

# 行銷通路與社會網絡關聯性之探討-以台灣果菜運銷通路為例

張益魁、涂一卿；潘振雄

E-mail: 9008935@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

中文摘要 本研究乃是針對傳統果菜運銷通路表現於實務上的特質進行研究。從受訪者的原始口述資料中，研究者不斷地進行譯碼、類屬、及比較的工作，發現了傳統果菜運銷通路關係網絡實際的表現情形，並將各種表現情形的差異予以概念化，最後並抽離出：關係內涵、關係管理作為核心概念指標。（一）關係內涵 在研究之中，我們以關係來源、關係性質、關係深度、交易依存度與依賴度作為概念指標，而在實務表現情形上，有下列的差異：就關係來源而言，有世襲性關係、建構性關係的差異；就關係性質而言，商販有單一交易、多重交易的差異；就關係深度而言，有商業交易關係、擬似家族關係的差異；就交易依存度與依賴度而言，農民大體表現的情形是低依存度，而商販表現情形則是低依賴度，因此表現在「販運商 - 農民」通路的情形是一種「低依賴度、低依存度」的狀態。（二）關係管理 在本研究中，我們依商販們實地運作，並參考網絡動態發展，抽離出控制機、管理機制作為概念指標。在控制機制上，我們發現補償策略、長期利益、與投機行為為商販們著重之處。補償策略的運用可彌補農民的不滿，當價格滑落時，又可充當救濟的工具，切中農民深層所需，令農民心存感激，拉近彼此的距離，維持長期合作關係，在追求長期利益的前提下，達到雙贏的局面。而投機行為則是農民與商販雙方不願意見到的情形，就農民立場而言，他們可能以彈性出貨、暫停供貨、停止交易來因應，視情況嚴重而定；就商販們立場而言，忠誠度低的農民可能無法獲取任何的優待，而有詐底傾向的農民，商販們有兩種處理方式：第一種是以品質反應價格，另一種處理方式則是為了顧及本身的商譽與信用，嚴重時斷絕與品行差之農民的往來關係。在管理機制上，我們發現因地緣關係使居住在產地的商販與農民們之間的互動較消費地商販為頻繁；當衝突發生時，經過妥善處理之後，往往使彼此的關係更為親近。另外「口袋式情感與長期利益兼顧關係」則是較常發生的一種現象，農民為了顧及風險、信用、以及長期合作以來所建立的情感、默契，當兩造之間在價格上起爭執時，農民們所採取的措施乃是彈性調整出貨、或者是暫停供貨數日，而彼此的合作關係仍然持續，也就是說農民暫時將彼此的往來關係保持在口袋中，等待下一次交易機會的來臨。二、維繫「販運商與農民」關係網路的關鍵因素 經由實地訪談資料的抽離，我們發現價格、信用與信任，以及差異化服務（針對共同運銷）之「補償策略」，乃是維繫「販運商與農民」關係網路的關鍵因素。農民所要求的價格是一個穩定、合理、跟得上行情的價格，這點是拍賣制度無法滿足的，況且共同運銷相關人員的表現不佳，以及消費地市場所傳聞的勾結問題，更使農民不敢輕易嘗試，僅視共同運銷為一種「後備的」替代通路。而信用與信任的問題則具體表現在「貨款確實」以及「無倒帳違約」風險上。另外「補償策略」則對於關係的發展有補強作用，在價格滑落，求救無門時，誰能給予農民適當的救助將攸關彼此關係的後續發展。精明的商販往往能掌握住這發人深省的特別服務，來延續及加深與農民的關係發展。三、比較「販運商 - 農民」通路與KMV模型的差異 在KMV模型中，社會關係被視為既存狀態，然而由實際訪談中我們發現關係的建立事實上是有助於交易的進行與維繫。在果菜運銷實務上，如果不透過人際關係的架設，光以現金而論，除了產地批發市場外，商販們很難在產地尋找到果菜的貨源，更別說是要掌握穩定、充足的貨源。

