

《管理未来》

图书基本信息

书名：《管理未来》

13位ISBN编号：9787111280620

10位ISBN编号：7111280628

出版时间：2009-9

出版社：机械工业

作者：彼得·德鲁克

页数：249

译者：李亚

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

《管理未来》

前言

我总是感觉自己没有资格为德鲁克先生的著作写序，但是机械工业出版社华章分社的邀稿盛情难却，此外，作为德鲁克先生生前少数耳提面命的中国人之一，我也有责任和大家分享我从他那里得到的启迪。 改革开放初期，德鲁克夫妇来过中国。对比第二次世界大战后欧洲人从战争创伤的心理阴影中复原的艰难过程，他遇到的中国人充满活力和乐观精神，这一点令他惊讶不已。十年前我刚认识德鲁克先生时，他告诉我，世界在苏联解体后，只有美国一国独强的局面是不健康的，应该至少还有另一股力量可以和美国互相制约，在俄罗斯、印度、巴西和中国这几个正在上升的大国中，只有中国有这种可能。他还说，中国可能向好的方向发展，也可能向坏的方向发展，因此在中国迅速培养大批有道德和有效的管理者至关重要。这也是他后来全力支持我创办彼得·德鲁克管理学院的原因。

德鲁克管理学院开办不久，有一位著名商学院的教授建议我们走精英教育的路线，收昂贵的学费，德鲁克先生反对这么做。他对我说：“中国固然需要大公司和领导它们的精英人才，但中国像任何国家一样，90%的组织将是中小型的和地方性的，它们必须发挥作用，单靠大公司，不能提供一个健康社会所需要的各方面功能。”

《管理未来》

内容概要

《管理未来(珍藏版)》内容简介：以信息为基础的组织出现，对系统性创新和企业家精神的需求，要求未来的管理者具备全新的素质。彼得·德鲁克，至今仍是世界上最具影响力的管理思想家，并受到越来越多的重视，那些试图正确应对世界变革的商界领袖和经济学家们都会竖起耳朵认真倾听这位智者的声音。未来企业的竞争战略必须基于瞬息万变的世界经济。知识社会来临，信息变得越来越重要，信息也意味着一种新型管理方式。对于知识社会的管理者，创新和企业家精神变得至关重要。未来的经理人需要具备全新的素质和技能。

海报：

《管理未来》

作者简介

彼得·德鲁克小传，管理学科开创者，他被尊为“大师中的大师”、“现代管理学之父”，他的思想传播影响了130多个国家；他称自己是“社会生态学家”，他对社会学和经济学的影​​响深远，他的著作架起了从工业时代到知识时代的桥梁。

1909年彼得·德鲁克生于维也纳的一个书香门第，1931年获法兰克福大学国际法博士学位，1937年与他的德国校友多丽丝结婚，并移居美国，终身以教书、著书和咨询为业。

在美国他曾担任由美国银行和保险公司组成的财团的经济学者，以及美国通用汽车公司、克莱斯勒公司、IBM公司等大企业的管理顾问。为纪念其在管理领域的杰出贡献，克莱蒙特大学的管理研究生院以他的名字命名；为表彰他为非营利领域所带来的巨大影响，国际慈善机构“救世军”授予德鲁克救世军最高奖项“伊万婕琳·布斯奖”。

他曾连续20年每月为《华尔街日报》撰写专栏文章，一生在《哈佛商业评论》上共发表38篇文章，至今无人打破这项纪录。他著述颇丰，包括《管理的实践》《卓有成效的管理者》《管理：使命、责任、实务》《旁观者》等几十本著作，以30余种文字出版，总销售量超过600万册。其中《管理的实践》奠定了他作为管理学科开创者的地位，而《卓有成效的管理者》已成为全球管理者必读经典。

