行銷通路中買賣關係之研究
蘇勤惇、賴其勛

摘要
面對資訊科技的快速演進，企業所面臨外在環境的競爭也日益激烈，企業與企業間的合作不外乎為了提升產品品質和降低成本以增加企業的競爭優勢並滿足顧客的需求。因此，交易雙方彼此的合
作關係顯得格外重要。 在交易中，除了外在環境的干擾外，交易雙方以哪些行為來促進彼此的關係與為何會有這些行為產
生則為本研究之研究動機。因此，在這篇論文中所真正要探討的在於製造商與供應商之間實際的行為包含資訊的交換、營
運的連結、合法的契約、合作規範、買方的適應和賣方的適應等。 藉由質性研究深入訪談的方法來探討並了解實務界中有
哪些關係行為是被用來強化彼此雙方關係等。 本研究發現，資訊產業中製造商採購的訪談可探尋出三個關係行為的影響因
素，分別為：市場競爭、資訊科技與政府電子化輔導，這三個因素影響關係行為之進行，並提升供應商績效與製造商滿意
度。

關鍵詞： 供應商；製造商；關係行為；資訊產業

目錄

目錄 封面內頁 簽名頁 授權書………………………………………………………………iii 中文摘要……………………………iv 英文摘要……………………………………………………………v 致謝…………………………………………………………………vii 目錄…………………………………………………………………viii 圖目錄…………………ix 表目錄………………………………………………………………iix 第一章 緒
論…………………………………………………………1 第一節 研究背景與動機…………………………………1 第二節 研究
目的………………………………………………4 第二章 文獻探討……………………………………………………6 第一節 交
易成本理論……………………………………7 一、交易成本概念………………………………7 二、產生交易成本之因素…
……………………7 三、影響交易成本的因素………………………10 四、小結…………………………………………14 第二
節 社會交換論……………………………………14 第三節 關係行為…………………………………………17 一、資訊交換
……………………………………18 二、營運的連結…………………………………20 三、合法的契約………………………
…………20 四、合作規範……………………………………25 五、買賣雙方特殊關係適應………………………………26 六、小結
………………………………………27 第四節 買賣關係之影響因素……………………………29 一、供應商可選擇性……
………………………30 二、供應市場動態性……………………………30 三、供應的重要性………………………………31 四、供應的複雜性………………………………31 五、小結…………………………………………31 第五節 關係行為之結果…………………………………32 第六節 小結…………………………………………33 第三章 研究方法…………………
…………………………………35 第一節 研究前理論架構…………………………………36 第二節 資料蒐集方法……………
…………………………………37 一、質性研究……………………………………38 二、質性研究的過程……………………………38 三、質性研究方法之特性………………………40 四、質性研究與量化研究的比較…………42 五、深度訪談…………
…………………………………44 六、本研究採用質性研究之因…………………45 第三節 研究對象…………………………………46 第四節 訪談過程…………………………………………48 第五節 訪談題綱…………………………………………48 第六節 資料分析方法……………………………………51 第一節 資料分析結果……………………………………54 第二節 關係行為…………………………………………55 第三節 影
響因素、結果與關係行為之命題推論………82 第四節 結論與建議…………………………………………102 第一節 結
論………………………………………………102 一、研究前理論架構之影響因素………………103 第二節 未來研究建議……………
…………………………………106 第三節 未來研究建議……………
…………………………………107 一、大陸研究……………………………107 二、以供應商角度研究……………………
…108 三、以不同產業的方向…………………………108 第四節 參考文獻…………………………………………109 參考文
獻………………………………………………………109 資料分析結果文章一覽表………………61 資料分析結果文章一覽表………………66 資料分析結果文章一覽表………………71
Table 4-7: Information Technology's Influence on Relationship Behavior Table 4-8: Government Electronic辅导与 Relationship Behavior Table 4-9: Relationship Behavior of Various Companies Table 4-10: Summary of Factors Influencing Relationship Behavior in Each Company

**References**

**Chinese References**


**English References**