第一图书网, tushu007.com

<<企业管理者的跨越>>

图书基本信息

书名：<<企业管理者的跨越>>

13位ISBN编号：9787308056151

10位ISBN编号：7308056155

出版时间：2007-1

出版时间：浙江大学出版社

作者：黎贤钛

页数：333

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

<<企业管理者的跨越>>

内容概要

《企业管理者的跨越》收集了自毕业之后1988年-2006年各时期的文章，所阐述的是不同时期工作岗位的实践和体会，特点是每篇文章都具有独立性，既可针对个人需要选择学习，又能结合实践系统领悟，让管理者从“随便翻翻”中体验自我跨越。
文章整理后分为三大类，即管理理论类、心得实践类、工程技术类。
管理理论类是在企业发展过程，身体力行的管理探索，经体验而得出的观点和看法，力求理论结合实践，对现代企业管理有一定的参考借鉴意义。
心得实践类是从事该工作后由实践中获来的心得体会，其实也是管理艺术和管理哲学，无论对科研工作还是从事管理工作，面对实际问题结合相关科技知识撰写而成，会对管理工作者、科技人员带来人生的智慧和学习的启迪。
工程技术类是对产品、行业前沿问题进行探索和研究，特别是流体动力学、工程热力学，电器元件可靠性问题作理论性和实践性的应用分析，对变压器冷却系统设计、轴流风机的设计以及轴流风机的正反命题计算研究具有一定的实用价值，从某种角度上也反映该课题在当今科学中的前沿性。
“伟大的人生是被理想指引的，被爱所激励的。
”（伯特兰·罗素语）在自我创业短暂的十余年工作生涯中，总被前程是光明的，道路是曲折的理想信念所指引。
道路确实风雨交加，但在关键时刻，却也遇到了不少难忘的贵人的关爱和帮助，他们是赵树人、朱树光、张成、徐少力、冯劲、金国齐、陈增林、周凤飞、郑志兴、姜礼华、李良福、乌永乐、顾宏望、邢义钵、俞朝法、杨超等，还有许多，不尽列举。
由于他们的支持激励，才使企业生存和发展，个人事业有所建树，在此，不胜敬意和感谢！
由于本人一直忙于自己的事业，很少时间用于对学业上的专门探索和研究，不妥之处，谨望读者不吝指教。
出版《企业管理者的跨越》还受到首都贸易大学博导吴少平教授、北京大学博导黄桓学教授的指导，还有编辑部的辛勤劳动，对此，表示最真挚的谢意！

作者简介

黎贤钛，毕业于浙江大学电机工程学系，美国加州大学管理学博士。
三门尔格科技有限公司董事长，中国注册特级职业管理人。
2002年获美国百林顿MBA。
2004年获英国剑桥大学高级职业管理人资格。
发表论文50余篇；拥有各项发明专利23项，其中一项为国家”八五“攻关项目，三项为填补国内空白，七项力省级高科技产品；并参加国家行业起草的三个产品标准。
台州市十佳非公有企业专家型企业家，浙江省优秀青年企业家，浙江省学习型标兵，全国百名先进管理者。

<<企业管理者的跨越>>

书籍目录

第一部分　管理理论类成就管理者的四个要素企业“4×2”管理模式的实战应用企业管理有效规律品牌重于销售战略创新是企业可持续发展的动力全方位打造品牌建设效用决策理论探索质量信息系统的设计现代企业领导和管理者的新理念企业管理的趋势是走向数字化企业败局和长寿对策利用博弈论调整现有市场产品结构周易哲理与管理和谐第二部分　心得实践类捕捉有效知识探索科学思想促进了历史的发展和人类的进步在实践中应用ISO-9000系列标准现场质量管理方法提高产品质量的奥秘企业文化是企业可持续发展的重要保证企业营销战略方案传统文化与人文管理企业内部预算管理论行必果企业领导自身素养的修炼企业战略管理中小企业在经济全球化中应采取的对策商务谈判的具体实践第三部分　工程技术类我国变压器油泵发展之现状变压器油泵进出口管路油流状态研究冷却器管道油流旋涡方程的设定强油循环风冷却器热传导计算和选择大型变压器运行中的保护措施变压器组件可靠性研究变压器组件参数设定电器元件最优化设计方法风冷却器的结构优化设计9Q系列变压器冷却用轴流风机的设计开发轴流风机的正反命题的设计和计算农用电网存在的问题和对策附录三十六条名言哲理的感悟

