

<<专业服务企业全球市场参与战略>>

图书基本信息

书名：<<专业服务企业全球市场参与战略>>

13位ISBN编号：9787514113518

10位ISBN编号：7514113517

出版时间：2012-1

出版时间：经济科学出版社

作者：李秀菊

页数：224

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>

## <<专业服务企业全球市场参与战略>>

### 内容概要

《专业服务企业全球市场参与战略——基于网络关系视角》共分七个部分：第一部分是对研究背景、研究意义和理论创新的概述。

第二部分是对相关概念的界定。

第三部分是对企业国际化理论的回顾和相关文献综述，在文献综述的基础上，构建了第四部分的概念模型，并对模型的内容和变量以及内部逻辑关系做出了详细的解释，最后提出了模型所包含的理论假设。

第五部分阐述了本研究的实证设计方案。

主要包括样本的选择、数据的收集、量表的构成和所选择的统计方法。

第六部分是对问卷中统计的数据进行分析检验，结果表明14个理论假设中10个假设得到数据支持。

第七部分在对检验结果分析讨论的基础上，指出了本研究的理论贡献和管理启示以及存在的不足和未来的研究方向。

## 作者简介

李秀菊，出生于1966年10月，河南省淅川县人，1995年获武汉大学历史学硕士学位，2010年获南开大学管理学博士学位。

现为山东交通学院管理学院副教授，九三学社主委。

曾经为三联商社、天津日报社、泰山管理学院、济南科好医疗设备公司等单位做过管理和营销咨询。

近年来主持或参与国家社科基金、教育部课题基金以及山东交通学院课题基金等若干项，参编教材《市场营销管理》、《旅游交通管理学》两部，发表论文十余篇。

书籍目录

第1章 引言

- 1.1 研究背景
  - 1.1.1 专业服务业的全球竞争新格局正在形成
  - 1.1.2 我国专业服务业的现状以及面临的挑战和发展机遇
  - 1.1.3 专业服务市场对新的国际化理论的召唤
- 1.2 研究目的、问题与意义
  - 1.2.1 研究目的
  - 1.2.2 研究问题
  - 1.2.3 研究意义
- 1.3 研究内容、技术路线和理论创新点
  - 1.3.1 研究内容
  - 1.3.2 技术路线
  - 1.3.3 理论创新点

第2章 专业服务业和全球市场参与的概念界定

- 2.1 专业服务业的概念、特性及所属服务类别
  - 2.1.1 专业服务业的概念
  - 2.1.2 专业服务业的特性
  - 2.1.3 专业服务业在我国服务业中的所属类别
- 2.2 全球市场参与相关概念
  - 2.2.1 国际化和全球化(globalization and internationalization)
  - 2.2.2 市场进入和市场参与(entryandparticipation)
- 2.3 全球市场参与方式
  - 2.3.1 传统的进入方式
  - 2.3.2 基于网络组织的参与方式
  - 2.3.3 我国专业服务业现阶段参与全球市场方式的复杂性

第3章 相关理论及其文献综述

- 3.1 交易成本理论及其相关文献回顾
  - 3.1.1 交易成本理论简要概述
  - 3.1.2 交易成本理论的相关文献综述
  - 3.1.3 对交易成本理论解释进入模式的理论评价
- 3.2 资源基础理论及其相关文献回顾
  - 3.2.1 资源基础理论概述
  - 3.2.2 能力作为累积的无形资产对市场参与的影响
  - 3.2.3 对资源基础理论解释进入模式安排的国际化过程理论的评述
- 3.3 动态比较优势理论及相关文献综述
  - 3.3.1 动态比较优势理论概述
  - 3.3.2 关于动态比较优势的文献综述
- 3.4 社会资本理论及网络关系影响企业行为选择的文献综述
  - 3.4.1 社会资本理论概述
  - 3.4.2 社会网络关系影响企业行为的理论概述
  - 3.4.3 网络关系影响企业全球化(国际化)战略选择的文献综述
  - 3.4.4 网络关系视角研究专业服务企业全球市场参与的合理性分析
  - 3.4.5 对网络关系理论以及aar国际化模型的评价
- 3.5 服务特性影响市场参与方式的文献综述
  - 3.5.1 专业服务业的服务性传递特性

## <<专业服务企业全球市场参与战略>>

- 3.5.2 专业服务业服务传递特性对全球市场参与影响的文献综述
- 3.6 对几种理论的比较和评价
  - 3.6.1 交易成本理论与资源基础理论的相互补充
  - 3.6.2 网络组织理论与tca和rbt的相互补充
  - 3.6.3 政府政策是市场参与方式问题不能回避的因素——动态比较优势理论
  - 3.6.4 专业服务业服务传递特性是选择进入方式的根本内因
- 3.7 其他几种理论对进入模式的研究文献综述
  - 3.7.1 折衷理论的相关文献综述
  - 3.7.2 其他有关专业服务企业市场参与方式的研究

