

<<产业集群中的知识传播与企业竞>>

图书基本信息

书名：<<产业集群中的知识传播与企业竞争优势研究>>

13位ISBN编号：9787308068765

10位ISBN编号：7308068765

出版时间：2009-7

出版时间：浙江大学出版社

作者：徐乾

页数：220

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>

<<产业集群中的知识传播与企业竞>>

前言

马歇尔早在其《经济学原理》一书中就认识到集群知识传播对企业竞争优势的促进作用。然而，学者们或许受经济地理学科范式的影响，往往更侧重于对集群整体进行分析和比较，鲜有研究关注到企业层面集群知识传播的内在机制，这使得现今的研究成果只适用于解释集群企业与非集群企业之间在竞争优势上的异质性，却无法解释集群内各企业之间在竞争优势上的异质性。基于此，本书以集群企业间的知识传播为切入点，从社会认知理论中引出图式概念来构建基于认知共同体的知识传播机制，提出了集群知识传播的认知分析框架，并通过一系列子研究对集群知识传播和企业竞争优势的关系作了进一步的探索和检验。

首先，本书通过案例研究方法对集群知识传播与企业竞争优势关系进行了深入的探索。该研究围绕三个问题而展开： 集群内部知识传播与企业竞争优势的异质性是否存在？

集群知识分布对集群企业知识传播有何影响？

集群企业竞争优势来源于哪些因素？

通过浙江大唐袜业集群的案例研究，作者有三点发现：第一，大唐袜业集群的知识分布在技术知识上呈现出一定的同质性，而在市场知识上则具备较高的异质性；第二，大唐袜业集群的知识分布特征，在认知共同体过滤效应和封闭效应的作用下，深刻影响集群内部知识传播，使集群内企业的技术知识传播表现出高度活跃和均匀的特征，而让市场知识传播呈现出较高的非均匀性。

第三，研究结果显示大唐袜业集群企业的竞争优势来源于集群知识分布和集群企业知识基础这两方面因素的共同作用：首先，集群整体的知识分布能促使集群企业形成本地弹性专业化生产系统，进而形成集群企业相对非集群企业的竞争优势；其次，集群企业自身知识基础赋予了集群企业从集群中学习和获取知识的能力，以此来整合和利用集群弹性生产系统。

<<产业集群中的知识传播与企业竞>>

内容概要

通过案例研究方法对集群知识传播与企业竞争优势关系进行了深入的探索。

该研究围绕三个问题而展开： 集群内部知识传播与企业竞争优势的异质性是否存在？

集群知识分布对集群企业知识传播有何影响？

集群企业竞争优势来源于哪些因素？

通过浙江大唐袜业集群的案例研究，作者有三点发现：第一，大唐袜业集群的知识分布在技术知识上呈现出一定的同质性，而在市场知识上则具备较高的异质性；第二，大唐袜业集群的知识分布特征，在认知共同体过滤效应和封闭效应的作用下，深刻影响集群内部知识传播，使集群内企业的技术知识传播表现出高度活跃和均匀的特征，而让市场知识传播呈现出较高的非均匀性。

