

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787111290711

10位ISBN编号：7111290712

出版时间：2010-1

出版时间：机械工业出版社

作者：（美）希特 等著，薛有志 等译

页数：303

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 前言

在经济全球化与技术变革不断推进的背景下，战略管理的理论、概念与方法也在不断地修正与更新。

由霍斯克森等人合著的《战略管理：赢得竞争优势》一书较好地体现了这一趋势和变化。

本书的合著者都是战略管理方面的著名专家，他们不仅学术造诣精深，而且所撰写的教材也都具有新意和影响力。

在翻译本书之前，我从本书作者此前出版的著作和教材中受益良多。

例如，迈克尔A.希特、R.杜安·爱尔兰和罗伯特E.霍斯克森合著的《战略管理：竞争与全球化》一书基于全球化背景阐述的战略管理过程的新标准，以及杰弗里A.哈里森等所著的《战略管理精要》精炼而全面地整合了战略管理领域中的新概念与新理论等，都给我留下了深刻印象。

他们的合作引起了我的浓厚兴趣，使我们下决心承担起这本书的翻译任务。

尽管本书保留了传统战略管理过程的基本思路，即战略分析、战略选择和制定、战略执行，但它并没有对其进行简单的罗列，而是将战略的制定与实施结合得更为紧密。

在简单介绍了战略管理的基本概念的基础上，本书对战略领导进行了详细论述，分析了战略实施主体的基本责任及在实施战略过程中可能出现的问题，强调了战略实施的重要性，避免了传统战略管理教材中“重制定、轻实施”的问题。

接下来的内容，作者基于战略与竞争优势关系的内在机理，同时阐述了各层面战略的基本内容及其实施方法，使得战略实施方法更具有针对性，从而令读者更加清晰地看到每一种战略的具体实施过程及注意的问题。

本书不仅将传统的产业组织经济学与资源基础理论作为公司战略分析的主要工具，强调了公司内部环境分析的基本内容与方法，而且把利益相关者理论纳入到战略管理的分析框架，突出了利益相关者对于提升竞争优势的重要作用。

本书将公司业绩评价标准的单一财务绩效扩展为利益相关者的综合绩效，使得伦理和战略得到了有效的融合。

此外，在本书每章后面作者均提出了与该章内容相关的伦理思考，这不仅对于防止实务工作者出现伦理问题具有重要的作用，而且为理论学者在战略层面探索伦理问题提供了很好的研究课题。

该书的另一个特点是将全球化和技术变革这一背景贯穿于该书的分析。

例如，关于竞争性对抗、竞争性行为和竞争原动力以及国际化战略的章节中所阐述的基本内容均体现了新环境下公司战略内容所发生的变化。

尽管该书的第二篇和第三篇论述了战略分析、战略类型及其实施的基本方法，但是作者意识到，由于委托代理问题的存在，管理者在制定和实施战略的过程中可能出现扭曲行为。

因此，作者在第四篇中论述了公司治理的基本理论，从内部治理与外部治理两个层面，分析了战略实施的保障机制，并且比较了国际上典型的公司治理模式。

此外，本书在第四篇还论述了关于“战略型创业精神”的基本理论。

尽管这是传统战略管理教材中较少涉及的内容，但它的确是在全球化和技术变革不断呈现的环境中进行战略管理不可缺少的知识。

在当今公司经营环境经常变化、经营周期不断缩短的背景下，战略领导如何快速适应环境、大胆地识别和利用创业机会进行战略变革是公司获得持续竞争优势的关键之一，而战略性创业精神正是实现这一过程的基础。

