

# 台灣OEM供應商能力組合類型對業務型態影響研究-兼論資源依賴OEM客戶程度之干擾效應

黃意丹 著、陳木榮；黃銘章

E-mail: 9222820@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究旨在探討代工供應商能力型態(裝配型能力、研發裝配型能力、行銷研發裝配型能力)與業務型態(OEM、ODM、OBM)之關係，且當對客戶具有資源依賴時對業務型態可能會產生的影響，作為國內代工廠商具業務轉型情況時的參考。經過文獻探討，歸納核心能力相關理論、核心能力與業務型態相關理論、資源依賴相關觀點觀點，並透過相關文獻分析進而建立研究架構。從49家有承接代工業務的代工供應商實證結果中顯示能力及業務類型均可以分類，得證能力組合類型對業務型態有影響，且當與其他能力相較下，當代工供應商能力組合類型偏向裝配能力時，OEM業務型態所佔的比重會越高。發現對代工客戶具有研發能力依賴時，會使得具有裝配能力與研發能力代工供應商其OEM業務型態比重較高。

關鍵詞：能力組合；業務型態；資源依賴；裝配能力；研發能力；行銷能力；OEM；ODM；OBM

## 目錄

第一章 緒論 1 第一節 研究背景與動機 4 第二節 研究目的與問題 6 第二章 文獻探討 7 第一節 核心能力相關文獻探討 7 一、核心能力 7 二、代工供應商核心能力的類型 13 三、小結 20 第二節 核心能力類型與業務型態 20 一、業務型態 20 二、核心能力類型與業務型態之關係 23 三、小結 27 第三節 核心能力類型與資源依賴與業務型態 28 一、資源依賴理論 28 二、價值網絡理論 31 三、小結 34 第三章 研究方法與設計 35 第一節 研究架構 35 第二節 研究假設 36 第三節 研究變數定義及問卷設計 41 一、研究變項定義 41 二、問卷設計 43 三、問卷對象 45 第四節 資料分析方法 46 一、敘述統計 46 二、推論統計 46 三、問卷效度與信度 47 第四章 實證研究結果 51 第一節 回收樣本描述料 51 一、樣本發放與回收情況 51 二、供應商與客戶基本資料分析 51 第二節 研究假設檢定結果 52 一、H1研究假設檢定之結果 52 二、兩因子變異數分析 57 三、H2-1、H2-2研究假設平均數檢定結果 62 第五章 結論 65 第一節 研究結論 65 第二節 研究限制 69 第三節 後續研究建議 69 參考文獻：71 附錄一、問卷內容 80

## 參考文獻

- 1.方至民(民89)，企業競爭優勢，前程企管。
- 2.王泰允(民81)，國際合作實用-企業國際化指南:合作概念/銷售合作/生產合作/技術合作/資本合作，遠流出版社。
- 3.王慧美(民90)，"國際代工夥伴關係下之資產專屬性與能力建構-供應商觀點分析"，國立台灣大學國際企業管理研究所博士論文。
- 4.李洋昇(民88)"台灣資訊電子廠商核心專長與競爭策略之研究"，國立東華大學國際企業管理研究所碩士論文。
- 5.吳思華(民87)，策略九說-策略思考的本質，臉譜文化事業股份有限公司。
- 6.吳明隆(民90)，SPSS統計應用實務，台北:松崗。
- 7.林文寶(民89)，技術知識特性，整合，知識能量與組織學習對核心競爭力及創新績效關聯性之研究，國立成功大學企業管理學系博士論文。
- 8.林晉寬(民84)，"從資源基礎理論探討資源特性與成長策略的關係"，國立政治大學企業管理研究所博士論文。
- 9.邱新球(民89)，"企業相依性、影響策略、衝突與績效關係之研究"，私立銘傳大學國際企業管理研究所碩士論文。
- 10.金仁秀著、劉小梅譯(民89)，模仿是為了創新:南韓經驗:技術學習的典範，遠流出版社。
- 11.胡若堯(民83)，"自創品牌關鍵成功因素之研究"，國立台灣大學商學研究所碩士論文。
- 12.張秀屏(民89)，"自創品牌策略、核心資源類型對品牌權益績效關係之研究-國際化企業策略聯盟之實證"，私立中原大學企業管理研究所碩士論文。
- 13.張靜宜(民88)，"台灣主機板廠商的業務型態選擇策略-以資源基礎之觀點"，國立東華大學國際企業管理研究所碩士論文。
- 14.陳嵩、陳光偉(民90)，"製造能力與業務型態之配適分析-台灣資訊硬體製造業之實證"，商管科技季刊，第二卷，第三期，頁259-278。
- 15.許文宗(民92)，"主要客戶焦點之代工範疇變化-以台灣國際代工廠商為例"，國立政治大學企業管理研究所博士論文。
- 16.陳振祥(民86)，"ODM策略之理論架構與實證"，國立台灣大學商學研究所博士論文。
- 17.陳振祥、李吉仁(民86)，"ODM的成因與策略運作-水平式產業下的策略聯盟型態"，中山管理評論，第5卷第3期，pp.553-572。
- 18.陳梧桐(民90)，"經營策略之創新管理-以IC企業為例"，國立交通大學/科技管理學程碩士班。
- 19.湯明哲、李吉仁(民88)，"外包與專業製造商雙贏的策略"，遠見雜誌，162期，pp.172-175。
- 20.黃銘章(民91)，"影響代工供應商與顧客間夥伴關係因素之研究-以台灣電子資訊產業為例"，國立政治大學企業管理研究所博士論文。
- 21.黃蕙娟(民78)，"臺灣企業國際上自創品牌策略之研究"，國立政治大學企業管理研究所碩士論文。
- 22.趙郁文(民87)，"跨國委託製造對台灣資訊電子廠商營運能力之提升效果"，中山管理評論，第六卷第四期，P.1113-1136。
- 23.趙琪(民85)，"交易成本觀點下品牌延伸決策之研究"，國立台灣大學商學研究所博士論文。
- 24.劉尚志(1999)，"我國新興高科技製造業的競爭力與策略佈局:以 TFTLCD 產業發展為例"，科技發展政策報導，期號:SR8810。
- 25.蔡敦浩(民86)，黎昌意策劃，賴士葆等著，橫掃千軍-21家成功展現策略雄心的頂尖企業，中華民國管理科學學會。
- 26.鍾經剛(民89)，"台灣系統與準系統

