

# 経営戦略研究室

SDGs達成に向けた取り組み



## 研究テーマ・キーワード Research Themes・Keywords

### グローバル・リーダーになったアジア企業における 戦略とイノベーション・プロセスの研究

Study of management strategy and innovation process of Asian companies that have become global leaders

#### ● グローバル戦略

Global strategy

#### ● アジア企業

Asian Companies

#### ● イノベーション・プロセス

Innovation process

#### ● 国際比較

International comparison

#### ● 人的ネットワーク

Human network



担当教員 **河 知延**  
Subject Teacher **HA Jeeyeon**

## PROFILE

職位	教授・大学院教授
Position	Professor・Professor at Graduate School
大学院	社会環境科学コース
Graduate School	Social Environmental Science Course
学位	博士(経済学)
Degree	Doctor of Economics

担当講義科目	経営戦略論、グローバル経営論、アジア企業論 など
Charge of Subjects	Management Strategy, Global Management, Asian Business etc

e-mail [ha@fuk.kindai.ac.jp](mailto:ha@fuk.kindai.ac.jp)

FOR  
MORE



HA Jeeyeon

## 研究概要 Research Outline

企業を取り巻く環境の急激な変化に適応しながら、アジア企業は独自の方法でグローバル戦略やイノベーション・プロセスを展開し、競争優位を構築しています。

Adapting to the rapid changes in the business environment, Asian companies are developing their global strategies and innovation processes in a unique way to build their competitive advantage.

## 進行中の研究内容 Research Contents in Progress

- 近年では、韓国、中国、台湾をはじめとするアジア企業の発展が目覚ましく、それらのグローバル活動が盛んになってきています。それらの企業は人的ネットワークを駆使するという独特の方法によって競争優位性を構築しています。

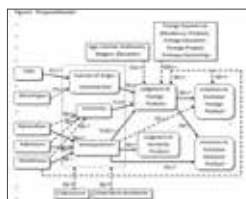
Recently not only Western and Japanese companies but East Asian i.e. Korean, Chinese, and Taiwanese companies have rapidly developed and have accelerated their global activities. In our laboratory it is researched that the source of competitive advantage in Asian companies has been built by the unique method using human network.

- 人の消費行動は国や社会的信念によって差異があるのではないかと考え、多様な文化が消費者の認知、決定、行動にどのような影響を与えるのかについて国際比較研究を行っています。

Based on the idea that consumption behavior differs depending on divergent country and social religiosity, cross cultural surveys are conducted to figure out how divergent cultures influence consumer cognition, decision, and behavior differently.



中国の瀋陽市に位置する東軟集団  
Neusoft which is located in Shenyang, China



消費者による国内/  
海外製品選択のモデル  
A consumer domestic/  
foreign product choice model

## 最近の研究実績 Recent Research Results

### 〈著書／Books〉

- 戦略経営論—競争力とグローバリゼーション第3版(分担翻訳)、高木俊雄・星和樹監訳、センゲージラーニング出版、第6章企業戦略、第11章組織構造とコントロール、2021年、258-305、502-557頁

Strategic Management: Competitiveness and Globalization, joint translation, Cengage Learning, Chapter6 Corporate-level Strategy, Chapter11 Organizational Structure and Controls, 2021, pp.258-305, 502-557

### 〈論文／Published Papers〉

- 「知識共有を促進する研究者ネットワークパターン分析—サムスン電子の研究者を中心に—」『アジア市場経済学会年報』25巻、111-121頁(2022)

"The Pattern of Researcher Network and Knowledge Sharing: Insights from the Case of Samsung Electronics," Jeeyeon Ha, Japan Academy for Asian Market Economies, Vol.25, pp.111-121 (2022)

- 「サムスン電子における研究者ネットワーク」『近畿大学産業理工学部研究報告』第31号、36-43頁(2020)

"Researcher Network at Samsung Electronics: through Analysis of U.S. Patent Applications," Jeeyeon Ha, Reports of Faculty of Humanity-Oriented Science and Engineering, Kinki University, Vol.31, pp.36-43(2020)

- "Social Religiosity: Concept and Measurement across Divergent Cultures Type," Anil Mathur et al. and Jeeyeon Ha, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol.27 Issue 5, pp. 717-734 (2015)

- 「レビュー研究における方法論の再検討：イノベーション研究を中心に」『アジア市場経済学会年報』第17号、131-144頁(2014)

"Towards a Methodology for Developing Innovation Theories: an Assessment of Reviews," Jeeyeon Ha, Japan Academy for Asian Market Economies, vol. 17, pp. 131-144 (2014)