

<<理念为基>>

图书基本信息

书名：<<理念为基>>

13位ISBN编号：9787509602744

10位ISBN编号：7509602742

出版时间：2008-7

出版时间：经济管理出版社

作者：周咏

页数：196

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>

<<理念为基>>

前言

我在企业的职业经历中，经历过很多事件，接触过很多的企业及企业界人士，观察过很多现象，也对很多问题进行了思考，因此对中国企业整体特征及如何寻求中国企业的发展产生了个人的见解。

我注意到这样一些现象：中国有许多研究企业发展及企业管理的学者，他们在活跃的经济背景下也同样表现得十分活跃，不足的是：他们著书讲学，却疏于企业行为的实践，有些人脱离实践，甚至已经成名成家，却终生未在企业从业过。

他们的理论是来源于理论的理论，即便从未亲身验证或间接印证也深信不疑，不少人习惯于为在某些方面取得成功的企业寻找现成的理论解释或装饰，却没有实践，也没有机会实践，甚至可以刻薄地说：没有能力实践。

用引用英文术语的方式来证明理论的可靠性，且不说这些理论的价值究竟如何，有一点可以肯定，企业管理的理论不是高度的逻辑推理，它是对实践的总结，是一门实践性科学，在不同的经济、社会文化环境中，其适用性是存在差异的。

其实，我们必须学习和借鉴国外的经验和知识，但却不必将其视为经典，管理科学永远没有经典，它永不停止地处在发展和完善之中。

我还注意到：中国的企业家群体普遍缺乏理念，逐利主义哲学及结果导向意识是其信奉的真理，这就使许许多多的企业忽视长远的发展规划，投机心理过于浓厚。

事实也正是如此，不少辛苦发展起来的企业昙花一现，短短几年便销声匿迹。

从整体上看，企业综合发展能力不强，缺少产品研发的投入，很多所谓的大企业连基本的产品研发团队都没有。

从本质上说，是更多的经济机会孕生了许多貌似强大的企业，而非是它们依靠内力稳健发展。

这种现象必须予以改进，否则其综合发展能力及抗风险能力必然不足。

我无意于否定或批评哪一个具体的对象，只是忧于某种盛行的肤浅意识，我想表达的观点是：中国企业必须找到适于长远发展的核心理念及模式，必须形成我们自有的精细管理风格，我们不能因忙于赚钱而荒于理性的思考和总结，也不必将简明的规律演化成复杂的理论而使自己晕头转向。

中华民族是勤劳、智慧的，绝对有能力形成中国式的管理思想和企业模式。

现在，有许多的企业完成了基本的资本积累，具备了一定的规模，这就意味着：进一步发展的空间和条件已经具备，是到了推行精益化管理并确定企业核心理念的时候了。

对于企业的运营和发展我的理解是：企业应该在经营过程中培育出一系列具体的优势内容，这些内容包括资源、人才、技术、产品、信息及资金渠道，并且使这些内容处于一种适宜的企业环境之中。

企业的管理体系、规则及制度体系、激励机制、文化特征又会深度地影响着这些具体优势的价值发挥，企业必须用心营造这种良性的内部环境。

要使优势与环境互益，企业还要坚定地承担社会的责任，信守进步的企业品格，形成自己的个性和发展模式，这样，企业才会有强劲的内力，具备持久发展的能量。

有了能量还要有进攻的锋芒，理性营销正是锋芒所系。

理念是上述一切的基台，核心理念决定了企业发展的方向，如图0—1所示。

<<理念为基>>

内容概要

企业不仅是可视的经营组织，更是一种理念的载体，是一项事业。它的存在就是作为事业的寄托，去发现及发掘社会的需求，长久地指向其成员公认的目标体系。

《理念为基：企业成长基因》共分七个章节，分别是发展理念：成功之基础、内环境理念：精心营造企业软环境、优势积造理念：配置企业综合优势、风格理念：培育个性企业风格、营销理念：理性营销、激励理念：管理激励、企业修养理念：培育企业品格等相关内容。

<<理念为基>>

作者简介

周咏，大连怡亚通供应链有限公司总经理。
曾从事工业管理课程教学，后就职于企业，历任企业基层及中、高层管理职务。
在企业环境营造、产品开发管理、团队塑造、营销运作方面所进行的探索和实践，都曾对其所在企业产生明显影响。
专门进行过针对细节管理的“工作设计”和“部门管理模式”研究。
提出“链益理论”、“内部公共责任”、“办公室生产线”等概念，并在企业中运用其理念，创造了涉及多单元协作的“流程控制”管理模式。

<<理念为基>>

书籍目录

总论：理念是企业思想的精华一、理念是管理的灵魂二、理念是实践性的思想第一章 发展理念：成功之基础一、坚定核心理念二、明确企业发展方向三、选择适合的运作模式四、培养成功意识第二章 内环境理念：精心营造企业软环境一、设计组织结构与管理模式二、构建执行性强的规章体系三、配置健康的文化引擎四、培训体系第三章 优势积造理念：配置企业综合优势一、资源二、人才三、技术装备四、产品五、信息管理体系六、融资渠道七、创新能力第四章 风格理念：培育个性企业风格一、决策指挥系统二、工作的技术三、组织作风四、积聚经验五、工作设计第五章 营销理念：理性营销一、知识型营销二、市场理念三、市场操作四、理性营销之桨五、营销管理六、促销第六章 激励理念：管理激励一、激励机制的环境基础二、工作本身即为激励过程三、调动员工自我激励四、让激励显示文化魅力第七章 企业修养理念：培育企业品格一、诚信二、仁爱三、尊法四、守道五、进取

章节摘录

第一章 发展理念：成功之基础 一切事物都有一个开端，一切结果都有一个最基本的初始条件，虽然这个基本条件与结果之间并不一定是必然的因果关系。

但它却能对产生结果的过程具有决定性影响，甚至影响结果的质量。

对于企业运作而言，一个新企业的建立，或是企业中一个新部门的设立，以及一项新产品的推广，都要尽力做好各项基础工作，使新工作在启动之初就尽可能规范，这会减少和避免以后出现被动局面的机会，同时也会增加企业顺利发展的可能，这实际上是降低了未来企业运营的成本系数。

企业是一项事业，它胜之于始，困之于初。

一、坚定核心理念 经历过充分磨炼并有着辉煌成就的成熟公司，或是质地优良具备长久发展内力的来日明星，都必有自己清晰的企业理念。

企业理念包容了企业对经营、发展、社会、人文思想等诸多方面的认识和观念，既是企业价值观的总和，又体现着企业的信念。

理智的企业行为影响着企业的经营水平和发展能力，而企业的理智正是需要理念的支撑，尤其是围绕着一些企业经营发展的关键问题，以及企业的重要行为，企业必须坚守其核心理念。

企业的核心理念应是追求发展过程中的长久原则，企业必须在发展过程中遵循关于自我价值的核心思想，才能沿着自己的长远发展方向，进行长远目标的追求。

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>