第一图书网, tushu007.com

<<转换成本、战略锁定与企业间竞争行>>

图书基本信息

书名：<<转换成本、战略锁定与企业间竞争行为>>

13位ISBN编号：9787306031600

10位ISBN编号：7306031600

出版时间：2008-8

出版时间：中山大学出版社

作者：董佺

页数：189

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

我国在加人世界贸易组织后，对外开放的过渡期即将结束，一些重要的服务领域，例如电信业和金融服务业，面临全面对外开放的形势。
一方面，在这些行业，跨国公司进入中国的“门槛”进一步降低，市场份额可能会出现较大的上升；而另一方面，这些行业虽然正在扩大对外开放，但对于许多民营企业来说仍面临较高的政策性进入壁垒。
在这些行业中，消费者的消费决策存在较为明显的转换成本。
这种特点对于开放环境下企业的战略行为具有重要的影响。
在这种背景下，《转换成本、战略锁定与企业间竞争行为》采用博弈分析方法，借鉴产业组织理论的研究成果，对转换成本条件下的企业战略行为及其福利后果进行了分析研究，并用国外企业的相关材料来印证相应的理论分析结论。
在此基础上，从微观角度对我国对内开放和制定反垄断法的必要性做出了理论解释。
如果存在一定的转换成本，在单一产品市场，企业各自锁定了一部分客户，因此能够在竞争程度不太激烈的条件下瓜分市场，并在各自拥有的市场份额内占据市场垄断地位。
因此，企业间同时行动的市场竞争趋向于合谋解，因而会恶化消费者福利。
而当企业先后进入市场时，拥有一定市场支配地位的企业，往往利用消费者的转换成本，来遏制更有效率的潜在竞争者的进入，因而降低了社会效率。

书籍目录

第一章　引言第一节　问题的提出第二节　本书结构、研究思路和方法第三节　主要的创新之处第二章 转换成本的性质及相关文献综述第一节　转换成本及相关概念2.1.1　转换成本2.1.2　转换成本的应用第二节 基于转换成本的企业战略研究2.2.1 转换成本与锁定2.2.2　转换成本与企业战略行为第三章　差异化空间竞争模型第一节　没有转换成本的空间竞争模型3.1.1 基于市场差异化定位的价格竞争3.1.2　企业市场差异化定位分析3.1.3 小结第二节　含有转换成本的简单模型3.2.1　模型3.2.2　市场均衡分析第三节　结语第四章　转换成本与企业在单一市场内同时行动竞争第一节　差异化竞争模型4.1.1 模型介绍4.1.2　第二阶段的价格竞争4.1.3　第一阶段的价格竞争4.1.4　消费者预期对均衡的影响4.1.5　现实环境中转换成本条件下的差异化产品竞争第二节　基于转换成本的同质产品竞争4.2.1 第二阶段的市场竞争4.2.2　第一阶段的市场竞争4.2.3 小结第三节　福利分析4.3.1 差异化产品条件下的福利分析4.3.2　“同质产品条件下的福利分析4.3.3 小结第四节　结语第五章　外生转换成本条件下的企业间先后行动博弈：遏制与容纳战略第一节　企业的遏制与容纳战略5.1.1　模型5.1.2　第二阶段的竞争分析5.1.3　第一阶段的产量竞争第二节　对企业遏制与容纳战略的进一步分析5.2.1 市场需求扩张条件下的企业战略5.2.2　在位企业对遏制与容纳战略的选择第三节　启示与结论第六章　内生转换成本条件下的企业间竞争第七章　转换成本与企业间多产品市场竞争第八章　政策结论：反垄断立法与对内开放的必要性参考文献

章节摘录

第一章 引言　　第一节 问题的提出　　我国在加人世界贸易组织后，对外开放的过渡期即将结束，一些重要的服务领域，例如电信业和金融服务业，即将面临全面对外开放的形势。
一方面，在这些行业，跨国公司进入中国的“门槛”进一步降低，市场份额可能会出现较大的上升。
另一方面，这些行业虽然正在扩大对外开放，但对于许多民营企业来说仍面临较高的政策性进入壁垒，对内开放的进程远逊于对外开放的进程。
　　在许多未对民营企业开放的行业，我国目前已经基本具备了对内开放的客观条件。
因此，在学术界，“对内开放”一词出现的频率也有明显提高。
近期针对这方面的研究集中于三个方面：其一是基于区域间产业布局的优化和地区间专业分工的进一步改善的必要性（时旭辉，2005；周怀峰，2004）；其二是分析构成民营企业进入的制度性壁垒的主要因素（罗丽英，李国英，2003），进而强调对内开放对我国宏观经济的积极影响；其三是集中分析对内开放过程的宏观因素以及制度安排（王曙光，张元琦，2005；陈东琪，2005；王国刚，2003）。
现有的文献均未明确地分析跨国公司与民营企业进入顺序的差别带来的市场竞争后果及其背后的市场机制，也没有从微观角度明确地解释某些行业对内开放的必要性问题。
　　在这些服务领域，往往都是转换成本较为明显的产业。
其特征是：如果消费者要更换其服务供应商，需要承担较大的代价或不便。
因而，转换成本使得企业一旦与客户建立联系之后，就在未来的一段时间内锁定了客户。
在成熟的市场经济条件下，市场主导企业通常利用转换成本的特性，调整自己的竞争策略，抑制竞争对手，强化市场控制能力。

第一图书网, tushu007.com
<<转换成本、战略锁定与企业间竞争行>>

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