第一图书网, tushu007.com

<<管理大未来>>

图书基本信息

书名：<<管理大未来>>

13位ISBN编号：9787508611464

10位ISBN编号：7508611462

出版时间：2008-6

出版时间：中信

作者：(美)加里·哈默//比尔·布林|译者:陈劲

页数：218

译者：陈劲

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

前言

为什么中国制造难以走向中国创造？
哈默是我最喜欢的战略大师之一，可以这么说，我在做咨询中提出的锡恩战略4C理论，其中有一半的思想是受他的启发。
他的那一本《竞争大未来》，我是在摩托罗拉公司做战略经理的时候读的，直到现在，仍然是我随身带的书之一。
所以，在读这本《管理大未来》的时候，就象碰到久别的导师一样，在智慧的感受中又有几分激动。
了解一点管理理论演变的人都知道，哈默在西方的学术地位，是他终结了曾经风行一时的“流程再造”与“质量管理”。
而他终结的武器，就是至今仍然拥有巨大生命力的“核心竞争力”理论。
《竞争大未来》就是一本围绕核心竞争力的巨作。
这个伟大的理论其实很简单，那就是企业不要致力于去补什么“木桶短板”，那样会让企业失去方向，真正决定企业成败的是“核心竞争力”，而所谓核心竞争力，就是创造独特客户价值的组织执行力。
那么，《管理大未来》给我们带来了什么？
作为战略大师的哈默，是不屑于说什么“细节决定成败”之类的属于经理层的话，哈默谈管理，永远都是在战略层面对企业高层的提醒：管理并不是你们所想的那样，靠细节或者流程就可以解决问题。
果不其然，借《管理大未来》中，哈默奉献给我们的是：传统管理方式正在终结，现代企业家需要管理创新。
或者用哈默的话来说：写此书的目的并不在于对管理的未来进行预测，而是帮助你如何进行革新，因为管理与组织创新已经大大落后于技术创新了。
相信在因特网的时代，我们没有人会怀疑这个结论。
技术的颠覆、可畏的竞争、离散的市场、全能的顾客、挑剔的股东，它们都对管理提出了新的挑战。
但我觉得真正的问题是，为什么管理创新会落后于技术创新？
这本书的重点并不在此，但我觉得，中国的企业家或者管理者，要想从哈默天马行空的思想中，真正获得收益，那就需要明确两点：第一，关键不是管理创新与否，关键是创新了，企业获得什么？
不创新，企业失去什么。
没有得失，就无所谓创新还是不创新。
这就是所谓的得失观。
第二，中国企业与西方企业的历史阶段并不相同。
但有一点是相同的，那就是中国的管理理论，大大落后于中国企业的发展。
所以，也许哈默这本书的具体结论并不是我们学习的重点，毕竟哈默的客户是西方企业的。
但是，企业创新的原理是相同的，懂得这种原理中进而推动中国的管理创新运动，那才是真正的目的。
我们先从得失的角度来看。
为什么要讲得失？
哈默说得好，管理创新并不就等于正确。
因为并非每一项管理创新都能创造出竞争优势。
它们中有些效果不大，有些有方向性的错误，更有许多毫无用处。
怎么办？
哈默用很多公司的故事与奇迹——-比如用大名鼎鼎的谷歌，用推崇“自然领导”的戈尔公司，强调高度自治的全食超市等等，来说明管理创新如何才能创造业绩。
但我建议大家更关注如何把“管理创新转化为员工利益”的那些部分，在我看来，任何管理创新，如果只是给公司带来业绩，而不给员工直接带来收入或奖励，那么，管理创新就将是公司的事，而不是员工的事。
从这种逻辑，我个人认为才能真正把握这本书的主线：好报有好人——-你想要创新型的管理吗？

