

管理科学译丛

战略管理

(第六版)

〔美〕弗雷德·R·戴维 著

李克宁 译

管理科学译丛

战略管理

(第六版)

〔美〕弗雷德·R·戴维 著

李克宁 译

管理科学



译丛

图字: 01-97-1486号

献给我的妻子和孩子们——
乔伊、福里斯特、拜伦和梅雷迪
思——为了她们的爱和鼓励

Original English language edition

published by Prentice Hall Inc.

Copyright ©1997 by Prentice Hall Inc.

All Rights Reserved

©1998中文简体字版专有出版权属经济科学出版社

版权所有 翻印必究

Sixth Edition

**CONCEPTS OF
STRATEGIC
MANAGEMENT**
FRED R. DAVID



经济科学出版社
Economic Science Press

译丛



管理科学



战略管理 (第六版)

〔美〕弗雷德·R·戴维

人力资源管理 (第六版)

〔美〕R·韦恩·蒙迪

罗伯特·M·诺埃

沙恩·R·普雷梅克斯

组织行为 (第十版)

〔美〕J·纽斯特罗姆

K·戴维斯

消费者行为 (第三版)

〔美〕迈克尔·R·所罗门

国际商务

〔美〕A·拉格曼 R·霍杰茨

译丛总序

GDDT¹⁰/02

经济科学出版社陈捷同志策划、组织翻译的《管理科学译丛》就要出版面世了，这是令人高兴的事。我在大学教书，每当我知道要出版新的管理学书籍，尤其是读它而受益时，就想到出版社。我想，在管理领域，出版社何尝不是一所“大学”！何尝不是一所“管理学院”！一本书就是一门课，一本书就是一位教师，出版社在国内、国外精选许多优秀的管理“课程”，精选许多卓越的管理学“教师”，组织成这样的可以任意“选修”的开放性大学，使每一位买书、读书的人从中不断地汲取管理领域的新见解、新知识、新方法，增益自己的管理素质，为社会创造更多的盈余。从这个角度，出版社真是功不可没。《管理科学译丛》是经济科学出版社为提高我国管理者的素质水平所做的长期的不懈努力的组成部分。我非常钦佩他（她）们战略性的眼光和严谨踏实的工作精神。

管理既是科学，又是艺术，也就是说管理既有规律可循，又因人、因地、因时、因事而千变万化。建筑是门科学，设计建筑物必须遵循建筑学的基本规律。但是每个建筑师所设计、构筑出来的建筑物又因不同背景而独具特色。要使活动有成效，必须确立目标，这是管理的基本规律。但怎样确立目标，如何实现目标，却要因实际背景由管理者进行选择。要有适当的管理幅度，这是设计组织、控制组织的基本原则。但管理幅度多大比较合适，要因组织本身的状况，结合十多种影响管理幅度的因素去选择确定。国际经营活动的成效首先取决于对跨国文

化的理解与实践，这也是一个基本原则，但每个国家的情况各有特点，如何理解和适应某个国家的文化，是个具体实践问题。所以，管理科学是从实践中产生并发展起来的、揭示管理活动规律、用于指导管理实践的科学知识体系。管理活动和纯粹的自然科学活动不一样。通常，学会了数学分析就可以求解微分方程，掌握了化学实验方法就能进行化学试验。而管理则不然，即使背熟了所有管理学原理，也不一定能够成功、有效地去管理一个组织。管理需要管理者在管理实践中根据实际情况进行创造性的发挥，才能解决实际问题。如同你熟背菜谱，却做不出好菜来一样，管理活动成效既取决于对规律的把握，又要有丰富的经验和技巧。管理是科学与艺术的结晶。

自有人类产生以来，管理活动就随之而来。对管理活动规律的研究，各国的研究者都为此做出了卓越的贡献。但直到现在，这种研究的结果仍是百家争鸣，仍处于“丛林”状态。经济科学出版社的这套译丛，就是不同国家的学者们在自己的研究领域得到的丰硕成果，他（她）们从不同的角度对管理学的科学化和艺术性做出了自己的贡献。读这样的书，会给我们很多启迪。

