

WILEY

布莱克威尔 战略管理手册



迈克尔·A. 希特 (Michael A. Hitt)

[美] R. 爱德华·弗里曼 (R. Edward Freeman) 编

杰弗里·S. 哈里森 (Jeffrey S. Harrison)

宋华 译

THE BLACKWELL
Handbook of Strategic Management

权威、全面、前沿的战略管理研究成果汇编
中、高级管理者和MBA/EMBA的必备书



战略管理领域三位大师级学者的思想集锦 | 引领战略管理研究未来潮流的指导手册



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
http://www.phei.com.cn

THE BLACKWELL
Handbook of Strategic Management

布莱克威尔 战略管理手册

迈克尔·A. 希特 (Michael A. Hitt)

[美] R. 爱德华·弗里曼 (R. Edward Freeman) 编

杰弗里·S. 哈里森 (Jeffrey S. Harrison)

宋华 译

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书有别于其他参考类手册。它不仅收集了关于战略管理的研究评论和已发表过的文章,而且涉及很多大师级战略学者的原创性研究成果。在本书的前几章,这些优秀的战略管理学者提供了与该领域相关的主要思想和理论知识。研究学者通过自己的视角探讨了战略管理的理论背景,同时引进了一些新的想法,这些都将会影响该领域未来的研究方向。本书是学生、学者、职业经理人、MBA 和 EMBA 必备的重要参考工具。

Copyright © Blackwell Publishers Ltd 2001

All Rights Reserved. Authorized translation from the English language edition, entitled The Blackwell Handbook of Strategic Management, ISBN 978-0-631-21860-9, by Michael A. Hitt, R. Edward Freeman, and Jeffrey S. Harrison, Published by John Wiley & Sons Limited. Responsibility for the accuracy of the translation rests solely with Publishing House of Electronics Industry and is not the responsibility of John Wiley & Sons Limited. No part of this book may be reproduced in any form without the written permission of the original copyright holder, John Wiley & Sons Limited. Copies of this book sold without a Wiley sticker on the cover are unauthorized and illegal.

本书简体中文版专有翻译出版权由 John Wiley & Sons Limited 公司授予电子工业出版社。未经许可,不得以任何手段和形式复制或抄袭本书内容。

本书贴有 John Wiley & Sons, Inc. 公司激光防伪标签,无标签者不得销售。

版权贸易合同登记号 图字:

图书在版编目(CIP)数据

布莱克威尔战略管理手册 / (美)希特(Hitt, M.A.), (美)弗里曼(Freeman, R.E.), (美)哈里森(Harrison, J.S.) 编; 宋华译. —北京: 电子工业出版社, 2015. 10
www.lib.ahu.edu.cn

书名原文: The Blackwell Handbook of Strategic Management

ISBN 978-7-121-27089-5

I. ①布… II. ①希… ②弗… ③哈… ④宋… III. ①企业管理—战略管理—手册 IV. ①F272-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 207919 号

责任编辑: 杨 雯

印 刷: 三河市鑫金马印装有限公司

装 订: 三河市鑫金马印装有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编: 100036

开 本: 787×1092 1/16 印张: 39.25 字数: 978 千字

版 次: 2015 年 10 月第 1 版

印 次: 2015 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 99.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlt@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

译者序

自 20 世纪以来伴随着实践的不断探索和创新,战略管理理论从最初的经验总结发展成为浩瀚的理论丛林,并成为管理理论中的重要组成部分。著名战略管理思想家和理论家明茨伯格,曾提出“对战略形成的认识就如同盲人摸象,因为从未有人能够具备完整的审视大象的眼光,每个人都紧紧地抓住战略形成的一部分,同时对其他部分则是一无所知”。因此,如何能全面地探索“大象”的全貌,并且能对局部进行深入分析和探索就成为了战略管理理论研究的基础和关键。特别是近些年来,伴随着经济全球化、动态化、网络化的发展,战略管理涉及的主题日益多样化,出现了许多新的研究方向和领域,诸如网络联盟、制度理论、全球化战略,等等,如何从这些纷繁复杂的理论丛林中厘清研究发展的脉络,同时又能预见性地认识到研究发展的趋势,这是一项既艰巨又意义重大的事情。

