

A Transaction Cost Approach to Analyze Channel Decisions for Liquefied Petroleum Gas Dealers

葉吉享、劉水深

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

ABSTRACT

Abstract Due to LPG (The Liquefied Petroleum Gas) are very important goods for people living. LPG have been monopolized by Taiwan Government since 1958 only CPC (Chinese Petroleum Corporation), is a stated own company, can monopolize to produce, import, export and selling till now. In the recently years Taiwan Government decides to gradually liberalize energy control by some stages and declare the stage I be scheduled beginning in Jan. 1999. Owing to the Bill of Petroleum and Refinery Industry now is discussing in Legislation Yuan it can't catch the liberalization progress. The Government have temporary revised current regulation to release control on the aviation fuels, fuels, and LPG business under special permission base starting at 1st Feb. 1999. After the deregulation of distribution and import/export of liquefied gas, the domestic distribution channel of LPG has drastically changed. Besides China Petroleum corporation, there are eight privately owned companies entering into the LPG distribution industry. The purpose of this research is to analyze the channel structure of LPG industry by using the viewpoints of transaction cost and to explore the outlook of the distribution channel in the LPG industry. The research results are listed below : 1. There are two channel types in the LPG industry. One is type I (China Petroleum Corporation ? Dealer ? LPG bottling plant ? LPG detailer ? Consumer), and the other is type II (China Petroleum corporation ? Dealer + LPG bottling plant ? LPG detailer ? Consumer). 2. In the LPG industry, the dealers tend to upward and backward integrate their channel structures. 3. In the LPG industry, when the variety of environment is high, the company tends to use the type I channel, when the fluctuate of environment is high, the company tends to use the type II channel.

Keywords : Transaction Cost ; Channel Decisions

Table of Contents

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	
通路結構.....	13	第四節 通路設計之步驟與時機.....	19	
研究設計.....	26	第一節 研究架構.....	26	
研究過程.....	32	第二節.....	26	
液化石油氣經銷產業概況.....	34	第四章 產業概況與個案描述.....	34	
案A.....	44	第一節.....	34	
案B.....	48	第二節 個案A.....	44	
案C.....	51	第三節 個案B.....	48	
案D.....	54	第四節 個案C.....	51	
案分析.....	58	第五節 個案D.....	54	
與建議.....	69	第五章 個案分析與命題發展.....	58	
建議.....	73	第一節 命題發展.....	65	
		第二節 命題發展.....	65	
		第六章 結論與建議.....	69	
		第一節 研究結論.....	69	
		第二節 研究建議.....	69	
		參考文獻.....	73	

REFERENCES

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。