

图书基本信息

书名：<<竞争合作范式与网络化企业组织研究>>

13位ISBN编号：9787500482826

10位ISBN编号：7500482825

出版时间：2009-12

出版时间：中国社会科学出版社

作者：巨荣良

页数：243

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

竞争是人类社会经济活动的一条主线、工业经济时代企业最基本的行为方式是竞争与垄断、竞争与垄断是产业组织的基本范式、卡特尔——企业早期的市场合作(合谋)行为、卡特尔组织的效率性、企业组织协调与合作等。

作者简介

巨荣良，山东省潍坊人，南开大学经济学博士。

现任聊城大学商学院教授、院长，聊城大学优秀人才，兼任中国企业管理研究会常务理事、山东省经济学会理事、聊城市金融学会学术委员。

近年来，主要致力于产业组织理论、企业管理及市场经济理论研究，出版专著《新经济视角下的产业组织理论研究》等4部，主编或参编《现代产业经济学》等教材5部，在《经济管理》、《财贸经济》、《投资研究》等国家级和省部级学术刊物发表论文60余篇。

曾主持和参与国家级、省部级课题7项，有多项研究成果获省级奖励。

书籍目录

导论	第一节 问题的提出	第二节 国内外研究概况	第三节 研究的理论基础	一 相关概念界定
	二 进一步研究的理论基础	第四节 研究思路、分析架构、研究方法和创新点	一 研究思路	
	二 分析架构	三 研究方法	四 本书的创新点	
第一章 工业经济时代的竞争垄断范式	第一节 竞争——市场经济的永恒主题	一 竞争的本质	二 竞争是人类社会经济活动的一条主线	第二节 竞争与垄断：工业经济时代产业组织的基本范式
	二 竞争与垄断是产业组织的基本范式	第三节 竞争垄断范式下的企业合作行为	一 卡特尔——企业早期的市场合作(合谋)行为	二 卡特尔组织的效率性
	三 企业组织协调与合作	第四节 对抗性：竞争垄断范式的突出特征	一 企业的对抗性竞争行为	二 波特模型——基于零和思维模式下企业间的对抗性竞争
	三 对抗性竞争的手段	第五节 竞争垄断范式下的企业组织形态	第二章 分工与新经济视角下的竞争合作范式	第一节 合作的存在性与竞争合作的意义
	一 合作的存在性	二 竞争合作的意义	第二节 基于分工视角的企业竞争合作	一 合作是分工的必然结果
	二 分工、迂回生产与交易费用	三 以合作为特征的企业网络组织	四 模型的构建与分析	
五 新经济条件下分工的新特征与竞合范式的生成	第三节 经济全球化与企业竞争合作	一 经济全球化的实质及其产业组织形式	二 经济全球化促进了企业间的竞争合作	三 全球化下企业间的竞争合作——以汽车产业为例
	第四节 网络经济与企业竞争合作	一 网络经济运行机制蕴涵着企业竞争合作的特质	二 网络经济下企业运行环境的变化与竞争合作行为	三 网络经济条件下的企业合作创新
	四 网络经济条件下企业网络组织大量涌现	第五节 知识特性与企业竞争合作	一 知识特性	二 基于知识特性的企业组织网络化
	第六节 竞争合作范式及其与垄断的关系	附录：案例	案例二	第三章 网络化企业组织的效应分析
	第一节 企业网络与市场、科层组织的比较	一 企业网络及其文献述评	二 企业网络与市场、科层组织的比较	三 企业网络与知识的流动和运用
	第二节 企业网络效应：基于社会学视角	一 弱关系、结构空洞和社会资源理论	二 嵌入理论	三 社会资本理论
	第三节 企业网络的经济效应	一 降低交易费用，增加交易收益	二 速度效应与协同效应	三 合作剩余
	第四节 企业网络的合作创新及其效应分析	一 企业网络是合作创新的有效组织安排	二 AJ模型：关于R&D合作的两阶段模型	三 “竞合”：企业开放式创新的重要手段
第四章 网络化企业组织合作的稳定性	第一节 有限理性、机会主义、不确定性与企业一体化	一 交易成本与制度安排	二 有限理性、机会主义、不确定性与企业一体化	第二节 企业网络的合作性与稳定性分析
	一 企业网络组织的合作性	二 企业网络组织——对不确定性环境的应对	三 合作的不稳定性与企业网络存在的稳定性	第三节 声誉、信任与合作的稳定性
	一 合作的稳定性与声誉机制	二 信任与合作的稳定性	第五章 企业网络的商业形态及其比较：基于竞争合作视角	第一节 企业间竞争合作的类型
	一 横向竞争合作	二 纵向竞争合作	三 纵横竞争合作	第二节 企业网络的商业形态——虚拟企业、战略联盟、企业集团
	一 虚拟企业	二 战略联盟	三 企业集团	第三节 企业网络的商业形态——供应链、外包制和企业集群
	一 供应链	二 外包制	三 企业集群	第四节 基于竞争合作的企业网络组织形态比较
	一 虚拟企业和战略联盟	二 战略联盟与企业集团	三 企业集团、企业集群、外包制、供应链等的差异	第六章 企业网络发展下的企业战略与产业政策选择
	第一节 企业组织网络化与企业战略的确立	一 我国企业组织网络化发展的现状分析	二 企业间信誉、共享与双赢	三 加强与跨国公司的竞争合作
	四 Google难题与IP战略——基于竞争合作的企业营销战略选择	第二节 企业间竞争合作与企业组织变革	一 传统的企业组织结构模式	二 企业网络组织结构
	第三节 企业网络发展下的知识共享与保护机制	一 问题的提出	二 企业网络发展下的知识共享机制	三 企业网络发展下的知识保护机制
	四 企业网络发展下的知识共享与保护	第四节 网络型寡占市场结构与企业竞争合作行为	一 西方垄断市场结构的演进与全球寡头垄断市场结构的形成	二 构建我国网络型寡占市场结构的实现途径
	三 具有竞争合作性质的模块化垄断结构	第五节 企业组织网络化与反垄断规制	一 企业组织网络化与垄断结构和垄断行为	二 企业组织网络化与反垄断规制
	结语	参考文献	后记	

