

<<农产品营销渠道冲突与整合研究>>

图书基本信息

书名：<<农产品营销渠道冲突与整合研究>>

13位ISBN编号：9787030300188

10位ISBN编号：7030300181

出版时间：2011-1

出版时间：李崇光、青平、李春成 科学出版社 (2011-01出版)

作者：李崇光，等 编

页数：198

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>

<<农产品营销渠道冲突与整合研究>>

内容概要

渠道冲突控制与渠道整合是农产品营销渠道管理的重要理论问题和实践问题。

全书立足于管理学与社会学的交叉研究，在营销管理研究中引入社会学理论与方法，对转型期中国文化背景下农产品营销渠道成员间的个体冲突与群体冲突进行讨论，对农产品营销实践中渠道冲突的产生、存续、诱因、作用机制、解决办法控制机制进行分析，对农产品营销渠道冲突与渠道绩效的关系以及渠道模式的整合等问题进行阐述，以期丰富对渠道冲突与整合的理解和认识，并为农产品营销渠道冲突多发频发寻求解决之道。

《农产品营销渠道冲突与整合研究》可供政府农业部门，农业经济管理等相关领域科研院所及高校师生参考。

<<农产品营销渠道冲突与整合研究>>

书籍目录

总序前言绪论0.1 研究的目的与意义0.1.1 研究的意义0.1.2 研究的目的0.2 研究内容与基本框架0.3 研究方法和主要特色0.3.1 研究方法0.3.2 研究的主要特色第1章 农产品营销渠道理论回顾1.1 营销渠道基本概念1.1.1 渠道结构1.1.2 渠道职能1.1.3 渠道关系1.1.4 渠道行为1.1.5 渠道治理1.1.6 渠道效率1.2 营销渠道范式演进1.2.1 结构范式下的营销渠道理论研究1.2.2 行为范式下的营销渠道理论研究1.2.3 关系范式下的营销渠道理论研究1.3 渠道冲突研究动态1.3.1 渠道冲突的概念1.3.2 渠道冲突的类型1.3.3 渠道冲突模型1.3.4 渠道冲突的原因1.3.5 渠道冲突的结果1.3.6 渠道冲突实证研究进展1.4 小结第2章 农产品营销渠道冲突及冲突观2.1 基本概念界定2.2 渠道成员冲突观的测量2.3 研究方法2.3.1 调查对象基本情况2.3.2 冲突量表2.4 渠道成员的主要冲突观2.4.1 渠道成员特征与冲突观的关系2.4.2 渠道成员的主要冲突观念2.4.3 主要冲突观念聚类和本样本分组考察2.5 我国农产品营销渠道中“尚和”、“畏争”冲突观的几点讨论2.6 本章小结第3章 农产品营销渠道冲突的原因3.1 渠道冲突原因的测量3.2 渠道冲突的主要原因3.2.1 渠道成员特征与冲突原因的关系3.2.2 渠道系统中的主要渠道冲突原因3.2.3 主要渠道冲突原因聚类和样本分组考察3.3 我国农产品营销渠道冲突原因的几点讨论3.3.1 中西方渠道冲突原因的差异比较3.3.2 结构性与非结构性分歧对渠道冲突的影响比较3.4 本章小结第4章 农产品渠道权力与渠道冲突的关系4.1 渠道权力的概念及测量4.2 渠道成员特征与渠道权力的关系4.3 渠道权力的分类构成和样本考察4.3.1 渠道权力主要分类：来自因子分析的结论4.3.2 渠道权力样本考察：来自聚类分析的结论4.4 渠道权力分类下渠道冲突的特征4.4.1 渠道权力分组下的成员特征比较4.4.2 渠道权力分类下的冲突观念比较4.4.3 渠道权力分组下的冲突感知比较4.4.4 渠道权力分组下的渠道关系质量比较4.5 本章小结第5章 农产品渠道群体性冲突过程5.1 渠道群体冲突发生的一般过程概述5.2 潜在冲突发展为外显冲突的过程分析5.2.1 渠道成员的利益转化与渠道冲突5.2.2 冲突群体形成的基本过程5.3 社会网络、社会资源与冲突动员：对冲突领导者角色的分析5.3.1 社会网络与群体冲突动员5.3.2 冲突的发动与社会资源的获取5.3.3 冲突的动员与冲突利益的获取5.4 群体冲突卷入程度与冲突方式及其制约因素的分析5.4.1 渠道冲突行为与渠道冲突破坏性的关系5.4.2 渠道冲突行为及其影响因素5.5 本章小结第6章 农产品营销渠道冲突对渠道绩效的影响6.1 理论背景6.2 概念内涵6.3 渠道冲突与渠道绩效的关系6.3.1 假设模型6.3.2 数据与方法6.3.3 数据分析结果6.4 渠道绩效影响因素分析6.4.1 概念模型及研究假设6.4.2 研究设计6.4.3 数据分析结果6.4.4 结论与启示6.5 本章小结第7章 农产品营销渠道冲突的解决方式7.1 农产品营销渠道冲突解决方式的来源7.1.1 渠道冲突解决方式的测量7.1.2 渠道冲突解决方式的使用倾向7.1.3 渠道冲突解决方式间的相关性7.2 渠道成员基本特征与冲突解决方式的方差分析7.2.1 不同冲突解决方式下的基本成员特征7.2.2 不同冲突解决方式下的单因素方差分析7.3 冲突解决方式与其他渠道冲突变量的关系7.3.1 冲突解决方式与冲突激烈程度7.3.2 冲突解决方式与渠道成员的公平感7.3.3 冲突解决方式与渠道成员的信任度7.3.4 冲突解决方式与渠道成员的满意度7.4 渠道冲突解决方式的实施效果7.4.1 不同冲突解决方式单独使用的效果分析7.4.2 不同冲突解决方式对渠道成员问人际关系状况的影响7.5 人际关系对渠道冲突解决方式的影响7.5.1 关系现状与渠道冲突解决方式7.5.2 关系功能与渠道冲突解决方式7.5.3 经销商核心人物关系与渠道冲突解决方式7.6 本章小结第8章 农产品营销渠道冲突的控制机制8.1 基于冲突观念优化的控制机制8.2 基于渠道权力使用的控制机制8.3 基于渠道设施条件的控制机制8.4 基于冲突原因的冲突解决措施8.5 基于人际关系的控制机制8.5.1 人际关系在解决渠道冲突方面的功能8.5.2 运用人际关系解决渠道冲突的条件8.5.3 运用人际关系解决渠道冲突的局限性8.6 本章小结第9章 农产品营销渠道整合模式9.1 营销渠道整合：模型和内容9.1.1 营销渠道整合的概念9.1.2 营销渠道整合的模型9.2 基于渠道结构的农产品营销渠道整合9.2.1 渠道结构整合的起点：渠道结构是如何决定和演化的9.2.2 渠道结构整合的途径：多样化和动态化的选择9.3 基于渠道关系的农产品营销渠道整合9.3.1 农产品营销渠道关系整合的理论背景9.3.2 农产品营销渠道关系整合机制及假设9.3.3 农产品营销渠道关系整合的实证分析9.4 本章小结参考文献