他曾7次获得“麦肯锡奖”；2002年6月2013，获得当年的“总统自由勋章”，这是美国公民所能获得的最高荣誉。

20世纪80年代，德鲁克思想被引入中国；2004年，德鲁克管理学全面进入中国的管理教育。

2005年11月11日，德鲁克在加州克莱蒙特的家中溘然长逝，享年95岁。

《管理未来》

书籍目录

推荐序一 推荐序二 译者序 前言 访谈录 关注后商业社会 第一部分 经济 第1章 触手可及的未来
第2章 经济学的缺陷 第3章 跨国经济 第4章 从国际贸易到国际投资 第5章 美国出口额剧增
的背后 第6章 低工资：不再是竞争利器 第7章 90年代欧洲的生存之道 第8章 美日贸易需要反
思 第9章 日本战后的强大竞争武器 第10章 对日本及日本人的误解 第11章 拯救拉美，拯救美
国 第12章 墨西哥的杰作 第二部分 人 第13章 生产率的新挑战 第14章 企业领袖的神秘色彩
第15章 领导艺术：少说多做 第16章 人员、工作与城市的未来 第17章 蓝领工人的地位下降
第18章 工作规则与职位说明的终结 第19章 把官员变成经理 第三部分 管理 第20章 未来的
管理者：主要趋势 第21章 管理上司的艺术 第22章 困扰美国汽车业的真凶 第23章 日本企
业的新战略 第24章 走动式管理：走出公司 第25章 企业文化：绝非鸡肋 第26章 不断降低成本
：长期策略 第27章 非营利组织带给企业界的启示 第28章 非营利组织治理：成功教程 第29章
非营利组织的深远革命 第四部分 组织 第30章 公司治理 第31章 营销四课 第32章 未来公
司：从“着装”看企业成功 第33章 企业绩效的五大指标 第34章 研发：最好由商业驱动 第35
章 卖掉收发室：90年代的外包 第36章 有效研发的10条规则 第37章 企业联盟的发展趋势
第38章 资本主义危机：谁来负责 第39章 新的生产理论后记 20世纪90年代和更远的未来