廠商成長策略之研究”，國立中山大學企業管理研究所碩士論文。 27.瞿宛文(民89)，”台灣能由代工模式晉級嗎？”，天下雜誌，8月份專欄。 28.92年度股市總覽系列 - 上櫃總覽，p.56，民92，聯豐書報社。 1.Abernathy William & James M. Utterback (1978), “ Patterns of Industrial Innovation, ” Technology Review, June/July, pp41-48. 2.Arvind Parkhe (1991), “ Interfirm diversity, organizational learning, and longevity in global strategic alliances, ” Journal of International Business Studies, 22(4), pp.579-601. 3.Badaracco, Joseph L., Jr. (1991), The Knowledge Link: How Firms Compete through Strategic Alliances. Boston: Harvard Business School Press, pp.33-47. 4.Christensen, J.F. and N.J. Foss. (1997). Dynamic corporate coherence and competence-based competition: theoretical foundations and strategic implications. In Aime Heene and Ron Sanchez, editors, Competence-based Strategic Management. New York, NY : John Wiley & Sons. 5.Collis, D. J. (1991), “ A Resource-based Analysis of Global Competition: The Case of the Bearing Industry, ” Strategic Management Journal, 12 (Summer), pp.49-63. 6.Dyer, H.J.(1996), "Specialized Supplier Networks As A Source Of Competitive Advantage:Evidence From The Auto Industry," Strategic Management Journal, Vol.17, No.4, pp.271-291. 7.Dyer, H.J. and H. Singh(1998), "The relational view Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage," Academy of Management Review, Vol.23, No.4, pp.660-679. 8.Erin Anderson & Barton Weitz, (1986), “ Make or Buy Decisions: Vertical Integration and Marketing Productivity, ” Sloan Management Review, Spring, pp.3-19. 9.Evans J, Mavondo FT. (2002), “ Psychic distance and organizational performance: an empirical examination of international retailing operations, ” Journal of International Business Studies, 33(3): 515-532. 10.Frazier, L. Gary and John O. Summers (1986), “ Perceptions Of Interfirm Power And Its Use Within A Franchise Channel Of Distribution, ” Journal Of Marketing, Vol.23 (May) pp.169-176. 11.French, R. P. John and Raven, Bertram (1959), “ The Bases Of Social Power, ” University Of Michigan Press. 12.Glaister, W.K. and Buckley P.J. (1996), “ Strategic motives for international alliance formation, ” Journal of Management Studies, Vol. 33, No.3, pp.301-332. 13.Grant, R. M. (1990), “ The Nature and Basis of Competitive Advantage: A Dynamic Approach, ” The Tenth Annual Strategic Management Society Conference, Stockholm, Sep., pp.1-18. 14.Grant, R. M. (1991), “ The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation, ” California Management Review, Vol.33 Iss.3, Spring 1991, pp.114-135. 15.Hall, R. H. (1987), “ Patterns Pr Interorganization Relationships, ” Administrative Science Quarterly, Vol.22, pp.14-19. 16.Hamel, G. and A. Heene (1994), “ The Concept of Core Competence, ” Competence-based Competition, John Wiley & Sons, England. pp.11-33. 17.Hax, A. C. and N. Majlue(1996), The Strategic Concept and Process: A Programmatic Approach, New York: Prentice-Hall, Inc. 18.Heide, Jan B. & George John(1988), “ The Role of Dependence Balancing in Safeguarding Transaction-Specific Assets in Conventional Channels, ” Journal of Marketing, 52(1), pp.20-35. 19.Hill, W. L. Charles (2000), International Business: Competing in the Global Marketplace, 張國雄(民90)譯, 滄海書局出版 20.Iansiti, Macro (1993), “ Real-world R&D: jumping the product generation gap, ” Harvard Business Review, 71(3), pp.139-147. 21.Kasulis, Jack and Spekman (1980), “ A Framework For The Use Of Power, ” European Journal Of Marketing, Vol.14(4), pp.180-191. 