

A Study of the Effects of Organizational Culture and Strategy on Business Applications of Electronic Commerce

龔詩哲、紀文章

E-mail: 8809539@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

This study explores the influence of organizational culture types and business strategy types on the application of electronic commerce, the EC benefits and EC difficulties. A questionnaire was used to gather data from the information officers of the companies which have implemented some forms of EC applications. The research hypotheses were tested with One-Way ANOVA, Interaction with Two Factor ANOVA, Fish's LSD Test, Pearson Correlation, and Canonical Correlation Analysis. The main findings are as follows: The difference of four types (bureaucratic, supportive innovative, effective) organizational culture on the application, benefits and difficulties of EC are not reaching significance level. But the innovative and effective culture that extroverted, accepting new things culture have higher application than others. And the effective culture who emphasizes effective, cost and performance control has better benefits than others. Besides, control oriented culture like effective and bureaucratic have less difficulties. About business strategy: four types (prospector, defender analyzer, reactor) on the application of EC are not significantly different, but innovative prospector have higher application than others. However the difference of four strategy types on EC benefits and difficulties are reaching significance level. The reactor who has no complete plans and following times blindly are less benefits than others, but analyzer has better. Prospector who is innovative and flexible has less difficulties, but defender has higher difficulties. Besides, the difference of all interaction between organizational culture and business strategy on the application, benefits and difficulties of EC are not reaching significance level. The measure of correlation the application of EC and the benefits are reaching significance level. Especially AD and promotion, online ordering, information collecting on Internet will make the cost of postage, paper, communication and manpower down, and more products turnover and sale, and the quality of custom service will improve, can also observe competitors movement. By Intranet to sharing information in company and using GDSS will make communication cost down, and employees to understand each other. Intergrading enterprise process will drop the cost of manpower, improve working process and internal performance, making better decisions. Using Extranet will make cost down, and quick response to change marketing planning. The measure of correlation the application of EC and the difficulties are not reaching significance level, except Intranet. It means corporates recognize the importance of EC, and develop it. But lacking training, technology support and infrastructure of network will influence the development of Intranet.

Keywords : organizational culture ; business strategy ; EC ; Internet ; Intranet ; Extranet

Table of Contents

第一章 緒論.....	1	第一節 研究背景與動機.....	1
機.....	1	壹、 研究背景.....	1
機.....	2	第二節 研究目的.....	5
研究範圍.....	5	第三節 研究範圍.....	6
第二章 文獻探討.....	8	第四節 研究流程.....	6
化.....	8	第一節 組織文化.....	8
文化的內容及層次.....	13	壹、 組織文化的定義.....	8
組織文化的類型.....	25	貳、 組織文化的內容及層次.....	13
經營策略.....	42	參、 組織文化的形成、維持與變革.....	21
策略型態.....	46	肆、 組織文化的類型.....	25
節 電子商務.....	57	伍、 組織文化與組織績效之關係.....	35
貳、 電子商務的分類與架構.....	59	第二節 經營策略.....	42
用.....	65	壹、 策略的涵義.....	42
應用.....	68	貳、 策略型態.....	46
礙.....	74	參、 經營策略與經營績效之關係.....	56
構.....	79	第三節 電子商務.....	57
研究變數、操作型定義與問卷設計.....	84	壹、 電子商務的定義.....	57
		貳、 電子商務的分類與架構.....	59
		參、 企業在Internet上的電子商務應用.....	65
		肆、 企業在Intranet上的電子商務應用.....	66
		伍、 企業在Extranet上的電子商務應用.....	68
		陸、 企業推行電子商務的效益.....	69
		柒、 企業推行電子商務的障礙.....	74
		第三章 研究設計與方法.....	79
		第一節 研究架構.....	79
		第二節 研究假設.....	80
		第三節 研究變數、操作型定義與問卷設計.....	84
		第四節 研究對象與抽樣設計.....	90

