

The Competitive Strategy of Taiwan's Fasteners Industry: An Empirical Study of San Shing Fastech Corp

林素玲、唐啟發、郝傑民

E-mail: 9302854@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The purpose of this research is to focus on positioning competitive strategies for fastener companies deciding to set up their business bases in Taiwan, despite the domestic business environment is turning more unfavorable, as well as market competitions from foreign competitors are becoming more competitive. The research began by referring to relevant theory in strategies of domestic and international competitions, and also the publications issued by various organizations of the industry. Furthermore, the prospectus, annual report of the corporation-in-study was collected and analyzed, and then, some site semi-structured interviews with executive and department managers of the corporation were made simultaneously. Finally, the research comes to the following conclusions in line of the characteristics and future competitive strategies of fastener industry: (1) The demand for fastener will continue; (2) Fastener industry needs the complete support of steel and iron mills; (3) The price elasticity of fastener products is low, therefore, the production and marketing activities must be maintained in an orderly way in this industry; (4) Producers of captioned product are lack of active abilities of developing and designing new products for the end users ; (5) It is necessary for companies in this sector to transfer their business into the market of mid and high value products; (6) For market of aircraft-used fasteners, companies in this industry are still keep in the evaluation stage .

Keywords : fastener industry, screws and nuts, competitive strategy.

Table of Contents

目錄 封面內頁 簽名頁 博碩士論文電子檔案上網授權書.....	iii	授權書.....
.....iv 中文摘要.....	v 英文摘要.....
.....vi 誌謝.....	vii 目錄.....
.....viii 圖目錄.....	x 表目錄.....
.....xi. 第一章 緒論 第一節 研究背景與動機.....	1	第二節 研究目的.....	2
..... 2 第三節 研究範圍.....	3	第四節 論文架構.....	4
..... 4 第五節 文獻整理與評述.....	5	第二章 理論文獻探討 第一節 競爭優勢之探討.....	8
..... 8 第二節 競爭策略之探討.....	12	第三節 結語.....	27
..... 27 第三章 研究方法 第一節 質性研究方法.....	29	第二節 深度訪談法.....	32
..... 32 第三節 研究設計.....	34	第四節 研究架構.....	36
..... 36 第四章 產業概況與文獻探討 第一節 台灣鋼鐵產業描述.....	38	第二節 台灣扣件產業發展概況.....	48
..... 48 第三節 產業文獻探討.....	71	第五章 個案研究 第一節 個案公司介紹.....	75
..... 75 第二節 個案公司SWOT分析.....	85	第三節 個案公司競爭策略探討.....	86
..... 86 第四節 個案公司發展藍圖與未來競爭策略運用.....	94	第六章 結論與建議 第一節 結論.....	97
..... 97 第二節 建議.....	98	第三節 研究限制及未來研究方向.....	100
..... 100 參考文獻 中文部份.....	102	英文部份.....	106
..... 106 圖目錄 圖1-1 研究流程圖.....	5	圖2-1 價值創造.....	9
..... 9 圖2-2 Porter 鑽石體系.....	20	圖2-3 五種競爭力模式.....	22
..... 22 圖2-4 制定競爭策略的環境.....	24	圖2-5 價值鏈.....	25
..... 25 圖2-6 策略的最佳來源.....	27	圖3-1 研究架構.....	37
..... 37 表目錄 表1-1台灣螺絲螺帽業近年產值.....	2	表1-2國內扣件產業相關學術論文整理.....	6
..... 6 表2-1 BCG成長/佔有模型.....	14	表2-2產品/市場之擴張矩陣.....	15
..... 15 表2-3產業生命週期對產業特徵之預測.....	17	表2-4 SWOT矩陣策略配對表.....	18
..... 18 表2-5三種一般性競爭策略... ..	19	表3-1質性研究與量化研究之比較.....	31
..... 31 表4-1主要用鋼行業及其產品、用途說明.....	42	表4-2近年我國鋼鐵產業環境分析彙總-政治因素.....	44
..... 44 表4-3近年我國鋼鐵產業環境分析彙總-經濟因素.....	45	表4-4近年我國鋼鐵產業環境分析彙總-社會因素.....	46
..... 46 表4-5近年我國鋼鐵產			

