

<<企业战略>>

图书基本信息

书名：<<企业战略>>

13位ISBN编号：9787501796960

10位ISBN编号：7501796963

出版时间：2010-3

出版时间：中国经济出版社

作者：孟鹰，余来文 著

页数：181

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>>

前言

20世纪60年代以来,战略管理学作为一门独立的学科出现,得到了巨大的发展并且日渐成熟。然而,战略管理学研究的中心议题却基本没有改变,即企业如何获得和维持持续成长性,或者说企业如何持续创造良好业绩,基业常青。

在过去的近半个世纪里,世界各国的战略管理学者对此已经做了不懈的努力和深入的探讨,事实上也取得了许多重大的成就,并有力地推动了战略管理学的发展。

但是,限于研究者当时所处的社会经济环境和理论认知,他们基本上都立足于变动不大的稳态环境,并局限于与企业相关的某一个方面,所以这些战略管理理论都无法完整和深刻地说明企业持续成长的基本性质及其来源。

当然,这是一个难以解决的理论命题。

我们正处在一个经济形态急剧变化的新经济时代,战略管理的观念、理论、范式及其应用都将随之改变。

之所以特别强调战略管理的时代背景,是因为战略管理本质上是企业与变化着的背景或环境不断变化的过程,新经济时代需要新的能力来促进企业发展。

新经济的本质特征对企业和企业战略将发生极为深远的影响。

就信息化而言,企业将加大应用信息技术的力度,如建立信息技术决策手段、管理信息系统(MIS)、企业资源计划(ERP)等。

这种冲击的直接对象是企业的组织结构和沟通效率。

信息化的冲击,大大缩短了信息传递过程,并实时地获取现场的信息和做出快速反应。

<<企业战略>>

内容概要

本书以管理学、战略管理学、经济学和行为科学等领域的研究方法为工具，对企业战略能力理论这一研究主题分九章进行研究。

第一章，企业战略能力的理论综述。

在这一章里，论述了企业战略能力的背景及现实意义，综合分析和评述了国内外学者和机构对战略能力的内涵、外延的界定与战略能力的理论研究现状，以及研究思路与基本框架、研究方法、本书可能的贡献等。

第二章，企业动态战略能力决定因素。

在企业战略能力理论研究的基础上，给出了本书关于企业战略能力的定义、内涵、特征与作用。

首先，是对企业战略能力进行总体、概述性研究的部分。

其次，对战略能力的决定因素建立了模型及其模型分析，为以后的研究提供了逻辑框架。

第三章至第八章是从企业战略能力决定因素的六个维度，即第三章产业环境与动态环境的适应性、第四章战略资源的整合与利用、第五章核心能力的提升与动态管理、第六章动态能力与企业成长、第七章企业家能力与企业绩效、第八章持续创新与企业持续竞争优势，结合第九章案例研究等方面分别研究和探讨各维度因素及作具体案例分析。

<<企业战略>>

作者简介

孟鹰，管理学硕士，现任江西师范大学商学院副教授。曾在复旦大学做高级访问学者，先后在《科技进步与对策》《统计与决策》《证券日报》等学术期刊、报纸上发表论文30余篇，参与《MBA论文写作与研究方法》教材编写1部，先后主持6项省社科十五规划、省科技厅软科学、省科技规划项目的研究课题、为本科、研究生开设企业战略管理、资本运营等专业课程，并为数家上市公司进行培训和咨询工作。

