

<<成功者必知的著名定律>>

图书基本信息

书名：<<成功者必知的著名定律>>

13位ISBN编号：9787504462060

10位ISBN编号：7504462063

出版时间：2008-10

出版时间：中国商业出版社

作者：于艳华

页数：319

字数：320000

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>

<<成功者必知的著名定律>>

前言

人不能改变环境，但可以改变思路；人不能改变别人，但可以改变自己。

多一个思路，多一条出路。

思路决定出路，观念决定前途。

据说海尔集团总裁张瑞敏曾问自己的员工：石头怎样才能在水面上漂起来？

下属纷纷献计：把石头掏空；放在木板上；造块假石头，张瑞敏一边听着，一边笑着摇头，直到最后得出正确答案：速度！

这个问题难吗？

相信所有玩过水漂的小孩子都能够回答出来。

这给我们一个基本的启示：无论遇到怎样的难题，只要稍微变个角度，就可以找到一个轻松又合理的答案。

<<成功者必知的著名定律>>

内容概要

在美国，长时间盛行一种会议叫做“头脑风暴会议”。

参加会议的人可分成几组，每组十几个人，就某个问题展开丰富的联想，创造性地参加讨论，可以毫无顾忌的发表自己的设想，既不怕别人讥讽，也不怕别人批评。

这种会议的惟一目的在于提出一系列有助于领导者寻求解决问题的办法。

这种方法对拓展领导者的思路，形成创造性思维，颇有益处。

在管理实践中，上百位管理精英总结了各自的经验，每个人都提出了自己独特的观点。

这些观点和格言被管理界所广泛引用和借鉴。

当然，他们的每一句话都有着各自不同的背景和含义。

因此看待这些管理格言和定律的时候，我们不能单独从字面上进行理解，而应该深入实际地进行解读，否则只会陷入照本宣科的困境。

正如我国著名数学家华罗庚所说：“‘人’之可贵在于能创造性地思维。

”这些管理学中的定律法则同样也指导着我们的生活，开拓着我们的思路。

本书仔细分析各种定律的内容，配以丰富生动的小故事，以达到通俗易懂的目的。

定律、法则、寓言、故事构成了本书的主要内容，不仅能为企业管理者提供生动的培训资料，对于追求个人成功者来说也有不错的借鉴意义。

<<成功者必知的著名定律>>

作者简介

于艳华，1969年生，辽宁地质工程职业学院副教授，基础部主任。
毕业于哈尔滨师范大学汉语言文学专业，吉林大学研究生院现当代文学专业。
从事多年中文教学工作，有着丰富的教学经验。
科研成果丰硕，曾有《加强口语训练，提高表达能力》、《论古代的特殊群体—游侠》、《如何激

