

Title	効果的販売力増強に関する一考察 - 情報基地型販売員の養成を目指して -
Sub Title	
Author	早原寛二(Hayabara, Kanji) 和田充夫
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1988
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1988年度経営学 第640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=KO40003001-00001988-0640

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	早原 寛 二	主査	和田 充 夫
	(サントリー株式会社)	副査	嶋 口 充 輝
所属ゼミナール	和田 充 夫 研		青 井 倫 一

効果的販売力増強に関する一考察 — 情報基地型販売員の育成を目指して —

本論文の主題は真に効果的な販売力の増強とは何か、を探ることである。すなわち効果的増強方法は販売部隊の持つ能力を向上させることを目的とする「質」のみの増強であるのか、それともまず数の上での増強を図りチャンネルとの密着時間を増やすという「量」から「質」への転換を図ることであるのかという問題である。このことを明らかにするために、大規模小売業のバイヤーを対象とした質問票調査が実施された。この結果、環境不確実性が高い場合、バイヤーの取り扱い商品の決定には販売員の知覚信憑性が販売員の人的好みより重視されることが分かった。このことは、「質」のみの増強が「量」から「質」への転換を図る増強を上回ることを示すものである。更に具体的な増強策を探るために製造企業と流通業者の協調と衝突の度合いでバイヤーの購買態度に変化が見られるかということが検証された。その結果、製造企業は協調度合いの向上に重点を置き、その際、5大要素（販売員の人的好み、販売員の知覚信憑性、会社の好み、会社の信憑性、取引条件）のなかで、販売員の知覚信憑性が特に重要な要素になることが分かった。また販売員の知覚信憑性の中でも社内権力の向上、情報収集、処理、加工、発信能力である情報基地型能力の有無が重要であることが明らかになった。このため、販売部隊が統率するセールス・マネジャーは従来からの知識蓄積型の教育、訓練に加え、販売員の社内権力の向上と情報基地型能力の養成・発揮がしやすい組織づくりをし、現場の販売員に対し権限委譲を進めることが望ましいと考えられる。