

<<动态竞争>>

图书基本信息

书名：<<动态竞争>>

13位ISBN编号：9787301149935

10位ISBN编号：730114993X

出版时间：2009-6

出版时间：北京大学出版社

作者：陈明哲 著

页数：436

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>

## &lt;&lt;动态竞争&gt;&gt;

## 前言

真实世界经纬万端，甚至杂乱纷纭，为了理解与应对，就必须运用某些思维模式，系统化及选择性地观察、分析、整合、诠释其中的现象与因果关系。

不同的思维模式，左右了大家的注意力与视野，也进而影响决策与行动的重点和方向。

在此所谓的“思维模式”，通常也被称之为“典范”。

在传统的策略管理领域中，主流的典范是“建立优势，满足顾客”，并进而设法创造在市场上的独占地位，以建立并维持长久的竞争优势。

我们常谈到的“差异化”、“聚焦”、“规模经济”、“综效”，甚至于垂直整合程度的取诀，以及网络体系的建构等，基本上都植根于这样的思维模式。

此一典范的前提假设是：策略是长期的努力与承诺，策略的作用将表现于未来的竞争地位与绩效；策略决策与经营形态，即使不是精心策划，也是历经长时间才演变而成的。

在传统的典范下，策略领导者必须自省的问题是：“本企业未来的经营形态应该如何？”

” “如何才能在中长期中满足顾客，为顾客创造价值？”

” “配合产业的变化趋势，我们现在应发展哪些可以持久的优势，将来才能确保竞争上的有利地位？”

” “竞争环境”当然也是传统典范与思维架构中十分重要的一环。

竞争者的可能作为与反应，一向是策略制定过程中不可忽视的因素，但过去似乎很少将这些视为策略管理的核心，更不是最重要的考虑。

然而，随着时代改变，典范也有所更迭。

市场的快速饱和、科技的日新月异、消费者的无情，加上某些业者借由大量的短期攻略手法掠夺市场，使得许多产业，还来不及进行长期布局。

就在一阵短兵相接后，沦为成王败寇，甚至尸横遍野的杀戮战场。

## <<动态竞争>>

### 内容概要

竞争分析是策略管理的基本要素，但是，迄今许多学界与实务界人士仍仅采用产业结构分析之类的分析框架。

本书首次注意到厂商间竞争对抗的动态本质，将竞争性行动与回应视为两个不同的概念，并以厂商间实际的竞争互动为分析主体，借此检测一系列重要的竞争议题，进而建构了一个互为连贯的竞争性行为预测理论。

本书从各个层次（level）探讨“竞争”、“竞争者”等基本议题。

并且对厂商间竞争对抗的本质做了精辟的分析。

第一单元以竞争性行动与对偶（dyadic）层次为焦点，探讨如何预测与降低竞争者的竞争性回应。

第二单元探讨厂商（firm）层次的策略性竞争行为，借此了解竞争性行动与回应的前因后果。

第三单元将厂商策略视为竞争性行动的决策组合（repertoire），探讨竞争性决策组合之简化、惯性及不一致的影响原因与绩效意义。

第四单元涵盖动态竞争策略的理论整合与方法运用，以及总体（corporate）层次的竞争分析。

第五单元说明动态竞争策略的整合概念，并讨论了研究方法。

本书提供了一套整合性的竞争分析架构，学界可以借此了解如何发展一个创新的研究体系，以及如何有效管理研究历程，实务界亦可运用本书的严谨架构与观念进行合乎实际的策略分析，进而拟定可实现的动态竞争策略。

## <<动态竞争>>

### 作者简介

陈明哲教授出生在台湾，祖籍福建，曾经投身大儒之门，修习四书五经、先秦诸子等中国古典著作，深得中华文化的精髓。

陈明哲博士现任美国弗吉尼亚大学达顿商学院讲座教授、世界顶级学术刊物《管理评论》副总编、香港中文大学资深研究员与英国帝国理工学院客座教授，是全球著名企业竞争策略专家，华人企业策略研究权威，其研究、教学及咨询范围跨越欧、美、亚三洲。

陈教授曾应邀于2000年参加由世界经济论坛在北京举行的中国企业高峰会，2004年在纽约举行的“美国 - 中国企业执行长高峰论坛”，在德国汉堡举行的“中国 - 欧洲企业高峰会”，2006年与2007年，在阿根廷布宜诺斯艾利斯、巴西圣保罗和意大利米兰举行的“世界商业论坛”，以及2007年在北京举行的“中国CEO论坛”，担任主讲人。

