

# Obsah

<b>O autorech</b> .....	8
<b>Poznámka autorů</b> .....	9
<b>Řekli o knize</b> .....	10
<b>Poděkování</b> .....	12
<b>Předmluva k českému vydání</b> .....	15
<b>Úvod</b> .....	17
Trvalý úspěch v globálním a multikulturním světě .....	20
Trvalý úspěch mimo svět podnikání .....	22
Pokračující učení a budoucí práce .....	24
<b>Předmluva</b> .....	25
<b>1 Nejlepší z nejlepších</b> .....	27
1.1 Dvanáct vyvrácených mýtů .....	33
1.2 Výzkumný projekt .....	36
1.3 Nechme mluvit důkazy .....	45
<b>2 Sestrojení hodin, ne ohlašování času</b> .....	47
2.1 Mýtus „skvělého nápadu“ .....	48
2.2 Mýtus skvělého a charismatického lídra .....	56
2.3 Architektonický přístup: Strůjci hodin při práci .....	59
2.4 Zpráva pro generální ředitele, manažery a podnikatele .....	65
<b>Mezikrok: Překonejte „tyranii NEBO“ (přijměte „genialitu A“)</b> .....	69
<b>3 Více než zisky</b> .....	73
3.1 Pragmatický idealismus (žádná „tyranie NEBO“) .....	75
3.2 Základní ideologie: Vyvrácení mýtu o zisku .....	81

3.3	Existuje „správná“ ideologie .....	93
3.4	Pokyny pro generální ředitele, manažery a podnikatele .....	99
<b>4</b>	<b>Zachovejte základní ideologii a stimulujte pokrok</b> .....	<b>107</b>
4.1	Hnací síla pokroku .....	109
4.2	Zachování základní ideologie a stimulování pokroku .....	112
4.3	Koncepční rámec pro generální ředitele, manažery a podnikatele .....	114
<b>5</b>	<b>Nebojte se velkých nebezpečných smělych cílů (VNŠC)</b> .....	<b>119</b>
5.1	VNŠC: Mocný mechanismus stimulování pokroku .....	122
5.2	Cíl, ne lídr (sestrojení hodin, ne ohlašování času) .....	133
5.3	Pokyny pro generální ředitele, manažery a podnikatele .....	139
<b>6</b>	<b>Vytvořte kulturu podobnou kultu</b> .....	<b>143</b>
6.1	„Odstraněn jako virus“ .....	149
6.2	Vzestup IBM .....	151
6.3	Kouzlo Walt Disney .....	155
6.4	Splynutí s Procter & Gamble .....	159
6.5	Zpráva pro generální ředitele, manažery a podnikatele .....	162
<b>7</b>	<b>Vyzkoušejte spoustu věcí a nechte si to, co funguje</b> .....	<b>167</b>
7.1	Společnosti jako vyvíjející se druhy .....	172
7.2	3M: „Mutující stroj z Minnesoty“ a jak převálcovala Norton .....	177
7.3	Ponaučení pro generální ředitele, manažery a podnikatele .....	189
7.4	Držet se štrikování? Držet se základů! .....	192
<b>8</b>	<b>Vychovejte si vlastní manažery</b> .....	<b>195</b>
8.1	Povyšování zevnitř jako prostředek zachování základní ideologie .....	199
8.2	Zpráva pro generální ředitele, manažery a podnikatele .....	209
<b>9</b>	<b>Věřte, že nikdy to není dost dobré</b> .....	<b>211</b>
9.1	Mechanismy nespokojenosti .....	213
9.2	Budujte pro budoucnost (a bude se vám dařit i dnes) .....	216
9.3	Marriott versus Howard Johnson: Úpadek velké americké franšizy .....	222
9.4	Zpráva pro generální ředitele, manažery a podnikatele .....	224
9.5	Příběh o černém pásu .....	225

<b>10</b>	<b>Konec začátku</b> .....	227
10.1	Síla souhry: Ford, Merck a Hewlett-Packard .....	228
10.2	Ponaučení o souhře pro generální ředitele, manažery a podnikatele .....	238
10.3	Toto není konec .....	243
<b>11</b>	<b>Vytváření vize</b> .....	245
11.1	Rámec vize .....	247
11.2	Základní ideologie .....	247
11.3	Vytoužená budoucnost .....	257
11.4	Dát to všechno dohromady .....	261
<b>EPILOG</b>	<b>Často kladené otázky</b> .....	264
<b>PŘÍLOHA 1</b>	<b>Problémy výzkumu</b> .....	271
<b>PŘÍLOHA 2</b>	<b>Začátky vizionářských a srovnávacích společností</b> .....	277
<b>PŘÍLOHA 3</b>	<b>Tabulky</b> .....	299
<b>PŘÍLOHA 4</b>	<b>Poznámky ke kapitolám</b> .....	325