

【閱讀・舞道】





新知學人/ 當月新聞



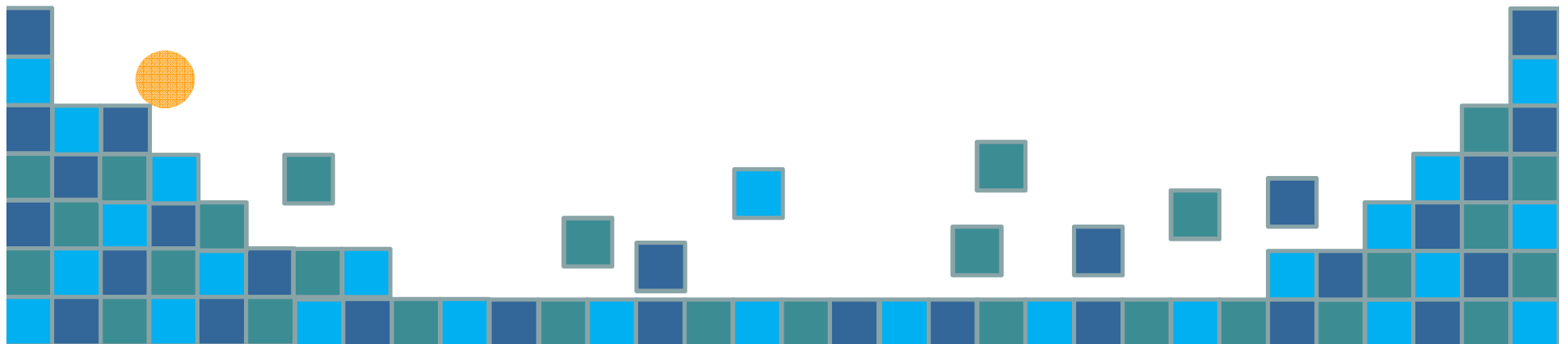
論文學人/ Web 2.0之創新應用服務與經營模式之研究



書香學人/ MBA ≠ 經理人

桂冠學人/ 第九屆TIC100創新事業競賽

旅外學人/ 實習心得---進入職場前的最佳磨練機會





西灣學人

一個知識與經驗分享的平台

<http://www.bm.nsysu.edu.tw/seawoun/>



序

有些話，我們寫在前頭

【閱讀。舞道】

讓道理隨我們起舞

「舞雩歸詠春風香，道貫古今學理詳。」舞道這份刊物，不僅希望運用「眼到、口到、耳到、手到、心到」等五到來體會道理的博大精深；更企求作為一個分享知識和經驗的平台，透過醇美的內容使所有閱聽者都能耽溺於所欲分享的種種新知和學識之中，隨我們翩然起舞！

西灣學人

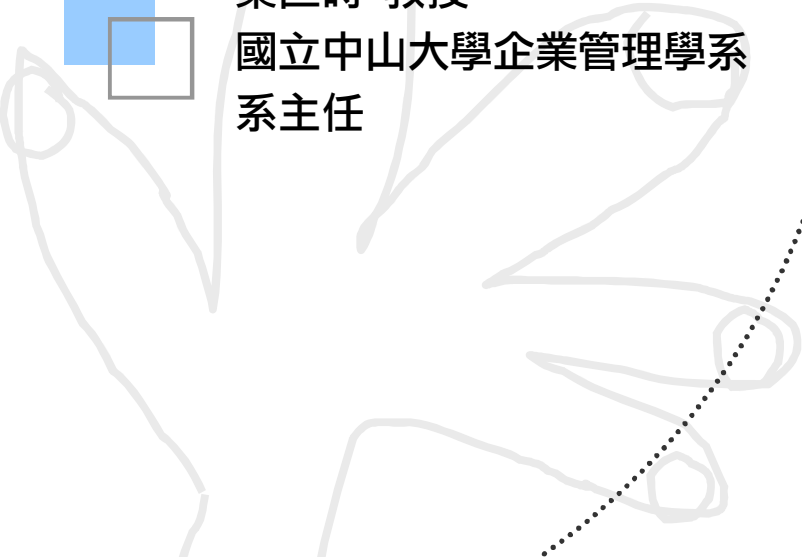
一個知識與經驗分享的平台

<http://www.bm.nsysu.edu.tw/seawoun/>






推薦序



葉匡時 教授
國立中山大學企業管理學系
系主任

在Web2.0的時代，學習不再是單向傳播，知識的權威散落在各個角落。企管系碩士班在西灣學人上發行的【閱讀。舞道】充分反映Web2.0的精神。這是一份完全由同學們自主自發進行的電子刊物，通過這份刊物，中山企管碩士班的前後期同學被網路串連了，老師與學生共享學習樂趣，活動、新聞、知識在同一個平台上活動。我期待也相信中山企管系的力量會因為這份刊物而延伸到全世界。



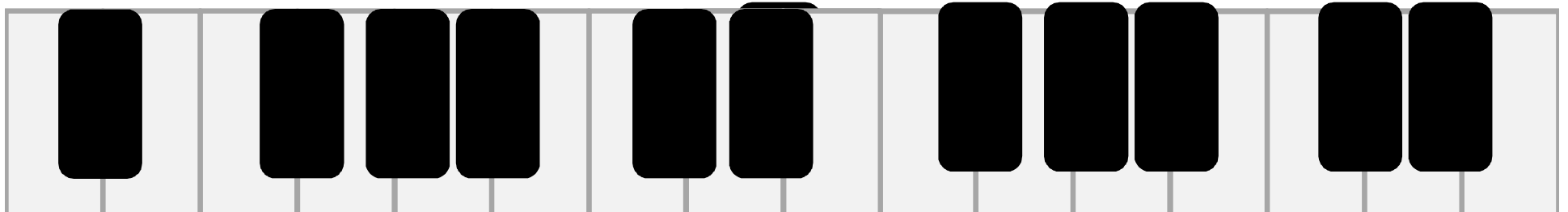
編輯的手

【知識分享無國界 西灣學人每月與你熱情相見歡】

啟動學生創造力 建構一個知識與經驗分享的平台

「西灣學人」創立於2006年的夏天，是一群對於知識分享懷抱著熱情的中山企研學生們所成立的組織，希望藉由不斷的知識分享以創造更有價值的知識。過去「西灣學人」以電子檔的刊物形式寄發，如今我們以電子及平面的方式，形成一個管理領域的知識平台，自本期開始，不論在經營理念及呈現方式上，均有突破性的改變。

社長吳聯稚表示，進入web2.0的時代，知識的傳遞不應只是單向輸入，希望透過多方的資訊交流，使每一個人成為知識的創造者，「西灣學人」正是由一群秉持該理念的研究生共同成立。



編輯的手

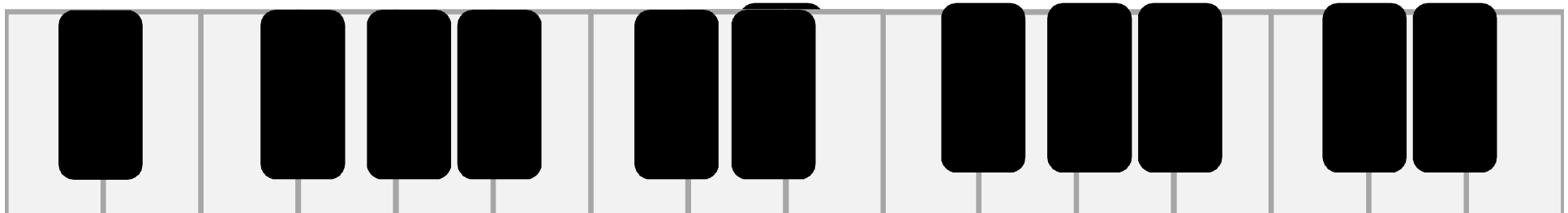


副社長宗培倫也指出，透過本期的改版，未來「西灣學人」將新增報紙的形式，提供讀者更多元的知識分享管道，期望「知識共享」的理念能得到更多讀者的認同。當然，也期待各界菁英至西灣學人論壇

(<http://seawan.bdcweb.org/phpBB/index.php>)

分享您的知識與經驗，提供更多元的觀點，豐富讀者視野。針對刊物內容如有任何建言，我們非常的歡迎各路英雄好漢給予寶貴的指教，您的意見，是我們進步的動力。讓我們一起為知識的創造與傳遞共同努力吧！

此時正逢畢業季節，本期起將針對已提出畢業論文的碩二同學們設立「論文學人」專區，將辛苦研究的論文發表於此與大家分享。





單月新聞



處處留心皆學問

好的舊聞勝於隨風而逝的炒作新聞

整理/ 陳旭薇、汪展鵬
國立中山大學企業管理學系
碩士班二年級
MBA97






你的網址 **.ASIA** 了沒？

【經濟日報／編譯陳家齊】

一場網路名稱的爭奪大戰已在9日展開，這次以「亞洲」(.asia)結尾的網址將是爭奪的對象。.asia的網域9日開始開放註冊，是繼去年「歐洲」(.eu)之後最新開放的網域名稱，將與.com、.edu平起平坐。.asia的網址將在明年3月正式上線。贏得負責.asia網域註冊經營權DotAsia的鍾艾蒙（音譯）說：「.asia網域就像一個頻道或入口，註冊.asia網址可顯示進軍整體亞洲市場的決心，可讓顧客更容易注意到你的產品。」鍾艾蒙說，.asia網址的註冊費用，從最便宜的10美元到數百美元不等。