<<成功者必知的著名定律>>

书籍目录

一、选拔与任用 水桶定律 一只水桶能装多少水取决于水桶中最短的一块木板，而不是最长的那块木板。

墨菲定律 如果坏事有可能发生，不管这种可能性多么小，它总会发生，并引起最大可能的损失。

酒与污水定律 如果把一匙酒倒进一桶污水中，你得到的是一桶污水；如果把一匙污水倒进一桶酒中，你得到的还是一桶污水。

帕金森定律 帕金森现象产生的根源——权力的危机感。

蘑菇管理原理 蘑菇长在阴暗的角落，得不到阳光，也没有肥料，自生自灭，只有长到足够高的时候才开始被人关注，可此时它自己已经能够接受阳光了。

韦尔奇原则 我的全部工作便是选择适当的人 艾科卡用人法则 审时度势，学习用人，不利形势也可以发生逆转。

奥格威法则 如果我们每个人都雇佣比我们自己都更强的人，我们就能成为巨人公司。

乔布斯法则 一位出色的人才能顶50名平庸的员工。

彼得原理 在一个等级制度中，每个职工趋向于上升到他所不能胜任的地位。

皮尔斯定律 要追寻有效的企业经营发展前途，企业的未来接任人选实在是件相当重要的事。

倒金字塔管理法 给予一些人以承担责任的自由，可以释放出隐藏在他们体内的能量。

大荣原则 企业生存的最大课题就是培养人才。

吉格勒定理 设定一个高目标就等于达到了目标的一部分。

犬獒效应 让企业在竞争中生存，困境是造就强者的学校。

二、目标与成果 二八法则 80%的社会财富集中在20%的人手里，而%的人只拥有%的社会财富。

巴菲特定律 在其他人都投了资的地方去投资，你是不会发财的。

纳尔逊原则 永远别嫌小。

费斯法则 在拿到第二个以前，千万别扔掉第一个。

贝尔效应一 想着成功，成功的景象就会在内心形成；有了成功的信心，成功就有了一半把握。

阿尔巴德定理 看到了别人的需要，你就成功了一半；满足了别人的需求，你就成功了全部。

马斯洛理论 人在满足了生存、安全的需求之后，就渴望被尊重，希望人格与自身价值被承认。

长尾理论 由于成本和效率的因素，人们只能关注重要的人或重要的事，而需要更多的精力和成本才能关注到的大多数人或事却被忽略了。

皮京顿定理 人们如果无法明白地了解工作的准则和目标，他必然无法对自己的工作产生信心，也无法全神贯注。

洛克定律 当目标既是未来指向的，又是富有挑战性的时候，它便是最有效的。

人性定理 任何一个健康的人的任何一个行为，都是服务于他自己的目的的。

马太效应 好的愈好，坏的愈坏，多的愈多，少的愈少。

基利定理 容忍失败，这是人们可以学习并加以运用的极为积极的东西。

参与定律 每个人都会支持他参与创造的事物。

沸腾效应 水温升到99°，还不是开水，其价值有限；若再添一把火，在99°的基础上再升高1°，就会使水沸腾，并产生大量水蒸气来开动机器，从而获得巨大的经济效益。

王永庆法则 节省一元钱等于净赚一元钱。

怀特定律 领导在群体外的声望有助于巩固他在群体中的地位，而他在群体中的地位又提高了他在外界的声望。

三、素养与统御 刺猬理论 保持亲密的重要方法，乃是保持适当的距离。

鲑鱼效应 下属的悲剧总是领导一手造成的；下属觉得最没劲的事，是他们跟着一位最差劲的领导。

暗示效应 诱导人们按照一定的方式去行动或接受一定的意见，使其思想、行为与暗示者期望的目

<<成功者必知的著名定律>>

标相符合。

蓝斯登原则 在你往上爬的时候，一定要保持梯子的整洁，否则你下来时可能会滑倒。

卢维斯定理 谦虚不是把自己想得很糟，而是完全不想自己。

比伦定律 失败也是一种机会。

特里法则 承认错误是一个人最大的力量源泉。

白德巴定理 能管住自己的舌头是最好的姜德。

细节魔鬼论 魔鬼存在于细节之中。

美即好效应 看不到优秀背面的东西，就不能很好地解读它。

蓝柏格定理 压力只有在能承受它的人那里才会化为动力。

托利得定理 测验一个人的智力是否属于上乘，只要看他脑子里能否同时容纳两种相反的思想，而无碍于其处世行事。

磁石法则 无论手段多么巧妙，高压手段终会招致他人的抵制和报复。

齐加尼克效应 苦中寻乐，调整心态追求成功。

