

12-1-1998

입찰계약방식의 결정요인에 관한 연구

영균 임

영식 권

Follow this and additional works at: <https://amj.kma.re.kr/journal>



Part of the [Marketing Commons](#)

Recommended Citation

임, 영균 and 권, 영식 (1998) "입찰계약방식의 결정요인에 관한 연구," *Asia Marketing Journal*: Vol. 1 : Iss. 1 , Article 6.

Available at: <https://doi.org/10.53728/2765-6500.1005>

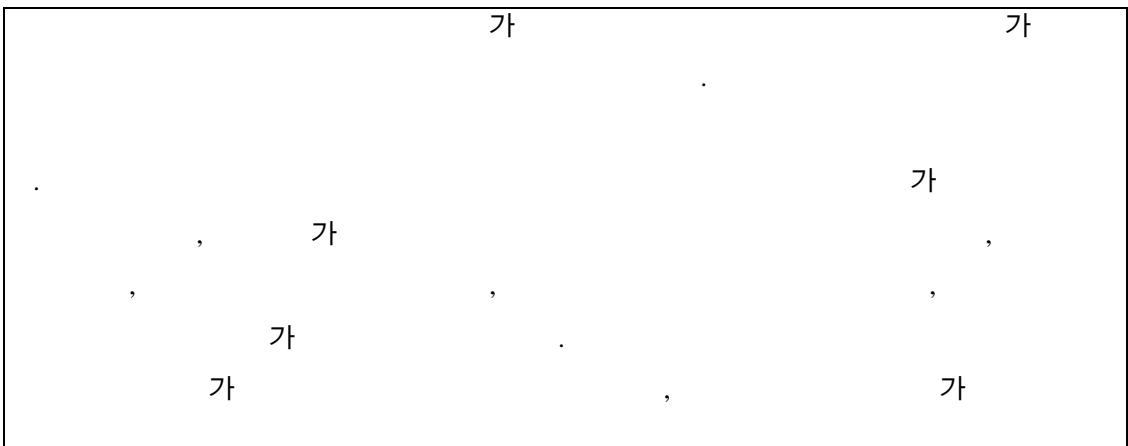
This Article is brought to you for free and open access by Asia Marketing Journal. It has been accepted for inclusion in Asia Marketing Journal by an authorized editor of Asia Marketing Journal.

*

**

()

()



* 1998

** E-mail : lyk5316@daisy.kwangwoon.ac.kr

< 1 >

가	가	가
가	가	가
가	가	가

: (1997), pp. 258-280

2.

가

< > (1)

(2)

가 (Dwyer, Schurr

and Oh, 1987).

가

[1]

가

가

가

[1]

←-----+-----→

, 가 가 가
가 가 가

가 가 가
가 가 가
가 가
가

• : •

가 가 가

가 가 가

(Bergen, Dutta, and Walker, 1992).`

'(precontractual problem)

가
(flexibility)

, 가

가
(bounded rationality) (opportunism) 가

가 , 가

,

,

,

가 (가 ())

1. ()

) (가

,

가

(bargaining power)

가

가

(Lusch and Brown, 1996),

()

가

(McAfee

and McMillan 1989).

가

가

가 .

, 3
가

가

가

, 가
가

, 가
가

가 .

가

()

(1994, p.248).

가

가

< 1>

가

,
가 .

2.

가

가 .

(3)

가

가

(1)

()

, (2)

가

가

가

,

가

가

가

가

가

가

)

(

가

< 3>

가

4.

가

가

pp. 240-244).

(Gundlach and Murphy, 1993;

1994:

가

< 3>

가 .

(Ganesan, 1994),

1992). 가 가 (Anderson and Weitz, 가 . ,

가

가

가 .

< 4>

, , 가 .

5.

가 가 (가) 가 가 가 가

(Lusch and Brown, 1996).

, . 가 가 가 가

가 가

가

가

3 ()

가

< 5>

가

가

(), , ,
가 .

•

가

가

, 가
가

, , , , , 가

가

가

가

가

가

Ganesan(1994)

, Lusch and Brown(1996)

() ,
()

가

가

가

가

가

가

가 가

가

[2]

가

가

가

가

가

(market orientation: cf. Kohli,

Jaworski, and Kumar, 1993)

(proxy measure)

