

【経営理念・行動指針の策定②：ドラッカーの7つの原則の視点で経営理念・行動指針を再構築する】

ドラッカーの7つの原則の視点	経営理念・行動指針に取り入れ、ブラッシュアップする点
<p>【1】 マーケティングの視点 (徹底的な顧客志向・価値向上・他社の柔軟なコラボレーション・製品ではなく、市場・顧客からスタートするメーカー姿勢、外部との知識ネットワークを作る)</p>	
<p>【2】 イノベーションの視点 (これまでの文化を尊重しつつも、陳腐化したものは勇気を持って廃し、新たに挑戦する姿勢、未来から考えてS字カーブを飛び越える)</p>	
<p>【3】 生産性・成果志向の視点 (成果を常に意識する・時間生産性が高い・圧倒的なスピード感・顧客への価値向上・集中している)</p>	
<p>【4】 学習・成長する組織の視点 (組織の勝敗は学んでいるか・いないか?で決まる。自己啓発の促進、専門家・コンサルタント・その分野のプロフェッショナルのアドバイザーとして継続学習により卓越する)</p>	
<p>【5】 リーダーシップの視点 (ビジョナリー (未来志向)・チェンジリーダー・起業家精神・強い価値観)</p>	
<p>【6】 ミッションの視点 (使命感・立命) (リーダー・社員が使命感を持っている・立命している)</p>	
<p>【7】 マネジメントの視点 (人を中心に考えている・働く人が活かされ、成長できるものである、メンバー独自の強みに集中している、人が幸せになる)</p>	