

経営理論の基礎

- 2つの組織観
 - 反省的多元的組織観:全体論的構築主義的、動態的プロセス
 - 合理的客観的組織観:目的-手段の整理と明確化
- 以下では、合理的客観的組織観を見る

科学的管理 テーラーの5つの原則

- 1. 組織業務の責任を管理者に与える
- 2. もっとも効率的業務の科学的評価方法の利用(タイムスタディなど)
- 3. 労働者の科学的選抜と訓練(適所適材)
- 4. 仕事の業績監視
- 5. 例外による管理(日常業務は現場の監督者、例外ケースのみ上司に報告)

科学的管理の特徴

- 階層性組織(ヒエラルキー)
- 一般的規則
- 非人格的関係
- 権限と責任の分離
- 計画と遂行の分離
- 課業の特定化
- 業績インセンティブ

官僚制 ウェーバー

- 近代組織管理の特徴: 合理的な規則に基づいたコントロールのシステムの存在
 - 1. 機能的特化
 - 2. 階層的権限の明確なライン
 - 3. 管理者の専門家的訓練
 - 4. 規則に基づいた意志決定、組織目標の整合的効果的遂行のための戦術

官僚制の長所と欠点

- 責任と透明性、公平性、手続きの標準化、縁故主義の防止
- 人間性と自発性の喪失
- お役所仕事

マクドナルド化(McDonalization) ジョージ・リツツァー(1992)

1. 効率性(drive-in takeaway)
 2. 計算可能性(限られた商品の品揃え、調理の時間(スピード)管理)
 3. 予測可能性(どこでも同じものが買える、同じ応対)
 4. 非人的技術によるコントロール(厳密な手順、規則、訓練)
- マニュアル化の問題点
 - 「マクドナルド化のプロセスは、合理的だが、結果は不合理になることがしばしばある」

戦略的マネジメント理論(80年代から)

- 1. 企業のミッション、企業の目標の選択
- 2. 組織の外部競争環境を分析、強さと弱さを明らかにする
- 3. 組織の内部環境を分析、強さと弱さを明らかにする
- 4. 組織の強さを活かし弱さを修正する戦略を選択する
- 5. 戦略を実行する(組織構造、コントロールシステムのデザイン)
 - (1から4は戦略策定、SWOT分析(強さ、弱さ、機会、脅威))