章节摘录

相互依存、共享共赢为基本特征的企业网络组织的整体优势远远大于单个成员企业优势的简单相加，并降低了企业经营风险，促进了技术创新，拓展了市场，快速敏捷地满足市场多样化和个性化需求。

可以说，网络化企业组织将成为新经济时代企业组织形态的主导形式。

新经济背景下企业间的竞争合作与以往工业经济时代企业间的合作具有明显的差异。以往的企业合作仅仅是企业追求经营收益的一种手段，是以竞争为主体的一种手段，尚未上升到企业的一种经营理念。

而全球化、网络化条件下，通过竞争合作、共赢而不是单纯的对抗来实现自己的经营目标，已经成为企业的一种基本经营理念，并开始转化为企业的一种自觉、自愿和主动的行为方式。

这种理念与行为反映在企业组织形态上，就是战略联盟、虚拟企业、产业集群等新型网络化企业组织形态的兴起和发展。

新经济时代，企业持续竞争力的源泉日益集中于企业内部特异的、难以模仿的知识资源，企业将知识、技术的积累、创造、整合作为合作的基础，因而这一时期的企业合作被赋予了更多的知识内涵。

新经济条件下，企业孤立经营、单打独斗的昔日格局正在被打破，“同行不再是冤家”。企业与企业、企业与顾客、企业与供应商、企业与其他相关群体的相互作用和相互影响日益密切，进入了向动态互联、关系型、协作型发展的新时期。

在这样的背景下，企业要获得竞争优势，必须懂得如何把自己的核心能力和技术专长恰当地同其他各种有利的竞争资源结合起来，弥补自身的不足和局限，并让与其合作的顾客、供应商、相关群体等实现其基本收益目标，过去那种对抗性、排他性竞争只考虑自己的利益，只依赖自己的资源，不仅会加大竞争成本，而且很难真正发挥自己的优势，只有合作的竞争才有利于企业的生存和发展，“你不需要熄灭别人的灯光以使自己的明亮”，“如果你不能击败他们，那么就加入他们”，整个世界已经进入了竞争利益共享的竞争合作时代。

鉴于此，国内外一些企业为寻求长期发展提出了“互联合作”的竞争观念，“合作竞争”或“竞争性合作”战略风靡全球。

美国的企业提出了建立“企联”或“网络企业”，以共创共享竞争的利益；日本的企业提出了“竞合”范畴，强调竞争中的合作；我国也有企业提出“和商”概念，推行利益共享的竞争战略。

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>