### 第4章 研究模型和假设

- 4.1 研究模型的构建
  - 4.1.1 模型构建的理论讨论
  - 4.1.2 概念模型的构建
  - 4.1.3 三部分变量之间的逻辑关系
- 4.2 模型中变量的解释
  - 4.2.1 网络关系的分类
  - 4.2.2 国际合作和外国直接投资
  - 4.2.3 调节变量的解释
- 4.3 模型中变量之间关系的假设
  - 4.3.1 网络关系对市场参与战略理论假设
  - 4.3.2 调节关系的假设

### 第5章 研究设计：数据收集和研究方法

- 5.1 个案访谈
  - 5.1.1 访谈的目的
  - 5.1.2 访谈对象
  - 5.1.3 访谈问题
  - 5.1.4 访谈结论
- 5.2 新加坡凯日国际集团的个案调研
  - 5.2.1 新加坡凯日国际集团国际业务现状
  - 5.2.2 访谈内容
  - 5.2.3 与凯日集团国际业务有关的网络关系
- 5.3 调查问卷的设计
- 5.4 指标与维度的建构
  - 5.4.1 网络关系——解释变量及其维度
  - 5.4.2 战略选择——因变量
  - 5.4.3 调节变量
- 5.5 确定样本和收集数据
  - 5.5.1 确定样本总体
  - 5.5.2 样本抽取
  - 5.5.3 调研方式的选择和最后的样本收集
- 5.6 统计方法
  - 5.6.1 spss13.0
  - 5.6.2 描述性统计分析
  - 5.6.3 量表信度、效度及模型的整个拟合优度检验
  - 5.6.4 logistic回归(逻辑回归)分析
  - 5.6.5 调节回归分析(moderated multiple regression, mmr)

### 第6章 数据分析与假设检验

<<专业服务企业全球市场参与战略>>

- 6.1 样本特征信息的描述性统计分析
    - 6.1.1 样本的总体特征
    - 6.1.2 样本的行业特征
    - 6.1.3 样本中参与方式的分布
    - 6.1.4 样本中受访企业性质的特征描述
    - 6.1.5 受访者教育程度特征描述
    - 6.1.6 受访者年龄特征描述
    - 6.1.7 受访者职务特征描述
    - 6.1.8 受访企业的国别特征描述
  - 6.2 数据的信度和效度分析
    - 6.2.1 对数据的信度分析
    - 6.2.2 量表的效度检验
  - 6.3 研究假设的检验
    - 6.3.1 网络关系对市场参与方式影响的假设检验
    - 6.3.2 调节变量对内变量和因变量之间关系的调节作用检验
    - 6.3.3 对整个模型的理论假设检验结果汇总
- 第7章 研究结论、管理启示和未来的研究方向
- 7.1 对实证研究结果的讨论
    - 7.1.1 对成立假设的讨论
    - 7.1.2 对不成立假设的讨论
    - 7.1.3 对研究结果讨论的总结
  - 7.2 理论贡献和管理启示
    - 7.2.1 理论贡献
    - 7.2.2 管理启示
  - 7.3 本研究的局限和未来研究的方向

附录

参考文献

后记

章节摘录

首先查找二手资料，确定可以调研的样本总体。

经过查阅2005～2009年的国家统计年鉴以及国家商务部和统计局以及相关行业的官方网站，了解了外资企业和本国企业参与市场的基本情况，确定各行业的样本总体如下： 教育培训业：分为两个层面，第一个层面是高等教育机构，在教育全球化的大背景下，我国政府分别于2003年、2004年出台了中外合作办学的相关条例，我国庞大的教育市场吸引了全球的教育机构，尤其是高等教育比较发达、走在教育产业化前列的发达国家，这些国家为了引进生源，纷纷与我国高校开展联合办学。

截至2008年，我国高校中参与国际合作办学的几乎涵盖了所有“211工程”大学和“985大学”，其中与我国高校合作办学前四名的是澳大利亚（137）、英国（93）、美国（82）、加拿大（81）（李盛兵、王志强，2009）。

这些国家利用合作办学引进生源，创造了极大的教育市场和经济收益，据美国国际教育工作者协会（Association of International Educators）公布的数据显示，2004～2005学年，外国留学生在美国的总消费为186亿美元，其中学费约为90亿美元，生活开支为96亿美元。

.....

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>