

Title	コンピューター周辺装置の組織購買行動 - 高速ノン・インパクト・プリンターを中心として -
Sub Title	
Author	中島稔(Nakajima, Minoru) 片岡一郎
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1985
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1985年度経営学 第422号 複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001985-0422">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001985-0422</a>

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.

学生氏名 中 島 稔 主査 片 岡 一 郎  
( 富士ゼロックス株式会社 ) 副査 嶋 口 充 輝  
所属ゼミナール 嶋 口 充 輝 研 和 田 充 夫

## コンピュータ周辺装置の組織購買行動 —高速ノン・インパクト・プリンターを中心として—

近年、コンピュータ周辺装置の市場は、印刷装置を中心に急速に拡大し、その市場規模はもはやコンピュータ本体を上回ったようである。印刷装置の中でも特に注目を集めているのが、高速ノン・インパクト・プリンター（以下NIPと略す）であり、ホストコンピュータメーカーとプラグコンパチブルメーカーとの間で激しい販売競争が行なわれている。

本研究の目的は、このような状況の中で、NIPを購入する際に顧客の組織購買行動のメカニズムがどのようになっているかを明らかにし、プラグコンパチブルメーカーにとっての有効なマーケティング戦略を見出すことである。

民間企業に対して、アンケート調査及び実証分析を行った結果、以下のことが明らかになった。

顧客のNIPメーカー選定は、NIP属性に対する重要度によって決定され、そのNIP属性に対する重要度は、顧客の企業特性により決定される意思決定スタイルの差異と、顧客のコンピュータシステム使用状況によって決定されることが判明した。

プラグコンパチブルメーカーにとっては、EDP部門重視型の営業体制の確立、保守能力やメンテナンスサービスを含む保守サービス体制の充実、イニシャルコスト・ランニングコストを含む低価格、NIP用紙の形態やサイズ、印刷スピードについての積極的な訴求等が有効な戦略である。

以 上