政府機關可在9日到30日第一階段優先註冊，擁有註冊商標的公司可以在10月9日到明年1月15日的第二階段，註冊自己的商標成為網址，一般大眾可從明年2月開始申請。鍾艾蒙認為，旅行業將率先申請.asia網址，尤其以亞洲旅遊為號召的團體，例如馬來西亞官方宣傳觀光的口號「馬來西亞，真正的亞洲（Malaysia. Truly Asia.）」，就註冊www.truly.asia。開放註冊申請初期，將用於協調申請相同網址名稱的個人或組織。如果各方提出的申請理由同樣合理，非營利組織DotAsia就會舉辦競標，拍賣該網址。但網路專家憂心，搶登記知名網址、然後待價而沽的「網路蟑螂」可能再度橫行。

【2007/10/10 經濟日報】





暖化帶動濕度


威脅人類健康

地球暖化使天氣不止愈來愈熱，也愈來愈悶。由於濕度日益增高，降雨型態可能改變及增強，颱風變多，人類健康可能也受影響。根據英國科學家在「自然」期刊發表的研究報告，從一九七六年到二〇〇四年，地表平均溫度上升攝氏零點四九度，地表附近空氣的濕度也增加了百分之二點二。根據電腦模擬顯示，唯一能解釋的理由是人為的地球暖化。領銜進行這項研究的英國東英格蘭大學氣候研究小組成員吉利特說，到二一〇〇年，濕度可能再增加百分之十二以上。

美國邁阿密大學健康與氣候研究員卡克斯坦說，濕度增加對人體有害，因為這會使人體較難自行冷卻。研究報告共同執筆人凱薩琳·韋勒特說，地球多數地區濕度增加，但包括美國西岸、澳洲部分地區、南非等少數地方愈來愈乾燥。

這發現對氣候科學家而言並不意外，因為較暖的空氣本就可保維持更大的濕度，但吉利特領導的研究顯示，濕度增加已經十分明顯，且可歸因於燃燒化石燃料排放的溫室效應氣體。吉利特指出，未來情況會更糟。他說，氣溫每增加攝氏一度，濕度就會提高約百分之六。以氣候變化跨政府小組的氣溫增加預測推估，到二一〇〇年濕度會增加百分之十二到廿四。

【編譯呂理甦／綜合十日外電報導】



上海 證交所

躋身全球六大

【特派記者胡明揚 / 上海報導】

創出今年全球IPO規模紀錄的中國神華前天回歸A股，當天便為滬市「貢獻」人民幣1兆1428億元的市值。上海證交所總經理朱從玖表示，中國神華在上證所上市後，上證所擁有的公司總市值超過20兆，躋身全球六大交易所的行列。據上證所最新公布的數據，截至前日收盤，滬市總市值為21兆3830億元。

而香港聯交所網站上的最新資料顯示，截至上個月28日，港交所主板的市價總值為19.9兆港元，滬市已經將港交所甩到身後。根據今年1月的市值總價統計數據顯示，全球前六大證券交易所分別是紐交所—泛歐證券交易所、東京證券交易所、那斯達克、倫敦證券交易所、大阪證券交易所和香港聯合交易所，上證所排在前十名之外。

【2007/10/11 聯合報】



油國收入激±增

推升美債大漲

【劉聖芬／綜合外電報導】

彭博社報導，因油價持續飆漲而收入大增的石油輸出國組織(OPEC)成員國，右手收油元，左手買美國公債，因而帶動美債大漲。美國財政部數據顯示，OPEC成員持有的美債從今年初到七月，增加一二%至一千二百三十八億美元。市場人士根據美國能源部的預估，研判產油國持有的美債金額將繼續增加。美國能源部根據自去年十二月以來油價上漲三一%的走勢預估，OPEC今年的石油收入將增加四%至六千三百億美元，明年的石油收入將增加九%至六千八百八十億美元。

美國財政部數據並顯示，產油國持有美債的增加金額是其他外國投資人增購美債的三倍。康乃迪克州RBS Greenwich Capital的美債策略主管阿德爾說，產油國的石油收入增加，但這些油元都是美元，必須再投資去增加收益，這對美債有利。來自產油國的需求，有助帶動美債價格上漲，造成與價格呈反向走勢的殖利率下跌。

巴克萊資本公司的債券策略師龐德指出，就算美元兌歐元匯率跌到歷史新低，美債仍有來自OPEC成員的強勁買盤進場。麥肯錫顧問公司發現，產油國於去年取代亞洲國家成為全球資本的最大來源，這是自一九七〇年代以來的頭一遭。麥肯錫指出，每桶油價若為七〇美元，十年就有六千二百八十億美元的新增油元湧進全球金融市場。

【工商時報2007.10.11】

非洲戰爭 阻礙經濟發展

十五年代價三千億美元

【法新社塞內加爾達卡十日電】

最新研究報告指出，非洲國家的內戰衝突，在一九九零年至二零零五年之間，已經耗費約三千億美元開銷，嚴重影響到非洲的經濟發展。研究報告由國際樂施會（Oxfam International）、國際小型武器防制網（IANSA）與「安全世界」（Saferworld）三個非政府組織共同提出。這是首度嘗試以量化方式評估戰爭對於近年來非洲經濟成長所造成的影響。

報告指出，此一數額相當於同一時期，國際社會對非洲所有的援助款項。報告說，非洲五十三個國家中，有近半數的國家，即二十三國在一九九零到二零零五年間，都曾經捲入戰爭或衝突，嚴重阻礙了經濟發展。樂施會非洲政策顧問賀頓表示，武裝衝突變已經成為非洲發展的重大威脅。他說，「戰爭代價令人震驚，我們所統計的數字幾乎確定是低估了，但數字仍顯示，戰爭對非洲經濟造成的影響，平均每年耗費一百八十億美元代價。」

賀頓在聲明中表示，這筆錢原本可以用來解決愛滋病危機，預防結核病與瘧疾，或者是提供居民乾淨的飲用水、改善衛生環境與教育。

【2007/10/11 記者:紀錦玲】

核能發電 鹹魚翻身 法核子反應爐待價而沽

【法新社法國佛拉芒維爾十四日電】

法國的英吉利海峽沿岸一塊狹長地帶上，準備興建全球規模最大核子反應爐以及法國自豪核能技術的樣板。佛拉芒維爾的工人將開始為興建中的第三代歐洲壓水式反應爐（EPR）進行首次灌漿，在已擁有五十八座核子反應爐的法國，此型反應爐被譽為新一代的最安全且最潔淨反應爐。在烏克蘭車諾比爾核災事故動搖全球對核電廠信心歷經二十多年後，由於全球溫暖化疑慮以及能源價格飆漲，使核能發電鹹魚翻身，法國正積極爭取成為核能產業捲土重來。

曾讚揚核能發電是「未來能源」的法國總統沙柯吉，上個月在聯合國大會發表的演說，形同在大力促銷法國核能技術。沙柯吉表示：「法國樂意協助任何想要取得民用核能的國家，此未來能源不該成為西方國家的收藏品，而東方國家卻無從取得。」

法國電力公司產業策略負責人葛萊拉表示，「我們在法國管理核電廠長達三十年，從未發生過任何重大事故。如果某個國家選擇採用歐洲壓水式反應爐，將可一舉獲得法國管理五十八座核電廠的全部經驗。我們擁有四千名工程師負責設計，那是我們的優勢。」阿雷瓦主管國際業務和行銷副總裁蒙達蘭巴表示，越南、摩洛哥、印尼、智利、阿根廷和阿拉伯聯合大公國名列可能採購法國設計核子反應爐的新買主名單。

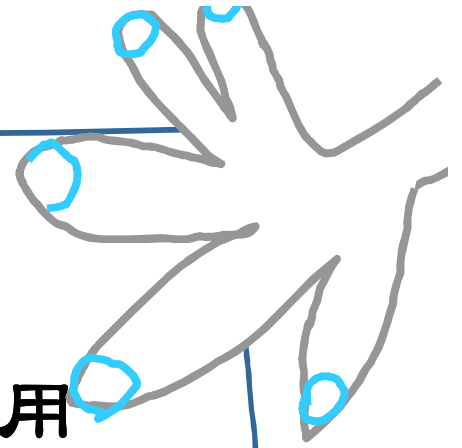
【2007/10/11 記者：紀錦玲】



Web 2.0之創新應用 服務與經營模式之研究

A Study of Business Model of Web2.0 Innovative Application

撰文／林伯峰
指導教授／方至民
國立中山大學企業管理學系
碩士班畢業






一、前言


2006年底美國時代雜誌票選公布的年度風雲人物是「你（You）」，雜誌封面上刊登著一張電腦螢幕與鍵盤的照片，並寫著「Yes, you. You control the Information Age. Welcome to your world.」（Time, 2006）這代表著什麼樣的含意呢？為何「你」在資訊時代裡是如此的重要？

