第一图书网, tushu007.com

<<商品交易市场经营管理>>

图书基本信息

书名：<<商品交易市场经营管理>>

13位ISBN编号：9787501794188

10位ISBN编号：7501794189

出版时间：2009-12

出版时间：中国经济出版社

作者：张伟东

页数：294

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

前言

商品交易市场是中国改革的产物，是农村经济的深刻变革和农村产业结构调整的必然产物。
农村的联产承包责任制极大地解放了生产力，大批农村劳动力需要有新的生存空间，加上当时的市场短缺、供应不足、城乡居民新的需求无法得到满足，内外条件的有机结合，催生了一个新型的市场模式——商品交易市场，并以其强大的生命力在神州大地上迅速发展。
商品交易市场产生和发展的意义已经超出市场本身，开辟了亦农、亦工、亦商具有中国特色的城市化道路：第一，它打破了长期以来存在的“左”的思想禁锢，挣脱了不准弃农经商观念的束缚，摆脱了“早市”“鬼市”的阴影，使传统的集市贸易合法化、规模化和常态化；第二，它从货郎担、小摊位发展到地方性和区域性的商品交易中心，以至影响全国和世界的专业批发市场；第三，它从农户家庭副业的生产，发展到一大批专业户、专业村和产业集群的形成，成为地方经济发展的支柱，形成了多层次的批发市场体系，改变了农村的产业结构；第四，它从家庭劳动分工开始，扩大了就业范围，在工业生产领域和商品流通领域吸纳了大量的农村劳动力，加快了我国的城市化进程；第五，它从大量的小农队伍中催生了一批具有交换观念、生产技巧和现代市场意识的劳动大军；第六，它不仅使一部分农民先富起来，产生示范效应，推动农村各项改革的深入，还使得整个农民阶层的收入有了很大改善；第七，它改变了商品交易的格局和流向，通过发挥传统二、三级批发企业的功能，成为现代化中国批发体系的基础；第八，它从简单的仿造到营造具有全国影响力的品牌，产品质量不断提高，为全国乃至全世界提供质优价廉的商品；第九，它从单一的以农民为主体发展到包括多种经济形式、多元化投资主体、各种商品类型齐全共同存在的市场格局，在经济发展中发挥着重要的作用。

总之，经过30多年的发展，中国商品交易市场有了相当的规模，发挥了重大的作用，但也面临着新的环境和新的挑战。
第一，我国多数地区的工业化水平得到较大的发展，产品集中度提高，产品更加丰富，竞争空前激烈，商品交易市场面临着买方市场条件下的竞争压力的挑战；第二，消费水平的提高和消费观念的转变，消费需求正从数量型满足转向质量型满足，商品交易市场面临着商品品质和品牌的挑战；第三，市场环境已发生巨大变化，对商品的服务、经营环境、基础设施、物流配送提出新的要求，商品交易市场面临着优质化服务的挑战；第四，摊位制的经营模式、手工操作、效率低下，传统的简单赢利模式和落后的交易方式，面临着现代新业态规模连锁化的挑战；第五，传统的商品交易市场缺乏科学的规划，现代经营管理能力和现代科技手段的应用不到位，面临着软实力短板的挑战。

商品交易市场的发展在面临挑战的同时，也有着很好的发展机遇，商品交易市场正进入一个完善、提升、创新、发展的历史机遇期。
在这个关键时候，由河北商业经济学会、河北经贸大学工商管理学院和商学院组织编写的《商品交易市场研究丛书》的出版，不仅填补了商品交易市场理论研究的空白，而且在指导商品交易市场实际工作方面回答了以下问题：商品交易市场在中国发展的历程曲折、道路坎坷、成功良多；面向未来有很多隐患和问题，要有危机意识，只有在软、硬实力都不短板的情况下才能赢得可持续发展，本丛书用典型的成功实例回答了如何发展、发展什么、有多大发展空间以及怎样才能实现转轨变型、提升及换代、提高现代化的经营管理水平，等等。