章节摘录

创新是企业可持续发展的动力　　自然规律告诉我们，世界惟一不变的就是变化，社会规律亦然。
任何企业都会经历创办到成长直至死亡的过程，有的企业几百年仍在强劲发展，充满活力，如西门子、ABB等，有的企业几年甚至几月就会倒闭。
其寿命的长短、发展的快慢完全取决于过程中的变化，这种有利于企业成长的变化就是适者生存，不适者淘汰。
对于现代企业可持续发展的创新有以下七个方面：观念思路创新、管理文化创新、组织机构创新、技术品质创新、战略决策创新、生产制度创新、供应销售创新。
　　一、观念思路创新　　观念是人们对客观事物的主观认识，思路是人们主观认识中的想法。
观念、思路创新就是更好地适应环境变化，与时俱进，社会的发展、人类的进步，观念思路随着更新，甚至超前发展。
企业观念、思路创新必须随着其内部和外部环境变化而变化，不断超越固有的思维模式，破除旧的经营格局，不断否定自我，超越自我，保持企业在创新中发展，在发展中不断创新。
　　没有新思路就没有新的出路，观念决定思路，思路决定出路。
有新的观念就有新的财富，不同的观念会有不同的结果。
因而，观念创新是企业创新的根本，是一切创新活动的起点，思路创新就是时刻把握自己的目标方向和市场定位，强化经营水平，提高自己的竞争能力。
　　要改变观念必须不断学习，不断了解掌握各种信息，知己知彼，看到别人的长处和自己的不足以及时势的变化，从而打破旧的观念，正视现实，直面问题，解决问题。
　　二、管理文化创新　　企业管理文化的创新，首先要注重管理观念的创新。
因为绝大多数企业，企业管理观念滞后，战略管理意识薄弱，基础管理工作忽略，管理水平和手段不高，企业管理人才不足，着重于眼前利益；所以树立管理新观念，建立管理新文化，对于市场观念、竞争观念、战略观念、效益观念、人才信息方面落实突破。
其次是管理文化创新，树立新的企业价值观，由单赢价值观向双赢价值观发展，由只注重高科技向既注重高科技又注重效益，更重视服务效益发展，由提高企业的管理水平向培育高素质员工和人本文化的发展。
从而提炼富有特色的企业精神和愿景，建立学习型组织，营造团队积极上进的氛围。
最后是加强管理机构创新，淡化等级森严的金字塔式的企业组织结构，向扁平化、柔性化、网络化转变，以提高信息传递速度和传递能力，加强对市场的应变能力以及企业技术、产品、市场的动态开发能力。
管理组织功能结构虚拟化、扩大化，按网络形式组织职能机构和工作流程，克服空间和时间的局限性，充分利用内部和外部资源。
构建人力资源和用人机制，塑造凝聚力工程和形象工程。
　　三、组织机构创新　　组织机构创新是对传统金字塔型结构或等级制组织结构进行挑战，打破原有这种无法适应信息技术和社会环境变化的要求。
根据企业组织机构的发展历程和当今的现实情况，企业组织机构的发展趋势表现在平台职能集中化、纵向结构扁平化、横向结构综合化、管理体制分权化、运行机制“市场化”、外部联系网络化。
　　关于组织机构的设置，应考虑以下五方面内容：（1）建立合理的职能运作机构；（2）正确处理集权和分权关系，既要保持必要的统一性，又要具有高度的灵活性，高度集权和过度分权都违背了现代组织设计的权变理论；（3）业务流程既要专业化也要横向协调沟通；（4）工序能力和运行机制设置应短稳快；（5）根据实际情况设立外联机构，并根据实际情况授权多头衔、多职责，打破原有单一化模式。
　　企业战略决定企业的组织形式，没有任何模式可仿，因为有特色的企业战略要求以相应的企业组织结构作为保障。
企业根据外部环境和内部条件制定了什么样的战略，就要求有什么样的组织与之相适应，以便为战略

