第一图书网, tushu007.com

<<跨国公司业务组合与竞争战略>>

图书基本信息

书名：<<跨国公司业务组合与竞争战略>>

13位ISBN编号：9787564206772

10位ISBN编号：7564206772

出版时间：2010-1

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：王玉

页数：259

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

前言

我国经济改革开放至今已经30年了。
在这30年中，中国市场开放的广度和深度不断扩展，我国企业逐渐学会了市场经济运作，习惯了市场环境的变化，也能认可市场竞争的残酷后果，进而从中悟出市场竞争的某些规律。
中国企业的竞争对手从国内企业逐渐扩展到外国企业乃至跨国公司，中国企业的活动领域也从本地市场逐渐遍及到全球市场。
到2009年，中国已有43家企业进入了世界500强，其中，中国大陆企业34家，中国香港地区企业3家，中国台湾地区企业6家。
资源约束日益强化、传统竞争优势逐渐衰减、具有强大战略能力的跨国公司成为竞争对手等诸多因素，将今天的中国企业推向一个更为复杂困难的经济环境。
改革开放初期的“排浪”式发展和“海盗”式经营模式已风光不再，中国企业进一步发展需要基于科学理智的战略策划。
企业战略策划的根本目的是要确认并有效组合自己的核心专长，使其与行业周期和特点高度吻合，在具有高度发展前景的行业中获得超额利润。
战略策划的首要内容是决定业务组合类型，即企业从事的事业范围及各事业之间的关系；其次需要为自己的业务选择恰当的竞争战略类型和具体的战略措施，从而获得高于竞争对手的活动效率。
知己知彼，方能百战不殆。
具备了全球竞争机会的中国企业，格外需要了解自己的全球商务伙伴和竞争对手。
根据“财富世界500强”排名数据，1995～2007年间，世界500强企业的发展态势基本上与世界经济同步，500强企业的销售收入总额约占世界GDP的38%～45%。
因此，我们以跨国公司为对象，深入地研究了它们在业务组合与竞争战略实践中的特征。

内容概要

为了从理论和实务两个方面研究具有趋势性的业务组合与竞争战略，我们为《跨国公司业务组合与竞争战略》研究过程设计了三个递进的研究阶段：理论研究、总样本实证、行业分析和企业案例。

理论研究包括第一章、第二章、第四章。

第一章回顾业务组合与竞争战略的理论；第二章归纳了有关业务组合与竞争战略的实证研究结论；第四章提出了战略成熟度概念、结构和测评体系，对企业战略效果进行评价。

总样本实证研究在第三章，以世界100强企业为样本，研究这些企业在业务组合与竞争战略类型上的选择。

在行业分析和企业案例部分(第五章一第九章)中，我们根据世界500强对行业的归类，选择了其中的电信业、汽车业、炼油业、金融业(包括银行业和保险业)和零售业等5个行业进行深度分析。

作者简介

王玉，经济学博士，上海财经大学国际工商管理学院教授，博士生导师，英国Leeds大学、美国UCLA大学访问学者。

进行战略管理领域的研究、教学、咨询。

近年专注于企业战略能力研究，提出了战略成熟度研究的结构和评价方式。

研究形成了“中国企业的战略成熟度分析”、“战略成熟度因素探索：基于中国经验的实证研究”、“中国企业战略共享程度的分析”等论文。

撰写出版了《企业战略——谋取长期竞争优势》、《企业竞争力管理》、《企业战略管理——理论与方法》等著作，翻译出版了《创业学》、《竞争情报完全指南》、《战略管理与企业政策》等译著。