業環境分析彙總-科技因素.....	47	表4-6 1998-2002年我國主要螺絲螺帽產品進口變化分析.....	59	表4-7 1998-2002年我國主要螺絲螺帽產品出口變化分析.....	60	表4-8 2000年我國螺絲螺帽產品出入超傾向指標分析.....	61	表4-9 2000年台灣螺絲螺帽產業形貌.....	64	表4-10台灣區螺絲工業同業公會會員資本額分佈.....	65	表4-11台灣區螺絲工業同業公會會員縣市分佈.....	65	表4-12台灣區螺絲工業同業公會會員員工數分佈.....	66	表4-13 1000大製造業排名.....	67	表5-1年主要產品及其營業比重.....	80	表5-2 三星科技公司近五年產品銷售金額及銷售地區.....	81	表5-3 三星科技公司近五年產品外銷金額及外銷地區.....	82	表5-4近五年簡明資產負債表.....	84	表5-5近五年簡明損益表.....	84	表5-6 89至92年上半年螺帽出貨量價表.....	93	表5-7 SWOT矩陣與未來競爭策略運用.....	96
-------------------	----	--------------------------------------	----	--------------------------------------	----	----------------------------------	----	---------------------------	----	------------------------------	----	-----------------------------	----	------------------------------	----	-----------------------	----	----------------------	----	--------------------------------	----	--------------------------------	----	---------------------	----	-------------------	----	----------------------------	----	---------------------------	----

