

<<商业组织的内部构成>>

图书基本信息

书名：<<商业组织的内部构成>>

13位ISBN编号：9787030333971

10位ISBN编号：7030333977

出版时间：2012-2

出版时间：科学出版社

作者：石原武政

页数：196

字数：210000

译者：吴小丁

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>

<<商业组织的内部构成>>

内容概要

传统的商业论是高度抽象的，很难直接拿来解释现实的商业问题。

作者正是怀有这样的不满，希望在本书中构建媒介于商业基础理论和现实之间的“中观理论”。

第一章用“交易的计划性”这一概念揭示了批发商新的存在根据；第二章详细说明了将“备货形成过程”的概念运用于商业集聚。

第三章从商业者的行为，明确了商业媒介于生产者和消费者之间不确定的沟通作用。

第四章到第六章，详细论述了商业最基本的理论“买卖集中原理”，揭示了这一原理无论是在商品方面还是空间方面，都会限定在一定的范围之内，从而使商业集聚的意义更加明确。

由此可以看出，由中小零售商形成的商业集聚是买卖集中原理最基本的承担者。

并且，从商业集聚外部性的控制点，解释了业种综合型和部门综合型零售业成立的依据。

第七章用流通技术的概念说明了零售业态的意义。

第八章和第九章分析了产销协作过程中，生产与商业分工关系变化的趋势，指出探索生产和流通同时进行调整，使库存概念发生了巨大的变化。

<<商业组织的内部构成>>

作者简介

石原武政

1943年出生于日本京都市，毕业于神户大学，商学博士，曾多年任教于大阪市立大学，现任流通科学大学名誉教授。

日本通产省(现经济产业省)中小企业政策审议会商业分会长及若干咨询委员会的主任。

曾出任日本商业学会会长，从事商品流通论的教学与研究工作30多年，发表了大量的著述。

<<商业组织的内部构成>>

书籍目录

- 译丛总序
- 中文版序言
- 译者前言
- 原书序
- 绪论 基础理论与现实的分离
 - 0.1 研究的流星化
 - 0.2 光辉的消逝
 - 0.3 使基础理论与现实相结合的媒介理论
 - 0.4 本书的构成
- 第1部分 市场与商业——商业论的市场认识
 - 第1章 作为现实市场基础的商业
 - 1.1 不断变化的商业
 - 1.2 商业者功能与商业功能
 - 1.3 商业者的投机性库存与延期性筹集
 - 1.4 结语
 - 第2章 作为备货形成过程的商业
 - 2.1 备货形成过程的地位
 - 2.2 阿尔德森备货形成过程的概述
 - 2.3 备货形成过程的再思考
 -
- 第2部分 买卖集中原理与零售业的发展变化
- 附录
 - 《商业组织的内部构成》点评回应

<<商业组织的内部构成>>

章节摘录

版权页:第1部分 市场与商业 商业论的市场认识第1章 作为现实市场基础的商业1.1 不断变化的商业近年来,流通领域中越来越多地使用产销协作、产销同盟和产销一体化等用语,也常听到ECR (efficient consumer response)、QR (quick response) 等词汇。

这些活动在各个行业中虽然侧重点不同,但共同的特点是伴随信息处理技术的发展。

关注零售终端销售动向并迅速应对,从而提高经营效率。

除特殊说明外,本书将这些活动统称为“产销协作”。

在物流方面,有人批评多次少量配送会造成交通拥堵、大气污染,但开发出混合物流方式后,这种批评就消失了。

现在说“产销协作”是流通业最大的课题绝不过分。

在零售业总体不景气的情况下,开创这种方式的便利店仍取得了丰硕的成果。

可见,这个发展方向是毋庸置疑的。

且不说现实的课题,这种活动也是理论研究的重大问题。

以往的商业论或流通论一直都强调,商业是以最单纯的态度无差别地介于大量生产者和大量消费者之间。

商业集中了买卖或交易,大量交易的集中才提高了流通效率,从而使商业的存在有了根据。

对生产者保持社会性和中立性,正是商业最本质的特征。

因此,生产者直接针对消费者进行的产品差异化、广告以及包括对流通渠道施加各种影响的营销活动,都可以理解为是从外部对纯粹商业形态的影响。

以此类推,这种生产者参与的产销协作形态的发展,显然可以理解为商业过程中形成的个别持续关系。

。

<<商业组织的内部构成>>

编辑推荐

《商业组织的内部构成》是由科学出版社出版。

<<商业组织的内部构成>>

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>