

## <<企业再造>>

### 图书基本信息

书名：<<企业再造>>

13位ISBN编号：9787532741557

10位ISBN编号：7532741559

出版时间：2007-1

出版时间：上海译文

作者：哈默

页数：214

译者：王珊珊

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>

## <<企业再造>>

### 内容概要

《再造企业》一书曾一度登上《纽约时报》畅销书的排行榜。

在20世纪90年代，这本书确实引发了一场企业界的重大变革。

斗转星移，当经理们将目光从以“再造”移向以前从未跨越的组织界线之外，移向企业营运绩效的新境界时，钱匹的新书诞生了。

矗立在企业、客户、供应商，甚至是竞争对手之间的高墙正在不断瓦解。

在当今信息和商品自由流动的世界里，《企业再造》向读者展示了一个崭新的企业营运模式。

本书是美国近年出版的一本关于企业管理的畅销书。

西方发达国家现行的企业制度、组织结构和管理模式是开始于两进年前的工业社会发展的产物，它强调劳动的专业分工和管理的层级制。

随着科技的发展，人类进入信息社会，过去的管理方法已不再适用。

于是，西方的学术界、企业界提出了各种改革企业管理的主张和理论。

全球十大管理学大师之一的哈默博士在这本书中提出：企业改革应该是彻底的、根本的，特别是应该彻底再造企业的业务流程。

他列举了IBM等三家公司的例子，说明只有再造业务流程，才能大幅度提高企业绩效、提高服务质量

。

## <<企业再造>>

### 作者简介

迈克尔·哈默(Michael Hammer)，世界十大管理大师之一，是企业再造和业务流程理念的创始人，他的思想使现代经营管理领域发生了深刻的变化。

遍及全球的许多企业将他所倡导的理念运用于自身的经营活动和组织结构中，创造了惊人的业绩。

《商业周刊》把他列为20世纪90年代4位杰出的管理思想家之一；他被美国《商业周刊》称为20世纪90年代最优秀的一个管理思想家，《时代》周刊把他评选为美国最具影响力的25人之一。

詹姆斯·钱皮(James Champy)，是CSC指数公司的创始人和董事长。

他是研究企业改革的权威人士。

CSC指数公司的基地在马萨诸塞州坎布里奇，是一家率先提出改革发展和实践的管理咨询公司。

## <<企业再造>>

### 书籍目录

作者的话  
21世纪的企业再造  
1 危机的阴影常在  
2 再造——通往变革之路  
3 对业务流程的反思  
4 工作的新天地  
5 信息技术的催化作用  
6 谁来实施再造  
7 寻求再造的机会  
8 重新设计流程的经验  
9 着手再造  
10 杜克电力公司的启示  
11 IBM的启示  
12 迪尔公司的启示  
13 争取企业再造的成功  
后记  
读者问得最多的问题

## &lt;&lt;企业再造&gt;&gt;

## 章节摘录

“再造”又回来了。

很多人基于常识认为，“再造”不过是20世纪90年代初的一股管理界风潮罢了。

如世上的许多类似的潮流一样短命，被人们风风火火谈论上一阵子之后就会被随意丢弃到墙角，再也无人问津了。

如今，当你挑出任何一本自诩为“新经济”指南的图书的时候，你都不可避免地会遇到许多对作为“旧经济”思维精华“再造”的长篇累牍的大肆批判。

也许有些人会用一种温和的变通方式来表达这个意思，称“再造”不过是它所处时代背景下的产物：社会萧条而退缩，美国企业面对日本公司的“大举进犯”却显得措手不及。

没有成本控制，更没有质量保证，一时间美国经济风雨飘摇。

可以说那是一个孕育着重大变革的时代，一个华尔街上四处窥探着企业并购高手们的时代，一个企业裁员如火如荼的时代，更是一个“再造”的时代。

但今天，有了比尔·盖茨和他的微处理器，有了国际互联网，我们所有人都重新振作了起来。

在信息技术的推动下，美国的生产力扶摇直上，而我们的竞争对手仍在为管理不善、社会结构僵化等问题纠缠不清，裹足不前。

也许“再造”的确曾经发挥了作用，但那个时代已经一去不复返了。

有些人的用语则更加尖刻一些，他们干脆对“再造”大加批驳，说它不过是彻底的欺骗——不过是一些空洞的口号，毫无实质内容。

还有人始终认为，所谓“再造”不过是缩减企业规模的同义词。

但事实并不是如此。

“再造”并没有过时，而且今天仍然充满生机和活力。

实际上，我前面讲到“‘再造’又回来了”可能容易产生一些误导，因为事实上它从来没有离开过。

我们放眼望去，当今的企业界中许多企业都在竭力通过“再造”方略来实现大多数部门的转型。

无论是订单完成、产品制造、企业采购还是客户服务，这些领域的经营状况在几年前还得不到人们的任何注意，但现在它们都是企业的主要经营领域。

“再造”催生了一系列新生的管理方法，比如，委派一名员工对某项客户服务请求的所有步骤全程负责；建立一个跨职能且办公地点相连的工作小组，来负责整个订单完成的流程；根据客户的实际需求去设计产品而不是去预测需求；在许多低成本材料的采购上，不是由企业的采购部门或其他部门去完成，而是由那些直接需要材料的个人来负责这项工作。