<<产业集群中的知识传播与企业竞>>

书籍目录

第一章 导论第一节 研究背景与问题提出第二节 几个基本概念一、集群企业二、认知视角三、集群企业竞争优势第三节 研究目标、内容和框架一、研究目标二、研究内容与研究框架第四节 研究方法、技术路线及创新点一、研究方法二、技术路线三、创新点第二章 文献综述第一节 组织知识传播研究综述一、知识传播内涵二、组织领域中的知识传播研究第二节 集群知识传播研究综述一、中观视角集群知识传播研究二、微观视角集群知识传播研究第三节 集群企业竞争优势研究综述一、集群企业竞争优势的传统研究二、集群企业竞争优势研究最新进展第四节 简要述评第三章 基于认知视角的集群知识传播分析框架第一节 引言第二节 知识与认知图式一、知识及其分类二、认知图式第三节 基于认知共同体的集群知识传播机制第四节 集群知识传播的认知分析框架第五节 本章小结第四章 集群知识传播与企业竞争优势：大唐袜业集群案例研究第一节 问题提出第二节 案例背景第三节 研究方法一、数据来源二、数据编码第四节 研究结果一、大唐袜业集群的知识分布二、大唐袜业集群的知识传播三、大唐袜业集群企业的竞争优势第五节 研究讨论第六节 初步结论第五章 集群企业知识基础与竞争优势集群知识分布与企业学习能力作用的实证研究第一节 引言第二节 理论假设第三节 研究方法一、变量测量二、研究样本三、问卷的信度和效度分析四、数据分析方法第四节 研究结果一、描述统计与相关分析结果二、回归分析结果第五节 研究讨论第六节 本章小结第六章 集群知识分布与知识传播动态演化：基于多主体方法的仿真研究第一节 引言第二节 多主体仿真方法第三节 基于认知视角的集群知识传播仿真模型第四节 仿真实验设定第五节 实验结果分析一、知识分布作用分析二、地理邻近作用分析三、社会邻近作用分析第六节 研究讨论第七节 本章小结第七章 集群知识分布形成与演化的比较案例分析第一节 引言第二节 浙江北仑模具集群形成第三节 浙江台州缝纫机集群形成与发展第四节 台湾社头袜业集群形成与发展第五节 以核心企业为基础的集群知识分布形成机制第八章 模块化产业与集群企业创新能力提升第一节 引言第二节 模块化产业中的企业创新第三节 模块化产业中集群企业的创新策略第四节 模块化产业结构中的集群企业创新——深圳手机产业集群的案例第五节 本章小结第九章 总论第一节 本书的主要结论和理论进展第二节 本书的现实意义第三节 本书的局限与未来的研究议题附录附录1 案例研究的访谈提纲附录2 集群知识传播与企业竞争优势调查问卷附录3 仿真程序源代码与仿真软件界面附录4 仿真集群短期各时刻知识分布图参考文献

章节摘录

本研究采用文献整理与现场调研相结合、理论分析与实证分析相结合的研究方法。研究从相关理论出发,构建了基于认知视角的集群企业知识传播分析框架,形成了本书的基本理论基础。

为了验证这一理论模型并进一步探索集群知识传播与企业竞争优势之间的关系,笔者以大唐袜业集群中的多家企业为研究对象进行了说明性案例研究和探索性案例研究。

考虑到案例研究在外部效度上的局限性,本书采用调查研究方法,以浙江和广东等地集群中120多家企业为样本,通过相关分析、因子分析、回归分析等统计分析技术,采用SPSS和STATA等专业软件包对集群企业知识基础与竞争优势的相关概念模型及假设进行了实证检验。

此外,针对现有案例研究与调查研究大多停留在横截面上,无法深入分析集群企业知识传播的动态演化过程,笔者采用多主体仿真方法分析了知识传播的动态演化过程以及地理邻近、社会邻近和初始知识分布模式等因素对这一过程的影响。

最后在结论与展望部分,笔者综合讨论了全书的研究发现以及理论意义。

三、创新点 (1) 将社会认知的理论成果应用到集群研究领域,实现了分析主体和分析工具的微观化,深化了对集群知识传播内在机制的认识。

传统的集群企业知识传播研究大多强调企业之间在地理上、制度上表现出来的共性,而极少有研究关注到集群企业之间的异质性。

虽然最近有部分学者认识到,对集群企业知识传播的深入认识必须从企业的微观因素着手,但是作为对企业知识学习和知识吸收有着关键作用的因素——集群企业知识基础(或知识结构)却未得到应有的重视。

从认知的视角来看,一项“知识”是否为一个认知主体所理解,并不在于这一知识被外在划分为什么类型,而在于这一知识是否和认知主体的知识结构相匹配。

基于此,本书以知识传播的认知邻近原则为切入点,从社会认知理论中引出图式概念来构建基于认知共同体的知识传播机制,提出了一个集群知识传播的认知分析框架。

这一分析框架有效整合了地理邻近与非地理邻近两类研究,能够更好地解释集群知识传播与竞争优势的关系。

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>