

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787509605349

10位ISBN编号：7509605342

出版时间：1970-1

出版时间：经济管理出版社

作者：徐二明 编

页数：125

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>

内容概要

这一期的社会网研究专栏是“中国社会学会社会网暨社会资本研究专业委员会”接受“战略管理”徐二明总编邀请而特别制作的。

杨松负专栏主编之责，罗家德、杨松、宋华与冯云霞四位理事会成员承担了编辑的任务，从学会第五次“社会网暨关系管理研究研讨会”的四十多篇与管理有关的论文中，特别挑出相关论文，经审稿修改后集结成此专栏。

另外，我们还邀请了在国内外社会网研究中颇有声誉的边燕杰教授提供他的论文，并作为本期的特别介绍人物。

书籍目录

社会网络网络脱生：创业过程的社会学分析圈子理论—以社会网的视角分析中国人的组织行为集群内企业社会资本对其创新绩效的影响变革型领导行为对领导社会网络中心性与领导效能关系的影响研究高校科研团队网络结构特征对科研创新绩效的影响研究集群环境下中小企业网络对融资质量的作用机制研究战略研究战略管理学科研究的新话题与新视角我国铁矿石国际贸易定价权问题研究企业可持续发展研究的战略视野公司治理机制对高管薪酬影响的研究专利竞赛理论发展脉络探析与本土化研究的启示

章节摘录

企业因需求而生。

对于新古典主义经济学而言，这是一个常识性的结论（Becker，1976）。

根据这一流派的观点，在完全市场中，供需相当即为均衡。

当需求得不到有效满足时，失衡就出现了。

这种失衡蕴藏着经济发展的机遇，并为新企业的建立提供必要的空间（McKenzie and Tullock，1989）。

如果这种需求是即时性的，新企业的存在就可能是短期的；如果这种需求是强烈且持续的，新建企业则有可能长期存活并不断成长（当然，我们假设新企业的产品或服务的质量和价格是符合市场需要的）。

简而言之，企业的建立和成长可以用市场需求理论来解释，新企业的出现正是为了要有效满足特定的市场需要。

解决供不应求，建立新企业并不是唯一的解决办法。

在所有经济体中，一个常见方法就是提高现有的企业的经济效率（Becker，1976）。

然而，对于20世纪80年代的中国而言，这条道路行不通：在公有制一统天下时，没有实际意义上的竞争，企业效率普遍低下，国有部门中的产权安排不能有效地激励生产者，而国有体制之外的商机则对他们更有吸引力。

事实上，20世纪80年代中国改革的关键就在于“放鸟出笼”政策，为国有体制之外的新型经济组织和经济行为的出现提供条件（Nuaghton，1995）。

在这样的宏观架构和商业氛围之中，像前面访谈到的企业家，他们在遇到特定的机会时，就会考虑自己的从商之旅。

这些故事同时印证了Granovetter（1985）提出的“结构嵌入型”的重要性：机会根植于既有的社会关系网络之中，这些关系网络使企业可以有效地获取和使用组织信息，与其他经济实体与决策人建立与信任，以利交易。

需要注意的是，这样的经验事实并不只适用于中国。

事实上，在西方社会，类似的实例是大量的：社会网络的角色体现在英国纺织业的扩张、美国玻璃企业的成长（White，2002），芝加哥信贷的发放（uzzi，1997）等。

在中国经济转型背景下，社会网络在传递经济情报的过程中，起着非常重要的作用，这主要是因为信息的规格化程度低，不适于市场传递，即Boisot和Child（1996）所谓：信息的非格式化问题。

此外，社会网络的作用还在于保护企业免受地方政府的威胁（Peng，2004），在法制不健全的情况下为商业合同的履行和运作提供保证（zhou等人，2003），获取多种稀缺资源以提升企业的生产能力（Bian，2002）。