在資訊時代裡，每一使用者正透過各種方式與工具影響網路世界的發展與變遷，成為驅動世界改變一大力量。

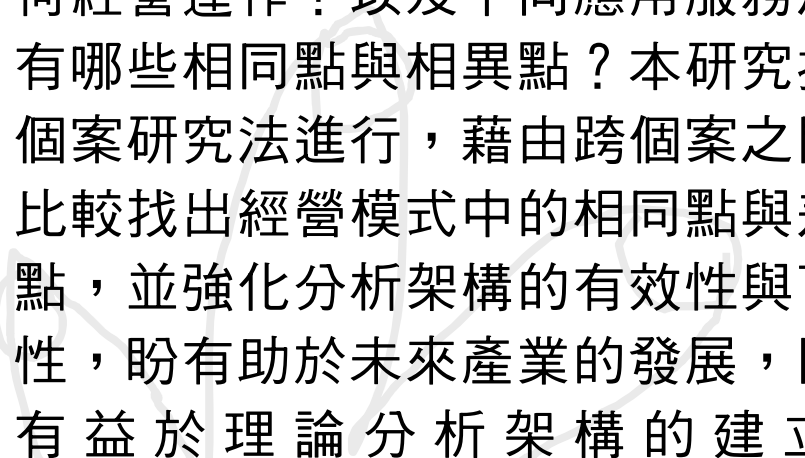
網路使用者自行編輯、製作、設計的內容在近年來不僅呈現爆炸性的成長，並且透過部落格、個人相簿與影音分享等方式，運用網路的特性快速地進行傳播與相互交流，影響力無遠弗屆。

隨著網路環境的漸趨成熟，科技技術的進步，上網人數遽增，以及周邊數位產品的蓬勃發展之下，網路已經逐漸演化進入一個強調使用者共同參與且建構網路內容的新世代—Web 2.0。





本研究經由對文獻進行系統性分析，建構出Web 2.0網站服務之分析模型，以探討國內Web 2.0服務網站之經營模式，並藉此瞭解國內Web 2.0服務是如何經營運作？以及不同應用服務之間有哪些相同點與相異點？本研究採用個案研究法進行，藉由跨個案之間的比較找出經營模式中的相同點與差異點，並強化分析架構的有效性與可行性，盼有助於未來產業的發展，同時有益於理論分析架構的建立。



		研究個案			
		無名小站	UrMap	愛情公寓	HEMiDEMi
背景資料	成立	1999年	2000年 2006年全新改版	台灣2003年 大陸2005年	2005年
	網站	wretch.cc	urmap.com	i-part.com.tw ipart.cn	hemidemi.com
UCC T經營模式要素	使用者	<ul style="list-style-type: none"> •學生 •15-29歲 	<ul style="list-style-type: none"> •企業用戶 •一般個人 	<ul style="list-style-type: none"> •學生 •16-26歲 	<ul style="list-style-type: none"> •學生 •白領階級 •24-44歲
		<ul style="list-style-type: none"> •儲存與分享 •瀏覽交流 	<ul style="list-style-type: none"> •嵌入地圖創造混搭 •搜尋地圖資訊 	<ul style="list-style-type: none"> •經營虛擬情境 •網路交友 	<ul style="list-style-type: none"> •收集關心議題 •分享與推薦 •瀏覽主題群組 •與網友討論交換意見

		研究個案			
		無名小站	UrMap	愛情公寓	HEMiDEMi
U C C T 經 營 模 式 要 素	內 容	<ul style="list-style-type: none"> •網誌、相簿、影音 •豐富多樣化 •休閒娛樂性高 	<ul style="list-style-type: none"> •食、衣、住、行、育、樂等生活資訊 •地圖方式呈現 	<ul style="list-style-type: none"> •虛擬公寓情境 •個人日記本 •個人相簿 	<ul style="list-style-type: none"> •無預設主題 •網路資訊 •豐富多樣化
		<ul style="list-style-type: none"> •站方規劃主題 •由使用者產生內容 	<ul style="list-style-type: none"> •內容提供商 •個人新增地標 •商家廣告地標 	<ul style="list-style-type: none"> •站方設計情境與道具，由使用者產生內容 	<ul style="list-style-type: none"> •站方提供書籤工具，使用者產生主題與內容



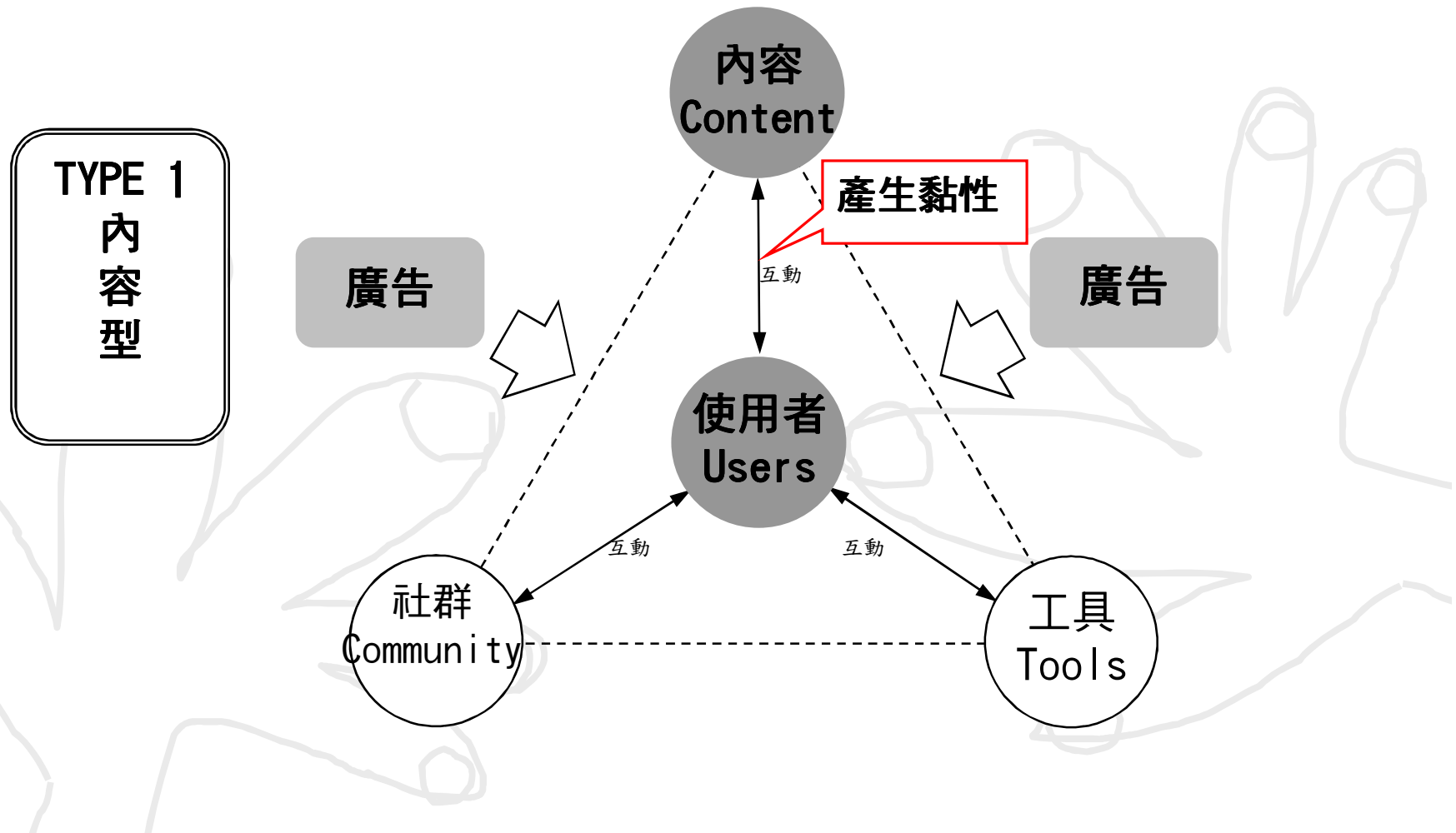
		研究個案			
		無名小站	Ur Map	愛情公寓	HEMiDEMi
U C C T 經 營 模 式 要 素	社 群 工 具	<ul style="list-style-type: none">•個人社交•內容依主題分類	<ul style="list-style-type: none">•玩家交流	<ul style="list-style-type: none">•交友行為•聊天室•自組家族群體	<ul style="list-style-type: none">•書籤討論區•以書籤會友•開放成立主題群組•群組首頁•存在許多小眾群組
		<ul style="list-style-type: none">•個人資料編輯•個人版面樣式•檔案上傳工具•RSS訂閱•留言版	<ul style="list-style-type: none">•個人資料編輯•設定個人地標•利用標籤分類	<ul style="list-style-type: none">•個人資料編輯•個人造型工具•公寓佈置道具•虛擬禮品•留言版	<ul style="list-style-type: none">•個人資料編輯•書籤工具•標籤分類管理•RSS訂閱



