

<<企业战略选择与绩效>>

图书基本信息

书名：<<企业战略选择与绩效>>

13位ISBN编号：9787505877924

10位ISBN编号：7505877925

出版时间：2008-12

出版时间：经济科学出版社

作者：张书军，苏晓华，代吉林 著

页数：148

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>

<<企业战略选择与绩效>>

内容概要

中国经济近四分之一世纪的发展是历史上空前的，市场经济原则的引入和创新带来了巨大的经济和社会转型。

一个传统的农业社会经过短暂的社会主义计划经济而向市场经济转型，是人类历史上的巨大工程。

其中，最突出的一个特征是在市场中逐渐产生出真正的企业和企业家。

企业家是市场化组织中的重要角色，是创造财富并推动变革的主要力量。

他们的管理实践是在西方企业进入过程中通过直接的学习观察并结合中国本土情景和制度因素的创新过程，计划经济时期的记忆还保持着一定的影响，可以观察到一个融合、学习、改造和创新的过程是这过去四分之一世纪中国管理实践的主旋律。

但同时另外一个旋律在形成越来越大的声音，这就是来自于管理科学作为一个知识发展的力量在逐渐发挥作用，通过观察、研究和知识的扩散，管理学者和咨询专家等在执著地拓展结合中国特定情景的管理学知识体系，并寻求与管理实践紧密地结合。

通过商学院的教育培训和科研体系，全球的管理学知识与中国的研究和实践经验正成为企业家知识系统中的重要内容，可以预期，一旦企业家的管理实践和研究者的知识创造这两个旋律达到和谐共生的地步，中国的企业成长将进入一个新的发展阶段。

<<企业战略选择与绩效>>

书籍目录

第一章 战略选择：问题与情境 第一节 战略的核心问题 第二节 战略在中国的研究路径 第三节 企业战略选择的类型 第四节 本书研究的三个主要问题 第五节 本书研究的两个情境第二章 战略选择与竞争优势 第一节 企业竞争优势理论的不同学派 第二节 网络化战略：基于不同理论视角的解释 第三节 市场化战略：基于资源基础理论的解释第三章 集群企业竞争优势：多个理论解释 第一节 集群研究的资源观 第二节 集群研究的竞争观 第三节 集群研究的网络观 第四节 集群研究的新经济地理观 第五节 集群研究的新产业区/地理观及其他第四章 集群企业战略选择与绩效：假设发展 第一节 研究的理论框架 第二节 研究假设第五章 集群企业战略选择与绩效：研究方法 与结果 第一节 研究方法 第二节 研究样本 第三节 假设的初步验证 第四节 假设验证：实证结果 第五节 讨论与结论第六章 衍生企业战略选择与绩效 第一节 衍生创业的理论解释 第二节 理论与假设 第三节 研究方法 第四节 研究结果 第五节 讨论与结论主要参考文献

<<企业战略选择与绩效>>

章节摘录

第一章 战略选择：问题与情境 第一节 战略的核心问题 一、战略要解决什么问题
对过去20多年管理文献的任何全球性扫描，“战略管理”或“战略”都是逃不过的字眼。尽管作为一门新兴管理学科，战略管理的系统性研究只有二三十年的历史，但其在理论界与实践界的重要影响却有目共睹。

颇具讽刺意味的是，即便在战略管理学报（Strategic Management Journal）于1980年创刊时，学术界对战略管理研究的核心议题仍未达成共识，在该刊的投稿介绍中，三位主编强调了战略管理关注的是“在外部环境与内部资源约束下，组织所面临的一系列决策性问题”（Schendel, Ansoff and Channon, 1980）。

显然，这是一个泛泛的学科领域界定描述，核心研究问题的缺乏——有些学者认为如何满足客户需求是战略研究的焦点，有些学者则认为提高员工的满意度与忠诚度是该学科的核心议题，也有学者指出满足所有企业利益相关者的需求是战略的中心议题——使得诸多的战略成果间无法对话，也无法就战略管理建立起系统的研究性框架。

从全球范围来看，这种尴尬局面随着《竞争优势》（Porter, 1980）的出版在某种程度上得到了缓解，在此之前，战略研究基本是围绕一些不太相关的问题，运用有限的理论视角，对实践问题给出不同的处方。

<<企业战略选择与绩效>>

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>