

網路關係對價值創造之影響:以建築師為例

蔡宏文、賴其勛

E-mail: 8918603@mail.dyu.edu.tw

摘要

中文摘要 現代文明的科技發達，各種組織之間的相互往來日漸頻繁與複雜，彼此糾結的關係形成各式各樣的交流網路。因此多元網路的各成員基於不同的欲求，如何藉由網路關係中的眾多意義以獲得或創造價值，是本研究的探索課題。建築師屬個人色彩極重的行業，網路關係在其職業和執業的過程扮演的角色究竟為何，以及建築師在網路關係之中獲得什麼價值。作者嚐試從建築師的角度切入，探討這些問題。研究的結論有以下幾點：一、建築師的網路關係受其動機所影響，而社會交換理論可以解釋其關係連結的基礎。二、建築師主要以非正式關係的人際關係、信任、承諾等特性來創造價值，而價值則含有經濟性和非經濟性滿足等不同類型。三、建築師所建構的網路關係有八種類型。實務上對建築師的建議有：一、建構完善的組織內部工作制度以配合外部關係的經營。二、在創業的不同階段交替運用不同的關係維持模式。三、不同的網路類型各有維持關係的不同作法，也都能創造價值。關鍵字：網路關係，建築師，價值創造

關鍵詞：網路關係；價值創造；建築師

目錄

第一章 緒論	1 第一節 研究動機 1 第二節 研究目的 3 第二章 文獻探討 4 第一節 網路的認識 4 第二節 關係的認識 14 第三節 網路關係的意涵 21 第四節 價值的認識 29 第三章 研究方法 37 第一節 研究架構 37 第二節 研究設計與資料收集 39 第三節 研究限制 42 第四章 建築師執業概述與訪談個案 43 第一節 建築師執業概述 43 第二節 訪談說明 47 第五章 個案分析與命題發展 84 第一節 個案分析 84 第二節 命題發展 92 第六章 結論與建議 103 第一節 結論 103 第二節 實務建議 111 第三節 後續研究建議 116 參考文獻 118 附錄 128
--------	---

參考文獻

- 中文 1. 丁虹，「民營企業經理人價值觀與生活型態」，政大企研所碩士論文，1983。 2. 干學平、黃春興「經濟學原理-牽成繁榮與追求進步」，台北:新陸書局，1994。 3. 文崇一，「中國人的價值觀」，台北:東大，1989。 4. 王柏智，「企業網路關係管理之探討-以台灣筆記型電腦產業為例」，政大企研所碩士論文，1998。 5. 古永嘉譯，「企業研究方法」，臺北市:華泰，1996。 6. 司徒達賢，「策略管理」，台北:遠流出版社，1995。 7. 吳思華，「產業網路與產業經理機制之探討」，台北:輔仁大學，第一屆產業管理研討會，1996。 8. 吳思華，「策略九說:策略思考的本質」，台北:麥田，1996。 9. 高承恕，「台灣中小企業的社會生活基礎:經驗與展望」，第一屆中小企業發展學術研討會，1994。 10. 許育誠，「組織網路特性網路形態與網路策略之關聯」，政治大學企業管理研究所碩士論文1993。 11. 張荳雲、李仁芳，「產業台灣，正在當今潮流的浪頭上」，網絡台灣:企業的人情關係與經濟理性 台北:遠流出版公司1999。 12. 張荳雲、譚康榮，「形構產業網絡」，網絡台灣:企業的人情關係與經濟理性 台北:遠流出版公司1999。 13. 陳介玄，「關係與法令:台灣企業運作的一個傳統面向」，思與言，28卷4期，1987。 14. 陳介玄，「協力網絡與生活結構-台灣中小企業的社會經濟分析」，台北:聯經出版公司，1994。 15. 陳敏郎，「交際交情與企業的經營」，思與言，33卷3期，261-294頁，1995。 16. 康必松，「台灣中小企業創業發展過程中的關係交換模式」，國立中山大學企業管理研究所博士論文 1999。 17. 康宗虎，「高中學生價值觀念及其與升學選科意願的關係」，台灣師範大學教育研究所碩士論文 1980。 18. 郭明德，「質化研究的探討及省思」，教育研究(高雄師範大學)，6月，1998，頁153-173。 19. 葉學志，「教育哲學」，台北:三民書局，1993。 20. 曾紀幸，「多國籍在台子公司網路組織型態及其母公司管理機制選擇之關係」，政治大學企管研究所博士論文，1996。 21. 彭朱如，「醫療產業中跨組織合作關類型與管理機制之研究」，政治大學企管研究所博士論文，1998。 22. 楊國樞，「中國人的價值觀-社會科學觀點」，台北:桂冠，1994。 23. 潘文章，「行為管理:觀念、行為、績效」，台北:三民書局，1994。 24. 劉賓雁，「人妖之間」，臺北市:人間，1987。 25. Babbie, Earl, "The Practice of Social Research" 李美華等譯，「社會科學研究方法」，台北:時英 1998。 26. Blau, Peter M. "Exchange and Power in Social Life" (1964)，孫非等譯，「社會生活中的交換與權力」，台北:桂冠圖書 1998。 27. Castells, Manuel "The Rise of the Network Society" (1995)，夏鑄九譯，「網絡社會之崛起」，臺北市:唐山 1998。 28. Leavitt, Harold J., "Managerial Psychology" (1964)，劉君業譯，「管理心理學」，台北:桂冠圖書 1984。 29. Naisbitt, John, 工商時報，1月14日，2000。 30. Patton, Michael Quinn, "Qualitative Evaluation and Research Method", 吳芝儀李奉儒譯，「質的評鑑與研究」，台北:桂冠圖書 1995。 31. 台灣省建築師公會，「台灣省建築師公會章程」，1993。 32. 稅務研究基金會，「執行業務所得之查核」，台北:實用稅務出版社 1993。 英文 1. Anderson, J.C., Hakansson, H., and Johanson, J., "Dyadic Business Relationships Within a Business Network Context", Journal of Marketing, Vol.58, Oct.1994, pp.1-15. 2. Anderson, E. and B. Weitz "The pledges to build and sustain in distribution channels", Journal of Marketing, 29, 1992, pp.18-34. 3. Badaracco, J.L., "The Knowledge Link: How Firms