谈起加快中国的社会经济发展，人们都说缺技术、缺资金、缺高素质的人才。但我一贯认为，我国最缺的是科学的管理，技术从哪里来？资金从哪里来？高素质的人才从哪里来？这些资源不是说要就一下子会得到的。就是得到这些资源，也不是都能够发挥其作用的。“百分之九十九的资源，百分之一的组合”，所有的资源是通过管理来发挥其最大效用的。管理是生产力要素，是比劳动力和技术手段更为基础的要素。好比你看到公路中央有块大石头，阻碍了交通，减小了运输力，有许多车辆和行人绕石而过。后来，有一智者召集了几个过路人搬这挡路石，他高声喊着“一、二、三，起！”石头就被众人一点一点地搬到了路边。障碍没有了，道路通畅了。如果没有人去计划、组织、指挥，怎么会有这些协调性行为？怎么会有“移动”的效果？那些劳动力和技术不就是通过管理而组合起来的吗？我认为，中国遍地都是资源，但到处也都有绕石而过的人。你看，缺的就是那百分之一的“组合”，缺的是那从事组合活动的、能看出问题并迎头而上指挥搬石头的智者。

在劳动力数量、质量不变，技术手段不变的情况下，通过组合活动使结构发生变化，结果就大不一样。这是管理作为生

产力的典型表现。古时田忌赛马，马匹、技术、骑手均无变化，只是巧妙地组合了出场顺序，结果就赢了，实现了目标。在我国体制改革中，有些企业效率低下，在各种基础条件不变的情况下，换了主管，换了领导班子，对企业各种要素重新组合，结果面貌大变。由此看来管理的良性循环可以形成生产力、维护生产力、发展生产力。相反，管理的非良性循环，也可以降低生产力、涣散生产力、瓦解生产力。一个国家的资源条件并不落后，但国家的发展状态长期处于落后水平，根子是管理问题。企业是社会经济发展的基本单位，企业的活力及效率水平，不仅是企业自身管理的问题，同时也是政府的宏观管理问题。经济科学出版社看到了这一点，因而早就精心组织出版了许多宏观管理和微观管理方面的书籍。《管理科学译丛》就是其中的一部分。看起来，他（她）们是在出书，实际上是在设法提高我国各层管理者的管理水平。

一般情况看，管理是管理者通过计划、组织、指挥、控制去协调他人的活动并达成组织目标的过程。但从深层次看，管理是管理者利用、设计、培植一种文化，形成一种环境，通过这种环境，去规范、协调、激励人的行为，从而达成组织目标的过程。这种文化表现为长期积淀下来的传统。中华民族几千年来作为，形成中华民族的传统和文化。某个企业几十年、上百年的经营行为，形成这个企业的传统和文化。行为一旦积淀成文化，就可作为运行力存在，不知不觉地影响着群体活动的行为趋向和行为效果。所以，我认为管理是有文化背景的，是以传统为基础的。在生产配置、技术管理等方面的许多管理规则，世界各国、同类企业都可以通用，但在文化传统方面却各有其规范，难以通用。日本是博采世界先进技术，用日本民族文化来推动日本经济发展的。中国也应该博采世界先进技术，用中华民族的文化来推动中国经济的发展。至于说传统文化的情性部分，可以通过改革加以改善，但不考虑本民族的文化，企图全盘引进外来文化，替代本土文化，从而规范具有完全不同文化背景的群体行为，这是行不通的。多年来，在管理上借鉴外国模式，取得了有益的经验，但东倒西歪地盲目模仿，也出现了许多失误。所以，管理学在中国的发展，也应在博采世界先进技术，运用中国传统文化推进中国社会经济发展的基础上多方面地进行研究。近年来经济科学出版社组织出版了不少国外管理学精品书籍，为我国理论界和实业界研读国外优秀成