由著名战略管理学家希特、弗里曼及哈里森等编撰的《布莱克威尔战略管理手册》一书是该领域的名著,在世界战略管理学界享有盛誉,本书无论在理论总结上还是对未来研究的展望,都显现出一流著作的特点,既具有理论上的先端性和深度,又适时反映了研究发展的趋势,本书各章的作者均是战略管理方面的著名专家,具有深厚的理论研究功底,通过这些名家的研究叙述,不仅能让我们细细品鉴每一棵树木的特征和发展,也能俯瞰整片森林的雄伟。具体讲,本书的特点表现为:

1. 理论反映的全面性。本书作为战略管理理论方面的著作,不仅仅系统地介绍了战略管理发展的进展和特点,更从不同的视角开展了战略管理研究和教学等多方面的理论探索。从本书的结构看,作者对战略管理理论的分析,既涉及理论的渊源和进程、战略管理理论基础,又涵盖了战略的不同类型和人的因素。此外,本书还对战略管理课程的组织,特别是对教学法和教学工具等进行了详尽分析。

2. 理论介绍的前沿性。本书对战略管理研究的分析及时地反映了目前理论研究的最新成果,很多当下研究的重点,诸如战略风险管理、网络联盟、战略创业、可持续战略等都在本书中得到了详尽的论述,这是其他著作所不及的。

3. 理论探索的前瞻性。本书的另一个特点是,对战略管理的介绍并不仅仅局限于理论文献的回顾和分析,而且能提出独特的分析视角和观点,使读者不仅能了解特定领域的研究成果,还能深刻地思考相应的观点和问题,并且各章的作者在分析各领域进展的基础上,提出了很多未来研究的方向,进而有利于学者在战略管理领域中做出更进一步的探索。

本书以全新的视野,全面、详尽地介绍、分析了战略管理的基本理论、发展和最新动态,具有很高的理论价值。全书共分 5 个部分 25 章,第一部分对战略过程研究中的问题、战略决策和战略形成等做出了全面的分析、介绍。第二部分从第 4 章到第 10 章论述

了战略管理的理论基础，包括战略柔性、资源基础观、利益相关者理论、战略管理中的交易成本理论和代理理论，以及战略风险和企业声誉等。第三部分战略类型包括第 11 章到第 16 章，该部分主要论述了动态竞争、多元化战略、兼并与收购、战略联盟、战略重组，以及全球战略。第四部分探索了战略管理中人的因素，这部分内容包括战略判断、组织结构、企业治理、战略伦理、国家政策、人力资源和战略创业。第五部分详尽地分析了如何讲授战略管理课程。

综上所述，我们认为本书的引进将对我国企业战略管理等方面的研究、教学具有积极的意义，既丰富相关领域的知识，又能对这些领域的进一步研究提供新的视野。

参加本书翻译的有中国人民大学商学院的宋华教授，以及于亢亢、喻开、杨璇、刘会、侯海涛、张钟允、卢强、陈思洁、刘佳宁、张沁等，全书由宋华统校并撰写译者前言。我们要特别感谢负责本书引进和编辑的总策划杨雯女士，正是她的“创造精品图书”的原则才促使我们努力地完成了本书的翻译工作。由于我们水平有限，书中难免有译释不当之处，恳请读者指正。

前言

几年前，Ed Freeman 与布莱克威尔出版社（Blackwell Publishers）商谈创作战略管理手册，以完成布莱克威尔这套令人印象深刻的系列丛书。这些探讨促成了本书编委会的成立。在合同签订后不久，我们就开始向战略管理领域的顶尖学者征求章节，我们最初的标准是“如果我们要举办最优秀的博士学术论坛，邀请一些演讲嘉宾，我们会请谁？”然而，如此多的候选者以至于我们很难决定邀请谁来参加。被邀请参加编写本书的作者都是相关领域的杰出学者，我们鼓励他们充分阐述观点。我们的宗旨是不想创作一本“平庸”的手册，而是能反映相应领域内最闪光的智慧，让他们以自己的方式自由地探讨。

