

<<企业策略性行为研究>>

图书基本信息

书名：<<企业策略性行为研究>>

13位ISBN编号：9787802071629

10位ISBN编号：7802071623

出版时间：2005-3

出版时间：经济管理出版社

作者：干春晖

页数：258

字数：291000

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>

<<企业策略性行为研究>>

内容概要

我对企业策略性行为的兴趣始于1998年至1999年在美国雷鸟国际管理研究生院（THUNDERBIRD, The American Graduate School of International Management）做访问研究时期，当时我有机会大量接触到了有关这一专题的文献，特别是Schelling、Spence、Yamey、Dixit、Easterbrook、Flaherty、Friedman、Fudenberg、Tirole、Gaskins、Harrington、Judd、Petersen、Kamien、Schwartz、Milgrom、Roberts、Saloner、Salop、Shapiro等一大批学者关于策略性行为的研究成果，并被这些理论深深吸引。不过因为当时我正忙于一个有关企业并购的研究项目，在时间上不允许我对策略性行为的成果进行全面的梳理，只是大量地收集了有关的文献。

2002年中国工业经济研究与开发促进会副会长扩大会提出了“产业经济前沿问题研究丛书”的写作计划。

使我决心对这一课题进行一个全面的梳理。

在我看来，产业经济的前沿问题除了中国产业经济实践中的热点问题和重大问题之外，应该是国际产业经济理论发展中的前沿问题。

毫无疑问，20世纪70年代以后以市场行为为研究重点、以博弈论等新研究方法的新产业组织（NIO）已成为现代国际产业组织理论研究的前沿，而市场行为研究的焦点问题是策略性行为。

因此，2002年至2004年间我的很大一部分时间贡献给了策略性行为研究课题。

现在呈现给读者的《企业策略性行为研究》一书事实上是我对这一问题研究的初步成果。

严格地说，这仅是一本较全面的“策略性行为研究”的文献评述，她反映了我对目前策略性行为理论的理解：例如，本书整合了合作与非合作策略性行为，以及长期、中期和短期策略性行为二个维度构架策略性行为的理论框架，这种做法反映了对策略性行为理论体系的一种理解。

又譬如，在对在策略性行为研究中，除了把市场结构内生生化之外，还把厂商的边界也内生生化了，调整厂商边界之类的市场行为（如并购）也被看作是一种中期策略性行为而被整合到本书所采用的策略性行为理论体系之中。

当然，这样的理解和处理是否正确还需要各位读者的评判以及时间的检验。

在一年多以理论和文献为重点的研究之后，目前，我和我的研究团队的重点放在以这些理论方法研究中国产业经济实践中的策略性行为。

我们正在对我国市场化较快、竞争较充分的行业中企业的策略性行为进行实证的和案例的研究。

本书的撰写是团队合作的结果，参加撰写的还包括刘平、阎星宇、郭晓曦、姚瑜琳、戴榕和李雪等几位博士。

另外，我要感谢上海财经大学的杨公朴教授、王玉教授、上海国家会计学院的夏大慰院长以及辽宁大学的唐晓华教授、暨南大学的张耀辉教授给本书写作给予的关心，复旦大学中国经济研究中心副主任殷醒民教授给本书写作提供的宝贵意见，和工促会吴家骏教授、于立教授等领导给予的指导。

最后，我要感谢我的妻子和父母，他们为我分担了大量的家务，使我有更多的时间从事这一研究课题。

。

<<企业策略性行为研究>>

书籍目录

1 导论 2 限制性定价 2.1 限制性定价理论概述 2.2 静态限制性定价 2.3 动态限制性定价 2.3.1 主导厂商模型 2.3.2 结团进入模型 2.3.3 连续进入模型 2.4 不完全信息下的限制性定价 2.4.1 米尔格罗姆-罗伯茨定价模型 2.4.2 哈尔瑞顿定价模型 3 掠夺性定价 3.1 掠夺性定价理论概述 3.2 非理性的掠夺性定价 3.2.1 资本市场 3.2.2 消费者支持 3.3 产业进化 3.4 声誉掠夺 3.4.1 泽尔腾模型 3.4.2 克雷普斯-威尔逊模型 3.4.3 米尔格罗姆-罗伯茨模型 3.5 为兼并而实施的掠夺 3.5.1 单边不完全信息古诺博弈 3.5.2 单边不完全信息兼并要约 3.5.3 兼并前的产量扩张 3.5.4 掠夺和进入遏制 4 产品选择、成本与生产能力 4.1 空间先占权与产品扩散策略 4.1.1 空间先占的可信度模型 4.1.2 选择进入的模型 4.2 预告产品信息 4.3 需求结构锁定策略：提高转换成本 4.3.1 转换成本的构成 4.3.2 存在转换成本时的均衡模型 4.3.3 提高转换成本策略的应用：案例 4.4 捆绑销售与搭配销售 4.4.1 捆绑销售 4.4.2 搭配销售 4.5 提高对手成本 4.6 过度生产能力投资 4.6.1 生产能力投资模型 4.6.2 生产能力投资模型的基本结论 4.6.3 过度生产能力投资与限制性定价的比较 4.6.4 生产能力投资理论的扩展 5 契约与厂商边界 5.1 长期契约 5.1.1 阿根廷-博尔顿模型 5.1.2 长期契约策略：案例 5.2 纵向一体化 5.2.1 契约、交易费用与纵向一体化 5.2.2 生产阶段向销售阶段纵向一体化 5.2.3 生产阶段 向生产阶段 纵向一体化 5.3 横向并购 5.3.1 横向并购：竞争与规模经济 5.3.2 福利分析：威廉姆森福利权衡模型 5.3.3 福利分析：开放条件 5.3.4 福利分析：动态条件 6 研发与创新 6.1 进入、创新与退出 6.1.1 竞争条件下的创新 6.1.2 寡头垄断均衡 6.2 创新与产品差异化 6.2.1 创新与产品差异化：基本模型 6.2.2 创新与产品差异化：R&D条件下的均衡 6.3 专利竞赛 6.3.1 专利竞赛：一般模型 6.3.2 专利竞赛：进一步研究 6.3.3 策略性行为，不确定性与多种竞争威胁 6.4 模仿与许可证 6.4.1 R&D竞赛：一般的分析框架 6.4.2 模型的运用：模仿与许可证 6.5 网络外部性与兼容性 6.5.1 关于网络竞争的模型 6.5.2 均衡的特性 6.6 标准竞争 6.6.1 网络市场的性质 6.6.2 为标准而战 6.6.3 竞争的形式 7 合作策略性行为 7.1 合作策略性行为概述 7.2 默契合作策略性行为 7.2.1 重复博弈与“富有的窘境” 7.2.2 冷酷策略 7.2.3 胡萝卜加大棒策略 7.2.4 传统的静态分析 7.3 明确合作策略性行为 7.3.1 逆选择与道德风险 7.3.2 便于明确合谋的商业策略 7.4 合作策略性行为的存在性与不稳定性 7.4.1 合谋的存在性 7.4.2 合谋的不稳定性 7.5 合作策略性行为的公共政策参考文献

<<企业策略性行为研究>>

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>