

Title	組織購買行動に関する一考察
Sub Title	
Author	粟野悟(Awano, Satoru) 片岡一郎
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1984
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1984年度経営学 第320号 複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001984-0320

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

No. 0320

学生氏名	栗野 悟	主査	片岡 一郎
	(日立金属株式会社)	副査	滝沢 茂
所属ゼミナール	滝沢 茂 研		柴田 典男

組織購買行動に関する一考察

本研究の課題は、組織購買行動をマーケティングの立場より究明することである。従来の組織購買行動に関するモデルの考察を通じて、筆者は、組織購買行動分析のマーケティング的視点を、購買センター（購買意思決定に参加する部門によって構成される）内の購買意思決定への相対的影響を明らかにすることに求めた。そこで、従来のモデル考察から、以下の理論仮説を構築し、その実証調査を行なった。

- I 購買センターメンバーの購買影響度は、購入製品によって異なる。
- II 購買センターメンバーの購買影響度は、購買段階によって異なる。
- III 購買センターメンバーの購買影響度は、購買状況によって異なる。

調査は、機械・鉄鋼業界を対象として、郵送法によってデータの収集を行なった。分析の結果、仮説 I , II は支持された。仮説 III は、十分は立証されえなかったが、購買状況変化による影響度の増減傾向は、一定となることが考察された。

調査結果によって、購買センター（本社資材部門、工場資材部門、技術部門、製造部門）内の相対的影響が、購入製品（原材料・組立部品、機械設備、取替品、生産用具）、購買段階（1～8）、購買状況（反復再購買修正再購買、新規購買）の次元から明らかにされた。これによってメーカーに購買センター内の相対的影響の理解に基づいて販売努力を有効に配分するガイドラインを示しえたと考える。