这些杰出的作者超出了我们的预期，他们写的章节不仅从自己独特的视角，提供了丰富的相关主题知识背景，并且包含了很多新的思想，从而能够指导该领域未来若干年的研究。我们相信，这套书对于战略管理领域的博士生，以及管理学、市场营销学、财务金融学、经济学、商业与社会学等领域的学生大有裨益。另外，优秀的硕士学位学生也会发现这本书的巨大宝藏；研究者们也会从该书的阅读中发现价值，因为其中有很多新的思想，可以在未来很长时间内成为研究的参考对象。最后，我们还相信，这本书一定能吸引那些在组织中战略性理解管理的“爱思索”的管理者。

《布莱克威尔战略管理手册》分为五个部分：起源与过程、理论基础、战略类型、人的因素，以及教学法。起源与过程部分涉及战略管理发展的前三章。在“战略过程研究中显现的问题”一章中，Gregory G. Dess 和 G. T. Lumpkin 探索了如何理解战略决策过程的多维特征，从而能够推动规范和描述性理论的发展。他们运用战略管理领域中的规范思维，提出了一些调节战略决策过程与绩效关系的因素，诸如战略、环境和组织发展的阶段。他们探索了战略管理如何帮助管理者组合和利用资源来获得竞争优势，尤其是在知识经济中。在“战略决策”一章中，Paul Nutt 探索了理论研究，并且提出了一些有关组织中如何做出决策、什么因素导致了失败，以及如何改进成功预期的假设和命题。Paul 将他的分析归为两类：发展的或非发展的，他认为这对于确定成功决策的因素非常重要。最后，Jeanne M. Liedtka 在她撰写的“战略形成：对话与设计的作用”一章中，证明了战略思维对于成功战略管理的核心作用，揭示了战略变革与战略形成过程中的战略规划之间的关系。如同她提出的那样有三个相互交叉的主题，并介绍了战略对话与设计的作用。

本书第二部分涉及了战略管理领域的理论基础。在开始一章“新、旧经济中的战略柔性”一章中，Kathryn R. Harrigan 回顾了战略柔性研究，这里涉及用次优战略态势管理的不确定性。在旧经济中，她认为，不匹配通常发生在竞争成功的诉求与资产配置之间，尤其是资本密集行业中的有形资产。在新经济中，由于行业中差别化的成功诉求是基于速度、专业化和客户定制化的价值竞争，因此，无形资产显得日益重要。在“资源基础观：起源

与应用”一章中, Jay B. Barney 和 Asli M. Arikan 详尽概述了资源基础观的理论渊源, 他们探讨了资源基础观与其他解释企业绩效因素的不同之处, 并且总结了一些主要资源基础观的实证检验, 并探索了未解决的问题, 以及实践意义。在 R. Edward Freeman 和 John McVea 撰写的“战略管理中的利益相关者方法”中, 作者用历史的视角分析了利益相关者这个观点是如何发展的, 以及为什么它对于战略管理非常重要。他们认为, 利益相关者导向对于理解组织的行为, 以及为什么有些企业会比其他企业更成功至关重要。

在战略管理领域中, 有两个得到高度关注的理论就是交易成本理论(transaction cost theory)和代理理论(agency theory)。在“交易成本理论的正面阐释: 企业家精神与信任的核心作用”一章中, Gareth R. Jones 对交易成本理论进行了评判, 重新评估了理论的基本假设。在正面和人性化地探索了模型中人的因素后, 作者认为机会主义和有限理性会被信任和创业精神取代。基于这一评判, 作者对于交易成本理论和组织层级进行了正面的解释, 并且描述了价值创造的过程。在“企业治理中代理关系的战略管理模型”一章中, Michael H. Lubatkin、Peter J. Lane 和 William S. Schulze 简单地回顾了代理模型的前提假设, 以及在四大情景中的相关问题。基于这四个领域的评判, 他们提出了一个更为通用的代理模型, 这个模型包含了理论的基本假设, 以及根植于战略管理的基本问题。

