

<<企业战略联盟>>

图书基本信息

书名：<<企业战略联盟>>

13位ISBN编号：9787810495370

10位ISBN编号：7810495372

出版时间：1900-01-01

出版时间：上海财经大学出版社

作者：史占中

页数：303

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>

<<企业战略联盟>>

内容概要

企业战略联盟，简单地说，就是企业与企业之间通过进行战略性的合作，形成一种协作性的竞争组织，但合作各方仍保持其生产经营的独立性。

《企业新视野丛书：企业战略联盟》从三个角度分析企业战略联盟形成的理论基础。

<<企业战略联盟>>

书籍目录

前言
第一部分 企业战略联盟的一般分析
第一章 战略联盟的背景描述：合作竞争大未来
一、企业合作竞争的发展与战略联盟的兴起
二、企业战略联盟产生的背景
三、企业战略联盟形成的动因
第二章 企业战略联盟的一般分析
一、企业战略联盟的内涵与外延
二、企业战略联盟中的竞争与合作
三、战略联盟与垄断组织企业集团的比较分析
第二部分 企业战略联盟的机理分析
第三章 企业战略联盟的交易费用分析
一、交易费用及其决定因素
二、企业联盟与交易费用的节约
三、企业联盟与中间规制结构
四、企业联盟：“市场化的组织”与“组织化的市场”
第四章 企业战略联盟的价值链分析
一、价值链及其构成
二、企业联盟与价值链环节中的核心专长互补
三、企业联盟与价值链一体化竞争
四、企业联盟与共享价值链中的“净竞争优势”
第五章 企业战略联盟的资产互补性分析
一、战略联盟与企业资源共享
二、战略联盟与企业核心能力互补
三、战略联盟与企业知识转移
第三部分 企业战略联盟的效应分析
第六章 企业战略联盟的经济效率分析
一、企业联盟与规模经济
二、企业联盟与范围经济
三、企业联盟与速度经济
四、企业联盟与共生经济
第七章 企业联盟的技术创新效应
一、技术联盟的聚合效应
二、技术联盟的学习效应
三、技术联盟的集群效应
第四部分 企业战略联盟的应用分析
结语：企业战略联盟的管理与发展
参考文献
后记

章节摘录

三、战略联盟与垄断组织企业集团的比较分析 战略联盟与垄断组织和企业集团一样，均属企业经济联合组织，但与这两者又有着显著的区别。

(一) 战略联盟与垄断组织的关系 卡特尔 (Cartel)、辛迪加 (Syndicat)、托拉斯 (Trust) 和康采恩 (Koncern) 都是在西方资本主义从自由竞争向垄断发展的过程中出现的企业联合的组织形式。

卡特尔原意为同盟或协定，主要是由生产同类商品的企业为了垄断市场而通过签订各种协定，如划分商品的市场销售范围、限定各自产量、操纵销售价格，从而攫取高额垄断利润。

卡特尔的活动一般限于流通领域，而战略联盟的合作范围则要宽泛得多。

战略联盟中的合作营销与卡特尔的市场垄断行为有着本质的区别，卡特尔组织成员间的合作是为了获取更多的市场垄断利润。

联盟企业之间的营销合作则更多地是为了学习对方的营销经验，互相提供营销网络或分担广告支出，共同拓展新的市场空间，而不是合作瓜分和控制现有的市场。

如丰田和通用的营销联盟，在全球汽车市场上，两者也无法达成“卡特尔行为”，它们之间的营销合作主要是为了进入对方国家的汽车市场，如丰田通过和通用建立营销联盟得以更快地掌握进入欧美汽车市场的营销技巧，并利用通用的营销网络得以顺利地进入欧美市场。

辛迪加原意为“组合”，是指生产同类商品的几个大企业，为获取高额垄断利润，通过签订共同销售商品和采购原料的协定而形成的一种垄断联合组织，相比卡特尔它的组织化程度更高也较为稳定。

参加辛迪加的企业在法律上仍保持自己的独立地位，但在商业上已失去了独立性。

.....

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>