果做出了贡献。现在 we 看到的这套译丛，主要是侧重工商管理方面的。它可以引发我们更多地去思考国外的工商管理研究成果，更好地、更深入地去研究我国自己的工商企业管理问题。如果有一天，在国外也出版了由中国学者和企业家撰写的、有中国文化特色的管理学丛书，再回过头来看包括经济科学出版社在内的我国许多出版社今天所做的努力，是非常宝贵的，非常有远见的。

在《管理科学译丛》出版前夕，陈捷同志让我写几句话，我借这套译丛谈了一些不成熟的见解。总起来，还是祝贺译丛的出版，感谢出版社的同志们为此付出的卓有成效的劳动，祝愿经济科学出版社能有更多更好的管理学书籍问世，我也愿意和大家一起读书，更多地研讨共同关心的管理问题。

张田有

1998年5月1日

前言

今天的商务世界与仅仅两年前本书第五版出版时相比，已发生了很大的变化。当今，有声邮件、电子邮件、World Wide Web (WWW)、Internet、经济全球化及人们对自然环境的关注，已经极大地改变了管理者的思维及行为方式。企业规模的缩小化和适度化、流程重组及成千上万起企业合并与收购，已永久性地改变了产业组织结构和竞争格局。学术期刊、行业杂志及报纸近期刊登的大量战略管理方面的文章，也深刻地影响了人们的战略思维。巨大的出口及投资机会出现在世界各地，尤其是在东南亚和南美洲的发展中国家。本书第六版中所做的修改，正是为了反映我们这个快速变化着的世界对战略管理理论与实践的影响。

我们编写《战略管理》第六版的目的在于：“为市场提供一种内容最新、编写得体的经营战略学教科书，一本可使学生和教授们都感到兴奋、对他们都有价值的教科书。”为实现这一目的，我们对书中的各章节内容都做了相当多的改进。本版教材中的所有案例都选自1995年的资料，这使它成为一本汇编了最新案例的经营战略教科书。1994~1996年这一时期的战略研究成果和实际资料贯穿于本书各章。书中几乎所有案例也都取材于1994~1995年的资料。关于好心思食品公司（Hershey Foods）的综合案例和53个实际练习题均更换了最新数据与资料。本书还增加了40个新的Internet练习。

本书历经时间检验的特点

本书有很多经受了时间检验的特色和内容，正是这一点使它在过去10年中非常成功，这一新版本继续保持和发扬了这些特色与内容。本书的特点如下：

- 本教科书遵循了美国商学院联合会（AACSB）制定的方针，它更加注重指导实践而不是理论研究。为此，它强调对学生技能的培养。

这些技能包括制定公司目标陈述, 进行外部审计、内部评估, 以及制定、实施和评价企业战略。

- 作者遵循的写作风格是简明、交谈式、有趣味性, 并自始至终以大量的现时例子作为论述的依据。
- 全面改写的第十章“全球战略管理问题”使本书有关全球战略的内容增加了一倍, 且全书都贯穿了由最新资料构成的“全球视野”专栏。
- 自然环境主题是战略管理教科书的特有内容。本版教材各章中均可见到的“自然环境”专栏都充实了最新资料, 以进一步强调企业在经营中必须注意保护环境, 否则将受到日益严厉的惩罚和批评。
- 本书自始至终都展示了一种简单而综合的管理模型。
- 本书全面地讨论了如下这样一些战略实施问题: 公司文化、组织结构、营销观念、理财方法与技术等。
- 章节后面的 53 个实际练习题以挑战性的、有意义的和有趣的方式有效地应用了书中讲述的概念与技术。
 - 18 个习题将教材内容应用于综合案例。
 - 10 个习题将教材内容应用于学院或大学管理。
 - 10 个非常受欢迎的习题将学生带入现实商务世界并探讨重要的战略问题。
- 完全更新了内容的好心思食品公司的综合案例出现在第一章章尾, 并反复出现于各章末尾。该案例使学生能够将战略管理理论与技术应用于实际的组织。这种综合分析的方法可使学生掌握进行案例分析的能力。好心思公司欢迎教授和学生给该公司打电话(号码为: 1-800-468-1714)以获得更多的信息, 或访问好心思公司的 Internet 主页, 网址为: <http://www.hersheys.com>。
- 可持续提供各章和各案例的简装单行本。
- 教材绪论部分提供了经营战略案例分析指南。

