

30秒自我啓發

- 一 企劃・計劃篇
- 二 創意・創造篇
- 三 效率提高篇

小林末男 著
柯三元 譯



現代企業經營管理實務選書 36

30 秒自我啓發

每冊實價新台幣 200 元

著 者 小林末男

譯 者 柯三元

發行人 紀經紹

發行所 現代企業經營管理公司

台北市永康街十七巷二十號

現代大樓

電話總機 3215646

郵政劃撥帳戶第 00058691 號

總經銷 台灣英文雜誌社

地 址 台北市延平南路 189 號 5 樓

電 話 361-2151 · 314-3513

版權所有 翻印必究

行政院新聞局出版事業登記證 局版台業字第 0638 號

中華民國 74 年 11 月初版

30秒自我啓發

- 一 企劃・計劃篇
- 二 創意・創造篇
- 三 效率提高篇

小林末男 著
柯三元 譯



現代企業經營管理公司

序

機器需要換新、設備需要換新，同樣地、人的頭腦也需不斷接受新知，不斷自我啓發。「30秒自我啓發」一書，所設計的三個大單元，目的即引導您有效運用智慧，提高生產力以求得更大的突破，進而創造良好業績。

首篇「計劃、企劃」篇，揭示了經營計劃是站在企業整體立場，一方面檢討比較長期經營結構，另一方面是訂定綜合計劃的重點。次篇「創意、創造」篇，提出以既知的事實為材料，運用腦力激盪、SKS等法，激發出新的事實，創造有效的想像。第三篇「效率提高」篇，著重在運用前二篇給予的動機，再分析有關移轉、補足、分担、連結等事物性原理及人之社會需求，有效計算投入率，期望能與產出成正比。

本書所介紹之觀念，均為順應時代潮流，為日後必然趨勢，深切盼望本書之出版，能帶給各界人士實質之收益而對大家的進步發展有所貢獻。

現代企業經營管理公司

董事長 兼總經理

紀經紹 謹識

中華民國 74 年 10 月

目 次

第一篇 企劃・計劃

1	經營計劃	17
2	長期經營計劃之必要性	19
3	長期經營計劃之內容	20
4	經營計劃與新產品	22
5	新產品之重要性檢討事項	24
6	新產品之分類	26
7	依產品目的之新產品分類	27
8	新產品之檢討事項(Ⅰ)	28
9	新產品之檢討事項(Ⅱ)	30
10	新產品之檢討事項(Ⅲ)	31
11	新產品之問題事項	33
12	新產品開發之計劃活動	35
13	新產品使用之檢討表	36
14	新產品引進時容易失敗之事項	37
15	產品計劃(Ⅰ)	39
16	產品計劃(Ⅱ)	41
17	產品計劃之基本	42

18	產品計劃之因素	43
19	產品生命週期之檢討・評價	45
20	產品生命週期之延長策略	46
21	產品生命週期與市場分隔計劃	47
22	市場分隔之檢討事項	48
23	市場分隔之長處	49
24	市場分隔之步驟	50
25	產品生命週期與產品差別化計劃	52
26	市場分隔與產品差別化計劃	54
27	產品研究開發之一般背景	55
28	產品開發時之留意點	57
29	產品廢棄之檢討事項 (I)	58
30	產品廢棄之檢討事項 (II)	60
31	產品廢棄之檢討事項 (III)	61
32	為延長產品生命週期之產品計劃	63
33	產品廢棄之評價基準	64
34	產品之市場開拓方法 (I)	67
35	產品之市場開拓方法 (II)	69
36	產品開發之階段與流程	71
37	目標體系化之必要性	72

38	產品計劃之步驟	73
39	產品之生命週期與各階段之特質	75
40	產品計劃之發想泉源	76
41	產品計劃活動	78
42	構想階段之檢討事項	79
43	評價階段之檢討事項	81
44	研究階段之檢討事項	83
45	計劃階段之檢討事項	84
46	決定階段之檢討事項	86
47	實施階段之檢討事項	88
48	控制階段之檢討事項	91