		研究個案			
		無名小站	UrMap	愛情公寓	HEMiDEMi
U C C T 經 營 模 式 要 素	收 益 方 式	<ul style="list-style-type: none"> •分類搜尋 •人氣排行 •隨機推薦 	<ul style="list-style-type: none"> •地圖式資訊搜尋 •開放UrMap API 	<ul style="list-style-type: none"> •交友搜尋 •排行榜 •熱門推薦 	<ul style="list-style-type: none"> •分類搜尋 •標籤搜尋
		<ul style="list-style-type: none"> •網路廣告 (傑思媒體代理) •會員分級收費 	<ul style="list-style-type: none"> •網路廣告 •地圖租用費 •合作投資 	<ul style="list-style-type: none"> •網路廣告 (傑思媒體代理) •會員分級收費 •販售虛擬商品 	<ul style="list-style-type: none"> •網路廣告 (傑思媒體代理)

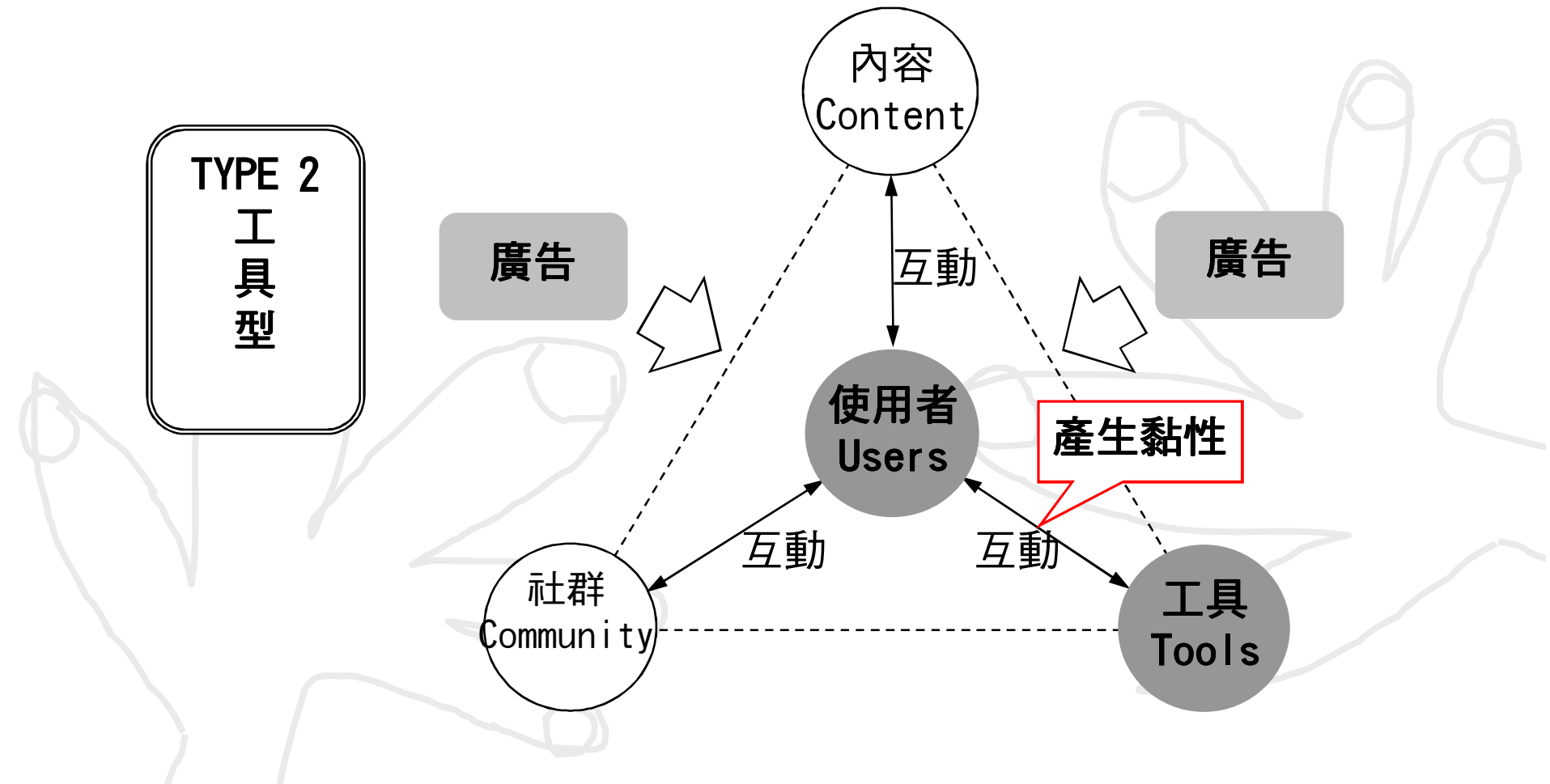


圖：Web 2.0網站獲利模式比較圖

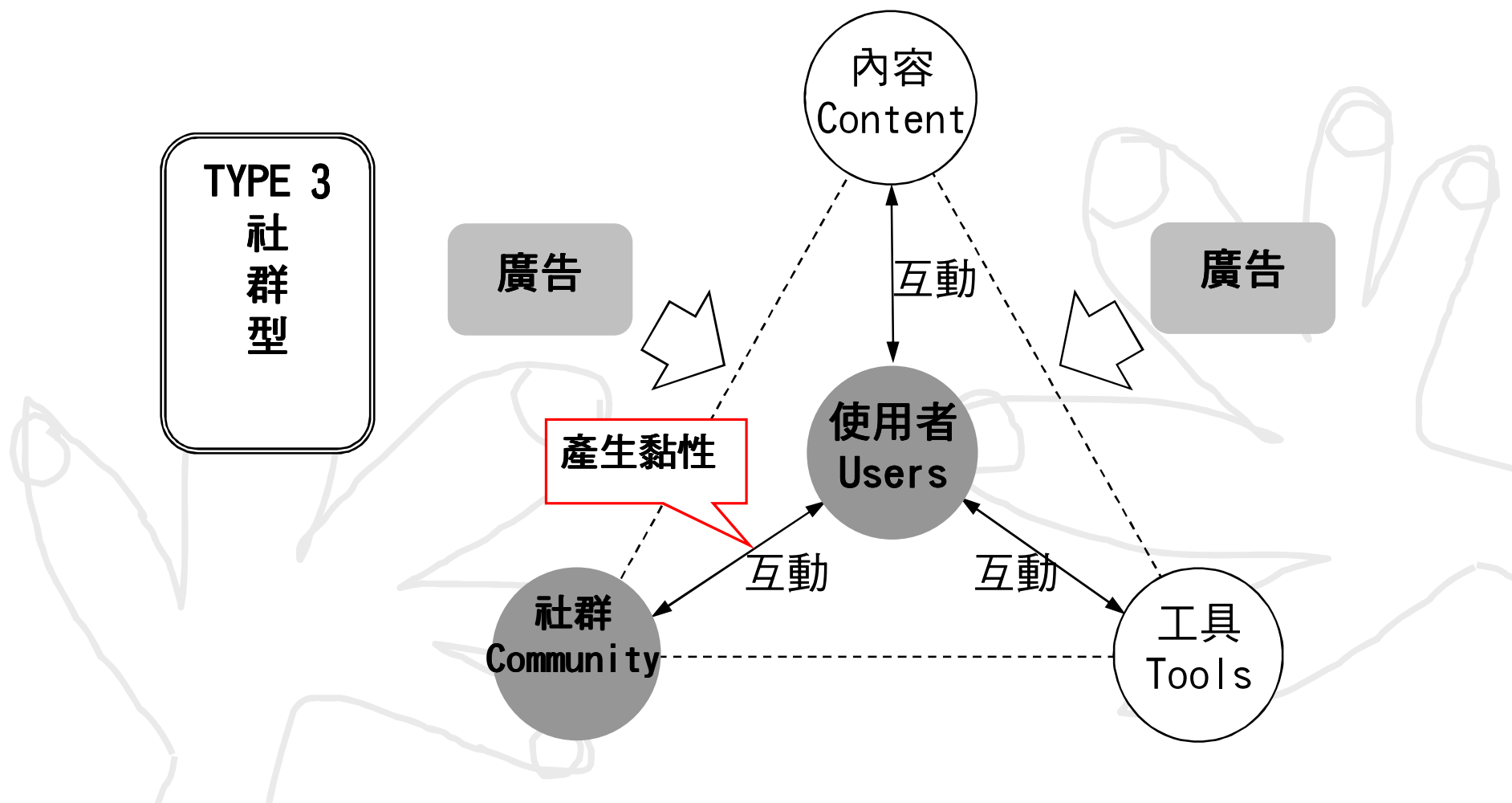




圖：Web 2.0網站獲利模式比較圖



圖：Web 2.0網站獲利模式比較圖






三、結論

（一）使用者的角色是生產者也是消費者

Web 2.0網站服務的使用者不斷地在兩種身份之間轉換，當使用者發生上傳照片與影音檔案、寫網誌文章、設置個人地標、撰寫日記本、收藏書籤等行為時，此時屬於生產者。而當使用者在網站上面進行瀏覽、搜尋、收藏資訊時，此時使用者又變成消費者在消費網友所生產的內容。

