第一图书网, tushu007.com

<<高效激励-打造常青企业>>

图书基本信息

书名：<<高效激励-打造常青企业>>

13位ISBN编号：9787113077105

10位ISBN编号：7113077102

出版时间：2007-1

出版时间：中国铁道

作者：杨和茂

页数：180

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

内容概要

你可以命令并监督你的雇员上满八小时班，但这八小时是否专注投入却不是命令和监督能解决的问题！
你可以命令他按时完成任务。
但是否尽其所能、高质量地完成却不是靠命令和监督能解决的! 什么是激励？
其本质是“月光下的”委托人与“树阴下的”代理人之间的博弈。
企业所有者、经营者乃至普通员工要想在这场博弈中取得共赢，就要依靠现代企业的有效激励机制——在委托人与代理人之间形成“利益共同体”的基础上进一步形成“命运共同体”。
　　本书并不是关于激励机制问题的一套解决方案；但它提供了有效的激励机制的设计思路。
它不是关于解决员工激励问题的指南针。
而是一个罗盘——有效的激励机制永远都是权变的。

作者简介

杨和茂，江西临川人。
知名财务管理、人力资源管理专家。
中山大学、中国人民大学、电子科技大学、香港工商管理学院特聘客座教授。
南方卫星、美国注册物流师协会、中国法务会计师认证中心、信息产业部、广东企业家协会、南方卫视特邀教授。
兼任EIM（英国）管理咨询等数十家国内外知名管理咨询机构高级培训师和高级顾问，常年担任国内数十家大中型企业集团常年高级财务顾问。
曾为中国移动、中国电信微波局、广东电力集团、广西电网、广西浩天集团、广东美的集团、太阳神集团、奥托昆普（芬兰）中山铜管、广东外经委、广东天贸南大集团、广州白云电器、统一集团（中国）、顺德瑞德集团、北京古淳服装、广东新南方集团、江苏万力股份、南方电网超高压公司、广东德赛集团、惠州供电局等国内外数百家著名企业与机构进行过人力资源、财务管理咨询与服务。
主要代表著作有：《卷土重来——经营财务管理之道》、《决胜千里——卓越成本管理之道》、《走出黑洞——企业舞弊识别与防范》。

书籍目录

序一 企业激励的精髓序二 高效的激励精神第1章 企业激励机制理论　委托—代理关系假设　委托—代理均衡合同　委托—代理的信任　激励机制的预期目标　激励机制模型第2章 建立“命运共同体”的激励机制模式　从管理者迈向所有者的激励模式——管理层收购　从劳动者走向所有者的激励模式——职工持股计划　避免短期行为的激励模式——延期激励　经济附加价值激励模型第3章 建立“利益共同体”的激励机制模式　年薪制　股票期权　仿真股票期权　成本分享计划第4章 谨防以利润指标作为激励指标的“陷阱”　利润指标掠夺了企业未来价值　并非任何时期都能用利润分享模式　在激励模式中考虑战略性利润第5章 激励误区管理　股权激励机制需经受实践检验　识别激励中的几种误区　激励措施的困境与出路　企业激励方法为何会失败　股票期权成为企业激励机制的“鸡肋”？　激励误区对策——股权激励新措施　滥用激励也会让好公司失败　过度关爱员工对公司有益吗？　真正的积极性并不来自激励员工　经理人“多得的”报酬　建立长短期结合的有效激励机制　激励中尽量防止“搭便车”行为第6章 创新激励的技巧　创新激励机制对激活员工潜能的重要性　我们为什么选择创新激励机制？　民营企业激励机制创新　建立良好人才激励机制的4个关键　人力资源总监应做好的10件事　宽容失败也是激励创新　用人之道与激励员工　如何运用激励机制调动人的积极性　经济增长必须重激励机制　企业上市后应采取传统式的激励模式　良好的市场战略是激励机制的保障　避免绩效管理失败的关键在于执行　风险投资的激励机制　适当处理绩效差的人　建立全视角考核系统　建立优秀的激励文化第7章 扭曲激励的负效应第8章 领导者在激励中必做的11件事第9章 案例研究与思考

章节摘录

委托－代理关系假设　委托－代理关系的基本假设是信息非对称，即假设委托人和代理之间掌握的信息是不对称的。
这可以形象地用月光下的委托人与树阴下的代理人来描述。
站在月光下的人称为委托人，他看不到坐在树阴下的人具体在干什么，思考什么；与此相反，坐在树阴下的人——我们称之为代理人却可以看到站在月光下的人在干什么。
也就是说，我们将拥有信息多的人称为代理人，拥有信息量少的人称为委托人。
例如，在股东和总经理之间，股东被称为委托人，总经理为代理人。
在总经理与职员之间，总经理为委托人，职员为代理人。
对公司内的人际关系和职员努力水平这类信息，职员往往掌握得比总经理多些；而股东一般缺乏有关总经理工作方向与努力水平的全部信息。
只要在建立或签订合同前后，市场参加者双方掌握的信息不对称，这种经济关系都可以被认为属于委托－代理关系。
委托－代理的均衡合同是居于信息优势与处于信息劣势的市场参加者之间展开对策的结果。
企业内部典型的委托－代理关系如表1-1所示。
表中显示，企业存在多重的委托－代理关系。
由于非对称信息在经济活动中相当普遍，许多经济合同都是在非对称信息条件下签订和执行的，因而许多经济关系都可以归结为委托－代理关系。
如食品制造商与农户之间构成委托－代理关系。
前者拥有农户不易察觉的“私人信息——市场价格的变化”称为代理人，农户进入市场而称为委托人。
……

编辑推荐

《高效激励：打造常青企业》全方位地阐述了各种激励措施和手段，从正反两个方面进行了深度比较与分析，从而让管理者能够走出激励误区，选择适于自己企业的激励模式。

第一图书网, tushu007.com

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