“再造”可以说是企业发展史中众多成功经典理论中的一个。

“再造”曾经被人们认为过于富有革命性，但现在它已经成了再平常不过的管理策略，并在许多美国企业复兴的过程中发挥了重要的作用。

在本书的第11章中我们将会介绍IBM的经验，它是众多经过整体企业“再造”而免于衰落甚至崩溃的企业巨人中的一个。

像美国运通公司、美国标准公司、福特公司、克莱斯勒公司、得州仪器公司、杜克电力公司等《财富》500强企业，也都曾经通过“再造”取得了成功。

实际上，“再造”不仅是在个人层面上得到了人们的认可，在宏观经济层面上它也得到了人们的肯定。

如果说仅仅是“再造”创造了当前美国的经济实力，难免言过其实。

这当中还有其他重要因素，比如合理的金融政策、企业家精神的闪现等等，但“再造”的确是关键的一环。

如果没有“再造”，美国的许多产业部门恐怕无法取得今天的繁荣。

产品价格仍然居高不下，产品质量却在低水平徘徊，而客户的期望则仍然无法得到完全满足。

美国的企业则无法去应对客户需求所出现的重大变化，更经受不住来自国外竞争对手以及那些极富闯劲的新兴企业的挑战。

## &lt;&lt;企业再造&gt;&gt;

当代美国经济一个最显著的特点就是，在客户需求不断提高而失业率较低的情况下，产品的价格及员工的工资成本都没有增加。

从一定意义上讲，通胀这个怪物似乎被捆住了手脚，难以作威作福了。

如果将这一现象归结为美联储稳健政策的奇迹，或是认为公司根本无力抬高价格，虽说没错，但并不完整。

因为，如果企业仍然沿用15年前的经营方式的话，当前的状况是无以为继的。

如果没有成本控制，企业又无法提高价格，那么企业根本无法生存；如果客户对产品需求的增强促使企业雇用更多的劳动力，那么员工的薪酬成本也会相应增加。

因此，正是由于企业一直在持续不断地进行“再造”，它们才能够在面对价格回落的同时保持企业盈利，才能够在面对不断增加的产品需求的同时，避免劳动力成本的增加。

当人们说信息技术推动了美国产业经济复兴的时候是颇带有些讽刺意味的，因为实际上，企业“再造”才是打开这一“技术潜力”之门的钥匙。

仅仅在旧有的企业经营方式之上去堆砌技术是不会取得太多成就的。

正如人们打趣时说的那样：“信息技术只是使我们制定错误决策的速度加快了。”

实际上，应用“再造”之前，许多企业对系统投入所带来的经营状况的改善感到无所适从，亟待明确界定其所处的状况却又无计可施。

是“再造”为企业指出了该如何对他们的流程进行改造，以及该如何将技术转变为资本。

那么，企业“再造”又究竟为什么会在一些人当中受到贬斥与非议呢？我们可以非常确切地说，这是那些急于求成的企业以及社会历史学家所“发挥”的作用。

当“再造”甫一出现的时候，媒体和众多企业都对它抱以过分的热情，但所谓物极必反，今天这种心理的反作用仍然影响着人们对“再造”进行客观评价。

20世纪90年代初期，几乎很少见到哪本企业杂志不以“改革”作为封面话题的。

而与之相应，几乎所有的企业都开始过类似“再造”的尝试。

这足以说明，他们当时对改革的狂热近乎歇斯底里了。

整个20世纪80年代，美国公司一直在执着地探索能够永久改善公司经营的方法，但他们最终一无所获。

他们所尝试过的方法要么无法奏效，要么所发挥的积极效果转瞬即逝。

正是在当时的情况下，曾经对企业改革发挥过良好效果的“再造”方略开始广泛流传开来。

从福特、柯达、联合碳化等公司的成功经验，到我们在这本书和其他作品，以及最初的媒体报道中所引述的众多公司的成功中，都再清楚不过地表明：“再造”绝不仅仅是一种假设，它的确能够对企业产生积极效果。

.....

## <<企业再造>>

### 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>