

《改变世界的管理方法》

图书基本信息

书名：《改变世界的管理方法》

13位ISBN编号：9787501764815

10位ISBN编号：7501764816

出版时间：2004-10-1

出版社：中国经济出版社

作者：邱庆剑

页数：328

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《改变世界的管理方法》

内容概要

本书简述了位居前十位的12种管理方法给世界带来的显著变化。从这些叙述中，我们可以看出，受调查的1000位CEO的看法是科学的，他们在企业管理的实践当中，最清楚哪些方法对企业最有效。

《改变世界的管理方法》

作者简介

邱庆剑，又名秋剑，中国注册会计师、注册咨询师、MBA。长期从事企业管理实践，曾先后在外资企业、大型私营企业、咨询公司担任策划经理、市场总监、财务总监、人力资源总监和总经理等职务，并长期与国际咨询机构合作。长于税收筹划、财务咨询、投资顾问、人力资源顾问。现专职从事税收筹划工作，有多项成功案例，主要著作包括：《逆耳忠言—给老板·经理人·管理者》、《蚂蚁为王——弱势企业和弱势群体生存之道》、《管理的简单工作手册》、《生产总监工作手册》、《人力资源管理工具箱》、《谁把信送给加西亚》《林肯寻找格兰特》、《三个和尚挑水吃》、《绕道而行》、《量力而行》、《没有改变不了的命运》、《6个最省力的成功法则》等。

《改变世界的管理方法》

书籍目录

序言 世界如何被改变

- 一 揭开现代管理序幕的“科学管理”
- 二 奠定现代管理基础的“一般管理”
- 三 把人从工具中分离出来的“人本管理”
- 四 一分耕耘十分收获的“80/20法则”
- 五 被誉为管理“日心说”的“目标管理”
- 六 让管理者认清管理核心的“决策管理”
- 七 掀起一场生产模式革命的“JIT管理”
- 八 让企业形象脱颖而出的“CI战略”
- 九 真正认识“质量”概念的“全面质量管理”
- 十 让企业经营趋于完美的“6σ管理”
- 十一 解决企业无边界扩张的“虚拟经营”
- 十二 让企业脱胎换骨的神奇配方“企业再造”

