

創業導向、市場導向策略與組織績效之關聯性研究：以大陸臺商為例

胡軍飛、王秦希康；徐東海

E-mail: 9601115@mail.dyu.edu.tw

摘要

在經濟全球化的與大陸龐大的潛在商機吸引下，台商赴大陸投資的金額仍在持續加溫中，顯示台商經營環境及績效值得探討。而在赴大陸投資的過程中，創業導向、市場導向策略是企業經營成敗的關鍵因素，因此本研究之目的主要在於探究大陸台商台籍幹部在創業導向、市場導向策略、組織績效中，會受到哪些因素之影響。並探討大陸台商的創業導向、市場導向策略、組織績效彼此間的關聯性。以提供大陸台商做為參考，及後續之研究基礎。本研究，透過投審會取得台商名錄，進行便利抽樣式的訪談，抽取三家公司寶成、億豐、中軸；以質化之多重個案訪談法，以半結構式的深度訪談方式進行研究。本研究根據研究目的，首先透過文獻探討結果，研擬訪談大綱並在徵得受訪公司之14位受訪者同意後，逐一進行訪談。在訪談後將錄音資料轉錄為逐字稿，根據逐字稿進行資料分析後，如下列13要點：「創新性」、「預應性」、「風險性」、「自主性」、「競爭積極性」、「競爭者導向」、「顧客導向」、「功能間的協調」、「長期觀點」、「強調生存和成長利潤」、「財務績效」、「營運績效」、「行為績效」。由此可知，未來在大陸的台商，應具有創業導向方能提高公司經營績效，而在市場導向策略的採用方面，其對公司之管理創新或是技術創新，都同樣有正向的影響；因此，在先確立目標後，採取創業導向與市場導向策略同齊並進的方式，才能達到事倍功半的效果。

關鍵詞：創業導向；市場導向策略；組織績效；台商企業

目錄

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	vii
..... iv 英文摘要.....	v	誌謝.....	vii
目錄.....	ix	圖目錄.....	xi
..... xii		第一章 緒論 第一節 研究背景.....	1
.....	 2 第二節 研究動機.....	2
.....	 3 第三節 研究目的.....	4
.....	 4 第四節 研究範圍.....	4
.....	 4 第五節 研究流程.....	5
.....	 5 第六節 研究限制.....	7
.....	 7 第二章 文獻探討 第一節 創業導向之概念.....	8
.....	 14 第二節 市場導向策略之概念.....	14
.....	 14 第三節 組織績效之概念.....	17
.....	 17 第四節 創業導向、市場導向策略與組織績效相關實證 研究.....	17
.....	 19 第三章 研究設計 第一節 研究架構.....	19
.....	 19 第二節 研究構面之定義.....	20
.....	 20 第三節 研究工具.....	25
.....	 25 第四節 資料蒐集.....	27
.....	 27 第五節 資料分析方法.....	32
.....	 32 第四章 研究發現與討論 第一節 大陸台商對於創業導向的態度與做法.....	35
.....	 50 第二節 大陸台商對於市場導向策略的態度與做法.....	50
.....	 79 第三節 大陸台商對於組織績效的方法與做法.....	79
.....	 90 第五章 結論與建議 第一節 研究結論.....	90
.....	 90 第二節 建議.....	96
.....	 96 第三節 後續研究之建議.....	97
.....	 97 參考文獻.....	99
.....	 99 附錄.....	107
.....	 107 表目錄 表 1-1 彰化縣台商便利抽樣母體企業名稱.....	5
.....	 5 表 3-1 創業導向之定義.....	21
.....	 21 表 3-2 訪談流程表.....	26
.....	 26 表 3-3 受訪者編號.....	33
.....	 33 圖目錄 圖1-1 研究流程.....	6
.....	 6 圖3-1 本研究之觀念性架構.....	20
.....	 20	