内容概要

《商品交易市场经营管理》从商品交易市场经营者的角度，研究有形商品市场运行、变化与发展的基本规律，帮助商品交易市场经营者掌握商品交易市场管理的基本规律，为经营者认识市场并进而提升市场管理水平提供参谋与指导。
商品交易市场是中国改革的产物，是农村经济的深刻变革和农村产业结构调整的必然产物。
农村的联产承包责任制极大地解放了生产力，大批农村劳动力需要有新的生存空间，加上当时的市场短缺、供应不足、城乡居民新的需求无法得到满足，内外条件的有机结合，催生了一个新型的市场模式——商品交易市场，并以其强大的生命力在神州大地上迅速发展。
商品交易市场产生和发展的意义已经超出市场本身，开辟了亦农、亦工、亦商具有中国特色的城市化道路：第一，它打破了长期以来存在的“左”的思想禁锢，挣脱了不准弃农经商观念的束缚，摆脱了“早市”“鬼市”的阴影，使传统的集市贸易合法化、规模化和常态化；第二，它从货郎担、小摊位发展到地方性和区域性的商品交易中心，以至影响全国和世界的专业批发市场；第三，它从农户家庭副业的生产，发展到一大批专业户、专业村和产业集群的形成，成为地方经济发展的支柱，形成了多层次的批发市场体系，改变了农村的产业结构；第四，它从家庭劳动分工开始，扩大了就业范围，在工业生产领域和商品流通领域吸纳了大量的农村劳动力，加快了我国的城市化进程；第五，它从大量的小农队伍中催生了一批具有交换观念、生产技巧和现代市场意识的劳动大军；第六，它不仅使一部分农民先富起来，产生示范效应，推动农村各项改革的深入，还使得整个农民阶层的收入有了很大改善；第七，它改变了商品交易的格局和流向，通过发挥传统二、三级批发企业的功能，成为现代化中国批发体系的基础；第八，它从简单的仿造到营造具有全国影响力的品牌，产品质量不断提高，为全国乃至全世界提供质优价廉的商品；第九，它从单一的以农民为主体发展到包括多种经济形式、多元化投资主体、各种商品类型齐全共同存在的市场格局，在经济发展中发挥着重要的作用。

作者简介

张伟东，男，河北深州人，1972年生人，1995年毕业于杭州商学院，先后主编、副主编著作3部，参编5部。
在中国市场、河北经贸大学学报等核心期刊上发表论文18篇，著作《创新联盟知识员工激励》获河北省社会科学优秀成果三等奖。
兼任河北省商业经济学会常务理事、河北金诺信管理咨询公司首席顾问。
丛书主编简介：　纪良纲，1961年生人，河北安平人，管理学博士。
现任河北经贸大学党委副书记、副校长、教授，西安交通大学合作博士生导师，河北省优秀重点学科贸易经济学科带头人。
兼任中国商业联合会专家委员会委员，中国企业管理研究会副会长，中国商业经济学会常务理事、学术委员会委员，全国贸易教学研究会副会长，河北省商业经济学会会长等职。
曾荣获河北省优秀专业技术人才、省管优秀专家、河北省社会科学优秀青年专家等称号，1997年起享受政府特殊津贴，1996年被省选拔为重点培养的首批跨世纪人才，2002年入选河北省优秀社科专家50人工程第一批人选，2006年入选教育部新世纪优秀人才支持计划。