理论基础部分是以 Philip Bromiley、Kent D. Miller 和 Devaki Rau 撰写的“战略管理研究中的风险”一章, 以及 Charles J. Fombrun 撰写的“作为经济资产的企业声誉”一章来结尾的。Bromiley、Miller 和 Rau 对风险研究进行了概述, 特别强调了风险的概念和测度, 并且探索了风险与回报的关系。Fombrun 考察了企业声誉的不同观点, 提出了企业声誉的定义, 他认为这一概念源于对资源拥有者的理解和诠释, 之后还探索了社会认知过程, 通过这一过程中资源提供者根据各种可解释的线索, 以及经由企业自身直接发出的或者制度中介间接发出的信号来评判企业。

本书第三部分涉及各种战略类型。在“动态竞争研究: 评判与发展趋势”一章中, Ken G. Smith、Walter J. Ferrier 和 Hermann Ndofofor 根据理论、方法和结果等几个方面审视并回顾了动态竞争的文献, 这些审视揭示了该领域最显著、稳定的实证关系, 包括行动/反应的时间与企业绩效之间的负向关系, 以及行动/反应的进攻性与企业绩效之间的正向关系。在“多元化战略研究的十字路口: 以往、新近和预想的研究路径”一章中, 作者 Donald D. Bergh 主张多元化战略是战略管理领域中最古老、最广泛和最重要的战略形态。他认为, 多元化战略研究已经走到了非常重要的十字路口, 研究者们需要通过各种路径推动研究的发展。将多元化的理论研究扩展到以往多元化运用的策略中, Michael A. Hitt、R. Duane Ireland 和 Jeffrey S. Harrison 在“兼并与收购: 价值创造还是价值毁灭?”一章中指出, 兼并与收购尽管在数量和规模上持续发展, 但是大部分都失败了。他们概括了一些并购过程中导致成功或失败的因素。在“战略联盟”一章中, Andrew C. Inkpen 全面回顾了近期较为流行的通过联盟竞争的观点, 他还分析了战略联盟的文献与联盟的动因、联盟的绩效和不稳定性、联盟学习、信任、控制和演进等话题。

当并购和联盟引导企业开辟新商业领域的同时, 很多企业, 特别是在美国和其他发达经济体正在进行重组, 以缩减业务范围。在“多元化企业集团的重组战略: 以国家制度环境的差异为考量”一章中, Robert E. Hoskisson、Richard A. Johnson、Daphne Yiu 和 William P. Wan 认为, 紧缩是高度多元化企业绩效差的结果。然而, 在发展中国家, 高度

多元化的企业发挥了重要的作用，因为它起到了一些发达经济体中所谓的“软基础设施”（诸如，促进交易环境的法律、司法机构和金融中介）的替代作用。第三部分的最后一章讨论的是关于国际化的主题，即 Stephen Tallman 撰写的“全球战略管理”。通过对全球战略文献的回顾，Tallman 帮助读者理解了国际商务和战略是如何相互支持的，又有哪些不同。他们观察到，国际战略起源于国际经济学，之后作为不同的理论概念继续发展，对于解释跨国企业和战略行为起到了重要作用。

第四部分涉及战略管理中人的因素。Richard L. Priem 和 Cynthia S. Cycyota 从一个有趣的视角“战略判断”论述了领导力。他们指出，战略选择可以看作是战略管理特质的界定，并且在战略选择前必须形成高层管理人员的决断，无论好坏。理解战略领导者的决断非常重要，因为它决定了这种思维在制定战略中的表现，以及这些过程和战略如何影响企业绩效。在本部分的“组织结构：从战略视角进行研究”中，Barbara Keats 和 Hugh M. O'Neill 阐释了影响战略管理研究的组织理论，他们详尽地追溯了从韦伯到现在所有的有关战略、结构和绩效的观点。在“企业治理”一章中，Sayan Chatterjee 和 Jeffrey S. Harrison 提出了理解企业治理的理论基础，并且运用这些理论研究企业治理的重要性，尤其是组织危机时期治理的重要性，该观点是在企业经营失败的情境下总结出来的。