本版的新内容

除上述经历了时间考验的原有特点外, 为了使本书成为明显领先的和读者首选的战略管理教材, 本版教材还具有一些令人兴奋的新特点。本版的变化包括如下各点:

- 增加了全新的“信息技术主题”。当前企业用计算机技术收集、分析、发送和接收信息的步伐日益加快, 这一新主题正是对这一现实的反映。很多重要的美国政府文件, 如《美国工业展望》(*U. S. Industrial Outlook*), 目前已经上网。每月更新内容的信息服务, 如国家贸易数据库(NTDB)也可在 Internet 上查到, 网址为: Gopher.stat.usgov 或 FTP.stat.usgov。
- “信息技术”专栏出现在各章中。该专栏涉及从“在家购物”到“网上发展中国家国力资料”的各种内容。

- 各章末尾的“走上网络”练习。通过访问网址：<http://www.prenhall.com/davidsm>，学生可在 Internet 上实际地查找和分析有关战略管理方面的信息。
- 第六章采用了更为系统的和分析性的方法，包括诸如威胁-机会-弱点-优势 (TOWS)，波士顿咨询集团 (BCG)，内部-外部 (IE)，大战略 (GRAND)，战略地位与行动评价 (SPACE) 和定量战略计划 (QSPM) 等矩阵的内容。
- 各章包括的新内容还有流程重组、企业规模缩小化与适度化、改组及与战略管理相关的对 World Wide Web (WWW)、Internet、CompuServe、全部联机系统 (AOL) 和 Prodigy 等在线服务系统的利用。

教学辅助材料

由于本科生和研究生水平不同，教师在战略管理或经营战略课程教学中有多种不同的需要。为满足这些需要，本书配有我们认为是现有教材中最好的教学辅助材料。

- 包括题库的教师工作手册——内容有各章纲要、讨论及复习题答案、实际练习题注释、专业术语及测试题答案。每章均有 70 个是非判断题、45 个多项选择题和 20 个问答题。
- 解题手册——提供对所有 38 个案例的全面说明。每个案例讨论均分为 13 个部分，包括概要、主要问题、讨论的问题、各种分析性比率和矩阵及一个结尾。
- 幻灯片——54 张按书中图表复制的四色高质量幻灯片。
- 软件——

Strategy Formulator ——基于 DOS 的软件包，用于帮助学生组织案例信息和数据。教师工作手册中包括一张可进行复制的主盘。

Case Analyst ——包括绝大多数案例所涉及公司的 1995 年年终财务数据。教师工作手册中包括一张可进行复制的主盘。

PowerPoint ——100，存于一张 3.5 寸软盘的书中图表的四色电子幻灯片。

计算机化的题库——具有技术支持的 PH Custom 测试软件。教师可修改现有问题，或增加自编的附加问题。

教师工作手册软盘——存于 3.5 寸信息资源管理 (IRM) 软盘。教师可在盘上加写自己的教学笔记、例子及其他信息。

- 录像带——在原有 14 个公司案例教学录像带基础上又增加了 5 盘新的案例公司彩色录像带，包括瑟克斯·瑟克斯公司 (Circus Circus)、格雷杭德汽车公司 (Greyhound)、拜尔米特公司 (Biomet)、雅芳公司 (Avon) 和波音公司 (Boeing)。
- 网址支持——40 个章尾上网习题可使学生练习进行实际的信息查询并将这些信息用于战略决策。请访问我们的网址：<http://www.prenhall.com/davidsm>。

对学生的特别提示

欢迎学习战略管理。这是一门令人兴奋的、具有挑战性的课程，它将给你做各类企业主或经理所应当具有的本领。在这门课的学习中，你的主要任务是通过口头和书面的交流制定并论证战略决策。战略决策决定了一个企业长远的发展方向和竞争地位。经营地域的扩张和多元化经营便是战略决策内容的例子。