（二）分享並非使用者的主要目的

很多文獻強調Web 2.0網站的分享文化，導致許多人誤以為使用者的目的在於分享。但經本研究發現，分享並非使用者的主要目的，使用者的根本需求是儲存紀錄資料、搜尋資訊、發展社群關係，而並非分享。意即Web 2.0網站所提供之服務必須建立在上述需求上，而並非一味的要求使用者分享內容。





（三）豐富性且多樣化的內容 能讓網站成為主題資料庫

本研究認為，Web 2.0網站的內容是由使用者產生，利用集體力量所生成之內容呈現豐富性與多樣化，且背後反應使用者的生活形態，倘若在量與質同時兼顧之下，該網站將能成為一個主題資料庫，且為網站帶來更多的使用人潮。

（四）豐富使用者體驗以提升使用者參與程度

經過個案分析後發現，要提升使用者的參與程度，必須建立在良好的使用者體驗上，無論是工具的運用、內容創作所累積之資料庫，以及社群互動上，經營團隊必須透過技術改善與管理功能增進來滿足使用者的使用需求、社會需求、成就感需求等，以豐富使用者的體驗。至此才能促使使用者長期使用該服務，即增加黏性，進而也為公司帶來獲利機會。





（五）利用社群關係，強化黏性程度

本研究認為，使用者對網站的黏性是創造收益的重要基礎，而黏性的產生方式存在兩個層次，一是透過使用者在該網站上生產內容，讓使用者對網站產生黏性；二是使用者之間因為互相交流而衍生的社群關係，使得使用者從人黏網站變成人黏人，再變成人黏網站，強化黏性程度。由此可見，創造社群關係有助於強化使用者原本因內容或工具對網站所產生之黏性。因此，從個案分析中也可以發現研究個案都在積極發展社群，希望透過社群關係提升使用者對網站的黏性，以創造收益。

（六）獲利基礎分為內容型、社群型、工具型等三類

雖然Web 2.0網站的收益來源大多以廣告、會員費為主，但其中的獲利基礎各有不同。本研究認為以UCCT模型觀之，不同應用類型之Web 2.0網站都存在本模型中的四個要素，但因為對各要素的重視與發展程度不同，而其中存在三種獲利基礎，分別是：內容型、社群型、工具型，各以無名小站、愛情公寓、UrMap為代表。



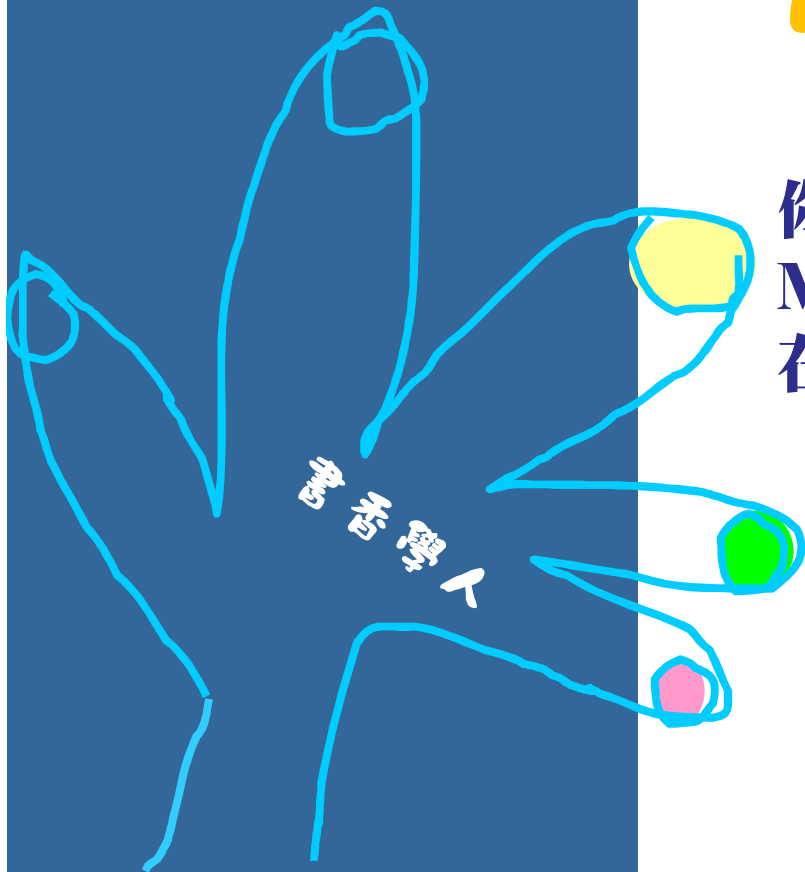
MBA ≠ 經理人

你是否還存在這樣的幻想？讀完兩年MBA就可以成為人人稱羨的經理人？在MBA的教育中你學了什麼？

撰稿/蕭喆昊

國立中山大學企業管理學系

碩士班二年級





前言


這次尋找書香學人主題的過程中，接觸了很多材料。定案的這本書，其外觀與推薦人名單，看來都與時下眾多商管叢書無異。另外，該書在一年多前即出版，更非趕流行的時下熱門書，當今既無媒體宣傳也無促銷方案，更不可能還留在排行榜裡頭。

即便如此，在閱讀的當下，本書內容仍然讓我十分震撼，原因有二：第一來自於作者：亨利·明茲伯格(Henry Mintzberg)。就讀企管研究所，或是對管理學稍有涉獵

的人，都知道他的大名。他對於組織設計與策略規劃的深入研究，對近代商學院的管理課程，有非常大的影響。如同愛因斯坦之於物理系；門得列夫之於化學系，他的思考範疇都為後人必經之路，其洞見在這個圈子更是舉足輕重。第二個原因，則來自於他的標題：Managers not MBAs。如果沒什麼嚴重意外的話，本人應該會在明年暑假前拿到企管碩士(MBA)的學位，所以，本書標題在我看來是：你不可能成為經理人。

本書分成兩個部分，第一個部分側重當前管理教育的既有缺失，





第二個部分則針對既有的問題，發展出新型態的教育方法。他認為傳統MBA課程用了錯誤的方法，訓練錯誤的人，最後造成錯誤的結果。本文回應他的批判，想想自己是否犯了這些錯誤？一年來，我到底做了什麼？還能多做些什麼嗎？


錯誤的人？


「試圖教授從未涉足管理領域的人管理，不僅浪費時間，更會貶損管理。」-- Henry Mintzberg

看來我連入學的資格都沒有。急著對號入座其實很愚蠢，但我真的認為自己從未涉足管理領域，連

領導經驗也不能算有，原因很清楚：從未擔負過真正的責任與後果。商品也好、服務也好，我不曾承擔過成敗的責任，也不清楚失敗對一個既存的組織影響會如何。

在商業競賽裡，我們的頭銜不是CEO至少也是CFO、CTO之流，這些縮寫代表的都是有領導功能的管理職。雖然比賽內沒有專業團隊或功能性部門可供驗證我的領導能力。我們仍然展現出了和樂融融的模樣給評審評斷。問題是，這樣子的淺嘗即止算是「涉足管理領域」嗎？比賽中產生的構想，說服的是評審而不是消費者，面對的是比賽對手而非市場反應。這






樣的目標讓我們在比賽時限內形成了「虛擬」式組織，頒獎完就立刻解散，這樣的過程可以當作是管理經驗嗎？若比賽經驗並不足以讓我自外於這樣的一個命題，那我還做了些什麼？


「如果你會設計機車引擎，我幾天內就能把你需要知道的策略知識全教給你。如果是策略學博士，就算花上個把年也學不會設計機車引擎」。商學就是這麼一回事：策略只是方法，做出機車引擎來才是目的。

-- UCLA策略教授 Richard Rumelt

書中提到在麥肯錫顧問公司的內部現象：公司中的非MBA員工，受到的評價，毫不遜於唸過商學院的同僚。

實際到麥肯錫的徵才網站走一遭，具備長年實務經驗或非商科專業背景的人才，都在搶佔著本來屬於MBA的就業市場。是否他們才是適合MBA教育的最佳人選，而不是像我這樣的學生呢？時下台灣商學碩士的入學標準多為考試的方式，學生則少有任何商業經驗，管理學與經濟學考試也無法篩選出能在既有社會基礎上創造價值的人。在我們的課程裡，大部分的時間都在學方法，擁有琳琅滿目的手法似乎勝過於擁有一個要去實現的目標。一年級的時候，吳基逞老師在多變量分析的課堂上說過：「你們參加比賽都有很多的創意，怎麼期末作專題





的時候，每組都只會拿多變量來做滿意度。」仔細一想，我們幾乎沒思考過理論的基礎，更沒有意識到生活中有需要被解決的問題。經過訓練後，我或許可以提供行銷或財務分析報告給任何的企業或產品，但只要一牽扯到產品細節或是專業評價，那就全然是兩回事。


