

企业为什么会失败

Failure

莱恩 编著

走麦城

失败的老板，连累了企业，也连累了许多无辜的人。

企业为什么会失败

Failure

地震出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业为什么会失败 / 莱恩编著. —北京: 地震出版社, 2004. 2

ISBN 7-5028-2350-6

I. 企… II. 莱… III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 099396 号

企业为什么会失败

莱 恩 编著

责任编辑: 月 生

责任校对: 张晓梅

出版发行: 地震出版社

北京民族学院南路 9 号

邮编: 100081

发行部: 68423031 68467993

传真: 88421706

门市部: 68467991

传真: 68467972

总编室: 68462709 68423029

传真: 68467972

E-mail: seis@ht.rol.cn.net

经销: 全国各地新华书店

印刷: 北京市顺义康华福利印刷厂

版(印)次: 2004 年 2 月第一版 2004 年 2 月第一次印刷

开本: 880 × 1230 1/32

字数: 218 千字

印张: 9

印数: 00001 ~ 12000

书号: ISBN 7-5028-2350-6/Z · 243 (2948)

定价: 22.80 元

版权所有 翻印必究

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

企业为什么会失败

莱 恩 编著

地 震 出 版 社

原 书 缺 页

原
书
缺
页



第一篇 失败企业的思想状态

- 失败企业的谬论 / 12
- 失败企业的兴衰 / 18
- 失败企业有失败的企业家 / 21
- 失败企业的领导意识 / 24
- 失败企业信誉扫地 / 27
- 失败企业的“一地鸡毛” / 30
- 失败企业目标模糊 / 33
- 失败企业缺乏事业心 / 35
- 失败企业缺乏责任心 / 39
- 失败企业盲目投资 / 42

失败企业怕失败	/	44
失败企业怕举债	/	47
失败企业的恐惧心理	/	50
失败企业的浮躁心态	/	55
失败企业的侥幸心理	/	58
失败企业的浪漫主义	/	61
失败企业难于适应变化	/	64
失败企业轻言放弃	/	67

第二篇 失败企业的经营理念

失败企业无爱心	/	72
失败企业很少关注公益事业	/	75
失败企业只追求回报	/	78
失败企业惟钱是图	/	81
失败企业财务观念不健全	/	85
失败企业时间观念淡薄	/	88
失败企业任人惟亲	/	91
失败企业眼中的富翁	/	94
失败企业不实干	/	98
失败企业迷信老经验	/	100
失败企业坐以待毙	/	103
失败企业好大喜功	/	105
失败企业随心所欲	/	108
失败企业“吹牛不上税”	/	111
失败企业不建设硬环境	/	115
失败企业迷信学历	/	118
失败企业不善于借外力	/	121

失败企业没有聚焦点	/ 125
-----------	-------

第三篇 失败企业的管理水平

失败企业的失误	/ 128
失败企业毛病多	/ 130
失败企业的领导怕决策	/ 132
失败企业的领导缺乏修养	/ 136
失败企业习惯家族管理	/ 138
失败企业独断专行	/ 141
失败企业的昏庸	/ 144
失败企业固执己见	/ 147
失败企业的自大	/ 149
失败企业优柔寡断	/ 151
失败企业缺乏号召力的远景规划	/ 154
失败企业不珍视人力资源	/ 156
失败企业的工作效率低下	/ 160
失败企业工作作风疲塌	/ 163
失败企业不通业务	/ 165
失败企业不知补漏	/ 168
失败企业得过且过	/ 170
失败企业忽略潜在问题	/ 173
失败企业的人缘关系差	/ 177
失败企业家不和	/ 180

第四篇 失败企业的业务操作

失败企业对风险认识不够	/ 184
失败企业盲目竞争	/ 187

失败企业市场嗅觉失灵	/ 190
失败企业市场反应笨拙	/ 192
失败企业的战略失误	/ 195
失败企业盲目扩大规模	/ 199
失败企业闭目塞听	/ 202
失败企业的“败血症”	/ 206
失败企业人力资源浪费	/ 209
失败企业组织机构不合理	/ 211
失败企业的广告太烂	/ 213
失败企业的文件太烦	/ 215
失败企业的网络虚假	/ 217
失败企业的电话效率低	/ 220
失败企业的合同诈骗	/ 223
失败企业的盲目签约	/ 228
失败企业的合同款漏洞	/ 231
失败企业不知道“店铺革命”	/ 234

第五篇 失败企业的出路

失败企业的明天	/ 238
失败企业要医治“近视眼”	/ 241
失败企业要及时改革	/ 245
失败企业要及时决策	/ 248
失败企业要及时“补漏”	/ 253
失败企业要寻找优势	/ 257
失败企业要避免逞能	/ 260
失败企业需要“不竞争”的竞争	/ 263
失败企业要认准竞争对手	/ 266

失败企业要“大智若愚”	/	268
失败企业不做“傻兔”	/	272
失败企业要大胆领导	/	274
失败企业要敢冒风险	/	277
失败企业要为员工创造机会	/	280
失败企业要强化财务管理	/	283