22.Kogut & Zander (1992), “ Knowledge of The Firm, Combinative Capabilities, and Replication of Technology, ” Organization Science, 3(3), pp.383-397. 23.Kumar, Nirmalya, K. Lisa, Scheer and E. M. Jan-Benedict Steenkamp (1998), “ Interdependence, Punitive capability, And The Reciprocation Of Punitive Actions In Channel Relationship, ” Journal Of Marketing, Vol.25 (May) pp.225-235. 24.MNC's Business," Hitotsubashi Journal of Economics, 33, pp.1-17 25.Marino , K. E. (1996) , “ Developing Consensus on Firm Competencies and Capabilities, ” Academy of Management Executive ,Vol. 10 , No.3 , pp.40-51. 26.Montgomery, C.A. and S. Hariharan (1991), “ Diversified Expansion by Large Established Firms, ” Journal of Economic Behavior & Organization, Vol.15, Iss.1, pp.71-89. 27.Nalebuff B. J. & A. M. Brandenburger (1996),Co-opetition,Harper Collins. 28.Onkvisit Sak and John J. Shaw (1991), “ The International Dimension of Branding: Strategic Considerations and Decisions, ” International Marketing Review, 6(3), pp.22-34. 29.Penrose, E. T. (1959), The theory of the growth of the firm. New York, NY: John Wiley & Sons, Inc. 30.Peters T. J. and R. H. Waterman, (1982), In search of excellence: Lessons from America ' s best run companies. New York: Harper & Row. 31.Pfeffer, Jefferey and Gerald R. Salancik, (1978), “ The External Control Of Organizations: A Resource Dependence Perspective, ” New York, NY: Harper And Row. 32.Pisano, Gary P. and Steven C. Wheelwright (1995), “ The new logic of high-tech R&D, ” Harvard Business Review, 73(5), pp.93-105. 33.Porter, M. (1985), Competitive Advantage, 李明軒與邱如美(民88)譯, 競爭優勢, 天下文化公司出版. 34.Prahalad, C.K. and Hamel G. (1989), “ Strategic intent, ” Harvard Business Review, May-June, pp.63-76. 35.Prahalad, C.K. and Hamel G. (1990), “ The core competence of the corporation, ” Harvard Business Review, May-June, pp.79-91. 36.Quinn, B.R(1999), “ Strategic outsourcing:Leveraging knowledge capabilities, ” Sloan Management Review, Summer, pp.9-21. 37.Sako(1992), In Bidault, F. , C. Despres and C. Butler(1998), "The Divers Of Cooperation Between Buyers And Suppliers for Product Innovation, ” Research Policy, Vol,26, pp.719-732. 38.Sanchez, R., A. Heene, and H. Thomas, (1996), Introduction: Towards the Theory and Practice of Competnce-based competition. In R. Sanchez, A. Heene, and H. Thomas, editors, Dynamics of competence-baesd competition: theory and practice in the new strategic management: 1-35. Oxford, UK: Pergamon, Elsevier Science Ltd. 39.Scott Ward, Larry Light, and Jonathan Goldstine(1999), "What Hight-Tech Managers Need to Know About Brands", Harvard Business Review. 40.Selznick, P. (1957). Leadership in administration: A sociological perspective. New York: Harper & Row. 41.Stafford, R.E. (1994), "Using Co-operative Strategies To Make Alliances Work," Long Range Planning, Vol.27, No.3, pp.64-74. 42.Stonham, P. (1993), “ The Future for Strategy: An Interview with Gary Hamel, ” European Management Journal, 11(2): 150-157. 43.Takeishi, A.(2001), “ Bridging inter- and intra-firm boundaries:Management of supplier involvement in automobile product development, ” Strategic Management Journal, Vol.22, NO.5, pp.403-433 44.Thompson, James D. (1967), Organizations in Action: Social Science bases of Administrative Theory. McGraw-Hill Book Company, N.Y. 45.Wrigley, L. (1970), Divisional autonomy and diversification. D.B.A. dissertation, Harvard University.