第四部分接下来的两章涉及战略管理中商业和社会的研究。Daniel R. Gilbert Jr. 在“企业战略与伦理：企业战略所面临的时代”一章中，纵览了企业和战略相辅相成的现代观念，同时也论述了企业战略概念中的伦理性批判。在“商业与国家政策：政治市场中的竞争”一章中，Gerald Keim 展现了一个反映大部分产品和服务市场的政治权力市场，该章提出政治战略应当成为企业战略中最活跃的部分，该战略试图影响环境中不可控制的因素。

在“人的因素”这一部分，Lawrence G. Hrebiniak 和 William F. Joyce 认为，尽管有很多研究强调战略实施的重要性，但是在战略管理研究领域该部分仍然被忽略。在“战略实施：评价与未来研究规划”中，他们提出战略实施研究困难这一状况，甚至对已发表研究的粗略回顾都清晰地揭示了对战略实施问题的关注。他们为研究者们如何在这个领域发展有意义的理论提供了方向。接下来一章“人力资源战略：我们的方式的时代”中，Scott A. Snell、Mark A. Shadur 和 Patrick M. Wright 通过讨论企业过去面临的主要挑战，以及这些挑战如何影响到人力资源的概念，深入探索了历史情境中的人力资源。同时，他们考察了被接受的人力资源战略的概念和模型，并且讨论了与战略管理各个领域研究的关系。他们指出，人力资源管理战略的主要宗旨在于指引一个过程，在这一过程中企业通过发展和运用人力、社会与资本来增强企业竞争力。人的因素这部分最后一章是 S. Venkataraman 和 Saras D. Sarasvathy 撰写的“战略与创业：一个未曾讲过的故事”，他们叙述了创业和战略作为共同作用的领域，试图描述、解释、预测并决定价值是如何发现、创造、获取，或者破坏的。结果显示，这些领域必须相互学习，从某种意义上讲，它们是硬币的两面：价值创造和价值获取。

很多学者不仅在战略管理领域从事研究，也在不断教学。印第安纳大学的 Idalene F. Kesner 在教学方面享有盛誉。我们邀请她与我们分享成功的秘诀。其撰写的“战略管理课程：成功教学的工具和方法”一章，探讨了课堂中案例的有效运用，同时也介绍了其

他工具和方法。

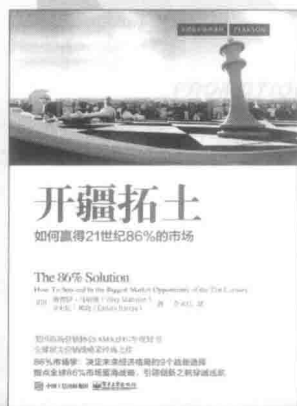
在此，我们对帮助我们完成这项工作的很多人表示由衷的感谢。首先，我们要感谢出色完成该书撰写任务的作者们，他们在本书中撰写的内容能够表明他们为什么如此知名，且受人尊敬，我们感谢所有人杰出的工作。其次，我们还要感谢几位博士生：Anke Arnaud、Jie Guo、Linda Isenhour、Mike McCardle 和 Nacef Mouri，他们为很多章节的初稿录入做出了很多努力。再次，我们要感激我们的妻子和孩子们的支持与耐心，因为我们为完成该书花费了大量的时间而疏远了他们。最后，我们要感谢我们的朋友布莱克威尔，是他帮助我们完成了该书的创作。

