

時報出版 next 集結管理大師五年思考精粹之作

杜拉克 談未來管理

最具影響力的管理大師
彼得·杜拉克
預言未來社會的管理

服務業與知識工作者將成為勞動主力
中國失業人口成為經濟夢魘
走動式管理 & 中型企業嶄露頭角
企業聯盟的危險關係
國際及跨國政治問題掛帥

作者◎彼得·杜拉克 Peter F. Drucker

本書附有**杜拉克2003年精采中文版序**

譯者◎王嘉源、王柏鴻、羅耀宗

Managing for the Future

Managing for the Future

The 1990s and Beyond

by Peter F. Drucker

杜拉克談未來管理

彼得·杜拉克 著

王嘉源、王柏鴻、羅耀宗 譯

MANAGING FOR THE FUTURE

A Next Book/August 2003

Copyright © PETER F. DRUCKER 1992

*This edition arranged with PETER F. DRUCKER
through Big Apple Tuttle-Mori Agency, Inc.
a division of Cathay Cultural Technology Hyperlinks*

Complex Chinese edition copyright:

2003 CHINA TIMES PUBLISHING COMPANY

All Rights Reserved

*No part of this book may be reproduced or transmitted
in any form or by any means, electronic or mechanical,
including photocopying, recording, or by any information
storage and retrieval system, without permission in
writing from the publisher.*

For information address : China Times Publishing Company

ISBN 957-13-3931-8 Chinese Language Edition

Next Books are published by China Times Publishing Company, an affiliate of China Times Daily. China Times Publishing Company, 5th Fl., 240, Heping West Road Sec.3, Taipei, Taiwan.

PRINTED IN TAIWAN

國家圖書館出版品預行編目資料

杜拉克談未來管理 / 彼得. 杜拉克著 ; 王嘉源、
王柏鴻、羅耀宗譯. -- 二版. -- 臺北市 :
時報文化, 2003 [民92]
面 : 公分. -- (Next : 113)
譯自 : Managing for the future: the
1990s and beyond
ISBN 957-13-3931-8 (平裝)

1. 企業管理 2. 組織 (管理)

494

92010950

杜拉克談未來管理

作者——彼得·杜拉克

譯者——王嘉源、王柏鴻、羅耀宗

主編——周翠如

編輯——林芳潤

董事長——孫思照

發行人——孫思照

總經理——莫昭平

總編輯——林馨琴

出版者——時報文化出版企業股份有限公司

108 台北市和平西路三段二四〇號三樓

發行專線——(〇二)二三〇六—六八四二

讀者服務專線——〇八〇〇—三三一七〇五·(〇二)三三〇四—七一〇三

讀者服務傳真——(〇二)三三〇四—六八五八

郵撥——〇—三三八五四〇時報出版公司

信箱——台北郵政七九〇九九信箱

時報悅讀網——<http://www.readingtimes.com.tw>

電子郵件信箱——big@readingtimes.com.tw

活動企劃——黎家齊

美術編輯——林麗華

印刷——科樂印刷有限公司

二版一刷——二〇〇三年八月十日

二版五刷——二〇〇三年八月二十八日

定價——新台幣二八〇元



◎行政院新聞局局版北市業字第八〇號
版權所有 翻印必究
(缺頁或破損的書，請寄回更換)

ISBN 957-13-3931-8
Printed in Taiwan

關於 next

這個系列，希望提醒兩點：

1. 當我們埋首一角，汲汲於清理過去的包袱之際，
不要忽略世界正在如何變形，如何遠離我們而去。
2. 當我們自行其是，卻慌亂於前所未見的難題和變動
之際，不要忘記別人已經發展出的規則與答案。

我們希望這個系列有助於面對未來。
我們也希望這個系列有助於整理過去。

「只要把今天成功的事情多做一點就行。」有些時候，這樣的假設並非不切實際。以美國經濟為例，這種假設對一九五〇年代和一九六〇年代的小型企業助益很大。這段期間也是日本崛起之際，成為第一次世界大戰後美國首次遭遇的堅強競爭對手之前。

但是到了二十一世紀初，這種方法顯然再也站不住腳。置身於全球經濟中，不管什麼地方，唯一合理的假設是未來的市場、人口結構、科技、金融、競爭對手，都將和以前不同。

這可以解釋為什麼平衡現有資源和未來期望的第二種方法，近幾年來廣為流傳。這種方法一般稱之為「策略」(strategy)，認為將來和目前不一樣。但是它堅信企業有能力去創造未來，或者至少應該有能力做到。這種方法堅決認為，一家企業將來在市場、產品、服務、科技等方面扮演什麼樣的角色，是由高階主管決定的。企業接著針對它的市場、產品、服務、科技，擬定「策略」，以創造企業高階主管心目中的未來。

「策略」法的一大優點，是它強迫管理階層徹底思考本身的各種假設，並以批判性眼光提出質疑。這些假設包括對本身的事業、它的優勢、能力、價值觀、弱點、競爭對手、市場、創新、科技等，持有特殊的看法。

