

<<管理要像一部好电影>>

图书基本信息

书名：<<管理要像一部好电影>>

13位ISBN编号：9787203062332

10位ISBN编号：7203062333

出版时间：2008-10

出版时间：山西人民出版社

作者：刘顺仁

页数：256

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>

<<管理要像一部好电影>>

前言

1969年，参与英特尔（Intel）创业刚满一年的葛洛夫（Andy Grove）。在他的笔记本上粘贴了一篇叫做《激励愿景》的文章：“任何一个导演都必须掌控恐怖的复杂性。他必须熟悉音效与镜头的运用，哄骗大牌明星乖乖听话，并让参与的艺术工作者服气。然而，一个大导演还必须有愿景与能力，把这些变成一部激励人心的完整作品！”年轻的葛洛夫大受感动，他在这篇短文上用力的写下几个大字：“这就是我梦想的工作”。

<<管理要像一部好电影>>

内容概要

《管理要像一部好电影》是一本探讨如何将管理数量化的书。

想要达到的目的，是让读者从一个故事接到另一个故事、一个场景换到另一个场景，在看得津津有味、读得入神之时，不知不觉地领略到作者想说明的管理观念和道理。

作者真正要告诉读者的是：数量化管理这一工具如何协助企业“反省策略，沟通策略，进而发挥强大的执行力”；如何“建构适当的诱因机制”；如何“分配决策管理权力”。

此外，对于当前大众关切的“创新”议题，更是给予特别的着墨。

经由法国创意设计大师史塔克之口，作者强调“找到自我”乃是创新的根源：人们应该深入了解自己的过去和当前处境，如此才能“深耕心中那块创新的福田”，这也才是真正属于自己的“核心能耐”。

他还指出：创新要从“问有趣的问题”开始；创新代表“一种有深度的抄袭”，其先决条件是“策略上的专注”。

这些言简意赅的陈述，可说是给予“创新”一针见血、鞭辟入里的诠释。

<<管理要像一部好电影>>

作者简介

刘顺仁，台湾大学经济学学士、美国匹兹堡大学会计学博士，曾任美国马里兰州立大学助理教授，现为台湾大学会计学系暨研究所教授。

刘教授于大一时修习初等会计学，因感觉会计是一门繁琐枯燥的学问，发誓这辈子再也不碰会计课程。

1985年于匹兹堡卡内基美隆大学攻读博士时，由于该校强调学科整合，加上跨系所修课的缘故，一位会计学博士生让他猛然发现会计有趣又实用，因而“改行”，立志这辈子竭尽全力把会计学教得活泼精彩。

刘教授的主要研究兴趣为策略性财报分析、策略性成本管理、绩效评估制度对经理人行为及企业绩效的影响等，并长期关注企业、产业的竞争力分析。

此外，刘教授还在台湾大学管理学院及EMBA设有多门课程，包括：成本与管理会计学、管理会计专题研讨、欧洲产业与经济发展、竞争力与绩效管理、竞争力的个体经济基础及生物科技产业管理等。

2005年，刘教授发起并成立台大管理学院“竞争力与创新研究中心”，与美国哈佛大学波特（Michael Porter）教授主持的“策略与竞争力研究中心”（Institute for Strategy and Competitiveness）进行策略联盟。

