

人口密集地における固定需要

黒田インターナショナル

黒田 毅

ビジネスは大量消費地における固定販売を基盤として自己が可能とされる。これは市場アクセスと営業、流通における自己システムを基盤として企業が求められるのである。

これらは明確に企業計画を要求され、企業の市場参加を決定しなくてはならない。これは販路の開拓が広告宣伝と共に要求され、市場での企業製品とサービスの認知を行わなくてはならない。

これらは効率的に企業がこれらを行い、システム化することで、企業の安定化が可能なのである。

これらは企業の IT システムにおける総括とシステム化した経営において、市場要求の効率性を達成しなくてはならない。

これらは唯一利益の健全性を企業に与えるのである。競争源というルールと自由経済システムと資本主義、自由貿易システムは、市場のルールであり、企業はこれにおいて世界と対等な自己環境を整備しなくてはならない。

これらは正しい企業サイクルの構築を求め、これらは必ず企業の倫理性を要求するのである。

これは企業が社会責任を自己に有し、市場参加を可能とすることであり、これらは経済活動と社会責任における企業要求であり、システム化における企業サイクルの構築は、健全な企業活動を可能とするのである。

これらは市場の正しい把握が消費者の嗜好分析と共に、大量消費地への市場参加を必要とし、これらへの統一した製品とサービス基準におけるグローバル市場への参加は、新しい企業の可能性を可能とするのである。