情绪效应 恐惧、焦虑、抑郁、嫉妒、敌意、冲动等负性情绪，会导致身心疾病的发生。

杜根定律 强者不一定是胜利者，但胜利迟早都属于有信心的人。

柏林定律 成功的最大障碍莫过于取得不断的成功。

波特法则 最有效的防御，是从根本上阻止战斗发生。

贝勃规律 第一次刺激能缓解第二次的小刺激。

从众效应 当个体受到群体的影响引导或施加的压力，会怀疑并改变自己的观点、判断和行为朝着与群体大多数人一致的方向变化。

超限效应 一种刺激过多、过强或作用时间过久，会引起心理极不耐烦或逆反的心理现象。

出丑效应 对于那些取得过突出成就的人来说，一些微小的失误，不仅不会影响人们对他的好感，相反，还会让人们从心里感觉到他很真诚，值得信任。

德尼摩定律 凡事都应有一个可安置的所在，一切都应在它该在的地方。

路径依赖理论 事物一旦进入某一路径，就可能对这种路径产生依赖。

四、沟通与协调 零和游戏 在一项游戏中，游戏者有输有赢，一方所赢正是另一方所输，游戏的总成绩永远为零。

避雷针效应 善疏则通，能导必安。

华盛顿合作规律 一个人敷衍了事，两个人互相推诿，三个人则永无成事之日。

牢骚效应 牢骚是改变不合理现状的催化剂；牢骚虽不总是正确的，但认真对待牢骚却总是正确的。

管理沟通论 管理就是沟通、沟通再沟通。

夏皮罗法则 如果把最高主管的责任列一张清单，没有一项对企业的作用比得上适当的沟通。

沃尔顿法则 沟通是企业成功的真正关键之一 **位差效应** 来自领导层的信息只有20%~25%被下级知道并正确理解，从下到上反馈的信息不超过10%，平行交流的效率则可达到90%以上。

威尔德定理 人际沟通始于聆听，终于回答。

古德定律 成功的沟通，靠的是准确地把握别人的观点。

乔治定理 有效地进行适当的意见交流，对一个组织的气候和生产能力会产生有益的和积极的影响。

艾德华定理 高级主管如果不能互相信任，任何集体领导都不会有好的效果。

氨基酸组合效应 组成人体蛋白的8种氨基酸，只要有一种含量不足，其他种就无法合成蛋白质。

暗箱模式 将企业的关键性资源整理和处理在各种各样的暗箱中，然后运用各种机制共享暗箱中的资源。

阿尔布莱特法则 把一群聪明人收编进组织后，结果往往变成集体性愚蠢。

拉锯效应 一个优秀的人才要发挥作用，必须善于与他人相互配合，否则将一事无成。

米格—25效应 前苏联研制的米格—25喷气式战斗机的许多零部件与美国的相比都落后，但因设计者考虑了整体性能，故能在升降、速度、应急反应等方面成为当时世界一流的战斗机。

<<成功者必知的著名定律>>

五、激励与约束六、组织与策划七、决策与执行八、创新与竞争 九、权力与责任十、营销与广告十一、公关与测评

<<成功者必知的著名定律>>

章节摘录

一、选拔与任用水桶定律一只水桶能装多少水取决于水桶中最短的一块木板，而不是最长的那块木板。

提出者：美国管理学家彼得盛水的木桶是由许多块木板箍成的，盛水量也就是由这些木板共同决定的。

若其中一块木板很短，则此木桶的盛水量就被短板所限制。

这块短板就成了这个木桶盛水量的“限制因素”。

若要使此木桶盛水量增加，只有换掉短板或将短板加长才可以。

所以这一规律被总结为“水桶定律”、“水桶原理”，也常称为“短板理论”。

这一理论是由美国管理学家彼得提出的。

根据这一定律还得出两个推论：其一，只有桶壁上的所有木板都足够高，那水桶才能盛满水；其二，只要这个水桶里有一块不够高度，水桶里的水就不可能是满的。

有一个华讯员工，由于与主管的关系不太好，工作时的一些想法不能被肯定，从而忧心忡忡、工作兴致不高。

刚巧，摩托罗拉公司需要从华讯借调一名技术人员去协助他们搞市场服务。

于是，华讯的总经理在经过深思熟虑后，决定派这位员工去。

这位员工很高兴，觉得有了一个施展自己拳脚的机会。

去之前，总经理只对那位员工简单交待了几句：“出去工作，既代表公司，也代表你个人。

怎样做，不用我教。

如果觉得顶不住了，打个电话回来。

一个月后，摩托罗拉公司打来电话：“你派出的兵还真棒！”

“我还有更好的呢！”