Michael A. Hitt
R. Edward Freeman
Jeffrey S. Harrison

电子工业出版社

沃顿商业经典课程

传播最佳商业智慧



即将出版

 **Wharton**
UNIVERSITY of PENNSYLVANIA
美国宾夕法尼亚大学沃顿商学院

《持久成功的哲学：开创自己想要的人生》

(美) 杰里·波勒斯 (Jerry Porras), 斯图嘉特·艾默里 (Stewart Emery), 马克·汤普森 (Mark Thompson) 著

本书开启了一项意义深远的讨论, 这个讨论与我们每个人都息息相关, 它或许将彻底改变很多人的人生。本书首次向传统意义下的“成功”发起了挑战, 认为“成功”并不是指“金钱、名誉、权力”, 而是“从事对自己有意义的事, 毕生投入其中, 创造持久的影响力”。这是作者在 10 年的时间里, 对全球几百位持久成功人士进行追踪访谈后得出的结论。这些受访人士大都身世平凡, 却缔造了一个个传奇, 建立了恒久的影响力。从他们身上, 你将找到真正的成功法则。

《运筹帷幄：如何领导创新突破》

(美) 戴维·S. 波特拉克 (David S. Pottruck) 著

本书提供了一套实际有效的方法来帮助领导者在组织中进行深远且持续的改革, 书中所阐述的 9 个步骤可以让领导者快速采取行动, 由意识到改革的必要性开始, 直至所有步骤方案的落实和实施, 都提供了可供借鉴的指导依据。书中包含了大量全球顶尖企业领导人的第一手访谈资料, 如星巴克 CEO Howard Schultz, 捷蓝航空 CEO David Barger, eBay CEO John Donahoe, 花旗创新总监 Debbie Hopkins 等。

《从创业到创新：零售商的长期制胜战略》

(美) 阿瑟·鲁宾菲尔德 (Arthur Rubinfeld) 著

本书作者是星巴克原执行副总裁, 星巴克零售业发展战略的设计师, 星巴克卓越品牌建设的关键人物。在星巴克, 他为公司创立了一套零售店设计和拓展的完整架构, 以及先进的内部流程和系统, 为星巴克迅速扩张业务创造了必要条件。主导了星巴克从 100 家店到 4000 家店的战略扩张过程, 为星巴克成长为全球卓越品牌奠定了坚实的基础。在本书中, 他将星巴克、麦当劳、阿迪达斯等巨头价值连城的经验毫无保留地与读者分享, 揭示了零售企业成功的奥秘, 以及在长远发展过程中为自己的企业树立卓尔不群品牌的方法。这本闪耀着智慧之光的经典著作, 必将给零售业以及其他行业的经营者和创业者带来极大的启示和帮助。

《变革的心理地图：改变个人和组织的路径》(原书第 3 版)

(美) J. 斯图尔特·布莱克 (J. Stewart Black) 著

本书是一本管理经典书, 第 3 版聚焦了商业模式变化的大环境, 研究了脸谱、谷歌、亚马逊以及联想等互联网创新企业的经验和过程, 对当今企业具有非常现实的指导和借鉴意义。如今, 变革的重要性不言而喻, 然而变革的困难也是横陈在组织面前的巨大障碍。本书揭示了组织变革不成功的重要因素——没有聚焦于员工个人的改变, 而这种改变又源于“心理地图”, 既有的看待世界的方式不改变, 变革和创新的征程永远不会开始。本书论述了改变个人思维以及行为的三大方面, 给出了一步步改变的路径。

《创新路线图：怎样管理、衡量创新以及从中获利》(修订版)

(美) 托尼·达维拉 (Tony Davila), 马克·J. 爱泼斯坦 (Marc J. Epstein), 罗伯特·谢尔顿 (Robert Shelton) 著

本书作者基于其丰富的创新管理咨询经验以及创新调研结果, 证实只有将创新作为日常经营业务, 持续加以管理、评估和实施, 才能从创新中真正受益。如果企业能将技术创新与商业模式创新结合起来, 更是有可能为自己带来翻天覆地的变化。本书提炼的一系列创新管理方法已经在苹果电脑、通用电气和丰田汽车等公司中得到了普遍应用。从这些方法中, 你将学到如何制定适合的创新战略和组织结构, 如何有效管理创新, 如何激励创新团队, 以及如何对创新流程的每个步骤进行评估。

更多精彩呈现, 敬请期待!



