

<<中国建筑业企业国际竞争力·柔>>

图书基本信息

书名：<<中国建筑业企业国际竞争力·柔性策略与案例分析>>

13位ISBN编号：9787112105595

10位ISBN编号：7112105595

出版时间：2009-1

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：赵振宇，申立银 著

页数：182

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>

## 内容概要

本书论述了国际建筑市场经营环境的特征、分析了国际建筑市场准入及工程承包全球价值链问题，在此基础上构建了涵盖规模与效率、企业管理与运营、项目管理、学习与创新、营销与市场、环境与影响力六大属性的建筑企业国际竞争力全要素评价指标体系。

并分析了中国国际承包商在国际建筑市场中的优势、劣势、机会和威胁。

本书还应用柔性理论和方法，分析了提高企业竞争力的几种主要策略。

重点论述了基于国际工程的柔性策略；并以三个大型工程联营体为案例展开实证分析。

为企业进行分析及制定提高竞争力战略提供了有效的方法。

本书强调理论与实践相结合，以理论为重点，以案例为支持，视角新颖。

可供建筑业企业经营管理和技术人员、咨询机构研究人员、相关政府主管部门和行业团体的管理人员、高校工商管理、企业管理和工程管理等专业师生参考使用。

## 作者简介

赵振宇，华北电力大学工商管理学院工程管理系副教授。

获湖南大学工学学士，北京交通大学工商管理硕士、管理学博士学位。

1992～2000年在中国电工设备总公司水电工程部担任工程师、项目经理，从事国际水电工程承包。

2004年在香港理工大学建筑与房地产学系做访问学者。

中国建筑学会工程管理专委会委员，（香港）中华建设管理研究会副秘书长。

近年在Journal of Construction Engineering and Management (ASCE)、Construction Management and Economics、土木工程学报等国内外学术期刊和国际会议上发表论文60余篇。

主要研究领域：工程项目管理、合同管理、建筑业企业管理等。

## 书籍目录

前言第一章 建筑业企业竞争力 第一节 企业竞争力 一、企业竞争力概述 二、企业竞争力理论  
第二节 工程承包全球价值链 一、工程承包全球价值概述 二、工程承包全球价值链驱动机制 三、工程承包全球价值链微笑曲线 第三节 建筑业企业柔性分析 一、柔性的定义 二、柔性的维度与类型 三、不同类型企业的柔性分析第二章 国际建筑市场经营环境 第一节 国际建筑市场准入  
第二节 国际建筑业管理 一、建筑业管理体制 二、建筑业管理法制 第三节 技术创新与绿色建筑  
一、技术创新 二、绿色建筑第三章 建筑业企业国际竞争力评价 第一节 建筑企业国际竞争力全要素评价指标体系 一、竞争力评价指标研究概况 二、全要素评价指标体系 第二节 评价指标解释  
第三节 评价指标计算和调查问卷设计 一、评价指标的计算 二、评价指标的调查问卷设计第四章 中国国际承包商竞争力分析 第一节 中国国际承包商发展概况 第二节 中国国际承包商SWOT分析  
一、中国国际承包商的优势 二、中国国际承包商的劣势 三、中国国际承包商的机会  
四、中国国际承包商的威胁第五章 建筑业企业柔性的分析方法 第一节 柔性评价指标体系 一、环境动荡性指标体系 二、柔性扫描指标体系 第二节 柔性与环境匹配分析及柔性的开发 一、企业  
柔性与环境匹配分析 二、柔性潜能培养和开发指标体系第六章 国际工程承包项目组织及其柔性  
第一节 直线制和职能制组织 一、直线制(项目式)组织 二、职能制组织 三、直线职能制组织  
四、增加组织柔性的改进形式 第二节 事业部制和矩阵制组织 一、事业部制组织 二、矩阵制组织  
第三节 创新型组织与组织柔性分析 一、适于多项目管理的流程导向型组织 二、基于信息共享的网络制组织 三、项目组织结构特征及柔性潜能第七章 国际工程冲突管理柔性策略 第一节 国际工程  
中的冲突管理及策略 一、国际工程中的冲突和争议 二、国际工程中的冲突管理策略 第二节 国际工程中的争议解决方式及其柔性分析 一、传统的争议解决方式 二、ADR——柔性的解决争议方式  
第八章 国际工程跨文化管理柔性策略 第一节 民族文化的测量维度模型 第二节 国际工程跨文化管理策略 一、跨文化管理模型的建立 二、组建跨文化管理团队 三、柔性的训练与学习方式 四、文化协同及本地化行动第九章 国际工程企业战略聪明柔性策略第十章 Partnering柔性策略第十一章 工程承包联营体柔性策略及柔性分析实例参考文献

章节摘录

第一章 建筑业企业竞争力 第一节 企业竞争力 二、企业竞争力理论 1.基于产业分析和战略定位的企业竞争力理论 企业战略理论为企业竞争力研究提供了重要理论支持,其核心思想是在某一结构化的产业内寻求企业生存和发展的空间,通过资源配置实现市场扩张的目标;其战略重点是从既有的产业市场出发,使企业适应环境。

企业战略理论主要有以下几个学派: (1)战略规划学派 20世纪60年代初期,安东尼(R.N.Anthony)、安德鲁斯(K.R.Andrews)等奠定了战略规划学派基础。

该学派主要利用SWOT分析工具、波士顿矩阵、SPACE矩阵等方法使企业能力与竞争环境进行匹配。战略规划的核心思想是注重资源与未来机遇的匹配,认为战略规划的优劣与环境变化密切相关,匹配不当会对经营产生消极影响。

从某种意义上,战略规划学派强调企业是作为游戏规则的接受者在产业中竞争。

该理论假设环境是可预测的,强调企业战略的实现要确定明确的目标,而现实中企业出于竞争的目的有时会对目标采用模糊的方法,以防竞争对手模仿。

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>