第一图书网, tushu007.com

<<供应链协调契约设计及实证研究>>

图书基本信息

书名：<<供应链协调契约设计及实证研究>>

13位ISBN编号：9787501792283

10位ISBN编号：7501792283

出版时间：2009-6

出版时间：中国经济出版社

作者：刘莉，罗定提 著

页数：416

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

内容概要

《供应链协调契约设计及实证研究》分别从定性分析和定量分析、规范分析和实证分析，运用交易成本经济学、契约理论、博弈论、供应链管理理论、竞争优势理论和统计学等理论和方法，采用规范分析和实证分析相结合的研究方法，系统地探讨企业间合作对供应链及其成员企业运作效益的影响，从理论分析与实证分析相结合的角度对供应链整合及其与企业竞争优势和绩效之间的相互关系进行了深入研究。
在研究结论的基础上，进一步思考研究结论的现实意义，分析目前中国制造企业供应链整合中存在的一些问题，并对提高制造企业供应链整合程度、增强企业和供应链整体优势，提出相应的建议。

作者简介

刘莉，女，1972年4月生。
湖南工业大学财经学院副教授，管理学博士：研究方向：物流与供应链管理、绩效管理。
在经济管理类领域发表论文二十多篇，主持或参与国家级和省部级科研课题十多项，获省部级科技进步奖、哲学社会科学优秀成果奖和优秀论文奖多项。
罗定提，男，1963年3月生，湖南工业大学教授，管理学博士．硕士生导师；研究方向：物流与供应链管理、企业间关系、契约理论。
在经济管理类领域发表论文三十多篇，主持或参与国家级和省部级科研课题二十多项．获省部级科技进步奖、哲学社会科学优秀成果奖和优秀论文奖多项。

书籍目录

绪论1.1　企业竞争方式的演变和企业的竞争战略1.2　中国制造企业发展中面临的问题1.3　供应链协调研究综述1.3.1 供应链契约设计问题的研究现状1.3.2　供应链中信息对称性问题的研究现状1.3.3 供应链决策权分配的研究现状1.3.4　供应链整合研究的现状1.4　研究目的、研究方法及研究内容1.4.1　研究目的1.4.2　研究意义1.4.3　研究方法1.4.4　研究内容第一部分　供应链协调契约设计第一章　企业间纵向合作及价值分析1.1 几种典型契约的设计及价值分析1.1.1 三种典型的契约模型1.1.2　各种契约在供应链中应用的绩效分析1.1.3　结论1.2　二部线性契约中旁支付的设计及价值分析1.2.1 问题的模型及假设1.2.2 问题分析1.2.3 旁支付激励契约的价值1.2.4　实例推算和结论1.3　完全市场需求信息下期权型供应链契约的设计和价值分析1.3.1 问题的模型及假设1.3.2 刚性契约分析1.3.3 期权型柔性契约的价值分析1.4　不完全市场需求信息下期权型契约的设计和价值分析1.4.1 不完全市场需求信息下期权型契约问题的模型1.4.2　二元正态分布情况下的契约价值分析1.5　本章小结第二章　企业间横向合作的价值分析2.1 供应商合作定价对汇集式供应链运作效益的影响分析2.1.1 问题的模型及假设2.1.2　问题分析2.1.3 实例推算2.1.4　结果分析2.2　多个零售商合作对分散式供应链运作效益的影响分析2.2.1 问题的描述和假设2.2.2 问题的分析和求解2.2.3 结果分析2.2.4　主要结论2.3 R&D合作对供应链运作绩效的影响分析2.3.1 问题的模型及假设2.3.2 问题分析2.3.3 结果分析2.4 本章小结第三章 供应链决策权威的价值分析3.1 企业内部决策权威对供应链运作效益的影响分析3.1.1 问题的描述3.1.2 问题的分析3.1.3 结果分析及管理暗示3.2　供应链中企业决策权威纵向转移对其运作效益的影响分析3.2.1 问题的模型及假设3.2.2　供应链中定价决策权威纵向转移的价值分析3.2.3　定价决策权威影响结果分析3.2.4　供应链中订货决策优先权对供应链效益的影响3.3　供应链定价权威对企业间合作的影响分析3.3.1 部分合作的定价决策权威模型3.3.2　充分合作的讨价还价模型3.3.3　结果分析与管理暗示3.4　信息分享对供应链定价决策权威的影响分析3.4.1 上下游企业之间不存在后验信息时的定价行为3.4.2　上下游企业之间存在后验信息时的定价行为3.4.3　信息分享对定价决策权威的影响分析3.5　企业决策权威的横向转移对分散式供应链运作效益的影响分析3.5.1 问题的描述3.5.2 决策权威横向转移的价值分析3.5.3　结果分析及管理暗示3.6　本章小结第四章　供应链中持股关系的价值分析4.1 供应链中的供应商对零售商持股的价值分析4.1.1 供应商与零售商之间无持股关系4.1.2　供应商对零售商持股4.1.3　供应商持股与零售商售股的激励4.2　供应商对零售商持股的影响4.2.1 外部性分析4.2.2 数值算例4.3　供应链中零售商对供应商持股的价值分析4.3.1 供应链中的持股关系4.3.2　供应商与零售商之间无持股关系4.3.3 零售商对供应商持股4.3.4　零售商持股与供应商售股的激励4.4　零售商对供应商持股的影响4.4.1 外部性分析4.4.2 数值算例4.5　两种持股模式的比较分析4.6　本章小结第五章　不同需求条件下的供应链契约协调5.1　不确定需求下的供应链契约协调5.1.1 批发价格契约协调5.1.2　回购契约（Buy-back Contract）5.1.3　收入共享契约（Revenve sharing Contract）5.1.4　数量柔性契约（Quantey Flekibility Controct）5.2　需求受分销商促销努力影响的供应链契约协调5.2.1　报童问题的重新设定5.2.2　典型契约的适用性分析5.2.3 分销商促销努力影响需求的供应链契约设计5.3 生产能力约束下需求信息共享的供应链契约协调5.3.1　模型扩展和博弈5.3.2 对称需求信息条件下的供应链契约协调5.3.3 期权型契约和批发价格契约的适用性分析5.3.4 供应商生产能力约束下的供应链契约设计5.3.5 非对称需求信息条件下的信息共享5.4　本章小结第二部分 供应链协调实证研究——以供应链整合实证研究为例第六章　供应链整合及其对竞争优势和绩效的影响研究6.1　供应链整合的含义6.2　供应链整合的动因分析6.2.1 资源依赖理论6 2.2　核心能力理论6.2.3　组织学习理论6.2.4　社会关系理论6.2.5　交易成本理论6.3　供应链整合的内容6.4　供应链整合对竞争优势及绩效的影响6.4.1 供应链整合促进企业内外资源的整合6.4.2　供应链整合促进企业内外核心能力的整合6.4.3 供应链整合促进企业间学习和知识的整合6.4.4 供应链整合促进企业间伙伴关系的建立6.4.5　供应链整合促进交易成本的降低6.5　本章小结第七章　研究框架与研究假设7.1　研究框架和研究假设7.1.1 研究框架7.1.2　研究假设7.2　研究变量的操作性定义与衡量量表7.2.1 供应链整合衡量量表7.2.2　供应链绩效衡量量表7.2.3 竞争优势衡量量表7.2.4　企业绩效衡量量表7.3　资料收集与数据分析方法7.3.1 资料来源及问卷收集方法7.3.2　数据分析方法7.4　小样本测试7.4.1 小样本测试的方法7.4.2　供应链整合变量的探索性因子分析7.4.3　供应链绩效变量的探索性因子分析7.4.4 竞争优势和企业绩效变量的探索性因子分析7.4.5 探索性因子分析中提取因子的信度分析7.5　原理论模型的细化7.6