第1章 触手可及的未来 在20世纪90年代，社会经济环境的5个重要领域以及企业的战略、架构和管理将会出现深刻的变化。 第一，世界经济将会变得与商人、政治家、经济学家心目中想当然的那个世界经济显著不同。互惠（reciprocity）将成为国际经济整合的核心原则，这一趋势目前已经难以逆转了，无论你喜欢与否（我就不喜欢）。 经济关系将越来越多地体现为贸易集团之间的关系，而非国家之间的关系。确实如此，十年之内，围绕日本松散组织起来的东亚集团、欧洲经济共同体和北美经济体很有可能会出现三足鼎立的局面。这样一来，越来越多的国际贸易和投资行为将表现为这三家之间的双边关系或三边关系。 互惠政策很容易蜕变成最为恶劣的贸易保护主义（这就是我不喜欢它的原因），但是如果（并且只有在这种条件下）政府和企业能够勇于行动并且富于想象力，互惠也能够成为扩大贸易和投资的有力工具。无论如何，互惠可能已经是大势所趋了。这是对历史上第一次出现非西方国家——日本崛起成为经济大国的反应。 过去每当出现一个新的经济大国，随后就会出现新的经济整合形式（例如在19世纪中期出现的跨国公司，就是对美国、德国两个经济大国崛起的反应，这与亚当·斯密和大卫·李嘉图的经济理论有很大差异，到1913年为止，跨国公司控制的全球产量已经和现在一样多了，甚至可能比现在还要多一些）。无论好坏，互惠政策都是把现代而高傲的非西方国家（例如日本），融入西方主导的全球经济的基本方式。 西方再也不会容忍日本近几十年来的敌对性贸易方式——即在本国市场筑起壁垒来保护其社会结构和传统，同时坚决支持少数几类日本产业走出去占领世界统治地位。然而，西方的模式是一种自由竞争、自由价格经济制度，经济合理性是其最终评判标准，这与儒家社会格格不入，反而被其视为文化帝国主义（cultural imperialism）。通过互惠政策，有可能在文化迥然不同的社会之间建立密切的经济合作关系。 加入联盟 第二，企业会通过联盟的方式将自己融入世界经济：参股、合资、共同研发与营销、子公司或特定项目的合作、交叉授权（cross-licensing）等。合作伙伴不仅包括其他企业，也包括像大学、健康保健机构、地方政府这样的非营利组织。无论如何，传统的经济融合方式——国际贸易和跨国公司——还会继续发展。但是，经济发展的动力正在迅速转向联盟关系：它的基础既不是贸易关系中的商品，也不是跨国公司对权力的掌控。 以下原因可以解释这种迅速发展的趋势： 很多中型企业甚至是小型企业，必然会积极参与全球经济。为了在发达国家的市场中保持自己的领导地位，企业越来越需要在全世界所有发达国家的同类市场中都占有一席之地。但是中小企业很少拥有足够的财力或管理能力去建立海外子公司或并购海外企业。 从财力上说，只有日本人还有能力建立跨国公司。它们的资本成本大概是5%左右。相反，欧洲或者美国的公司则需要付出高达20%的资本成本。无论是通过企业自身的有机增长或是兼并收购，很少有投资项目能够得到如此高的回报（除非是汉森（Lord Hanson）或巴菲特（Warren Buffet）这类管理专家进行的并购，他们知道如何找到基本健康却又管理不善的企业，并使之咸鱼翻身）。对于跨国投资来说更是如此，因为它还要面对汇率波动以及不熟悉外国投资环境的风险。从财务上看，近期欧洲公司在美国进行的并购大部分是不合理的。如果说理由是现在美元疲软，因此这些并购很“便宜”，那么这种说法完全是无稽之谈，毕竟并购过来的这些公司在经营中挣的也是美元。只有非常大并且拥有充足现金的公司，才能够在今天走跨国公司这条路。 不过，联盟趋势背后的主要推动力还是技术和市场。在过去，技术很少重叠。做电子的人不需要知道太多的电气工程或者材料方面的知识；造纸商只需要知道造纸机械和造纸化工即可；电信产业过去是自成一家；投资银行也是这样。然而，今天这种情况几乎已经不存在了。即便是大公司也无法只通过自己的实验室而获取自己所需的全部或大部分技术。相反，现在一个优秀实验室的研发领域往往非常广泛，可以超过任何一家大型多元化公司的经营范围。因此，制药公司需要与基因专家联手；商业银行要与保险公司结盟；像IBM这样的硬件开发商要与小型软件公司合作。一项技术发展得越快，对这类联盟的需求就越大。 同样，各种市场也在飞速地变动、合并、交错、重叠，它们也不再是相互独立的了。 联盟虽然是必要的，但绝非易事，需要企业对合作目标、策略、政策、关系以及人员等方面前所未有地极其清楚，还要求对于联盟将在何时、以何种方式结束有一个事先的协定。因为联盟越成功，就越容易出现各种问题。有关这方面的最好分析并不是在管理学著作里，而是丘吉尔在其自传中关于其祖先马尔波罗（Marlborough）第一公爵的描述。 公司重组 第三，自从现代公司于20世纪20年代实际形成以来，与其他时期相比，在20世纪90年代，企业界将经历数量最多的、最为彻底的公司重组，仅仅在5年之前，当我指出以信息为基础的企业较之传统企业将设置更少的管理层级时，还被视为很轰动的新闻。到现在为止，相当一批或者说大多数美国大公司，都已经削减了1/3甚至更多

