**自助者天助**

松下幸之助是當今世界上最成功的企業家之一：以三名員工、資金不足100日元創業，發展到現在擁有員工幾十萬、產品一萬多種、工廠分佈在一百三十多個國家和地區的電器王國，松下集團最終成為當今世界三大電器企業之一，松下幸之助也長期在日本富豪榜中雄踞首位。

面對如此神話般的業績和博大精深的發展歷程，松下幸之助的傳奇故事跨越了國家、跨越了民族、跨越了文化，日積月累，久而久之，罩在松下幸之助頭上的光環越來越明亮，被譽為"經營之神"，像神一樣高高在上。其實，我們讓松下幸之助走下神壇，他同普通人沒有區別，他致富成功完全是靠自己，靠自己的不懈追求，靠自己的努力奮鬥。松下幸之助致富成功的經驗在今天也能夠給我們頗多啟示。

**第一，善於提煉、總結自己的經營理念。**所謂經營理念就是指一個企業的宗旨和使命，對於一個企業來說，只有正確地規定了企業的宗旨和使命，才可能樹立明確而現實的企業目標。松下電器公司的宗旨和使命是什麼呢?這就是松下幸之助提出的"自來水哲學"。松下幸之助強調： "生產者的使命，在於提升人類的生活品質，因此，有責任讓社會上的各種產品，像自來水一般廉價而豐盛"， "將品質優良的製品，用消費者容易購買的價格提供出來。"這種以消費者為導向的經營哲學，構成了松下幸之助經營思想的主旋律。

**第二，重視企業的推銷和創新。**松下幸之助素來享有"販賣的松下"之稱，目前松下電器公司擁有全國最大的銷售網，全日本約有家用電器推銷店5萬家，而其中約3萬家是松下電器公司的代銷店。在經營活動中，松下電器公司形成了自己獨特的銷售渠道、制度和手段。松下電器公司還擁有世界一流水平的科研和技術實力，因此也享有"技術的松下"之譽。這是松下電器公司在世界家電行業激烈競爭中處於領先地位的源泉，也是松下幸之助致富成功的源泉。

**第三，嚴格抓產品質量。**第二次世界大戰結束後，為了改變世界人民心中對"東洋貨"--質量低劣的代名詞的不佳形象，集中全力抓產品質量。他告誡下屬： "商品受歡迎是因為供應了人們生活所需的東西，滿足人們的要求。我們要講求產品的品質，而不要過分地推銷我們的貨品。"他通過技術培訓等各種方法提高員工素質，促進產品質量的提高。在松下公司的工廠里，工人們分成了許多質量管理小組，每組為30人左右。這些小組每年都要聚會討論企業經營方針，討論生產、銷售和公司的盈利。各個工作的流水線每星期都要暫停15分鐘，車間管理人員利用暫停時間向全體工人傳達經質量管理小組討論過的經營方針和各小組的任務。這樣的管理方法，不僅使松下公司的產品質量迅速提高，更重要的是管理者和工人們都提高了集體經營的認識。

**第四，特別重視人的作用。**松下幸之助的口號： "企業即人。"他多次宣稱： "我的成功，絕不是因為我當年製造了電燈插座，而是因為我製造了人才。"松下幸之助的用人方針是：按人所長分配工作，以便才盡其用。在實踐中培養和鍛煉人才，不斷對員工進行業務教育，這是松下電器公司的傳統。松下幸之助在退出公司管理層之後，還致力於做兩件事：一是從哲理上給現任管理人員以啟示；二是培養和造就新一代的企業家和政治家。1980年，他出資在東京附近辦了一所"松下政府和管理學校"，專門培養治理國家和管理企業的人才。

**第五，重視人的作用，尤其要增強內聚力。**松下幸之助認為，企業內部的凝聚力，直接關係到企業的生存、發展和對外競爭的能力。為此，他一方面恩威並施，千方百計使員工確立"松下的優越感"；另一方面又不斷給員工出難題，使員工受到各種磨煉。這樣才能使員工心往一處想，勁往一處使。他有一句格言： "在我們公司里，人人是總裁。"人人是總裁，也就是人人參加管理。凡涉及公司的重大問題，他總是儘量向各方面征求意見，反覆研究，然後由自己做出決定。第五，樹立充滿活力的企業精神--"松下精神"。松下電器公司取得如此輝煌的成就，是與松下幸之助樹立的"松下精神"分不開的。松下幸之助認為，要想激發員工的活力，只有物質刺激是不夠的，必須在精神上也有所追求。要讓員工明白生存的真諦所在，否則員工不會全力以赴工作的。何為生存的真諦?就是要讓員工有使命感，使員工們知道，公司為什麼存在，總經理在想什麼。如果員工連這些都不知道，怎麼會傾力工作呢?為此，他提出要加強對員工的精神管理和價值觀建設。公司給員工們規定的信條是： "進步和發展通過公司每個人的共同努力和協作合作才能實現。"在此基礎上，公司向全體"松下人"提出必須遵守的"產業報國，光明正大，友善一致，奮鬥向上，禮節謙讓，順應同化，感激報恩"等七方面構成的"松下精神"。