本章小结第八章　大样本调查分析8.1　描述性统计分析8.1.1　研究数据的获取8.1.2　样本的特性分析8.1.3　数据质量评估8.1.4　统计分析方法8.2　验证性因子分析8.2.1 供应链整合量表的验证性因子分析8.2.2　供应链绩效量表的验证性因子分析8.2.3 竞争优势量表的验证性因子分析8.2.4　企业绩效量表的验证性因子分析8.3 样本企业的特性对供应链整合和供应链绩效的影响8.3.1 企业性质对供应链整合和供应链绩效的影响8.3.2 企业规模对供应链整合和供应链绩效的影响8.3.3 企业股份制改造对供应链整合和供应链绩效的影响8.4　中介变量的检验8.5　整体模型的线性结构方程模型分析8.5.1 本研究的理论模型分析8.5.2　修改后模型拟合优度的评估8.5.3　研究假设的检验分析8.6　本章小结第九章　研究结论与建议9.1　研究结论9.1.1 供应链整合对供应链绩效的影响9.1.2　供应链整合对竞争优势和企业绩效的影响9.1.3 供应链绩效对竞争优势和企业绩效的影响9.1.4 竞争优势对企业绩效的影响9.1.5 企业特性对供应链整合和供应链绩效的影响9.2　制造企业供应链整合中存在的问题9.3　研究建议9.3.1 加强制造企业内部供应链整合9.3.2　加强制造企业外部供应链整合9.3.3 建立综合的供应链绩效评价体系9.3.4　政府为制造企业供应链整合创造有利环境9.4　本章小结结束语参考文献致谢

章节摘录

供应链的主体是具有竞争优势的组织或企业。
一个企业是否愿意与其他企业组成供应链，首先要看企业是否具有其他企业所需要的资源和能力，使这些企业的联盟能够强化优势，弥补不足，从而加强核心竞争力。
在复杂和快速变化的市场和技术条件下，企业必须尽可能把核心竞争力之外的业务活动进行外包，即使在存在交易成本经济学所说的“专用性投资交易”的场合。
供应链上的企业，即使是核心企业也不可能在价值链的每个环节上都具有资源的绝对优势，不同企业可能在供应链的不同环节上具有各自的资源和能力优势，这就构成了供应链上企业资源互补的条件。
在资源不能有效地通过市场交易或并购获得的时候，供应链整合为企业之间共享或交换有价值的资源提供了可能。
供应链企业各自拥有独特的资源与能力，彼此若能相互整合并加以运用，不仅可获取所需资源，其资源的联合也能产生综合绩效，互补性资源与能力被视为是企业彼此合作及创造贡献的动力来源。
企业可以利用其现有的内部资源与其他企业的资源进行组合，这种整合性资源的价值性和稀缺性高于单项资源的价值性和稀缺性，这也为获取租金提供了条件。
运用这种稀缺的资源集合体，使整个供应链上的企业能在共享互补性资源的基础上，共同完成价值创造过程，增强整个供应链为顾客提供所需的产品或服务的能力，获得超出其他供应链的平均水平的收益，这就产生了李嘉图租金。
总之，供应链整合性资源难以为企业个体所拥有，即使是个体的专用性资源，如果离开了相应的共享资源，其价值很难充分发挥；其次，整合性资源也是企业之间长期合作的结果，不同的供应链整合，由于成员的构成、建立的时间不同，因而拥有不同的整合性资源，难以被其他企业复制或模仿。

第一图书网, tushu007.com

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