



経営戦略研究室

Management Strategy Laboratory

研究テーマ Research Theme

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

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.

キーワード・研究テーマ Keywords・Research Themes

- ◆ グローバル戦略
Global strategy
- ◆ イノベーション・プロセス
Innovation process
- ◆ 人的ネットワーク
Human network
- ◆ アジア企業
Asian Companies
- ◆ 国際比較
International comparison

進行中の研究内容 Research Contents in Progress

1 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.

2 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.

最近の研究実績 Recent Research Results

〈著書/Books〉

■ 世界同時不況と地域企業—九州経済白書(分担執筆)、九州経済調査協会出版、第4章 九州・山口の非製造企業によるグローバル需要対応の実例、2009年、141-158頁

Economic Survey of Kyushu 2009, co-authorship, Kyushu Economic Research Center, Chapter4 The survey of responding to global demand by non-manufacturing companies in Kyushu and Yamaguchi, pp. 141-158

■ 戦略経営論—競争力とグローバリゼーション改訂新版(分担翻訳)、久原正治・横山寛美監訳、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、2014年、240-281、470-519頁

Strategic Management: Competitiveness and Globalization, joint translation, Cengage Learning, Chapter6 Corporate-level Strategy, Chapter11 Organizational Structure and Controls, 2014, pp.240-281, 470-519

〈論文/Published Papers〉

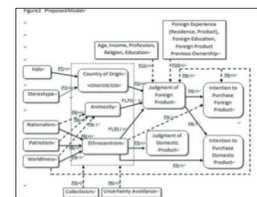
■ “Social Religiosity: Concept and Measurement across Divergent Cultures Type,” Anil Mathur et al. and Jeeyeon Ha, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol.27 Issue 5, pp. 717-734 (2015)

■ 「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)



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

PROFILE



ハ チヨン
担当教員 河 知延 Jeeyeon Ha
Subject Teacher

職位 教授・大学院教授
Position Professor・Professor at Graduate School

学位 博士(経済学)
Degree Doctor of Economics

e-mail ha@fuk.kindai.ac.jp

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

FOR MORE



Jeeyeon Ha