说起来真是汗颜，科学管理诞生了差不多近一百年，中国很多号称管理规范的企业，却经不住这一思想的检验。据统计，60%以上的中国企业没有推行科学的定额管理，而在推行定额管理的企业中，90%以上的企业的所谓定额都不够科学，要么和实际差得太远，要么无法真正执行。在劳动密集型企业中，甚至没有科学的流水线，更谈不上动作的标准化和工具的标准化。比如，在一个年收入数亿元人民币的家具企业，竟然还是将每一套家具“包干”给数个工人，那数个工人从头到尾做完每一个工序的工作。而在一家号称现代企业的制药厂中，原料药车间设在三楼，原料靠人力搬上三楼，初加工后运到一楼，再一道工序后，却又用人力从一楼运到二楼，如果稍微懂得一点科学管理理论，将车间作出合理调整，就可以减少这诸多的搬来搬去。在管理部门中，因人设岗现象普遍存在，不是有了工作去找人，而是有了人才去找工作。所谓的人员编制，不过是掩耳盗铃罢了。在科学管理中，工人的工具摆在工作台的哪一个位置，可以最方便工人拿起，并且最省力，都深入地研究，使工人真正做到没有多余的动作，没有一个不合理的动作。但在中国的很多企业中，连多余的人都比比皆是，又何谈动作有没有多余呢？也许是因为中国人口众多，当管理水平落后时，管理者习惯于采取增加人力的办法来弥补落后管理导致的效率差距。正是这种指导思想，导致了惊人的人力浪费。体形如恐龙，力量似蚯蚓。因为缺乏或者不懂得科学管理，中国很多企业经营者便潜意识中疯长着这样一种狂热愿望：把企业做大。为什么要做大？做大与做强的关系是什么？这些经营者没有思考过，或者根本就不知道应该认真地思考。尤其是那些靠程咬金三板斧式功夫取得一点成功的经营者，成功让他们失去了理智，让他们过于高估了自己的能力，总以为自己什么事情都可以干成功。郭鹤年说得好：“当一个人获得成功之后，很容易自满并失去方向，逐渐浮现出许多不切实际的扩张想法。”事实上，的确有不少企业家走着这样一条不归路，他们过去成功了，成功让他们失去了自知之明，总以为没有干不成的事，于是大举扩张，结果呢？他们最终失利了，不是失利于对手的强大，而是失利于自己不具备驾驭大企业的能力。在作坊时代，管理简单而又粗放，甚至事事亲力亲为都是可以的，因为员工就那么一点，生产过程也就那么三五个环节，市场也就那么屈指可数的几小片。但企业扩张后，要亲力亲为已经不可能了，问题总是此起彼伏，按住这里那里又起来了，按住那里这里又不平了，而老总，还是原来的老总，并没有进步多少。更为可怕的是，很多企业家提出的“争当行业领袖”、“做某某行业全国第一品牌”等口号的背后，不是企业利润的增长需要，也不是企业实力增长的需要，而是企业家本人满足虚荣和野心的需要。企业是以盈利为目的组织，做大是为了盈利更多，如果做大不是为了盈利更多，就根本没有做大的必要。船小好掉头，企业小，一着不慎，可能还不至于输得家底都没了，而企业大了，一招失误，则可能全军覆没，当你输成了一个穷光蛋，又何来虚荣的满足和野心的得逞呢？在国际上，汽车、钢铁等曾经以规模取胜的制造业的规模动态已发生了逆转，效益最好的企业并不一定是规模最大、市场占有率最高的企业；同时兼并、重组的主要目的是通过调整产业结构来增强公司的竞争力而不是盲目地求“大”，在很多公司收购案例中，受益的主要是被收购公司的股东而不是表面取得胜利的公司的股东。科学管理追求的是内在的质量，而不是外在的规模，小到一个操作行为，大到一个产业的投入，科学管理都以“是否科学”来衡量，也就是以是否能够给企业带来利益，能够节约支出来考虑。如果每一个经营者、管理者都以科学管理来指导自己的决策，中国大地上怎么可能出现那么多体形大如恐龙，力量弱似蚯蚓的企业呢？淘金者最清楚：金子总是少数，金子总是被沙土掩埋着。可中国很多企业的管理者们，似乎都不清楚这一点，他们总是把沙土抓在手里，而无意识中让金子随水而去。中国市场经济起步晚，中国企业管理落后，这是不争的事实。当企业处于作坊阶段时，大事小事一把抓是可以的，因为每天的事情就那么三五件。但是，当企业做大之后，事情多了，就抓不过来了，还经常抓了小事误了大事。在任何企业里，每天都会面临着紧急的事情，许多经理人以能够处理紧急事务为荣，甚至把应付紧急事务当作自己向老板显示才华的机会。可事实上，有很多紧急事务，都不是关键的事情，不是重要的事情，反倒是那些应该按部就班处理的事情很关键很重要，它们支撑着企业的正常运转。企业上了规模，人多了事多了，紧急情况也就多了，很多经理人成天如同消防队长，累得大汗淋漓，却可能累不出业绩来，因为他们的管理水平并没有随着企业规模的增长而增长，企业小的时候，他们是鸡毛蒜皮都抓在手里，企业大时，他们还是那样，而不懂得应用80/20法则。于是，我们就看到在很多企业里关键的总是在为非关键的让路；——资金流向急需输血的非关键投资项目，结果让关键的投资项目失血而死；——公关资源向那些状况恶化但却不是重要公关

《改变世界的管理方法》

对象的领域集中，结果让重要的公关领域遭遇不可挽回的后果；——撒大网占领市场，地毯式开发客户，虽然面面俱到，却忽视了重要的目标市场，忽视了重要的目标客户群，结果“广种薄收”；——紧急的小订单不断地打乱正常的经营秩序，到头虽然保证了小订单的需求，却延误了大订单；——在企业里，关键的少数项目的发展，决定着企业的走向，如果每一个企业经营者、管理者都注意到这一点，中国企业界肯定不会出现诸如巨人、爱多、三株、飞龙、秦池、亚细亚等风光三五年就迅速陨落的灿烂流星。——相传当年有一个商人缠着苏东坡题字，那个商人人品很差，苏东坡借题字之机捉弄他，给他题写了“不可随处小便”几个字。出人意料的是，那个商人把字一个个裁开，将顺序调整一下，就成了“小处不可随便”。原本一句嘲弄的话，却成了颇富哲理的话，商人真够精明，连苏东坡本人都不得不叹服。——今天的中国商人，却有很多人“小处总是随便”，尤其是在质量方面，有偷工减料的机会，他们绝不放弃，能够蒙混过关，他们绝不光明正大地通过，在他们眼中，似乎质量总是小事，消费者的利益永远和他们的利益没有关系。——事实上，质量从来无小事，很多企业恰恰是因为“小事”吃了大亏。——比如曾经风光一时的天津华旗果茶，当时年产果茶45万吨，年销售量1.2亿元，被誉为“中国果茶一杆旗帜”，但因其并不突出的质量问题被几十家新闻媒体报道而陷入困境，市场销售锐减，库存严重积压，直接经济损失达三千多万元。——更为典型的是广东强力啤酒，曾一度行销全国，其前途却毁于一根毛：消费者在未开启的啤酒瓶中发现一根毛而被电视台曝光，短短几个月，企业各项损失高达1亿元，致使“强力”没落……——消费者吹毛求疵也罢，过于苛求也罢，消费者是没有错的，也是可以理解的，重要的是企业把工作做到尽善尽美。——遗憾的是，当我们拿66却对照中国企业的管理时，我们不得不用“千疮百孔”来形容。在很多企业里，“质量第一”只是口号，并没有体现在经营决策等实质性行动上，在追求数量和速度的过程中，“质量最后”倒成了事实。在产品方面，很多企业不注重掌握用户对品质要求的动态信息，在设计方面缺乏系统思考，产品一设计出来，就造成先天不足，而且，经常不考虑工艺和设备的配套性，设计出来了，却未必能够制造出来。在把质量关方面，很多企业重视检验，轻视制造，质量管理侧重于“死后验尸”，而不是预防为主。质量检验队伍素质也不高，质量教育重技术轻思想，员工无法从内心深处认同质量方针。更有很多企业的销售人员对质量一窍不通，出了质量投诉，不是躲就是粗暴解决，极大地伤害了消费者和商家的感情。——小处随便，也许是经营者的自由，但小处随便的结果，必然是被市场抛弃。6 管理要求，无论是大处还是小处，都要向完美靠近。……