錯誤的方法？

「現今商學院不論是概念研究、學程設計、課程教授幾乎都依據專門功能處理。由行銷或策略教授倡導創意研發，但結果該學院卻甚少自行研發新產品。我們知道若在商業實務中這麼做有多危險，但在實行

時卻又讓自己陷入其中。商業界奮力地拆除他們堡壘間的城牆，商學院卻奮力疊磚砌牆。對於如何應變，尤其是要超越現有分類，商學院教得很多自己卻辦不到。」-- Henry Mintzberg

這似乎不可避免，為了教學方便所有的商業活動都被切成一塊一塊，然後當成單選題內不同的選項。我回想起來，在下學期思考研究領域的時候，大部分的人包括我，想法都是：策略還是行銷？財務還是科管？然後隨著決定領域之後，大家就再也不會去碰生管的課或是相關議題。暑假時我在工廠的生管部門實習。在不管是便當還是IC都可以大量複製的時代，





沒有產能的配合，再精準的需求預測都不能保證獲利。可是，毫無工作經驗而主修財務或策略的MBA對於行銷部門預測不準或生管部門產能不足的問題，除了發怒外，根本無能為力。那麼，MBA僅把商業視為各種功能性活動的加總，究竟是誰的問題？

錯誤的結果？

「MBA學生喜歡波特的觀點，因為終於出現偽裝成管理的真正分析，讓他們擁有可以超越經驗的優勢，尤其是在出任管理顧問的時候。」


「MBA課程傾向快速吸引講求實用主義的人：他們想得到超越有實

際經驗者的方法。而技術，亦即所謂的工具，似乎正符合所需。」

「顧問和投資銀行業看起來都很體面，薪資高，而且不計較之前的工作經驗，讓MBA畢業生有機會針對大量數字進行分析和運用技術，但在執行和直接管理方面卻不必負什麼責任。」 -- Henry Mintzberg


明茲伯格在書中，認為MBA教育造成了管理實務，組織與社會機構的同步腐化。他特別針對投資銀行業與顧問業這兩個MBA教育的大力擁護者開刀。他認為這兩個行業正反應了MBA教育迂迴面對管理實務的取巧行徑。





為了教學方便，「執行」在教室裡被迫與「規劃」分離。如此一來，不用執行的管理通常被簡化成做決策，決策則被簡化成分析各個選項。MBA 變成了 Management By Analysis 的縮寫。這就像每當我要報告時，會先透過五力分析網路上的許多二手資料，替公司先建構一套合乎邏輯的命題，再利用別人看不懂的統計手法，來佐證自己的論點。因為除了老師外，不會有人問的出推論上有何破綻。即使從來不曾親身感覺母體的行為與特徵，也可以利用中央極限定理無限上綱推論的正當性。最後，因為執行的部分被忽略，一切就此劃下句點。

在這兩種行業裡，使用到更多的分析工具，大多數MBA從學校開始習慣帶著這樣的超完美決策進出客戶的公司，跟在學校一樣提供建議又不用負責任。事實卻是，經理人除了做決策之外，還得離開辦公室去參與狀況、激勵其他同仁，得親自觀察、感覺和嘗試各種選項的結果。在教室裡或比賽中，這些部分都付之闕如。可怕的是，還有許多不知原理又拿結論穿梭在企業之中的MBA。正因如此，明茲伯格也實際請大家想一想，曾經進入我們腦海的眾多優秀企業領袖之中，哪些是MBA？Bill Gates？Andy Grove？Jack Welch？他們都不是MBA。





「天才發明了奧利歐餅乾，我們現在只是靠著這項遺產生存。」

-- 那貝斯克(Nabisco)執行長強生(Ross Johnson)


「MBA偏好哪一種產業呢？他們最適任的，大概就屬仰賴硬性資料的產業，而硬性資料也代表產業已經穩固到足以產生這種資料，不難想見，偏好管理技巧知識勝於公司整體環境知識的產業，一定比較重視行銷，財務和規劃等抽象概念，而輕忽了銷售、製造和研究發展等具體實務。」「緊接在顧問與投資銀行業之後的就是消費性商品。MBA對於行銷快速流通消費品的

東西似乎特別感興趣。這些產品包羅萬象，從文件夾到洋芋片什麼都有。」-- Henry Mintzberg

曾以獨到眼光出版「世界是平的」、「如何移動富士山」等熱門書籍，獨力創辦雅言文化的顏擇雅說：「確認暢銷書的方法只有一種，那就是——我們市場見。」在選擇就業的時刻，以領導與商業才能自居的MBA學生，有幾人能有這樣的豪氣干雲與獨到眼光？我可以確定，她在挑選代理書籍時，絕對不會用計算潛在投資報酬率的方式，按照課本來做決策。

商品由市場決定價格。但在價





價格未定、盈虧未卜前，就能堅持將常人不能見之價值配合需求轉化為商品或服務，如此的企業家精神，在現在的MBA中，十分少見。本書中，明茲伯格並不是一味鼓吹學生不要投入顧問、投資銀行或消費性產品產業。而是他認為，上述的產業，表面上看來競爭激烈，隨時都在改變，但技術與內涵卻停滯不前。甚至由於經理人過於注重行銷與財務這位技巧，使得公司妥協於市場接受度而不再具備最初的探索精神。

若商學院教育培養出的人皆以推銷既有貓砂或牙膏為己任，只會以技巧流動於快速消費品公司之間，

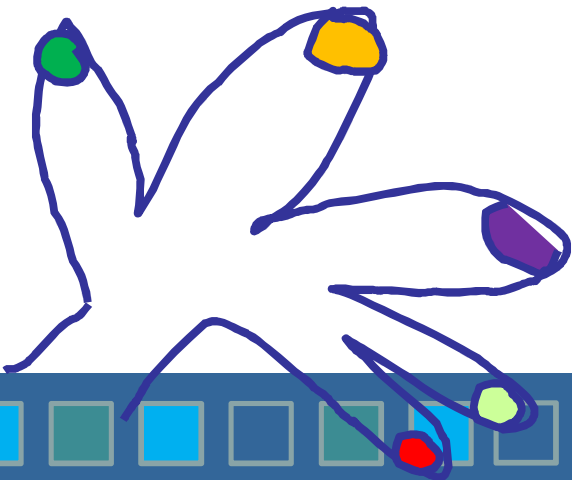
只會做個逐利而居的專業經理人。那社會急需的創業精神與洞見要從何而來？他很希望商學院培養的企業領袖能與時俱進，替商業行為標的物創造出新價值，以及足以見證這個時代的想法與資產。

就讀MBA是個錯誤？

如果說，我也就這樣一味盲從書上的話。那麼要不了多久，我就會變成明茲伯格口中不成材的MBA。每件事都是一體兩面，他對MBA的嚴厲批判正來自於高度的期盼，並且由於他在書中釐清了我們缺少的部分，在往後的生涯中，我們更能主動尋找補強的方法。在課業之餘，



可以多尋找參與正式組織的機會。不管是工作也好，實習也好，一方面增加管理實務經驗，另一方面盡快確立需利用商業教育達成的明確目標。再者，將各門課程視為整體商業活動的一環，避免過度簡化自己的能力。以上的方式，都是可以在學校就學時，就避免犯下的錯誤。希望大家有空可以翻翻這本書，先別被尖銳用字模糊了焦點，嘗試著去體會這位管理界耆老的苦口婆心。