的管理层级。但是，大中型企业的公司重组（最终还将包括小型企业）实际上才刚刚开始。未来的企业将遵守两条法则：第一条，将工作移往人们居住的地方，而不是把人们移到工作的地方；第二条，把那些不能提供高级管理职位和专业职位晋升机会的工作（如文秘工作、后勤工作、经纪公司的“后台”工作、大型建筑公司的制图工作、医院里的实验室）分离出来给外部承包商去做。用股票市场的术语来说，公司是在进行分解（unbundled）。其中的一个原因是，在20世纪，我们已经掌握了低成本地快速传输思想和信息的能力。与此同时，19世纪的伟大成就——运载人的能力，其缺点已经超过了其优点。证据就是：在大多数大城市中，每天的上下班是一件令人恐惧的事情，越来越拥挤的交通要道上空总是弥漫着一片久久不散的烟雾。把工作转移到人们聚集的地方已经成为一种热潮。很少有美国银行或者保险公司仍然在中心商业区的写字楼里做文书工作，大多已经转往城市郊区的卫星城或者更远的地方，纽约一家保险公司就每天晚上把它的索赔单据空运到爱尔兰去处理。目前，几乎没有哪家航空公司在其总部甚至机场内提供订票服务。要使这种潮流变成一个巨大的冲击波，可能我们还需要再经历一次能源危机。但是，大多数既不涉及决策又不需要与客户进行面对面接触的工作（这意味着所有的文书工作）将在10年内被转移出大城市，至少在西方国家是这样，我估计东京和大阪要多花一点儿时间。（顺便说一下，这对于19世纪交通革命的产物——大城市来说意味着什么呢？它们当中的大多数——巴黎、纽约、东京、法兰克福——已成功地在20世纪从制造中心转型成为办公中心。它们还能再次成功转型吗？新的转型是什么呢？世界范围内始于18世纪伦敦的大城市房地产热潮已经走到了尽头吗？）“外包”的趋势也正在顺利发展，甚至连日本也是这样。现在，多数日本大医院的保洁工作是由服务于美国医院的同一家承包公司的日本分支机构承担的。隐藏在这种趋势背后的是对服务工作生产率日益增加的需求，而这种服务工作主要由文化或技术水平不高的员工所承担。这几乎肯定要求企业将此类工作外包给独立的、自身有职业晋升阶梯的外部公司。否则，这类工作将得不到足够的重视，进而人们在质量、培训、工作效率研究、工作流程和工具方面将不会尽心尽力。最后，在20世纪末期，公司规模将会成为一种战略性决策。“大的更好”或者“小的更美”的说法没有多少实际意义。无论是大象、老鼠还是蝴蝶，从它们自身的角度来看，没有哪个是更好或者更美的。这正如苏格兰生物学家达西·汤普森（D'Arcy Wentworth Thompson）在其1917年的著作《生长和形态》（On Growth and Form）中所说的：生物体形的大小是由其功能决定的。跨国汽车公司，例如福特汽车公司，必须规模庞大。但是劳斯莱斯这类针对细小利基（niche）市场的小型汽车公司也有其生存空间。另外，几十年来全球最成功的零售商玛莎百货（Marks & Spencer），一直是一家规模适中的企业而非大公司。东京的伊藤洋华堂（Ito-Yokado）也是如此——它被认为是过去十年间最成功的零售商。成功的高科技工程公司通常也是中型企业。相反，在另外一些行业中，中型企业并不成功，例如，成功的医药公司要么规模特别大，要么特别小。由于管理和信息现在变得非常容易获得，大规模的优势就不再明显了；由于要进行全球性思考甚至是全球性运营，小规模的优势也被抵消了。管理人员越来越需要选择合适的企业规模，这种规模必须要适合企业的技术、战略和市场。这是一个艰难的风险性决策，而且正确的企业规模往往与能够满足管理层心理需求的规模是不一致的。

《管理未来》

媒体关注与评论

明天总会到来，又总会与今天不同。如果不着手于未来，最强有力的公司也会遇到麻烦。对所发生的事感到吃惊是危险的。哪怕是最大的和最富有的企业，也难以承受这种危险；即使是最小的企业，也应警惕这种风险。“演出必须继续下去”是本书的座右铭——管理者的“演出”就是能够取得成果的有效行动。帮助管理者在混乱、危险、快速变化的经济、社会和科技环境中采取行动和创造成果——也就是帮助他们取得绩效——正是本书的目的和使命。——彼得·德鲁克 德鲁克先生对于管理领域的贡献并不需要我们去作注释，但是对于中国的管理者来说，他的价值却难以估量。因为德鲁克先生，管理可以变得卓有成效；因为德鲁克先生，管理者释放了自己的价值。——陈春花 华南理工大学教授博士生导师 一本优秀的著作就是一座挖不尽的宝藏，可以陪伴人的终生。这样的著作一旦诞生，就已经独立于作者、独立于时代，属于每个读者自己。这样的书是永恒的、跨越时空的。——赵曙明 南京大学商学院院长教授博士生导师 全世界的管理者都应该感谢这个人，因为他贡献了毕生的精力，来理清我们社会中人的角色和组织机构的角色，我认为彼得·德鲁克比任何其他人都更有效地做到了这一点。——通用电气前首席执行官 杰克·韦尔奇 在所有的管理学书籍中，德鲁克的著作对我影响最深。——微软总裁 比尔·盖茨 德鲁克是我心中的英雄。他的著作和思想非常清晰，在那些狂热追求时髦的思想的人群中独树一帜。——英特尔主席 安迪·格鲁夫 只有中国人才能建设中国，只有中国人才能发展中国。——彼得·德鲁克