从通用汽车公司（General Motors）到一家小五金商店，各类企业组织中都存在着战略决策。许多人的生活 and 就业受到战略决策的影响，所以它事关重大。它所导致的结果往往是企业的生死存亡。战略决策的重要性使它成为一门令人振奋和具有挑战性的课程。战略管理课程还将告诉你如何成功地实施你的战略决策。

在学习这门功课时，你既可以期望作为一个人，也可以期望作为一名团队成员而进行决策。如果不能有效地进行战略决策，无论雇员们工作多么刻苦，企业也会遇到麻烦。做恰当的事（有效能）远比正确地做事情（有效率）重要得多。例如，数字设备公司（Digital Equipment Corporation）曾兴旺于 80 年代，但无效的战略使它在 90 年代每年都发生巨额亏损。

在学习这门课程中你将有机会进行实际的战略决策，这在你的学习生涯中可能是第一次。不要犹豫，你只管果断地表明自己的立场并捍卫你认定是最好的特定战略。制定战略决策时所依据的理论比你制定的战略决策本身更重要，因为没有人确切地知道对于特定的组织在特定的时间，最好的战略是什么。这一事实加强了战略管理过程的主观性和偶然性。你应当利用本教材所提供的思想和方法，加上自己的直觉，对所研究的组织提出你认为是最恰当的战略。你还需要综合地利用过去在其他管理课程中所学到的知识。由于这一原因，战略管理经常被称为是提纲挈领的主导性课程，你将会个人藏书中永久地保留这本书。

这本教材的方针是注重实践，注重应用。它提供的战略管理观念将使你能够在各类营利或非营利组织中制定、实施和评价战略。章末实际练习题可使你能够把在各章中学到的知识用于分析好心思食品公司的综合案例，以及分析你所在的大学。

一定要使用 *Case Analyst* 和 *Strategy Formulator* 两个软件。因为这些软件将节省你的分析时间，并使你的工作成果看上去更为专业化。应用各种软件和进行口头宣讲的指南见后面的绪论，请阅读并遵循这一指南。请在本学期中努力学习战略管理并自得其乐。祝你好运！欢迎加入我们的网上读者俱乐部，网址是：www.Surfin.net/strategic。

致谢

为改进本教材的所有六个版本，很多人贡献了他们的时间、精力、想法与建议。本书的优势在很大程度上是众多战略管理专业的教授、研究人员、学生和实际工作者集体智慧与经验的结晶。对所有使本书如此受欢

迎、如此成功的人士，我表示衷心的感谢。

很多专业人士和审阅者为本版教材提供了宝贵的资料和建议。我应感谢我的很多同事和朋友，他们来自奥本大学、密西西比州立大学、东卡罗来纳大学、彭布罗克州立大学和弗朗西斯·马里恩大学。我曾在这些大学的管理系执教。这些学校中曾对本教材的不断改进做出贡献的教授是：奥本大学的比尔·霍利（Bill Holley）、阿基利斯·阿门内凯斯（Achilles Armenakis）和鲍勃·尼伯（Bob Neibuhr）、密西西比州立大学的约翰尼·吉利尼（Johnny Giglioni）、丹尼斯·雷（Dennis Ray）和丹·科克伦（Dan Cochran）；东卡罗来纳大学的路易斯·埃克斯坦（Louis Eckstein）、蒂尔顿·威尔科克斯（Tilton Wilcox）和布卡·柯什（Buc Keush）；弗朗西斯·马里恩大学的唐·凯利（Don Kelley）、鲍勃·皮尤（Bob Pugh）、杰克·戈贝尔（Jack Goebel）和鲍勃·巴雷特（Bob Barrett）。

一些组织中的案例编制人员对战略管理领域的持续进展起到了至关重要的作用，这些组织是：北美案例研究协会会议、中西部案例研究协会会议、东部案例编制者协会会议、欧洲案例研究协会会议及哈佛案例服务组织。毫无疑问，从研究的角度看，编写战略管理案例是教员的一项很有价值的学术活动。为使战略管理案例反映战略性的问题、决策与行为，需要进行广泛的研究。从教学角度讲，战略管理案例分析对于学生学会如何运用概念、评价现状、制定和实施战略来说也是至关重要的。没有一系列的、最新的战略管理案例，战略管理课程与学科将大为贫乏、大为减色。

