

<<道德经与无为管理>>

图书基本信息

书名：<<道德经与无为管理>>

13位ISBN编号：9787807296645

10位ISBN编号：780729664X

出版时间：2010-1

出版时间：凤凰出版社

作者：钟永森

页数：240

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>

<<道德经与无为管理>>

前言

曾几何时，谈到管理，人们常会想到西方管理学，从法约尔、韦伯到泰罗，从梅奥、德鲁克到迈克尔·波特。

现在，韦尔奇在企业界几乎无人不晓，似乎只有“洋人”的管理才有效，才管用。

当国内企业家们正在津津乐道于西方MBA管理学课程的理论与实践，将“洋管理”神化而趋之若鹜的时候，“洋人”们却在挖掘我们中华民族的传统文化宝藏，他们一个个捧起了《道德经》，并奉之为管理圭臬。

据报道，英国一家名不见经传的小公司通过研究《道德经》焕发出新的活力，创出赢利激增200%的不俗业绩，引起了英国多家主要媒体关注。

美国纽约著名的贝尔实验室在研究工作方面成绩斐然，在谈及治所之道时，该所负责人陈煜耀博士指着他办公室挂的老子的“无为而治”的条幅解释说：“领导者的责任在于既要做到你在领导别人，又要做到别人并不认为你在干预他。

”陈煜耀博士的这番话可谓一语中的，贝尔实验室的成功正是老子“无为而治”管理思想在现代企业成功运用的一个鲜活实例。

由于经济全球化和市场竞争的加剧，尤其是近几十年来日本企业界在世界商业市场的崛起，越来越多的西方管理学家开始关注中国道家，尤其是老子的管理思想和管理原则。

美国管理学家约翰·海德就在他所著的《领导之道——新时代的领导战略》一书中，引用了不少《老子》的警句箴言。

他十分推崇老子“清静无为”的思想，在书中还从管理学的角度对这种思想作出了自己全新的诠释。

但是，我国的企业有多少能从《道德经》中悟出管理的精髓与具体措施？

谁来弘扬我们自己传统的管理文化？

<<道德经与无为管理>>

内容概要

《道德经》是一部伟大的国学巨著，蕴涵着丰富的管理思想和理念。提出了“道”和“德”的思想，体现了深邃的管理哲学，注重以人为本的理念，实施无为管理和人尽其才的战略，促进人性和谐，提高个人修养，促使人发挥潜能和自主精神。从而获得非凡的团队协作效益。

<<道德经与无为管理>>

作者简介

钟永森 先生高级经济师
香港宝石集团有限公司董事长
香港国际投资集团董事长
澳大利亚ASI砂岩矿山发展公司(上市公司)主席
香港宝石商会名誉会长
中华全国工商联合会金银珠宝业商会会长
广东省政协委员

钟永森先生，当代儒商，曾获“全球百佳中华儒商人物”、“中华十大才智人物”等荣誉。他对中国历史有深入研究，热爱并熟稔中国传统文化。他把中国传统文化的优秀价值观与西方管理精髓结合起来，弘扬了中国传统文化的精华，对企业管理者具有指导意义。

钟永森先生在大陆投资众多实业。任多家企业的董事长。他治理企业以人为本，厚德载物，具有高度的战略眼光和深厚的管理经验。他经营产业，能够把公益性与企业的可持续性发展相结合，能把传统优势转化为现实优势，把资源优势转化为产业优势，把文化优势转化为效益优势。钟永森先生被多个城市授予荣誉市民的殊荣，同时担任多家社会商团会长职务。

