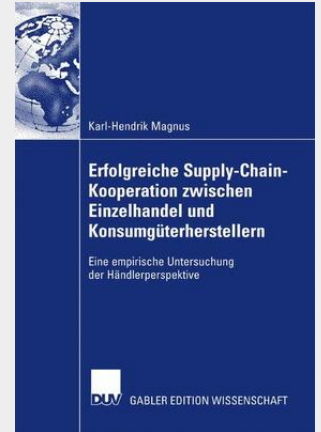


Erfolgreiche Supply-Chain-Kooperation zwischen Einzelhandel und Konsumgüterherstellern

Eine empirische Untersuchung der Händlerperspektive

Geleitwort "Wie intensiv und in welchen Bereichen der Supply Chain sollte ich mit meinen Herstellern kooperieren?" Diese und ähnliche Fragen stellen sich fast alle Handelsunternehmen und beschäftigen dabei auch das Top Management. Internationale Initiativen wie ECR (Efficient Consumer Response) und GCI (Global Commerce Initiative) spiegeln die Bedeutung wider, die Unternehmen der Supply-Chain-Kooperation beimessen. Der Grundtenor bei den Händlern ist, dass durch eine Zusammenarbeit mit den Herstellern Effizienzsteigerungen möglich sind, die im Alleingang nicht erreichbar wären. Sieht man jedoch genauer hin, wird deutlich, wie groß die Bandbreite bei der Beurteilung der Kooperation ist. Einige Händler sind nach wie vor skeptisch und nutzen die Potenziale von Kooperationen kaum oder gar nicht, während immer mehr Händler das andere Extrem repräsentieren: Sie betrachten die Kooperation als Allheilmittel und laufen damit Gefahr, bei Kooperationsprojekten unfokussiert vorzugehen; sie investieren viel und erreichen wenig. Durch die vorliegende Arbeit ist es gelungen die anhaltende und meist wenig faktenbasierte Diskussion zur Hersteller-Händler Kooperation um einen dringend benötigten theoretisch und empirisch fundierten Beitrag zu ergänzen. Das dargestellte Wirkungsmodell wurde auf Basis der organisationstheoretischen Überlegungen zur interorganisationalen Kooperation abgeleitet. Die Überprüfung erfolgte auf Basis einer umfangreichen Stichprobe von Handelsunternehmen und mittels des Partial Least Squares (PLS)-Ansatzes. Die Methodik von PLS ist im deutschsprachigen Raum noch wenig bekannt und wird in der vorliegenden Arbeit umfassend dargestellt. Die Arbeit enthält viele hoch interessante Resultate und gibt konkrete Handlungsempfehlungen zur Ausgestaltung von Supply-Chain-Kooperationen. Es wird empirisch nachgewiesen, dass nicht jede Form der Supply-Chain-Kooperation erfolgssteigernd ist.

Geleitwort "Wie intensiv und in welchen Bereichen der Supply Chain sollte ich mit meinen Herstellern kooperieren?" Diese und ähnliche Fragen stellen sich fast alle Handelsunternehmen und beschäftigen dabei auch das Top Management. Internationale Initiativen wie ECR (Efficient Consumer Response) und GCI (Global Commerce Initiative) spiegeln die Bedeutung wider, die Unternehmen der Supply-Chain-Kooperation beimessen. Der Grundtenor bei den Händlern ist, dass durch eine Zusammenarbeit mit den Herstellern Effizienzsteigerungen möglich sind, die im Alleingang nicht erreichbar wären. Sieht man jedoch genauer hin, wird deutlich, wie groß die Bandbreite bei der Beurteilung der Kooperation ist. Einige Händler sind nach wie vor skeptisch und nutzen die Potenziale von Kooperationen kaum oder gar nicht, während immer mehr Händler das andere Extrem repräsentieren: Sie betrachten die Kooperation als Allheilmittel und laufen damit Gefahr, bei Kooperationsprojekten unfokussiert vorzugehen; sie investieren viel und erreichen wenig. Durch die vorliegende Arbeit ist es gelungen die anhaltende und meist wenig faktenbasierte Diskussion zur Hersteller-Händler Kooperation um einen dringend benötigten theoretisch und empirisch fundierten Beitrag zu ergänzen. Das dargestellte Wirkungsmodell wurde auf Basis der organisationstheoretischen Überlegungen zur interorganisationalen Kooperation abgeleitet. Die Überprüfung erfolgte auf Basis einer umfangreichen Stichprobe von Handelsunternehmen und mittels des Partial Least Squares (PLS)-Ansatzes. Die Methodik von PLS ist im deutschsprachigen Raum noch wenig bekannt und wird in der vorliegenden Arbeit umfassend dargestellt. Die Arbeit enthält viele hoch interessante Resultate und gibt konkrete Handlungsempfehlungen zur Ausgestaltung von Supply-Chain-Kooperationen. Es wird empirisch nachgewiesen, dass nicht jede Form der Supply-Chain-Kooperation erfolgssteigernd ist.



69,99 €

65,41 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783835006447

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8350-0644-7

Verlag: Deutscher Universitätsverlag

Erscheinungstermin: 25.01.2007

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2007

Serie: Gabler Edition Wissenschaft

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 376 g

Seiten: 236

Format (B x H): 148 x 210 mm

