

《智能型企业》

图书基本信息

书名：《智能型企业》

13位ISBN编号：9787532732067

10位ISBN编号：7532732061

出版时间：2004-1

出版社：上海译文出版社

作者：吉姆·博特金

页数：278

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《智能型企业》

前言

充满理念的经济 我们生活在充满理念的经济之中。 如果我们观察那些经常见诸报纸标题的一些公司，或大众瞩目的一些组织机构，或使人浮想联翩的人物或团队，我们可能发现商务世界的创新，与过去不可同日而语。老的记分方法——测算有形资产和诸如土地、工厂、设备和办公楼等生产要素，将由新的计量体系所取代：具有最佳理念的团队，最优秀的人员，最默契的工作方法，最大的工作热情，与顾客最密切的联系，最成熟的商务模式，最完美的实施。这便是获得成功的组合。理念、人才、团队、群体、激情、价值观和知识，这些软性资产在今天尤为重要。 这是博特金和本书所倡导的世界。这是一个崭新的工作世界，振奋人心，要求严格，具有创造力。在这里工作的人们思路清新，意志坚定。 更为重要的是，这是一个后企业再造的世界。对于许多人和公司来说，商务过程的重构是让人烦恼的记忆：“我们何苦要进行这些变革？”如今只能让这么做的机构和人员追悔莫及重温企业家所熟知的裁减员工、外发加工和其他刀耕火种的策略，人们不由得怀疑起这些信念的初衷。作为严肃的企业家，我们当真相信能够藉此取得辉煌的成就吗？我们确实以为减少组织部门能使企业运转得更快一些吗？我们真的指望削减人员，以及随之而去的专业技能，能使企业更具创造、革新和增长能力？ 这些问题便是本书和吉姆·博特金工作的背景。在我为本书中所涉及到的充满理念经济中的一些重要观念稍作评论之前，我想首先介绍一下吉姆。这也是企业再造的一个遗留问题。当你着手评价一个人的观念时，评价这个人的品格是很重要的。

《智能型企业》

内容概要

世界已进入称为知识经济的新经济时代。知识经济是以计算机、通信和网络等技术为基础，以知识企业、知识群体为单元的经济。知识企业就是智能型企业。本书是西方第一本论述智能型企业的著作，全面介绍了智能型企业的产生和发展过程、主要特性和职能，并且对以施乐、摩托罗拉等高科技公司为代表的智能型企业做了深刻的剖析。作者认为，建设智能型企业的关键是培养知识群体，开展知识商务，而造就知识群体的关键是沟通信息、共享知识，把知识变成智慧，实现创新。因为只有当知识为大家共享时，它才具有最大的生产力。作者主张把企业变成学习型组织，以知识群体和知识商务改造传统企业的营销策略和生产流程。

《智能型企业》

作者简介

吉姆·博特金博士是哈佛大学教授、国际公司学习协会的创始人和主席，当今世界上一位领先的知识咨询专家、知名学者、受人尊敬的演说家和作家。他著有曾获奖并翻译成多国文字的《学无止境》，以及关于企业的其他六本书，现居住在马萨诸塞州砍布里奇。

《智能型企业》

书籍目录

序 充满理念的经济引言 大自然的智慧1 . 知识共享才是力量2 . 知识时代的新机遇3 . 企业中的知识商务4 . 建设企业知识群体5 . 完善企业知识管理6 . 学会领导知识革命7 . 质疑文化导致信任8 . 领导构筑群体未来9 . 企业病的诊断治疗10 . 智能型企业的成长后记知识经济学附录 公司的贡献：老牌企业如何实践智能商务一、文件传递知识 施乐公司 二、平凡人做非凡事 马里奥特国际公司 三、人、机制、培训和发展 萨顿公司 四、新经济时代经理的核心工作 学习研究所（1RL） 五、从垄断到现代化 瑞典邮政局 六、在知识经济时代创造知识资本 彼珀萨工商集团 七、做企业革新者 北美SMG咨询公司 八、认识科学知识群体 洛斯·阿拉莫斯国家实验室

章节摘录

其他知识产品的例子有可口可乐公司在日本使用的80万台自动饮料售货机。每台售货机装有计算机芯片，能够感知饮料是否装满杯子，饮料温度的高低，白天还是晚上，以及做好销售的记录。装备了这种信息和软件程序，这些售货机可以进行实时定价。如果外面气温较高，或在高峰购买时段存货不足时，价格会稍微上扬一些。如果在滞销时段，存货充裕时，而且周围温度较低，该售货机便会自动做广告提供优惠价格。这是一种智能的知识产品，可以预算未来有多少种产品和服务要定价，定多少价——这种实时定价方法，类似股票和债券的定价方法，而不同于汽车和水泥的定价方法。禅宗有句老话：“当学生准备好的时候，大师就出现了。”在许多公司中，首席知识执行官（CKO）已经出现。但并非所有雇员都已准备好自己获取知识的途径。有些人早已作好准备，他们是新型的知识工人——创新模型中的“早期接受者”——他们可以帮助进行变革。另一些人是传统员工——是“怀疑者”——他们抵制变革。因此首席知识执行官的第一件任务就是要把尽可能多的怀疑者变为学习者。虽然这看上去有点像禅宗公案，首席知识执行官最终的目标就是使所有员工都能管理好他们自己的知识，从而使首席知识执行官这个职位最终消失。假如你能改变怀疑者，那你就使整个组织变得不仅关心知识，而且更“关心”知识的获取。上述的“准备好”意味着你要关心自己的知识，关心建立联系和你想要联系的人。这需要鼓励，需要争取主动。导师可以教你，可以激励你，但要想真正地管理知识资源，单靠像一个首席知识执行官的努力是远远不够的。知识是一种视角

我们总是无意识地认为知识是一成不变的。当谈论科学知识、医学知识或软件知识时，我们认为它们是有形的；所有的图书馆、数据库和网址似乎也都证实了这一点。我们承认知识在成倍增长，承认新知识代替旧知识。我们花费数百万的资金用于建造电子知识管理系统。然而，我们对知识的描述的语言背后隐含这样一个假设：知识是实实在在的、可以触摸的、可以衡量的、是具体真实的。如果你还坚持这种无意识的假设的话，那你就无可救药了。为了更好地理解知识经济，我们最好把知识定义为“一个群体所共享的一种视角，它允许群体采取一些有效行动”。这个定义初步提供了产生创造性知识的一些要点。它引出了各种各样的问题，比如：“我们如何创造新的视角？”或：“如何才能使一个群体更快地分享新的视角？”以及：“什么样的视角会妨碍行为的有效性？”等等。要想在知识经济时代赢得成功的话，这些问题比你在知识管理软件上的投资要重要得多。最后归结为一点——信任。生长多年的树木顷刻便能砍倒。信任的产生虽然不需那么长时间，却也会在瞬间完全破坏。从狭义上讲，信任就是预期的互惠。广义上来讲，它是我们对对方的正直、能力或性格的依赖。它的反义词有怀疑、疑问与法律合同。埃斯特·戴森说，一个群体最基本价值就是成员之间的信任。在涉及有形资源像土地、劳动力或资本方面，信任一再被破坏时产生了大量的法律条例；如今，当公众信任或个人的市场权力被滥用时，反托拉斯的法律也变得越来越引人注目。但是，虽然律师们在知识产权方面有所努力，用法律约束对诸如知识或学习这样的无形资产的破坏还仅仅处于起步阶段。……

《智能型企业》

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:www.tushu111.com