

<<电子商务网络成长的研究>>

图书基本信息

书名：<<电子商务网络成长的研究>>

13位ISBN编号：9787030204332

10位ISBN编号：7030204336

出版时间：2008-2

出版时间：科学

作者：刘震宇

页数：331

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>

<<电子商务网络成长的研究>>

内容概要

本书围绕着影响电子商务网络成长的因素、电子商务网络预期效益与费用问题、电子商务网络先行者优势和跟进者优势、切换成本问题、网络中信息不对称问题、垂直行业电子市场成长问题、多个网络竞争问题、采用第三方网络的定价问题等八个方面系统地、深入地研究电子商务网络的成长规律与策略。

本书以系统分析的方法为基础,应用过程管理、合作竞争、新技术扩散、交易成本等理论,从整体最优出发,考察网络竞争过程中涉及的各种因素及互动关系,建立相应的模型。

同时理论联系实际,针对国内外(尤其是我国)现有的、有代表性的电子商务网络,收集、整理有关事实和数据,对相关的理论、模型进行计算机模拟和实证研究,修正与优化了有关网络成长的理论和模型,找出合适的网络成长策略,以指导电子商务网络的成长。

本书可供从事电子商务网络研究的学者、高年级本科生、研究生阅读参考。

<<电子商务网络成长的研究>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 电子商务网络的基本特征 第二节 电子商务网络成长策略的研究目的、内容和方法
第二章 影响电子商务网络成长的因素 第一节 电子商务网络的所有者与用户之间的二元关系 第二节 电子商务网络成长的影响因素 第三节 电子商务网络成长影响因素的相互关系 第四节 本章小结 参考文献
第三章 电子商务网络的效益与费用 第一节 网站成本与效益的基本构成因素 第二节 网站赢利的基本模式 第三节 网站成本与效益的基本评价方法 第四节 网站预期成本与效益对网站成长的影响 第五节 关于电子商务网络价值的评估 第六节 本章小结 参考文献
第四章 电子商务网络先行者优势和跟进者优势 第一节 传统的先行者优势理论概述 第二节 网络经济下先行者优势理论的变化 第三节 中文网络门户先行者的分析及占优策略 第四节 新浪网、搜狐网先行者优势的实证研究 第五节 本章小结 参考文献
第五章 电子商务网络的切换成本 第一节 切换成本和锁定效应 第二节 锁定的各种类型及实例 第三节 切换成本的测量 第四节 锁定策略的管理 第五节 中国化工网的锁定效应分析 第六节 本章小结 参考文献 附录 不同网站建网套餐服务内容及价格
第六章 电子商务网络中的信息不对称 第一节 信息不对称与委托-代理理论 第二节 信息不对称在网络竞争策略中的表现 第三节 解决信息不对称问题的若干方法 第四节 中国证券网络中的信息不对称实例研究 第五节 本章小结 参考文献 附录 广发证券概况
第七章 垂直行业电子市场成长的若干问题研究 第一节 国内外对垂直行业电子市场成长研究的综述 第二节 垂直行业电子市场运行环境及市场竞争分析 第三节 影响垂直行业电子市场成长的因素及成长模型 第四节 我国证券行业电子市场的成长研究实证 第五节 本章小结 参考文献
第八章 多个电子商务网络的竞争 第一节 网络竞争中用户和网络所有者的策略选择 第二节 网络之间的竞争策略 第三节 三大拍卖网站之间的竞争研究 第四节 本章小结 参考文献
第九章 电子商务网络实现中采用第三方网络的定价问题 第一节 第三方电子商务网络平台的商务模式 第二节 第三方电子商务平台的定价目标、策略及价格竞争 第三节 第三方电子商务平台的定价模型 第四节 第三方电子商务网络平台的评估与选择 第五节 第三方电子商务平台选择中的成本收益分析 第六节 本章小结 参考文献 附录 电子商务的网络成长调查表

<<电子商务网络成长的研究>>

章节摘录

第二章 影响电子商务网络成长的因素：要研究电子商务网络成长的过程、规律及其策略，有必要对那些影响其成长的因素先进行识别，并系统地研究这些因素之间的复杂关系。

本章主要的研究内容包括以下三部分：1) 分别从电子商务网络所有者与用户的角度出发，分析了网络所有者建立网络的动机、网络所有者与网络用户实现联网的条件、网络用户加入网络的动机和条件

。在此基础上，应用数学模型描述两者之间的关系，给出了电子商务网络成长的激励机制与策略。

2) 讨论影响电子商务网络成长的因素，对其中的经济、技术、社会、管理和竞争因素进行分析，并指出其影响电子商务网络成长的方式及途径。

3) 讨论影响电子商务网络成长的因素之间的关系，以经济因素为线索，分析了经济因素之间、经济因素与其他因素之间的关系，并通过对其进行实证研究，分析了主要的影响因素。

第一节 电子商务网络的所有者与用户之间的二元关系：电子商务网络成长是由两种力量推动的，即用户对网络服务的需求和网络所有者提供的服务。

了解电子商务网络中网络所有者与用户之间的二元关系有助于理解网络成长的模式。

这种模式可以用相应的数学模型来描述。

然而，目前对网络所有者和网络用户之间关系的研究，特别是进行严格的实证研究还比较少。

Nidumolu[1]基于政治经济学理论，用一个结构模型研究电子商务网络投资与结构及伙伴关系气氛问题

。该模型用于特定网络投资相关的结构变量（纵向相互作用、交易规范化、决策的集中化）与交易气氛（目标兼容性、领域一致性、履约评价和交易规则）作为研究的重点，进行案例研究，其结果表明：只要对企业之间权利平衡未造成显著影响，那么，特定电子商务网络投资提高了企业之间的纵向集成度，并形成更良好的交易气氛。

Raup和Schober[2]的研究表明，在不对称网络中，非核心企业将随网络规模的增大而失去越来越多的谈判能力；只有在网络规模很小时，非核心企业才有可能具有比核心企业大的谈判能力，但取决于其期望的利润；而对对称网络来说，随着网络的增大，每一个网络成员的谈判能力是基本相等的，除非网络规模很小，从而使核心企业占优势。

<<电子商务网络成长的研究>>

编辑推荐

《电子商务网络成长的研究》共分9章，它以系统分析的方法为基础，对电子商务网络的成长规律与策略展开了深入地研究。
具体内容包括影响电子商务网络成长的因素、电子商务网络的效益与费用、电子商务网络先行者优势和跟进者优势、电子商务网络的切换成本、电子商务网络中的信息不对称等。

<<电子商务网络成长的研究>>

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>