《改变世界的管理方法》

媒体关注与评论

序言 世界如何被改变 在过去100年里，世界发生了翻天覆地的变化。这一变化的惊人程度，可以从美国的今昔对比中显示出来。美国是当今世界最强大的国家，而在一百年前呢？一位美国作家在他的书中记载，1900年，美国人的平均工资是时薪0.22美元，一般工人一年的收入在200~400美元之间，只有6%的人口达到了高中及其以上学历，只有14%的家庭拥有浴缸，全国只有8000辆轿车，只有144英里公路。世界的巨大变化，不是因为自然因素，不是因为政治，也不是因为战争，而是因为经济突飞猛进的发展。经济的突飞猛进，又是因为管理方法和手段的革新。过去100年时间里，诞生了许许多多行之有效的管理方法和手段，其中相当一部分对世界经济的发展起到了显著的推动作用。

2003年初，本书编写小组和纽约BKR国际咨询机构合作，耗时5个月，共同进行了一次问卷调查。调查对象是全世界1000家大型企业的CEO，问卷中列出了过去100年中最著名的45个管理方法，要求被调查对象列出他（她）认为对世界影响最大的前十个方法。调查的结果是，有861位CEO认为“科学管理”对世界的影响最大，并将它列在第一位，“一般管理”则排在第二位，有623位CEO投它的票。排在第三至第十位的分别如下：第三位：“人本管理”，598票；第四位：“80/20法则”，586票；第五位：“目标管理”，524票；第六位：“决策管理”和“JIT管理”并列，423票；第七位：“CI战略”，406票；第八位：“全面质量管理”和“68管理”并列，364票；第九位：“虚拟经营”，299票；第十位：“企业再造”，267票。

在这次问卷调查中，我们发现一些非常著名的管理方法未能进入前十位，比如知识管理、学习型组织、头脑风暴法、SWOT分析、5S管理、7S模型、团队管理等。据我们分析，这些管理方法未能进入前十位，主要有三种原因：一是尚处于理论阶段或探索阶段，其影响程度还难以定论，比如学习型组织，虽然目前掀起了热潮，但具体如何创建学习型组织，还处于探索阶段。二是该方法主要运用于管理的某一方面，范围不够广泛，比如头脑风暴法，它只是一种思维方法，再比如SWOT分析，说它是一种决策工具更为恰当。三是操作性不强，比如知识管理，它对管理的影响的确非常巨大，但作为一种管理方法，其操作性却不是很强，它对管理的影响，更确切地说是一种潜移默化的影响。

1000位CEO评出的位居前十位的12个管理方法，又是如何改变世界的呢？在工业革命之前，企业以小作坊的形式存在着。在这样的“企业”里，熟练的技术是最重要的，每一个工人都得先从学徒做起，在掌握了全部的手艺之后，才能独立操作。那时，还不存在工序和流水作业的概念，生产力极为低下，根本满足不了人们物质生活的需要。……

《改变世界的管理方法》

编辑推荐

本书简述了位居前十位的12种管理方法给世界带来的显著变化。从这些叙述中，我们可以看出，受调查的1000位CEO的看法是科学的，他们在企业管理的实践当中，最清楚哪些方法对企业最有效。

《改变世界的管理方法》

精彩短评

1、还OK，不过举例太过累赘重复太多

《改变世界的管理方法》

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：www.tushu000.com