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

目 录

第一部分 战略管理的起源与过程 1

第 1 章 战略过程研究中显现的问题	3
1.1 战略制定、决策和变革	4
1.2 发展创业导向概念	5
1.3 战略制定过程中的简单化	11
1.4 战略制定过程在整合和利用资源中的作用	17
1.5 结论	23
致谢	23
参考文献	23
第 2 章 战略决策	28
2.1 理论背景	28
2.2 决策的类型	31
2.3 非发展性决策	33
2.4 发展性决策	40
2.5 研究发展性决策	49
2.6 结论	52
参考文献	52
第 3 章 战略形成：对话与设计的作用	59
3.1 战略思考的兴起	60
3.2 战略思考的要素	61
3.3 战略与变革	64
3.4 战略规划的作用	66
3.5 将战略规划与战略变革联系起来	68
3.6 结论	75
参考文献	76

第二部分 战略管理的理论基础 79

第 4 章 新、旧经济中的战略柔性	81
4.1 定义	81
4.2 旧经济行业中的战略柔性	83

4.3	新经济行业中的战略柔性	89
4.4	战略柔性的纵向和虚拟模型	91
4.5	新经济中竞争战略的意义	95
4.6	灵活性与进化优势	98
4.7	结论	100
	参考文献	101
第 5 章	资源基础观：起源与应用	105
5.1	资源基础观的理论起源	105
5.2	资源基础观的理论发展	111
5.3	资源基础理论	117
5.4	资源基础理论的实证检验	123
5.5	资源基础观的管理启示	140
5.6	资源基础观发展和检验中的其他问题	141
5.7	结论	143
	参考文献	143
第 6 章	战略管理中的利益相关者方法	156
6.1	战略管理的利益相关者方法发展历程	156
6.2	利益相关者理论的鲜明特征	159
6.3	利益相关者理论近期的一些研究成果	161
6.4	利益相关者方法与管理行为	167
6.5	未来的研究议题	168
6.6	结论	169
	参考文献	170
第 7 章	交易成本理论的正面阐释：企业家精神与信任的核心作用	172
7.1	交易成本理论的简要回顾	173
7.2	交易成本理论假设的两面性	175
7.3	积极理解交易成本理论	180
7.4	结论	185
	参考文献	186
第 8 章	企业治理中代理关系的战略管理模型	190
8.1	Jensen-Meckling 模型	191
8.2	J/M 模型是否适用于美国之外的企业？	193
8.3	J/M 模型是否适用于股权分散的企业？	198
8.4	J/M 模型是否适用于私有及自主经营的企业？	200
8.5	J/M 模型适用于家族所有和管理的企业吗？	203
8.6	讨论	207
8.7	结论	209
	致谢	210
	参考文献	211

第 9 章 战略管理研究中的风险	217
9.1 风险的含义及其度量方法	218
9.2 组织风险的理论视角及实证发现	223
9.3 我们知道什么? 我们应该如何继续?	228
9.4 结论	230
参考文献	236
第 10 章 作为经济资产的企业声誉	241
10.1 什么是企业声誉?	241
10.2 为什么声誉很重要?	245
10.3 声誉来自何处	247
10.4 声誉研究的关键问题	251
10.5 结论	257
参考文献	258
第三部分 战略类型	263
第 11 章 动态竞争研究: 评论与发展趋势	265
11.1 背景	266
11.2 动态竞争研究的基本模型和理论	269
11.3 动态竞争研究的样本	274
11.4 实证发现	276
11.5 对动态竞争研究的评论	285
11.6 向新的行动理论前进	287
11.7 讨论	293
11.8 结论	294
参考文献	298
第 12 章 多元化战略研究的十字路口: 以往、新近和预想的研究路径	304
12.1 多元化战略的基本观点	305
12.2 研究发展上的新近课题	310
12.3 多元化战略的新近视角	312
12.4 多元化战略的预想视角	316
12.5 结论	318
参考文献	318
第 13 章 兼并与收购: 价值创造还是价值毁灭?	324
13.1 尽职调查	326
13.2 融资收购	328
13.3 收购经验	330
13.4 资源互补	331
13.5 整合过程	332

