

<<农产食品供应链定量分析>>

图书基本信息

书名：<<农产食品供应链定量分析>>

13位ISBN编号：9787811179873

10位ISBN编号：7811179873

出版时间：2010-5

出版时间：中国农业大学出版社

作者：（荷）奥德斯蒂 编著，洪岚，赵娴 主译

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>

<<农产食品供应链定量分析>>

前言

SCM (supply chain management) 是20世纪80年代末提出来的一项经营理念和管理技术。随着电子信息技术的发展,在制造业精益需求的推动下,SCM已广泛运用于一些制造业中,并取得了良好的经济效益。

发达国家农产食品部门已注意到SCM在制造业中的成功,并将其纳入农产食品的生产经营运作,在食品品质保证、可追溯方面产生了良好的效果。

目前,国内外有不少关于农产食品供应链的研究文献。

这些文献有从竞争力、战略发展、合作伙伴评价、电子商务、交易成本等方面,也有从农产食品具体种类,如红肉(red meat)、蔬菜等,对农产食品供应链进行分析。

但多数文献仍是定性研究,定量研究很少。

Springer出版社推出的这本书,是农产食品供应链定量分析的集大成者。

该书构建了农产食品链中成本、利益、效率和风险的定量分析框架。

从5个方面对农产食品供应链进行了定量分析。

这5个方面为:农产食品链中成本、利益和风险分配;农产食品链中的绩效衡量;农产食品链的模型构建;农产食品链中的信息价值;以及供应链组织和供应链绩效。

该书最大特点是定量分析的视角全面,研究模式和研究方法新颖,这已得到业内多数学者的推崇。

我们选择该书,将其译成中文,是为了便于目前的农产食品流通的研究人员,以及经营管理者,了解国外农产食品供应链的最新研究方法和成果,通过借鉴,寻找适当的方法,解决目前国内存在的严重的食品安全问题,提高农产食品经营企业的竞争力。

众所周知,我国现处于农产食品安全事故频发时期。

苏丹红鸭蛋、问题牛奶、问题奶粉、地沟油、毒大米、毒豇豆等食品安全事件的不断涌现,让普通百姓对其餐桌充满了恐慌。

而通过供应链运作,以保证食品品质,让食品质量可追溯,其成效已得到国内外业界的普遍认同。

因而,这样一本有关农产食品供应链定量分析的中文版图书的问世,将为研究者、经营管理者探索农产食品供应链运作,提供切实可行的探索思路和方法。

该书有一些计量经济学模型,但不晦涩难懂,适用于那些愿意了解国外农产食品供应链定量分析的研究人员、经营管理者,以及大专院校的相关专业的本科生和研究生。

<<农产食品供应链定量分析>>

内容概要

由于农产品生产的全球化和国际化，竞争和获取竞争优势的战场正从现货市场上经营的单个企业，转向供应链和网络。

因而，供应链内企业间的协调机制变得更加重要。

在供应链和网络研究中，像成本、效率、风险和投资分析之类的话题，几乎得不到任何实证上的关注。

然而，这些绩效衡量对单个公司、供应链和网络的连贯性是极其重要的。

本书通过讨论农产食品链中的绩效、风险与投资的定量分析的可能性与边界，旨在这些问题上提供观点一致的看法。

本书还从不同的经济学科中，采取多种方法，分析农产食品供应链复杂体系，并开发适宜的管理决策支持模型。

本书的研究创新和讨论重点得到一个为促进该领域进步的国际论坛支持。

<<农产食品供应链定量分析>>

作者简介

作者: (荷) 奥德斯蒂

<<农产食品供应链定量分析>>

书籍目录

导论 第一章 农产食品供应链定量分析——概述与研究新方向 引言 农产食品供应链中的绩效衡量 农产食品供应链中成本、收益和风险的分配 建立农产食品供应链模型 农产食品供应链中信息的价值 供应链组织和绩效 结论农产食品链绩效衡量 第二章 农产品供应链网络绩效衡量——概述 引言 食品供应链网络 供应链/网络框架的发展 绩效衡量的含义 绩效评估的瓶颈和发展状况 食品供应链网络绩效评估中的研究方向 第三章 供应链会计标准 简介及概要 会计应用制度及其结构 合作式供应链的会计标准 信息处理及创新 结论及概要 第四章 农产食品供应链的定价和绩效 引言 农民在消费者支出中的所得份额 效率、公平和定价 价格传递 结论 第五章 农产食品供应链绩效评价农产食品链中成本、风险分担, 利益分享农产食品链模型构建农产食品链中的信息价值供应链组织与绩效附表 专业中英文词汇对照表

<<农产食品供应链定量分析>>

章节摘录

插图：自有品牌与连锁品牌法国消费法典第1.112.5条是这样定义自有品牌的：“一个产品，在其特征已由组织它零售的企业或企业集团所确定，并且它们在销售该产品时已拥有该产品的品牌，则该产品被视为自有品牌。

”零售商从产品特征和产品技术两个方面，界定了产品的质量规范。

自有品牌大约20年前就被创立了，而在相当长的时间里，仅被食品加工工业用于产品转化。

自有品牌被定位于价格等于或低于那些食品加工商的名品牌的细分市场上。

自有品牌的创立，导致了供应链上的垄断势力平衡的变化，而有利于零售业。

加工产品方面的自有品牌非常成熟，但直到现在，鲜活农产品部门的自有品牌仍然缺少。

鲜活农产品部门的机制运行如下所述：鲜活农产品市场上几乎不存在差别化。

比如，肉、水果和蔬菜。

自有品牌事实上不存在，零售商也没有推出任何有关产品原产地或质量认证的产品。

在一般的产品市场，产品异质性有时相当高。

然而，市场的表现就是这样，异质产品并没有获得价格差异，不论是在中间环节（加工商——批发商——零售商关系），还是消费环节。

零售商的中央采购部门从某个现货市场的中间商（如屠宰场的经营摊点、批发商）购买这些产品。

现货市场上的供求关系由当天情况而定。

在购进与出售方面，客户和供应商之间没有承诺。

疯牛病危机的到来，产品差异化和认证的总体缺乏成了一个猝不及防的严重问题。

商业化的产品缺乏安全保证，以及产品特征的不确定性，促使消费者要求生产过程更加透明化。

为了满足消费者对信息、相关供应商的承诺以及产品特征方面的预期，零售商从危机一开始就决定改变其采购的惯例，并以如下方式改组其供应链：零售商敦促加工商以协会或共同体的形式共同合作，并与这些新组织缔结供应合同。

这些直接协议的目的，就是要构建“安全的”生产群体，从而为消费者提供有更高质量和食品安全保证的产品。

<<农产食品供应链定量分析>>

编辑推荐

《农产食品供应链定量分析》是由中国农业大学出版社出版的。

<<农产食品供应链定量分析>>

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>