如下人士编写的案例被收录在本教材中，他们还通过修改和补充使这些案例成为战略管理教材中资料最新的案例：

戴维·亚当斯（David Adams），（玛丽伍德大学）
克莱尔·安迪生（Claire Anderson），（奥尔德·多米宁大学）
罗伯特·安迪生（Robert Anderson），（查尔斯顿学院）
吉尔·奥斯汀（Jill Austin），（中田纳西州立大学）
斯蒂芬·巴德特（Stephen Barndt），（太平洋卢瑟安大学）
亨利·比姆（Henry Beam），（西密执安大学）
戴维·布拉德巴德（David Bradbard），（温思罗普学院）
詹姆斯·坎莫瑞斯（James Camerius），（北密执安大学）
托马斯·凯里（Thomas Carey），（西密执安大学）
约翰·钱皮恩博士（Dr. John Champion），（佛罗里达大学）
詹姆斯·克林顿（James Clinton），（北科罗拉多大学）
卡罗尔·坎伯（Carol Cumber），（南达科他州立大学）
查尔斯·多尔瑞兰德（Charles Doryland），（弗朗西斯·马里恩大学）
巴默·埃伯米（Bahman Ebrahimi），（北得克萨斯州立大学）
卡罗琳·弗希尔（Caroline Fisher），（洛约拉大学）
吉瓦尼·吉利奥尼（Giovanni Giglioni），（密西西比州立大学）
杰克·戈贝尔（Jack Goebel），（弗朗西斯·马里恩大学）
道格·格雷（Doug Gray），（企业主）
琼·黑尼伯瑞（Jean Hanebury），（科珀斯克里斯蒂得克萨斯 A&M 大学）
詹姆斯·哈宾（James Harbin），（东得克萨斯州立大学）

葆拉·海恩斯 (Paula Haynes), (查塔努加田纳西大学)

玛里琳·赫尔姆斯 (Marilyn Helms), (查塔努加田纳西大学)

查尔斯·霍弗 (Charles Hofer), (佐治亚大学)

沙伦·约翰逊 (Sharon Johnson), (贝勒大学)

迈克·基弗 (Mike Keefe), (西南得克萨斯州立大学)

杰拉尔德·科尔斯 (Gerald Kohers), (萨姆休斯敦州立大学)

查尔斯·库尔 (Charles Kuehl), (圣路易斯密苏里大学)

约瑟夫·兰佩尔 (Joseph Lampel), (纽约大学)

凯·劳瑞莫尔 (Kay Lawrimore), (弗朗西斯·马里恩大学)

特德·莱盖茨基 (Ted Legatski), (得克萨斯行政管理大学)

迪安·刘易斯 (Dean Lewis), (萨姆休斯敦州立大学)

罗伯特·洛西克 (Robert Losik), (新汉普郡学院)

查尔斯·曼茨 (Charles Manz), (亚利桑那州立大学)

约翰·马西斯 (John Marcis), (弗朗西斯·马里恩大学)

詹姆斯·麦克费登 (James McFayden), (弗朗西斯·马里恩大学)

比尔·米德尔布鲁克 (Bill Middlebrook), (西南得克萨斯州立大学)

弗朗辛·纽思 (Francine Newth), (普罗维登斯学院)

谢尔比·尼克尔 (Shelby Nickell), (企业主)

乔尼·诺比 (Joni Norby), (萨姆休斯敦州立大学)

沙伦·奥斯瓦尔德 (Sharon Oswald), (奥本大学)

丹尼斯·帕兹格博士 (Dr. Dennis Patzig), (詹姆斯·麦迪逊大学)

里奇·普里斯迈耶 (Rich Priesmeyer), (圣玛丽大学)

瓦莱丽·J·普西罗 (Valerie J. Porciello), (本特利学院)

保罗·里德 (Paul Reed), (萨姆休斯敦州立大学)