Compete Through Strategic Alliances", Harvard Business School Press, Boston, 1991. 4. Biemans, Wim G., *Innovation and the Network*, New York:Routledge 1992. 5. Brass D. J. and Burkhardt M.E., "Centrality and power in Organizations", in Nohria N. and Eccles R. G., *Networks and Organizations: Structure, Form, and Action*, Boston: Harvard Business School Press.1992. 1. Doney, Patricia M. and Canon, Joseph P., "An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships", *Journal of Marketing*, Vol. 61 (Apr), 1994, pp.35-51. 7. Dwyer, Robert F. Schurr, Paul H. & Oh Sejo, " Developing Buyer-Seller Relationships", *Journal of Marketing*, Vol. 51,1987, pp.11-27. 8. Firth, R., "Elements of Social Organization", Boston:Beacon 1963. 9. Ford,I.D.,"The developmen of buyer-seller relationships in industrial markets", *European Journal of Marketing*, Vol. 14 , 1980 , No. 5/6, pp.339-54. 10. Ford,I.D.,"The development of buyerseller relation- ships in industrial marketings", in Hakansson, H (ed.) , *International Marketing and Purchasing of Industrial Goods:An Interaction Approach.*, 1982, John Wiley , New York, pp. 288-304. 11. Ganesen, Shankar,"Determinants of Long-term Orien- tation in Buyer-Seller Relationships", *Journal of Marketing*, Vol.58, 1994, pp. 1-19. 12. Gronroos, "From Marketing Mix to Relationship Marketing: Toward a Paradigm Shift in Marketing", *Management Decision*, Vol.32, No.2, 1994, pp. 4-20. 13. Hakansson,H., *Corporate Technological Behavior- cooperation and networks*. London:Routledge 1989. 14. Hall, R. H., "Organizations:Structure, Process, and Outcomes. " New Jersey: 4th, Prentice Hall, 1987. 15. Holm, D.B., Eriksson, K., and Johanson, J., "Creating Value through Mutual commitment to Business Network Relationships", *Strategic Management Journal*, *Strat. Mgmt. J.* 1999, 20: 467-486. 16. Holmlund, Maria & Tornroos,Jan-Ake, "What are relation- ships in business networks?" *Management Decision* 35/4, 1997, pp. 304-309. 17. Hwang , Peter & Willem P. Burgers, *Properties of Trust: An Analytical View*, *Organizational Behavior and Human Decision Process*,vol.69, No.1,January, 1997, pp. 67-73. 18. Jarillo, J. C., "On Strategic Networks", *Strategic Management Journal*, vol.9, 1988, pp31-41. 19. Jarvis, L.P. and Wilcox, J.B., "True vendor loyalty or simply repeat purchase behavior?", *Industrial Marketing Management*, Vol. 6, 1977, pp. 9-16. 20. Jones, Gareth R. 1997 "Organizational Theory", Addison Wesley Longman 1997. 21. Johnson, J. & Mattsson, L.," Interorganizational Relations in Industrial System: A Network Approach Compared with the Transaction-cost Approach", *International Studies of Management and Organization*, vol.17, 1987, pp. 34-48. 1. Kanter, Rosabeth Moss, "Collaborative Advantage:The Art of Alliances," *Harvard Business Review*, Jul/Aug, 1994 , pp. 96-108. 23. Keohane, R., "Reciprocity in International Relations", *International Organization*, 40 (1) , 1986, pp.1-27. 24. Killing J.P., "Understanding Alliances:The role of task and organizational complexity", In Contractor F.J. and P.Lorange (ed.) , *Cooperative Strategies in International Business*. D.C. Heath and Company, Lexington, 1988. 25. Knoke, David & Kuklinski, James H., "Network Analysis : Basic concepts (Beverly Hills:Sage Publiccations 1982) "in *Markets, Hierarchies and Networks:The Coordination of Social Life (1991)* ,Thompson, G. (et al) (ed.) , London : Sage Publication Ltd. pp.173-182. 26. Kumar, N., Scheer, L. K., and Steenkamp, J. E.M. "The Effect of Perceived Interdependence of Dealer Attributes", *Journal of Marketing Research*, Vol.32, August , 1995, pp. 348-356. 27. Larson, Andrea, "Network dyads in entrepreneurial settings: A Study of the Governance of Exchange process," *Administrative Science Quarterly*, vol.37. 