

汉译管理学世界名著丛书



战略与业绩

在全球市场上获得竞争优势

[英] 阿比·戈巴戴安 尼古拉斯·奥里甘 等 编
戴维·加利尔 霍华德·文尼



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

汉译管理学世界名著丛书

战略与业绩

在全球市场上获得竞争优势

[英] 阿比·戈巴戴安 (Abby Ghobadian) 尼古拉斯·奥里甘 (Nicholas O'Regan)
戴维·加利尔 (David Gallear) 霍华德·文尼 (Howard Viney) 等 编

张来贵 译



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

北京市版权局著作权合同登记：图字：01—2004—5188号

Strategy and Performance: Achieving competitive advantage in the global marketplace
edited by Abby Ghobadian, Nicholas O'Regan, David Gallear and Howard Viney.

Selection and editorial matter © Abby Ghobadian, Nicholas O'Regan John, David Gallear
and Howard Viney 2004.

Foreword © Paul Spence 2004.

Individual chapters © the contributors 2004.

First Published 2004 by PALGRAVE MACMILLAN.

Chinese Translation Copyright © 2004 by Economy & Management Publishing House.

This translation of Strategy and Performance: Achieving competitive advantage in the
global marketplace, The Edition is published by arrangement with Palgrave Macmillan.

All rights reserved.

图书在版编目 (CIP) 数据

战略与业绩：在全球市场上获得竞争优势/(英)戈巴
戴安等编；张来贵译.—北京：经济管理出版社，
2011.1

(汉译管理学世界名著丛书)

ISBN 978-7-5096-1263-7

I. ①战… II. ①戈… ②张… III. ①企业管理—市场
竞争—研究 IV. ①F274

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第000817号

出版发行：经济 管 理 出 版 社

北京市海淀区北蜂窝8号中雅大厦11层

电话：(010)51915602 邮编：100038

印刷：北京求实印刷厂

经销：新华书店

责任编辑：张 艳

技术编辑：晓 成

责任校对：剑 兰

787mm×1092mm/16

20.5 印张 317千字

2011年4月第2版

2011年4月第1次印刷

定价：36.00 元

书号：ISBN 978-7-5096-1263-7

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社读者服务部

负责调换。联系地址：北京阜外月坛北小街2号

电话：(010)68022974 邮编：100836

前言

全世界究竟有多少人在他们的组织机构里直接或间接参与战略的构想或重新思考呢？

我甚至无法进行一次无把握的揣测。考虑到当今越来越变化无常、复杂和以知识为基础的经济局面，很明显人数已增加并将大大增加。仅仅出于这个理由，出现一本内容包含着来自全球多位最知名的思想家关于战略的的书肯定是令人鼓舞的。

这本书中的很多思想都是有独创性的、挑战性的和（也许是）有争议的。你也许像我一样并不对每一种思考都同意，但我相信所有章节都会对你自己的战略思考有刺激作用和现实意义。

在组织复杂世界中，组织内有时很难看到有什么共同之处。有不同的民族和地区文化，公众和私有部门不同的目标，跨国大型企业与刚形成的小型企业间不同的观点，不同的领导风格，不同部分的不同需求。不过在我看来，尽管存在着这些差异，所有组织有两点基本的共同需求：需要擅长于战略思考和计划；需要在一个迅速变化的世界里不断更新自己的战略。不管是什么组织，昨天的战略不可能再适合今天的世界、更不会适合明天的世界。

本书显然能解决这些需求问题。我希望并相信你会发现这本书是有用的，并能从中得到乐趣。

保罗·斯彭斯(Paul Spence)
CEO UK & Ireland
Cap Gemini Ernst & Young

致 谢

本书中的论文都是由米德尔塞克斯大学商学院举办的英国管理学术(BMA)第 2002 年度会议上提供并讨论过的作品。

米德尔塞克斯大学商学院衷心感谢 English Partnerships 和 Capita 给予的慷慨支援。

投稿人名单

Catherine N. Axinn, College of Business, Ohio University, USA

Jay B. Barney, Fisher College of Business, Ohio State University, USA

Francisco Javier Forcadell, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, Spain

David Gallear, Middlesex University Business School, UK

Audley Genus, University of Newcastle-upon-Tyne Business School, UK

Abby Ghobadian, Middlesex University Business School, UK

Malcolm Goodman, Durham University, UK

Charmine Härtel, Monash University, Australia

Michael A. Hitt, W. P. Carey School of Business, Arizona State University, USA

R. Duane Ireland, Robins School of Business, University of Richmond, USA

Paul J. Knott, University of Canterbury, Christchurch, New Zealand

Craig R. Littler, University of London, Royal Holloway and Curtin University Business School, Perth, Australia