《管理未来》

编辑推荐

站在未来的德鲁克 启蒙中国现代管理第一人 当今中国一代活跃着的组织最近的眉睫的问题，正是德鲁克向我们描述的如何管理的问题。 超越时空的德鲁克，管理者永恒的导师 他称自己是“社会生态学家”，他对社会学和经济学的深远影响，他的著作架起了从工业时代到知识时代的桥梁。

精彩短评

- 1、听说德鲁克的书很好，买来看看吧可不可以
- 2、要看的长远
- 3、管理未来这本书告诉了我们未来的管理趋势，现在的企业需要怎么样的管理
- 4、值得阅读
- 5、适合腾出大段时间精读的一本书。。。
- 6、探讨管理者未来的挑战
- 7、帮别人买的，自己也买了本，很值得每个人去看！
- 8、可以，是正版的。
- 9、每个都有管理好自己的未来，每个都可以看的书！
- 10、喜欢德鲁克，基本上将他的书买齐了！
- 11、书本是我的同学买的，所以我就不多做评价了，不过他看的挺多的，应该是挺不错的一本书
- 12、发货速度很快，给老板买的，他说不错，现在又买了三十多本呢..
- 13、书很不错,经典
- 14、内心慌乱的时候好好看看，沉静下来，管理好自己
- 15、角度稍远.. 他老人家坐飞机写的感觉
- 16、管理学的书，德鲁克一向的风格，书自身也挺好。
- 17、管理的根本，基于现在，放眼未来。
- 18、书很好，买了很多堆书架了
- 19、我最喜欢彼得。德鲁克的书了
- 20、不容易看懂~~
- 21、管理大师之作，得仔细体会
- 22、还是好评吧
- 23、面向未来的管理

Managing for the fu***e.这是“管理的未来”的意思，亦或“为了未来进行管理”？总之我还不能确认“管理未来”是最好的翻译意思。无疑的是，该书为我们提供了很多大师德鲁克的精辟见解，即使是20多年后的今天，很多观点仍然适用。

大师贡献了毕生的精力，来厘清我们社会中人与组织之间的关系，他自谦为“社会生态学家”，而事实上他的观点影响深远，至今社会学、经济学和其他人文学科因他受益匪浅。

《管理未来》从分析经济形势入手，进而转向关于人、管理的主题，最后落脚于组织。书中的观点多结合1990年左右时期美国和相关国家的实际案例、国际形势来论证作者提出的一些观点。大到国家政策的制定和调整，如作者提出的美日贸易的政策调整、对拉美和墨西哥的一些政策调整的看法；小到企业如何应对市场变化的自我调整，从创新着手延续企业的经营与管理。

按照大师的想法，管理就是要及时把握形势，及时调整公司战略，及时进行自我调整，这样才能在激励的市场经济中站稳脚跟。公司联盟、战略投资、企业并购、组织变革，这些管理行为归根结底其实都是企业所有人基于对市场的判断，为了企业更好地发展做出的一系列决策。

管理，就这么简单；管理也不是那么简单。

24、书是经典好书，但是同一个出版社的书，都是德鲁克的书，有些书的印刷纸张一一样，管理三册和成果管理的纸张好，管理未来、管理前沿什么的纸张就不一样，稍微差一点。

25、当当购书折扣翻云覆雨，让人猜不透。不过挺德老！

26、不错，值得好好读

27、给客户买的，送人相当不错

28、非常有价值的一本书，页面清晰，纸质优良。内容精彩而深刻，值得收藏

29、管理未来,一个新课题

30、大师之作，经典中的经典

31、收藏品读

32、预言般的书籍

- 33、公司学习管理，吸取优势经验
- 34、学习中，无休无止
- 35、很好，看后受益很大，是一本好书！
- 36、对未来的把握和掌握,才能很好的管理未来
- 37、未来或者说现在，已经是知识社会，大部分的朋友们，都是知识工作者——智慧型的劳动者，那么，我们都要学会自我管理和团队管理。面临社会的变化，我们应该怎样做，才能让我们的工作更有成效，让我们的决策风险更小？这本书，解决了我们的疑惑！

