

<<体育经济与管理的若干问题研究>>

图书基本信息

书名：<<体育经济与管理的若干问题研究>>

13位ISBN编号：9787201065281

10位ISBN编号：7201065289

出版时间：2010-5

出版时间：靳英华 天津人民出版社 (2010-05出版)

作者：靳英华 编

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>

<<体育经济与管理若干问题研究>>

内容概要

《体育经济与管理若干问题研究》汇集了十篇论文，从不同侧面探讨了一些体育经济管理中的热点问题和难点问题。

主要内容包括论国际间产业转移与中国体育用品制造业的结构调整、对我国体育领域中“行业不正之风”的经济学分析等。

<<体育经济与管理若干问题研究>>

作者简介

靳英华，河北省人，教授，1999年毕业于南开大学经济研究所，获得经济学博士学位。
现为北京体育大学体育经济学方向博士生导师、北京师范大学兼职教授、澳门理工学院访问教授。
担任深圳第26届世界大学生运动会票务工作高级顾问、中体广告公司高级顾问。
2004年开始从事体育经济学、体育产业经济学的研究。
近五年的主要教学科研成果：担任“十一五”国家级规划教材《体育经济学》（高等教育出版社）主编、主持完成了国家体育总局课题2项、在体育类核心期刊发表论文近二十篇。

<<体育经济与管理若干问题研究>>

书籍目录

论国际间产业转移与中国体育用品制造业的结构调整 对我国体育领域中“行业不正之风”的经济学分析 中国高尔夫产业发展研究——基于SCP框架的分析 我国优秀运动员人力资本产权界定研究 中西方职业竞技体育制度安排及其交易成本的比较研究 我国竞猜型体育彩票销量的计量分析 北京市残疾人体育消费行为研究 港澳台地区龙舟运动组织架构的比较研究 夏季奥运会门票定价的影响因素分析 我国乒乓球运动员职业生涯发展与规划研究 后记

<<体育经济与管理若干问题研究>>

章节摘录

版权页：插图：（六）中国高尔夫产业中的企业行为 企业行为是指企业在市场上为实现其目标（如利润最大化、更高的市场占有率等）而采取的适应市场环境要求、不断调整战略和策略的行动。企业行为不仅受制于企业所处的市场结构及企业的目标，同时也是政府产业政策的结果。

SCP框架对企业行为的分析重点在于分析企业行为与市场结构以及市场绩效的对应关系。

一方面，市场结构决定企业行为。

从短期状态看，市场结构相对稳定，可作为静止不变的外部环境，是决定市场竞争战略的客观环境，约束着供求主体的市场行为。

另一方面，企业行为往往作用于市场绩效，影响市场绩效的状况。

因此，企业行为既是市场结构的结果，也是市场绩效的影响因素。

这种动态的视角，使我们能够全面地理解企业行为及其决定因素。

企业行为的内容主要包括：第一，以控制和影响价格为基本特征和直接目的的定价行为；第二，以产权变动和组织调整为主要特征的合谋或并购行为；第三，以提高竞争力和拓展市场为目的的促销行为

1.中国高尔夫产业中企业的定价行为（1）企业定价的四种基本方式 企业的定价行为是指企业为获得更多的利润和更高的市场占有率，在制定价格时所追求的目标和采取的策略。

企业的定价方式是多种多样的，与本文相关的定价方式主要有以下四种：第一，成本与成本加成定价

成本是企业定价的出发点，只有补偿成本的定价才能保证企业持续经营下去。

经济学通常将价格与平均成本的差额称为贡献毛益。

从长期看，企业的运行成本主要包括资本设备租金或购置费用、水电、劳动力、广告促销等支出。

成本与价格的关系是：成本增加则价格提高；反之，成本下降则价格下降。

第二，竞争与随行定价。

竞争性产品的价格是企业定价决策时应考虑的另一重要因素。

一般来讲，产品的价格与竞争度成反向关系。

竞争越激烈，价格越低；反之，越缺乏竞争，价格越高。

这种竞争导向定价方式的好处：一是使价格成为产品质量的传递信号，二是利用定价行为获取市场竞争优势。

但是，竞争导向定价方式也有其弊端，一是它常常会导致市场中无序的价格战；二是会出现劣质品驱逐优质品的情况。

<<体育经济与管理若干问题研究>>

编辑推荐

《体育经济与管理若干问题研究》由天津人民出版社出版。

<<体育经济与管理若干问题研究>>

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>