

廣告主對廣告代理商管理機制選擇前因的探討：代理理論與交易成本 觀點之互補性研究

資料使用說明

一、計畫簡介

計畫主持人	趙琪
計畫執行單位	國立雲林科技大學企業管理技術系
經費補助單位	行政院國家科學委員會
計畫執行期間	1997/08/01 ~ 1998/07/31
調查執行期間	1998/02/01 ~ 1998/05/30

二、釋出檔案說明

1. 資料使用說明

資料使用說明.doc	含計畫簡介、釋出檔案說明、資料整理內容及使用注意事項等
------------	-----------------------------

2. 問卷

ques.doc	問卷檔
----------	-----

3. 資料檔

data.sav	SPSS 資料檔
----------	----------

4. 過錄編碼簿

codebook.doc	所有變項的過錄編碼簿檔
--------------	-------------

5. 調查報告/研究報告

report.doc	報告書全文檔案
------------	---------

三、資料整理內容及使用注意事項

1. 中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心(以下簡稱本專題中心)所進行的資料整理方式，為不合理值檢核。
2. 資料檔與報告書或問卷、過錄編碼簿不一致之處，請以資料檔為主。以下為新增之變項：

variable name	variable label
y1	行為管理機制水準
y2	產出管理機制水準
y3	派閥管理機制水準
x1	監督成本主成分
a	監督成本高低
x2	績效不可衡量性主成分
b	績效不可衡量性高低
x3	市場需求不確定主成分

variable name	variable label
c	市場需求不確定高低
x4	廣告主風險偏好
d	廣告主風險意識高低
x5	目標衝突性主成分
e	目標衝突性高低
x6	專屬性資產主成分
f	專屬性資產高低
x7	投機行為主成分
g	投機行為高低
x8	合作情境變動性主成分
h	合作情境成分高低
x9	代表商稀少性主成分
i	代表商稀少性高低

3. 本專題中心未進行邏輯檢核，資料檔中變項若有出現「系統遺漏值」者，可能係因題目間跳答過錄的設計、受訪者漏未回答等因素所致，故請自行判斷並於使用時多加留意。

四、資料引用說明

由於各期刊或論文要求的參考文獻格式不同，可視需求自行修正。

1. 中文參考文獻格式

趙琪（2000）。廣告主對廣告代理商管理機制選擇前因的探討：代理理論與交易成本觀點之互補性研究（E87105）【原始數據】。取自中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心學術調查研究資料庫。

doi:10.6141/TW-SRDA-E87105-1

2. 英文參考文獻格式

Chyi Jaw. (2000). A study on Decision Antecedents of Management Mechanisms for Advertisers toward Advertising Agents ? A Complementary Research between Agency Theory and Transaction Cost Perspective (E87105). [Data file]. Available from Survey Research Data Archive, Academia Sinica.

doi:10.6141/TW-SRDA-E87105-1

五、聯絡方式

中央研究院人社中心調查研究專題中心「學術調查研究資料庫」

srda@gate.sinica.edu.tw

倫理，本資料僅供資料申請者使用，勿擅自拷貝或轉贈他人使用。