华讯的总经理在不忘推销公司的同时，着实松了一口气。

这位员工回来后，部门主管也对他另眼相看，他自己也增添了自信。

后来，这位员工对华讯的发展做出了不小的贡献。

华讯员工的例子表明：注意对“短木板”的激励，可以使“短木板”慢慢变长，从而提高企业的总体实力。

人力资源管理不能局限于个体的能力和水平，更应把所有的人融合在团队里，科学配置，好钢才能够用在刀刃上。

木板的高低与否有时候不是个人问题，是组织的问题。

在家电的舞台上，百家争雄，然而海尔却一步一个脚印地跑在最前列。

为什么？

不是海尔的资本比别人厚，引进的国际人才也并不比别人多，人才素质也不比别人高，一句话，海尔的“高木板”并不多，但他们有一个好的团队，其整体绩效就不比任何“高木板”差。

所以，在加强水桶盛水能力的过程中，不能够把“高木板”和“低木板”简单地对立起来。

每一个人都有自己的“高木板”，与其不分青红皂白地赶他出局不如发挥他的长处，把他放在适合他的位置上。

若仅仅作为一个形象化的比喻，“水桶定律”可谓是极为巧妙和别致的。

但随着它被应用得越来越频繁，应用场合及范围也越来越广泛，已基本由一个单纯的比喻上升到了理论的高度。

这由许多块木板组成的“水桶”不仅可象征某一个员工，也可象征一个企业、一个部门、一个班组，而“水桶”的最大容量则象征着整体的实力和竞争力。

一个企业要想成为一个结实耐用的水桶，首先要想方设法提高所有板子的长度。

只有让所有的板子都维持“足够高”的高度，才能充分体现团队精神，完全发挥团队作用。

在这个充满竞争的年代，越来越多的管理者意识到，只要组织里有一个员工的能力很弱，就足以影响整个组织达成预期的目标。

<<成功者必知的著名定律>>

而要想提高每一个员工的竞争力，并将他们的力量有效地凝聚起来，最好的办法就是对员工进行教育和培训。

企业培训是一项有意义而又实实在在的工作，许多著名企业都很重视对员工的培训。

根据权威的IDC公司预计，在美国，截至2005年企业花在职工培训上的费用总额将达到114亿美元，而被誉为美国“最佳管理者”的GE公司总裁麦克尼尔宣称，GE每年的员工培训费用就达5亿美元，并且将成倍增长。

惠普公司内部有一项关于管理规范的教育项目，仅仅是这一个培训项目，研究经费每年就高达数百万美元。

他们不仅研究教育内容，而且还研究哪一种教育方式更易于被人们所接受。

员工培训实质上就是通过培训来增大这一个个“水桶”的容量，增强企业的总体实力。

而要想提升企业的整体绩效，除了对所有员工进行培训外，更要注重对“短木板”：非明星员工的开发。

在实际工作中，管理者往往更注重对“明星员工”的利用，而忽视对一般员工的利用和开发。

如果企业将过多的精力关注于“明星员工”，而忽略了占公司多数的一般员工，会打击团队士气，从而使“明星员工”的才能与团队合作两者间失去平衡。

而且实践证明，超级明星很难服从团队的决定。

明星之所以是明星，是因为他们觉得自己和其他人的起点不同，他们需要的是不断提高标准，挑战自己。

所以，虽然“明星员工”的光芒很容易看见，但占公司绝大多数的非明星员工也需要鼓励。

三个臭皮匠，顶个诸葛亮。

对“非明星员工”激励得好，效果可以大大胜过对“明星员工”的激励。

水桶定律说明了个人或组织的能力与水平并非由最好的部分决定，反而由劣势的部分决定。

简单的说，如果你的考试成绩中数学和物理两门拿了满分，而历史和政治很差，那么你的总成绩就会被差的科目拉下来。

你可能想既然这些劣势部分决定了你的总体水平，那去掉这些劣势部分不就可以了。

你有这个想法就说明你还没有意识到“最短的木板”也是水桶不可或缺的一部分。

你不能因为自己历史、政治很差就不去考试了吧，所以这些劣势部分并不是想拆就能拆的。

那么，处于各种组织中的我们应该怎样做呢？

1.不断增长自身“最短木板”的长度，确保自身没有处于组织中最薄弱的环节；2.避免或减少薄弱环节对自身成功的影响；3.如果不幸，你正处在薄弱环节中，应该尽可能地采取有效的方法改进或者转职去谋另一份工作。