书籍目录

前言 第一章　业务组合与竞争战略的理论　一、关键战略要素　二、有关业务组合的理论　三、有关竞争战略的理论 第二章　业务组合与竞争战略的实证研究　一、业务组合的实证研究综述　二、竞争战略的实证研究综述 第三章　战略成熟度研究　一、战略成熟度的结构　二、战略成熟度的测评体系 第四章　跨国公司业务组合与竞争战略的实证研究　一、样本和指标的选择　二、统计描述　三、实证结果　四、实证研究结论 第五章　电信业跨国公司业务组合与竞争战略　一、电信业的发展历程　二、电信业100强上榜企业分析　三、电信业企业的业务组合　四、电信业企业的竞争战略　五、中外电信业企业业务组合与竞争战略比较　六、法国电信业务组合与竞争战略　七、韦里孙通讯(Verizon)业务组合与竞争战略 第六章　汽车业跨国公司业务组合与竞争战略　一、世界汽车业发展历程　二、汽车业100强上榜企业分析　三、汽车业企业的业务组合　四、汽车业企业的竞争战略　五、中外汽车企业业务组合与竞争战略比较　六、通用汽车业务组合与竞争战略　七、丰田汽车业务组合与竞争战略　八、大众汽车业务组合与竞争战略 第七章　炼油业跨国公司业务组合与竞争战略　一、世界炼油业发展历程　二、炼油业世界100强企业分析　三、炼油业的业务组合　四、炼油业企业的竞争战略　五、中外炼油行业企业业务组合与竞争战略比较　六、英荷皇家壳牌集团公司业务组合与竞争战略　七、中国石油化工股份有限公司业务组合与竞争战略 第八章　金融业跨国公司业务组合与竞争战略　一、金融业发展历程　二、金融业100强上榜企业分析　三、金融业企业的业务组合　四、金融业企业的竞争战略　五、中外金融企业业务组合与竞争战略比较　六、荷兰国际集团(ING)业务组合与竞争战略　七、安联(Allianz)集团业务组合与竞争战略 第九章　零售业跨国公司业务组合与竞争战略　一、世界零售业的发展历程　二、零售业100强上榜企业分析　三、零售业企业的业务组合　四、零售企业的竞争战略　五、中外零售企业业务组合与竞争战略比较　六、沃尔玛(WALMART)业务组合与竞争战略　七、麦德龙(METRO)业务组合与竞争战略 参考资料

章节摘录

可见，混合型组合的实现前提是创新。
以创新为基础的企业抢先于竞争对手向市场引进创新产品，一旦用户接受了新产品或经过较大改良的产品，企业便可以获得很高的初始利润。
随着竞争对手的跟随进入，先进入企业便转而进行新的创新。
创新也是小企业战胜大企业的有效手段，小企业因为机制灵活，更具备创业精神等特征，因而更具有内在的创新动力。
（二）一体化业务组合　一体化组合的企业在现有业务的基础上，或是进行横向业务扩展，实现规模的扩大；或是进行纵向业务扩展，进入目前经营的供应阶段或使用阶段，实现在同一产品链上的延长。
例如，钢铁公司向其供应阶段的扩展可以表现为开发矿石业务；向其使用阶段的扩展可以表现为钢材深度处理业务，甚至可以进入到使用不同钢材的产业，如汽车业、船舶业等。
1.横向一体化组合　横向一体化组合一般通过企业兼并处于同一生产经营阶段的一个或多个企业而实现。
这种兼并能使企业增强生产经营能力、扩大市场份额、提高资本利用率、减轻竞争压力，同时却不偏离企业原有的经营范围和核心技术，因而不会引起管理上太大的困难。
而且由于横向一体化所带来的优势基本上来自于对兼并企业现有能力的重新组合，所以风险也较小。
如果在一体化过程中能够经过合理化调整，去除重复活动及不合理流程和活动，一体化就会产生协同作用。
可见，一体化组合的实现需要企业进行组织调整和组织变革。
2.纵向一体化组合　纵向一体化组合是专业化战略在产业链上的延伸。
纵向一体化可以通过兼并为本企业提供投入物的企业或使用本企业产出物的企业，或是通过内部自身扩展进入生产自己的投入物、或进入使用自己的产出物的业务领域而实现。
当被兼并对象或企业业务的扩展使本企业的业务更接近于最终消费者时，企业就实现了前向一体化组合。
例如，汽车制造公司开设销售分公司和维修部就是前向一体化的例子。
当被兼并对象的业务处于兼并企业业务程序开始之前的阶段，或当企业新增业务涉及到为企业原有业务提供投入物时，这一兼并或扩展就称为后向一体化。
例如，建筑公司开设预制品加工厂就是后向一体化的例子。

第一图书网, tushu007.com

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