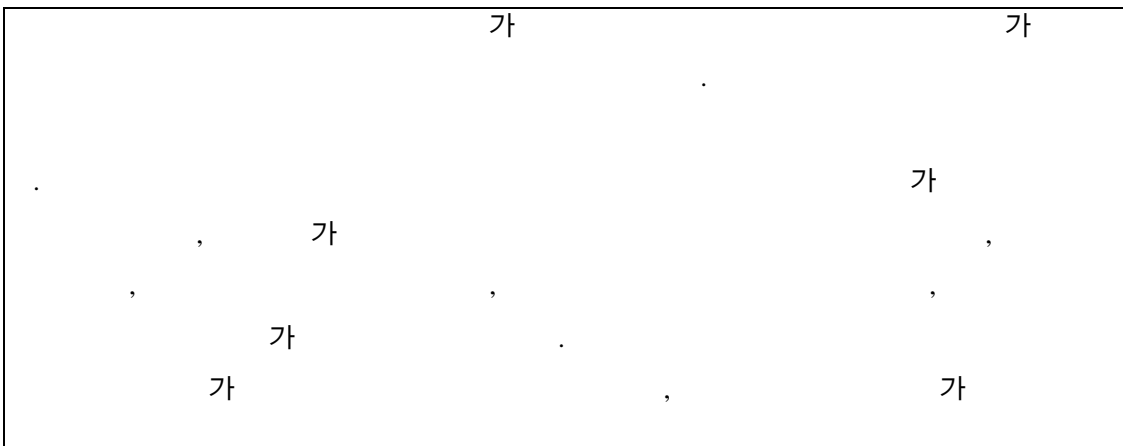


*

**

()

()



* 1998

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

가

가

, 1992).¹

가

가

()

가

가

가

가

1.

(, 1997: p. 258).

¹)

(auction)

가

(McAfee and McMillan 1987),

< 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 가

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

'(precontractual problem)

가
(flexibility)

, 가

가

(bounded rationality)
가

(opportunism)

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

(relational contract)

(implicit contract)

< 2>

3.

가 가

가 가 가 가

(moral hazard)

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

(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)

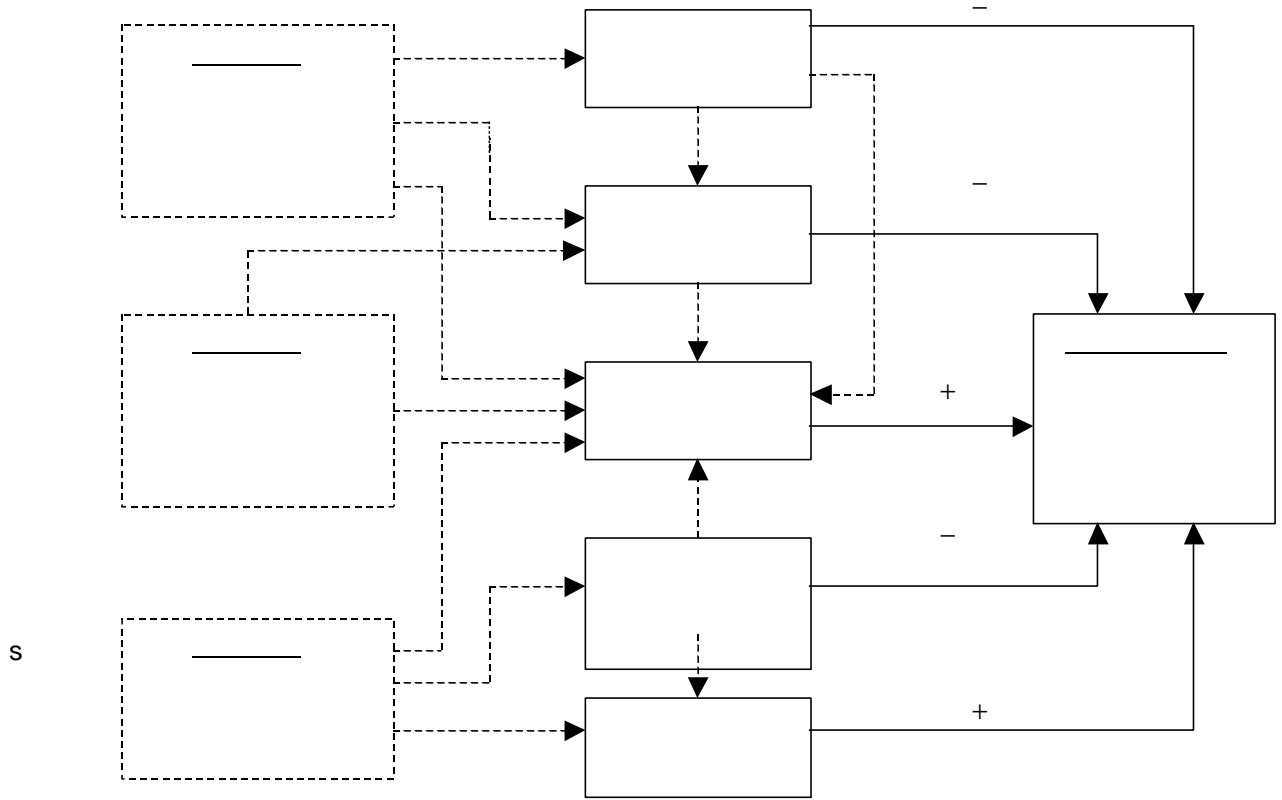
가

가

가

가

[2]



+ : 가
 - : 가
 * : 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

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