

<<打造一家好公司>>

图书基本信息

书名：<<打造一家好公司>>

13位ISBN编号：9787508636085

10位ISBN编号：7508636082

出版时间：2012-11

出版时间：中信出版社

作者：塚越宽

页数：136

字数：60000

译者：路秀丽

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>

<<打造一家好公司>>

前言

我的父亲曾是一名专业的油画家，但是年仅40岁便离开了这个世界。他过世的那一年正好是1945年“二战”结束那一年。

之后，母亲独自一人撑起这个家，凭自己的一双手将5个子女抚养成人。在战争中已将国力消耗殆尽的日本，战后陷入了严重的物质匮乏状态。百姓为了生存、为了糊口，就必须拼命干活。那种状态恐怕是现在的年轻人无法想象的。

挣扎于这种贫困的生活之中，母亲曾经不止一次地对我们兄弟姐妹说：“希望你们几个长大后不要去当艺术家，要从事那种能挣钱、能让自己过上像样生活的工作”。

…… 对于公司而言，经营理念就好比企鹅嘴里的毛的生长方向。

全体员工都应该拥有共同的理念，朝着相同的方向而努力。

一个人的力量虽然渺小，但是如果大家都朝着相同的方向努力，就能汇聚成一股巨大的力量。

一般而言，“金太郎棒棒糖。

式的做法是行不通的”。

如果缺乏理念，或是对经营理念的理解各不相同，只是一味追求相同的经营手法，就会成为毫无个性的“金太郎棒棒糖”。

这样的公司也就毫无魅力可言。

我们追求的不是经营手法相同的“金太郎棒棒糖”，而是拥有共同理念的“金太郎棒棒糖”。

大家保持相同的方向和相同的理念十分重要。

根本的理念相同，方法却可以各不相同。

就仿佛登山，所有的人都朝着远方一个明确的目标奋进，但是到达顶峰的路线和攀登方式却可以充满个性、各不相同。

<<打造一家好公司>>

内容概要

这是一本专门写给中小企业的书。
没有说教，只谈实际，探索真正的中小企业生存发展之道。

日本科学技术厅长官奖、最优秀经营者大奖得主塚越宽，首次揭示48年公司持续利润增长的不传之秘。

源于自然的“自然经营”、开发型企业“播种法”、提升员工干劲的“士气经营”……让经营者和员工共同创造“好公司”，达成双赢，持续盈利。

<<打造一家好公司>>

作者简介

塚越宽，日本伊那食品工业股份公司董事长、作家。
1937年出生于日本长野县，1983年开始担任伊那食品工业董事长，1990年就任日本琼脂工业协同组合理事长。
自1958年公司成立起，连续48年增收，从未亏损，创造日本企业界纪录，获得了社会的高度评价。

1995年获日本科学技术厅长官奖，1996年获农林水产大臣奖。
2002年获专为中小企业经营者设立的“优秀经营者表彰制度”最高奖“最优秀经营者奖”。
2007年，获中小企业研究中心设立的“Good Company大奖”最高奖。

主要著作有《回归幸福的原点》（与键山秀三郎合著）、《不解雇员工的“年轮经营”》等。

<<打造一家好公司>>

书籍目录

卷首语 打造一家好公司

序言

第一章

目的与手段

抓住机遇

不能弄错目的与手段的关系

人力费是“费用”吗？

朝着目标前进、关注流行趋势

做别人不愿做的事往往别有洞天

第二章

自然体经营

缓慢成长的“八字形经营”

成长未必都是好事

不追求急速成长也是在为社会做贡献

与稳定成长息息相关的“不出售”决断

公司经营不是追求“浪漫”

拥有远大的理想

领悟成长的极限

应该制定“景气对策”而非“不景气对策”

商道欠缺所引发的不景气

三年一决算最合适

暂不考虑股票上市

企业文化使企业持续发展

真正的国际标准存在于老字号

丰富人们文化生活的老字号经营

向自然学习的经营法之一：根深且广

自然体经营之二：平衡经营

自然体经营之三：年轮式经营

自然体经营之四：脱胎换骨式经营

自然体经营之五：欲速则不达

第三章

开发型企业的“播种”工作

为“行情商品”创造三个稳定

在海外亦要建立互相信赖的贸易伙伴关系

将一成人才用于研究开发

“寒天爸爸”品牌的诞生

SERENDIPITY（意外新发现）

关心他人的能力

放手让孩子去远行

回归时代的企业活动

第四章

士气经营

最好的合理化就是“提高士气”

