

<<班组精细化管理>>

图书基本信息

书名：<<班组精细化管理>>

13位ISBN编号：9787501190225

10位ISBN编号：7501190224

出版时间：2009-12

出版时间：新华出版社

作者：刘寿红

页数：228

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>

<<班组精细化管理>>

前言

著名经济学家吴敬琏先生在考察了浙江宁波的民营企业之后曾说：民营企业应该走“精细化”发展的路子。

中国房地产界的领头羊万科集团的董事长王石先生说：万科的下一个十年要致力于“精细化”。

精细化不是什么新东西，作为一种追求精益求精的努力，自古以来那些做事认真的人就已经在做了。

但作为现代工业化时代的一个管理概念，最早是由日本的企业在20世纪50年代提出的。

1950年，有一位名叫丰田英二的日本工程师，赴美国对底特律福特公司的罗杰工厂研究了3个月。

丰田英二学习福特的汽车生产和管理方法，并且努力在此基础上改进提高。

他以避免浪费为着眼点，设法在生产过程中消灭任何无用的动作、避免无用的努力、消除无用的材料，努力建立这样一种企业：消灭不能给产品或服务的最终用户带来好处的所有活动；同时，要持续不断地寻找并贯彻改进的方法。

日本企业以精益相号召，切实改进了产品质量，推动了日本经济增长，使日本很快超过德国，成为世界第二经济大国。

这使得“装在汽车轮子上”的美国的汽车制造商也不得不放下架子，前往日本丰田等汽车生产商那里去取经。

之后，精益企业和精益生产方法，随着日本经济的崛起而走向全世界。

我国加入世界贸易组织以后，国内企业不得不与世界跨国大公司同台竞技。

而目前，中国管理学界的基本情况是：经济学家不少，管理学家不多；管理哲学弥厚，管理学则浅（哲学层面的管理气氛浓厚，科学层面的管理则言而难践）。

管理学是科学，也是艺术。

作为科学，我们多取法于西洋；作为艺术，往往又言而不言。

“悟”是不便于传授和复制的，全面普及更难。

<<班组精细化管理>>

内容概要

班组是企业最基本的生产单位，也是企业管理的最终落脚点，班组管理的好坏直接关系到企业的执行力和竞争力，关系到企业生产任务的完成和各项经济指标的实现。

只有抓好班组的精细化管理，才能使班组在企业中发挥出最大化的效能，确保企业制度及目标的有效执行和落实。

<<班组精细化管理>>

作者简介

刘寿红，河南信阳人，西南交通大学工商管理硕士。

北京博士德管理顾问有限公司管理顾问、培训师。

拥有十多年大型企业的工作经历，从基层做起，一步一个脚印，积累了丰富的经验，同时也总结出了一些独创的管理理念。

以踏踏实实的心态先后为十多家企业做过实实在在的咨询和培训工作。

<<班组精细化管理>>

书籍目录

第一章 班组问题的克星——班组精细化管理 第一节 管理粗放、问题多多——班组工作中普遍存在的七大问题 第二节 理念是思想，技术是手段——班组精细化管理是理念，更是技术 第三节 卤水点豆腐——班组精细化管理是班组问题的克星第二章 班组精细化管理的前提、关键——提纲挈领、以点带面 第一节 班组管理应先“理”后“管”——班组精细化管理的两个前提 第二节 抓好几个点，带动一大片——班组精细化管理的三个关键第三章 班组精细化管理的三大原则——原则彰显高度 第一节 读得懂就能学得会——可操作原则 第二节 做任何事情都要有“度”——底线原则 第三节 消灭班组管理中的一切死角——交点原则第四章 班组精细化管理五大方法——方法决定出路 第一节 专业的人做专业的事——专业化 第二节 泡茶也要讲步骤——规范化 第三节 麦当劳的吸管直径5毫米——标准化 第四节 除了上帝只相信数据——数据化 第五节 不能头疼医头，脚疼医脚——系统化第五章 班组岗位管理精细化——干好分内工作是根本 第一节 荷花池的谜题——实现岗位工作目标需要坚持 第二节 培训的教材、评价的依据——班组岗位说明书要既简单又实用 第三节 拿过来就能用的岗位工作手册——精心制定班组岗位工作程序 第四节 不光找到不足，还要落实解决的措施——班组岗位考核 第五节 坚持每天擦桌子六遍——班组员工岗位技能训练第六章 班组精细化管理保障——保驾护航，才能劈波斩浪 第一节 火车跑得快全靠车头带——班组长的自我训练 第二节 市场是最好的“试金石”——班组管理应坚持与市场对接 第三节 擦冲头时必须停机——规则是责任、义务，也是权力 第四节 没有执行力就没有战斗力——像解放军那样去执行主要参考书目后记

<<班组精细化管理>>

章节摘录

第一节 管理粗放、问题多多——班组工作中普遍存在的七大问题 经过多年的市场洗礼，目前，各个企业的员工大多能够主动自发地开展工作。

但由于班组员工长期工作在生产、加工第一线，受生产粗放、管理粗放思想的影响，被自身所处位置、思维视角所限，在班组管理中还存在很多问题，这些问题严重制约了企业的发展。

经过几年来对多家企业的调研，我发现这些问题突出表现在以下几个方面： 1. 重生产轻市场。班组只以完成生产量为目的，员工多干多得，对市场需求不关心。

“班组员工要有市场意识”，在有些企业仅仅还是一句口号。

服务型班组由于距离市场较近，班组员工的市场意识要强一些，生产、加工型班组被厚厚的车间墙壁所阻，市场意识明显要弱许多。

在很多方面存在欠缺，比如： 外部市场方面： 我们的顾客是谁？

他们有什么喜好？

对产品的要求怎样？

我们的产品要做哪些改进才能更好地满足顾客的需求？

对这些很重要的细节，班组员工不是很清楚，至多只有一个模糊的概念。

内部市场方面： 计算产出多，计算投入少； 从细节上考虑成本问题不足； 管理粗放、生产粗放现象还比较严重。

班组关心的是怎样把产品生产出来，而不考虑怎样低成本的把产品生产出来。

<<班组精细化管理>>

编辑推荐

班组管理问题的克星 浪费最小、成本最低、效率最高班组的实现途径称职、专业班组长的必备书

<<班组精细化管理>>

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>