<<管理要像一部好电影>>

书籍目录

精彩选读序言第一篇 心法篇 第1章 创造自我的独特价值——乡野中打造世界顶级餐厅 管理会计的缩影：乡野中打造世界顶级餐厅 管理会计的思考架构 管理观念如何数量化 第2章 揉合卓越管理的五大要素——用分享创造企业的凝聚能量 要素一：信守承诺的重要性 要素二：创造策略核心组织 要素三：信息是管理的基础 要素四：诱因为行动力之母 要素五：决策权的分配是门大学问 管理会计五大要素环环相扣由权变理论看管理第二篇 招式篇 第3章 倾听顾客才有成长力——达·芬奇教你解读顾客 顾客到底是谁？
给顾客提供精致的服务品质 设身处地了解顾客潜在需求 第4章 重视成本才有掠夺力——挥动卡内基的成本铁锤 形成重视成本的组织文化 最重要的成本观念：机会成本 什么是成本？
如何控制成本？
成本与损失 成本是知识经济的掠夺力要素 第5章 建立标准才有复制力 一挖掘秦国地下兵团的智慧 标准化是一项长期战略 姚明NBA得分下降的差异分析 标准成本制与差异数分析 标准成本制的诱因效果 差异分析的延伸 标准化与知识管理 第6章 以简御繁才有穿透力——学好作业基础管理 卡普兰发展作业基础成本制 作业基础成本制范例 作业基础成本制之下的成本与定价 作业基础成本制的导入时机 作业基础成本制与服务业 作业基础管理的应用——顾客别获利分析 复杂性造成高成本 范畴经济的陷阱 第7章 面对现实才有先见力——让计划赶上变化 CVP模型的基本结构 以CVP找出损益两平点 多种产品组合与CVP分析 预算编制的观念架构 预算目标的订定 预算制度的三情境 别让预算变成谎言 第8章 流程精实才有协同力——在供应链中创造价值 利丰集团的钻石模型分析 丰田汽车的精实典范 高贵不贵：Zara的启示 精实供应链的秘诀 精实流程拯救战士生命 第9章 激励创新才有应变力——别以为莫扎特只靠天才 创新从“问有趣的问题”开始 创新的先决条件：策略上的专注 以创新为本的组织文化：宁静的创新巨人美商3M 精实企业的绿色创新：丰田汽车持续激发员工热情 创新人才的管理：微软亚洲研究院 旧干发新枝的挑战 宝洁大胆采用外部创新构想：开放式创新的典范 寻找莫扎特：天才并非不流汗水 第10章 改善决策才有存活力——理智与情感的拔河赛 决策是过程，不是单一事件 信息的攸关性：短期决策的思考关键 检视长期投资决策的基本工具 投资案评估的敏感性分析：预估投资条件 变动的可能影响 实质选择权的应用：处理投资计划的中途变更 “黄昏清兵卫”的决策：不易达成的双赢结果 第11章 优化财务才有生命力——投资报酬率与资源分配 在财报中找寻优质成长 财务指标是分权制度的关键 责任中心是分权管理的利器 税务员救了美国佳能公司第三篇 总结篇 第12章 人才聚集武林称雄——创造群龙无首的续航威力 卡拉扬策马跨栏的体悟 实践群龙无首式管理的Google：启蒙人才自我管理 做大事以找替手为先 荷兰东印度公司传奇：你够国际化吗？
大国心态：中国要求洋会计师说中文 聚焦联结，持续称雄 企业的愿景与价值：口号还是真正的信仰？
非财务指标的威力 善用非财务指标 避免误用非财务指标 用心，在看不到的细节处

<<管理要像一部好电影>>

章节摘录

第1章 创造自我的独特价值——乡野中打造世界顶级餐厅 2004年春天，法国创意设计大师斯塔克（Philippe Starck）访问台湾，我在台北和他共进晚餐。当我询问他对培养创意人才有什么建议时，他直截了当地回答：“找到自我！”（Find your own identity！）

斯塔克认为，太多年轻的心灵毁于长期模仿。

想要创新，就需要了解自己的过去和所处环境，因为那是自我的根源。

斯塔克认为创造力是一个有点神秘的领域，它来自于痛恨齐一规格与追求个人独特性的强烈渴望。

创造力不只是一种技能，它更是一种价值观及生活态度。

稍可宽慰的是，关于如何培养创造力，1949年诺贝尔文学奖得主福克纳（William Faulkner，1897-1962）提供了一个平易近人的看法：“创造力像是肌肉，随着使用而增长。”

2005年，我到哈佛商学院进修。

有一次，我向策略大师迈克尔·波特教授（Michael Porter）提出一个问题：“如果你只能给企业一个建议，那会是什么？”

波特毫不犹豫地回答：“找到自己的独特价值！”