五節 信度與效度分析.....	90	壹、 信度分析.....	90
貳、 問卷效度.....	92	第六節 資料分析方法.....	94
法.....	92	第四章 資料分析與結果.....	94
基本資料分析.....	94	壹、 公司產業別.....	94
成立年數.....	95	參、 員工人數.....	95
87年度總營業額.....	97	伍、 87年度總資產額.....	97
第二節 組織文化與電子商務應用之關係.....	98	壹、 組織文化類型與產業別.....	98
貳、 組織文化類型與電子商務應用程度.....	99	參、 組織文化類型與企業採用電子商務之效益.....	104
肆、 組織文化類型與企業採用電子商務之障礙.....	107	第三節 策略型態與電子商務應用之關係.....	109
壹、 策略型態與產業別.....	110	貳、 策略型態與電子商務應用程度.....	111
參、 策略型態與企業採用電子商務之效益.....	113	肆、 策略型態與企業採用電子商務之障礙.....	116
第四節 組織文化、策略型態與電子商務應用之關係.....	119	壹、 組織文化類型，策略型態與電子商務應用.....	119
貳、 組織文化類型，策略型態與電子商務效益.....	120	參、 組織文化類型，策略型態與電子商務障礙.....	121
第五節 電子商務應用及其效益.....	122	壹、 企業電子商務的應用現況.....	122
貳、 企業發展電子商務所獲得的效益.....	125	參、 電子商務應用與效益的關係.....	127
肆、 電子商務應用與效益之典型相關分析.....	131	第六節 電子商務應用與障礙之關係.....	136
壹、 企業發展電子商務所遭遇的障礙.....	136	貳、 電子商務應用與障礙的關係.....	137
第五章 結論與建議.....	142	第一節 結論.....	142
壹、 研究假設的檢定結果.....	142	貳、 組織文化與電子商務應用之關係.....	144
參、 經營策略與電子商務應用之關係.....	147	肆、 企業推行電子商務應用與其獲得的效益.....	149
伍、 企業推行電子商務應用與其遭遇的障礙.....	151	第二節 研究建議.....	152
壹、 對實務界的建議.....	153	貳、 對政府的建議.....	154
參、 對後續研究的建議.....	155	第三節 研究限制.....	156
參考文獻.....	157	壹、 中文部分.....	157
貳、 英文部分.....	162	附錄一 問卷.....	172

REFERENCES

- [1] EMBA編輯部，「柔道策略:網路時代爭霸戰」，EMBA，1999年3月，頁66-73。
- [2] 丁虹，「企業文化與組織承諾之關係研究」，政治大學企業管理研究所博士論文，1987年6月。
- [3] 大前研一著，黃宏義譯，策略家的智慧。臺北，長河出版社，1987年，頁53-57。
- [4] 比爾·蓋茲著，樂為良譯，數位神經系統，商周出版，1999年3月。
- [5] 王文泰，「網路行銷時代來臨」，網路通訊雜誌，1996年3月，頁76-80。
- [6] 王瑞之，「Intranet的應用現況及未來趨勢」，資訊與電腦，1996年6月，頁76-81。
- [7] 王瑞之，「電子商務大未來」，資訊與電腦，1996年，頁66-72。
- [8] 王瑞之，「網際網路和企業網路未來大趨勢」，網路通訊，1996年12月，頁43-48。
- [9] 司徒達賢著，策略管理。臺北，遠流出版社，1995年。
- [10] 江岷欽，「組織文化研究途徑之分析」，中國行政，1989年，第46期，頁36-41。
- [11] 江岷欽，「組織文化與組織效能變遷測量」，公共政策學報，1993年，第15期，頁27-82。
- [12] 吳思華，策略九說。臺北，臉譜文化出版，1998年3月。
- [13] 吳楨祺，「企業文化與管理對全面品質之影響」，政治大學企業管理研究所碩士論文，1991年6月。
- [14] 吳燄修，「組織文化之研究 - 理論與應用之探討」，政治大學公共行政研究所碩士論文，1987年。
- [15] 呂紹榮，「Extranet與EDI的發展趨勢」，資訊與電腦，1997年11月，頁48-50。
- [16] 李長利，「台灣企業應用網際網路於企業經營的影響因素與使用效益之研究」，文化大學國際企業管理研究所碩士論文，1996年6月。
- [17] 李裔成，「台灣資訊服務業經營策略與組織系統流程」，政治大學企研所碩士論文，1997年6月。
- [18] 李雙華，「網路購物消費者降低知覺風險之研究」，大葉大學事經所碩士論文，1998年7月。
- [19] 周冠中，「我國Internet應用現況調查」，資策會推廣服務處，1998年 <http://www.psd.iii.org.tw/inews/focus/user98/user98.htm> [20] 周冠中，「網路購物公司系統架構白皮書」，網路通訊，5月號，1997年，頁84-87。
- [21] 果芸，「對美國『全球電子商業概要』應有的認識」，資訊與電腦，1997年9月，頁22-25。
- [22] 林存德，「淺談Intranet在企業之應用與衝擊」，WINNET，1997年5月，頁78-82。