第二篇 創意・創造

1	創造之意義	95
2	正確瞭解創造力之必要	97
3	創造力之障礙(Ⅰ)	99
4	創造力之障礙(Ⅱ)	101
5	經營管理上問題解決之基本	103
6	問題分析與決策	105
7	解決問題之障礙	106
8	解決問題之各種方法	108
9	問題之發現	109
10	創意之性狀	111
11	創意之發現	112
12	整理問題	114
13	分類問題	116
14	推理性問題與創造性問題	117
15	分析問題	118
16	聯想之動作	120
17	引出創意之各種方法	122

18	特性例列舉法	124
19	腦力激盪法(I)	125
20	腦力激盪法(II)	126
21	腦力激盪法之領導人與書記(I)	127
22	腦力激盪法之領導人與書記(II)	128
23	腦力激盪法之領導人與書記(III)	129
24	KJ 法	131
25	SKS 法之用意	132
26	SKS 法之進行方法(I)	134
27	SKS 法之進行方法(II)	135
28	SKS 法之進行方法(III)	136
29	SKS 法之圖例	137
30	創意之泉源	138
31	創意泉源之檢討事項表(I)	139
32	創意泉源之檢討事項表(II)	140
33	創意泉源之檢討事項表(III)	141
34	創意評價之注意事項(I)	142
35	創意評價之注意事項(II)	144
36	引發創意之檢討項目(I)	146
37	引發創意之檢討項目(II)	148

38	取得創意之檢討事項表	150
39	創意評價表	151
40	問題發現之檢討項目(I)	152
41	問題發現之檢討項目(II)	155
42	問題發現與決定解決方向之檢討事項	158
43	有關創意之檢討事項在利用上應留意處	160
44	創意之路徑圖	161
45	創意表 Idea Sheet	162
46	創意評價之檢討事項(I)	163
47	創意評價之檢討事項(II)	165

第三篇 提高效率

1	效率之意義	169
2	效率之本質	170
3	最小原理與最大原理	171
4	效率之原理	172
5	移轉之原理	174
6	補足之原理	175
7	分担之原理	176
8	連結之原理	177
9	集約之原理	179
10	發奮・給予動機之原理	180
11	提高效率之動機條件(Ⅰ)	182
12	提高效率之動機條件(Ⅱ)	184
13	效率動機之基本(Ⅰ)	186
14	效率動機之基本(Ⅱ)	188
15	效率與人的欲求	189
16	效率與人的社會性要求	191
17	對欲求不滿之反應模式	194

18	效率提高與集團結合之類型	195
19	效率提高與集團之性狀	197
20	效率提高與集團之類型及特性	198
21	經營管理與效率	200
22	由效率觀點對經營基本之檢討	201
23	由效率觀點對經營組織之檢討	203
24	由效率觀點對經營方針之檢討	205
25	由效率觀點對經營計劃之檢討	207
26	爲效率提高給予動機之原則	209
27	目標管理與效率	211
28	傳統管理之特色	212
29	目標管理之特色	215
30	目標管理構成之概要(Ⅰ)	218
31	目標管理構成之概要(Ⅱ)	219
32	目標管理之流程	220
33	目標管理；理念之檢討事項	221
34	目標管理；目標設定之檢討事項	223
35	目標管理；實施過程之檢討事項	225
36	目標管理；評價與反省之檢討事項	227
37	目標體系化之必要性	229

38	由效率的觀點對進貨之檢討	230
39	由效率的觀點對產品庫存管理之檢討	232
40	由效率的觀點對銷售管理之檢討	234
41	有效率的業務改善之基本	235
42	作業效率化之檢討事項	237
43	有效率的作業環境之檢討	239
44	有效率的事務機器化之檢討；單性能機器	241
45	有效率的事務機器化之檢討；多功能機器	242
46	有效率的事務機器化基本之檢討；組織機(Ⅰ)	243
47	有效率的事務機器化基本之檢討；組織機(Ⅱ)	244
48	有效率的行動基本	245

第一篇

企劃・計劃