<<农产品营销渠道冲突与整合研究>>

章节摘录

版权页：插图：（1）根据冲突的发展阶段分类Pondy（1967）最早提出了如下五阶段的冲突程序观。

潜在冲突。

主要来源于资源稀缺性，如对稀缺资源的竞争、自主性要求、目标不一致。

感知冲突。

只要潜在冲突存在，感知冲突也无条件存在。

情感冲突。

个人性的冲突感觉，表现为不安和敌视。

显性冲突。

一种 / 组会阻碍其他成员目标实现的行为。

冲突后果。

对冲突情节 / 事件的舒缓或压制。

Thomas（1976）提出了“挫败—概念化—行为—结果”动态冲突时序观。

Cadotte和Stern（1979）也类似地将冲突描述为一个前后连续的过程，包括潜在的冲突、察觉的冲突、感觉的冲突、显形的冲突和冲突的结果。

此外，Eliashberg和Michie（1984.）实际上较早地把冲突的动态观应用于跨组织之间的分析，认为它是渠道冲突在跨组织的多部门 / 多层级间的普遍存在。

而后来的学者则更多集中研究渠道权力—依赖、信任—满意与渠道冲突的关系，讨论在上述动态过程中渠道冲突在感知、概念化和显化中的发展变化，如Zhou等（2007）的实证研究认为供应商—零售商二元关系下冲突感知的概念化差异是非对称性的。

尽管学者们普遍认同冲突的动态性和时序性这一特点，然而以此作为冲突分类的思想却多少引起研究上的混乱。

其中一个问题是，在非常宽泛的范围下（从萌芽时的心理感知到显化后的行为及结果）讨论渠道冲突，这本身导致了区分的模糊化和抽象性，难以在实证中加以明确测量和应用。

另一个问题是，由于大量使用心理学背景中的挫败、感知、感觉和概念化等概念，探讨这些环节之间的关系已经变得极其困难。

正如Eliashberg和Michie（1984）所指出的，但凡沿袭Pondy（1967）和Thomas（1976）的冲突流程时序分类的观点，其必要的一个重点就是坚持成员个体的感知差别（如渠道成员怎么看待冲突并赋予其何种意义）；但是在进一步分析多个渠道成员，甚至是跨组织 / 部门时，这种分类办法带来的混乱就极其明显了。

<<农产品营销渠道冲突与整合研究>>

编辑推荐

《农产品营销渠道冲突与整合研究》：农业经济管理国家重点学科，农业与农村经济发展系列研究

<<农产品营销渠道冲突与整合研究>>

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>