

<<虚拟企业管理概论>>

图书基本信息

书名：<<虚拟企业管理概论>>

13位ISBN编号：9787563818037

10位ISBN编号：7563818030

出版时间：2010-6

出版时间：首都经济贸易大学出版社

作者：石声波 编

页数：310

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>

<<虚拟企业管理概论>>

前言

自20世纪60年代以来,企业所处的环境发生了根本性的变化:科学技术突飞猛进,顾客的需求日趋多样化和个性化,市场竞争更加激烈。

在这种情况下,企业的竞争优势已经不仅仅取决于产品的质量、价格、售后服务等因素,而在很大的程度上取决于企业本身是否具有快速的市场响应能力,即是否具有足够的组织柔性和生产柔性。

加之知识经济时代的到来,带来了人类生产力水平质的飞跃,导致19世纪末、20世纪初形成的以大规模、大批量、单功能的刚性生产为基本特征的传统企业经营模式滞后于时代的发展,无法快速响应市场变化,阻碍了生产力的进一步提高。

面对动态、快速、多变的市场环境,以美国为首的西方管理界致力于新的企业组织模式的探索,力图突破传统的企业经营观念的束缚,展开了一场声势浩大的企业重组革命。

作为当今国际企业中最富潮流的企业经营新模式——虚拟企业应运而生。

虚拟企业理论最初是在1991年由美国里海大学(Lehigh University)的雅柯卡(Iacocca)研究所和通用电气公司(GE)共同在《振兴与发展美国制造企业的战略——灵捷制造》中提出的。

虚拟企业是核心企业为满足市场上的特定需求,依据需求的特点由合适的合作伙伴组成虚拟体,将各方的

核心能力集合在一起,共同参与竞争。

但集中核心能力绝不同于运用供方的产品或零部件。

随着各种能力的丰富结合,企业能够获得更多的利益,创造更多的复杂产品和劳务。

如果市场需求消失,那么,虚拟体也将解体。

虚拟组织的各个成员将重新去寻找新的合作机会。

虚拟企业是一种新兴的企业模式,理论研究虽然只有十几年的时间,但在美国已经有一批成功的范例,如耐克(Nike)、戴尔(Dell),以及生产电子产品的UltraComm(Ultra Communication)公司等。

在中国也有一些企业正在或已经采取了虚拟经营的方式。

伴随虚拟企业的出现和应用,虚拟管理也逐渐为人们所熟悉和接受。

在此过程中,如何对虚拟企业的活动进行管理、如何构建虚拟企业管理理论体系,也成为虚拟企业理论界所研究和关注的焦点之一。

本书主要从虚拟企业管理体系的现状来探讨和研究虚拟企业管理体系的构建。

<<虚拟企业管理概论>>

内容概要

自20世纪60年代以来，企业所处的环境发生了根本性的变化：科学技术突飞猛进，顾客的需求日趋多样化和个性化，市场竞争更加激烈。在这种情况下，企业的竞争优势已经不仅仅取决于产品的质量、价格、售后服务等因素，而在很大的程度上取决于企业本身是否具有快速的市场响应能力，即是否具有足够的组织柔性和生产柔性。

