

# 從交易成本觀點探討液化石油氣經銷商通路決策之研究

葉吉享、劉水深

E-mail: 9104024@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

液化石油氣係重要能源，又屬民生必需品，爰自民國四十七年起，政府即限由中油公司獨家生產或進口，迄今經濟部仍公告液化石油氣尚屬非經許可不得經營輸入、輸出、生產、銷售業務之能源產品，「石油業管理法」目前在立法院僅完成一讀，但依政府宣示之「石油產品自由化時程規劃」，第一階段須於民國八十八年元月先行開放航空用油、燃料油、液化石油氣進口，於是先行修正「石油及石油產品輸入輸出生產銷售業務經營許可辦法」，於民國八十八年二月一日起先行採「許可制」，在特定條件下，允許液化石油氣進出口，至此全面解除進口管制。在液化石油氣經銷與進出口權開放之後，國內的經銷通路丕變，除原本中油的單一經銷商外，又有另外八家民營業者投入經銷的行列，其中的通路與開放之前大不相同。本研究意欲從交易成本觀點探討現存液化石油氣經銷產業現有之通路結構，並嘗試提出液化石油氣經銷商之未來可能通路結構。研究的結果有三點，分別如下：一、液化石油氣經銷產業的通路結構分為兩類：類型Ⅰ：中油公司?經銷商?分裝場?瓦斯行?消費者。類型Ⅱ：中油公司?經銷商+分裝場?瓦斯行?消費者。二、在液化石油氣經銷產業中，經銷商傾向向上與向下整合其通路。三、在液化石油氣經銷產業中，當環境多樣性高時，公司傾向採用傳統式或管理式（類型Ⅰ）的通路結構；當環境變動性高時，公司傾向採用整合程度較高（類型Ⅱ）的通路結構。

關鍵詞：交易成本；通路決策

## 目錄

目次	第一章 緒論.....	1	第一節 研究背景.....	1
.....	1 第二節 研究問題與目的.....	4	第三節 研究架構與研究流程.....	4
第四節 研究限制.....	6	第二章 文獻回顧.....	8	
第一節 行銷通路之定義.....	8	第二節 通路功能.....	9	
第三節 通路結構.....	13	第四節 通路設計之步驟與時機.....	19	
研究設計.....	26	第三章 研究架構.....	26	
研究過程.....	32	第一節 研究架構.....	26	
第二章 產業概況與個案描述.....	34	第二節 個案描述.....	34	
第一節 液化石油氣經銷產業概況.....	34	第三節 個案A.....	44	
第二節 個案B.....	48	第四節 個案C.....	51	
第三節 個案D.....	54	第五節 個案D.....	54	
第三章 個案分析與命題發展.....	58	第一節 個案分析.....	58	
第一節 個案分析.....	58	第二節 命題發展.....	65	
第二節 命題發展.....	65	第六章 結論與建議.....	69	
第六章 結論與建議.....	69	第一節 研究結論.....	69	
第一節 研究結論.....	69	第二節 研究建議.....	73	
第二節 研究建議.....	73	參考文獻.....		

## 參考文獻

參考文獻 中文部分: 余朝權，現代行銷管理，台北:五南圖書出版公司，民國八十年十月初版。沈文禎，資訊產品行銷通路研究，國立政治大學企業管理研究所未出版碩士論文，民國八十五年六月。周政雄，從通路分析物流公司之策略定位，國立政治大學企業管理研究所未出版碩士論文，民國八十四年六月。林雄川，工業產品通路策略與通路選擇之研究 以塑膠產業為例，國立中興大學企業管理研究所未出版碩士論文，民國八十二年六月。陳冠霖，通路型態決策之研究 以交易成本觀點探討之，國立中興大學企業管理研究所未出版碩士論文，民國八十三年六月。張錫元，通路結構之決策 台北地區鞋廠內銷市場為例，國立中興大學企業管理研究所未出版碩士論文，民國八十三年六月。游德祥，行銷通路組織型態選擇之研究:以常溫清涼飲料業為例，東海大學企業管理研究所為出版碩士論文，民國八十三年六月。向秀媛，公平交易法對我國家用液化石油氣經銷通路之影響，國立中山大學財務管理研究所未出版碩士論文，民國八十四年六月。葉國荃，台灣資訊產品通路分析及發展趨勢研究，大葉大學事業經營研究所未出版碩士論文，民國八十七年一月。