- [23] 林東樺,「運用企業網路對企業流程影響之研究 - 以惠普科技個案為例」,彰化師範大學商業教育研究所碩士論文,1998年6月。
- [24] 林朝賢、賴香菊,「資訊高速公路在企業經營顧客服務上之應用研究」,第六屆資訊管理研討會論文集,1995年,頁108。
- [25] 林鈺玲,「組織文化與生涯發展系統關係之研究」,政大公共行政研究所碩士論文,1994年6月。
- [26] 林錫金,「電子商務業者之資源優勢、策略優勢、績效優勢關係之研究」,台大商學研究所碩士論文,1997年6月。
- [27] 邱慶德,「企業經營策略、組織結構與績效關係之研究」,淡江大學管理科學研究所碩士論文,1992年6月。
- [28] 紀文章,電子商業在網際網路全球資訊網上的應用模式與發展方向, <http://aries.dyu.edu.tw/~kjh/ec.htm>, 1997年。
- [29] 商業快速回應答客問(FAQ),經濟部商業司,1998年6月。
- [30] 張忠謀,「企管三基石:願景、價值與策略」,台灣大學孫運璿先生管理講座,1999年4月15日。
- [31] 張德銳,「組織文化析論」,國立編譯館館刊,1990年,第19卷,第1期,199頁。
- [32] 梁定澎,電子商務應用現況與未來發展趨勢,「國家競爭力論壇 - 運用電子商務提昇國家競爭力」視訊研討會,1998年7月14日。
- [33] 許士軍著,管理學,台北:東華書局,1981年。
- [34] 陳千玉,劉兆明,黃子玲,「企業文化的解讀與分析 - 以三個大型民營企業為例」,中華心理學刊,37卷,2期,1995年,頁123-147。
- [35] 陳志璋,「國內企業推行Intranet關鍵成功因素之實證性研究」,大葉大學資管所碩士論文,1998年6月。
- [36] 陳志遠,「製造策略、產品策略之配合與績效關係之研究:以台灣電子零組件業為例」,政治大學企業管理研究所博士論文,1993年6月。
- [37] 陳俊雄,「企業文化、經營策略與績效關係之探討 - 以電子資訊業為研究對象。」,淡江大學管理科學研究所碩士論文,1994年6月。
- [38] 曾建銘,「影響企業採用電腦網路因素及其採用後的效益研究」,淡江大學資管所碩士論文,1996年6月。
- [39] 開創21世紀我國通訊產業發展機會研討會,交通部電信總局及資訊工業策進會主辦,工商時報協辦,1995年5月。
- [40] 黃敏祐,「企業特質與網際網路應用狀況之關聯」,政治大學資管所碩士論文,1998年7月。
- [41] 黃豐慶,「台灣地區資訊服務業競爭策略、組織結構與績效滿意度之研究」,中央大學資管所碩士論文,1997年6月。
- [42] 楊志輝,「策略相關因素、企業文化類型、人力資源管理型態與人力資源管理績效關係之研究」,中山大學企業管理研究所碩士論文,1993年6月。
- [43] 楊忠川,「電子商務停看聽(下)如何經營成功的網路企業」,資訊與電腦,1997年11月,頁56-59。
- [44] 楊忠川,「電子商務停看聽(上)如何經營成功的網路企業?」,資訊與電腦,1997年10月,頁66-70。
- [45] 電子商店經營管理指引,經濟部商業司,1997年6月。
- [46] 電子商業答客問(FAQ),經濟部商業司,1997年6月。
- [47] 劉家銘,「台灣製造業人事管理理念與實務及其相關因素之研究」,中原大學企管所碩士論文,1992年6月。
- [48] 蔡奇玉,「世紀末資訊管理革命」,0? BYTE,1997年6月,頁73-78。
- [49] 鄭伯璦,「組織文化價值觀的數量衡鑑」,中華心理學刊,1990年,第32卷,頁31-49。
- [50] 鄭清祥,「企業文化類型、企業策略與財務績效之關係研究」,中山大學企管所碩士論文,1991年6月。
- [51] 鄭竣文,「企業文化、管理風格、經營策略及經營績效之關係研究---以臺灣及大陸兩地之中美日企業為例」,成功大學企管所碩士論文,1995年6月。
- [52] 賴文樹,「企業採用電子商店決策因素與實施現況之研究」,大葉大學資管所碩士論文,1998年6月。
- [53] 賴國茂,「企業文化、產業類型與企業績效之研究」,中正大學企管所碩士論文,1995年6月。
- [54] 鍾振輝,「企業文化、組織運作、製造策略與經營績效之關係研究」,成功大學企管所碩士論文,1998年1月。
- [55] 顏惠玲,「組織文化與績效」,中興大學公共政策研究所碩士論文,1993年6月。
- [56] 羅家德,「爭霸資訊時代」。臺北,祥威國際出版,1998年。
- [1] Alan J. Rowe, Richard O. Mason, Karl E. Dickel., Cases in strategic management, Reading, Mass.: Addison-Wesley Pub, 1982 [2] Ansoff, H. L., Corporate Strategy, New York: McGraw-Hill Book Co., 1962 [3] Auger, P. & Gallagher J.M., "Factors affection the adoption of an Internet-Based sales presence for small bussinesses", The Information Society, No.13, 1997, PP.55-74 [4] Barney, Jay B., "Organizational Culture: Can It Can Be a Source of Sustained Competitive Advantage?", Academy of Management Review, Vol.11, No.3, July 1986 PP. 656-665 [5] Boseman Glenn, Policy Formulation and Strategy Management, New York: John Wiley & Sons, Inc., 1978 [6] Boseman, G., Arvind, P., and Robert E. S., Strategic Management: Text and Cases, New York: John Wiley & Sons, Inc., 1986, P.28.
- [7] Brink, T.L., "Corporate Cultures: A Color Coding Metaphor", Business Horizons, Vol.34, NO.5, 1991, PP. 39-44 [8] Buzzell, Robert D. & Cady, John F., Strategic marketing, Boston: Little, Brown, 1975 [9] Calori, R. & Philippe, S., "Corporate Culture and Economic Performance: a French Study." Organization Studies, Vol.12, NO.1, 1991, PP.49-74 [10] Cameron, K.S., "Cultural Congruence Strength and Type: Relationship to Effective", In Robert E. Quinn. Beyond Rational Management, 1985, PP.142-143 [11] Cappel, James J. & Myerscough, Mark A., "Using the World Wide Web to Gain a Competitive Advantage", Information Strategy: The Executive's Journal, Spring 1997, PP.6-13 [12] Chandler, A.D., "Strategy and Structure", MIT Press, 1962 [13] Conant, J.S., Mokwa M.P. and Varadarajan P.R., "Strategic Types, Distinctive Marketing Competencies and Organizational Performance: A Multiple Measures- Based Study", Strategic Management Journal, Vol.11, No.5, 1990, PP.365-383 [14] Davis, S. M., "Culture is Not Just an Internal Affair.", In Ralph H. Kilmann, et al.(eds.), Gaining Control of the Corporate

