

Title	中古市場における買い手の提示価格に対する売り手の価格心理への影響 - 中古車市場に焦点を当てて -
Sub Title	
Author	周, 仕棟(Shiyuu, Shitou) 余田, 拓郎
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2005
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2005年度経営学 第2056号 連絡が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002005-2056

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.

論文要旨

所属ゼミ	余田 研究会	学籍番号	80430534	氏名	周 仕棟
(論文題名)					
中古市場における買い手の提示価格に対する売り手の価格心理への影響 —中古車市場に焦点を当てて—					
(内容の要旨)					
<p>消費者のニーズが多様化する中、新商品開発のスピードが一段と加速化している。それにより、消費者の買替え期間が短縮し、中古品の取引が活発化してきている。こうした背景の下、中古品を売り手としての消費者から調達する際に、売り手の価格心理に与える影響を考慮する必要がある。</p> <p>しかしながら、消費者の価格心理に関する先行研究では、買い手としての消費者の購買行動に焦点が置かれており、売り手としての消費者の価格心理に関する研究はほとんど行われていない。</p> <p>そこで、売り手としての消費者の価格心理を中心に、買い手の提示価格が売り手の消費者の価格心理に及ぼすかについて明らかにしようとしたのが本論文である。</p> <p>本論文では、買い手の提示価格が売り手としての消費者の価格心理に影響を及ぼすことが実証された。とはいえ、実証結果を詳細に分析すると、買い手の提示価格と売り手の参照価格との差額は、買い手の信頼性やパフォーマンスの信頼性よりも価格知覚への影響が強いことが発見された。</p> <p>したがって、買取りビジネスでは、提示価格の妥当性こそが成約率を高める要因であることを示唆するものである。</p> <p>フレームワークの限界と合わせて、交渉の過程で、提示価格の変動が売り手の価格心理にどのような影響を与えるか、売り手の価格心理と売却行動との結びつきという消費者の売却行動モデルに関する新たな議論を提起するということが今後の研究課題である。</p>					