道德观念与士气息息相关

<<打造一家好公司>>

经营者的道德意识与员工的劳动意识

“让所有人都知道”的力量

“让所有人都知道”的经营法

作为和平之基础的信念

尊重个人的经营

“论资排辈”是一种自然的秩序

建立肯定个人努力程度的评价机制

何谓不浪费的“浪费”

安全第一

愉快的员工旅行

雇佣能够在这个公司变得幸福的员工

何谓“成功的社会人士”

第五章

“寒天爸爸花园”所融入的精神

为营造舒适的职场环境进行最大限度的投资

“寒天爸爸花园”构想的产生

“稍微有点不自量力”的公司大楼

环境整備是最好的宣传武器

对故土伊那谷的依恋

通过文化活动建设“真正强大的公司”

伊那谷之美与重新审视摄影文化

新年广告所融入的建设家园的心愿

制造大国之后的“旅游大国”

坚持不懈，直至成功

一日之计始于“庭院治理”

顾客满意度与生产效率

通过体验所发酵的知识就是智慧

尾声 学习之目的

后记

<<打造一家好公司>>

章节摘录

企业经营最重要的就是不断追求“原本应该保有的姿态”。

企业首先需要考虑的就是为企业工作的人们的幸福。

企业的根本目的就是通过员工们的努力而建设运作机制良好的公司，同时为社会做出贡献。

员工们生活幸福、素质提高，社会治安良好，整个社会水准也就能得以提升。

遵循这样一个根本原则，公司或许不能快速成长，但是却能保持稳定的成长和企业的永续经营，这是极其不易的稀世之宝。

反之如果忘记了为员工谋幸福这一公司经营的根本目的，只顾追逐眼前利益，将幸福降格为次要的东西，那么，任凭你如何努力也得不到这件宝贝。

对于公司而言，利益与成长都只不过是手段而已。

颠倒目的与手段的关系势必造成混乱。

应该时刻不忘站在公司经营的起点上思考公司的发展。

判明“目的与手段”的关系是我作为经营者判断自身日常行为的重要准则。

人力费也好、福利费也罢，一般在财政上都被作为一种花销“费用”看待。

为了提高公司的收益，在“削减支出”的名目之下，压缩“人力费”；与此同时却又要求员工努力提高销售额。

这样的经营方式可谓司空见惯。

但是，人力费真的和其他费用一样是一种多余的“费用”吗？

对此我持怀疑态度。

人力费是对追求幸福生活的员工们所付出劳动的一种肯定，对这一劳动进行等价支付正是企业经营的目的之一。

从“公司就是家”的意识出发，我们公司一贯认为人力费越多越好，从不将其作为削减的对象。

如果是家族企业，大家都会为了家庭成员的收入而努力。

那么，从“公司就是家”的意识出发，自然也希望公司的每一个人增加收入，获得幸福。

感觉就像“家变大了”一样。

所以我无法赞成“人力费支出越少越好”的做法。

企业是社会的公有物。

只有越来越多的经营者认识到为社会提供雇佣机会是一件值得自豪的事情，这个社会才能变得越来越美好。

当然，还是应该从公司经营的总体状况来判断人力费的支出规模。

我也并不认同超越一般社会常识，支付高额人力费的做法。

草率地做出削减人力费支出的决定，不是一个经营者所“应该保有的姿态”。

在节约经费的想法之下，大家往往忽视了经营者与员工之间的信赖关系。

基于相互信赖构筑起来的经营，管理部门再小也足够使用。

经营者都希望培养自己能够信任的员工。

其大前提便是经营者必须获得社会和员工们足够的信任才行。

所谓社会，总是在与现实的不断妥协中，一点一点地、缓慢地接近自己的理想状态。

这个理想状态就是没有战争、没有灾害、生活富裕、人人都能安居乐业的社会。

这应该是每个人的愿望。

朝着这一理想社会奋勇前行的线，我将其称为“进步轴”，这一方向永远不会改变。