任务和目标的实现提供保证。
企业是按产品设置结构还是按职能设置组织结构，是按地理区域设置分公司还是按用户设置分部，是建立战略事业部结构还是采用更为复杂的矩阵结构，一切都必须以与战略相匹配为原则，以提高企业沟通效率，激励员工参与为目标。
四、技术品质创新　企业技术品质创新是实现品牌战略市场效应的决定性因素。
只有通过持续的技术研发，才能不断适应市场需求，才有较高技术附加值的新产品。
在原有市场中，进行破坏性创新，采用新技术、新工艺、新材料，彻底淘汰原有产品。
因此，破坏性创新对原待业中占领导地位的企业一定的杀伤力，至于维持性创新，就是改进产品设法提高产品可靠性，降低产品成本，生产满足顾客需求的产品。
在创新中始终遵循高利润守恒定律，所谓高利润守恒定律是Tensilica的执行长克利斯·罗文（ChrisRowan）提出来的，是指价值链上并列着规格化产品结构与高度相互依赖性产品结构，以及互补的大量商品化与反大量商品化过程，其存在目的是提高更好的产品性能，以逐步接近最佳产品。
当规格化产品结构与大量商品化相互运用时，使得价值链某一阶段的高获利消失，下一个阶段通常有可能出现专属产品，为企业带来高利润。
质量创新已经历了三个阶段，“狭义质量”、“广义质量”、“全面质量”。
三个概念的转变每一次都是对质量理念的创新。
狭义质量阶段：质量的概念是指产品质量、工作质量、运输质量、服务质量，其核心要求是质量的符合性。
广义质量阶段：质量的概念是指产品质量、工作质量，其核心要求是质量的适用性。
全面质量阶段：质量的概念是指产品质量、工作质量、服务质量，其核心是以满足顾客需求为目标，要求是质量的全面性。
现场管理、工序管理、看板管理、定置管理都围绕提高质量而进行。
以美国通用（GE）为代表，推行六西格玛管理，提高了合格品率，创立了质量文化，促进了经济效益的增加。
五、战略决策创新　企业战略决策的基本类型有成长型战略、稳定型战略、收缩型战略三类。
成长型战略通过投资开发新产品在企业内部实现，也可以通过合并收购，战略联盟等手段在企业外部实现。
稳定型战略是指企业遵循与过去相同的战略目标，保持一贯的成长速度，同时不改变基本产品或经营范围。
收缩型战略是指企业从目前的战略经营领域和基本水平收缩和撤退，是偏激型的战略。
为此，企业要在市场经济的大潮中选择竞争战略，进行战略创新，应根据新兴行业，快速发展行业，成熟行业，分散行业，衰退行业的不同类型，有的放矢地选择适合本企业的竞争战略，并根据本企业内部环境的变化情况进行战略创新。
新兴行业的竞争战略是促进行业结构的形成，改变供应商和销售渠道，选择进入的机会。
快速发展行业的竞争战略是加大研发力度，提高自身企业技术地位，构建战略联盟，提高综合竞争力。
成熟行业的竞争战略是缩减产品系列，重视流程创新，加强降低成本，发展国际化经营。
分散产业的竞争战略应连续经营，特许经营，横向合并。
衰退行业的竞争战略注重细分市场，创造差别化优势，努力降低成本。
总之，衡量科学战略惟一标准是看它能否“做正确的事情”，而不是单纯地“正确地做事”。

编辑推荐

走创业者的路在世界上只有二种人：成功者和放弃者；专注于某个领域的总会成功。相信圣经有句话“寻找者，总会发现！”

第一图书网, tushu007.com

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