管理，不仅仅是现在的事情！

更重要的是管理未来！

- 38、借鉴大师的思想
- 39、正版，精编，内容独特
- 40、书中告诉我们要着眼未来，不能盲目地活着，内容很值得一看。
- 41、现代人的必须！！
- 42、别人推荐的正在看可是俺看不懂
- 43、读起来可能不是比较深涩
- 44、看了几本德鲁克的书，实在感叹不已
“管理大师”的称号真不是盖的
其二十三年前观察到的事物和所思所想，时至今日，仍然具有相当的借鉴意义而且，有些观点，哪怕放在今日的管理界，仍然具有新颖性
- 45、德鲁克的书每一本都是经典，这一本也不例外。未来管理，其实就是通过对现在做的事情进行前瞻性的规划，到处未来的目标。也就是说，未来是可以进行管理的，可以进行追求的。
- 46、超经典著作，不读可惜了
- 47、一本值得我们慢慢品读这本经典的书籍。
- 48、读了此书，内容丰富，受益匪浅，是管理者应读的一本好书。
- 49、书好，当当网的礼券我一张也没能兑现，感觉**受骗了。企业故意设置“激活”等技术障碍，根本没有兑现承诺的诚意。
- 50、给公司员工培训时候买的~，还不错吧
- 51、德鲁克著作
- 52、德鲁克当年的思想20多年后仍不过时
- 53、但更适合高层管理者阅读
- 54、很不错的一套书
- 55、很不错，有些预见已成真。
- 56、德鲁克对未来的预见。
- 57、非常的很好，配送速度很快！
- 58、一起买的还有德鲁克日志，买给老公的礼物，他很喜欢！
- 59、书籍内容非常好，顺便赚点积分。
- 60、值得思考的
- 61、这书适合企业战略工作的人用于指导企业的长期发展思路和定位。
- 62、管理未来
- 63、思想深刻。启发性强
- 64、这是本很好的管理未来的方法，值得一读。
- 65、很好，见解很深。要多读几次。
- 66、一如德鲁克的书，那么具有前瞻性
- 67、因为经验值为零，很多思想对于我来说很空。
- 68、价格公道，但愿从这本书里学到知识。
- 69、内容有点深奥了，对俺来说。
- 70、趁这次活动赶紧的买了，德鲁克的一半作品回来读读，很不错，大家要抓住机会。

《管理未来》

- 71、看了，有价值
- 72、通过阅读大师的管理思想，使我对管理学有又了一层新的认识
- 73、一如之前的“卓有成效的管理者”书，非常具有启迪意义，值得拥有

1、面向未来的管理作者：乡村土狼2010-02-21 13:21:26面向未来的管理 Managing for the fu***e.这是“管理的未来”的意思，亦或“为了未来进行管理”？总之我还不能确认“管理未来”是最好的翻译意思。无疑的是，该书为我们提供了很多大师德鲁克精辟见解，即使是20多年后的今天，很多观点仍然适用。大师贡献了毕生的精力，来厘清我们社会中人与组织之间的关系，他自谦为“社会生态学家”，而事实上他的观点影响深远，至今社会学、经济学和其他人文学科因他受益匪浅。《管理未来》从分析经济形势入手，进而转向关于人、管理的主题，最后落脚于组织。书中的观点多结合1990年左右时期美国和相关国家的实际案例、国际形势来论证作者提出的一些观点。大到国家政策的制定和调整，如作者提出的美日贸易的政策调整、对拉美和墨西哥的一些政策调整的看法；小到企业如何应对市场变化的自我调整，从创新着手延续企业的经营与管理。按照大师的想法，管理就是要及时把握形势，及时调整公司战略，及时进行自我调整，这样才能在激励的市场经济中站稳脚跟。公司联盟、战略投资、企业并购、组织变革，这些管理行为归根结底其实都是企业所有人基于对市场的判断，为了企业更好地发展做出的一系列决策。管理，就这么简单；管理也不是那么简单。

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