參考文獻

1. 司徒達賢 (1979)，「台灣企業之環境分析」，企銀季刊，第三卷，第一期。
2. 何雍慶 (1993)，「實用行銷管理」，台北：華泰書局。
3. 陳膺強 (1994)，應用抽樣調查，台北：台灣商務印書館出版。
4. 陳正昌和程炳林 (1994)，SPSS、SAS、BMDP統計軟體在多變量統計上的應用，台北：五南圖書公司出版。
5. 黃俊英與林震岩 (1994)，SAS精析與實例，初版，華泰書局。
6. 李建華、方文寶 (1996)，企業績效評估理論與實務，台北：超越企管公司。
7. 伍忠賢 (1997)「創業成真」，源流出版社，台北市。
8. 榮泰生 (1998)，企業研究方法，初版，五南圖書出版有限公司。
9. 黃俊英 (1998)，多變量分析，第六版，台北：華泰文化事業公司出版。
10. 吳思華、黃宛華、賴鈺晶 (1999)，智慧資本衡量因素之研究－以我國軟體業為例，1999中華民國科技管理研討會論文集光碟。
11. 黃俊英 (1999)，企業研究方法，台北：台灣東華書局股份有限公司。
12. 方世杰 (1999)，「產研研發聯盟之廠商特質、技術移轉特性、互動機

制與績效之研究」，管理學報，第十六卷第四期，頁633-659。13.黃俊英(1999)，行銷研究:管理與技術，第六版，台北:華泰文化事業公司出版。14.黃俊英(2000)，多變量分析，第七版，台北:中國經濟企業。15.邱皓政(2000)，量化研究與統計分析，五南圖書出版公司。16.應立志，鍾燕宜(2000)，整合分析方法與應用，華泰文化事業股份有限公司。17.劉常勇(2001)，「創業管理」，商學創造力，<http://cnet.creativity.edu.tw>。18.劉常勇(2002)，「創業管理」，創業管理的十二堂課，天下，台北市。19.周文賢(2002)多變量分析。智勝出版社。初版。20.經濟部(2003.6)，投資審議委員2003核准對大陸投資及大陸技術引進統計總表。21.經濟部中小企業處(2004)，中小企業白皮書。22.胡胡雯、薛琦(1994)，「中小企業生產特性與效率之研究—臺灣製造業之分析」，淡江大學第一屆產業經濟學術研討會論文集。23.吳思華(1998)，「知識流通對產業創新的影響」，第七屆管理研討會論文集，台北:政治大學科技管理研究所，頁2-24。24.李志華(1982)，台灣企業績效評估方式之研究。台北市:政大企管所碩士論文。25.趙必孝(1994)，國際企業子公司的人力資源管理:策略、控制與績效。國立中山大學企業管理研究所博士論文。26.許宏明(1995)，高科技產業的教育訓練制度與組織績效之相關性研究，國立中央大學企業管理研究所碩士論文。27.林世民(1995)，訓練移轉配合人力資源政策與實務對組織績效影響之實證研究-以通過ISO9000系列品保認證的製造業為例，國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。28.徐書揚(1997)，市場導向與企業獲利性之相關研究，東海大學管理研究所，碩士論文。29.蔡啟通(1997)，組織因素、組織成員整體創造性與組織創新之關係，台北:台灣大學商學研究所博士論文。30.呂良添(1998)，「創業導向、管理實務、人際網路與組織績效關係之研究」，中央大學人力資源管理研究所碩士論文。31.林慶棟(2000)，企業策略、企業文化、人力資源策略與組織績效關係之研究-以國內資訊電子業上市、上櫃公司為例，國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。32.林義屏(2000)，市場導向、組織學習、組織創新與組織績效間關係之研究--以科學園區資訊電子產業為例，國立中山大學企業管理學系研究所，博士論文。33.李坤鐘(2000)，「創業導向、行銷策略與行銷績效關係之研究」，中正大學企業管理研究所碩士論文。34.宋宗晏(2000)，市場導向、組織學習、組織創新與組織績效間關係之研究，國立中山大學企業管理學系博士論文。35.陳淑芬(2000)。「策略型態、市場導向、創新能力與績效關係之研究」。國立雲林科技大學企業管理系，碩士論文。36.陳淑芬(2000)。「策略型態、市場導向、創新能力與績效關係之研究」，雲林科技大學企業管理系碩士論文。37.魏緒誠(2001)，「市場導向與關係網絡之聯結」，東海大學企業管理學系碩士論文。38.謝甄晏(2001)，「市場導向、市場知識管理、產品創新與績效之實證研究 - 以台灣高科技產業為例」。國立雲林科技大學企業管，碩士論文。39.林明昌(2001)，市場導向與行銷策略配合對行銷績效影響之研究--以台灣重電馬達業為例，中原大學企業管理系碩士論文。40.蔡文祥(2001)，「創業導向、策略導向、國際化程度與經營績效之實證研究—以台灣資訊設備產業為例」，雲林科技大學企業管理研究所碩士論文。41.張玉琳(2002)，組織創業精神傾向、市場導向以及組織學習類型對組織績效關係之探討，國立政治大學/企業管理研究所，博士論文。42.黃秀珊(2002)，「台灣中小企業創業精神之研究」，銘傳大學國際企業研究所碩士論文。43.陳建宇(2002)，「台灣中小企業創業導向、組織資源與能力對企業績效影響之研究」，成功大學企業管理研究所碩士論文。44.江順興(2002)，創業導向、行銷策略與經營績效關係之研究 以大陸台商為例，國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系，碩士論文。

