

استراتژی بین‌المللی رقابتی

موضوعات کلیدی اجرایی

مؤلف:

آندرس پیرسون

مترجم:

مهدی قانع راد

نرجس نجفی

سرشناسه

: آندرس پرسون

Anders Peterson

عنوان و نام پدیدآور

: عنوان استراتژی بین المللی رقابتی / مولف فلورانس توزه ؛ مترجم مهدی قانع راد، نرجس نجفی.

مشخصات نشر

: تهران: نمای علم، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری

: ۱۶۱ ص.

شابک

: 978-622-5814-25-7

وضعیت فهرست

: فیا

نویسی

موضوع

: عنوان اصلی: Competitive International Strategy

موضوع

: بازار یابی -- جنبه های اخلاقی

موضوع

: Marketing -- Moral and ethical aspects

موضوع

: توسعه پایدار

شناسه افزوده

: مهدی قانع راد، ۱۳۵۷-، مترجم

شناسه افزوده

: نجفی، نرجس، ۱۳۶۴-، مترجم

رده بندی کنگره

HF5415

رده بندی دیویی

۶۵۸/۵

شماره کتابشناسی ملی

۸۸۲۲۲۵۱

عنوان استراتژی بین المللی رقابتی (موضوعات کلیدی اجرایی)

■ مولف: آندرس پرسون

■ مترجمین: مهدی قانع راد - نرجس نجفی

■ ناشر: نمای علم

■ صفحه آرا: مونا ذکریایی

■ طراح جلد: عارفه جودکی

■ سال و نوبت چاپ: اول - ۱۴۰۰

■ شمارگان: ۵۰ نسخه

قیمت: ۶۵۰۰۰۰ ریال

۴-۲۶-۵۸۱۴-۶۲۲-۹۷۸: شابک

دفتر انتشارات: بلوار کشاورز، بعد از تقاطع نادری، پلاک ۱۶۴

تلفن: ۰۹۱۰ ۹۵۵ ۹۵۵ ۲

سایت انتشارات:

www.Namai.ir



فهرست مطالب

۹	پیشگفتار
۱۱	فصل اول: محتوای این جلد کتاب
۱۳	تغییر رقابت بین‌المللی
۱۳	دیجیتالی شدن و تغییر تقاضا
۱۴	صنعت ۴٫۰
۱۵	خدمات آنلاین و آفلاین
۱۶	تشکیلات بین‌المللی
۱۷	الگوهای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی
۱۸	شرکت‌های مخابراتی تازه وارد به بازار
۲۰	پیام محوری
۲۲	ساختار این کتاب
۲۵	بخش اول: مدلی برای استراتژی بین‌المللی رقابتی
۲۶	مقدمه
۲۹	فصل دوم: اجزای مدل برای استراتژی بین‌المللی رقابتی
۲۹	موقعیت رقابت
۲۹	موانع رقابت
۳۱	دینامیک‌های رقابتی
۳۱	دینامیک‌های رقابتی و رابطه ایی
۳۲	پیروی از رقبا
۳۳	منابع و ظرفیت‌های شرکت
۳۵	تنظیم استراتژی بین‌المللی
۳۷	جهت‌هایی برای استراتژی بین‌المللی
۳۸	مقیاس جغرافیایی و سازگاری محلی
۴۰	مزیت‌های رقابت بهینه
۴۲	صلاحیت استراتژی شرکت
۴۲	ارتباط تجاری و تشریک مساعی
۴۶	دانش تجربی بین‌المللی
۴۷	اجرای استراتژی بین‌المللی
۴۷	ورود اولیه به کشور میزبان
۴۷	حالت تاسیس

۴۸	ایجاد ارزش افزوده در سطح محلی
۴۹	توسعه متوالی در یک یا چند کشور میزبان
۵۱	کنترل شرکت بر اجرای استراتژی
۵۳	رقابت بین‌المللی
۵۵	فصل سوم: روابط در مدل
۵۵	منابع و تنظیم استراتژی
۵۶	روابط بین شرکت‌های تولیدی و شرکت‌های سیستمی
۵۷	تقویت اثرات زمینه رقابت
۵۸	دینامیک‌های رقابتی، هماهنگ کردن استراتژی، و ایجاد ارزش افزوده در سطح محلی
۶۰	روابط در مقیاس کم ارزش افزوده
۶۱	روابط در مقیاس وسیع ارزش افزوده
۶۳	اجرای استراتژی و رقابت بین‌المللی
۶۷	بخش دوم: موضوعات کلیدی هنگام اجرای استراتژی بین‌المللی رقابتی
۶۸	مقدمه
۷۱	فصل چهارم: اجرای توسعه جغرافیایی در سطح بین‌المللی
۷۱	تغییر رقابت در صنعت مخابرات
۷۴	توسعه جغرافیایی COLT
۷۵	مرحله اول
۷۸	توسعه جهانی
۸۳	فصل پنجم: صلاحیت استراتژی و توسعه در کشور میزبان
۸۳	توسعه اریکسون در آمریکا در طول سال‌های ۲۰۱۹ - ۱۹۸۰
۸۷	چرا اریکسون وارد بازار مخابرات آمریکا شد؟
۸۸	اجرای استراتژی از طریق تأسیس شرکت تابعه
۸۹	بخش‌های دیگر بازار و تمرکز قدم به قدم بر تلفن همراه
۹۱	تناسب محصولات وسیع و تجربه محدود بازاری
۹۲	انطباق فناوری و دسترسی به مشتری
۹۴	تأسیس شرکت‌های تابعه
۹۵	اجرای استراتژی از طریق خریداری شرکت
۹۶	شبکه‌های اینترنتی برای بیش از اوپراتورهای Telecom
۹۹	تناسب محصولات متوسط و تجربه محدود بازاری
۹۹	تأثیرات مقیاس و دسترسی به مشتری
۱۰۰	خریداری شرکت‌های نوآور
۱۰۱	صلاحیت استراتژی و تأسیس متوالی شرکت‌های تابعه