Culture, San Francisco: Jossey-Bass, 1989 [15] Deal E. & Kennedy, A. A., *Corporate Culture*, Reading, Mass: Addison-Wesley, 1982 [16] Dension, Daniel R., "Brining Corporate Culture to the Bottom Line", *Organizational Dynamics* 1984:5 [17] Deshpande R., Farley J.U. & Webster F. E. Jr., "Journal of Marketing" Vol.57 January 1993 [18] Deshpande, R. & Parasuraman, A., "Linking Corporate Culture to Strategic Planning", *Business Horizons*, May-June, 1986 [19] Dess, Gregory G. & Davis, Peter S., "Porter's(1980) Generic Strategies as Determinants of Strategic Group Membership and Organizational Performance", *Academy of Management Journal*, Vol.27, No.3, 1984, PP.467-488 [20] Drucker, Peter F., *Managing in a Time of Great Change*, Truman Tally, 1954 [21] Franklin, Curtis F., Jr., "Enter the Extranet", *CIO*, Vol.10, NO.15, 1997, PP.106-112 [22] Galbraith Craig & Schendel Dan, "An Empirical Analysis of Strategy Types", *Strategic Management Journal*, Vol.4. 1983, P.154 [23] Getzels, J.W., Lipham, T.M., Campbell, R.F., *Educational Administration as A Social Process*. New York: Harper and Row, 1968 [24] Glueck, William F., *Business Policy: Strategy Formation & Management Action*, 2nd Ed., New York: McGraw-Hill, 1976, PP.119-147 [25] Gordon, George G. & Cummins, William M. *Managing Management Climate*, Lexington, MA: Lexington Book, 1979 [26] Gordon, George G., "Industry Determinate of Organizational Culture", *Academy of Management Review*, Vol.16, No.2, 1991 pp.396-415 [27] Gordon, George G., "The Relationship of Corporate Culture to Industry Sector and Corporate Performance." In Ralph H. Kilmann, et. Al.(eds), *Gaining Control of the Corporate Culture* San Francisco: Jossey-Bass, PP.103-125.