二、英文部分

- 1.Arthur, J. B. (1992). The link between business strategy and industrial relations systems in American steel minimills. *Industrial and Labor Relations Review*, 45, pp.488-506.
- 2.Baird, I. S. & Thomas, H. (1985), "Toward a Contingency Model of Strategic Risk-Taking," *Academy Management Review*, 10, pp.230-243.
- 3.Bird, B. (1988), "Implementing entrepreneurial idea: The case for intention," *Academy of Management Review* " Vol.13, pp.442-453
- 4.Blackwell,Roger D.& Paul W. Miniard & James F. Engel(2001), "Consumer Behavior" 19th edition South-Western Press
- 5.Bourgeois, L. & Brodwin, D. (1984), "Strategic implementation: Five approaches to an elusive phenomenon," *Strategic Management Journal* Vol.5,pp.241-264.
- 6.Bower, J. L. (1970) *Managing the resource allocation process*. Boston:Harvard University Press.
- 7.Brockhaus, R. H. (1980), "Risk taking propensity of entrepreneurs," *Academy of Management Journal*, 23, pp. 509-520.
- 8.Cantillon, R. (1934), *Essai sur la nature du commerce en general* [Essay on the nature of general commerce], (Henry Higgs, Trans.), London:Macmillan.
- 9.Covin, J. G. and T. Covin(1990), "Competitive aggressiveness, environmental context, and small firm performance," *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.14(4), pp.35-50
- 10.Covin, J. G., and D. P. Slevin, "A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior." *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 16(1), 1991, pp.7-24.
- 11.Day, George, 1994, "The Capabilities of Market-Driven Organizations", *Journal of Marketing*, Vol. 58, pp.37-52, October.
- 12.Deshpande, Rohit, John U. Farley, and Frederick E. Webster (1993), "Corporate Culture, Customer Orientation, and Innovativeness in Japanese Firms: A Quadrant Analysis," *Journal of Marketing*, Vol. 57, pp. 23-27.
- 13.Drucker, P. F. (1985), "Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles," London: Heinemann. (1998), "The Discipline of Innovation," *Harvard Business Review*, 76 (6), 149-57.
- 14.Hart, S. L. (1992), "An integrative framework for strategy-making processes," *Academy of Management Review*, Vol.17,pp.327-351.
- 15.Hurley & Hult, 1998, "Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination", *Journal of Marketing*, Vol. 62, Iss. 3; pg. 42,13 pgs.
- 16.Hunt S.D. and R.M.Morgan ,(1995), "The competitive advantage theory of competition." *J.Marketing* 59 1-15.
- 17.Ireland, R. D.; M. A. Hitt; S. M. Camp and D. L. Sexton(2001), "Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth," *Academy of Management Executive*, Vol. 15(1), pp.49-63
- 18.Jaworski, B. j. and Kohli, A. K. (July, 1993), "Market Orientation: Antecedents and Consequences," *Journal of Marketing*, Vol. 57,pp53-70.
- 19.Katz,J. & Gartner,W.B. (1988), "Properties of emerging organizations," *Academy of Management Review* Vol.13,pp429-441.
- 20.Lumpkin,G.T. & Dess, G.G.(1996), "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance," *Academy of Management Review*, 21(1), pp. 135-172.
- 21.MAcCrimmon, K. R.(1988), "Essence of Strategy: Ends, Means, and Conditions," In J. H. Grant (Ed.), *Strategic Management Frontiers*, JAI Press, Greenwich, CT, Forthcoming.
- 22.MacMillan,I.C. (1982), "Seizing competitive initiative," *Journal of Business Strategy* Vol.2,pp.43-57.
- 23.Miller, D. & Friesen, P. H. (1978), "Archetypes of Strategy Formulation," *Management Science*, 24, pp. 921-933.
- 24.Miller,D.(1983), "The correlates of entrepreneurship in three types of firms," *Management Science* Vol.29,pp.770-791.
- 25.Mintzberg,H. & Waters, J.A.(1985), "Of