REFERENCES

- 一、中文部份
- 三星科技有限公司87~91年報。
 - 三星科技股份有限公司92年法人說明會。
 - 天下雜誌(2002),「1000大製造業」,天下雜誌,274期。
 - 王貳瑞(2003),「學術論文寫作」,東華書局。
 - 司徒達賢(1995),策略管理,遠流出版社。
 - 司徒達賢(2001),策略管理新論,智勝文化事業公司。
 - 台灣區鋼鐵工業同業公會,2001台灣鋼鐵,2001年。
 - 白錫盈(2001),「台灣裝飾五金產業創新策略之探討」,私立大葉大學事經所碩士論文。
 - 李明軒、邱如美譯,porter著,1985,競爭優勢,天下文化出版。
 - 吳思華(1988)產業政策與企業策略,中華經濟研究所。
 - 吳宗益(2000),「台灣螺絲螺帽產業資源累積與產業分化之研究」,中山大學企管學系碩士論文。
 - 巫誠恩(2001),「台灣銅片產業之競爭策略分析」,中山大學管理學院EMBA碩士論文。
 - 吳思華(2001),策略九說—策略思考的本質,臉譜出版。
 - 邱貽昱(2002),「螺絲產業對大陸投資研究」,國立高雄第一科技大學運輸與倉儲營運系碩士論文。
 - 吳仲義(2003),「台灣—全球最適合發展螺絲螺帽產業的基地」,螺絲世界雙月刊,81期,P.26~P.28。
 - 周旭華譯,porter著,1980,競爭策略,天下文化出版。
 - 周聰郎(2000),「台灣真空鍍膜設備業的(國際)競爭策略管理與經營發展」,中山大學企管研究所碩士論文。
 - 林志剛(2003),「螺絲(帽)業e化的『醒』思」,螺絲世界雙月刊,79期,P.91~P.93。
 - 林志剛(2003),「螺絲螺帽業之新定位」,螺絲世界雙月刊,82期,P.65~P.67。
 - 胡幼慧主編(1996),質性研究:理論、方法及本土女性研究實例,巨流圖書公司。
 - 洪明洲編譯,Sharon M. Oster著,1999,現代競爭分析,華泰書局。
 - 胡龍騰、黃瑋瑩、潘中道合譯,Ranjit kumar著,2000,研究方法步驟化學習指南,學富文化事業有限公司。
 - 柯志強(2001),「歐盟對台灣不鏽鋼螺絲螺帽課征反傾銷稅案例之研究」,國立中山大學企管研究所碩士論文。
 - 洪炎星(2003),「我國螺絲螺帽產業競爭分析」,金屬中心。
 - 洪炎星(2003),「我國螺絲螺帽產業進出口概況」,金屬中心。
 - 洪炎星(2003),「台灣螺絲螺帽產業市場分析」,螺絲世界雙月刊,79期,P.25~P.29。
 - 胡坤德(2003),「創新管理是企業競爭的核心能力」,螺絲世界雙月刊,81期,P.40~P.43。
 - 洪源在(2003),「台灣區扣件業者海外投資因素之研究」,國立成功大學管理學院高階管理EMBA碩士論文。
 - 高登第、李明軒譯,porter著,2001,競爭論(上),天下文化出版。
 - 黃營杉譯,Charles W. L. Hill & Gareth R. Jones 原著,1998,策略管理第四版,華泰文化事業公司。
 - 黃宏義譯,大前研一原著,1984,策略家的智慧,長河出版社。
 - 陳啟俊(2001)「強化核心競爭力找出企業新契機」,螺絲雜誌,177期。
 - 張嘉仁(2003),「92年上半年金屬產業回顧與展望」,金屬中心。
 - 張萬權(2003),「從美國專利資料觀察螺帽技術專利演變」,螺絲世界雙月刊,80期,P.97~P.104。
 - 張文舉(2002),「台灣鍍塗面鋼產業競爭策略分析---以盛餘公司為例」,國立中山大學管理學院EMBA碩士論文。
 - 陳建任(2003),「2002年台灣鋼鐵產業現況與趨勢」,螺絲世界雙月刊,78期P.83~P.96。
 - 萬寶週刊(2003),「2次跳票不死,三星今年發光」,萬寶週刊,NO.492,P.54~P.55
 - 湯明哲(2003),策略精論---基礎篇,天下文化出版。
 - 惠達雜誌(2003),「專訪台灣區螺絲工業同業工會理事長吳仲義」,螺絲世界雙月刊,78期,P.30~P.33。
 - 經濟部技術處,2002鋼鐵年鑑,2002年。
 - 鄭紹成(1991),「企業關鍵成功因素,競爭優勢及競爭策略之研究」,中國文化大學碩士論文。
 - 廖豐民(2002),「台灣聚酯產業現況及競爭策略之探討」,中央大學管理學院EMBA碩士論文。
 - 劉彥承(2003)「研發創新『有效』比『大』更重要」,螺絲世界雙月刊,82期,P.82~P.85。
 - 潘淑滿(2003),質性研究:理論與應用,心理出版社。
 - 謝劍平、周昆譯,porter著,1996,國家競爭優勢(上),天下文化出版。
 - 謝明瑞(2001),「台灣鋼鐵業的發展」,國家政策研究基金會。
 - 螺絲特刊,1997,7月。
 - 螺絲特刊,2002,6月。
 - 螺絲特刊,2003,6月。
 - 螺絲世界雙月刊,2002年74期~77期。
 - 羅永昶(2002),「2002年我國鋼鐵產業之回顧與展望」,金屬中心。
 - 羅永昶(2003),「2002年我國鋼材與半成品進出口市場變化趨勢分析」,金屬中心。
 - 劉清彥譯,Joseph H. Boyett & Jimmie T. Boyett 著,1999,管理大師聖經,商周出版。
 - Business Times (2002),「全球最大螺帽製造廠的浮沉史」,Business Times週刊6月10日~6月16日,P.63~P.65。
- 二、英文部份
- Aaker, D. A., "Strategic Market Management", Humanities N.Y.1984.
 - Amit, R. and P.J.H. Schoemaker, "Strategic Factor Market S: Expectation, Luck, and Business, Strategy", Management Science, 1993.
 - Ansoff, H. I. "Corporate Strategy", New York, N.Y. McGraw-Hill Book Co.,1965.
 - Barnard, Chester I. "The Function of the Executive", Harvard Uni, Press, Cambridge, Mass, 1938.
 - Ferguson, C.R. and Dickinson, R "Critical Success Factor for direct orin the Eighties", Business Horizons, May/June 1982.
 - George, S. "Strategic Market planning": the pursuit of competitive Advantage, West publishing Company, Minnesotap, 1984.
 - Glueck. W. F. and Lawrence R. Jauch. "Strategic Management and Business Policy", New York, NY: McGraw Hill, 1989.
 - Hamel. G. "The concept of core competence-based competition", 1994.
 - Hofer, charlesw. And Dan Schendel "Strategy Fomulation: Analytical Comcepts.", Minmesota: West Publishing Co., 1978.
 - Prahalad C. K. and Hamel, G. "The core competence of the Corporation", Harvard Business Review, Vol.68 Iss.3, 1990.
 - Quinn, James Brian and Hilmer, Frederic G. "Strategic Out Sourcing" Sloan Management Review. Summer, 1994.
 - Rockart, J. F. "Chief Executives Define Their Oun Data Needs", Harvard Business Review, March/April, 1979.
 - Schoemaker, R. J. H. "How to Link Strategic Vision to core

Capabilities" Sloan Management Review, Fall 1992. 14. Tamepoe, M. "Exploiting the Core Competitive of your Organization", Long Range planning, Vol.27, NO, 4, Aug 1994. 15. Wehrich, Heinz, "The SWOT Matrix-A Tool for situational Analysis", Long Range planning, London, Apr, Vol.15, ISS.2, 1982. 16. Wrigley, L. "Divisional Autonomy and Diversification", Doctonal Dissertation, Graduate School of Business, Harvard University, 1970.