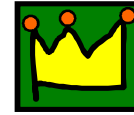


作者：Henry Mintzberg

黃聿君 譯

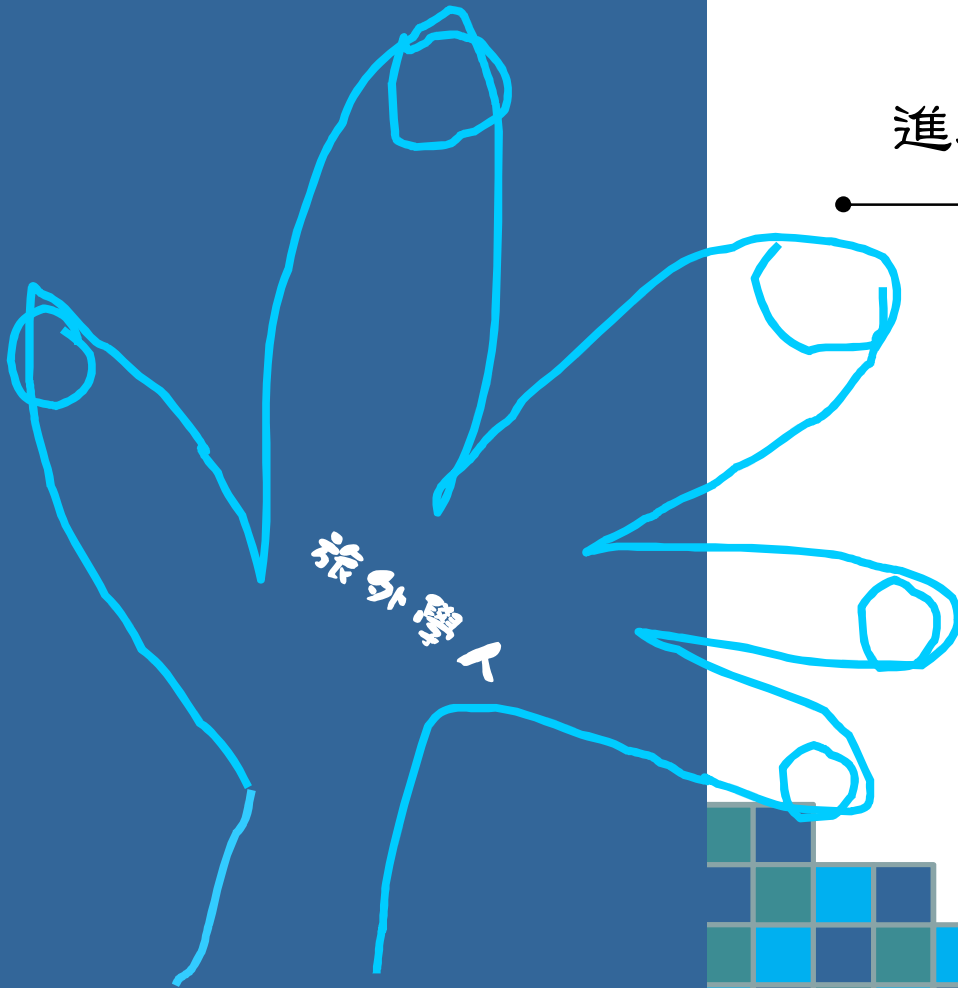
出版社：台灣培生教育出版社

出版日期：2006年02月01日

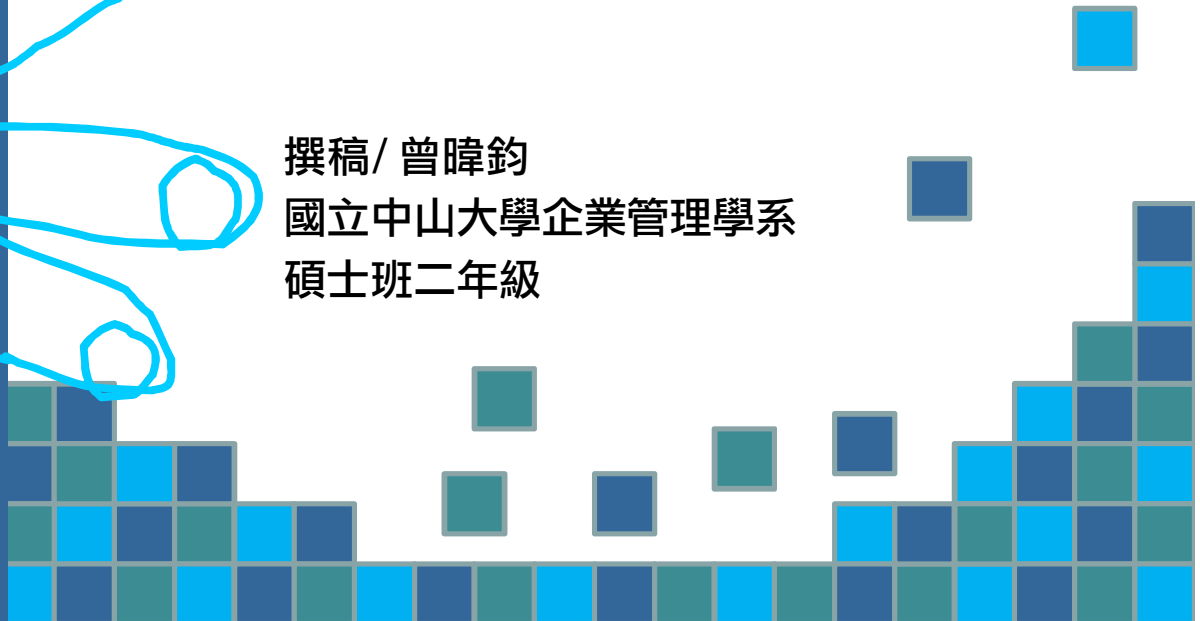



實習心得

進入職場前的最佳磨練機會



撰稿/ 曾暉鈞
國立中山大學企業管理學系
碩士班二年級






對MBA的學生來說，暑期實習是進入職場前最佳的磨練機會，不但可以體驗真實職場生活，更可印證一年來所學，從中了解自我優劣勢，進而在最後一年把握時間加緊充實自己。多數人都會選擇在台灣實習，但在葉老師的安排與協助下，今年我很幸運的能赴北京新加坡商華點通集團實習，相較於在台灣，到海外實習雖然須面臨文化差異與生活起居的挑戰，但相對的卻更能拓展國際視野、增加對當地環境的認識，收穫也多。非常感謝葉老師協助，我才能有這次獲益良多的

寶貴經驗，以下我會分別從工作、生活兩方面來分享我的實習生活，希望能透過我的文章，與有實習經驗的人共同交流，並能提供未來有意尋求暑期實習的學弟妹一些啟發。

北京生活分享

在海外實習，最大的優點是能夠學習與體會截然不同的生活環境，不侷限於企業，當地的風土民情、生活環境都是很棒的經驗，兩個月的北京生活是我這次實習的一個重要收穫，它讓我對大陸的文化、






環境有更深一層的體認，以下我就簡單的分享一下我所觀察到的北京。


吃與交通

北京是六朝古都，各民族的人都在這裡落腳，你可以在北京吃到各地的美味菜色。北京自古以來就是「北富南貧、冬貴西賤」，以故宮為中心，北邊與東北的價位相對西邊南邊高些，因此，一如台北，在這裡，你可以吃到非常高級昂貴的料理，但也有便宜又實惠的小飯館供你享用。北京料理特色是口味重，好鹹不好甜，料理的方式

基本上還蠻符合台灣胃口的，當地有句話說：「不登長城非好漢、不吃烤鴨真遺憾。」，北京烤鴨分為掛爐與悶爐兩種，價位從15~200 RMB都有，當然最有名的就是遠近馳名的全聚德烤鴨，吃起來皮酥肉嫩，實在是名不虛傳，令我回味再三。

北京人口約兩千多萬人，因此交通非常繁忙，如果不開車，主要的交通工具有公車、地鐵、計程車與自行車。公車是在北京最便宜實惠的選擇，也是我的主要交通工具，使用北京一卡通（類似悠游卡），每趟只要4毛錢（RMB）。







地鐵因為站不多且票價較貴，便利性較差，因此搭乘的人相對較少，但儘管如此，我還是很少坐到位置，因為北京人實在太多了。當然，體驗自行車才是體驗北京生活的最好方式，不過因為北京太大了，騎腳踏車很多地方根本去不了，因此只適合在居家附近使用。

社會

經過了兩個月的生活，我發現北京（或許整個大陸都是）是個兩極化發展的城市，M型社會的特徵十分明顯，有錢的人可以享受非常好的生活品質，消費比台北還要

很多，但是也有人可以用800RMB過一個月（包含房租）。同時國有企業與公務員的生活品質比一般老百姓好很多，街上的車大概有一半以上都是官方車。此外，很多台灣人還對大陸存有落後不進步的印象，事實上，至少在北京，它們的硬體設備早已趕上台灣，甚至超越台灣，這是因為他們是呈現跳躍式的發展，跳過黑白電視直接買彩色電視，沒用過Call機直接買手機，每輛公車幾乎都用RFID的感應卡，後門都還有監視系統，防止乘客被門夾，所以在硬體方面大的發展一點也不落後，但是另一方面，在服務的意識





、管理技能等等軟體建設，還是顯得落後，這也是台灣相對優勢的部分。


工作經驗分享

華點通是新加坡集團投資成立的外商公司，但除了資金之外，公司的員工幾乎90%都來自大陸，公司制度也是根據大陸的商業環境訂立，是個很本土的外商公司，因此華點通在自己的集團簡介中這麼說：「华点通不是本土公司，因为它的成员来自国际；但是，华点通也不是个外来公司，因为，它对中国的企业经营环境、管理条件有着不同一般的深刻了解」。

華點通集團的架構很特別，旗下共有三利潤中心，分別負責企管顧問、企業培訓與遠程教育，並另外成立一子公司負責提供整個集團支援系統，如人資、技術與財務等，並由上述三利潤中心共同分擔費用，除支援系統為傳統層級結構外。華點通每個公司都是團隊式的架構。公司採開放式的座位安排，除了經理級以上，沒有任何隔間，辦公室隔板也很低，用意是希望能做到快速溝通與反應。

華點通集團有兩個特色是我覺得非常值得分享的。






一、流程：華點通非常注重流程，公司把戰略（策略）、流程與人力資本列為三個公司的維度（構面）。第一天報到的時候我就感受到華點通重視流程的程度，我的報到手續不到一個小時就全部完成，包含門禁卡、電腦、人力資源建檔等所有的作業。之後，因為要蒐集一些資料，所以必須要請人開放一些電腦權限，也是有緊密的流程作業，而且這樣的流程是很快且準確的。之前在兩家台灣的外商公司實習過雖然也是很重視流程，但都沒有做的那麼徹底的。