“水桶定律”与“酒与污水定律”不同，后者讨论的是组织中的破坏力量，而水桶定律中“最短的木板”却是组织中有一个部分，只不过比其他部分差一些，不能把它们当成烂苹果扔掉。

强弱只是相对而言的，无法消除。

问题在于你容忍这种弱点到什么程度。

如果它严重到成为阻碍工作的瓶颈，那就不得不有所动作。

经验之谈：不要小瞧任何一个人所能贡献的力量，更不要以貌取人。

墨菲定律如果坏事有可能发生，不管这种可能性多么小，它总会发生，并引起最大可能的损失。

提出者：美国空军上尉工程师墨菲墨菲定律（Murphy's Law）亦称莫非定律、莫非定理或摩菲定理，是西方世界常用的俚语。

它源于1949年，一名叫墨菲的美国空军上尉工程师认为他的某位同事是个倒霉蛋，不经意说了句笑话：“如果一件事情有可能被弄糟，让他去做就一定会弄糟”，这句话迅速流传开来。

在流传扩散的过程中，这句笑话逐渐失去它原有的局限性，演变出一些其他的表达形式，比方说“如果坏事有可能发生，不管这种可能性多么小，它总会发生，并引起最大可能的损失”，“会出错的，终将会出错”，“任何事都没有表面看起来那么简单”等等。

我们都有这样的体会，如果在街上准备拦出租车去赴一个时间紧迫的约会，你会发现街上所有的出租车不是有客就是根本不搭理你，而当你不需要租车的时候。

<<成功者必知的著名定律>>

却发现有很多空车在你周围游弋，只待你一扬手，车随时就停在你的面前；如果一个月前在浴室打破镜子，尽管仔细检查和冲刷，也不敢光着脚走路，等过了一段时间即使确定没有危险了，不幸的事还是会发生，还是会被碎玻璃扎了脚；如果你把一片干面包掉在你的新地毯上，它两面都可能着地，但如果尔把一片一面涂有果酱的面包掉在新地毯上，常常是有果酱的那面朝下。

经过近半个世纪的验证，不难发现，墨菲定律确实是一条颠扑不破的真理，下面两个事例足以让人们明白，墨菲定律存在于世界的各个角落。

1.借出去的债要不回来借债给人又没有办理借款手续，对方一定要赖账，不赖白不赖；借债给人办理借款手续后对方一般不会赖账，但如果借款人没有钱还债，抱着要钱没有要命一条的态度，谁都没有办法；借债给人办理了借款手续对方也有偿还能力，但借款人如果不高兴还钱，即使打官司赢了对方，也要承担执行不了的风险，钱也许还是回不来；咽不下这口气找黑社会出面去讨债，事情失控的话，据墨菲定律如果你可能有牢狱之灾那你就一定会有，因为你与黑社会勾结。

2.尴尬人定遇尴尬事试用一款据说可提高工作效率的共享软件时一般找不到什么事可给共享软件来处理，而共享软件大显身手的机会到来时软件一般总会是已过试用期。

上网找注册信息时难免碰到一些色情广告，只要屏幕上有色情广告身后总是碰巧站有处于更年期的女主管；想要澄清事实时女主管总是体谅地不求解释并用鄙夷的目光不加掩饰地来凝视你。

按照墨菲定律，该名员工会因此落下不务正业的罪名，更有甚者会影响今后的前途。

2003年美国“哥伦比亚”号航天飞机即将返回地面时，在美国得克萨斯州中部地区上空解体，机上6名美国宇航员以及首位进入太空的以色列宇航员拉蒙全部遇难。

“哥伦比亚”号航天飞机失事也印证了墨菲定律。

如此复杂的系统是一定要出事的，不是今天，就是明天，合情合理。

一次事故之后，人们总是要积极寻找事故原因，以防止下一次事故，这是人的一般理性都能够理解的，否则，或者从此放弃航天事业，或者听任下一次事故再次发生，这都不是一个国家能够接受的结果。