## &lt;&lt;动态竞争&gt;&gt;

## 书籍目录

绪论	动态竞争研究架构	0.1 研究计划	0.2 竞争性行动与竞争性响应的对偶关系	0.3 厂商(事业)层次的竞争	0.4 理论与方法论的考量	0.5 总体层次的竞争	0.6 对策略管理领域的贡献	0.7 研究过程的回顾	0.8 结语	附录1 管理学于顶尖管理期刊发表的论文篇数排名(1990 - 1999年)	附录2 1996年Academy'of Management Review最佳论文委员会的评语第一部分	行动与响应																																																																																																												
第一章	竞争行动的特质	1.1 绪论	1.2 理论架构	1.3 研究假说	1.4 研究方法	1.5 实证结果	1.6 讨论	第二章	攻击、响应与绩效	2.1 绪论	2.2 理论建构与研究假说	2.3 研究方法	2.4 研究结果与讨论	2.5 结论	第三章	竞争者对市场的依赖性与行动的不可逆转性	3.1 绪论	3.2 理论架构与假说	3.3 研究方法	3.4 研究结果	3.5 讨论	第二部分	厂商层次的竞争	第四章	厂商信息处理与竞争性响应	4.1 绪论	4.2 竞争性行动与响应	4.3 组织信息处理	4.4 研究方法	4.5 研究结果	4.6 研究讨论	第五章	组织规模与竞争行为	5.1 绪论	5.2 理论背景	5.3 研究假说	5.4 研究方法	5.5 实证结果	5.6 讨论	附录	竞争性响应之衡量	第六章	高层团队对竞争的影响	6.1 绪论	6.2 研究背景	6.3 研究方法	6.4 研究结果	6.5 研究讨论	附录	高层主管背景的编码类别	第三部分	竞争策略的决策组合	第七章	竞争决策的简化	7.1 研究目的	7.2 文献探讨	7.3 研究方法	7.4 研究发现	7.5 研究讨论	第八章	竞争惯性	8.1 绪论	8.2 文献的缺口	8.3 竞争惯性的定义与范围	8.4 研究方法	8.5 研究结果	8.6 讨论与结论	附录1	本研究探讨的竞争性行动类型	附录2	问卷调查回复者的部分特征	附录3	针对《航空日报》的问卷调查	第九章	竞争决策的不一致性	9.1 绪论	9.2 本研究范围	9.3 竞争不一致性的来源	9.4 研究方法	9.5 研究发现	9.6 讨论与结论	第四部分	总体层次的竞争	第十章	竞争者分析与竞争对抗	10.1 绪论	10.2 理论背景	10.3 研究命题：竞争者分析与厂商间竞争对抗的联结	10.4 竞争者分析的例证	10.5 讨论	第十一章	资源转向策略	11.1 绪论	11.2 理论回顾	11.3 策略性资源转向	11.4 讨论	第十二章	竞争张力	12.1 绪论	12.2 理论背景	12.3 假说	12.4 研究方法2	12.5 分析结果	12.6 讨论	第五部分	外篇	第十三章	外部专家的专业性	13.1 绪论	13.2 外部专家在策略与总体层次之组织研究中的用途	13.3 研究方法	13.4 研究发现	13.5 讨论	第十四章	研究过程的回顾：我的研究生涯初期	14.1 回顾研究过程	14.2 结语	参考文献	英文索引	后记

## &lt;&lt;动态竞争&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 竞争行动的特质 1.4 研究方法 我们所运用的研究方法和Miller与Friesen (1977) 类似, 这种方法称为“结构内容分析法”(structured content analysis) (Jauch, Osborn, and Martin, 1980); 这种方法也与Harrigan (1980) 相同, 按照时间先后顺序来搜集资料, 借以辨识没落产业中厂商在最后阶段之策略性竞争行为的作法, 相互呼应。

这种方法的独特处在于, 样本厂商之间实际的竞争互动行为, 是借着全面查阅公开信息直接辨识出来的, 相较于以往仅采用单一受访者之回溯性报道的两项研究 (MacMillan et al., 1985; Smith et al., 1989), 我们则是根据客观的标准来辨识一项竞争性行动, 以及该行动所引发的竞争性响应, 并利用一个事先设计好的结构编码表 (coding schedule) 进行内容分析。

1.4.1 样本 我们用美国国内32家主要航空公司 (年营运收入均超过1亿美元) 于1979年1月到1986年12月间所有的重要竞争行为作为研究样本。

选择此一产业的主要原因, 不仅是美国航空业的竞争激烈程度众所周知, 且有严格定义的界限, 也因为此一产业提供了一个可辨别的竞争者组合与丰富的公开信息。

此外, 因为所有的航空公司, 几乎都是单一事业或主导性事业的厂商, 所以公司一事业层次关系 (corporate-business relationship) 对产业内竞争的潜在影响, 应该可以降到最低 (Rumelt, 1974)。

.....

<<动态竞争>>

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>