二、資訊安全：華點通是知識型的公司，所以非常重視資訊安全，每位員工都要簽署保密協定，公司的電腦也不能使用隨身碟，每個人的電腦也有很嚴格的權限管理。值得一提的是，因為每一個步驟的流程都有明確的規定加上軟體的協助，因此嚴格的資訊安全把關，並沒有對內部資訊流通的速度造成太大的影響，非常值得學習。

在華點通我主要負責的工作有三項，第一項是負責一個短期的企業培訓專案，培訓的主題是提升客戶CS（customer solution）部門人員的簡報技巧，從需求溝通、到企劃






與執行還有成果報告，都有參與到，收穫很多。第二項是一個地方政府的諮詢案，因為這個諮詢案涉及一些公司的機密，所以雖然有很多有趣的心得，但也就不方便在這分享了。第三項就是一些報告資料的蒐集撰寫、翻譯等較瑣碎與例行的工作。

此外，這次剛好遇到公司組織調整，很多員工被迫離職，過去對於裁員都有什麼實際的感覺，但真正面臨到你才能明白感受到，裁員對員工來說的確是很嚴重的打擊，對組織的士氣也有很大的傷害，這種感受沒有身處其中很難體會，也很難形容。

暑期實習生通常僅會負責例行性或是短期的專案，所以不要對自己能提供的貢獻有過高的預期，因為對於多數企業來說，實習生能夠提供的貢獻並不大，甚至會干擾正常的營運。這兩個月的工作讓我體認到，作為一個實習生，不要因為負責的工作重要性或難度不高就武斷的認為實習的幫助不大，要把學習的觸角擴大，多方面觀察企業真實運作、組織行為與工作的流程，並儘量與工作的同事交流，只要抱持學習的心態，就會發現實習的每一天、每一件事、每一個同事都有值得我們學習的地方。





第九屆TIC100 創新事業競賽 參賽心得

啟程是二〇〇七年初，開始的路程顛簸卻也自由。每次的討論與意見都是天馬行空，畢竟，對於要孕育的夢想總是需要很多的衝擊.....也終於體驗什麼是天亮說晚安。

撰稿/蕭馭宸
國立中山大學企業管理學系
碩士班二年級



1032，一間教室，一切就從這裡開始。第一次的討論陳述了彼此對比賽的想法，也確定了成員，但方向及所要孕育出來的夢想仍待建築，在一切都還很模糊的情況下，就憑著傻傻的熱情，I'm in!

啟程是二〇〇七年初，開始的路程顛簸卻也自由。每次的討論與意見都是天馬行空，畢竟，對於要孕育的夢想總是需要很多的衝擊。在期末考與期末報告交織的綿密火網下，我們終於在寒假開始的那一刻進入真正的戰場，也終於體驗什

麼是天亮說晚安。記得，每天的行程就是宿舍、1032、吃飯、宿舍。也就是這時候，YupGaler誕生了。過程中的討論與激盪是每天都會經歷的事，但也在這些事情中，我們由個人變成群體，變成團隊。透過言語溝通，想法表達，彼此間對於要夢想有了更進一步的概念，對於即將到來的冬令營我們也有更深一層的信心與渴望。

如果最後的公演是TIC100的總決賽，那二月的冬令營就是決賽前排練。冬令營，一個可以檢視你的想法，並且與業師或是其他參賽者

交流意見的地方，很開心，我們順利進來了。兩天的流程中安排了各行各業的菁英在舞台上分享創業成功的喜悅與其中的辛勞，也是這兩天，我們將初步的夢想分享給其他參賽者與業師。令人開心的是，我們的夢想在這兩天獲得了肯定，業師們同樣也給予我們很多寶貴意見。排練時所獲得的掌聲，是承載著我們繼續往公演的方向前進的最大動力。

第二學期，也是考驗的開始。或許是距離總決賽還有五個月，或許有些非處理不可的外務，懷疑與

怠惰出現了。懷疑的是夢想能否實踐，怠惰是因為時間還久，少了逼人向前的動力。這兩樣因素讓整個團隊在兩個月當中呈現了空白的狀態，令人欣慰的是團員對於使命的堅持，讓每個人保有繼續下去的動力。數次想法停滯的時候，就會有人繼續帶頭往前衝，一切也開始在五月步入正軌。五月到七月，將虛幻轉化為現實的過程，我們透過文字、透過動畫也透過網路，這些工具幫助我們讓夢想有了雛形，也保有我們對於競賽的熱情。但是，一切都還是不確定。

經過不眠不休的趕工，收件日前一刻，我們終於將作品交給大會。同時，比懷疑與怠惰更恐怖的東西出現了，衝突！一個以為不會出現在團隊的不安定因素，因為目標的差異，就赤裸裸的出現在團隊裡面。衝突的過程很辛苦，但也透過這場衝突才真正讓團員間對於目標有個共識。默契，也終於在這時候成型。離決賽也剩下最後一星期。

如果要回憶起比賽過程中最辛苦的一段時間，大概就是現在了。忙碌的一星期中要製作佈置攤位需要的裝飾品、討論比賽時可能遇到

的問題以及簡報技巧的演練。但要我回憶比賽中最快樂的一段時間，也是現在。這星期大家全心準備即將來到的公演，對於最後的決賽有著期待，期待著能在最後的公演中獲得一致的肯定。

決賽的第一天是商展與簡報，商展的準備最花精神和時間。除了整體搭配，更要練習想要表達的內容有那些。此外，裁判也會不定時出現在會場，只要能透過商展抓注他的吸引力，簡報時就更有機會引起他的興趣，提供你更多的意見。第一天的簡報內容順利，卻有意外

的插曲，幸運的是穩定的表達方式與靈機一動的做法，化解了不安的情況。這一天，卻也是我們最煎熬的一天。因為，比賽的結果在隔天才會公佈，也就是當天晚上必須要繼續準備隔天上台的内容，但若是沒晉級，一切就白費了。雖然如此，我們仍然繼續用心準備隔天的決賽，躺在床上休息前，看了時鐘一眼，嗯！五點半。

忐忑的心情讓我們八點就到會場等待晉級結果的宣佈。擁抱，是那天宣佈過後我們做的事，喜悅與興奮是對於即將上台表演我們所懷抱的心情。那天，我們是最後一組

上台。冷靜的開場白，熱情的表達方式，清晰且有活力的陳述，犀利的財務數字與最後感性的結尾。對我們來說，我們演了一場很開心的戲，雖然最後只獲得評審次佳的肯定，但是與開心的演出過程相比，這一切似乎也不是這麼重要。

孝倫－熱情與夢想感染了整個團隊，讓大家可以繼續向前的力量。素冰－永遠充滿許多有創意的想法以及嘆為觀止的美工天份。淑婷－扮演團隊中理性的角色，適時給予亂飛的風箏一條控制的線。美瑛－辛苦的行銷長，燃燒自己的睡眠時間給團隊很大的幫助。綉雯－可靠

的財務長，同時風趣的言論讓討論的過程十分開心。

辛苦的七個月，過程中歷經了很多波折。決賽的過程開心、盡力的感覺真的很棒，雖然結果不是最想要的，但這也是很好的一次回憶。謝謝幫助我們的老師們，也要謝謝給予我們幫助的同學，若穎、歆如、建維佈置的過程中給予我們幫助。亞霖在我們遇到困難時給我們的意見，胖達在決賽兩天辛苦的幫我們解決很多問題。比賽的過程真的很辛苦，但創造出來的回憶卻可以讓你細細品嚐，感謝所有讓我們可以創造夢想、實踐夢想的單位。





徵稿啟事



對於時事補給的新聞新知、見解獨到的知識創造、雋永不朽的書籍分享、俯拾即是的生活經驗，您有著滿腹經綸無法宣洩的困擾嗎？西灣學人歡迎您的投稿，文長約1000-1500字，並附上姓名（筆名）、學校、系級。

請在本月月底前寄至

seawoun@gmail.com。

知識的時代需要您來撰寫歷史！

西灣論壇：

想分享更多的感想嗎？想了解更多的知識嗎？

想對月刊內容加以回應嗎？

進入<http://www.seawan.bdcweb.org/phpBB/index.php>就對了。



我們努力舞動雙手，
直到手掌佈滿繭而無法彎曲為止。

<http://www.bm.nsysu.edu.tw/seawoun/>



西灣學人

社 長 吳聯稚

副社長 宗培倫

閱讀・舞道

總編輯 郭柏志

文編組 陳旭薇 廖若穎 黃建維 李佩芬 郭美瑛 汪展鵬

活動執行 蔡幸穎 林琬玲 曾暉鈞 陳冠勳 麥人文 張恩齊
張銘志 郭俊宏 劉浩瑋 王孝倫 林宏宇 林師歡
趙得棟 黃湘婷

網站管理 陳力瑋 楊亞霖

發行所 國立中山大學企業管理學系碩士班

