**意義單元-表格分類**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 老闆和員工之間的關係 | 上司立場 | 下屬立場 | 雙方關係 |
| 解決困難的立場 下達指令須清楚較不權威式將組織扁平化 | 遇到困難能回過頭與上司討論盡量完成任務 | 和諧的關係一般朋友，打成一片怡然自得，無芥蒂 互相尊敬，無上下之分互相幫助互相取得信任  |
| 員工特質 | 沒大沒小、隨和  |
| 篩選員工的條件(基礎/進階) | 基礎條件:衛生習慣及思緒清楚度(為食品工廠加分)(例如:身體穿著是否乾淨、有無剪指甲、頭髮是否蓬鬆、走路俐落、講話是否含糊不清)平時要盡量要求員工的行為、建立好習慣，家庭教育是否能有基礎規範。劣幣逐良幣，希望群體往好的方向成長，正能量＞負能量 |
| 瓶頸困難(自我要求/外來競爭) | 自我要求 | 每天都是一種挑戰需每天提升自己的才能手邊品質操之在己 | 必須不斷創造自己的「被利用價值」及「附加價值」 |
| 外來競爭 | 良性競爭比較價格、品質 |
| 面對環境的態度 | 把最原始得樣子融入其中反求諸己，時時檢視自己 |
| 公司部門分配(就如提拉米蘇)(工廠內/外) | 工廠內 | 工廠外 |
| 從三樓到二樓到一樓三樓主要是負責烘焙這一塊(供應烘焙料到二樓做提拉米蘇)二樓主要負責製作提拉米蘇一樓主要負責做裝飾**→**需要分工主要分為:1.烘焙組2.提拉米蘇組3.裝飾組4.打包組單行道方向3→2→1(樓)(減省碳足跡及成本) | 貿易公司負責對國外採購中央工廠負責生產行銷公司負責各個門店的行銷管理沒有任何一毛錢在廣告上盡量做口內相傳九個分店的分門行銷(臺北3、新北市、桃園、臺中、臺南、高雄、花蓮)盡量在都會人口消費者較多，失敗率會比較低。 |
| 職位分配 | 每家店有一個店長自我管理以當地人為主就地取材→更有效的管理統一管理，較上層員工(例如:長)需做專線資訊的傳輸及管理。 |
| 更高階的員工挑選方式:人個特質需開朗、外向、熱情，年紀稍長、經驗值足夠處事能力強。給員工一二十張牌子，挑選五張，五張內若有一張沒有熱情則不錄用。 |
| 面對員工經驗差異的領導方式 | 因材施教聰明才智、頭腦比較清晰、瞻前顧後:賦予他組長的幹部的一個職缺薪水待遇不同負的責任較多較重要、完成工作的效率高較精密精細工作比較鈍、較沒有辦法融會貫通的人:給他一個比較簡單的工作做不要太雜的(例如:操作一些軟體、機器的運作、包裝、切蛋糕等工作)  |
| 如何消化員工的批評 | 每周開會討論(例如:員工對工作流程的不滿、工作內容的分配…等)員工可提出癥結與上司溝通，創造和諧氣氛 |
| 領導哲學(經典語錄) | 唸書有唸書的方法，但是學習做事有學習做事的用心。用心做一萬次就能那個很頂尖的達人，自然就能夠創造自己的一片天。認真用心，行行都會出狀元。簡單的滿足，美味的展現千方算計不如一顆單純的心喜歡的分享給別人，不喜歡的將其摒除掉，將心比心 |