<<商品交易市场经营管理>>

书籍目录

第一章 组织结构第一节 商品交易市场组织概述一、商品交易市场组织的概念二、商品交易市场的结构分析三、商品交易市场组织的特点第二节 商品交易市场的组织设计一、组织设计的原则二、组织设计的影响因素第三节 商品交易市场的组织结构一、组织结构二、商品交易市场组织结构的特性三、商品交易市场组织结构的类型四、市场管理公司的组织架构阅读材料：浙江中国小商品城的组织架构第二章 市场管理第一节 商品交易市场的市场定位和招商一、市场定位二、市场招商第二节 商品交易市场的日常管理一、拟订管理制度和工作流程二、租赁费用的合理制订和收缴三、市场的营销推广四、基础设施和配套设施管理五、商品管理六、商户关系管理七、公共关系管理八、标准化管理九、战略管理第三节 闲置市场管理一、闲置市场概述二、闲置市场重新启动的措施阅读材料：是谁制造了一个个“ 空壳城 ”第三章 商品管理第一节 商品交易市场商品管理的内容一、商标授权管理二、商品质量管理三、商品价格管理四、商品信息管理第二节 商品交易市场的商品准入管理一、商品准入管理的内涵二、市场商品准入适用范围三、市场商品准入的索证和供证方法四、市场商品准入的监督管理第三节 商品交易市场的商品管理策略一、进货检查验收管理二、进销台账登记管理三、商品质量承诺管理四、不合格商品的退市和召回管理阅读材料：秀水街的“ 世界名牌保卫战第四章 物业管理第一节 物业管理概述一、物业管理的概念二、优秀物业管理的要求三、商品交易市场物业管理的特征四、商品交易市场物业管理的作用第二节 物业管理的策略一、商品交易市场物业管理的职能二、商品交易市场的物业管理策略第三节 商铺物业管理一、商铺概述二、商铺的物业管理阅读材料：物业管理人才炙手可热第五章 标准化管理第一节 标准化管理概述一、标准的概念二、标准化的概念三、企业标准化管理的内涵第二节 商品交易市场的标准化管理一、商品交易市场标准化管理的内涵二、商品交易市场的标准化第三节 市场管理公司的标准化管理一、市场管理公司的标准化管理的内涵二、市场管理公司的标准化管理阅读材料：“ 标准革命 ”：全球小商品“ 看齐 ”义乌第六章 配套设施管理第一节 市场配套设施概述一、市场配套设施概念及分类二、市场配套设施的规划第二节 物流中心建设一、商品交易市场与物流中心二、现代物流与商品交易市场的改造三、商品交易市场物流中心的发展模式第三节 市场信息流设施建设一、会展中心建设二、电子商务建设阅读材料：义乌物流：向世界拉开框架第七章 商户关系管理第一节 商户关系管理概述一、商户关系管理内涵二、商户交易市场与商户的关系三、商户关系管理的作用第二节 商户关系管理的理论一、商户生命周期理论二、商户关系营销理论三、商户满意度理论四、商户价值细分理论第三节 商户关系管理的策略一、商户关系管理的前提二、商户关系管理实施的主要环节三、商户关系管理实施的途径……第八章 公共关系管理第九章 战略管理附录参考文献后记

章节摘录

第一章　组织结构　　商品交易市场是具有中国特色的独特经济组织，对社会经济运行影响巨大。
商品交易市场与社会接触面极为广泛，社会各个阶层都与商品交易市场有着千丝万缕的联系，几乎所有的政府职能部门对市场都有监管职能；商品交易市场本身是极为复杂的经济组织，市场参与者的构成、参与者间的关系、经营管理工作都体现复杂多变的特点。
商品交易市场的组织结构有广义和狭义之分，广义的组织结构是将商品交易市场整体作为研究对象，业主、市场管理者、经营者（商户）及其工作是组织设计需要考虑的要素；狭义的组织结构仅是商品交易市场管理公司的组织结构。
本章研究的是广义的组织结构。
由于商品交易市场形成历史的独特性，当前商品交易市场的组织结构存在简单化的现象，并没有按照现代企业管理理论来进行组织设计，也没有充分考虑商品交易市场组织结构的特点，不能满足飞速发展的商品交易市场管理的需要。
商品交易市场管理公司的组织设计不能局限于管理公司本身，必须将业主、经营者考虑进来，必须考虑到商品交易市场作为经济组织的复杂性、多变性和发展性特点。

第一图书网, tushu007.com

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