

<<产业网络视角下的大企业集群研究>>

图书基本信息

书名：<<产业网络视角下的大企业集群研究>>

13位ISBN编号：9787509617076

10位ISBN编号：7509617073

出版时间：2011-12

出版时间：经济管理出版社

作者：张丹宁

页数：172

字数：228000

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>

<<产业网络视角下的大企业集群研究>>

内容概要

目前,我国越来越多的企业走上了“集群化”的发展道路,尤其是一些大企业以及东南沿海地区的诸多中小企业,通过集团化的发展方式推进“集群化”进程;在政府力量推动下,我国很多地区也形成了家电、汽车、石化等大企业集群。

比如,山东省积极通过推进“大企业集群”的发展战略来拉动区域经济的快速增长,目前,业已形成了以海尔、海信、澳柯玛三大龙头企业为旗舰的家电企业集群;以华光陶瓷、山东陶瓷联合总公司为龙头的陶瓷企业集群;以山东钢铁集团为龙头的钢铁企业集群等多个大企业集群。

正是由于大企业集群在当今经济发展过程中起到了举足轻重的作用,所以对于大企业集群的界定、特征、分类以及发展与演进机理等一系列的研究就具有重要的理论与现实意义。

但是,纵观现有产业集群的研究成果,国内外的主要研究都集中于“中小企业集群”,而对于大企业集群的研究却寥寥无几,系统而详尽的研究框架也尚未建立起来。

“产业网络”是《中国管理创新前沿系列(第2辑):产业网络视角下的大企业集群研究》的研究视角,也是主要的分析工具。

产业网络(Industrial

Network)是网络化的产业组织形态,是一个产业内部的企业和非企业组织机构之间通过长期互动而形成的各种正式和非正式的网络关系,是一种对企业科层和纯市场效率的补充,其本质上是一种介于市场和科层之间,比市场稳定、比科层组织灵活,既竞争又合作、既相互独立又相互依存的中间性组织。

在产业网络的视角下,《中国管理创新前沿系列(第2辑):产业网络视角下的大企业集群研究》广泛吸收了产业组织、复杂网络、社会网络、产业共生以及企业管理等有关理论和方法,构建了大企业集群SN-CN-PN的分析框架。

<<产业网络视角下的大企业集群研究>>

作者简介

张丹宁，1980年生，辽宁沈阳人，经济学博士，辽宁大学博士后。

研究方向为产业组织理论。

在《中国工业经济》、《产业经济评论》等国家级期刊发表论文20余篇。

出版专著1部，该专著获得了“辽宁省自然科学学术成果类一等奖”。

主持了国家博士后特别资助项目、国家博士后面上项目、辽宁社会科学规划项目、辽宁省科技厅项目等多项省部级科研项目。

2011年，博士论文获得了“辽宁省优秀博士论文”称号。

<<产业网络视角下的大企业集群研究>>

书籍目录

第一章 绪论

第一节 问题的提出

第二节 理论基础

第三节 研究方法

第四节 研究思路与内容

第二章 大企业集群界定、特征与形成机制

第一节 大企业的界定

第二节 大企业集群的界定

第三节 大企业集群的特征

第四节 大企业集群的形成机制

第三章 大企业集群共生网络SN-CN-PN分析框架

第一节 基本思想

第二节 结构研究 (SN)

第三节 行为研究 (CN)

第四节 绩效研究 (PN)

第四章 大企业集群结构研究 (SN)

第一节 大企业集群的判定

第二节 大企业集群网络密度

第三节 大企业的单复性

第四节 大企业集群网络结构分类

第五节 大企业集群结构演化路径

第五章 大企业集群行为研究 (CN)

第一节 聚类方法

第二节 松散单寡头结构下的企业行为

第三节 松散多寡头结构下的企业行为

第四节 紧密单寡头结构下的企业行为

第五节 紧密多寡头结构下的企业行为

第六章 大企业集群网络绩效研究 (PN)

第一节 指标体系的构建

第二节 系统评价模型——随机模拟型评价方法

第三节 算例

第七章 案例分析——沈阳先进装备制造业基地

第一节 区位因素与资源

第二节 发展情况

第三节 存在的问题

第四节 发展对策

第八章 基于企业社会责任的大企业集群可持续发展的对策研究

第一节 企业社会责任理论的发展

第二节 大企业集群建设企业社会责任体系的必要性

第三节 对策建议

参考文献

章节摘录

目前,沈阳市虽然具备了成套装备的生产基础,但是却未形成成套装备的市场优势。由于存在一些“大而全、小而全”的全能企业,沈阳装备制造产业尚未形成完整合理的产业链,这严重影响了区域内的配套协作,使得企业难以适应专业化、标准化和灵活满足市场需求的生产要求。

以沈阳汽车产业为例,沈阳汽车产业集群网络中整车企业与零部件企业之间并没有形成良好的“共生关系”,主要体现在以下几个方面:(1)整车企业和零部件企业之间的联系不够紧密,整车企业和在数量上占有绝大比例的零部件企业之间网络关系松散,缺乏紧密的合作。

(2)整车企业和零部件企业之间具有非常明显的“主控”与“被控”的非对等性的网络关系,沈阳市的整车企业占据了众多网络资源,是沈阳汽车产业网络中的“集线器”企业,是整个网络规则的制定者和领导者;与此形成对比的是,除了“发动机”这种高附加值的零部件外,沈阳大部分零部件企业规模都比较小,并且在汽车价值链中占据生产附加值较低的生产环节,所以沈阳的零部件企业发展呈现出工业集中度低、经济效益差,汽车零部件企业相对“弱势”的发展态势。

(3)整车企业缺乏“战略扶持”思想,对“零部件企业”过度苛责。

整车企业对零部件企业的发展不够重视。

整车企业在采购零部件时,往往在同一产品的多家企业中通过压低价格来选择零部件供应商。

在交易中,整车企业始终处于有利地位,而零部件企业为了生存,只好忍气吞声。

整车企业把零部件供应商的取舍、采购量的变动,采购价格、付款周期等主动权完全控制,而把困难、风险等全部转嫁给零部件供应商。

(4)整车企业在同零部件企业的研发合作中缺乏“诚信”。

主要表现为“无视零部件企业的知识产权”、“转嫁开发风险”以及“拒绝为模具埋单”等方面。

在许多零部件企业看来,整车厂不仅无视零部件企业知识产权,更把产品开发的开发风险转嫁到了零部件企业。

这主要表现在,整车厂同零部件企业签订合作开发协议后没有任何实质性的帮助,甚至把某个总成或小总成的开发责任全部推给供应商。

而如果到期没有开发出来或者开发的结果让整车厂不满意,零部件企业就要被重罚。

.....

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>