

本期目录 | 下期目录 | 过刊浏览 | 高级检索
页] [关闭]

[打印本

营销与服务

中国营销渠道中关系营销导向 对企业关系型治理的影响

董维维,庄贵军

1. 西安交通大学管理学院; 2. 西安交通大学过程控制与效率工程教育部重点实验室

摘要:

基于关系营销理论及渠道行为理论,以中国营销渠道中制造商与经销商之间的关系为研究对象,检验了制造商的关系营销导向(RMO)、企业间的私人关系状态和组织间关系之间的互动以及它们对关系型治理的影响。研究发现,在中国营销渠道中,①RMO的强弱对企业与其渠道伙伴共同制订计划没有影响,但会通过企业与其渠道伙伴的私人关系状态和组织间关系状态的中介作用对共同解决问题产生正向影响;②RMO对私人关系和组织间关系均存在显著正向影响,私人关系对RMO与组织间关系产生中介作用;③私人关系和组织间关系会对关系型渠道治理的共同解决问题有显著正向影响,私人关系对组织间关系与关系型治理机制有中介作用;④关系型治理无法抑制投机行为。

关键词: 关系营销导向 私人关系 组织间关系 关系治理 投机行为

The Impact of Relationship Marketing Orientation on Relationship Governance in China Marketing Channel

DONG WeiWei,ZHUANG GuiJun

Xi' an Jiaotong University, Xi' an, China

Abstract:

Based on the theory of relationship marketing and marketing channel behavior, this paper empirically tests the interplay mechanism among manufacturers' relationship marketing orientation(RMO), interpersonal guanxi(IPG) and inter organizational relationship(IOR) and their effects on relationship governance(RG) in China Marketing channel. It comes to the following conclusions: manufacturers' RMO has no direct positive effect on joint planning, but has an indirect positive effect on joint solving problems through IPG and IOR; RMO has significant impact on IPG and IORs, while IPR plays a mediator role between RMO and IOR; IPG and IOR has effect on RG, while IPG plays a mediator role between IOR and RG, and they have significant positive effect on Joint solving problem but no effects on joint planging; RG can not restrain the opportunist behavior.

Keywords: relationship marketing orientation interpersonal Guanxi inter organizational relationship relational governance opportunistic behavior

收稿日期 2012-02-27 修回日期 网络版发布日期

DOI:

基金项目:

国家自然科学基金资助项目(70972102, 71132005)

通讯作者: 庄贵军(1960~), 男, 山东胶南人。西安交通大学(西安市 710049)管理学院教授、博士研究生导师, 博士。研究方向为营销渠道、关系营销研究。

作者简介:

作者Email: zhgj@mail.xjtu.edu.cn

参考文献:

扩展功能

本文信息

- ▶ Supporting info
- ▶ PDF(1127KB)
- ▶ [HTML全文]
- ▶ 参考文献[PDF]
- ▶ 参考文献

服务与反馈

- ▶ 把本文推荐给朋友
- ▶ 加入我的书架
- ▶ 加入引用管理器
- ▶ 引用本文
- ▶ Email Alert
- ▶ 文章反馈
- ▶ 浏览反馈信息

本文关键词相关文章

- ▶ 关系营销导向
- ▶ 私人关系
- ▶ 组织间关系
- ▶ 关系治理
- ▶ 投机行为

本文作者相关文章

PubMed

本刊中的类似文章

1. 莫申江, 王重鸣. 国外跨组织领导研究前沿探析[J]. 管理学报, 2011,8(2): 214-
2. 李京勋, 鱼文英, 石庆华. 管理者关系特性对海外子公司知识获取 及公司绩效的影响研究[J]. 管理学报, 2012,9(1): 115-
3. 张耀伟. 基于集群创导导向的航空产业集群治理评价研究[J]. 管理学报, 2012,9(2): 244-

文章评论