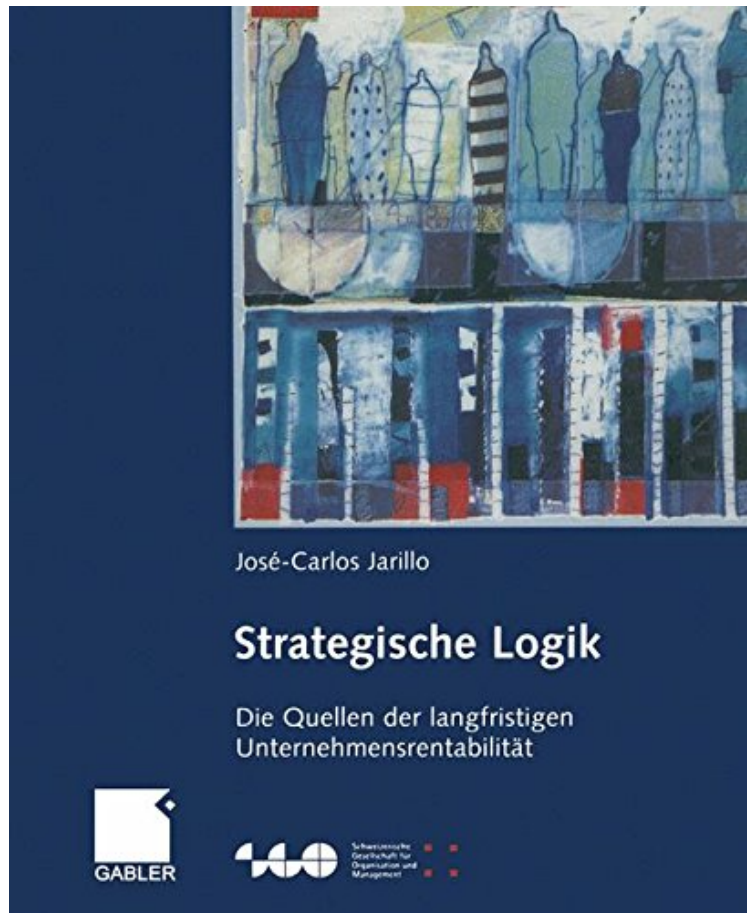


[Read free] Strategische Logik: Die Quellen der langfristigen Unternehmensrentabilität (Schweizerische Gesellschaft für Organisation und Management)

Strategische Logik: Die Quellen der langfristigen Unternehmensrentabilität (Schweizerische Gesellschaft für Organisation und Management)

Von Jos-Carlos Jarillo
ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



Produktinformation - Verkaufsrang: #221167 in BcherVerffentlicht am: 2003-02-25Einband: Gebundene Ausgabe298 Seiten | File size: 26.Mb

Von Jos-Carlos Jarillo : Strategische Logik: Die Quellen der langfristigen Unternehmensrentabilität (Schweizerische Gesellschaft für Organisation und Management) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Strategische Logik: Die Quellen der langfristigen Unternehmensrentabilität (Schweizerische Gesellschaft für Organisation und Management):

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen10 von 10 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. hervorragende Anleitung zur Entwicklung und PrfungVon Franz TrauthHervorragende Anleitung zur Entwicklung und Prfung von Unternehmensstrategien.Das beste mir bekannte Buch zur Entwicklung und Prfung von Unternehmensstrategien, anspruchsvoll, gut lesbar und mit vielen Beispielen illustriert. Es hilft dem Leser als