[28] Hammer Michael & Champy James, *Reengineering the corporation a manifesto for business revolution*, 1990 [29] Hellriegel, D., Slocum, T.W., Woodman, R.W., *Organizational Behavior* (5th ed.) New York: West Publishing Company, 1989 [30] Hickman, C.R. & Silva, M.A., *Creating Excellence: Managing Corporate Culture, Strategy and Change in the New Age*. New York: Nal Book, 1984 [31] Hofer, Charles W. & Schendel, Dan, *Strategy Formulation: Analytical Concepts*, St. Paul, Minn: West, 1978 [32] Hofstede, Geert, Neuijen, Bram, Ohayv, Denise Davel & Sanders Geert, "Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Quantitative Study Across Twenty Cases", *Administrative Science Quarterly*, Vol.35, March, 1990, pp.24-60 [33] Hofstede, G. & Bond, M.H., "The Confucius Connection: From Cultural Roots to Economic Growth", *Organizational Dynamics*, Vol.16, No.4, 1988, PP.4-21 [34] Janal, D. S., *Online Marketing Handbook*, 1995 [35] Jenny, C. M., "The Intranet: Beyond E-mail", *Management Review*, November, 1996, PP.23-27 [36] Kalakota & Whinston, *Frontiers of Electronic Commerce*, Addison-Wesley Publishing Company, Inc. June, 1996 [37] Kast, Fremont E. & James E. Rosenzweig, *Organization and Management: A System and Contingency Approach*, 1985 [38] Kennedy W. & Dietsch J., "Making money on-line", *Sunsite*, 1995 [39] Kilmann, R.H., Saxton, M.J., and Serpa, R., "Introduction: Five Key Issues in Understanding and Changing Culture," In Ralph H. Kilmann et. Al. (eds.), *Gaining Control of the Corporate Culture*, San Francisco: Jossey-Bass, 1985, pp.421-433 [40] Kono Toyohiro (河野豊弘), "Changing A Company's Strategy and Culture", *Long Range Planning*, Vol.27, No.5, 1990, PP.85-97 [41] Kotter, John P. & Heskett, James L., *Corporate Culture and Performance*, N.Y.: The Free Press, 1992 [42] Lei, David, Slocum, John W. Jr. & Slater Robert W. "Global Strategy and Reward Systems: The Key Roles of Management Development and Corporate Culture", *Organizational Dynamics*, 1990, Vol.19, NO.2, PP.27-41.

[43] Louis, Meryl Reis, "Sourcing Workplace Cultures: Why, When, and How", In Ralph H. Kilmann et.al. (eds.), *Gaining Control of the Corporate Culture*, San Francisco: Jossey-Bass, 1985, p.127 [44] Lyons, D., "Case study sweet smell of success: 1-800- FLOWERS on the lway", *InfoWorld* 17(25), 1995, P.91.

[45] McBride, Neil, "Business use of the Internet: Strategic decision or another bandwagon," *European Management Journal*, Vol. 15, No.1, February 1997, PP.58-67.

[46] McNichols, Thomas J, *Executive policy and strategic planning*, New York: McGraw-Hill, 1977 [47] Miles, Raymond E. & Snow, Charles C., *Organizational Strategy, Structure and Process*, New York: McGraw-Hill Book co., 1978, PP.28-30.

[48] Mintzberg, H., "Pattern of Strategy Formation." *Management Science*, Vol.24, 1978, PP.943-948 [49] Morgan, Malcolm J., "How Corporate Culture Drives Strategy", *Long Range Planning*, Vol.26 No.2 1993, PP. 110-118.

[50] Newman, William H. & Logan, James P. *Strategy, Policy and Control Management*, Cincinnati: South-Western Publishing Co., 1971, P.8 [51] O'Reilly, C., *Corporations Culture and Organizational Culture: Lessons from Silicon Valley Firms*, Presented at the Acad. Of Mgmt. Mtgs. Dallas, Tex., 1983.

