



## 顾客满意度与企业股东价值关系研究

摘要点击 49 全文点击 101

[查看全文](#) [查看/发表评论](#) [下载PDF阅读器](#)

中文关键词 顾客满意; 股东价值; 面板数据; 多层线形模型;

英文关键词 customer satisfaction; financial performance; panel data; hierarchical linearmodel;

基金项目 中央财经大学211工程三期资助项目;;国家自然科学基金资助项目(70632003)

学科分类代码

作者	单位	E-mail
王毅	中央财经大学商学院	
赵平	清华大学经济管理学院	

### 中文摘要

顾客满意对企业绩效的影响作用一直是研究者和管理者关注的焦点. 随着市场竞争的加剧, 越来越多的国内外企业制订了顾客满意战略以提高企业绩效. 如果不能对顾客满意度增加企业绩效的机制进行深刻的把握, 企业就难以制定出准确的营销战略导向和营销资源分配方案. 本研究采用中国部分制造业上市公司为研究样本, 建立顾客满意度与企业股东价值之间的多层线形模型, 探讨了顾客满意度对企业股东价值的影响关系, 以及在这个过程中行业特征和企业特征所发生的具体作用. 研究结果表明顾客满意对企业股东价值的形成具有显著的正向作用, 研究还分解出在企业股东价值形成的过程中企业特征和行业特征发挥的作用比例, 同时证明了行业特征对顾客满意与股东价值之间关系的调节作用.

### 英文摘要

The relationship between customer satisfaction and corporation performance is one of the most important research focuses of management scholars. With the higher intensity of competing, more and more companies conduct customer satisfaction projects to improve their performance. If they can't measure the effect of these projects accurately, they could not distribute the marketing resource efficiently. In this article, we developed a theoretical framework that specifies how customer satisfaction influ...

关闭

版权所有 © 2007 《管理科学学报》

通讯地址: 天津市南开区卫津路92号天津大学第25教学楼A座908室 邮编: 300072

联系电话/传真: 022-27403197 电子信箱: [jmstju@263.net](mailto:jmstju@263.net)