那就让创新的人获得较多的利益，你想要更多的创新吗？
那就给员工的创新更多的回报。
正如哈默总结的那样：“ 谷歌清楚，如果没有创业激励奖金，你不能期望员工象企业家一样工作！
”“ 全食公司各团队获得的成功直接体现在团队认同、奖金和岗位提拔中。
每个门店都由总部管理者和区域主管共同采取300种不同的方法对门店绩效进行评价，这样的绩效评价每年要进行十次。
”当然，以员工作为管理创新的主体，员工的收益并不完全表现上金钱上，象对使命的追求，象对决策的参与，象社区的共享与分享，甚至象经营员工的想象力，建立起快乐工作的环境，都是对员工很好的回报。
尽管这样的利益也许难以被现在的绩效考核衡量！
管理的基础一直以来都建立在可预测上。
但不可预测，或者说暂时的不可预测同样也是管理的基础。
最大的不可预测也许就是未来的最大收益，这不就是网络时代对管理的最大挑战吗？
！
类似这样的推理，我们可以在《管理大未来》这本书中找到很多。
但作为一个中国的管理学者，我们更关心哈默的新思想，新理论对中国企业意味着什么？
我觉得，中国企业从哈默这本书中最大的收获，就是把管理当成一种与资本、技术一样变化的要素，把其中的“ 政治化 ”味道打掉，从而真正做到“ 从管理要效益 ”。
道理很简单，中国制造就是从硬件与低成本劳动力中要效益，而不是从管理与技术中要效益。
所以，中国制造难以走向中国创造的真相，其实并不是技术层面的，甚至不是员工素质层面的，真正的难点在于管理层面。
如果我们习惯于“ 管理是不值钱的，技术与设备才是值钱的 ”，“ 服务是免费的，产品才是值钱的 ”，那么这样的思维中国制造就很难升级到中国创造。
创造是人完成的，要以人为本才可能获得创造，而制造却更多是技术与设备完成的，这是制造与创造的根本区别！
明确了这一点，再去看哈默论述如何从管理创新中要效益，我们获得的就更多了！
姜汝祥锡恩企业管理顾问公司总经理

内容概要

彼得·德鲁克如果在世，他也会爱上这本书。
《金融时报》21世纪，当颠覆性技术、可畏的竞争、分散的市场、全能的顾客、挑剔的股东都对管理提出新的挑战之时，你的企业是否还在践行所谓的“现代管理”？
是否以为只要坚守20世纪甚至19世纪发明的这些管理理念就高枕无忧？
如果真是这样，你就大错特错了。
“核心竞争力”概念首创者、曾一度改写现代商业进程的管理大师加里?哈默又一次站到商业世界的前沿，向我们道出振聋发聩的事实：传统的管理已经过时了！
正是作者对商业世界如此真实的警醒，本书刚一出版便荣获亚马逊“年

第一图书网, tushu007.com

作者简介

书籍目录

中文版导读前言/创新无处不在，无所不能致谢第一部分 管理创新为什么如此重要不知你是否意识到，你的组织仍然在践行早已过时的管理范式——宣扬的是19世纪发明的管理哲学，采用的是20世纪中期的管理流程，运用的高新技术则来自于新生的21世纪。
如此错综复杂的管理组合或许在上个世纪是行得通的，然而它已经远远不能适应现在快速发展的时代，甚或未来。
第1章 传统管理的终结源自工业时代的管理模式已然过时导读：如果你的车库里有两辆车，你的每一个房间里都有电视机，你的口袋里还有个电子产品，这的确要感谢现代管理的出现。
然而，正如所有伟大的发明一样，再伟大的管理实践也一个从初生到成熟到衰竭的过程，而源自工业时代的管理模式已然步入S曲线的尾端，已经没有发展的余地了。
本章作者提出的核心话题是：我们是否需要一个新的管理模式？
如果是，我们如何去挖掘这个模式？
第2章 终极优势管理创新拥有独特无二的优势导读：与其他类型的创新相比，管理创新有着无可比拟的优势。
管理创新彻底改变了组织运营的方式，或者彻底颠覆了传统的组织模式，而且正因为如此强烈的变革使得组织能够能高效地实现目标。
无论是丰田、惠尔浦、通用电气都是通过营运创新、产品创新、战略创新、管理创新的金字塔模式实现企业的持续发展目标。
本章中，作者提出的核心话题是：管理创新是如何创造出竞争优势的？
哪些管理创新是最关键的、必要的？
第3章 管理创新的进程运用大思维，带来大进步导读：柯达、索尼、西尔斯等知名企业缘何没有及时自我调整，从而付出了极大代价？
是什么导致行业“老朽”现象盛行？
是首席执行官突然变得无计可施吗？
当然不是。
如果经典的商业模式突然导致公司猝死，唯一可能的解释就是企业环境发生了巨变。
勇敢面对变化，解决大问题，探究问题的根本，区分“你能解决的问题”和“你只能努力解决的问题”，对这些问题付出持续的、富有创造力的努力，你就会实现想要达到的创新目的。
在本章中，作者提出的核心问题是：如何用“大思维”对问题进行系统思考？
能否提供一个极具说服力的案例？
是否对产生问题的原因进行深度挖掘？
第二部分 什么是管理创新管理创新可以定义为对传统管理原则、流程和实践的明显背离，或者对惯常的组织形式的背离，这种背离极大地改变了管理工作的方法。
简单地说，管理创新会改变管理者的做事方式。
第4章 创建目标社区全食超市：使命必达导读：什么样的变革能够激发每个员工的使命感？
公司经营者进而会面临什么样的困境？
有这么一家公司，员工可以自己决定商品库存；他们工作的压力并非源自老板，而是源自身边的同事；应聘者的去留意向是由他所在的工作团队而非公司管理者决定的——这就是全食超市，通过改变食品零售业的游戏规则，创造了一种颠覆传统的、使命至上的商业模式。
在本章中，作者提出以下问题：与全食公司相比，你的公司与之有什么不同之处？
为什么？
你的企业所推崇的价值是什么？
第5章 倡导民主创新戈尔公司：民主为要导读：在创新型企业戈尔公司，人人提倡一种“自然领导”的体系，在这个体系中，执行者的权力永远不能被当做是理所应当的，因为团队可以随时罢免它的首领，而领导者必须持续地获得同事们的忠诚从而维护他的权力。
戈尔创新的内燃机是自由支配的时间。