主要研究方向为企业战略管理、资本运营。

<<企业战略>>

书籍目录

前言第一章 企业战略能力的理论综述 第一节 企业战略能力研究的背景与意义 一、企业战略能力提出的背景 二、企业战略能力理论的现实意义 第二节 企业战略能力的理论综述 一、产业组织理论 二、企业资源理论 三、核心能力理论 四、动态能力理论 五、企业家能力与企业成长理论 六、国内战略能力理论 第三节 研究思路与基本框架 第四节 本书研究方法与可能的贡献 一、研究方法 二、本书可能的贡献第二章 企业战略能力决定因素 第一节 企业战略能力的定义、特征与作用 一、企业战略能力的内涵 二、企业战略能力的特征与作用 第二节 企业动态战略能力决定因素模型 一、产业环境 二、战略资源 三、核心能力 四、动态能力 五、企业家能力 六、持续创新第三章 产业环境与动态环境的适应性 第一节 企业战略能力外部决定因素 一、企业所处的产业环境 二、产业的发展态势 第二节 产业竞争的五种竞争力量模型 一、新进入者的威胁 二、供应商讨价还价的能力 三、买方讨价还价的能力 四、替代品的威胁 五、现有企业间的竞争 第三节 动态环境及其企业战略能力的适应性 一、动态环境及其环境的不确定性 二、企业战略与环境的适应性第四章 战略资源的整合与利用 第一节 企业资源与能力 一、企业的资源基础理论第五章 核心能力的提升与动态管理第六章 动态能力与企业成长第七章 企业家能力与企业绩效第八章 持续创新与企业持续竞争优势第九章 案例研究：以华为和科龙公司为例参考文献后记

章节摘录

企业要取得成功，必须选择能够最大程度满足顾客需要和为企业获利来创造企业所必需的资源能力方式。

这些资源能力的价值一般因战略着眼点的不同而不同。

企业在生产过程中需要把各种类型的资源和能力有机结合起来，全面看待各种必需的资源能力，以避免过分强调所谓的核心能力。

企业拥有一定的资源是必要的，但关键要看企业所能利用的资源数量、利用资源的方式和利用效率；企业拥有一定的核心能力是必要的，关键是要寻找到差距，寻找到未来正确的发展方向。

必须在正确的战略指导下，最大限度地使用资源和能力，资源、能力和战略三者，使其有机融合，这有利于构成战略能力研究的概念框架和基本内容。

核心能力自1990年被提出以来，以此为基础在理论上衍生出了诸如技术观、知识观、创新观、文化观和资源观等多种学术流派。

而应用于中国企业实践后，又演绎出了众多地方版本。

每个企业家都从不同角度诠释着自己对企业的关于核心能力的“独到”理解，核心能力理论或概念充斥着新闻媒体和会议论坛，中国俨然已成为“航空母舰”式的企业大国、企业强国。

但是，众所周知，中国还没有一个真正意义上的“世界500强”企业，真正具有国际竞争力的企业或行业还不多，绝大多数企业缺少核心技术储备，缺乏跨国经营的能力，尚不具备谈论核心能力的内部条件，对核心能力只能是奢谈。

如果我们把核心能力定义为根植于企业内部组织运营中的知识、技能与经验的结合体，那么，目前海尔或联想的规模优势、品牌优势、在市场上的领导者地位、经销渠道的管理甚至技术专利都不是它们的核心能力，都不足以支撑企业长期繁荣。

如果说我们的企业具有了核心能力，这只能是对企业核心能力理论的曲解和歪曲，比如有的把拥有对某一特定产品的进口特许证、对某种稀缺原材料拥有的优先购买权，把垄断资源经营权，把使其成本低廉的地理优势等作为企业的核心能力。

这显然不是真正意义上的核心能力。

如果把这些优势因素等同于核心能力，只能导致国人的沾沾自喜、夜郎自大，丧失进取的精神，拉大与发达国家的差距，于国于民都不利。

企业战略能力理论试图从企业所处的行业环境、战略资源、核心能力、动态能力、企业家能力与持续创新等观点出发，构建和培育战略能力，并保持和持久化。

<<企业战略>>

编辑推荐

企业之间的竞争，关键是能力竞争。
最终要想在竞争中胜于对手，则应从企业拥有的资源和能力出发，而且要把战略和能力有效地结合。

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>