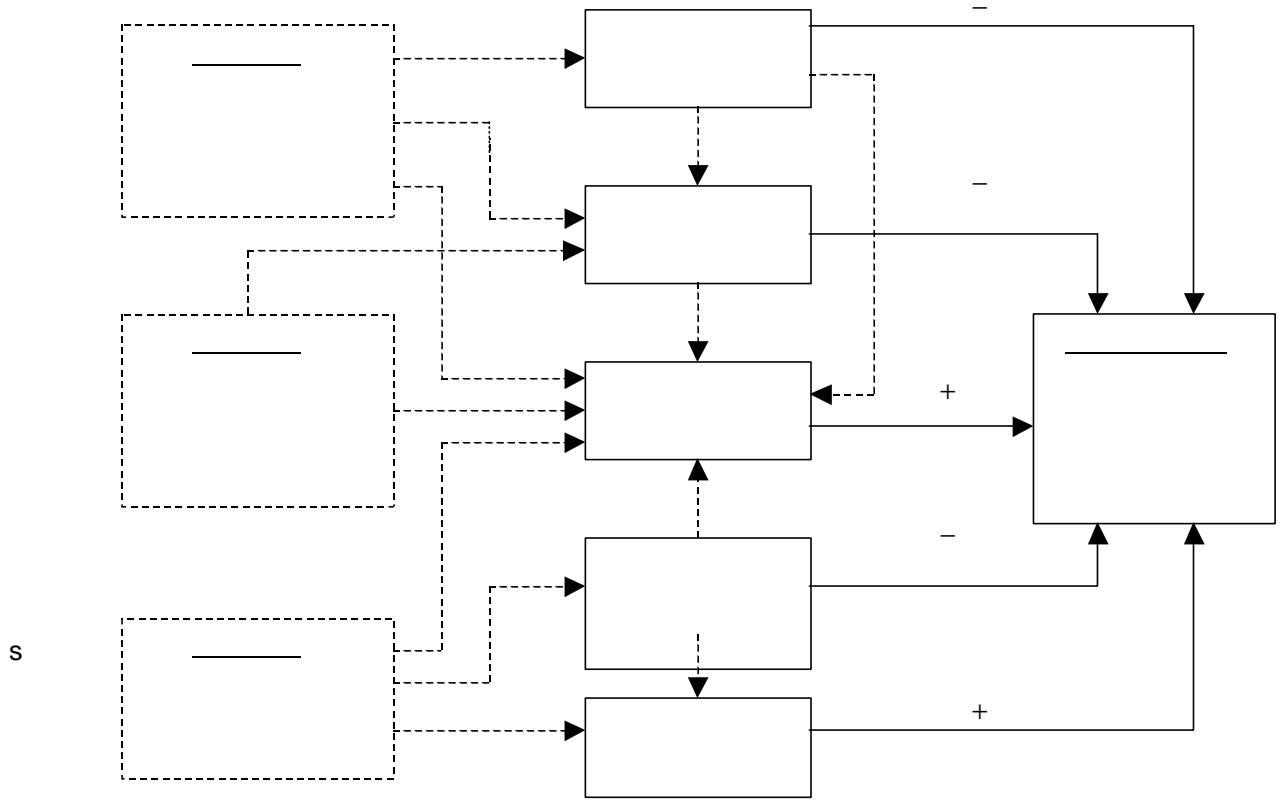
가

가

가

가

[2]



+ : 가 .
 - : 가 .
 * : .

(1994),
 (1997),
 (1992),
 Anderson, Erin and Barton Weitz (1992), "The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channels," *Journal of Marketing Research*, 25 (February), pp.18-34.

Bergen, Mark, Shantanu Dutta, and Orville C. Walker, Jr. (1992), "Agency Relationship in Marketing: A Review of the Implications and Applications of Agency and Related Theories," *Journal of Marketing*, 57 (July), 1-24.

Dwyer, F. Robert, Paul H. Schurr, and Sejo Oh (1987), "Developing Buyer-Seller Relationships," *Journal of Marketing*, 51 (April), 11-27.

Ganesan, Shankar (1994), "Determinants of Long-Term Orientation in Buyer-Seller Relationships," *Journal of Marketing*, 58 (April), 1-19.

Gundlach, Gregory T. and Patrick E. Murphy (1993), "Ethical and Legal Foundations of Relational Marketing Exchanges," *Journal of Marketing*, 57 (October), 35-46.

Kohli, Ajay K., Bernard J. Jaworski, and Ajith Kumar(1993), "MARKOR: A Measure of Market Orientation," *Journal of Marketing Research*, 30 (November), 467-77.

Lusch, Robert F. and James R. Brown (1996), "Interdependency, Contracting, and Relational Behavior in Marketing Channels," *Journal of Marketing*, 60 (October), 19-38.

McAfee, R. Preston and John McMillan(1987), "Auctions and Bidding," *Journal of Economic Literature*, Vol.25(June), 699-738.

Williamson, Oliver(1975), *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*. New York: The Free Press.

Williamson, Oliver(1979), "Transaction Cost Economics: The Governance of Contractual Relations," *Journal of Law and Economics*, 22, 233-261.

Williamson, Oliver(1985), *The Economic Institutions of Capitalism*. New York: The Free Press.

< >

(, ,
)

가

가

(, ,
)

가

(, ,
)

가

가

()

()

(가 , 가) 가 가 가 가 가

()

()

(가) 가 가 가 가 가

(가) 가 가 가

: Dwyer, Schurr, and Oh (1987), p. 13.