

营销与服务

基于企业与顾客共同创造竞争优势的企业参与概念研究

孔鹏举, 周水银

华中科技大学管理学院

摘要:

在对价值来源进行追溯的基础上, 通过对产品主导逻辑和服务主导逻辑的回顾, 指出在当今市场条件下, 价值研究已经从交换价值转向使用价值。随后, 分析了价值创造过程, 详解了企业在价值创造过程中旁观者、协助者、参与者3个角色。其中, 企业的参与者角色通过将自身融入到顾客的价值创造过程中, 藉此共创价值, 从而获取竞争优势。最后提出了企业参与的概念, 将其与顾客参与对比分析, 并对企业参与在现实中的应用提出了几点建议。

关键词: 产品主导逻辑 服务主导逻辑 价值创造 顾客参与 企业参与

The Concept of Enterprise Participation Based on Linking Enterprise and Customer to Co create Competitive Advantage

KONG Pengju, ZHOU Suijin

Huazhong University of Science and Technology, Wuhan, China

Abstract:

Based on a retrospect of the source of value and a close literature review of good dominate logic and service dominate logic, this paper points out that the discussion of value has shifted from value in exchange to value in use. Subsequently, the value creation process is analyzed and the three roles of enterprise observer, facilitator and participant are explained. Among the three roles, the participant makes the enterprise joint the customer's value creation process and co create value in order to gain competitive advantage. Finally, the concept of enterprise participation is proposed and comparatively analyzed with customer participation. The suggestions for practice are discussed.

Keywords: goods dominant logic service dominant logic value creation customer participation enterprise participation

收稿日期 2011-10-08 修回日期 网络版发布日期

DOI:

基金项目:

国家自然科学基金资助项目 (71172091)

通讯作者: 周水银 (1965~), 男, 湖北洪湖人。华中科技大学管理学院 (武汉市430074) 副教授。研究方向为运营管理、项目管理等。

作者简介:

作者Email: syzhou@hust.edu.cn

参考文献:

本刊中的类似文章

1. 叶广宇, 陈静玲, 蓝海林. 企业总部价值创造方式与转型期中国企业总部类型[J]. 管理学报, 2010,7(3): 331-
2. 林光平, 杜义飞, 刘兴贵. 制造企业潜在服务价值创造及其流程再造——东方汽轮机厂案例研究[J]. 管理学报, 2008,5(4): 602-
3. 王晶, 程丽娟, 宋庆美. 基于顾客参与的定制满意度研究[J]. 管理学报, 2008,5(3): 391-
4. 张文辉, 陈荣秋. 顾客参与公司治理与公司相互持股的比较研究[J]. 管理学报, 2007,4(4): 431-
5. 李善民, 朱滔, 张毅芳. 基于中国上市公司的实物期权价值创造的实证检验[J]. 管理学报, 2006,3(2): 222-

扩展功能

本文信息

- ▶ Supporting info
- ▶ PDF(1273KB)
- ▶ [HTML全文]
- ▶ 参考文献[PDF]
- ▶ 参考文献

服务与反馈

- ▶ 把本文推荐给朋友
- ▶ 加入我的书架
- ▶ 加入引用管理器
- ▶ 引用本文
- ▶ Email Alert
- ▶ 文章反馈
- ▶ 浏览反馈信息

本文关键词相关文章

- ▶ 产品主导逻辑
- ▶ 服务主导逻辑
- ▶ 价值创造
- ▶ 顾客参与
- ▶ 企业参与

本文作者相关文章

PubMed

6. 陈荣秋.顾客中心的管理[J]. 管理学报, 2005,2(2): 133-
7. 陈劲, 徐莉芬.建立新的价值体系——评介管理学新著《竞争的未来》[J]. 管理学报, 2004,1(2): 244-
8. 卢俊义, 王永贵.顾客参与服务创新与创新绩效的关系研究 ——基于顾客知识转移视角的理论综述与模型构建[J]. 管理学报, 2011,8(10): 1566-
9. 刘国新, 李霞, 罗建原.分布式创新中的知识网络构建[J]. 管理学报, 2011,8(11): 1669-

文章评论

反馈人	<input type="text"/>	邮箱地址	<input type="text"/>
反馈标题	<input type="text"/>	验证码	<input type="text"/> 6707