

图书基本信息

书名：<<2009年卷第2辑-珞珈管理评论-总第5辑>>

13位ISBN编号：9787307074415

10位ISBN编号：7307074419

出版时间：1970-1

出版时间：武汉大学出版社

作者：武汉大学经济与管理学院 编

页数：216

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>

内容概要

《珞珈管理评论（2009年卷第2辑·总第5辑）》汇集了物流与供应链管理、人力资源管理、公司治理、企业战略、会计与财务管理、会议纪要等8个方面的23篇优秀论文及一篇书评。书中论文分别从上述8个角度对企业管理作了系统、新颖的研究，这些研究成果对于从事企业管理方面研究的研究人员及实践工作者极具参考价值。

书籍目录

一 物流与供应链管理轴辐式区域物流服务网络的协同机制与模式研究
零时间企业的信息流模型研究
网络交易环境下企业价值链运营模式的局限与改造
基于主成分聚类分析的中心城市物流系统规划研究
二 人力资源管理动态轮轴模型：以战略的视角探讨企业文化建设的一个分析框架
职业成功标准研究的新发展
金融危机期上市公司高管薪酬研究
三 公司治理跨境上市、股权结构与公司绩效关系的实证研究
——基于在美上市的中国国有企业经验证据
混合组织的合同治理机制研究
四 企业战略基于学习效果差值视角的企业战略联盟稳定性研究
环境视角下的战略选择观
企业社会责任履行度影响因素的实证研究
——来自上证A股的经验证据
“内生外促”成长模式研究——海信集团的案例
“元”与“维”的演化：企业成长理论的模型化解读
五 投资公司上市动因理论研究
综述创业投资对中小企业板IPO影响的实证研究
亏损上市公司价值驱动因素的细分研究
六 会计与财务管理我国上市公司盈利反应系数的实证研究
——基于沪深两市A股2003-2006年的数据分析
会计师事务所的地域性对审计质量的影响分析
经济体制改革与会计制度创新
七 市场营销电子商务满意度研究：一个文献综述
顾客自发行为维度及影响因素研究
八 会议纪要关于“第三届运营与供应链管理国际会议”的会议总结

章节摘录

(二) 网络交易环境下基于价值网改造企业价值链的对策 上述的网络交易环境下基于价值网改造企业价值链的概念模型为企业改造传统的价值链提供了方法论。

在具体的改造过程中, 首先企业的高管层必须认清这种改造的客观必然性, 从战略的高度重视这种改造, 这是改造成功的基础和前提。

然后, 分别将价值链按价值网的三个子系统(客户资源网、企业间的合作供应网及内部运营网)进行改造, 其具体的对策如下: 1.以顾客价值需求为切入点, 改造客户资源网 客户资源网由客户、渠道和客户资源及其相互关系组成, 是改造后企业价值网的核心和驱动力。

对于客户资源网的改造可以从以下三个方面着手: 第一, 研究客户的价值标准, 定义市场认定的价值, 传递企业的价值主张. 顾客的价值标准体现客户对产品的设计、质量、性能、包装、安全、售后服务等方面的要求, 这些要求可以通过让有代表性的客户参加产品价值的生产、分配及转移等各项活动来实现。

研究客户的价值标准。

目的就是要定义被市场认定的价值, 并将这种价值通过正确、快速的方式传递给正确的准顾客和顾客. 意大利汽车制造商Fiat欲测试一下它的新车Punto的设计效果, 在Fiat网站邀请3000多位潜在顾客参与评论打分。

结果, Fiat只用很低的成本就获得了目标顾客关于新车的见解, 并设计出了真正反映顾客偏好的汽车。

而对于顾客而言, 他们也得到了自己真正想要的汽车。

第二, 收集网上随机顾客的价值诉求, 构建企业网上快速响应系统。

在顾客日益化的环境下, 顾客一般都会先通过互联网寻找所有相关的交易信息, 向多家企业表达自己个性化的价值需求, 作为企业应及时存取客户信息, 控制可能的客户接触点, 并对顾客的价值需求做出快速响应。

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>