因此，作者在该部分中论述了战略型创业精神的基本概念及其形成过程。

这部分内容的介绍会使我们清楚地了解动态地进行战略管理的基本思路，从而使得本书对战略管理方法的论述更具系统性。

本书所阐述的内容在突出系统性的同时，还广泛吸取了战略管理领域学术研究的最新成果，融合了多学科的专业知识，使本书具有了一定理论深度和理论前沿性。

此外，作者还利用大量的经典案例帮助读者更加清晰地理解各部分所阐述的理论与知识。

因此，无论是对于希望了解战略管理知识的本科生与MBA的学生，还是对于理论研究者，抑或战

略领域的实务工作者，本书都有重要的参考价值。

由于我们的水平有限，书中一些术语和语句的译法可能存在不准确的地方，在此敬请广大读者批评指正。

本书的翻译是团队工作的结果，参与翻译成员完成的章节如下：张世云负责作者简介、前言以及第1、2章，薛有志负责第3章，李国栋负责第4、5章，刘素负责第6、7、8章，马雯负责第9、10章，周杰负责第11、12、13章及附录。

翻译初稿完成后，周杰、张子峰进行了初步校译，最后由薛有志、张世云负责完成全书的校审和统稿工作。

## <<战略管理>>

### 内容概要

本书首先给出了战略管理和战略领导力的核心概念，在分析企业外部环境（机会、威胁、行业竞争和竞争对手分析）、内部环境（资源、能力和核心竞争力）的基础上，研究如何制定企业的业务层战略，如何应对竞争。

接下来，本书还研究了如何制定公司层战略、并购和重组战略、合作战略。

最后，提出了公司治理问题，并对战略弹性，战略型企业家等问题进行了深入的分析。

本书可作为本科生，MBA学生和EMBA学生的教学用书，还适用于那些为赢得竞争优势而努力的管理者、管理顾问或企业培训者。

## <<战略管理>>

### 作者简介

迈克尔A, 希特(Michael A.Hitt), 是一名杰出的管理学教授, 担任得克萨斯A&M大学的福斯特企业领导学教授。

他在科罗拉多大学获得博士学位。

他独著和与他人合著了多部著作, 最近他出版了4部著作, 分别是: 《缩小范围: 如何掌控多元化企业》(牛津大学出版社)、《战略管理: 竞争与

## &lt;&lt;战略管理&gt;&gt;

## 书籍目录

译者序 作者简介 前言 第一篇 战略思考 第1章 何为战略管理 学习目标 1.1 竞争前景 1.2 战略管理作为一门商业学科的出现 1.3 价值创造的三种观点 1.4 战略思考与战略管理过程 小结 伦理问题 注释 第2章 战略领导 学习目标 2.1 个体战略领导者及其对决策的影响 2.2 高管团队 2.3 关键的战略领导责任和行动 小结 伦理问题 注释 第二篇 战略分析 第3章 考察内部组织：活动、资源和能力 学习目标 3.1 内部分析与价值创造 3.2 资源、能力与核心竞争力 3.3 核心竞争力的构建 3.4 企业绩效 小结 伦理问题 注释 第4章 探索外部环境：竞争与机会 学习目标 4.1 一般环境、产业环境和竞争环境 4.2 外部环境分析 4.3 一般环境的组成部分 4.4 产业环境分析 4.5 直接竞争者分析 小结 伦理问题 注释 第三篇 创造竞争优势 第5章 经营层战略 学习目标 5.1 经济逻辑和经营层战略 5.2 成本领先战略 5.3 差异化战略 5.4 集中化战略 5.5 综合成本领先/差异化战略 小结 伦理问题 注释 第6章 对抗性竞争与动态性竞争 学习目标 6.1 对抗性竞争模型 6.2 竞争者分析 6.3 竞争性活动和竞争性回应的驱动力 6.4 对抗性竞争 6.5 攻击的可能性 6.6 回应的可能性 6.7 动态性竞争 小结 伦理问题 注释 第7章 合作战略 学习目标 7.1 合作战略的重要性 7.2 提高差异化水平或降低成本的合作战略 7.3 应对外部环境压力的合作战略 7.4 促进成长或多元化的合作战略 7.5 合作战略的竞争风险 7.6 合作战略的实施及管理 小结 伦理问题 注释 第8章 公司层战略 学习目标 8.1 多元化程度 8.2 多元化的原因 8.3 多元化和事业部制组织结构 8.4 相关多元化 8.5 非相关多元化 8.6 价值中性多元化：动机和资源 小结 伦理问题 注释 第9章 收购与重组战略 学习目标 9.1 并购战略的盛行 9.2 收购的动因 9.3 阻碍收购获得成功的因素 9.4 有效的收购 9.5 重组 小结 伦理问题 注释 第10章 国际化战略 学习目标 10.1 国际化战略的动机 10.2 公司层国际化战略 10.3 经营层国际化战略 10.4 国际化进入模式的选择 10.5 战略竞争的收益 小结 伦理问题 注释 第四篇 监督与创造创业的机会 第11章 公司治理 学习目标 11.1 所有权与控制权的分离 11.2 股权集中度 11.3 董事会 11.4 高管薪酬 11.5 控制权市场 11.6 国际公司治理 11.7 治理机制、利益相关者管理和伦理行为 小结 伦理问题 注释 第12章 战略性创业 学习目标 12.1 战略性创业和创新 12.2 内部创新的内涵 12.3 内部创新的实施 12.4 通过合作战略进行创新 12.5 通过收购进行创新 12.6 通过战略性创业创造价值 小结 伦理问题 注释 第13章 战略柔性 with 实物期权分析 学习目标 13.1 实物期权分析 13.2 实物期权的价值 13.3 实物期权实施的条件 小结 伦理问题 注释 附录 价值评估方法的详细介绍

