

<<战略转型>>

图书基本信息

书名：<<战略转型>>

13位ISBN编号：9787807286288

10位ISBN编号：7807286288

出版时间：2007-8

出版时间：广东经济

作者：廖晓

页数：223

字数：192000

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>

<<战略转型>>

内容概要

“转型”是当今最炙手可热的流行词。

国家经济增长模式转型、政府职能转型、广东经济转型、民营企业转型、中国电信、中国移动、盛大网络、微软、柯达等都在转型..... 在价格战不断、市场结构不断演变、原材料涨价、劳动力成本上升、人民币升值和欧盟反倾销等环境下，每个企业家不得不深刻思考一个生死攸关的问题——战略转型。

尽管《蓝海战略》一书提出了摆脱红海，开创蓝海新理念，但是本书更具有实践指导性，某种意义上是《蓝海战略》的升级版。

书中还结合管理学、经济学、营销学、供应链管理、公司治理和哲学等，提出了陷阱式赢利结构模式、平台战略、战略转型“四转”模式、二元结构下’的战略选择、“四要素”能力模型、动态治理、治理转型等创新理论或观点，也对战略与易经、金刚经、哲学人类学之间的逻辑一致性进行了研究，还指出了很多传统的战略误区。

<<战略转型>>

书籍目录

前言引言 中国企业战略迷失第一篇 企业绩效函数与战略转型 第一章 企业绩效函数 第一节 具有二重性的企业本质 第二节 企业的目标就是利润最大化 第三节 做大蛋糕与分蛋糕的逻辑 第二章 中国企业转型三部曲 第一节 一个转型的时代已经来临 第二节 中国企业转型三部曲 第三节 企业生命周期理论 第四节 管理是一门“科学”的“艺术” 第二篇 战略与战略管理 第一章 战略的概念和内涵 第一节 战略是达到最优解的决策逻辑 第二节 战略的内涵 第二章 战略管理 第一节 战略管理的“一个中心，两个基本点” 第二节 战略管理的六大误区 第三章 战略行为管理 第一节 战略行为管理 第二节 战略行为管理变量 第三篇 企业家的战略管理 第一章 企业家 第一节 企业家是从事“创造性破坏”的创新者 第二节 企业家偏好与主导逻辑 第三节 总裁的生命周期理论 第四节 企业家精神 第五节 人性的弱点与企业家思维方式 第二章 企业文化 第一节 企业文化与战略管理 第二节 使命 第三节 愿景 第四节 核心价值观 第三章 公司治理 第一节 公司治理的概念新解 第四篇 战略转型 第一章 战略转型 第二章 战略转型与蓝海战略 第五篇 SBBC战略转型模型 第一章 市场结构(S) 第二章 客户偏好(B) 第三章 经营理念(B) 第四章 核心能力(C) 第六篇 战略规划与咨询实践 第一章 战略规则 第二章 战略分析 第三章 战略实施 第四章 战略控制 第七篇 战略管理高级版 第一章 价格战及其成因 第二章 构建进入壁垒阻止竞争的方法 第三章 平台战略 第四章 战略管理的哲学思考 第五章 成功战略的判别 后记 主要参考文献

<<战略转型>>

章节摘录

第一章 企业绩效函数第一节 具有二重性的企业本质为什么中国企业会战略迷失？

要回答这个问题，我们必须弄清楚企业的本质是什么？

企业与战略管理、运营管理有什么关系？

战略管理和公司治理之间又有什么关系？

关于企业的本质，理论界有很多争论，大家众说纷纭，莫衷一是。

其中最具有代表性的观点来自于古典经济学和制度经济学对其的不同阐述。

1.新古典经济学对企业的本质论述新古典经济学对企业本质的论述是基于制度（私有制）不变和理性经济人假定，把它看成了一个以各种市场为运行环境，以追求最大利润为行为方向，以技术和投入作为自变量和完成手段的机构（而不是组织）。

新古典经济学假设企业是天然存在的，并将其抽象为一个关在神秘“黑匣子”中的生产函数：要素从一头输入，产品从另一头输出。

企业家要作的只不过是不同的生产技术中作出选择，以求成本最小化。

此时的企业家完全不需要具有奈特所说的面对“风险”和“不确定性”的能力以及熊彼特意义上的“创新”精神。

2.新制度学派的企业理论新制度学派对于企业的分析有两个角度。

第一个角度是交易费用。

1937年，科斯发表了《企业的性质》（The nature of the firm）一文。

科斯提出市场和企业是两种可以相互替代的配置资源的手段，“企业最显著的特征就是对价格机制的替代”，两者的区别在于：在市场上，资源配置由价格机制自动调节；在企业里，资源配置由权威的组织来完成。

新制度学派的另一个角度是契约。

哈特为交易成本找到了来源——契约的不完全性，而契约的不完全性又来自于西蒙的“有限理性”思想和奈特的“市场不确定性”。

这修正了新古典学派的假设缺陷。

3.企业本质的二重性新古典经济学对企业理论研究的缺陷是它没有考虑到制度变化、经济人的有限理性和交易费用的存在等问题。

新制度经济学在强调契约性的同时忽视了企业的生产技术性。

两者都有失偏颇。

本人认为，企业的性质具有二重性：即生产技术与契约性。

契约性强调了价值的来源和价值分配关系，而生产技术性则强调了价值创造，两者缺一不可。

.....

