

<<企业研发策略>>

图书基本信息

书名：<<企业研发策略>>

13位ISBN编号：9787509612996

10位ISBN编号：7509612993

出版时间：2011-5

出版时间：经济管理出版社

作者：阮敏

页数：176

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>

<<企业研发策略>>

内容概要

《企业研发策略。

基于代理人。

非利润最大化目标的研究》的创新之处如下：（1）从企业的内部组织来研究企业间的研发策略行为，具体来说就是由于存在委托 - 代理关系，导致非利润最大化目标对企业研发策略的影响。

（2）构建了非利润最大化目标下的研发策略模型，包括销售收入最大化的研发策略模型、支出最大化的研发策略模型和增长最大化的研发策略模型。

相对于企业利润最大化目标的研发策略来说，从理论上得出了非利润最大化目标的企业一般有更高的研发强度，也具有更短的创新和技术引进时间等一系列结论。

（3）用国有和非国有企业的面板数据验证了理论模型的结论，从研发的整体投入（包括研发投入和技术引进）的强度来看，实证的结果可以得出国有企业比非国有企业的投入要多，但国有企业强调技术引进，非国有企业强调研发投入。

<<企业研发策略>>

作者简介

阮敏，1970年生，湖北黄陂人。
上海财经大学产业经济学博士。
现就职于江西财经大学产业经济研究院，任副教授。
研究专长为产业组织、经济增长等。
已在《经济问题》等核心期刊发表了30多篇论文，其中被《中国人民大学复印资料》全文转载多篇。
参与和主持多项国家和省级课题，其中一项国家社科课题获优秀结题。

<<企业研发策略>>

书籍目录

第一章 引言第一节 问题的提出、目的和意义第二节 研究和开发的文献综述第三节 本书的研究视角和方法第四节 研究和开发的界定第五节 本书的研究内容和框架第六节 本书的创新点和研究展望第二章 代理人与非利润最大化目标第一节 代理人的形成机理一、代理人问题的产生二、代理人问题的研究第二节 非利润最大化目标一、代理人的销售最大化目标二、代理人的支出最大化目标三、代理人的增长最大化目标第三节 代理人的行为约束一、产品市场竞争的约束二、经理市场竞争的约束三、组织设计约束四、经理报酬制度约束五、上市公司控制权的竞争约束第四节 国有企业的代理人的非利润最大化目标一、国有股权形成的动机二、国有企业内部人控制三、国有企业代理人的目标及约束本章小结第三章 企业的研发动机第一节 营利性投资动机第二节 策略性优势动机本章小结第四章 非利润最大化与企业研发的时机和强度第一节 利润最大化情况下的研发的时机和强度第二节 销售最大化目标与企业的研发时机和强度第三节 支出最大化目标与企业的研发时机和强度第四节 增长最大化目标与企业的研发时机和强度本章小结第五章 市场结构、非利润最大化与企业研发的时机和强度第一节 市场结构、利润最大化目标与企业研发的时机和强度第二节 市场结构、销售最大化目标与企业研发的时机和强度第三节 市场结构、支出最大化目标与研发的时机和强度第四节 市场结构、增长最大化目标与研发的时机和强度本章小结第六章 研发溢出、利利润最大化与企业研发的时机和强度第七章 企业研以策略的实证分析第八章 优化企业研究的对策参考文献后记

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>