## &lt;&lt;战略管理&gt;&gt;

## 章节摘录

1962年，企业历史学家阿尔弗雷德·钱德勒发表了一部在指导早期的企业政策方面极具影响力的学术著作。

钱德勒将战略定义为“企业长期目标的决定，以及为实现这些目标所必须采取的一系列的行动和资源分配。

”。

他的定义暗指企业应该确定目的、达到目的的战略和实施（配置）计划，但未提及战略在将企业与环境联系起来方面发挥的实质性作用。

不久，伊戈尔·安索夫从产品—市场范围、增长向量、竞争优势和协同效应四个方面对战略进行了探讨。

“安索夫的定义涉及的是市场因素，更多的是面向外部环境。

他还指出，企业的目标应该力图平衡不同的内、外部利益相关者（其中包括股东、经理层、员工、供应商和销售商）的冲突性索取权。

他将目标分为经济目标和社会目标两类，其中社会目标约束经济目标。

艾德蒙·伦特、罗纳德·克里斯滕森、肯尼斯·安德鲁斯和威廉·古斯在1965年合作出版了一部关于战略管理过程的经典著作，他们将战略定义为“通过描述企业正在或即将从事的业务，以及企业现在或将来会成为怎样的类型的方式来进行展现的企业目标、目的模式，以及为实现这些所需要的策略和计划”他们提出了战略制定的四个要素：市场机会、企业竞争力和资源、个人价值与抱负、被社会而非股东所认可的义务。

该战略概念揭示了对战略制定（市场机会）的经济解决方法的重要性，以及资源与能力和企业承担的对多个利益相关者的义务的重要性。

正如本章随后将要探讨的，产业组织经济学、资源基础论和利益相关者观点是本书的理论基础。

此外，他们提出的第三个要素——个人价值与抱负——将在第2章战略领导中加以探讨。

其他几个概念对发展现代战略管理的基础性文献同样重要，其中最重要的就是认识到，组织是依赖外部环境而生存的系统，这种依赖来源于组织必须与外部利益相关者进行交易以获取各种资源，如原材料、供应品、机械、销售额及长期资本。

正如麦克米兰写到的，“因此，所有组织都依赖环境提供某些投入；组织然后将其转化为产出，进而获取更多的投入。

”杰弗里·菲弗和葛纳德·萨兰奇克认为，企业对外部环境的依赖也让利益相关者能够对企业加以适当的控制。

与系统观和资源依赖有关的是，承认战略制定包括推理—演绎性过程和政治过程。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>