

<<战略与能力>>

图书基本信息

书名：<<战略与能力>>

13位ISBN编号：9787802072237

10位ISBN编号：7802072239

出版时间：2005-6

出版时间：经济管理

作者：格雷姆·萨拉曼

页数：232

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>

<<战略与能力>>

内容概要

本书分析了组织变革的现状及其根由，探讨了变革中的组织结构、变革过程、变革中的文化，建立了提高组织绩效的五种方法模型，明确了战略与组织能力，提出了使组织结构与企业战略相适应的匹配组织，挖掘了基于资源的战略观和战略制定过程，完善了资源与能力、理性与战略、组织程序等，重塑了具有战略优势理论和组织学习理论，形成具有适应性的组织与组织战略。

本书试图强调提供给现代经营管理人员的许多建议所具有的欺骗性的简单性以及有吸引力但有误导性的确定性。

第一章建立了全书内容的总体框架。

它澄清并强调了组织内部最近所发生的一些主要变革，并分离出这些变革的一些主要特征。

第二章提出了改善组织绩效的五种方法中的每一种方法的订特征。

第三章提出并讨论了两种方法：开放的方法和封闭或绝对的方法。

第四章提出了建立在资源基础上的方法。

第五章描述分析组织特征——结构、文化、系统等——的方法能够对战略开发方法产生影响。

第六章对可用于组织的战略选择进行考察，并强调战略其本身含义的复杂性和不确定性。

第七章是改善组织绩效的最后一种方法，以及SRHM论文中普及和频频使用的成分：学习型组织或适应型组织。

第八章是本书论据的总结和结论。

<<战略与能力>>

作者简介

格雷姆·萨拉曼是奥朋大学商学院专门从事组织研究的教授，是教学计划与大纲的负责人，同时还是企业研究项目的负责人。

继毕业于雷斯特大学并获得社会科学一级学位后，他获得了牛津大学组织社会学博士学位。两年后进入奥朋大学工业心理学研究所。也曾在剑桥大学任教。

他现在的研究方向是创新管理、变革管理、竞争管理、战略人力资源管理以及绩效管理。他曾在社会科学系主讲或讲授产业社会学和组织社会学一些课程，并在商学院主讲或讲授包括BABS和MBA项目在内的课程，如企业战略、决策制定和人力资源战略管理等。

他在自己感兴趣的研究领域所撰写的专著、论文有60多部。他最新出版的专著包括《人力资源战略管理》、《组织》、《决策指定》和《提高组织绩效》。最近，他正着手写作名为《创新管理》的专著。他新近发表的文章，一篇载于《人际关系》，另一篇载于《管理研究杂志》。两篇文章均是2002年刊出的。他为奥朋大学出版社编辑了一套名为《管理工作与组织》的丛书。他担任了许多组织的顾问。

<<战略与能力>>

书籍目录

鸣谢绪论第一章 组织变革的现状及其根由 引言 变革中的组织结构 变革过程 变革中的文化 使用顾问
开发战略性的人力资源 小结第二章 模型：提高组织绩效的五种方法 引言 了解战略 了解组织的能力 小
结第三章 “匹配”：使组织结构与企业战略相适应 引言 了解组织 探究组织 设计有效的组织 提高组织
绩效的封闭或绝对的方法第四章 基于资源的战略观 引言 资源与能力 优势来源的分析 战略能力的实用
性 小结第五章 制定战略 引言 认识的局限 理性和战略思考 当战略误入歧途 组织背景中的集体程序 组
织政治 组织程序 共享的认识结构与传统 观念的外部实体 小结第六章 开发战略 引言 关于战略的不同
观点 竞争、绩效和战略匹配 竞争优势和公司的成功 波特的一般性战略 创新作为竞争优势的一个来源
战略开发的投资组合方法 反投资组合观点 检验战略 战略选择的风险和不确定性 小结第七章 具有适应
性的组织 引言 组织的适应性 学习型组织和组织的学习第八章 总结与结论参考资料主题索引

<<战略与能力>>

章节摘录

人们辩论到，官僚体制的僵化、无人情味和以规则为核心的性质，必须由灵活、激情和参与所取代。

新的组织必须面向市场来构建，最重要的是必须由市场来构建。

组织的最佳原则是那些迫使组织对市场力量作出回应的原则。

人们将自由市场体制视为一种具有内在效力的模型，认为全部的内部组织关系都应该借助这一模型来进行重组。

但是，将组织及其成员暴露在市场——以及至高无上的消费者——的压力之下，是确保根本性的、合乎道德规范的重组（“改革”）的必要而并不充分的条件。

组织的每一个成员和每一个部门与领域也都必须“贴近顾客”，开发事业机会——而不是依靠或按照组织的规则行事，理解而且能够并愿意对市场要求和客户需求作出正确的反应。

为了保证组织及其成员将精力集中于识别和满足客户的需要，组织内部世界的重组就应按照市场原则进行。

这样，组织内部管理阶层的控制就为模拟的或真实的市场控制所取代：部门、地区、学校和医院，都成了准企业性质的组织，其间的交易就成了买方和卖方的交易。

公司被分解成需要达成其明确贡献目标的半自治的、面向市场的企业单位或利润中心。

这种政策被认为旨在消除障碍性的和功能紊乱的官僚控制，释放内在的企业家精神，并使当地的管理对满足市场需求以适应绩效目标要求的必要性较为敏感。

就这种风格的政府而言，一个关键的要素是在重新定义社会关系方面分派给契约（或服务水平）协议概念中的决定性作用。

政府的企业家形式，诸如契约化，就涉及将社会的（或组织的）内容重新想像成一种经济的形式。

组织重组的这种形式并不限于私人部门的组织。

这种组织和管理的新技术的决定性特征在于，企业形式被一般化于组织的所有形式（公有和私人）和所有领域。

低效率的消除只能通过市场力量的一种大剂量运用。

在这些[国民健康服务（NIHS），英国铁路系统，等等]例子中，市场和客户的强制引入或创造，要么是通过直接的私有化；要么就是通过间接的方法，如竞争性投标、代理人市场的引入、投资政策的操作、服务水平协议和标准的设立，等等。

在英国，借助市场力量和市场关系来变革组织的尝试不仅已经涉及企业（仍旧为现时的工党政府所大力扶持的企业）与市场相交锋的领域，而且还通过立法，要求公共部门的组织为外部的竞争性投标提供服务，并发展至市场领域的进一步扩大——私人企业和市场的合理性领域。

有趣的是，这种坚决主张，即为了克服官僚体制的功能失调而应该按照市场和客户的要求进行组织重组，其自身不仅常常需要官僚体制的极大膨胀（由警察、教师、学术研究人员、医生等所完成的文书工作，所有这些又要一个检查团体或过程来进行评价），而且常常又是集权的和官僚体制的强制的结果。

市场力量作为组织重组原则的应用并不会中止组织所有单位与其所处市场之间的关系。

这种关系也可以通过种种首创精神而应用于组织内部——例如，及时生产（JIT）或全面质量管理（TQM）体系，二者均需要按照消费者模型重新定义单位或员工之间的关系：员工成为彼此的消费者。

团队工作建立在同一机制之上。

<<战略与能力>>

编辑推荐

本书是作者们多年来单独或共同为一些公司的经理人员和人力资源管理人士构成的小组举办的一系列讲习班、专家研究会产生的成果，是就组织变革及组织变革建议的积累和表述。全书分别介绍了组织变革的总体理论框架、改善组织绩效的方法的主要特征、基于资源的战略观、组织变革开发战略等，为现代管理人员提供了非常有益的建议。

<<战略与能力>>

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>