

<<300位私营公司创业者的失败教训>>

图书基本信息

书名：<<300位私营公司创业者的失败教训>>

13位ISBN编号：9787502173630

10位ISBN编号：7502173633

出版时间：2009-11

出版时间：石油工业出版社

作者：周伟光

页数：462

字数：620000

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>

<<300位私营公司创业者的失败教训>>

内容概要

为了能把那些创业者从全球经济危机所产生的巨大“余震”中唤醒，为了能使那些创业者在迷茫等待中使自己经营的脚步继续，为了能使那些创业者摆脱危机的禁锢，经营弊端的束缚，从而带领自己的企业走出误区、远离消亡，走向成功，本书列举了近400位大家耳熟能详、身影遍布各行各业，从有名到无名，从成功到失败的私营公司创业者的“英雄故事”。

他们都有着对企业经营的执著与热情，却因为决策失误、资金短缺、用人不当、盲目扩张、故步自封、价值迷失、信誉失衡等诸多错误导致企业陷入危机甚至倒闭。

<<300位私营公司创业者的失败教训>>

书籍目录

第一章 遗弃市场还是被市场遗弃 001.马尔科姆·布里克林——与汽车解不开的爱恨情仇 002.梅尔·卡马金——消沉在大势中 003.埃纳斯特·拜塔勒利——日薄西山望秋凉 004.劳伦斯·埃里森——着火就应及时灭 005.阿道夫·达斯勒——攻城容易守城难 006.特瑞普·霍金斯——产品不对路就没利润 007.姜伟——保健传奇的流星陨落 008.诺埃尔·弗加德——不得已而让之 009.唐纳德·威尔士·道格拉斯——质量与资金链的断裂 010.亨利·福特——马失前蹄又再起 011.能村龙太郎——情愿的“猎人” 012.肯·伍尔夫——犯了所有人都犯的错误 013.瑞格·科贝特——不倾听等于不作为 014.席蒙·马克斯——把自己埋藏起来还是推向舞台 015.迈克尔·戴尔——高处不胜寒 016.杰里·桑德斯——宿命中的抗击 017.胡果·曼——细分自己的“地盘” 018.哥尔德·科克·克里斯蒂安森——产品也要与时俱进 019.阿诺恩·米尔坎——没有客户关系就没有生存基础 020.卡尔·帕兰德——了解自己的赚钱工具 021.阿里科·唐戈特——赚取利润切莫贪 022.克瑞斯·帕拉瓦纳——舍得一碗米换得十亩田 023.萨米·欧菲——“化整为零”引发的危机 024.苏旭明——闭门造车只能关门大吉 025.尼维·本·海姆——知己知彼，不知市场 026.沃尔夫冈·赫兹——不知名没前景 027.凯里·伯特比——促销收获微乎其微 028.英格瓦·坎普拉德——“突围”其实很简单 029.苏尼尔·米塔尔——冰火两重天 030.詹姆斯·古德奈特——总被对手抢饭碗 031.蔡宏图——差点被人挤出市场 032.洛克·罗伊——自欺欺人的狡辩 033.张树新——中国互联网“先烈”的自白 034.密斯尔·沃特——被时代抛弃等于被市场抛弃 035.巴利·谢曼——模仿别人不如让别人模仿自己 036.米顿·胜家——一成不变导致的必然结局 037.弗里茨·飞利浦——时间不等人 038.斯皮尔特——成功也是失败的根源 039.阿米瑞克·阿莫瑞姆——保持清醒的头脑 040.海因茨·霍尔斯特·戴希曼——你了解“上帝”的含义吗 041.泰德·温特——暂时的胜利不代表永远的成功 042.金·吉列——蓦然回首已凋零 043.沃尔特·斯科特——基业长青需要持续改进 044.詹姆斯·海迪——“便宜没好货”的冤者 045.怀汉新——谨慎防范企业由盛转衰 046.卡尔·海因茨·基普——创新创造高利润 047.王永庆——抓关键才能有成功 048.杜岛邦夫——没有技术含量的失败 049.史蒂夫·沃西默——产品如废品，顾客不买账 050.约翰·克莱恩——劣质产品闯大祸 051.阿曼西奥·奥尔特加——要知道什么至上第二单元 多元扩张导致的“消化不良” 第三单元 资金链编织的致命绞索 第四单元 盲目投资导致功败垂成 第五单元 决策失误引发的“疾患丛生” 第六单元 用人不当与合作失和导致的冲突 第七单元 管理细节弊病积累后的火山爆发 第八单元 资本运作中的憧憬与梦魇 第九单元 价值迷失导致身陷末路