那么，在创业时，社会网络的特殊作用是什么呢？

企业家访谈结果表明，建立新企业的三个步骤中，都需要社会网络：了解商机：这种“了解”可以是无意之中做到的事，正如宋先生的例子：在无意间，他通过自己的棋友得到有用的信息；当然这种“了解”也可以是有意识地进行的：如冯先生的例子，他主动从经商的邻里和亲朋那里了解有关的商机。

筹集创业资金：就像在香港和其他市场经济中一样，珠三角的企业家们也是在启动资金不足的情况下开始自己的经营的。

由于中国资本市场不发达，当自己的私人存款不足以支持创业的时候，很少有企业家可以方便地从国家或是地方银行得到他们所需要的资本。

大多数人是通过向家人、亲戚、朋友和通过其他社会活动结识的人借钱来开始经营的。

这种融资方法，或是通过非正式的民间借贷，或是通过合伙经营（如冯先生的例子）来实现。

得到订单：提供订单的人往往就是提供商机信息的人（如宋先生例子中的“老曹”），或是创业合伙人（如冯先生例子中的“三哥”）。

总而言之，了解商机，筹集资金，得到订单，是与企业家的社会网络紧密相关的创业过程中的三个环

节。

<<战略管理>>

编辑推荐

网络脱生：创业过程的社会分析、圈子理论——以社会网的视角分析中国人的组织行为、战略管理学科研究的新话题与新视角、我国铁矿石国际贸易定价仪问题研究。

战略管理征稿启事：《战略管理》（JOURNAL OF STRATEGIC MANAGEMENT）是在海内外知名专家、教授的参与和支持下，由经济管理出版社出版的国内第一本专门刊载企业战略管理研究最新成果的专业性学术刊物。

1《战略管理》的办刊宗旨 刊物致力于推动企业战略管理理论，特别是中国企业所面临的战略问题的高层次研究。

其使命是：通过凝聚海内外战略管理研究力量，在企业战略管理领域中推出一批理论领先、方法规范，具有重要理论贡献和实践意义的学术论文，以促进企业战略管理的研究，特别是中国本土战略管理学派的发展。

刊物提倡学术面前人人平等，鼓励学术争鸣，倡导多元文化并存，反对学术霸权，优先发表原创性的、见解独立的研究成果。

因此，不管是定性的还是定量的论文，我们都要对其进行以下方面检验：文章是否聚焦于企业战略管理研究；文章所提出的问题是否具有重要的理论和实践意义；文章的研究方法是否得当，证据能否支持文章核心命题；文章的结论是否具有独特性和启发性，是否具有说服力；等等。

2稿件的范围与类型 刊物追求原创性、理论化和多样性。

刊物的目标读者群为从事战略管理问题研究和教学的科研人员、教师、研究生，以及企业界的相关人士。

刊物开设的一级栏目包括：主编寄语、理论综述、学术评论、战略思维研究、企业环境研究、战略制定研究、战略实施研究、战略创新和变革研究、跨文化战略比较研究等；二级栏目主要包括：产业演化、竞争能力、业务战略、多元化战略、并购与重组战略、国际化战略、战略联盟、公司治理、战略领导力、组织结构和控制、战略创新、组织变革等。

3稿件的格式与处理程序 稿件字数不得低于8千字，一般不超过12千字，中英文均可。

稿件应提供中英文题目和摘要、作者简介、通信地址（包括电子邮件、联系电话等）以及参考文献。文稿表达要简明扼要，所列参考文献不宜过多，要用有代表性和权威性的资料。

稿件的具体格式要求请参考“战略管理杂志网站”的投稿指南。

本刊对于所有稿件，包括特约论文都采用双匿名审稿制。

我们会在接到邮件后及时提供反馈，并在文稿收到后12周内做出稿件处理决定。

无论稿件是否被录用，刊物都将向作者提出反馈意见，以期促进学习交流，提高研究水平。

为便于稿件审阅和处理，刊物只接受电子版文稿，WORD图表应另附在文章后。

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>