钟永森先生曾主编中国企业家协会的《企业文化培训教程》三册，出版《服务：打造一个卓越的服务型企业》等专著。在企业界有很好的口碑与影响。

<<道德经与无为管理>>

书籍目录

天道卷 “无为而无不为”，《道德经》与企业管理 “无为而治”可行性检验：汉初的实践 无为录：尊重规律，顺应天道，战略目标将水到渠成。

“惟道是从”，无为管理以道为核心 无为录：“无为”即“无违”，管理应遵循“道”的终极法则。

“无为而民自化”，打造“无管理”至上境界 无为录：圣人垂拱，百姓安居乐业；企业无管理，员工自激自励。

“为无为”，管理需遵循“无围”制度 无为录：无为管理不排斥制度，但排斥“有围”的制度。

“天大，地大，人亦大”，无为管理要以人为本 无为录：人是“四大”之一，管理就是管人。

“能无为乎”，勿入“无为”误区 无为录：无为不等于放任自流，有所为、有所不为才是王道。

战略卷 “道法自然”，决胜企业家战略思维 “大器晚成”：迅速发展等于迅速破产 无为录：欲速则不达，成功需要积累。

“反者，道之动”：反方向往往是突破口 无为录：聪明人不走寻常路，企业家要有逆向思维。

“贵其师”：企业要学会“拿来主义” 无为录：创新就是“创造性的模仿”，借鉴前人才能超越前人。

“不以兵强天下”：共同把蛋糕做大 无为录：竞争不必你死我活，共赢才是硬道理。

“图难于其易”：化繁为简，提升效率 无为录：事情也许很简单，人们却把它搞复杂了。

和谐卷 “奉天时”，和谐的工作氛围就是生产力 “冲气以为和”：“快乐大本营” 首需管理者自身心情引导 无为录：给员工一份好心情，员工会还你一份好业绩。

“为百谷王”：不可迷恋冰冷的上下级关系 无为录：最好的领导如空气，看不见、摸不着，但不可或缺。

“夫佳兵者，不祥之器”：别让员工因你的责备而如坐针毡 无为录：责备乃不祥之器，赞扬则要好得多。

“容乃公”：对待员工要一碗水端平 无为录：公平是规章的第一要义，领导者切不可有偏心。

“知和日常”：团队精神本身就是一种和谐 无为录：和谐才能合作，它是团队的润滑剂。

放权卷 “太上，不知有之”，授权就像放风筝 “无之以为用”：事“不”躬亲不是能不能，而是愿不愿 无为录：事必躬亲是过时的领导方式，管理者要换一种眼光。

“无绳约”：自我约束力是最好的管理制度 无为录：自我约束比他人约束更为有效。

“其贵言”：放位并放权，不要干预下属的工作 无为录：信任下属，就要给他们权力。

“功成而弗居”：让下属成为英雄是你的荣耀 无为录：让下属成为英雄，你就是英雄中的英雄。

水德卷 “上善若水”，将“水”的智慧融入管理柔道卷 “柔之胜刚”，企业突围之路取舍卷 “去彼取此”，在取舍中坚守方向危机卷 “防患于未然”，变管理危机为危机管理细节卷 “为大于其细”，向精细化管理要效益变革卷 “物壮则老”，变革之路永不止步文化卷 “有生于无”，企业不能缺少文化修身卷 “孔德之容”，管理者自我修身修心卷 “上德若谷”，企业家心灵修炼

<<道德经与无为管理>>

章节摘录

“贵其师”：企业要学会“拿来主义” 创新就是“创造性的模仿”，借鉴前人才能够超越前人。不贵其师，不爱其资，虽智大迷，是谓要妙。

——《道德经》第二十七章 不尊重他的老师，不珍惜他的借鉴，虽然自以为聪明，其实是大迷惑，这真是个精要深奥的道理。

这就是说，企业家要懂得以优秀者为师，向他人学习。

标杆管理，是指企业为提高自身竞争力，将同行业、同领域内的一家优秀企业作为标杆，向其学习，寻找改进的突破口，树立学习和追赶的目标，通过资料收集、比较分析、跟踪学习、重新设计并付诸实施等一系列规范化的程序来发展自己。

通俗地讲，标杆思维就是“拿来主义”，就是以他山之石，来改变自我之玉。

国内外很多大型企业已开始逐渐重视这种管理技术和思维模式。

当年耐克学习锐步，如今耐克成为强者；百事可乐向可口可乐学习，如今两家可乐公司并肩垄断了市场……沃尔玛连锁百货公司的创始人山姆·沃尔顿曾经说过：“其实我做的每一件事都是从别处学来的。

