

Title	消費者情報処理に影響を及ぼす時間限定型販売戦略への提言
Sub Title	
Author	陳, 奕穎(Chin, lin) 井上, 哲浩
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2008
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2008年度経営学 第2339号 連絡が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002008-2339

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	井上哲浩研究会	学籍番号	80730678	氏名	陳奕穎
論文題名： 消費者情報処理に影響を及ぼす時間限定型販売戦略への提言					
内容の要旨： 本研究の研究目的としては、 (1) 時間制約型プロモーションの構造とその構造から生み出される影響を解明し、さらなる効率的な小売店舗づくりのためのインプリケーションを与える (2) 時間制約型プロモーションを行う時に、高関与製品と低関与製品を選択することにかけた消費者の努力や時間配分が分かれば、売上と繋がらない時間制約型プロモーションを省き、売上とつながる時間制約型プロモーションのみに集中すべき施策を提案すること (3) 現状のセールス・プロモーションの長期効果が得られていない問題点を明らかにし、実施する効果を高める為の問題解決策について検討し企業へ提言することである 本研究の研究方法について、 (1) アンケート調査を行い一次の定量的データを入力すること。男女合計 120 名の回答を収集し、そこから得られた結果を用いて考察した (2) 主に ANOVA 統計的手法を使い、集計した一次定量的データを分析すること。 本研究の結論は、 (1) デジタルカメラにおいて、事前知識の高い人に対して、数量限定という販売手法が有効、一方数量限定かつ価格限定を実行する場合、購入意向が減ってしまう。 (2) デジタルカメラにおいて、感情的関与の高い人に対して、数量限定の販売手法が購買を促すことができないが、数量限定且価格限定の販売手法が購買を促すことになる。 (3) 機能性飲料お茶系において、認知的関与の高い人に対し、数量を限定した値下げプロモーションの実行が有効である。購買関与の高い人に対し、数量限定の手法が有効。 本研究の限界としては、 (1) 小売店舗で実験調査を実施すれば、売上ときちんと繋がっているかが明らかになるが、時間やコストの関係で質問紙による調査しか行われなかったこと。 (2) 調査対象の選定においては、調査や分析などの便宜を図るためデジタルカメラと機能性飲料（お茶）だけに焦点を絞り調査を行った。他の製品で調査を行えば今回とは異なる結果が発生する可能性はないとは言いかねない。 (3) 質問票の作成においては、調査の複雑さを排除するため、製品の属性を 4 つに絞り、被験者に課した購買選択意思決定、つまりコンジョイントカードは 8 つに抑えた。実際に存在している多くの製品属性や他の不確実要素を考慮し、調査の中に包含することができるのかということが、今後の課題のひとつとなっている。					