<<300位私营公司创业者的失败教训>>

章节摘录

009.唐纳德·威尔士·道格拉斯——质量与资金链的断裂【英雄留名】唐纳德·威尔士·道格拉斯【光辉岁月】唐纳德·威尔士·道格拉斯1914年毕业于美国麻省理工机械工程专业。

后曾在格伦·L·马丁公司任总工程师。

1920年，道格拉斯离开格伦·L·马丁公司成立了戴维斯-道格拉斯公司，一年后道格拉斯收购了公司全部股份并把公司改名为道格拉斯飞行器公司。

1924年人类历史上第一次环球飞行由道格拉斯飞行器公司的飞机完成。

该公司最著名的飞机为DC-3型运输机，这种飞机也被认为是飞行史上最重要的运输机。

道格拉斯为美国特别是美国海军制造了大量的飞机。

道格拉斯公司刚刚建立的时候为美国海军制造鱼雷轰炸机，但很快就在这种飞机的基础上制造了很多变种，例如观察机和商用运输机。

公司建立五年后，道格拉斯公司的年产量达到了100架飞机。

道格拉斯公司的早期雇员包括爱德华·海曼、詹姆斯·金得博格和约翰·诺斯洛普。

20世纪20年代末，道格拉斯公司不但成功地保持了军方的市场而且开始制造水陆两用飞机。

其后，道格拉斯公司搬到了加利福尼亚州的圣塔摩尼卡，其在圣塔摩尼卡的设施当时已经大到送邮件的小姐滑旱冰送信的地步。

1934年，道格拉斯制造了商用双引擎运输机DC-2。

1936年，道格拉斯推出了著名的DC-3。

在第二次世界大战期间，道格拉斯公司制造的飞机包括客机、轻型和中性轰炸机、战斗机、运输机、观察机和各种试验飞行器。

道格拉斯还通过许可制造波音设计的B-17和B-47。

道格拉斯在弹射座椅，空对空导弹，空对地导弹和炸弹方面保持着先进地位。

【败走麦城】1967年，由于过分扩展DC-9、DC-8和A-4的生产。

道格拉斯公司的产品质量和资金链发生了问题，最终迫使道格拉斯公司同麦克唐纳飞行器公司合并成为麦道公司。

【如梦初醒】质量是企业的生命，私营公司创业者似乎对这一点都很清楚，但是，在利益的驱使下，在规模效应的作用下，创业者更容易疏忽产品质量的作用力。

而往往质量的一丝改变都会影响整个市场的运作。

不仅容易造成产品的积压，资金链的断裂也是在这种情况下产生的必然结果。

现在，不少私营公司受到三个方面的压力：发达国家高质量产品的竞争压力、国内同类产品的低水平的竞争压力、发展中国家的低成本竞争压力。

在这三重压力之下，如果没有质量作为后盾与之抗衡，唯一可做的就是压价。

但压价总有一个限度，接近这个限度或者突破这个限度，公司的生存就要面临危机了，因此，要想在市场经济中站住脚跟，还是应以质量求生存，这是上策之中的上策。

否则，再低的价格也会被市场无情地淘汰。

【大家点化】降低市场上现有商品的质量与提高价格的效果是一样的，只是负面影响还要更大一些。

——亨利·福特质量是企业的生命。

只有优质、高效的企业，才能在任何竞争与挑战中永远立于不败之地。

——本田宗一郎010.亨利·福特——马失前蹄又再起【英雄留名】亨利·福特【光辉岁月】1863年7月30日，时值美国南北战争中期，亨利·福特出生在密歇根州一个自耕农家庭。