下面列举一些在不同方面，由墨菲定律引申出的种种推论。

人生哲学1.别试图教猫唱歌，这样不但不会有结果，还会惹猫不高兴。

2.别跟傻瓜吵架，不然旁人会搞不清楚，到底谁是傻瓜。

3.不要以为自己很重要，因为没有你，明天的太阳还是一样从东方升起。

4.笑一笑，明天未必比今天好。

5.好的开始，未必就有好结果；坏的开始，结果往往会更糟。

处世原理1.你若帮助了一个急需用钱的朋友，他一定会记得你：在他下次急需用钱的时候。

2.有能力的员工：让他做事；没能力的员工：教他做事。

3.你早到了，也许会议会取消；你准时到，也许还要等待；如果迟到了，那你就是迟到了。

4.你携伴出游，越不想被人看见，越会遇见熟人。

爱情方面1.你爱上的人，总以为你爱上他是因为：他使你想起你的旧情人。

2.你最后硬着头皮寄出情书，寄达对方的时间有多长，你反悔的时间就有多长。

生活常识1.东西越好，越不中用。

2.一种产品保证60天不会出故障，等于保证第61天一定会坏掉。

3.东西很久都派不上用场，可以丢掉；一旦丢掉，往往就必须要用它。

4.你往往会找到不是你正想找的东西。

5.你出去买爆米花的时候，银幕上偏偏就出现了精彩镜头。

6.一分钟有多长？

这要看你是蹲在厕所里面，还是等在厕所外面。

墨菲定律重视的是可能性，包括小概率事件，它强调事物的变化及不确定性，拓展我们思维或观察的视野，防患于未然。

同时它又告诉我们不要人云亦云，要看人所未见，想人所未想，而那些地方可能会有意想不到的收获。

我们关注什么事物，是有选择的，世界呈现在我们面前的信息是非常丰富的，但我们通常只是以自我

<<成功者必知的著名定律>>

内心需求与认识、接受能力做有限的选择，并通常是线性的、片面的，主客不协调的。

所以有时事情发生后，我们注意并开始后悔。

墨菲定理主要是帮助我们打破认识世界的自我屏障，尽可能让注意力发散、流动，观察到全局的变化。

它像一个风险市场的守护神，让你备好逃路，然后坐享收获的喜悦；又像黑暗之中的探照灯，照亮你心灵的死角，让你发现常人遗忘的机会。

墨菲定理指出了人类的困境，人性的弱点或所遇的悖论，它的指向往往是物极必反后的方向或出常人意料之外的方向。

近半个世纪以来，“墨菲定律”曾经搅得人类心神不宁，它提醒我们：人类解决问题的手段越高明，将要面临的麻烦就越严重。

事故照旧还会发生，永远会发生。

“墨菲定律”忠告人们：面对人类的自身缺陷，最好的办法是想得更周到、全面一些，采取多种保险措施，防止偶然发生的人为失误导致灾难和损失。

归根到底，“错误”与人类一样，都是这个世界的一部分，狂妄自大只会使人类自讨苦吃，人类必须学会如何接受错误，并不断从中学习。

经验之谈：任何事都没有表面看起来那么简单。

酒与污水定律如果把一匙酒倒进一桶污水中，你得到的是一桶污水；如果把一匙污水倒进一桶酒中，你得到的还是一桶污水。

提出者：失考这个定律一般用于管理学中说明清除团队里破坏分子的重要性，但我们也可以这样理解这个定律：坏的东西往往比好的东西容易传播。

就像果箱里的烂苹果一样，如果你不及时处理，它会迅速传染，把果箱里其他的苹果也弄烂。

“烂苹果”的可怕之处在于它那惊人的破坏力。

一个正直能干的人进入一个混乱的部门可能被吞没，而一个无德无才者能很快将一个高效的部门变成一盘散沙。

黄帝时，大隗是一个很有治国才能的人，黄帝听说了他的才干，就带领着方明、昌寓、张若等六人前去拜访，在具茨山下一条山沟里，七个人都迷了路，见旁边有一位牧马童子，就问他知不知道具茨山在哪里，牧马童子说：“知道。”

又问他知不知道有一个叫大隗的人，牧童说：“知道。”

然后把大隗的情况都告诉了他们。

黄帝见这牧童年纪虽小却出语不凡，就问他：“你懂得治理天下的道理吗？”

