速成长的目标而热衷于购并。当然，基于长期战略性考虑的购并也是值得鼓励的。问题在于，目前企业在决定是否购并时，仅仅担心企业文化是否能融合，是否会带来法律法规遵循方面的难点，很少会考虑是否能带来资本效率的提高，长期的投资回报率是否存在下跌风险，这种增长能否增加组织的创造力，从而带来持续增长的动力等问题。因此，从持续性角度来重新审视企业的增长管理问题是十分必要的。

<<企业可持续增长管理问题研究>>

编辑推荐

《企业可持续增长管理问题研究》主要关注以下几个问题：首先，分析企业增长管理的本质。通过对增长、发展和成长等概念的比较，以及对现有可持续增长理论和财务管理理论的分析，将增长管理的内涵从传统的有盈利的增长扩展到有价值的增长，进而延伸到有质量的增长。其次，细化企业增长管理的内容，包括企业增长的资源基础，即增长的驱动力及其在资源方面的反映。

增长的影响因素，具体包括宏观环境、行业特征和内在因素。

再次，根据增长管理的内涵和具体内容，探讨企业增长管理机制。

最后，以通信行业为例，用增长管理的理念指导企业的财务管理工作。

《企业可持续增长管理问题研究》将采用规范研究和实证研究相结合的方法，对上述问题进行分析并形成相关结论。

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>