

<<转轨时期中国企业的战略导向选择>>

图书基本信息

书名：<<转轨时期中国企业的战略导向选择>>

13位ISBN编号：9787302222897

10位ISBN编号：7302222894

出版时间：2010-6

出版时间：清华大学出版社

作者：张黎明

页数：268

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

战略管理学在企业管理领域还是一门比较年轻、学术研究积累薄弱的学科，基本范畴、主要概念还缺乏科学规范的界定，科学体系还没有完全建立，实用有效的方法和操作技术手段也都不太成熟。因此，急需管理学界的有志之士，沉下心来深入进行调查研究，梳理已有的理论成果，对战略管理学的基本范畴、主要概念、理论体系、操作方法进行理论结合实际的研究，以推动战略管理学的发展。

可喜的是，张黎明同志摒弃了世俗的奢华和浮躁，以初生牛犊不怕虎的精神，广泛涉猎战略管理学科的浩繁文献海洋，行走于企业工厂实践领域，从理论和实证两个方面探索战略管理学的重要范畴——战略导向及其选择理论，并结合中国改革的实际，深入研究了新兴发展中国家经济转轨时期战略导向的特殊规律，提出了一系列新的结论，丰富了企业战略管理学的理论体系。

从战略管理学的学科理论体系角度看，“战略导向”这个范畴处于十分重要的地位，它是战略管理学理论体系展开的基础性概念，关系着战略使命、战略目标、战略定位、战略组织、战略措施和企业文化的科学界定，是战略管理学理论体系的基本逻辑出发点。

从企业战略管理实践活动的角度看，“战略导向”的确立是企业制定发展战略规划的基点，企业选择什么样的战略导向，决定着企业走什么路和怎么走的问题，是决定企业确立自己的发展使命、发展目标以及采取什么样的经营管理模式和措施实现目标的核心问题。

## <<转轨时期中国企业的战略导向选择>>

### 内容概要

中国改革的独特制度变革创造了与众不同的制度情景，中国企业在这种制度情景下的行为是大家都非常关注的问题。

本书以中国企业的战略导向为研究主题，系统回顾和分析了中国的制度变革，构建了中国企业战略导向选择的理论框架，然后采用问卷调查的方法进行了实证检验，并在此基础上使用案例研究深入地展现了中国企业不同战略导向选择的实际情况。

本书同时从组织反应的角度对中国制度情景下的组织形态进行了分析，提供了新的组织形态解释。

## 作者简介

张黎明，女，山东人，博士，副教授，硕士生导师，四川大学工商管理学院高级管理(EDP)培训中心主任，四川大学危机管理研究所所长，四川大学战略与发展研究中心副主任。

2006—2008年连续三年被评为四川大学青年骨干教师。

主要担任MBA、ME和研究生管理学、战略管理、管理沟通等课程的教学工作以及相关领域的企业培训工作，主讲的战略管理为四川省精品课程。

主要研究方向为企业战略变革和企业品牌管理。

先后发表学术文章20余篇，出版《市场营销学》《战略管理学》等著作4部。

主持或参加“转轨时期四川企业的战略创新”“成都陵川全面风险管理”等国家及省部级课题5项，横向课题10余项。

书籍目录

第1章 转轨时期中国企业的战略挑战 1.1 问题的缘起 1.2 研究内容和框架 1.3 研究方法与思路 1.4 研究难点与创新点第2章 战略导向的相关研究 2.1 战略与战略导向 2.2 战略导向的分类 2.3 战略导向的影响因素 2.4 中国企业的战略导向 2.5 现有研究评述第3章 企业战略导向选择的分析架构 3.1 环境不确定性与战略导向 3.2 战略能力与战略导向 3.3 企业性质和所在区域对战略导向的影响 3.4 战略导向与企业绩效第4章 转轨时期中国企业的战略导向选择——实证研究 4.1 研究设计 4.2 实证结果分析 4.3 总结与思考第5章 中国东西部国有企业战略导向选择研究 5.1 转轨时期的中国东西部国有企业 5.2 样本的描述性统计 5.3 实证结果 5.4 总结与思考第6章 中国东西部民营企业战略导向选择研究 6.1 转轨时期的中国东西部民营企业 6.2 样本的描述性统计 6.3 实证结果 6.4 总结与思考第7章 转轨时期中国企业的战略导向选择——案例研究 7.1 四川小角楼酒业有限责任公司 7.2 中兴通讯公司 7.3 华立控股股份有限公司第8章 中国企业战略导向选择的组织启示 8.1 中国情景的制度特征 8.2 中国企业的组织 8.3 中国企业组织：一种组织创新?附录一 企业战略导向调查问卷 第一部分：外部环境 第二部分：战略能力 第三部分：战略决策过程 第四部分：企业绩效 第五部分：企业概貌附录二 案例研究访谈提纲 第一部分：企业概况 第二部分：环境不确定性 第三部分：企业战略能力 第四部分：企业战略导向选择 第五部分：企业战略措施 第六部分：企业绩效实现参考文献

章节摘录

在本书的第2章主要对相关文献进行回顾。

对战略导向概念的回顾将帮助理解战略导向与战略之间的关系，清晰对战略导向的概念内涵。

通过对相关文献的回顾可以发现对战略导向的研究首先关注的是对战略导向分类的研究，战略导向最初被区分为客户导向和竞争导向，但这种区分具有内在的一致性。

后续的诸多学者对战略导向的多种类型的划分虽然深化了对战略导向的认识，但却没有解决这种区分方法的内在矛盾。

所以对战略导向的研究后来倾向于采用维度测量的办法，通过测量企业在各个战略导向维度上的状况来识别不同的战略导向选择。

战略导向的选择受到很多因素的影响，对外部因素的研究相对较多，而对内部因素的影响则关注不多。

中国企业的战略导向选择具有转轨的背景特征，但相关的研究尚不充分。

作者通过文献回顾奠定了本研究的理论基础，发现了本研究的着眼点。

本书的第3章通过资料分析和理论推导建立了本研究的理论框架，提出了相关的理论假设。

企业战略导向是企业战略的组成部分，所以战略导向也受到企业内外部因素的影响。

企业外部因素的影响可以通过环境不确定性来集中代表。

环境不确定性包含环境的复杂性、敌对性和动态性三个方面。

企业内部因素集中体现为企业的战略能力，包含企业的资源能力、企业通用能力和企业动态能力三个方面。

环境不确定性和战略能力对企业战略导向选择有不同的作用规律，不同的战略导向对企业绩效又会产生不同的影响。

通过以上的理论分析，本章提出了有关的理论假设作为后续实证研究的检验对象。

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>