Matthew Neale, Queensland University of Technology, Australia

Hannah Noke, University of Bradford School of Management, UK

Nicholas O'Regan, Middlesex University Business School, UK

Zoe J. Radnor, Warwick Business School, UK

Alex Rialp-Criado, Autonomous University of Barcelona, Spain

Josep Rialp-Criado, Autonomous University of Barcelona, Spain

Tudor Rickards, Manchester Business School, UK

Alan M. Rugman, Indiana University, Kelley School of Business and Templeton College University of Oxford

Michael D. Santoro, Lehigh University, Bethlehem, Pennsylvania, USA

Sharon Thach, Tennessee State University College of Business, USA

Howard Thomas, Warwick University, UK

Tony W. Tong, Fisher College of Business, Ohio State University, USA

Alain Verbeke, University of Calgary, Canada

Howard Viney, Middlesex University Business School, UK

Elisabeth Wilson-Evered, Monash University, Australia

目 录

表目录和图目录	7
前言	10
致谢	11
投稿人名单	12
第1章 在新的竞争环境中创造价值	1
序言	1
战略:应付越来越复杂的情况	3
参考文献	7

第一部分 在全球市场上竞争

第2章 发展和管理战略联盟、积聚社会资本与创造价值	15
提要	15
序言	16
发展和管理战略联盟是一项关键性管理能力	18
确定联盟范围	20
伙伴选择	20
资源配置、优化和利用	22
社会资本	23
价值创造	27
结束语	30
参考文献	31
第3章 对跨国企业理论的看法和文明社会	37
提要	37
序言	37
世界贸易组织:对立的观点	39

文明社会与全球化	42
文明社会的政治经济	46
对跨国企业理论的看法和文明社会	48
跨国企业和文明社会:管理外部的利益相关者	50
结束语	52
参考文献	53

第二部分 变化中的行业结构

第4章 内聚资源与外购资源相比:对学习理论的分析 and 应用	57
提要	57
序言	58
以资源为基础的经济效益理论	60
以资源为基础的竞争优势理论	63
组织的学习理论	66
结束语	74
参考文献	75
第5章 公司能力分析和管理的更好的方案结构	83
提要	83
序言	83
能力观点的应用	85
以经验为根据的基础	86
观察到的能力特点	89
能力结构的轮廓	91
刚性问题(ridigity problem)的解释	92
概念图解的应用	94
结束语	95
参考文献	96
第6章 无形资源与出口销售战略作为出口运作情况的决定性因素:	
来自以资源为基础的观点的实验分析	99
提要	99

序言	100
一般理论框架:以资源为基础的观点	101
模型和假设	106
研究方法	107
结论	116
讨论	122
结束语	123
注释	125
参考文献	126
第7章 战略计划:提高销售业绩的关键	133
提要	133
序言	134
操作战略计划程序	138
运作情况的衡量测度	139
方法	140
问卷回答情况	143
分析	145
讨论	150
操作环境	151
结束语	155
注释	156
参考文献	156

第三部分 组织变更

第8章 理解20世纪90年代的人力资源(HR)战略	163
提要	163
序言:20世纪90年代是转变的10年吗?	163
战略假设的改变	165
裁员/削减层次(DS/DL)模式	166
管理人员和专业人员的劳动强度加大	172

杰出团队	173
权力转换	174
结束语: 20 世纪 90 年代的教训	175
注释: 方法论(methodology)	176
参考文献	177
第 9 章 变革时代的经营管理:避免在管理上目光短浅	183
提要	183
序言	183
主要问题	185
方法	187
资料分析	190
研究结果	196
参考文献	199
第 10 章 理解惰性(Understanding Inertia):培养多学科观点?	201
提要	201
序言	201
生态的公共组织的和行业组织经济的惰性理论	202
组织内的惰性研究	206
认识能力接近解释惰性问题的	208
讨论与结论:分析惰性的一种跨学科方法	210
参考文献	212

第四部分 管理技术的变化

第 11 章 技术资源、社团多样化和运作情况间以资源为基础的动态互动	221
提要	221
序言	222
技术资源与社团多样化之间的动态互动	224
技术资源、社团多样化和运作情况	231
结束语	235

注释	236
参考文献	237

第五部分 创 新

第 12 章 研制引领创新之路的罗盘	251
提要	251
序言	252
方法	253
创新罗盘	255
案例研究的背景	256
研究结果	257
结束语	263
参考文献	265
第 13 章 领导与创新:正在凸现的结构与理论间的协同作用	267
提要	267
序言	268
团体创新理论	268
衡量团体创新	269
创新气氛	269
团体创新(Group innovation).....	270
领导与创新	272
综合研究主动和被动领导作风	273
关于领导与创新问题研究的总结	275
方法	277
团队内要一致(Group level agreement)	278
结果	278
讨论	280
参考文献	282