松下幸之助要讓"松下精神"成為每個公司員工的精神支柱。他認為，只有這樣，無論是公司還是個人，才能目標遠大、作風正派、團結一致、開拓前進。為了用這種精神統一員工的價值觀，松下公司採取了一系列的措施，主要包括：(1)在13常管理活動中重視"松下精神"的教育。每天上班，松下公司遍佈各地的 8．7萬多員工都在背誦公司信條，並放聲高歌《松下之歌》。(2)建立"提案獎金制度"。公司不僅積極鼓勵員工提建議，而且還由員工選舉成立了一個推動此項活動的專門委員會，在廣大的員工中廣為宣傳、號召、動員。(3)專門開闢一間"出氣室"。通過這些措施，久而久之，松下公司便形成了上下一心、和諧相容的"家庭氣氛"。公司有了強勁的內聚力和向心力，成為員工之"家"。在解釋"松下精神"時，松下幸之助有一句名言： "如果你犯了一個誠實的錯誤，公司會寬恕你的，把它作為一筆學費i而如果你背離了公司的價值規範，就會受到嚴厲的批評。甚至解雇。"

**第六，始終保持危機感。**松下幸之助認為：世界上"一切東西都無法永遠地持續長存。雖然在時間上有長有短，但所有的東西都有自己的壽命。企業儘管要複雜一些，但也不會例外。這是無法抗拒的。"正因為如此，他要求員工保持危機感，並且強調企業越大，衰落的危險就越大。他提出兩個口號：一是"饑餓精神"，即不斷地對企業進行"體格檢查"；二是"處處爭第一"。

**第七，順應時代變化。**在他的領導下，松下電器公司由家電王國進入綜合電子王國，並加速向跨國公司發展。面對80年代日本經濟的巨大變化，以微電子為中心的技術革命的挑戰，貿易摩擦引起的國際化行動，以及日元升值的巨大壓力和家電行業面臨成熟化的危機，松下電器公司及時把握了進一步發展的機會，通過實施"A一61"行動，使公司由家電王國成功進入綜合電子王國；與此同時，加速向跨國公司發展。1979年，松下電器公司在17個國家和地區共設立了30家子公司。進入80年代以後，松下電器公司加速向海外擴張，1982年在海外投資餘額達774億日元，在日本的各大公司中居13位；海外子公司的生產額達 15．15億美元，居日本各大企業之首。

**三十條經營秘訣**

松下幸之助集七十餘年經營經驗，總結出三十條經營秘訣，並以簡潔明瞭的語言概括。

第一，生意是為社會大眾貢獻的服務，因此，利潤是它應得的合理報酬。

第二，不可一直盯著顧客，不可糾纏不休。

第三，地點的好壞比商店的大小更重要，商品的優劣又比地點的好壞更重要。

第四，商品排列得井然有序，不見得生意就好，反倒是雜亂的小店常有顧客上門。

第五，把交易對象都看成自己的親人。是否能贏得顧客的支持，決定商品的興衰。

第六，銷售前的奉承，不如事後服務。這是獲得永久顧客的惟一途徑。

第七，要把顧客的責備當成神佛的呵護，不論是責備什麼，都應欣然接受。

第八，不必憂慮資金短缺，該憂慮的是信用不足。

第九，採購要穩定、簡化，這是生意興隆的基礎。

第十，只花一元的顧客，比花一百元的顧客，對生意興隆更具有根本影響力。

第十一，不要強迫推銷。不是賣顧客喜歡的東西而是賣對顧客有用的東西。

第十二，要多周轉資金。一百元的資金周轉十次，就是一千元。

第十三，遇到顧客前來退換貨品時，態度要比出售時更和氣。

第十四，當著顧客的面斥責店員，或夫妻吵架，是趕走顧客的"妙方"。

第十五，出售好商品是件善事。為好商品打廣告更是件善事。

第十六， "如果我不從事這種銷售，社會就不能圓滿運轉。"要有這種堅定的自信和責任感。

第十七，對批發商要親切。有正當的要求，就要不客氣地提出來。

第十八，即使贈品是一張紙，顧客也會高興。如果沒有贈品，就贈送"笑容"。

第十九，既然雇佣店員為自己工作，就應在待遇、福利方面訂立合理的制度。

第二十，要不時創新、美化商品的陳列，這是吸引顧客登門的秘訣之一。

第二十一，浪費一張紙，也會使商品價格上漲。

第二十二，商品賣完缺貨，等於是怠慢顧客，也是商店要不得的疏忽。這時應著重道歉，並說"我們會儘快補寄到府上"，要記住留下顧客的地址。

第二十三，絕不二價。減價反而會引起混亂和不愉快，有損信用。

第二十四，孩子是"福神"。對攜帶小孩的顧客，或被使喚前來購物的小孩，要特別照顧。

第二十五，經常思考今日的損益。要養成沒算出今日損益就不睡覺的習慣。

第二十六，要得到顧客的信用和誇贊： "只要是這家店賣的，就是好的。"

第二十七，推銷員一定要攜帶一兩件商品和廣告說明書。

第二十八，要精神飽滿地工作，使店裡充滿生氣和活力，顧客自然會聚攏過來。

第二十九，每天的新聞廣告至少要看一遍。不知道顧客正熱衷於什麼商品，是商人的恥辱。

第三十，商人沒有所謂的景氣、不景氣。無論情況如何，非賺錢不可。