

<<组织生存力>>

图书基本信息

书名：<<组织生存力>>

13位ISBN编号：9787229013189

10位ISBN编号：7229013186

出版时间：2009年11月

出版时间：重庆出版社

作者：彼得·德鲁克,吉姆·柯林斯,菲利普·科特勒,吉姆·库泽斯,朱迪思·罗丁,V.卡斯特利·兰根,弗朗西斯·赫塞尔本

页数：174

译者：刘祥亚

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>

<<组织生存力>>

前言

人们常说，简单的问题往往是最难回答的。

为什么会这样呢？

按照正常的逻辑，简单的问题不应该是最容易回答的吗？

并非如此。

简单的问题也会非常深刻，要想回答这些问题，我们可能也需要做出诚实而严格（有时甚至是非常痛苦）的自我评估。

可另一方面，如果不去考虑彼得·德鲁克最初谈到的这5个简单而深刻的问题，我们显然无法更好地服务我们所在的组织、顾客和我们自己——无论它是企业，非营利组织，还是公共部门。

正如彼得·德鲁克在《组织生存力》[直译名《非营利组织必须思考的5个问题》（The Five Most Important Question You Will Ever Ask About Your Organization）]第一版中指出的那样，“关于自我评估工具，最重要的是它所提出的问题。

答案的确重要；你需要答案，是因为你需要采取行动。

没有答案我们不知道该做什么，但更重要的是要学会提出这些问题。

”15年前，彼得·德鲁克基金会启动了一项计划。

当时这家机构的名字是彼得·德鲁克非营利组织管理基金会，其使命是帮助社会公共部门实现卓越，培养负责任的公民团体。

刚开始启动这项计划时，我们从顾客那里听到的最直接，也是最紧迫的问题就是，“你说我们应当实现卓越，可问题是，我们怎样才知道自己是否实现卓越了呢？

”于是，我们就把回答这个问题当做本基金会的第一个项目，与顾客/合作伙伴一起，开发一套针对组织的自我评估工具。

在这个过程中，我们得到了各方的大力支持，很多工作都是由那些充满热情的志愿者、工作人员、各种组织机构来完成的，他们做了很多协调工作，参与了工具的开发、测试，以及第一版《组织生存力》的出版和发行。

<<组织生存力>>

内容概要

管理学之父彼得·德鲁克在15年前就高瞻远瞩地提出企业和管理者必须正视的5个最重要的问题：

Q1：我们的使命是什么？

Q2：我们的顾客是谁？

Q3：我们的顾客重视什么？

Q4：我们追求的成果是什么？

Q5：我们的计划是什么？

彼得·德鲁克的5个最重要问题看似简单又普通，但这类问题却最难回答得正确，因为它们直指事情的核心，迫使你去认真面对看似懂却又屡犯屡错的本质问题。

这些问题是企业制订战略的依据，是事业兴亡的关键，能引领你深入探索组织及个人的存在意义和价值，给你方法去提升质量、品格、意志、价值观和勇气，帮助你牢记做事的原因和目的。

本书适合整个组织共同学习，探讨及做毫无保留的X光透视，最终制订改革的方案、行动和达成结果。

整个组织致力于自我评估，就等同致力于领导力的全面发展。

本书是一套战略工具，它适合企业，也适合非营利组织和政府部门学习和使用。

<<组织生存力>>

作者简介

彼得·德鲁克 被尊为“大师中的大师”。

德鲁克的30余部著作奠定了现代管理学开创者的地位，被誉为“现代管理学之父”和“当代管理界不朽的思想家”；

吉姆·柯林斯 企管大师，曾获斯坦福大学商学院杰出教学奖，先后任职于麦肯锡公司和惠普公司。

超级畅销书《基业

<<组织生存力>>

书籍目录

名家推荐权威推荐前言 关于彼得·德鲁克为什么要进行自我评估？

(彼得·德鲁克) Q1：我们的使命是什么？

(彼得·德鲁克/吉姆·柯林斯) 在进行自我评估的过程中，一定要把最核心的问题——“我们的使命是什么？”始终放在第一位。

对于领导者来说，一个最基本的任务就是确保组织中的每一个人人都知道本组织的使命，能够理解并认真贯彻它，而且永远不要为了金钱而放弃自己的使命。

Q2：我们的顾客是谁？

(彼得·德鲁克/菲利普·科特勒) 公司唯一的利润来源就是顾客，所以我们要努力弄清楚我们的目标顾客是谁，这个定义会影响我们的所有决定，比如说产品外观的设计、产品功能的设计、分销渠道的选择、宣传信息的编制、宣传媒体的选择，甚至包括我们的定价策略。