第六部分 结 论

第 14 章 战略管理:发展及未来的方向	289
序言	289
关于战略的理论文献.....	290
什么是战略研究中的主要学术思想和影响?	295
对未来战略管理问题的研究	298
参考文献	301

表目录

表 1.1	影响企业活动的诸因素 / 4
表 4.1	对不同环境下的学习方法和机制的概括 / 68
表 5.1	案例研究概要 / 87
表 5.2	面谈时问卷中使用的主题 / 87
表 6.1	在(HOMALS)分析中采用的数量变数 / 109
表 6.2	HOMALS 分析产生的综合范围 / 119
表 6.3	ANOVA 出口强度(出口占总销售额的百分比) / 120
表 6.4	回归判断结果 / 120
表 6.5	多比判断结果 / 121
表 7.1	关于调查战略计划与销售情况之间关系的研究报告的总结 / 136
表 7.2	抽样数字统计 / 143
表 7.3	对战略计划过程特点的强调程度 / 147
表 7.4	对机构运作情况特点的强调程度 / 148
表 7.5	规范的职能间的关系: 战略计划特点与运作情况范围 / 149
表 7.6	把产品和方法变更或加剧竞争视为各自环境的 公司对战略计划特点的强调程度 / 153
表 8.1	DS/DL 模式与传统的泰勒主义对比 / 168
表 8.2	裁员类型学 / 170
表 8.3	澳大利亚、新西兰和南非 1995 ~ 1998 年资料: 由于裁员(DS)和削 减层次(DL)中层管理人员的工作量变化情况 / 171
表 9.1	CATWOE 分析 / 189
表 9.2	CATWOE 分析采访资料 / 192
表 12.1	因素及相关代码 / 255

- 表 12.2 案例研究公司的详细情况 / 257
- 表 12.3 结构因素的定量数据 / 257
- 表 12.4 领导因素的量化结果 / 259
- 表 12.5 关于产出效率因素的定量数据 / 260
- 表 12.6 团队因素的量化结果 / 261
- 表 13.1 团队气氛和领导作风之间的平均值、标准误差和相互关系 / 279
- 表 13.2 改革型领导因素和团队创新气氛之间的相互关系 / 279
- 表 13.3 多项回归结果：管理者的领导作风与团队气氛 / 279

图目录

- 图 2.1 联盟的发展与管理,社会资本和价值的创造/18
- 图 3.1 对世界贸易组织(WTO)的不同看法/41
- 图 3.2 贸易和投资方式的选择/49
- 图 3.3 跨国企业战略和文明社会/51
- 图 5.1 能力的基本概念图解/91
- 图 5.2 显示能力和刚性共同根源的概念图解/93
- 图 5.3 用于化学产品的概念图解/93
- 图 5.4 牢固扎根的特性分析/94
- 图 6.1 以资源为基础的出口业绩决定因素模型/106
- 图 6.2 多项符合分析(HOMALS)结果/117
- 图 9.1 由问卷调查资料得来的大量情况描述/191
- 图 9.2 基于根(root)定义绘制的概念模型/192
- 图 11.1 技术资源、社团多样化和运作情况间的动态关系/225
- 图 12.1 创新罗盘/253
- 图 12.2 为厄尔特拉制定的总体创新罗盘/258
- 图 12.3 为比尔林斯制定的总体创新罗盘/263
- 图 13.1 改革型领导和团队气氛之间产生的关系/275
- 图 13.2 多因素领导调查表(MLQ)与团队气氛清单(TCI)之间的概念排列/275
- 图 13.3 领导作风与创新气氛之间的关系/282

第 1 章 在新的竞争环境中创造价值

作者：阿比·戈巴戴安 (Abby Ghobadian); 尼古拉斯·奥里甘 (Nicholas O'Regan); 霍华德·文尼 (Howard Viney); 戴维·加利尔 (David Galleary)

序 言

过去 20 年来,全球竞争环境发生了重大变更。不断增加的全球化进程、更多地使用新技术以及互联网的出现(阿米特与左特,2001;坎特,2001;麦肯德里克,2001;默撒,1998),使得当今的竞争更加激烈。其他因素包括迅速、而且从根本上在改变着竞争环境(艾森哈德特与布朗,1998)。将近 10 年之前,伯蒂斯与希德(1995)所指的就是这种正在产生的新的竞争环境。大约在同时,戴维尼(1994)提出了极度竞争(hypercompetition)观点,当时他讲道:在固有的不稳定和变动中,极度竞争条件正在显现出来。一个有活力的、很可能引起激烈反应的环境对任何商业行为来说都会产生重大影响,如:需要更大的适应性和灵活性(沃尔伯达,1996);为获得竞争优势而需要的新的市场规则以及必要的组织结构和权限(艾森哈德特与布朗,1998;哈梅尔,2000)。

正在发生变化的市场环境已得到普遍承认,并有图书资料为证。例如,