1992, pp.76-104. 28. Marshall, Catherine and Rossman Gretchen B., "Designing Qualitative Research",Sage Publications, Inc. United Kingdom. 1994 29. Miles, R.E. & Snow, C. ,"Causes of Failure in Network Organizations", *California Management Review* , Summer 1992 , PP.53-72. 30. Mohr J. and Spekman, R., "Characteristics of Partner- ship Success : Partnership Attributes, Communication Behavior,and Conflict Resolution Techniques", *Strategic Management Journal*, vol.5,1994, pp. 135-152. 31. Morgan, Robert and Hunt, Shelby D., "The Commitment-Truss Theory of relationship Marketing" *Journal of Marketing*, vol.58, July, 1994, pp.20-38. 32. Mueller, Robert Kirt, "Corporate Networking: How to Tap Unconventional wisdom", *Corporate, Networking; Building Channel for Informational and Influence*. New York, Free Press, 1986. 33. Oliver, Christine, "Determinants of Interorganiza- tional Relationships:Integration and Future Directions", *Academy of Management Review*, Vol.15, 1990, pp.241-265. 34. Oliver, Christine "The Collective Strategy Framework:An application to competing Predictions of Isomorphism", *Administrative Science Quarterly*, 33,1988, 543-561. 35. Pennings,J.M.,"Strategically Interdependent Organiza- tions", *Handbook of Organizational Design* ,1st ,Oxford University Press, New York, 1981. 36. Perry, R. B., "General Theory of Value." Mass.:Harvard. Rescher, N. 1926. 37. Pfeffer, J. & Nowak, P., "Joint Ventures and Inter- organizational Interdependence", *Administrative Science Quarterly*, Vol. 21, 1976, pp. 398-418. 1. Pfeffer, J. & Salancki, Gerald, R., "The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective." New York:Harper and Row Publishers, 1978. 39. Porter, M. E. and Fuller, M. B., "Coalitions and Global Strategy:Competition in Global Industries", Harvard University Press, Boston, 1987. 40. Powell, W.W., "Hybrid Organization Arrangements : New Form or Transitional Development ? ", *California Management Review*, vol.30. No.1, 1987, pp. 67-87. 41. Powell, W. W., "Neither Market nor Hierarchy: Network Forms of Organization ", *Research in Organizational Behavior*, Vol.12, 1990, pp. 295-336. 42. Provan, K. G., "Interorganizational Cooperation and Decision Making Autonomy in a Consortium Multihospital System", *Academy of Management Review*, Vol. 9, No.3, 1984, pp. 494-504. 43. Ring P. S. and Van de Ven A. H., "Structuring Cooperative Relationships between Organizations," *Strategic Management Journal*, Vol.13, 1992 , 483-493. 44. Rokeach, Milton, "The nature of Human Values", New York:Free Press, 1973. 45. Smith, K.G., Carroll, S.J., and Ashford, S.J., "Intra- and interorganizational cooperation: Toward a research agenda", *Academy of Management Journal*, Vol. 38, 1995, pp.7-23. 46. Spranger, E., "Types of Men", New York:Stechert-Habner, 1928. 47. Swanz, Donald J. "Doing business in China", *The CPA Journal*, New York, Vol. 65, Issue 3, Mar, 1995. 48. Thorelli, H. B., "Networks: Between Markets and Hierarchies", *Strategic Management Journal*, Vol.7, 1986, pp. 37-51. 49. Turnbull, P., Ford, D., and Cunningham, M., "Inter- action, relationships and networks in business markets: an evolving perspective", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol.11 No.3/4, 1996, pp. 44-62. 50. Uzzi, Brian , "Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness", *Administrative Science Quarterly*, March 1997: pp.35-67. 51. Warren, R., "The interorganizational fields as a focus for investigation", *Administrative Science Quarterly*, Vol.12, 1967, pp. 396-419. 52. Wilson, D. T. and Mummalaneni, V., "Bonding and

commitment in buyer-seller relationships: a preliminary conceptualization", *Journal of Industrial Marketing and Purchasing*, Vol. 1 No.3, 1986, pp. 44-58.