

<<中国零售组织的结构研究>>

图书基本信息

书名：<<中国零售组织的结构研究>>

13位ISBN编号：9787509702857

10位ISBN编号：7509702852

出版时间：2008-9

出版时间：社会科学文献出版社

作者：朱涛

页数：265

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>

<<中国零售组织的结构研究>>

前言

河南大学经济学科自1927年诞生以来，至今已有近80余年的历史了。一代一代的经济学人在此耕耘、收获。

中国共产党早期领导人之一罗章龙、著名经济学家关梦觉等都在此留下了他们的足迹。

新中国成立前夕，曾留学日本的著名老一辈《资本论》研究专家周守正教授从香港辗转来到河南大学，成为新中国河南大学经济学科发展的奠基人。

1978年我国恢复研究生培养制度以后，周先生率先在政治经济学专业招收培养硕士研究生，并于1981年首批获得该专业的硕士学位授予权。

1979年，我校成立了全国第一个专门的《资本论》研究室。

1985年以后，又组建了我校历史上的第一个经济研究所，相继恢复和组建了财经系、经济系、贸易系和改革与发展研究院，并在此基础上成立了经济学院。

目前，学院已发展成为拥有经济学类全部4个本科专业、18个硕士生专业、3个博士生专业、1个博士后流动站、两个省级重点学科点、2000多名师生规模的教学研究机构。

近30年中，培养了大批本科生和硕士、博士研究生，并且为政府、企业和社会培训了大批专门人才。

<<中国零售组织的结构研究>>

内容概要

本书利用现代产业组织理论与方法，从空间、规模、业态以及纵向关系角度，对中国零售企业的结构进行了深入研究。

本文创新点主要体现在：基于豪特林模型对零售企业空间选址的拓展分析；对零售企业最佳规模的测度，提出了大型零售企业最佳规模的范围，指出了最佳的规模结构；从“组织能力”角度对零售业态演化进行了理论阐释；探明了开放条件下政府对零售业规制行为异化的根源；分析了供应商与零售企业合作、非合作的前提条件。

文章在理论分析的基础上提出了具体的构建策略。

<<中国零售组织的结构研究>>

作者简介

朱涛，1972年1月出生，河南柘城人，经济学博士，河南大学经济学院副教授，硕士生导师。

先后就读于河南财经学院、河南大学和西安交通大学。

现于教育部黄河文明与可持续发展研究中心以及河南大学产业经济与农村发展研究所从事研究工作。

主要研究方向为商学理论、产业集群等。

迄今在《数量经济技术经济研究》、《商业经济与管理》、《经济学家》、《经济经纬》等国内著名的学术刊物上发表论文十多篇。

<<中国零售组织的结构研究>>

书籍目录

第一章 导论 第一节 研究的背景和意义 第二节 研究的方法与手段 第三节 研究的框架与内容 第四节 研究的创新点
第二章 相关文献综述 第一节 零售业布局理论述评 第二节 零售业的规模理论述评 第三节 零售业的业态理论述评 第四节 供应商—零售商纵向关系研究理论述评
第三章 中国零售企业的空间布局 第一节 影响零售企业空间布局的因素分析 第二节 零售企业空间布局的博弈模型分析 第三节 跨国零售企业的空间选择与绩效：以沃尔玛为例 第四节 开放条件下中国零售企业的空间选择
第四章 中国零售企业的规模构建 第一节 零售企业规模边界的理论分析 第二节 大型零售企业合理规模范围的测度 第三节 跨国零售企业规模扩张的行为与绩效 第四节 开放条件下中国零售企业的规模构建
第五章 中国零售企业的业态选择 第一节 零售业态演化：基于组织能力的诠释 第二节 业态的引入、扩散与结构调整 第三节 跨国零售企业的业态选择：以家乐福为例 第四节 开放条件下中国零售企业的业态选择与优化
第六章 零售供应链的纵向结构研究 第一节 厂、商纵向关系的契约形式及性质 第二节 目前厂、商企业纵向关系存在的主要问题 第三节 厂、商之间问题：基于马克思经济学的理论分析 第四节 供应商与零售商的博弈分析 第五节 结论与建议
第七章 国内零售企业经典案例研究：以国美电器为例 第一节 国美的选址问题分析 第二节 国美的规模与绩效分析 第三节 国美的业态选择分析 第四节 国美与供应商关系分析
第八章 国外比较与借鉴 第一节 日本零售商业的结构与政策 第二节 美国零售商业的结构与政策
第九章 开放条件下中国零售组织的产业政策 第一节 制定流通产业政策的现实意义 第二节 零售组织合理产业政策的基准选择 第三节 开放条件下中国零售组织的产业政策选择 第四节 中国零售产业政策执行行为异化的根源与规制
第十章 结束语 第一节 本书的主要内容 第二节 本书的基本观点 第三节 研究展望致 谢参考文献

<<中国零售组织的结构研究>>

章节摘录

第二章 相关文献综述 第一节 零售业布局理论述评 二 国内研究述评 关于商圈的研究,国内商学理论前辈黄国雄、曹厚昌 对其进行了较为深入的研究,他们首先从两个角度对商圈的内涵进行了界定,认为:对于商业企业而言,商圈是商业企业吸引顾客的区域范围,是其业务活动的空间;对于消费者而言,则是消费者方便购物的空间。

其次是对商圈构成的研究。

他们认为:从市场势力范围来看,商圈由点、线、面、流四个方面构成;从实际购、销角度看,商圈是由店、消费者购物行为空间和销售活动空间三者构成。

再次是对零售业商圈的分析,认为商店的规模不同和类型不同,吸引的顾客不同:商业中心的商店,其核心圈的顾客较少;居民区的商店则没有边缘商圈的顾客;大型百货商店则边缘商圈的顾客较多。

关于商业布局问题,20世纪80年代,杨吾扬教授以北京市为例,系统地从城市地域结构和商业中心地域结构两个方面展开了城市商业网点的研究,阐述了北京市历史地域结构演变、人口和通达性、城市空间发展趋势等方面对北京市商业中心的各种影响,并利用中心地理理论六边形空间等级结构模型对北京市商业中心作出中长期的预测和模拟。

周春山、罗彦(2004)从生态学的视角,运用生态学知识(如动物种群斗争、生境和领域等)对城市商业空间分布现象进行解释。

<<中国零售组织的结构研究>>

编辑推荐

中国零售企业的空间布局，中国零售企业的规模构建，中国零售企业的业态选择，零售供应链的纵向结构研究。

国内零售企业经典安全研究，以国美电器为例。

国外比较与借鉴。

开放条件下中国零售组织构产业政策。

<<中国零售组织的结构研究>>

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>