每位员工每周保证半天的“自娱时间”，可以自己启动自己心仪的项目，而这些项目常常变成企业的赚钱机器。
在本章中，作者提出以下问题：你们公司对创新的承诺普及到多大程度？
哪些人对此创意双手拥护，而哪些人则漠不关心？
经营者应该如何解决这个问题？
第6章 关注进化优势谷歌：时时创新谷歌像工业革命一般彻底改变了信息技术行业。
它不像其他IT公司那样通过传统零售渠道销售传统产品，而是通过搜索的技术，找到了一条将键盘声变成金钱的神奇道路。
其实，让谷歌与众不同的不是其以网络为中心的业务模式，而是其崭新的管理模式。
在本章中，作者提出的核心问题是：以谷歌公司为例，它的什么特征给你的触动最深刻？
你的组织能否采用其中任何一条持续进化原理？
如果你没有的话后果会变得如何？
第三部分 如何成为管理创新者重大的问题、全新的原则、非正统的思维、非主流的智慧，这些能够提升人类创造力的“放大器”，无论对于管理创新还是其他任何类型的创新都是至关重要的。
第7章 突破管理思维打破惯性思维，挑战先例导读：一直以来，医生坚信胃溃疡是因为辛辣食物、高压力或烈性酒所引起的，直到后来两位澳大利亚的医生马歇尔和沃伦提出另一种解释——它是由一种细菌所引起的。
马歇尔和沃伦提出这个理论时并未得到人们的认可，反而被当成一对疯子。
这就像鱼儿不能想象没有水的世界一样，我们也常常不能预知自己没有经历过的管理实践。
因此，挑战局限、挑战传统更加显得必要，毕竟拥有丰富技术的人永远不会拥抱新技术。
在本章中，作者提出的核心问题是：你从哪里得到的最基本的关于最佳实践的管理理念？
它们是否已经变得陈旧？
应该如何挑战它们？
第8章 接纳新规则全新的问题要求用全新的原则导读：在组织中无处不在、挥之不去或前所未有的任何问题，都不大可能用从别人那里拿来的旧原理来解决。
现代管理实践建立在一套原理的基础之上，这些原理可以追溯到一个世纪或者更长的时间，包括专业化、标准化、等级制，以及外部激励至上等等。
一代代的管理者们通过“挖掘”这些原理来获取竞争优势，但经过数十年的挖掘之后，要在这些已经被充分开发的“坑洞”里发现闪闪发光的管理金块，可能性太小了。
在本章中，作者提出的核心问题是：如何寻找非传统的管理创新的“矿层”？
什么事物会展现你想要在组织中构建的特征或能力？
是什么使那些标杆公司具有适应性特征？
第9章 在边缘中学习抛弃旧观念，重组管理新基因导读：服务型领导、多样化力量、自我组织的团队，这些都是最新流行的概念，对吗？
不对。
它们在20世纪初期就出现了。
倘若想洞窥管理的未来，你必须寻找“积极的出轨”，因为不寻常的观点通常来自于不寻常的地方，那些离奇的、没有预兆的、超越“最佳实践”的地方。
在本章中，作者提出的核心问题是：从哪里寻找非主流的灵感？
如何最大化利用员工的集体智慧？
如何充分调动有效资源？
第四部分 创新未来如果你的目标是摆脱传统管理思维的束缚，那么对那些明显不遵守传统的组织的一些实际做法加以研究，会让你受益匪浅。
即使拥有百年文化历史的巨型公司也能够重塑管理基因，请出发吧。
第10章 成为管理创新者吸收创意，激发创新源泉导读：当众多公司都在争先恐后地忙于业务流程再造之时，宝洁、通用电气、IBM等公司开始寻找它们管理创新的指向标了，因为它们的发展历史再次证明：唯有时刻把握商机，才能成为与时俱进的企业，才能顺利进入未来世纪。