<<战略转型>>

编辑推荐

《战略转型》总结有三大特点：第一大特点：颠覆性。

书中指出：我们常说的核心竞争力是长生不老的笑话；管理学界批判的机会主义却某种意义上有其存在合理性；全球畅销的《蓝海战略》居然有“七宗罪”；所谓管理大师的战略管理理论大都是纸上谈兵并且逻辑错误百出；不少战略和公司治理专家的理论之争也无异于瞎子摸象的无稽之谈；战略理论“看上去很美”，却严重脱离企业管理实践。

第二大特点：原创性。

廖晓老师在理论与咨询培训实践中穿梭往来，通过长期的理论研究和十多年来的战略管理、公司治理或咨询实践，将管理学、经济学、营销学、公司治理、供应链管理和哲学等有机结合，努力找出管理理论与企业实践的“对接点”：战略转型、SBBC战略模型、陷阱式盈利结构模式、平台战略、战略转型“四转”模式、二元结构下的战略选择、“四要素”能力模型、动态治理、治理转型等等，加上对战略、战略管理、转型、公司治理等重新定义和诠释，这些正体现了廖晓研究的原创性。

第三大特点：实战性。

偏好咨询分析、能力咨询分析、差距分析、哲学人类学与战略咨询思路等咨询工具的创新、作者本人参与或主持过的企业战略和公司治理咨询案例解析，给企业战略管理实践提供了指导。

颠覆性的创新，无畏的批判精神，环环相扣的逻辑推理，复杂问题简单化，雅俗共赏的写作风格，理论研究与培训咨询实践完美结合。

廖晓老师《战略转型》一书对企业家最头痛最关心的问题点到了痛处、挠到了痒处、讲到了深处、落到了实处。

市场结构是企业战略的基本逻辑，客户偏好是企业价值创新的源泉和关键，经营理念是满足客户偏好的价值主张，企业能力是满足客户偏好、实现客户价值诉求的根本。

廖晓先生提出的SBBC战略转型模型揭示了成功企业一致的战略逻辑。

泰山管理学院院长、教授刘靖民蓝海战略的“七宗罪”、价格战的“陷阱式赢利结构模式”、核心能力是骗人的长生不老仙丹、战略管理的六大误区、中国企业治理转型“七宗罪”……《战略转型》如一股清风，不是人云亦云，而是将西方战略管理思想和中国企业实际结合起来。

非常难得。

清华大学教授范庆桦战略、运营和公司治理是影响企业绩效的关键变量。

廖晓先生将企业管理问题归纳为如何做大蛋糕和合理分蛋糕问题。

指出企业在从创业期向发展期转型中需要战略转型、管理转型和治理转型。

并且提供了解决思路和方法，对当前中国大多数企业具有极强的实践指导意义。

广药股份总裁、王老吉药业董事长施少斌如果《蓝海战略》提供了一种新的管理理念，那么《战略转型》则是蓝海战略的升级版和实战版，它剖析了企业什么时候该战略转型、战略转型的路径是什么、如何实现战略转型等企业家最关心的实际问题。

中国社科院华商研究中心副主任柯银斌在改革开放大潮中崛起的中国民营企业，目前多数都进入了转型期。

廖晓先生的新作《战略转型》所阐述的转型思想值得处于转型期的民营企业家关注。

东经控股集团有限公司董事长兼总裁蒋孟有《战略转型》颠覆了传统的战略管理概论，打破了管理学、经济学、营销学、公司治理、供应链管理等学科的研究樊篱，将战略管理理论与咨询培训实践完美结合，不可多得！

南京航空航天大学教授、江苏卫视高级编辑 徐浩然战略转型是“中国企业转型三部曲”之一。

什么是转型？

什么是战略？

什么时候企业需要战略转型？

当前中国企业为什么需要战略转型？

战略转型的路径有哪些？

如何实施战略转型？

<<战略转型>>

什么因素阻碍企业战略转型？

《战略转型》给出了答案。

“转型”被列为“2006年十大流行关键词”。

百度搜索“转型”一词高达2180万词条，“战略转型”也高达85万词条。

包括招商银行、中国电信、凤凰卫视、南方报业集团、盛大网络、UT斯达康、微软、飞利浦、松下、柯达等全世界无数企业都在悄然战略转型——在人民币升值压力、欧盟反倾销、劳动力成本上升、原材料价格上涨、农村消费难以启动和上世纪80年代出生人口成为消费主体等根本环境发生变化的情况下，中国企业需要全面战略转型。

什么是转型、什么是战略转型、企业什么时候该战略转型、战略转型的路径有哪些、如何有效实施战略转型、什么因素阻碍企业战略转型等问题，廖晓的《战略转型》给出了答案。

<<战略转型>>

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>