牧童说：“治理天下跟我牧马的道理一样，唯去其害马者而已！”

等到黄帝访过大隗归来，忽然想起还没有问牧童的名字，十分遗憾。

到了晚上梦见一人手执千钧之弩，驱赶上万只羊放牧。

黄帝突然醒悟到牧马童子应该叫力牧，是一位难得的管理人才，于是就回去找到他，经过培养后任命为管理人事的官员，他为治理国家做出了很大的贡献。

司马迁曾说：“黄帝举风后、力牧、常先、大鸿以治民。”

其中的力牧，就是那位懂得去除害群之马的牧童。

在任何组织里，几乎都存在几个难弄的人物，他们存在的目的似乎就是为了把事情搞糟。

最糟糕的是，他们像果箱里的烂苹果，如果不及时处理，就会迅速传染，把果箱里其他苹果也弄烂。

目前很多企业普遍存在一种现象：忙的忙死，闲的闲死，可谓两极分化。

问题还在于那些真正尽职尽责想做事的人往往总被人为设置的障碍跌得鼻青脸肿，因无法静心地做事导致无法发挥出更大效能；而闲死的人不是借机离间或中伤忙死的人，就是坐在一边等着看他们的笑话；或者，自己不干活，让别人也干不成活。

借用一句老话就是：小人得志，好人受气。

这对一家企业的发展来说并不是好事。

其实，对于企业老板来说，多么需要能站在企业的角度真正为企业做事人啊！

虽然，每家企业都难免会有一些混日子的庸人、得势的小人和喜欢对别人设置障碍的人，但我们是否

<<成功者必知的著名定律>>

为尽心做事的人创造了有利于他们发展的空间？

是否为他们能顺利做事开启了顺畅的“绿灯”？

我们不是没发现那样的人，就是即使发现了也没能为他们做些什么。

我们也明明知道如果没有障碍，他们有可能做得更好，我们即使知道问题的根源，也没有想办法为他们做些什么或改变些什么。

而对于那些真正想做事的人来说，他们想得最多的却是：为什么真正想做事那么难呢？

除了被同化，让自己也变成一滴污水，难道就没有更好的方法了吗？

难道就无法做一个既能坚持原则认真做事又不会被同化的人吗？

有这样一个职场寓言：四只猴子共同搬运一块正方型的石板。

其中A猴兢兢业业，出力出汗，一心要完成搬运任务；D猴从一开始就没有出力，但是装作很卖力的样子，嘴里还高喊着号子；B猴和C猴则是随大流者，它们出力的程度完全取决于上级领导的态度。

于是，这块石板能不能正常搬运，就要看B、C究竟是学习A，还是模仿D。

一般来说，由于A猴出力受累，而D猴比较悠闲，那么B、C两只猴子会本能地模仿D猴，石板自然会砸下来。

当然，如果在这个过程中加入管理者介入的因素，结果会有所不同，但是向哪个方向发展，则完全要看管理者介入后的表现。

如果管理者不仅在口头上大力弘扬A的精神，而且在实际工作中重用A、提拔A，那么B、C就会向A学习，至少不会偷懒，不敢模仿D。

这样，即使D不出力，那块石板也能顺利地搬运到目的地。

可是如果管理者仅在口头上表扬A，而实际上重用提拔的是D，甚至连口头上也没有表扬A，而是表扬D（因为D尽管没有出力，而号子喊得最响），那么B、C就会模仿D。

这样，即使A还在用力，但是B、C、D都松手了，石板仍然会砸下来。

破坏者能力非凡的原因在于，破坏总比建设容易。

一个能工巧匠花费时日精心制作的瓷器，一头驴子一秒钟就能毁坏掉。

如果一个组织里有这样的一头驴子，即使拥有再多的能工巧匠，也不会有多少像样的工作成果。

一个组织的管理者是否懂得害群之马的危害，并且在工作中加以抑制，直接关系到组织的绩效。

如果组织里有D猴这样的害群之马，管理者应该马上把它清除掉，如果因各种因素无力这样做，就应该把它拴起来。

经验之谈：那些平时不易被发现的白蚁，往往会使你的建筑轰然倒塌。

帕金森定律帕金森现象产生的根源：权力的危机感。

提出者：英国历史学家、政治学家诺斯科特·帕金森1958年，英国历史学家、政治学家诺斯科特·帕金森（C.Northcote Parkinson）出版了《帕金森定律》（Parkinson's Law）一书。

