

<<后工业社会分销渠道关系研究>>

图书基本信息

书名：<<后工业社会分销渠道关系研究>>

13位ISBN编号：9787564210816

10位ISBN编号：7564210818

出版时间：2011-6

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：王晓玉

页数：150

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<后工业社会分销渠道关系研究>>

### 内容概要

本书由四个部分组成，共分九章。

第一部分即第一章，是本研究的导论部分。

本章由问题的提出、本书结构、研究方法与创新点几个方面构成。

第二部分包括第二章和第三章。

这两章是本研究的文献回顾部分。

其中，第二章是关于分销渠道的文献回顾与评价，第三章是关于产品危机的文献回顾与评价。

本书的第三部分包括第四章和第五章。

为了给本研究的核心部分——关于产品危机对分销渠道关系影响的实证模型打下基础、提供依据，本研究在第四章和第五章分别关注了中国市场上产品危机的情境特征和供应商对产品危机的响应特征，以及产品危机对分销渠道关系影响的案例分析。

本书的第四部分包括第六章、第七章、第八章和第九章。

这一部分是关于产品危机对分销商反应方式和分销渠道关系影响的实证研究部分，也是本书的核心部分。

其中，第六章是研究假设的提出和研究模型的形成部分。

第七章是对实证研究方法部分的介绍，主要有实证调研的样本来源和对象、调研的过程、问卷的结构、量表的来源等方面的内容。

第八章是关于假设检验和模型验证的介绍。

假设检验是通过使用pls(partial

least

square)统计软件来完成的，在信度和效度检验的基础上，本研究同时运行了模型中的四个子模型，检验了所提出的20项假设，其中有13项假设获得了实证支持。

第九章分析了研究的理论贡献和实践含义，提出了研究中的不足之处，并展望了未来的研究方向。

# <<后工业社会分销渠道关系研究>>

## 书籍目录

总序

前言

第一章 导论

第一节 问题的提出

第二节 本书结构

第三节 研究方法与创新点

第二章 分销渠道研究的理论演进

第一节 渠道结构理论

第二节 渠道行为理论

第三节 渠道关系理论

第四节 对已有研究的评价

第三章 产品危机的相关研究回顾

第一节 企业危机的概念及其类型划分

第二节 产品危机的相关研究

第三节 关于产品危机已有研究的评价

第四章 中国市场上的产品危机特征及危机响应方式

第一节 问题的提出

第二节 基于危机情境理论的假设及验证

第三节 中国市场上企业对产品危机响应的路径特征

第四节 研究结论与讨论

第五章 中国市场上产品危机对分销商反应及分销渠道关系影响的案例分析

第一节 SK- 产品危机事件对分销商反应及分销渠道关系的影响

第二节 苏泊尔特富龙产品危机事件对分销商反应及分销渠道关系的影响

第三节 基于SK- 和苏泊尔产品危机案例的总体分析与评价

第六章 产品危机对分销商反应方式及分销渠道关系氛围影响的假设与模型

第一节 相关概念界定

第二节 研究假设提出

第三节 研究模型

第七章 产品危机对分销商反应方式及分销渠道关系氛围影响的实证设计

第一节 样本来源

第二节 问卷结构及变量测量

第三节 调研方法

第八章 数据分析与假设检验

第一节 样本特征

第二节 潜变量测量的信度与效度

第三节 假设检验及结果

第九章 研究的理论贡献、实践含义及进一步研究的建议

第一节 研究的理论贡献

第二节 研究的实践含义

第三节 研究的局限及进一步研究的建议

参考文献

附录一 问卷

附录二 中国市场上的产品危机特征及响应方式研究中的产品危机案例

## <<后工业社会分销渠道关系研究>>

### 章节摘录

二、研究的创新点 本研究的主要创新点体现在以下几个方面： 第一，从分销商感知视角研究了产品危机事件的影响。

以往关于产品危机的相关研究，主要关注了消费者的感知与行为，但通过对现实市场的考察以及相关案例的分析我们发现，分销商也会受到产品危机事件的影响，并且分销商对产品危机的感知和行为将影响到供应商是否能顺利地渡过产品危机以及产品危机后的市场恢复。

以此实践问题为基础，本研究在理论上探索产品危机及供应商的响应特征对分销渠道关系的影响，拓展了对产品危机的研究范畴，这是在研究主题上的创新。

第二，从一个新的视角研究分销渠道关系的影响机制。

以往对分销渠道关系的研究，关注的是通常情况下“常态”的渠道环境。

而分销渠道关系有时是脆弱的，一些关键性事件所引发的“非常态”环境的出现会对其产生重要影响。

因此，本研究关注了产品危机这种性质的关键事件对分销渠道关系的影响。

把产品危机事件纳入对分销渠道关系的研究中，既考虑到了分销渠道中长期的关系基础，又考虑到了短期关键事件的影响，做到对渠道关系长期与短期影响因素的综合考虑，这也是本研究的一个创新点。

而本研究的实证结论也证实，产品危机事件发生后的分销渠道关系，不仅受危机事件发生前渠道关系状态的影响，也受产品危机事件的影响，这充分体现了综合长期和短期影响因素对分销渠道关系进行探索的必要性和意义。

第三，研究关注了产品危机的情境特征及供应商的响应特征对分销商在产品危机中的反应方式的影响。

在分销渠道中，供应商与分销商之间是互动的关系，在产品危机这一“非常态的”情境中，供应商与分销商之间体现出怎样的互动特征？

本研究通过检验产品危机情境特征及供应商对产品危机的响应特征对分销商反应方式的影响，对这一问题进行了回答。

研究结论揭示了在产品危机事件这一“非常态”的情境下，分销商对供应商行为的互动特征与规律，并进一步分析了这种互动行为对分销渠道关系的影响。

这对于丰富和发展具体情境下分销渠道成员间互动行为的规律和理论较有意义。

<<后工业社会分销渠道关系研究>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>