在本章中，作者提出的核心问题是：你的企业是否提倡这种公司范围的创造性的、自愿的变革行动？
什么样的实践或者态度能够帮助你发挥潜在的创造资源？
同时是否会带来什么风险？
如何避免？
第11章 开启管理2.0新时代重启思维，引领管理创新的变革导读：没有哪家公司不愿意开展变革，许多高层管理者正在努力平衡公司交易与组织能力的匮乏，这些也都是20实际早期管理模式给商业界留下来的顽疾。
正如网络2.0版本一样，商业界也急需跨越到另一条S曲线上，实现管理理念的飞跃变迁。
在本章中，作者提出的核心问题是：我们如何将管理更加科学化？
我们的管理体系在接下来的5年中是否会以全新的、与众不同的面貌出现？
我们将以怎样的方式获得核心竞争力？
谁将引领企业走向未来的管理新世纪？

章节摘录

媒体关注与评论

企业只有一时的成功，没有永久的成功。
成绩只属于过去，未来总是充满挑战。
一个企业如果不能够坚持创新，那不仅难以发展，甚至生存都是问题。
这部《管理大未来》值得企业家、管理者阅读。
成思危　全国人大常委会第九、第十届副委员长，著名经济学家中国正处于一个伟大的历史变革时期，经济与社会发展面临的挑战与其说是一个资金与技术问题，勿宁说是一个管理问题。
不论在宏观管理，还是在微观管理领域，这个结论似乎都成立。
管理是一门科学，一种技能，一门艺术，有其理论、方法及工具与技巧。
加里?哈默把它融会贯通地揉合在一起

编辑推荐

《管理大未来》1. 亚马逊网站2007年度经管类畅销书第一名2. 入选《商业周刊》“ 年度10部最佳创新著作 ”3. 世界一流战略思考家、“ 核心竞争力 ”大师加里?哈默最新著作！
4. 《金融时报》、《经济学人》、《财富》等全球主流财经媒体隆重推荐！
5. 哈佛商学院2007年10月隆重推出的第一重点书，首印数超过畅销书《蓝海战略》，达哈佛商学院出版社历史之最，是一部“ 蓝海战略 ”、“ 长尾理论 ”之后彻底颠覆传统模式的管理2.0版6. 加里?哈默是彼得?德鲁克之后最有影响力的管理大师，四度赢得年度最佳管理文章的“ 麦肯锡奖 ”（也是管理界最有影响力、最权威的奖项）。
哈默的著作成为管理界人士的必读作品，1994年出版的《竞争大未来》全球销量50万册。
7. 国家自然科学基金委管理科学部主任、中国工程院院士郭重庆、中集集团总裁麦伯良、奇虎公司董事长周鸿祎、用友软件股份有限公司董事长兼总裁王文京、锡恩企业管理顾问公司总经理姜汝祥、《第一财经日报》总编辑秦朔联合推荐 。

第一图书网, tushu007.com

名人推荐

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