这句话和斯塔克“找到自我才有竞争力”的见解，有着异曲同工之妙。

为了竞争，个人或企业致力于追求“标杆”（henchmark）或“最佳实务”（best practices）。

这些管理工具的确对提升效率有帮助，但企业可能因为互相模仿，失去原创性与独特性，最后反而变得没有竞争力。

2003年10月，著名的企管畅销书作家彼得斯（Tom Peters）出版了《重新想像！

》（Re-imag-ine！

）一书。

和爱因斯坦一样，彼得斯大力鼓吹“想像比知识重要”，他向读者抛出一个挑战：重新想像什么令你这个人具有独特性。

因此，别忽略自己内在的声音：什么是我具有最多热情的事；什么是我具有最大才能的事；什么是我愿意花费终身之力去完成的事。

我想这些都是找到自我的必修课吧！

在这本书，我希望能陪伴读者，一同认识许多目前仍被广泛应用的管理会计观念与技术。

这些都是过去一个世纪由产业发展过程中淬炼出来的智慧，绝对能加强个人与企业的竞争力。

它们不是教科书里死板的公式或计算，而是鲜活、有创意的思考方式。

如何用管理会计的思维来科学地分析一个企业，也是本书要解决的问题。

此外，大多数读者会问：“管理会计和一般的管理知识有什么不同？”

简单地说，管理会计的主要精神强调尽可能把管理的观念“数量化”，或者转变为具体且容易沟通的数据。

因为，无法衡量的事物通常导致无法管理（No measurement, No management）。

特别是当产业竞争更加剧烈，组织规模更加庞大复杂后，拥有具体客观的信息，对组织沟通与决策的重要性日益增加。

此外，管理会计强调一个具备五大管理要素的思考架构。

这五大要素依序是：（1）以信守承诺创造凝聚力，（2）创造策略核心组织，（3）取得优质管理信息，（4）妥善的设计行为诱因，（5）适当的分配决策权。

那么，什么是管理会计？

什么是管理会计思维？

管理如何数量化？

我们用下面的举例来说明。

管理会计的缩影：乡野中打造世界顶级餐厅 世界著名餐厅“小华盛顿栈”（The Inn at Little

<<管理要像一部好电影>>

Washington) 的创业与管理, 是管理会计观念一个有趣的缩影。

我曾以它作为案例, 开始我在台湾大学EMBA教授的“管理会计”课程。

沿着212号公路西行, 开着旧货车前往仙纳度国家公园 (Shenandoah National Park) 的欧康诺 (Patrick OConnell), 被弗吉尼亚州的乡间魔力所深深震撼。

正前方, 形成仙纳度国家公园骨干的蓝脊山脉 (Blue Ridge Mountains) 正笼罩在薄雾中。

路旁的黄色小野菊连绵几百米, 牛群静静地啃着青草, 一捆捆干草散落在丘陵上。

花香、草味、黄澄澄的午后阳光, 时间仿佛静止。

欧康诺十分钟情这份大城市罕见的乡野情趣, 以及这里培育出美国前四位总统的人文传统, 也热爱那一座座散布于乡间的小农庄。

突然间, 欧康诺看到一个小路标——华盛顿弗吉尼亚 (Washington Virginia)。

这个小镇建立于1786年, 只有150位居民。

它是如此迷你, 因此弗吉尼亚人昵称它为“小华盛顿” (Little Washington)。

这里几乎没有任何商业活动, 离华盛顿特区 (Washington, DC) 120公里, 约一个半小时车程。

200多年来, 小华盛顿静静地偎傍在仙纳度国家公园旁。

仙纳度的印地安语原意是“星星的女儿”, 而小华盛顿就像星星之女颈间遗落的一颗小珍珠。

此时一个狂想跃入欧康诺脑海: “我能在小华盛顿开家顶级餐厅吗?”

这家餐厅可以让世人分享我对厨艺的热情, 顾客还能优游于弗吉尼亚的乡间美景, 品味小华盛顿遗世独立的情趣。

”餐厅约莫80个座位, 套餐定价120至150美元。

另外还需外加酒钱 (顶级餐厅的美酒与美食同等重要)、25%的小费以及4.5%的吉尼亚州税金。

一个企划案正在成形: 在荒野中打造世界顶级餐厅。

这是开玩笑吗?