對於規模比較小、高度專業化、市場已知且閉塞的企業（如外科手術剪刀製造商）來說，「策略」可能是效果最好的方法。不過，中大型企業置身於快速變動的大市場，「策略」法儘管目前普遍採用，至於能不能有效平衡目前和未來的期望，還有待觀察。

還有第三種方法，我稱之為「遠眺窗外」，意思是去尋找已經發生、但還沒產生全面

衝擊的變動。人口結構上的變化，是其中一個例子，尤其是因為所有已開發國家的出生率都急速下降。這方面的變化發生於一九七〇年代，而於一九八〇年明顯呈現出來。但是它們的全面衝擊，要到二〇一〇年起，「嬰兒潮世代」到達退休年齡以後才感受得到。嬰兒潮世代是指已開發國家一九五〇年到一九七〇年間大量出生的人口。

依我之見，今天採用這種方法的成效最好，尤其是在世界上變動最為快速的地方，也就是台灣、香港、新加坡、馬來西亞和印尼等地的華人社會。

本書內容都是討論已經發生，但還沒未產生全面衝擊的變動。這些文字本來當然都是寫給西方企業的高階主管看的，尤其是針對美國的企業高階主管，不過它們並未侷限於任何特定的國家或地區。所有章节背後依據的一個基本事實是：今天，每一家企業，縱使只在地方性的小型市場中經營，依然和全球性經濟體脫離不了關係，因此閱讀每一章時，都應該這麼問自己：這對於立足台灣、新加坡、香港、中國沿岸、印尼的我，以及我經營的企業，具有什麼樣的含意？

加州克萊爾蒙特(Clarenmont, California)

彼得·杜拉克 於二〇〇三年夏天





CONTENTS

【第一篇】

經濟體的合縱連橫

中文版序 對未來的承諾	0
推薦序 管理：變換的舞台、不變的主角 許士軍	1
推薦序 唯有創新才能生存 林能白	1
推薦序 對於管理的遠見 湯明哲	2
原序 管理的「戲」必須唱下去	2
第一章 未來早已降臨	3
第二章 財富的泉源	4
第三章 跨國企業勢在必行	5
第四章 從世界貿易到世界投資	6
第五章 美國出口熱潮的教訓	6
第六章 管理力的競爭	7
第七章 明日歐洲：求生的策略	8

【第二篇】人VS.遠景

第八章	美日貿易取決於美歐往來原則	084
第九章	日本致富之道	088
第十章	錯估日本及日本人	094
第十一章	助拉丁美洲也助自己	102
第十二章	工業園區：墨西哥的武器	108

第十三章 新挑戰

第十四章 日本企業的新策略

第十五章 領導力：苦幹勝於虛有其表

第十六章 人、工作及都市「出走」

第十七章 藍領工人的沒落

第十八章 拋棄工作規則與職務說明

第十九章 訓練共黨官僚成為經理人

第二十章 中國的夢魘：億萬人失業

【第三篇】管理未來

第二十一章 舊經理、新處境

164	163	158	152	146	140	134	130	126	116	115	108	102	094	088	084
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----



CONTENTS

【第四篇】組織力的考驗

第二十二章	管理老闆	170
第二十三章	美國汽車工業的病根	174
第二十四章	日本企業的新策略	180
第二十五章	走動式管理：走出公司	186
第二十六章	企業文化：改變行為，而非拋棄根基	190
第二十七章	裁撤員工不等於削減成本	194
第二十八章	非營利組織的管理心得	198
第二十九章	非營利組織的治理：成功經驗談	210
第三十章	非營利組織的寧靜革命	218
第三十一章	公司的治理	224
第三十二章	行銷經驗舊瓶新用	238
第三十三章	競爭力靈活的中型企業當道	242

結

語

：

一

九

九

年

代

及

未

來

第三十四章	企業績效的五大指針	2
第三十五章	研發由技術帶動轉向企業帶動	4
第三十六章	拆散組織	6
第三十七章	有效研究的十項規則	5
第三十八章	企業聯盟的危險關係	6
第三十九章	誰在當家	7
第四十章	新興的製造理論	6

Managing for the Future

The 1990s and Beyond

by Peter F. Drucker

MANAGING FOR THE FUTURE

A Next Book/August 2003

Copyright © PETER F. DRUCKER 1992

This edition arranged with PETER F. DRUCKER

through Big Apple Tuttle-Mori Agency, Inc.

a division of Cathay Cultural Technology Hyperlinks

Complex Chinese edition copyright:

2003 CHINA TIMES PUBLISHING COMPANY

All Rights Reserved

*No part of this book may be reproduced or transmitted
in any form or by any means, electronic or mechanical,
including photocopying, recording, or by any information
storage and retrieval system, without permission in
writing from the publisher.*

For information address : China Times Publishing Company

ISBN 957-13-3931-8 Chinese Language Edition

Next Books are published by China Times Publishing Company, an affiliate of China Times Daily. China Times Publishing Company, 5th Fl., 240, Heping West Road Sec.3, Taipei, Taiwan.

PRINTED IN TAIWAN

杜拉克談未來管理

彼得·杜拉克 著

王嘉源、王柏鴻、羅耀宗 譯

