

通路依存度、契約規範與關係行為之研究-食品業廠商觀點之實證

戴淑玲、賴其勛

E-mail: 8812386@mail.dyu.edu.tw

摘要

通路研究一直是國內外行銷領域的重要課題，早期相關的研究大都從通路權力理論切入，而本研究從關係行銷的角度，建立以依存度、時間特徵、契約型式、關係行為與通路績效為構面的模型，以食品業為實證探討。本研究以問卷調查法收集初級資料，透過描述性統計分析、變異數分析與路徑分析的統計方法，進行假說的檢定與整體模式的適合度的探討，研究結果顯示，研究模型的整體適合度尚為恰當，而假說方面，得到以下的結論。1. 當主要通路愈依賴製造商時，會使用更多的成文契約來管理雙方的關係。2. 當通路與製造商處在平衡的依存關係中，雙方會存在長期的關係導向。3. 製造商與通路的依存關係愈平衡，愈能增加彼此的關係行為。4. 當製造商與通路使用較多的成文契約時，成文契約與關係行為無顯著關聯。5. 製造商對通路有較長期的關係導向，會有利於關係行為的發展。6. 當製造商與通路有長期關係導向存在時，會比只有短期關係導向更倚賴規範契約。

關鍵詞：通路依存度；契約規範；關係行為；食品業

目錄

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii 簽署人須知.....
.....iv 中文摘要.....	v 英文摘要.....
.....vi 誌謝.....	viii 目錄.....
.....ix 圖目錄.....	xi 表目錄.....
.....xii 第一章 緒論.....	1 第一節 研究動機.....
.....1 第二節 研究目的.....	2 第三節 研究流程.....
.....4 第二章 文獻探討.....	6 第一節 交易關係形式.....
.....6 第二節 通路依存度.....	10 第三節 契約理論.....
.....13 第四節 關係行為.....	15 第五節 通路績效.....
.....23 第三章 研究方法.....	28 第一節 研究架構.....
.....28 第二節 研究假說.....	30 第三節 問卷設計.....
.....33 第四節 研究設計.....	36 第五節 資料分析方法.....
.....39 第五節 效度與信度.....	40 第四章 研究結果與分析.....
.....51 第一節 樣本基本資料分析.....	51 第二節 描述性統計.....
.....52 第三節 路徑分析.....	58 第五章 結論與建議.....
.....71 第一節 研究結論.....	71 第二節 管理涵意.....
.....74 第三節 研究限制.....	75 第四節 後續研究方向與研究建議.....
.....75 參考文獻.....	77 附錄一 問卷.....
.....83	

參考文獻

1. 中華徵信所 (1998)，台灣地區大型企業排名TOP500
2. 方世榮譯 (民84)，Kotler，著行銷管理學，東華書局
3. 世界經理文摘，105期，第88-92頁，『未來行銷的六大方向』
4. 李信良編著 (民86)，SPSS統計分析，博碩文化
5. 林振祖 (民86)，行銷通路合作關係對績效集滿意度影響之研究-以台灣地區電子通訊業、製藥業、及消費性商品為例，中央大學企業管理研究所碩士論文
6. 胡同來 (民86)，行銷通路特性、溝通流程與通路績效之研究-資訊業個人電腦行銷通路實證，台灣大學商學研究所博士論文
7. 黃思明 (民86)，互動行銷技術對關係行銷之影響，政治大學企業管理學系碩士論文
8. 黃淑芬 (民83)，通路依存度、權力來源與通路衝突之關係，大業大學事業經營研究所碩士論文
9. 黃俊英 (民80)，行銷研究，華泰
10. 陳志浩 (民85)，量販店與供應商之間的權力與衝突-以飲料 供應商為例，成功大學企業管理研究所碩士論文
11. 陳煥文 (民86)，行銷通路組織間關係交易形式之研究，淡江大學國際貿易研究所碩士論文
12. 陳銘昌 (民86)，供應商權力與成員滿意水準之研究，中興大學企業管理研究所碩士論文
13. 陳碩珮 (民83)，二因子理論在行銷通路的應用，大業大學事業經營研究所碩士論文
14. 陳鴻慶 (民83)，權力來源與合作關係對通路成員滿意水準之影響，大業大學事業經營研究所碩士論文
15. 張德發 (民86)，個人電腦行銷通路結構與通路績效之研究，中興大學企業管理研究所碩士論文
16. 葉滇惠 (民87)，服務品質與消費者購後行為相關性之研究-以台中國際觀光旅館為例，大業大學事業經營研究所碩士