经过分组讨论, 经验丰富且思维缜密的台湾大学EMBA同学, 对欧康诺的奇想做了以下评论: “热情有余, 理想太高, 不切实际。

谁会开一个半小时的车到一个偏僻的餐厅, 吃一顿动辄超过200美元的晚餐呢?”

这正是欧康诺创业初期最常听到的批评。

我们应该庆幸欧康诺没有因为这些批评而退却, 反而把这些劣势转成它的优势 (稍后详述)。

小华盛顿栈后来的发展也正好验证了欧康诺果断明智的决策, 它几乎囊括美国餐饮业的所有重要荣誉: 大华盛顿地区美食导览权威《查氏餐馆调查》 (Zagat Survez) 有史以来首度满分的评价, 以及尔后每年评比的总冠军; 美国汽车协会 (AAA) 旅游导览五星级评价; 比尔德 (James Beard) 全国最佳餐厅及主厨奖等。

<<管理要像一部好电影>>

编辑推荐

刘顺仁教授新作《管理要像一部好电影》，从“财报”看企业到从“管理”看企业，怎么管理，企业才能做大做强做长久，电影般的情节，明白易懂的解析，道尽优秀企业的管理真谛。

投资人、企业主必看的管理经典大片！

比好莱坞大片还精彩的管理书。

企业竞争力的提升，尽在管理的三大神功。

看电影的享受，是它持续燃烧的感动；管理者的满足，则是锻造企业牢不可破的竞争优势。

1.借由精彩故事，让人自然地、透彻地领略管理学的道理。

透过埃及金字塔的建造工程，刘教授说明了专业团队和高度授权组织的重要性；他以达芬奇画作“蒂班琪肖像”为例，说明该画能颠覆西方肖像画传统，是因为它纳入了画中人物的心理描绘，这与企业“解读顾客”有着异曲同工之妙。

为了说明成功策略必须具备的“独特价值”，刘教授也以当代人物为例，例如冠德建设马玉山先生（也是修习台大EMBA学程的成功企业家）与干部在台风天的表现；为强调现代企业对顾客的重视，刘教授借用邓丽君小姐的名曲《我只在乎你》，将概念加以延伸，尤显巧思。

2.《管理要像一部好电影》第二篇“金字塔九大绝招”几乎涵盖企业实务的重要层面，为企业创造价值的基本功夫。

作者将各大管会原则精炼为各个“招式”（如成本管理原则、精实流程、顾客服务等）浅显易懂，容易执行。

3.作者以扎实的管理会计观念切入生活情境，佐以丰富趣味的人物或历史轶事、企业实例等，充分展现其跨领域、穿梭古今的涵养与写作功力。

读者不但容易吸收，更能在获取专业知识的同时获得极高的阅读乐趣。

4.《管理要像一部好电影》取材与概念陈述方式，有别于坊间一般管理书籍，除却管理书籍冷硬、堆栈数字又不易理解的制式印象，充满浓厚人文气息。

5.不论是即将担负管理任务的新人、各行各业的资深管理者、创业者、学生、甚至是一般读者，皆可自《管理要像一部好电影》获得丰富的管理会计观念，有助于强化专业知识，培养自身竞争力。

成本，是竞争成败的关键因素：杀价竞争是市场中最常用的手段，却是竞争策略中最粗浅的手法。

精确地衡量成本，活用成本，并以成本优势无情地掠夺市场占有率，是企业成功的重要因素，也是管理会计的入门功夫。

创新，从“问有趣的问题”开始：“谁是你的顾客”、“你的生意是什么”，这些问题逼迫经理人面对管理活动的本质，进而产生创新的思考。

企业必须培养能“问有趣问题”的人才，营造可以激励创新的诱因与机制，才是提升企业竞争力的做法，更是管理会计的进阶功夫——虽缓慢，但极为坚实。

人才，除了竞争更要联结：在竞争过程中淬炼出来的人才，形成企业竞争力的基础。

但企业整体战力的发挥，必须做到“聚焦联结”。

“聚焦”是找到一个可以创造独特价值的着力点，“联结”则是善用管理机制，协同每个人、每个部门的努力。

以“聚焦联结”来创造企业竞争力，即是管理会计武功的大成。

<<管理要像一部好电影>>

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>