<<虚拟企业管理概论>>

书籍目录

第一章 虚拟企业管理概述第一节 虚拟企业和传统企业第二节 企业管理思想发展历程第三节 虚拟企业管理的内容和范围第四节 虚拟企业管理的特点和意义第五节 虚拟企业管理模式第六节 虚拟企业管理变革第二章 虚拟企业战略管理第一节 战略管理概述第二节 虚拟企业的战略结构第三节 虚拟企业战略管理的实施步骤第四节 虚拟企业战略管理的变革第五节 虚拟企业竞争合作战略第六节 虚拟企业的战略成本管理第三章 虚拟企业组织管理第一节 组织管理概述第二节 虚拟企业的组织结构第三节 虚拟企业的激励机制第四节 虚拟企业团队第五节 虚拟企业合作伙伴选择第六节 虚拟企业生命周期管理第四章 虚拟企业资源管理第一节 资源管理概述第二节 虚拟企业人力资源管理第三节 虚拟企业信息资源管理第四节 虚拟企业资金管理第五节 虚拟企业物流管理第六节 虚拟企业无形资产管理第五章 虚拟企业运营管理第一节 运营管理概述第二节 虚拟企业运营机制第三节 虚拟企业的产品设计与开发第四节 虚拟企业生产计划与控制第五节 虚拟企业的业务外包第六节 虚拟生产和制造第六章 虚拟企业营销管理第一节 营销管理概述第二节 传统营销基础第三节 虚拟企业营销的内涵第四节 虚拟企业营销模型和策略第五节 虚拟企业的品牌营销第六节 虚拟营销第七章 虚拟企业风险管理第一节 风险管理概述第二节 虚拟企业风险和风险管理第三节 虚拟企业风险的种类第四节 虚拟企业风险识别第五节 虚拟企业风险评价第六节 虚拟企业风险控制第八章 虚拟企业文化管理第一节 文化管理概述第二节 虚拟企业文化第三节 虚拟企业文化管理第四节 虚拟企业文化建设第五节 虚拟企业中的跨文化管理第九章 虚拟企业管理的未来第一节 虚拟企业与知识管理第二节 虚拟企业与网络运算第三节 虚拟企业与电子商务第四节 虚拟企业与供应链管理第五节 虚拟企业管理发展的必然参考文献

章节摘录

(二) 虚拟企业的特点 从上述对虚拟企业的界定中,我们对虚拟企业已经有了一个大致的了解。

明确了其具有临时动态和高效共享的特性。

具体来说,虚拟企业还应具有以下几个特点: 1.虚拟企业使得传统企业界限模糊化。

虚拟企业不是法律意义上的完整的经济实体,不具备独立的法人资格。

虚拟企业是一些具有不同资源及优势的企业为了共同的利益或目标走到一起的动态联盟。

组成虚拟企业的这些企业可能是上游的供应商、下游的销售商、顾客,也可能是同业中的竞争对手,这主要是依据虚拟企业形成的目的来决定的。

虚拟企业这种新型的企业组织模式打破了传统企业组织界限,使企业界限变得模糊。

2.虚拟企业具有流动性、灵活性的特点。

组成虚拟企业的各企业出于共同的需要和共同的目标走到一起形成联盟。

一旦合作目的达到,这种联盟便可能宣告结束,虚拟企业也就随之消失。

因此,虚拟企业既可以是临时性的,也可以是长期性的,并且虚拟企业的参与者也具有流动性和临时性。

虚拟企业正是以这种动态的结构、灵活的方式来适应市场的快速变化。

3.虚拟企业是建立在信息网络基础之上的企业合作。

虚拟企业的合作基础是信息共享,而使用现代信息技术和通信手段可以使企业间的沟通更为便利。

采用通用数据进行信息交换,使所有参与联盟的企业都能共享生产、制造、销售和服务等各环节的信息与资源,从而实现真正的协同合作,使虚拟企业在激烈的市场竞争中具有较强的竞争优势。

4.虚拟企业在运行过程中运用并行分布式作业。

虚拟企业在完成某一项目或任务时,项目或任务按照并行工程的思想被分解为相对独立的工作模块。

这样做的目的既能促使承担分解任务的各方充分调动和使用它们的资源而不必担心核心技术或核心知识被泄露,同时也能使各个合作模块进行并行作业,项目或任务的主持者可以利用先进的信息通信手段在其间不断地沟通与协调,从而保证各个工作模块最终的互相衔接。

并行分布式作业既缩短了时间,又节约了成本,同时还促进了资源的优化配置。

5.虚拟企业一般在技术上占有优势。

由于虚拟企业是集合了各参与方的优势,尤其是技术上的优势而形成的,因此,在产品或服务的技术开发上更容易形成强大的竞争优势,使其开发的产品或服务在市场上处于领先水平,这一点是任何单个实体企业都难以匹敌的。

<<虚拟企业管理概论>>

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>