

零售店對供應商選擇與維持之研究

陳振川、劉水深

E-mail: 8402669@mail.dyu.edu.tw

摘要

由於電腦化帶來效益與方便,使得個人電腦的須求量,每年都有驚人的成長,為因應市場需求,電腦零售店遍佈全省,供應商為提高其本身的銷售量及市場佔有率,其最直接有效的方法就是掌握零售店;本研究主要目的,就是希望透過實際的調查,了解零售店的需求,進而告知供應商,如何在不同的零售店型態及通路成員特質下,提出不同的通路管理措施,以達到健全銷售網目標。

關鍵詞:零售店;供應商;人群關係

目錄

第一章 緒論.....1	第一節 研究背景與動機.....1	第二節 研究目的.....3	第三節 研究流程.....4
第二章 文獻探討.....6	第一節 零售店相關之理論.....6	第二節 人群關係及社會文化理論.....15	第三節 選擇供應商的標準.....16
第三章 研究方法.....23	第一節 研究架構與假設.....23	第二節 研究變數操作型定義.....25	第三節 研究對象與抽樣.....26
第四章 研究結果與發現.....40	第一節 樣本基本分析.....40	第二節 零售店對選擇供應商標準之分析.....42	第三節 通路成員特質對選擇供應商標準之分析.....46
第五章 結論與建議.....70	第一節 零售店對選擇與維持目前供應商之主因分析.....52	第二節 管理涵義與建議.....73	第三節 研究限制.....74
參考文獻.....76	附錄一 問卷.....79		

參考文獻

- 一、中文部分 1. 王志剛編譯(1984)。行銷學原理。Kolter,P. 原著,台北:華泰書局。 2. 陳振田、陳振遠編譯(1985)。行銷管理-分析、規劃與控制。Kolter, P. 原著。 3. 李錦旭、吳根明、胡夢鯨、張小鳳、張芬芬、葉重新等合譯(1991)。社會科學概論。台北:五南書局。 4. 林君信論譯(1991)。SPSS/PC+使用手冊(上), (下)。 5. 林震岩(1991)。終端機使用者應用策略之研究。政治大學企業管理研究所博士論文,台北:政治大學。 6. 林娟娟(1980)。影響連鎖經營型態之因素-我國零售業之實證研究。中興大學企業管理研究所碩士論文,台北:中興大學。 7. 吳靄書(1991)。現代零售管理。台北:大中國出版社。 8. 姜占魁(1991)。人群關係新論。台北:五南書局。 9. 陳麟宇(1985)。我國微電腦主機產業之研究。政治大學企業管理研究所碩士論文。台北:政治大學。 10. 張勝溢(1992)。SPSS/PC+進階篇。 11. 張清滄編著(1987)。企業人事管理方法論。台北:復文書局。 12. 張金鑑(1985)。管理學新論。台北:五南圖書。 13. 葉彬(1982)。企業採購。台北:立學社圖書。 14. 楊孝元(1992)。個人電腦行銷通路型態與通路權力關係之研究。交通大學管理科學研究所碩士論文,新竹:交通大學。 15. 賴山水(1990)。加盟連鎖店的行列。懋聯文教基金會。 16. 詹文男(1990)。我國PC市場經銷通路分析。資訊工業透析, 3-22。 17. 楊平吉譯(1988)。津司原著,採購管理。台北:書泉出版社。 18. 顏月珠(1992)。商用統計學。台北:三民書局。 二、英文部分 1. Cravens,D. W.,Hills, G. E. and Woodruff, R. B. (1987). Marketing Management, 406-407. 2. Evans, J. R. & Berman, B. (1992). Marketing, 342-346. 3. Johoson, R. A. & Wichern,D. W. (1992). Applied Multivariate Statistical Analysis, 356-458. 4. Kolter, P. (1988). Marketing Management : Analysis, Planning' Implementation' and control ' 546. 5. Neter, J. (1988). Applied Statistis ' 253-272. 6. Pride,W. M. & Ferrell, O.C. (1983). Marketing' Basic Concepts and Decision, 258. 7. Rewoldt,S.H. , Scott, J. D. and Warshaw, M.R. (1981), Introduction to Marketing Management' Text and Case 373. 8. Schoell,W. F. and Gultinan,J. P. (1990). Marketing Contemporary Concepts and Practics, 406-407. 9. Stanton,W. J. & Futrell,C. 'Fundamentals of marketing' 380. 10. Stern,L. W. & El-ansary,A. I. (1992). Marketing Channels,519.