Q3：我们的顾客重视什么？

(彼得·德鲁克/吉姆·库泽斯) 这个世界上绝对没有不理性的顾客，顾客都会毫无例外地结合自己的实际情况来做出最为理性的决定。

管理者甚至都不应该去猜测“顾客到底重视什么”这个问题，他们应该设法主动地去向顾客了解这个问题的答案。

Q4：我们想要怎样的结果？

(彼得·德鲁克/朱迪思·罗丁) 为了更好地实现自己的使命，每一家组织都需要决定该对什么加以评量和裁定，以便将资源集中在成果的追求上。

任何组织的成就都可以用定量和定性两种标准来衡量，你有必要去了解这两种标准。

Q5：我们的计划是什么？

(彼得·德鲁克/V. 卡斯特利·兰根) 自我评估的最后结果，就是形成一份能够概括组织目标和未来方向的简明计划。

这份计划应该包括组织的使命、愿景、行动目标、计划、行动步骤、预算，还有一些具体的评估指标。

转型领导力 (弗朗西斯·赫塞尔贝恩) 自我评估流程 (彼得·德鲁克) 可进一步探讨问题 (彼得·德鲁克) 名词定义关于其他作者关于德鲁克基金会致谢

<<组织生存力>>

章节摘录

工作不重要，而是因为这些工作根本不需要由他们来完成。

我告诉他们：“有人会做这些事，而且比你们做得还要好。

可能就在几年之前，你还需要亲自动手来帮助建立一家农产品市场，因为当时你们这个社区的越南移民们需要有地方来出售农产品。

可如今情况不同了，你已经不需要再去操心这些事情。

事实上，你该想办法放弃这项工作。

”如果不去认真征求“顾客”（请暂时不要跟我争论这个词）的意见，你就根本不可能知道自己的组织应该提供怎样的结果。

在商界，顾客也就是你必须满足其需要的人或机构。

如果不能满足他们的需要，你就根本不会取得任何成果，这样你很快就会破产。

而对于一家非营利组织来说，你的顾客可能是你的学生、病人、会员、志愿者、捐赠者等，你必须认真思考这些人所关心的问题，并努力去满足他们的要求和期待。

问题在于，你并不清楚顾客到底有哪些需要。

你很容易做出一些错误的猜测。

作为一名合格的领导者，你甚至都不应该去猜测顾客的需要；你必须学会用一种系统化的方式去征求顾客的意见，以此来知道他们到底需要什么。

在进行自我评估的过程中，你将跟你的董事会成员、员工以及顾客进行一场四方对话，在展开讨论或做出决定时，也必须考虑到他们各自的立场。

计划并非一次事件在进行自我评估的过程中，你会逐渐制定出一套计划。

计划经常被误解为“作出一些未来的决定”，但事实上，决定只存在于眼前。

你必须制定出一些具体的目标，将它们逐渐累积起来，最终确定一个未来的愿景，可如今大多数组织所面对的一个迫在眉睫的问题并不是“明天要做什么”，而是“如果要得到自己想要的结果，我们今天应该做些什么？”

”计划不是一次事件，而是一个持续不断的过程，在这个过程中，我们需要不断加强那些行之有效的做法，放弃那些被证明是错误的做法，我们要不断的搜集可能多的信息，做出一些冒险的决定，我们需要确立一些目标，通过一种系统化的方式来评估组织的执行进程，并随着情况的变化不断进行调整

。

<<组织生存力>>

媒体关注与评论

愿《组织生存力》能为你的组织和你个人提供帮助，也愿别人的生命因你卓有成效的工作而改变！

——杜绍基（Henry To）彼得·德鲁克管理学院院长德鲁克基金做了一件了不起的工作。

优秀的领导者能提供答案，但伟大的领导者会问正确的问题——《组织生存力》就能教会你怎么做到这一点。

——吉姆·柯林斯《从优秀到卓越》、《基业长青》作者真是一笔令人吃惊的财富，《组织生存力》可以帮助那些最成功的组织变得更加成功。

——马歇尔·古德史密斯 最佳企业管理类图书《魔鬼管理学》作者在所有的管理学书籍中，德鲁克的著作对我影响最深。

——比尔·盖茨

<<组织生存力>>

编辑推荐

《组织生存力》：与组织存亡攸关的5个问题。
让优秀的管理者更优秀，让成功的组织更成功的5大力量。

<<组织生存力>>

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>