

<<商品交易市场组织建设>>

图书基本信息

书名：<<商品交易市场组织建设>>

13位ISBN编号：9787501794218

10位ISBN编号：7501794219

出版时间：2009-12

出版时间：中国经济出版社

作者：王小平，李钢 著

页数：242

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>

<<商品交易市场组织建设>>

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要产物。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。

<<商品交易市场组织建设>>

内容概要

《商品交易市场产业组织》首先从商品流通的角度分析了商品交易市场的定位和性质，其次深入研究了商品交易市场的生态系统、基本构成、组织模式和组织设计；并进一步探讨了商品交易市场内部组织机构的运行机制，包括商品交易市场的内部经销组织、内部物流组织、内部中介组织等，最后对商品交易市场的信息化建设和国际化发展进行了研究。

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要产物。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。

<<商品交易市场组织建设>>

作者简介

王小平，男，1965年生人，河北永年人，河北经贸大学经济研究所副所长、教授、博士，研究生导师，荷兰尼津洛德大学访问学者，河北省有突出贡献中青年专家，河北省中青年社科专家50人工程专家，河北省新世纪333人才工程第一层次专家，河北省高校中青年骨干教师。兼任河北省商业经济学会副会长、河北省区域经济发展促进会副会长等职。发表论文60余篇，著作10余部。

主持、主研国家级、省级等各类课题20余项。成果获得河北省社会科学优秀成果一等奖等奖励。

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。

<<商品交易市场组织建设>>

书籍目录

第一章 作为流通组织的商品交易市场第一节 商品流通领域中的组织类型一、商业企业组织二、市场中介组织三、交易组织四、其他组织类型第二节 商品交易市场的组织性质一、交换场所与流通组织二、市场与组织三、市场规制性质四、商品交易市场的组织演变第二章 商品交易市场的生态系统第一节 商业生态系统视角下的商品交易市场一、商业生态系统视角的提出二、商品交易市场生态系统第二节 商品交易市场生态系统运行机制一、商品交易市场生态系统目标机制二、商品交易市场生态系统联结机制三、商品交易市场生态系统沟通机制四、商品交易市场生态系统创新机制五、商品交易市场生态系统演化机制第三节 商品交易市场生态系统完善一、完善商品交易市场生态系统的总体思路二、完善商品交易市场生态系统的具体对策第三章 商品交易市场的基本构成第一节 商品交易市场的组织类型一、按照所交易商品类型进行划分二、按市场交易商品的范围进行划分三、按市场批量交易规模进行划分第二节 商品交易市场的组织构成一、以“交易管理部”为特征的组织结构二、以“市场经营管理者”为特征的组织结构第三节 商品交易市场的设立一、商品交易市场建立的外部环境条件二、具体规定三、在其注册地以外的其他场所另行设立商品交易市场第四节 市场经营管理者基本职责一、市场经营管理者基本管理制度二、市场经营管理者与场内经营者订立进场经营合同三、市场经营管理者对进场经营者核验证照四、市场经营管理者督促场内经营者遵章守法五、市场经营管理者对场内经营设施的维护第五节 场内经营者的基本职责一、场内经营者要亮照经营二、场内经营者应当建立购货销货台账三、经营中遵章守法第四章 商品交易市场组织模式第一节 商品交易市场组织传统模式一、组织个体层面上的传统模式二、组织群体层面上的传统模式第二节 商品交易市场组织新型模式一、网络模式的提出二、网络模式的成因三、网络模式的构成第三节 网络模式与传统模式的异同一、网络模式与联盟二、网络模式与集群三、网络模式与集团第五章 商品交易市场组织设计第一节 商品交易市场组织设计的原则和路径一、商品交易市场组织设计的原则二、商品交易市场组织设计的路径第二节 商品交易市场组织设计的影响因素一、市场所处环境二、市场经营战略三、市场拥有资源状况四、市场所处生命周期第三节 商品交易市场组织设计的主要内容一、商品交易市场组织治理机制的设计二、商品交易市场内部组织管理体系的设计第六章 商品交易市场内部经销组织第一节 商品交易市场内部经销组织概论一、商品交易市场经销组织的概念二、商品交易市场中经销组织的产生三、商品交易市场经销组织的发展过程第二节 我国商品交易市场内部经销组织建设一、我国商品交易市场内部经销组织的现状二、我国商品交易市场内部经销组织存在的主要问题三、我国商品交易市场经销组织的发展策略第七章 商品交易市场内部物流组织第一节 商品交易市场建立现代物流体系的必要性和可行性一、我国商品交易市场物流存在的问题二、现代物流体系对商品交易市场的积极影响三、我国商品交易市场建立现代物流体系的可行性第二节 商品交易市场现代物流体系的发展模式一、以物流中心为主体二、以区域物流园区和第三方物流企业为补充三、以物流信息系统为纽带四、以绿色物流为方向五、以高效运输体系为支撑第三节 商品交易市场建立现代物流体系的对策分析一、政府应发挥必要的支持和鼓励作用二、物流行业协会应发挥积极的服务功能.....第八章 商品交易市场内部中介组织第九章 商品交易市场信息化建设第十章 商品交易市场国际化发展参考文献后记

<<商品交易市场组织建设>>

章节摘录

(一) 网络模式运行的基本前提 具体来说, 统一的集体目标、共享的专用性资产和联合控制的成员行动是网络模式运行的三个基本前提。

1. 统一的集体目标 统一的集体目标为网络组织成员洞悉合作利益、配置必要资源提供了导向, 即在一个分布式或分权式的系统中, 从局部的主动性出发谋求全局的功效。

这种统一的目标激励自我利益导向的个人或群体达到共同满意的高效产出。

高效产出的具体表现是通过合作产生比各个组织成员单打独斗时所获总和多的盈余, 从而在盈余分配时, 每个成员的收益至少都不会低于各自单打独斗时的水平。

最终的结果是旨在提高自身福利的组织成员通过相互之间的合作提高了整个网络的福利。

这正如亚当·斯密所揭示的: “这样的人往往能够成功, 如果他能将他的弟兄们的利益视为自己的利益, 并且让他们认识到他们需要他们做的是为了他们自己的利益而努力……我们的晚餐并非来自屠夫、啤酒商和面包师的恩赐, 而是出自他们对自身利益的关注。

” 2. 共享专用性资产 共享专用性资产的本质是共同所有权。

在给定的产品或服务范围内, 这些资产通常是专用的和可定制的。

相对于科层组织中资产专用性高、不易交易和市场组织中资产专用性低、易于交易, 网络组织具有适度高资产专用性。

同时网络组织中所共享的资源还可以是无形的知识和技术诀窍。

在财产所有权的归属上, 与资产被严格控制的科层组织和资产完全分散的市场组织不同, 网络组织中通常是众多的组织成员各自负责总资产中的一个特定子集。

<<商品交易市场组织建设>>

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>