与此不同，还有一个“趋势轴”，指的是这个世界上每天不断涌现的各种流行趋势。

与进步轴呈直角状态，宛如钟摆一般摇摆不定。

流行趋势反映着顾客们的购买趋向。

伸展触角敏感地捕捉住流行趋势，当然十分重要。

但是，如果将这种一时的摇摆看成今后世界变化的大方向，那就大错特错了。

经营必须依靠自身的意志来进行。

<<打造一家好公司>>

在我们的“社训卡”上写着要警惕急速成长。

因为急速成长依靠的是完全倚仗市场的经营方式。

丢掉了进步轴的经营理念，听凭市场摆布，虽然可以获得一时的快速成长，但最终却难逃厄运的例子，我们见得太多了。

尤以泡沫经济崩溃之后最为显著。

在产品生产过程中，我们时刻不忘预期目标和发展趋势双方的存在。

例如，“寒天爸爸”品牌的主打理念就是“手工制作也能很迅速”。

对于双职工的忙碌家庭来说，最受欢迎的就是不费时间就能轻松完成的食物，这就是发展趋势。

同时，“手工制作”可以说是幸福家庭的象征，是家庭“原本应该保有的姿态”。

“寒天爸爸”是连不擅长烹饪的爸爸也能轻松搞定的食品。

确切地说，这正是进步轴的意识。

我将这种既有流行意识，又不忘坚持进步理念的“钟摆理论”充分运用到了自己的经营中。

一边关注流行趋势一边对产品进行微调。

需要注意的是，如果过于关注流行，频繁进行调整便会妨碍前行。

而且事实上有很多企业正是因为这个原因，导致经营状况不断下滑，降到了与进步完全相反的方向。

P6-9

<<打造一家好公司>>

后记

2004年7月本书初版发行以来，历经7余载，蒙读者厚爱，几次再版，已售出6万余册。期间历经金融危机、东日本大地震等诸多影响日本经济的大事件，现在的报刊杂志的经济专栏几乎都是~些大企业陷入经营困境、白热化的压价竞争等负面新闻。

在这样一种状况下，我想借再版之际再补充一点内容，把我的想法，我的行动传达给大家。

..... 从这个意义上说，应该进一步提高中小企业的地位和作用。

中小企业并非上市的后备力量。

企业的价值也不应该以规模大小来衡量。

中小企业有自己的健康发展之路。

我通过自己的实践总结了一些大家可能用得上的经验，希望能对中小企业的发展尽一份绵薄之力。

就像大树的年轮每年都会增加一圈一样，不管年景多么不好，也要坚持明天比今天有进步，明年比今年有发展的经营之路。

如果读到这本书的经营者能够从书中得到一些启示，我将感到万分荣幸。

伊那食品工业株式会社董事 塚越宽 2011年秋于寒天爸爸花园

<<打造一家好公司>>

编辑推荐

《打造一家好公司(做最了不起的小企业)》编辑推荐：超实用的微公司养成记！

致年轻一代的经营理念。

快速成长并不一定有利！

超实用的微公司养成记。

一间生产琼脂的小企业，却能占领日本国内80%、世界范围内15%的市场份额。

一个创业不足50年的年轻公司，却创下了连续48年增收增效的市场纪录。

一位居于偏远地方长野县的小公司董事长，却吸引丰田、帝人等大企业纷纷前来取经。

循序渐进地发展才是健康稳定的经营模式，而现今很多企业的经营理念都与之相悖。

“要打造一家好公司，既要坚强，也要温柔。

”企业因何而存在？

你在公司有幸福感吗？

员工的幸福与公司发展、社会稳定息息相关。

公司一切经营都应以这一理念为出发点！

让员工找到真正的归属感，感受到每一份付出都是切实有用的。

中信小微企业系列从书的最后一册，年轻一代必读的经营理念，请不要错过它！

做最了不起的小企业，稻盛和夫、松下幸之助、大前研一、孙正义 一致追求的商业境界。

<<打造一家好公司>>

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>