” 如何在当今激烈的市场竞争中胜出？

如何在竞争中提升自我竞争力？

显然，标杆管理是一种简便易行的好方法。

向竞争对手学习，向强者学习，可以低成本而高效率地走向竞争前沿，缩小竞争差距，成为竞争的胜利者。

当然，作为企业家和经理人，首先要进行自我创新突破，需要修炼标杆思维，不断地整合、共享各种资源，以提升企业的综合竞争力。

三星集团的成长历程就是运用标杆思维的典型。

2006年，三星公司的股票飞涨，每股高达699美元，公司市值首次突破1000亿美元，是日本著名的电子巨头索尼公司的2倍多。

三星公司成为亚洲市场市值最高的公司之一，这在韩国也是首次出现。

作为全球消费电子领域的一匹黑马，三星公司的成长并非一帆风顺。

公司刚刚建立时，生产的是仿造产品，而其中许多都是以日本著名电子企业的产品为基础的。

1970年，三星公司还在为日本的三洋公司打工，制造廉价的12英寸黑白电视机。

到1978年，三星公司便成了世界上最大的黑白电视机制造商。

1979年，它与另外一家日本电子设备制造公司——夏普公司建立了合作关系，由此开始生产微波炉。

1986年，三星公司不但能够向日本出口产品，而且还将产品出口到欧洲和美国。

这时，它已成为世界上最大的微波炉生产商。

1990年，三星公司凭借其开发的16MDRAM芯片，在世界半导体制造商中排名第13位。

在进行了几年技术模仿后，三星公司意识到进步的唯一途径是从技术的跟随者上升为技术的领导者，而这只有通过在所从事的每个领域内进行创新才可以做到。

于是，三星公司开始强调变革和创新。

总裁李健熙甚至亲自向日本、美国公司的工程师就一些技术细节问题虚心求教。

经过30多年的积累，三星公司已经由丑小鸭变成名副其实的白天鹅。

现在的三星公司不仅是国际一流的跨国公司，而且还成就了“变革之王”的神话。

三星公司起家靠的是什么？

就是不断地向强者学习，从而使自己成为强者。

三星公司通过模仿，将竞争对手的方法、经验内化为企业自身发展的资源，从而用最短的时间超越了竞争对手。

中国现在是世界制造业的中心，但我们掌握的核心技术相对还比较少，我们的企业不得不给跨国公司打工。

但是企业家必须意识到，我们的目的绝不是永远做一个追随者，我们以强者为标杆，是因为我们也将

<<道德经与无为管理>>

成为强者！

成为别人的标杆！

正是基于这样的考虑，联想集团在发展初期才提出“贸工技”的发展道路。

以强者为标杆，是弱小者成功的普遍规律。

数一数二的企业毕竟是个别，对大多数企业而言，找到自己的标杆，就是为自身树立了榜样，从而为企业发展提供了持久的动力。

国内的知名网站当当网也是通过向别人学习而走向成功的。

当当网上书店联合总裁俞渝毫不讳言对亚马逊这个世界最大、最知名的网上书店的模仿和学习。

她说：“对亚马逊的财务报表，我比一些华尔街的分析师们还要熟悉。

我会用当当的指标和它一一对比，最新的结果是，9项指标中我们只有库存周转率还不如它。

”俞渝将当当网比做是“学龄前儿童”，而“亚马逊”已经进入“青春期”。

她说：“中国古话说得好，‘三人行必有我师’，‘择其善者而从之’。

当当不耻于当学生，因为有的学比没的学要好。

”向强者学习，我们才能成为强者。

但是作为强者，也不能松懈，因为大企业有大企业的问题，尤其是官僚化问题，大企业也应该向小企业学习，学习它们的高效率、它们的决策方式、它们如何适应市场。

标杆思维启示我们，向强者学习，向成功者学习，可以大大降低我们学习的成本，使创新的过程少走弯路。

以强者的经验为标杆，并将这种经验模仿迁移到自己企业的经营管理中，就会大大提升企业的效益。

见贤思齐，才能继往开来。

毫无疑问，对于任何企业而言，都需要向别人学习，都需要“拿来主义”，借鉴别人的经验，学习别人的长处，从而改善自我绩效，实现自我超越。

.....

<<道德经与无为管理>>

编辑推荐

《道德经与无为管理》是中国第一部用诗化语言撰写的哲学巨著“运用之妙，存乎一心”的管理思想与日俱新 上善若水，将水的智慧融入管理 柔之胜刚，企业反向的突围之路 为大于其细，向精细化管理要效益 特壮刚老，变革之路永不止步 有生于无，企业不能缺少文化 上德若谷，企业家之心灵修炼 道法自然，决胜企业家战略思维；去彼取此，在取舍之中坚守方向

<<道德经与无为管理>>

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>