福特生性喜爱摆弄各种机器设备，甚至在他还是个小孩子的时候，就能把一只表拆开再装好。

1903年，福特制成了世界上第一辆汽车，从此他的大名响彻整个世界。

同年，福特创办了福特汽车公司。

在他的领导下，福特汽车公司迅猛发展，奠定了自身在汽车产业的霸主地位，这种地位一直延续到今日，而他也成为人们历史记忆中一个重要印记。

1947年4月7日，这位通过自己在工业上的成就大大改变了美国和世界各国人们生活的人，溘然长逝，

<<300位私营公司创业者的失败教训>>

享年83岁。

【败走麦城】虽然亨利·福特后来取得了辉煌的成就，但他在福特公司发展的过程中也有马失前蹄的时候。

第一次世界大战结束后，美国社会发生了变化。

这一时期美国经历了很长一段时期的经济繁荣，居民的消费倾向从有用的就行。

发展到对所用商品的内在品质要求越来越高。

这是消费倾向的一种细微变化，因此福特公司没能敏锐地感受到这一点。

这时，美国另外一家主要的汽车生产商——通用汽车公司逐渐发展起来，它增加了产品系列，增加了产品的品种，以适应不同的市场，使不同阶层的人士都能挑选自己喜欢的汽车。

对于通用汽车的竞争，老福特一直采取不置可否的态度，他仍然坚持自己的那一套，认为顾客买车考虑的首要问题是自己的钱袋。

而不是其他。

为了降低汽车的成本，福特甚至考虑到了能不能少上一个螺丝钉！

然而，公众并没有领福特的情，他的低价位政策并没有吸引多少顾客。

与此相反，通用公司则继续采用已有的政策，它每两三年就改变自己汽车的样式。

在福特看来这完全是歪门邪道，不是工业家所为，并且他偏执地表示说：“我们希望造出某种能永远用下去的机器，我们希望买了我们一件产品的人永远不需要再买另一件。

我们绝不会作出使先前样式废弃不用的任何改进。

”福特这样做的后果是公司销售业绩的不断下降。

1927年公司所有的24个工厂关闭6个月，以重新安排生产。

但是关闭并不意味着福特在生产上的任何创新。

1936年美国的三大汽车公司中，福特的销售量从第一落到了第三。

【如梦初醒】福特的失败在于他忽视了人们消费心理的变化，在20世纪20年代的美国，汽车已经从中产阶级的奢侈品转而成为大众可以消费得起的商品。

人们对汽车的需求已经从当初的仅仅是代步工具转向自己个性的延伸，甚至有人提出说：“汽车是人的第二个家。

”福特固执地按照统一的模式生产汽车，此举不符合社会发展带来的消费观念的变化，当然会被顾客拒绝。

福特公司在汽车市场上的落败事实表明：一个公司必须具有与时俱进的精神，跟上时代的步伐才能永立于胜者之地。

因而私营公司必须要跟上时代和社会的发展，这样才能在越来越激烈的市场竞争中有所为。

对于一个私营公司来说，跟上时代的发展重点要考虑以下几个方面：（1）社会发展趋势的变化。

社会环境方面的变化可打破人们的传统习惯、追求及其生活方式，影响人们对穿着款式、业余爱好，以及对产品与服务的需求。

（2）消费者心理的变化。

例如，上述20世纪初美国人对于汽车消费的心理变化等。

（3）生产营销活动必须考虑顾客的个性化需要。

许多私营公司在生产销售的时候却不能理解这一点，他们只按照自己的想法去制造产品，结果陷入了商品滞销的境况。

<<300位私营公司创业者的失败教训>>

编辑推荐

《300位私营公司创业者的失败教训》有全球300家公司创业者的失败教训和职业忠告。世界上每100家破产倒闭的公司中，有85%都是因为公司经营者的决策不慎造成的。很多私企的创业者取得一点小成绩就忘乎所以，凭经验和感觉盲目求快求大，最终使公司受到重大经济损失。

“事实上，即使是有丰功伟绩的人，也不敢说自己不曾失败过。正因为有过多次的失败，才能够得到多次的经验；经过多次失败教训后，才能够成熟起来。如果不肯承认失败，就永远不会进步。

”——松下幸之助私营公司（企业）经理人的盛世危言。
聪明的创业者绝不会坐等失败的降临，毕竟势单力薄的私营公司输不起，哪怕就是那么一次。最明智的选择就是在别人的失败经历中获取经验、挖掘成功。
用那“英雄的故事”作为一面镜子告诉自己、提醒自己、警示自己：失败离我越来越近了。只有这样，你才能知道该怎么做，怎样避免出现同样的结果，怎样避免失败从而走向成功。

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>