Eigentmer, Investor oder als Manager die strategischen Pläne eines Unternehmens auszuwerten und ggf. zu korrigieren. Der Autor legt eine umfassende Logik der unternehmerischen Rentabilität vor, mit der er zum einen erklären kann, warum einige Unternehmen rentabler sind als andere und zum anderen vorhersagen kann, wie Rentabilität beeinflusst werden kann, durch Veränderungen im Innern oder in der Umwelt. Das Modell ist einfach genug, um auf alle Situationen anwendbar zu sein und erlaubt es gleichzeitig, komplexe Situationen und schnelle Veränderungen zu erklären. Jarillo entfaltet seine Rentabilitätstheorie in drei Schritten: I Die grundlegenden Elemente der strategischen Logik II Analyse von Prozessen im Unternehmen III Anwendung der Logik Er veranschaulicht seine Denkweise konsequent und Schritt für Schritt (und sehr verständlich) und erklärt strategische Ansätze an zahlreichen praktischen Beispielen. Er beschreibt auch, was Strategie nicht ist. Eine der sehr plausibel dargelegten Kernaussagen: Das Konzept der Rentabilität ist sinnvollerweise nur auf Prozesse anzuwenden, nicht auf Unternehmen (als eine Summe von rentablen und nicht rentablen Prozessen) oder gar Branchen. Man muss ein Unternehmen oder einen Geschäftsbereich in seine einzelnen Prozesse zerlegen und auf ihre Rentabilität hin untersuchen. Denn die so genannte Rentabilität eines Unternehmens wird bestimmt durch die Fähigkeit, einige wenige Prozesse (manchmal nur einen einzigen) rentabel zu gestalten. Im Zentrum stehen deshalb das Denken in Prozessen und die Möglichkeiten, den Eintritt anderer in die eigenen rentablen Prozesse durch Eintrittsbarrieren (nach Porter) zu verhindern oder zu erschweren. Von dieser Überlegung ausgehend analysiert der Autor drei Wachstumsrichtungen (Achsen"), mittels derer Unternehmen ihre strategische Position bestimmen und entwickeln können: 1. Produkt / Markt (Womit befassen wir uns?) 2. Geographie (Wo wollen wir es herstellen?) 3. Vertikale Integration (Was wollen wir konkret herstellen, und was kaufen wir extern?). 17 von 42 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Strategische Analyse auf den Punkt gebracht Von Ein Kunde Lesern aus Praxis und Hochschule, die sich mit strategischem Management schon etwas auskennen, wird das flüssig und anschaulich geschriebene Buch eines fundierten Kenners gefallen. Ohne von den Kernaussagen durch umständliche Erklärungen der Analysewerkzeuge abzulenken, demonstriert Jarillo anhand prominenter Praxisbeispiele den Denkansatz einer Analyse strategischer Wettbewerbsvorteile. Argumentiert wird auf der Grundlage des durch Porter bekannten marktorientierten Ansatzes. Im Zentrum stehen strategische Entscheidungen über die Tätigkeitsfelder von Unternehmen wie vertikale Integration, Diversifikation oder Internationalisierung. Das Thema ist nicht neu, aber Interesse verdient Jarillos Buch, weil er zu unorthodoxen Aussagen gelangt, die man in Lehrbüchern kaum findet. So empfiehlt er, die Analyse an einzelnen Prozessen (FE, Produktion, Vertrieb etc.) und nicht - wie häufig empfohlen - an ganzen Geschäftsbereichen anzusetzen. Eine herausragende Rolle in dem Buch spielen die Markteintrittsbarrieren, ohne die sich die Rentabilität auf Dauer nicht schützen lässt.

Pressestimmen "Logisch denken können viele Manager. Die wenigsten, sagt Jos-Carlos Jarillo, nutzen die Fähigkeit bei strategischen Entscheidungen. Sie glauben an unbedingtes Wachstum und andere Management-Mythen. Das Buch seziiert diese anhand zugespitzter Beispiele." Handelsblatt, 12.03.2003 Werbetext Logische Grundlagen des Erfolgs Kurzbeschreibung Basierend auf Fallbeispielen und theoretischen Grundlagen zeigt Jos-Carlos Jarillo überzeugend, wie man "logisch" Entscheidungen analysiert, die für den langfristigen Unternehmenserfolg entscheidend sind. Betrachtet werden dabei sowohl technologische Entscheidungen als auch die Fragen der Vertikalen Integration sowie der Internationalisierung und der Festlegung des richtigen Diversifizierungsgrades. Mythen des Strategischen Managements, wie die vorrangige Bedeutung von Wachstum oder die Forderung, die Nummer eins in einem bestimmten Markt zu sein, werden in Frage gestellt. Praktische Hinweise zur Anwendung der Strategischen Logik runden das Buch ab.