劳伦斯·赖恩 (Lawrence Rhyne), (圣迭戈州立大学)

约翰·罗斯 (John Ross), (西南得克萨斯州立大学)

乔治·罗宾逊 (George Rubenson), (索尔兹伯里州立大学)

皮特·肖德贝克 (Pete Schoderbek), (艾奥瓦大学)

阿米特·谢 (Amit Shah), (弗罗斯特博革州立大学)

贾莫·沙纽西 (Jamal Shanusie), (纽约大学)

弗兰克·希普尔 (Frank Shipper), (亚利桑那州立大学)

查尔斯·施雷德 (Charles Shrader), (艾奥瓦州立大学)

克里斯蒂·斯隆 (Christy Sloan), (查塔努加田纳西大学)

马修·桑菲尔德 (Matthew Sonfield), (霍夫斯卡大学)

蒂莫西·斯特恩 (Timothy Stearns), (马凯特大学)

卡罗琳·斯托克斯 (Carolyn Stokes), (弗朗西斯·马里恩大学)

约翰·斯坦伯里 (John Stanbury), (印第安纳大学)

克雷格·滕沃尔 (Craig Tunwall), (伊萨卡学院)

琼·特温特 (Joan Twenter), (艾奥瓦州立大学)

安德鲁·瓦阿尼利 (Andrew Varanelli), (佩斯大学)

理查德·韦恩 (Richard Wagner), (印第安纳大学)

查尔斯·沃森 (Charles Watson), (迈阿密大学, 俄亥俄州)

史蒂夫·威廉斯 (Steve Williams), (贝克学院)

柳克丽霞·齐尼特 (Lucretia Zienert), (奥本大学)

Prentice Hall 出版公司的雇员和销售人员在使本书成为战略管理领域的领先教材在幕后付出了辛勤的劳动, 诸如戴维·谢弗 (David Shafer), 纳塔利·安德森 (Natalie Anderson), 莉萨米尔·布拉西尼 (Lisamarie Brassini), 汤姆·尼克松 (Tom Nixon), 比尔·奥尔德西 (Bill Oldsey), 辛西娅·里根 (Cynthia Regan) 及布雷特·莫兰 (Brett Moreland) 等人, 曾给本教材以巨大的支持。Prentice Hall 出版公司全体雇员和经销人员为本书的出版做出了持续而艰苦的努力, 对此我深表感谢。

我还要感谢作为读者的您。感谢您花费时间和精力来阅读和学习本书。我们正共同走向 21 世纪, 本书将帮助您为您将加入的组织制定、实施和评价战略。对战略管理这一内容丰富的学科领域和本书所采取的系统化的研究方法, 我报以极大热情, 愿您与我分享这一热情。

最后, 我欢迎并希望得到您对本书及辅助材料的任何一部分的建议、想法、评论和提问。我的电话号码是: 803-661-1419; 我的通信地址是: School of Business, Francis Marion University, Florence, South Carolina 29501; 我的 E-mail 地址是: FDavid@F Marion. edu; 我的传真号码是: 803-661-1432。我需要并感谢您为改进本书未来版本所提出的建议。我尤其感谢对本书中的具体错误或缺陷所给予的指正。感谢您使用本书。

弗雷德·R·戴维

目 录

I	前言
1	绪论 如何进行战略管理案例分析
2	§ 1 什么是战略管理案例?
2	§ 2 准备案例分析的原则
4	§ 3 为课堂讨论准备案例
5	§ 4 准备书面案例分析
6	§ 5 进行案例宣讲
8	§ 6 成功进行案例分析的 50 项提示
13	I . 战略管理概述
15	1. 战略管理的性质
17	§ 1 什么是战略管理?
22	§ 2 战略管理中的关键术语
28	§ 3 战略管理模型
29	§ 4 战略管理的益处
33	§ 5 商业道德与战略管理
38	§ 6 经营战略与军事战略之比较
39	复习和讨论问题
41	综合案例和实际练习
62	2. 战略分类与内容
64	§ 1 战略类型
65	§ 2 一体化战略
68	§ 3 加强型战略