

<<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>