關鍵詞：行銷通路；人際網絡；果菜運銷

## 目錄

目錄封面內頁簽名頁授權書.....	iii	簽署人須知.....	iii
iv 中文摘要.....	iv	v 英文摘要.....	v
vii 誌謝.....	vii	viii 目錄.....	viii
ix 圖目錄.....	ix	xi 表目錄.....	xi
xii 第一章 緒論.....	xii	1 第一節 研究動機與研究目的.....	1
1 第二節 研究範圍與資料來源.....	1	3 第二章 果菜運銷現況與核心問題探究.....	3
5 第一節 果菜運銷現況.....	5	5 第二節 核心問題探究.....	5
8 第三章 文獻探討與概念的形塑.....	8	13 第一節 行銷通路.....	13
16 第二節 關係行銷與K M V模型.....	16	30 第三節 鑲嵌議題-經濟行為與社會關係.....	30
36 第一節 紮根理論研究方法.....	36	36 第二節 研究設計.....	36
42 第五章 「販運商-農民」通路分析.....	42	47 第一節 販運商與農民關係網絡運作模式的內涵.....	47
72 第二節 維繫「販運商-農民」關係網路的關鍵因素.....	72	72 第三節 「販運商-農民」通路與K M V模型.....	72
81 第六章 結論與建議.....	81	81 第一節 研究發現.....	81
		81 第二節	