۱۰۳.....	تاثیر وسعت تجربیات بازاری
۱۰۴.....	تاثیر ژرفای تجربه بازاری
۱۰۵.....	تجربه و تملک
۱۰۷.....	تجربه بین‌المللی و مالکیت در هر مرحله
۱۰۸.....	تجربه تملک و تملک در مرحله پس از مرحله اولیه
۱۰۹.....	تجربه ایجاد ارزش و تملک در مرحله پس از مرحله اولیه
۱۱۲.....	فصل ششم: پاسخگویی جهانی از طریق تولید دیجیتالی
۱۱۲.....	شرکت حمل بار
۱۱۴.....	استفاده از فناوری‌های صنعت ۴,۰
۱۱۷.....	صنعت ۴,۰ و ایجاد ارزش در تولید
۱۱۹.....	صنعت ۴,۰ و عملکرد عملیاتی
۱۲۲.....	فصل هفتم: پاسخگویی جهانی از طریق ارزش افزوده آنلاین و آفلاین
۱۲۵.....	خرده فروشان Blue و Green بازی‌های ویدئویی
۱۲۶.....	ارزش افزوده Blue و Green
۱۳۰.....	فصل هشتم: متوازن سازی استاندارد و پاسخگویی جهانی
۱۳۱.....	حمایت شرکت و استراتژی رقابتی شرکت تابعه
۱۳۳.....	دلایل گسترش مقیاس ارزش افزوده شرکت تابعه
۱۳۵.....	گسترش دانش شرکت آلفا در آمریکا
۱۳۶.....	گسترش دانش شرکت بتا در آمریکا
۱۳۸.....	فصل نهم: موانع شناختی پیش روی تحقق استراتژی بین‌المللی رقابتی
۱۴۱.....	موضوعات هنگام تعیین ارتباط کاری
۱۴۱.....	انتخاب واحدهای کاری برای انجام مقایسه
۱۴۲.....	انتخاب ابعاد ارتباط
۱۴۳.....	دیدگاه‌های متضاد مدیران
۱۴۳.....	سوگیری‌های شناختی هنگام تعیین ارتباط کاری
۱۴۴.....	سوگیری‌های شناختی در سطح فردی
۱۴۴.....	ناهمگونی
۱۴۴.....	تغییر موقعیت
۱۴۵.....	ویژگی‌های برجسته
۱۴۵.....	تکیه کردن
۱۴۶.....	سوگیری‌های شناختی در سطح گروهی
۱۴۶.....	تاثیر سوگیری‌های شناختی بر تحقق تشریک مساعی
۱۴۷.....	ناهماهنگی هنگام انتخاب واحدهای کاری برای مقایسه

پیشگفتار

این جلد کتاب، مدلی را برای استراتژی بین‌المللی رقابتی بسط می‌دهد که توجه ویژه‌ای را به اجرای استراتژی معطوف می‌دارد زیرا تعیین‌کننده رقابت بین‌المللی می‌باشد. من در طول سال‌ها، به طور مستمر اقدام به تنظیم و اجرای استراتژی بین‌المللی کرده‌ام، اما معمولاً اجرای استراتژی توجه دانشمندان را بیشتر به خود جلب می‌کند. این جلد کتاب تلاش می‌کند تا موضوعات اجرا را از زوایای مختلف و مهمی پوشش دهد.

موسارات فرانا، اندرس پرسون، تویاس پرسون، دانیل سوئیتلیکی و من بر روی این جلد کتاب کار کردیم. من از دیگر همکاران بابت همکاری و ارائه سریع دست‌نوشته‌ها تشکر می‌کنم. همه ما از دعوت شرکت‌ها بابت انجام مصاحبه و دیگر روش‌های گردآوری اطلاعات تجربی قدردانی می‌کنیم. اگرچه، برخی از شرکت‌ها تمایل دارند تا نامی از آنها در این کتاب منتشر نشود، همچنین من دیدگاه‌های مطرح شده از سوی دانشجویانی را می‌ستایم که نسخه‌های اولیه از چارچوب‌های استراتژی و مطالعات موردی را اعمال کردند همچنین تجربیات به اشتراک گذاشته شده از سوی شرکت‌هایی را ارج می‌نهم که به من مشاوره دادند.

در نهایت، من از پرسنل گروه Routledge/Taylor & Francis تشکر می‌کنم. از کمک‌های ویراستار بری آنا آچر و دستیار او، نانومی راند کالین تشکر ویژه‌ای می‌کنم.

اندرس پرسون

وکسیو، سوئد، ۳ ژوئن ۲۰۲۰

www.ketab.ir