[52] O'Reilly, Charles A & Tushman, Michael, *Winning through innovation: a practical guide to leading organizational change and renewal*, Boston, Mass.: Harvard Business School Press, 1997 [53] Ott, J.S., *The Organizational Culture Perspective*, Brooks \ Cole Publishing Company, 1989 [54] Pedersen, J.S. & Sorensen, J. S., *Organizational Culture in Theory and Practice*. England: Gower Publishing Company, 1989 [55] Peter, Thomas J. & Waterman, Rolert H. Jr., *In Search of Excellence*, New York: Harper and Row., 1982 [56] Peters, T. & Austin, N., *A Passion for Excellence*, New York: Fontana, 1986 [57] Petrock, Frank, "Corporate Culture Enhances Profits", *HR Magazine*, 1990, Vol.35, No.11, PP.64-66 [58] Pettigrew, Andrew M., "On Studying Organizational Cultures", *Administrative Science Quarterly*, 1979, Vol.24, PP.570-581 [59] Porter, Michael E., *Competitive Strategy*, New York: Free Press, 1980 [60] Resnick, R., "Business is goo, not", *Internet World*, June 1995, PP.71-73.

[61] Robbins, Stephen P., *Organization Theory*, New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1990 [62] Robbins, Stephen P., *Organizational Behavior*, New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1993, PP.600-622 [63] Robbins, Stephen P., *Organizational Behavior: Concepts, Controversies, and Applications*, New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1996 [64] Rowley, J., "Retailing and Shopping on the Internet", *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, Vol.6, No.1, 1996, PP.81-91 [65] Saffold, Guy S., "Culture Traits, Strength and Organizational Performance: Moving Beyond Strong culture", *Academy of Management Review*, Vol.13, NO.4, 1988, PP.546-558 [66] Sathe, Vijay, "Implications of Corporate

Culture: A Manager's Guide to Action", *Organizational Dynamics*, 1983, Autumn, P.6 [67] Sathe, Vijay, *Culture and Related Corporate Realities- Text, Cases, and Readings*, Organizational Entry, Establishment and Change, Howewood, IL: Irwin, 1985 [68] Sayles, Leonard R. & Wright, Robert V.L., "The Use of Culture in Strategic Management", *Issues and Observations*, November, 1985, PP.1-9 [69] Schein, Edgar H., "The Role of Founder in Creating Organizational Culture", *Organizational Dynamics*, 1983, Vol.12, No.1, Summer, PP.13-28 [70] Schein, Edgar H., *Organizational Culture and Leadership*, San Francisco: Jossey-Bass, 1985 [71] Schein, Edgar H., "Culture as an Environmental Context for Careers", *Journal of Occupational Behavior*, 1984, Vol.5, PP.71-81 [72] Scholz, Christian, "Corporate Culture and Strategy- The Problem of Strategic Fit", *Long Range Planning*, 1987, Vol.20, NO4., PP.78-87 [73] Schultz, Majken, "Postmodern Pictures of Culture : A Postmodern Reflection on the "Modern Notion" of Corporate Culture", *International Studies of Management & Organization*, 1992, Vol.22, No.2, PP.15-35. [74] Smircich, Linda, "Concepts of Culture and Organizational Analysis", *Administrative Science Quarterly*, 1983, Vol.28, No.3, pp.339-358 [75] Snow, Charles C. & Hrebiniak Lawrence G., "Strategy, Distinctive Competence, and Organizational Performance", *Administrative Science Quarterly*, Vol.25, No.2, 1980, PP.317-336 [76] Sterne, J., *World Wide Web Marketing-Integrating the Internet into Your Marketing Strategy*, 1995, PP.1-11 [77] Sterne, J., *World Wide Web Marketing-Intergrating the Internet into Your Marketing Strategy*, 1995, pp.1-11 [78] USWeb Corporation, "The Business Advantages of Intranets", <http://www.intranetjournal.com>, December, 1997 [79] Von Neumann & Morgenstern, *Theory of games*, New York: Free Press, 1947 [80] Walker & Ruekert, "Marketing's Role in the Implementation of Business Strategies: A Critical Review and Conceptual Framework", *Journal of Marketing*, Vol.51, P.25., 1987 [81] Wallach, Ellen J., "Individuals and Organizations: The Cultural Match.", *Training and Development Journal*, Feb, 1983