第一篇

失败企业的思想状态

○ 失败企业的谬论 ○ 失败企业的兴衰 ○ 失败企业有失败的企业家 ○ 失败企业的领导意识 ○ 失败企业信誉扫地 ○ 失败企业的“一地鸡毛” ○ 失败企业目标模糊 ○ 失败企业缺乏事业心 ○ 失败企业缺乏责任心 ○ 失败企业盲目投资 ○ 失败企业怕失败 ○ 失败企业怕举债 ○ 失败企业的恐惧心理 ○ 失败企业的浮躁心态 ○ 失败企业的侥幸心理 ○ 失败企业的浪漫主义 ○ 失败企业难于适应变化 ○ 失败企业轻言放弃



失败企业的谬论

失败企业的老总总是对天方夜谭的神话津津乐道，他忽略目前的现实，妄想跳跃式的成功，这种思维是惟心的。

失败企业在做决策时，老爱吹嘘一些神话，认不清现实，头脑不清醒，常被神话所误导。这些神话与现实是：

谬论一：失败的企业总是以“宏大”这样的字眼来吹嘘自己的企业，说什么创立宏大的公司一定需要有宏大的设想。



其实几乎没有一家成功的公司是开始就制定一个宏大的设想，而后才起家的。现实中，许多成功的公司起初并没有任何明确的设想，有些公司甚至是从失败的废墟中站起来，步步为营成为有大发展的企业。特别是在创建之初，成功的公司通常都不如其对手公司。就像寓言中的龟兔赛跑一样，目光远大的公司一开始跑得并不快，而最后却能取得赛跑的胜利。

可见，用“宏大的设想”创立公司并不是什么好主意。

谬论二：失败企业总是爱搞个人崇拜，认为目光远大的公司一定需要伟大的、能力超凡的、深谋远虑的经营者。

许多历史上出现的成功的公司的总裁并不符合那种引人注目、才能超凡的经营者的模式——有些总裁甚至尽力让自己摆脱那种模式。就像美利坚合众国的缔造者在“制宪会议”上所做的一样。成功的公司经营者把较多的精力集中于创造一个长盛不衰的公司，而不是想方设法地使自己成为一个“伟大的”经营者。他们不满足于只是告诉人们现在是什么时间，而是致力于制造一种使任何人都能知道现在是什么时间的时钟。

可见，目光远大的公司根本不需要貌似伟大、能力超凡的经营者。相反如果企业任用这种经营者，却可能有碍于公司的长期发展。

谬论三：失败的企业凭空认为，成功的公司之所以成功，是因为这些企业的首要目标就是最大限度地赢取利润。

失败企业的这种认识，只是停留在成功公司的表面现象，没有看到成功企业的内在内容。成功企业一般都有一种核心价值观和核心目标为指导，引导企业更大程度上创造利润。

所以，成功公司的利润要比那些单纯以赢利为目的的公司高，这是经营者的高度技巧，纵观目光远大公司的创业史，“最大限度地扩大股东的财富”或是“最大限度地赢取利润”并不

是它们最重要的动力或首要目标。

谬论四：失败企业在成功面前无能为力，望洋兴叹，因此他们总觉得成功的企业有一套共同的“正确的”核心价值观，对此他却无法企及。

两家成功的公司可能有完全不同的核心价值观，他们的价值观甚至没必要是“开明的”或“人道主义的”，尽管他们通常是这样的。而且成功的公司从来不问：“我们应该珍视什么？”而是时刻记住：“我们实际上最珍视什么？”

因此，失败的企业吹嘘有共同的“正确的”核心价值观是错误的。

谬论五：失败的企业似乎努力使自己趋于“永远不败”的境地，因此作茧自缚地认为一个企业的核心价值观只有变化才能永恒。

几乎像维护宗教信仰一样，成功的企业维持自己的核心价值观，很少去改变它。成功企业的核心价值观有一种深厚的基础，不随时代趋势和时尚的变化而变化。实际上，一些成功企业的核心价值观已原封不动保持了100多年。成功企业的基本目标——存在的目的——甚至可以延续几个世纪，成为其他企业的指路明灯，犹如遥远的天际那颗永不坠落的星星。

因此，核心价值观的变化只能引起企业发展的动荡，并不能产生推动企业进步的动力。

谬论六：失败企业由于害怕承担风险，因此就给自己找一些冠冕堂皇的借口，说获利最多的公司不一定要承担任何风险。

像登山和登月一样，一个决策尽管可能充满艰难险阻，可能令人胆寒，可能危险重重。但是冒险有冒险的乐趣，冲破重重险阻之后的那份激动、那种兴奋，令人向往，催人奋进。成功的企业总是不失时机地利用这种决策来促进进步，并在历史的紧



要关头把其他公司远远地甩在自己后面。不敢大胆地采取行动，去挑战冒险的目标，只能使企业归于失败。

谬论七：失败企业的注意力不是放在企业内在的生存实力上，而是放在企业的表面环境上，以为成功的企业是理想的工作场所。

只有对那些非常“符合”成功企业的核心价值观和标准的人来说，这里才是理想的工作场所。如果你在一家目光远大的公司工作，那么你就必须符合这家公司的标准，并做出成绩，否则，你就会像病毒一样被公司清除。只有失败的企业，才为任何水准的人提供工作机会，让他们有一个自己认为的“理想”工作场所。

谬论八：失败企业怨天尤人，不在操作过程中完善自己的战