論文 17. 楊國樞等編 (民78) , 社會及行為科學研究法 (下) , 東華書局 18. 劉水深 (民86) , 行銷通路管制與通路承諾之關係, 行政院國家科學委員會專題研究計畫 19. 劉慶全 (民86) , 行銷通路之溝通策略-以台中電腦零售業為例, 東海大學管理科學研究所碩士論文 20. 顏月珠 (民80) , 商用統計學, 三民書局 二、英文參考文獻 1. Anderson James C. & James A.Narus (1984) "A Model of the Distributor's Perspective of Distributor-Manufacturer Working Relationships" *Journal of Marketing* Vol.48 pp.62-74 2. Anderson Erin & Barton Weitz (Feb.1992) "The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channels" *Journal of Marketing Research* pp.18-34 3. Anderson James C., Hakan Hakansson & Jan Johanson (1994) "Dyadic Business Relationships Within a Business Network Context" *Journal of Marketing* Vol.58 pp.1-15 4. Boyle Brett, F.Robert Dwyer, Robert A.Robicheaux & James T.Simpson (Nov.1992) "Influence Strategies in Marketing Channels:Measures and Use in Different Relationship Structures" *Journal of Marketing Research* pp.462-473 5. Bucklin Louis P. & Sanjit Sengupta (1993) , "Organizing Successful Co-Marketing Alliances" *Journal of Marketing* Vol.57 pp.32-46 6. Crosby Lawrence A. & Nancy Stephens (Nov.1987) "Effects of Relationship Marketing on Satisfaction, Retention, and Prices in the Life Insurance Industry" *Journal of Marketing Research* pp.404-411 7. Dabholkar Pratibha A., Wesley J.Johnston & Amy S.Cathey (1994) "The Dynamics of Long-Term Business-to-Business Exchange Relationships" *Journal of the Academy of Marketing Science* Vol.22 pp.130-145 8. Doney Patricia M. & Joseph P.Cannon (1997) "An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships" *Journal of Marketing* Vol.61 pp.35-51 9. Duncan Tom & Sandra E.Moriarty (1998) "A Communication-Based Marketing Model for Managing Relationships" *Journal of Marketing* Vol.62 pp.1-13 10. Dwyer F.Robert, Paul H.Schurr & Sejo Oh (1987) "Developing Buyer-Seller Relationships" *Journal of Marketing* Vol.51 pp.11-27 11. Evans Joel R. & Richard L.Laskin (1994) , "The Relationship Marketing Process:A Conceptualization and Application" *Industrial Marketing Management* 23 pp.439-452 12. Gerald Z.& Philp C.B.(1975) "Fundamentals and Dynamics" *Marketing Research* P509 13. Geyskens Inge, Jan-Benedict E.M.Steenkamp, Lisa K.Scheer & Nirmalya Kumar (1996) "The effects of trust and interdependence on relationship commitment:A trans-Atlantic study" *International Journal of Research in Marketing* Vol.13 pp.303-317 14. Gundlach Gregory T. & Patrick E.Murphy (1993) , "Ethical and Legal Foundations of Relational Marketing Exchanges" *Journal of Marketing* Vol.57 pp.35-46 15. Gundlach Gregory T., Ravi S.Achrol & John T.Mentzer (1995) "The Structure of Commitment in Exchange" *Journal of Marketing* Vol.59 pp.78-92 16. Hallen Lars, Jan Johanson & Nazeem Seyed-Mohamed (1991) "Interfirm Adaptation in Business Relationships" *Journal of Marketing* Vol.55 pp.29-37 17. Jaros Stephen J., John M.Jermier, Jerry W.Koehler & Terry Sincich (1993) "Effects of Continuance, Affective, and Moral Commitment on the Withdrawal Process:An Evaluation of Eight Structural Equation Models" *Academy of Marketing Journal* Vol.36 pp.951-995 18. Keep William W., Stanley C.Hollander & Roger Dickinson (1998) "Forces Impinging on Long-term Business-to-Business Relationships in the United States:An Historical Perspective" *Journal of Marketing* Vol.62 pp.31-45 19. Kumar Nirmalya, Lisa K.Scheer & Jan-Benedict E.M.Steenkamp (August 1995) , "The Effects of Perceived Interdependence on Dealer Attitudes" *Journal of Marketing Research* pp.348-356 20. Lusch Robert F. & James R.Brown (1996) , "Interdependency, Contracting, and Relational Behavior in Marketing Channels" *Journal of Marketing* Vol.60 pp.19-38 21. Morris Michael H., Janinne Brunyee & Michael Page (1998) "Relationship Marketing in Practice" *Industrial Marketing Management* 27 pp.359-371 22. Perrien Jean, Sylvie Paradis & Peter M.Banting (1995) , "Dissolution of a Relationship" *Industrial Marketing Management* 24 pp.317-327 23. Robicheaux Robert A. & James E.Coleman (1994) "The Structure of Marketing Channel Relationships" *Journal of the Academy of Marketing Science* Vol.22 pp.38-51 24. Siguaw Judy A., Penny M.Simpson & Thomas L.Baker (1998) "Effects of Supplier Market Orientation on Distributor Market Orientation and the Channel Relationship:The Distributor Perspective" *Journal of Marketing* Vol.62 pp.99-111 25. Smith J.Brock & Donald W.Barclay (1997) "The Effects of Organizational Differences and Trust on the Effectiveness of Selling Partner Relationships" *Journal of Marketing* Vol.61 pp.3-21 26. Turnbull Peter W. & David T.Wilson (1989) "Developing and Protecting Profitable Customer Relationships" *Industrial Marketing Management* 18 pp.233-238 27. Young Joyce A., Faye W. Gilbert & Faye S. McIntyre (1996) , "An Investigation of Relationalism across a Range of Marketing Relationships and Alliances" *Journal of Business Research* 35,pp.139-151