

<<中大管理研究>>

图书基本信息

书名：<<中大管理研究>>

13位ISBN编号：9787505892064

10位ISBN编号：7505892061

出版时间：2010-3

出版时间：经济科学出版社

作者：李新春 编

页数：130

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

《中大管理研究（2010年第5卷.1）》旨在探讨中国大型酒店集团发展的内外部影响因素与成长战略，以及二者之间的相互关系。

作者通过文献研究并结合中国的经济环境背景提出了有关大型酒店集团发展的相关假设并进行经验研究，结果表明：酒店集团发展采用低风险的市场渗透和横向一体化的成长战略，酒店集团面临的竞争压力越大，越倾向于风险程度较小的成长战略；市场潜力越大，酒店集团越倾向于采用风险程度较高的成长战略；酒店集团规模越大，越倾向于采取较高风险的成长战略；酒店集团运营经验越丰富，越倾向于采取较高风险的成长战略。

书籍目录

中国大型酒店集团成长战略的影响因素研究李庆 毛蕴诗全面推行国际财务报告准则与盈余质量——来自欧盟上市公司的经验证据陈辉发 蒋义宏报酬方案，棘轮效应和激励成本关系研究郑石桥 王建军 吴建生住房抵押贷款的违约风险分析殷波CFO知识背景、知识外溢与企业绩效关系研究周泳宏 张晓峰基于消费者风险态度的赋权价值购买模型高海霞

章节摘录

(一) 竞争压力与酒店集团成长战略选择 Kogut和Singh (1988) 的实证研究发现, 不确定规避倾向高的行业企业及高研发密度的企业, 倾向于采用内部成长; 文化差距大、公司规模大, 则倾向于采用合资的方式达到成长。

Hill、Hwang和Kim (1990) 认为, 公司追求全球协调战略、技术价值高、企业专属技术高时, 倾向于内部成长; 当公司追求“多重当地战略”、面对高的国家风险、地区文化差距大、需求不确定程度高、竞争激烈时, 倾向于采用授权或合资的外部成长方式。

如果酒店集团面临的竞争压力较小, 当资源许可时, 酒店集团有可能会选择风险相对较大的成长战略。

因此, 酒店集团面临的竞争压力应与酒店集团成长战略的风险选择呈负相关关系。

由此, 本文提出如下假设: H1 酒店集团面临的竞争压力越大, 就越倾向于采用风险程度较小的成长战略。

(二) 市场潜力对酒店集团成长战略的影响 Anttonen、Tuunanen和Alon (2005) 将俄罗斯作为国际特许经营的目标市场, 从人口、经济、社会和政治环境、文化和立法等五个方面对俄罗斯的特许经营进行了分析, 结果发现特许经营在俄罗斯有极大的增长潜力。

经济的市场潜力越大, 对特许商的发展越为有利。

经济和旅游业迅速增长将促进酒店企业展开高风险的多元化经营, 酒店业市场迅速发展对酒店集团的横向扩张起促进作用。

由于中国酒店业市场较好的发展潜力、集团化经营可以更好的占领市场, 因而, 酒店集团倾向于采用纵向一体化和多元化等风险程度相对较高的成长战略 (Claver、Andreu和Ouer, 2006)。

因此, 可以提出以下假设: H2 市场潜力越大, 酒店集团越倾向于采用风险程度较高的成长战略。

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>