他经过多年调查研究，发现一个人做一件事所耗费的时间差别如此之大：一个人可以在10分钟内看完一份报纸，也可以看半天；一个忙人20分钟可以寄出一叠明信片，但一个无所事事的老太太为了给远方的外甥女寄张明信片，可以足足花一整天，找明信片一个钟头，寻眼镜一个钟头，查地址半个钟头，写问候的话一个钟头零一刻钟，特别是在工作中，工作会自动地膨胀，占满一个人所有可用的时间，如果时间充裕，这个人就会放慢工作节奏或是增添其他项目以使用掉所有的时间。

另外，帕金森也在书中阐述了机构人员膨胀的原因及后果。

一个不称职的官员，可能有三条出路，第一是申请辞职，把位子让给能干的人；第二是让一位能干的人来协助自己工作；第三是任用两个水平比自己更低的人当助手。

第一条路是万万走不得的，因为那样会丧失许多权利；第二条路也不能走，因为那个能干的人会成为自己的对手；看来只有第三条路最适宜。

于是，两个平庸的助手分担了他的工作，他自己则高高在上发号施令，他们不会对自己的权利构成威胁。

两个助手既然无能，他们就上行下效，再为自己找两个更加无能的助手。

如此类推，就形成了一个机构臃肿，人浮于事，相互扯皮，效率低下的领导体系。

例如，有一个水利局实行银行代发工资两个月后，职工们竟发现多出了34张“嘴”，有34名非水利局

<<成功者必知的著名定律>>

职工，却拥有水利局职工的工资账户。

后经查实，这多出的34张“嘴”都是水利局干部的亲属，其中21人是水利局副科级以上干部的子女、亲属。

这其中有含饴弄孙的老人，目不识丁的农妇，甚至还有9名是正在学习的大中专学生。

<<成功者必知的著名定律>>

媒体关注与评论

“彼得原理”的知识将使你的生命产生革命性的变化，甚至可能拯救你的生活。

——《纽约时报》资源总是会自我调整，以求效应的最大化。

“二八法则”提倡将更多力气花在关键的20%以上，以产生更大的成效。

——哈佛大学教授吉普夫企图决定版图，思路决定出路，态度决定高度，格局决定结局。

海尔集团总裁张瑞敏曾问自己的员工：石头怎样才能在水面上漂起来？

下属纷纷献计：把石头掏空；放在木板上；造块假石头……张瑞敏一边听着，一边笑着摇头，直到最后得出正确答案：速度！

“路径依赖”类似于物理学中的“惯性”，事物一旦进入某一路径，就可能对这种路径产生依赖。

——1995年诺贝尔经济学奖得主道格拉斯·诺思马蝇效应：再懒惰的马，只要身上有马蝇叮咬，它也会精神抖擞，飞快奔跑。

——美国前总统亚伯拉罕·林肯豪猪法则：保持良好关系的重要方法，乃是保持一个“既能感受到对方的体温又不挨扎”的最佳距离。

——美国心理学家莱欧·博格生命游戏定律：如果一个生命，其周围的同类生命太少的话，会因为得不到帮助而死亡；如果太多，则会因为得不到足够的生命资源而死亡。

——英国数学家约翰·康威“酒和污水定律”是企业人才运作中最经典、最具主导地位的规律！

——美国著名管理学家彼得·德鲁克

<<成功者必知的著名定律>>

编辑推荐

《成功者必知的著名定律》仔细分析各种定律的内容，配以丰富生动的小故事，以达到通俗易懂的目的。

定律、法则、寓言、故事构成了《成功者必知的著名定律》的主要内容，不仅能为企业管理者提供生动的培训资料，对于追求个人成功者来说也有不错的借鉴意义。

<<成功者必知的著名定律>>

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>