マーケティング 4つのP

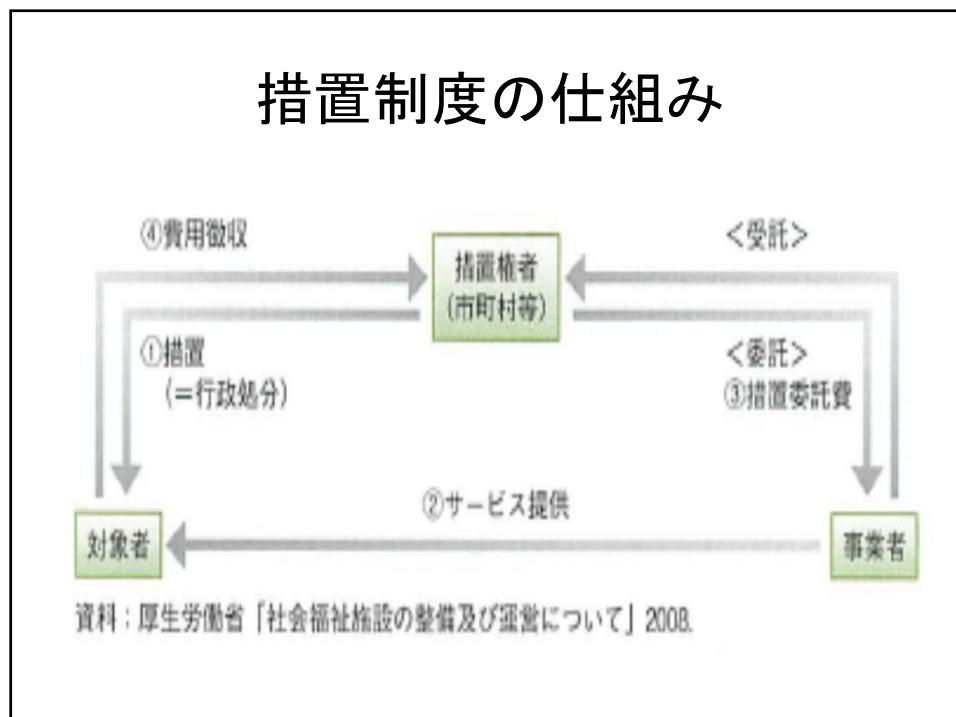
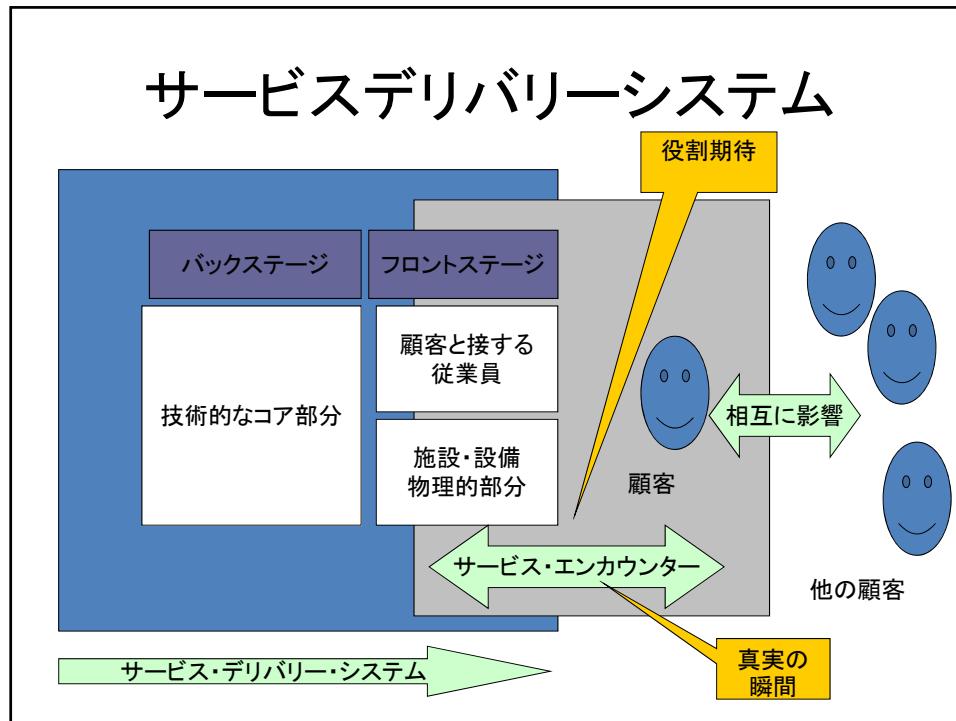
- 顧客獲得(selling)か顧客価値創造、実現か
- Products(製品)
 - 施設、在宅、地域密着、(インフォーマルな社会資源)
 - (サービスの質)、介護、相談援助
- Place(場所・販売チャンネル)
 - 立地、地域環境
- Promotion(販売促進活動)
 - 地域における口コミ、評判、他機関との連携
- Price(価格)
 - 自己負担、(税金、保険料)

サービス行為の本質と分類

		サービスの直接の受け手	
サービス行為の本質		人	所有物
	有形の行為	身体に 身体介護、食事 医療	物理的所有物に クリーニング 建物の修理保全
	無形の行為	心、精神、頭脳に 心のケア、セラピー 相談援助 教育、訓練	無形の財産に 会計、保険、銀行 調査

サービスの特徴とマーケティングへの影響

- 無形性
 - わかりにくい(体感、イメージ、口コミ)、価格設定の難しさ
(原価計算)
- 生産と消費の不可分性
 - 同時性、顧客の知覚、参加、協力、理解(スタッフの選別、訓練など人的資源管理)
- バラツキ性
 - 顧客の知覚、参加、協力、理解の差による質のコントロールの難しさ
- 消滅性
 - 在庫の難しさ、需要変動のコントロール



介護保険制度の仕組み