13.6	收购中的合作	333
13.7	道德影响	336
13.8	治理	337
13.9	跨境并购	338
13.10	未来研究建议	339
13.11	结论	339
	参考文献	340
第 14 章	战略联盟	346
14.1	战略联盟的定义	346
14.2	战略联盟的基本原理	347
14.3	组织学习和联盟	349
14.4	战略联盟绩效	352
14.5	战略联盟的控制	355
14.6	信任和战略联盟	357
14.7	联盟的发展和演化	359
14.8	未来联盟的研究问题	360
14.9	结论	361
	参考文献	362
第 15 章	多元化企业集团的重组战略：以国家制度环境的差异为考量	369
15.1	企业重组和制度差异的重要性	370
15.2	新兴市场的重组问题	372
15.3	在中等发达国家的重组	378
15.4	在发达国家的重组	381
15.5	结论	390
	参考文献	390
第 16 章	全球战略管理	398
16.1	什么是全球战略？	399
16.2	跨国企业和全球战略的理论发展	402
16.3	国际化战略的战略管理模型	406
16.4	东道国市场中跨国企业的战略管理模型	412
16.5	发展中的外国子公司战略角色	415
16.6	结论	417
	参考文献	418
第四部分 人的因素		423
第 17 章	战略判断	425
17.1	战略判断的定义	426
17.2	战略判断的实质	427

17.3	领导力研究和战略判断	428
17.4	研究战略判断	436
17.5	结论	442
	参考文献	443
第 18 章	组织结构：从战略视角进行研究	450
18.1	结构的早期概念	450
18.2	战略—结构：一个动态的观点	458
18.3	新边界——有关结构的思考趋势是什么？	464
18.4	结论	466
	参考文献	466
第 19 章	企业治理	470
19.1	董事会和组织产出	471
19.2	董事会和组织危机	477
19.3	讨论	483
19.4	结论	484
	参考文献	484
第 20 章	企业战略与伦理：企业战略所面临的时代	490
20.1	战略管理过程与伦理	491
20.2	作为伦理的运用的战略管理过程	495
20.3	伦理批评与企业战略	497
20.4	对企业战略肯定的伦理批评的挑战	499
20.5	ECCS 的出现	500
20.6	ECCS 的研究流派	501
20.7	ECCS 达到的两个目标	503
20.8	结论	504
	致谢	505
	参考文献	505
第 21 章	商业与国家政策：政治市场中的竞争	508
21.1	为什么政治战略常常不作为企业战略的一部分？	509
21.2	国家政策过程和企业战略	511
21.3	政治市场中的政治能力和企业优势	513
21.4	企业的政治行为	514
21.5	企业政治行动的制度环境	518
21.6	结论	520
	参考文献	521
第 22 章	战略实施：评价与未来研究规划	525
22.1	区分战略制定与战略实施	525
22.2	战略实施的重要性及困难	528
22.3	战略研究领域不同学科各自为政	530

22.4	实现研究整合需要有效理论	532
22.5	战略实施模型需要提高对“匹配”的理解	535
22.6	提高对“匹配”的理解可以阐明战略实施理论	538
22.7	聚焦探索对战略实施理论与模型的重要性	540
22.8	总结	543
22.9	结论	544
	致谢	544
	参考文献	544
第 23 章	人力资源战略：我们的方式的时代	547
23.1	人员—职位匹配的时代	548
23.2	系统匹配的时代	550
23.3	竞争潜力的时代	553
23.4	讨论	561
23.5	结论	562
	参考文献	562
第 24 章	战略与创业：一个未曾讲过的故事	568
24.1	创业机会	570
24.2	战略管理基本问题的创造性创业	572
24.3	结论	581
	参考文献	582
第五部分	教学方法	585
第 25 章	战略管理课程：成功教学的工具与方法	587
25.1	商业策略 / 战略管理课程的历史	587
25.2	案例教学法	589
25.3	其他教学方法	598
25.4	结论	606
	参考文献	607