## 參考文獻

1. 朱國光、李順成，「台灣果菜批發市場組織發展與問題」，台灣經濟，234期，p.16-49，1996年6月。
2. 方世榮譯，行銷管理學、Philip Kotler原著，9版，1998年。
3. 王保鏘，「人際網絡在資訊產業扮演的角色-以雙灣關係為例」，國立中山大學企業管理研究所未出版碩士論文，民國87年6月。
4. 江榮吉，「台北市農產運銷公司果菜批發市場管理費率收取標準之適度性-『抗稅』『罷市』思想起」，農產運銷季刊，72期，民國76年9月。
5. 李金龍，「我國農產品共同運銷的過去、現在、和未來」，農產運銷季刊，90期，p.1-11，民國81年元月。
6. 邱碧珠，「台灣省農業合作社現況與展望」，合作經濟，58期，p.28-32，民國87年9月。
7. 吳明敏、許漢卿，「果菜共同運銷與批發市場」，農產運銷季刊，91期，p.5-10，民國81年3月。
8. 林佳靜，「大宗蔬菜承銷人通路策略之研究-以台北果菜批發市場為例」，國立中興大學農業經濟研究所未出版碩士論文，民國87年6月。
9. 洪進雄、劉耀中，「台灣農產品行銷通路之探討-以批發市場、大批發企業和物流中心為例」，農產運銷季刊，116期，p.10-20，民國87年9月。
10. 柯志明，「台灣都市小型製造業的創業、經營與生產組織-以五分埔成衣製造業為案例分析」，台北：中央研究院民族學研究所，1993年。
11. 張采蘋，「台灣果菜批發市場青果零批商運銷效率之研究」，國立中興大學農產運銷研究所未出版碩士論文，民國85年6月。
12. 張致恒，「通路網路的策略運用」，私立大業大學事業經營研究所未出版碩士論文，民國83年6月。
13. 徐宗國，「紮根理論研究法：淵源、原則、技術與涵義」，質性研究-理論、方法及本土女性研究實例，胡幼慧編，台北：巨流出版社，1996年。
14. 徐宗國譯，質性研究概論，原著Anselm Strauss and Juliet Corbin，巨流出版社，一版，1997年。
15. 許漢卿，「台灣蔬菜運銷問題與改進措施」，台灣農業，第28卷，5期，p.86-93，民國81年。
16. 許文富，農產運銷學，台北：正中書局1997年。
17. 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：聯經出版社，1994年。
18. 陳俊士，「農民團體辦理果菜直銷之策略研究」，國立中興大學農產運銷學研究所未出版碩士論文，民國86年6月。
19. 陳清華，「台灣果菜運銷現況與展望」，農產運銷季刊，116期，p.1-9，民國87年9月。
20. 陳建斌，「今後農產運銷發展方向-建立效率與服務的運銷體系」，農產運銷季刊，116期，p.22-27，民國86年12月。
21. 陳新友，「建立健全果菜運銷制度的途徑」，農產運銷季刊，81期，p.5-7，民國78年12月。
22. 陳新友，「台灣農產運銷改進措施」，農產運銷季刊，92期，p.1-7，民國81年9月。
23. 陳淑恩，「果菜運銷現代化」，農產運銷季刊，86期，p.38-41，民國80年3月。
24. 陳淑恩、洪仁傑，「蔬果生產者參與直接運銷行為之研究」，農產運銷季刊，95期，p.21-29，民國82年6月。
25. 梁高榮，「農產品拍賣作業自動化技術」，農漁牧產業自動化專輯，第三輯，p.75-83，民國87年6月。
26. 梁衡，「農產品行銷策略之研究」，農產運銷季刊，102期，p.1-8，民國84年3月。
27. 馮秋火，「從推動蔬菜直接運銷談傳統零售市場現代化」，農產運銷季刊，92期，p.24-31，民國81年9月。
28. 曾捷新、陳久，「進口新鮮水果市場、中間商及運銷通路之調查分析」，台灣經濟，225期，p.42-58，1995年9月。
29. 黃顯偉，「台灣主要產地果菜批發市場農民通路選擇決策之研究」，國立中興大學農業經濟研究所未出版碩士論文，民國83年7月。
30. 黃振德，「農產運銷改善與其制度之合理化」，農產運銷季刊，75期，p.7-16，民國77年6月。
31. 黃欽榮，「台灣蔬菜運銷之現況與問題」，農產運銷季刊，80期，p.6-13，民國78年9月。
32. 黃欽榮，「農產品運銷問題及其改善途徑」，農產運銷季刊，84期，p.1-8，民國79年9月。
33. 葉日武，行銷學-理論欲實際，前程企業管理出版，1997年。
34. 廖武正，「農產品批發市場場外交易之形成與影響」，農產運銷季刊，99期，p.21-25，民國83年6月。
35. 廖武正，「共同運銷與批發市場互動關係」，農產運銷季刊，100期，p.1-5，民國83年9月。
36. 蔡培儀，「農業產銷班組織文化與組織效能之探討」，國立台灣大學農業推廣學研究所未出版碩士論文，民國86年6月。
37. 劉禮光、林俊彥，「如何改進果菜批發市場之營運及加強辦理果菜共同運銷」，農產運銷季刊，65期，p.1-14，民國74年12月。
38. 劉富善，「批發市場在農產運銷中扮演的角色」，台灣農業，第33卷，第1期，p.65-77，1997年元月。
39. 劉富善，「社會與經濟因素對農產運銷制度的影響」，台灣經濟，242期，p.49-58，1997年2月。
40. 趙蕙鈴，「台灣中小型工廠協力生產網絡之關係內容分析-彰化縣和美地區紡織工廠之個案研究」，私立東海大學社會學研究所未出版碩士論文，民國82年5月。
41. 趙義龍，「台灣行銷通路演變之網路類型與趨勢分析」，第二屆產業管理研討會論文集，輔仁大學管理學院，1993年。
42. 蕭清仁，「台灣農產品運銷未來發展方向」，農產運銷季刊，86期，p.60-68，民國80年3月。
43. 薛朝龍，「服務業關係行銷策略運用程度之研究」，國立中山大學企業管理研究所未出版碩士論文，民國86年6月。
44. 羅家德、業勇助，「台灣高科技產業網絡初探-以PC產業為例」，東亞社會經濟學術研討會，東海大學社會科學院，1998年。