strategies, deliberate and emergent, " Strategy Management Journal Vol.6,pp.257-272. 26.Narver, J.C. and Slater, S.F., 1990, " The effect of a market orientation on businessprofitability " , Journal of Marketing, Vol. 54, No. 4, pp.20-35. 27.Porter, M. E.(1980), " Competitive strategy:Techniques for analyzing industries andcompetitors, " Free Press, New York 28.Porter, M. E.(1985), " Competitive advantage:Creating and sustaining superior performance, " Fress Press, New York 29.Schumpeter, J. (1934), The Theory of Economic Development. Cambridge, England:Cambridge University Press. 30.Schumpeter, J. A.(1942), "Capitalism, socialism, and democracy," Harper & Brothers, New York 31.Slater, Stanley F.& John C. Narver(1998), " Research notes and communications customer-led and market-oriented:let " s not confuse the two " ,Strategic Management Journal,19:1001-1006. 32.Stevenson, H. H. & J. C. Jarillo, (1990), " A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management, " Strategic Management Journal, 11, pp. 17-27. 33.Shane, S. & Cable, D. (1997), " Entrepreneurship, opportunism and trust, " Working Paper.Boston,MA: Massachusetts Institute of Technology. 34.Shrivastava, P. and J. H. Grant (1985), " Empirically derived models of strategic decision-making processes " Strategic Management Journal, Vol. 6, pp.97-113. 35.Stopford, J. M. & Baden-Fuller, C. w. f. (1994), " Creating corporate entrepreneurship. " Strategic Management Journal, 41, pp.464-476. 36.Szilagyi, A. O., Management and Performance, California: GoodyearPublishing Company Inc., 1984. 37.Timmons, J. A.(1994), "New venture creation," Burr Ridge, IL:Irwin, 4th ed. 38.Venkatraman, N. (1989), " Strategic orientation of business enterprises: The construct, dimensionality, and measurement, " Management Science, 35(8), pp. 942-962. 39.Webster, Frederick E. Jr. (1988) , ' ' Rediscovering the Marketing Concept, " Business Horizons, Vol. 31, May-June, pp. 29-39.