

# A Study on Business Culture and Trust-A Case of Kid Castle Educational Corporation in Taiwan and Mainland China

吳木星、劉子歆

E-mail: 9607425@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

The purpose of this case study is to examine the relationship between business culture and trust. I will analyze business culture and how this has a strong influence on customer trust. The essential factors concerning business culture can be divided into five parts. These five parts include: Chief Belief, Organization Value, Education Training, Business System and Industry Environment. In this case study I will use Kid Castle Educational Corporation as a basis by which to analyze the importance of business culture on industry operation and how this has an influence on customer trust. Further, this case study will include essential information attained from various interviews conducted with eight directors and managers of Kid Castle branch schools. Furthermore, it is discovered by this case study that the establishment of effective business culture is crucial in today 's modern economic, knowledge based and business environment. Indeed, good business culture positively promotes effective company operation. Additionally, while the five parts that have a key role in the formation of business culture influence customer relationship, these five parts are also essential in ensuring the approval and trust of the customers towards the company. Finally, the theories and suggestions pertaining to the five parts of business culture supplied by this case study have been realized through real life business operation experiences.

Keywords : business culture ; trust ; case study

## Table of Contents

內容目錄 中文摘要 . . . . .	iv	英文摘要 . . . . .	iii
. . . . . iv 誌謝辭 . . . . .		. . . . . v 內容目錄 . . . . .	
. . . . . vi 表目錄 . . . . .		. . . . . vii 圖目錄 . . . . .	
. . . . . ix 第一章 導論 . . . . .	1	. . . . . 1 第一節 研究動機 . . . . .	
. . . . . 1 第二節 研究目的 . . . . .	2	. . . . . 2 第三節 組織結構 . . . . .	
. . . . . 4 第二章 文獻回顧與理論基礎 . . . . .	6	. . . . . 6 第一節 信任 . . . . .	
. . . . . 6 第二節 企業文化 . . . . .	17	. . . . . 17 第三節 綜合結論 . . . . .	
. . . . . 30 第三章 研究方法 . . . . .	38	. . . . . 38 第一節 研究策略 . . . . .	
. . . . . 38 第二節 研究對象選取準則 . . . . .	38	. . . . . 38 第三節 資料	
來源 . . . . . 39		第四節 資料分析方式 . . . . . 43	
信度與效度分析 . . . . . 44		第五章 個案分析 . . . . . 48	
個案背景 . . . . . 48		第一節 個案背景 . . . . . 48	
第二節 企業文化之建立與實施 . . . . . 59		第二節 企業文化之信任產生過程 . . . . . 54	
第三節 企業文化之建立與實施 . . . . . 59		第三節 企業文化之信任產生過程 . . . . . 54	
第四節 企業文化之建立與實施 . . . . . 59		第四節 企業文化之信任產生過程 . . . . . 54	
第五節 綜合結論 . . . . . 72		第五節 企業文化之信任產生過程 . . . . . 54	
75 第一節 研究結論 . . . . . 75		第六章 結論與討論 . . . . .	
. . . . . 78 第三節 研究限制與未來研究建議 . . . . . 81		第一節 結論與討論 . . . . .	
. . . . . 82 附錄 訪談記錄 . . . . . 90		第二節 理論與實務管理意涵 . . . . .	
		第三節 參考文獻 . . . . .	

## REFERENCES

- 一、中文部份: Edgar H. Schein(1996), 織文化與領導(陳千玉譯), 台北市: 五南書局, 12。 Francis Fukuyama(1988):誠信(李宛容), 台北縣: 立緒文化, 22-23 洪春吉(1997), 資訊業、鋼鐵業、紡織業之領導型態與企業文化之比較, 管理學報, 14(3), 331-358。 Hellriegel, Slocum, Woodman(1992), 組織行為學(林靈宏), 台北市:五南出版社, 293-310。 Jerald Greenberg R(2001), 組織行為(謝馥臺、張善智) 台北市:學富文化事業有限公司, 229-249。 Robert Solomon, Fernando Flores(2002), 從信任開始:成功領導的基本條件(梁若瑜譯), 台北市:麥田出版社。 Robbins S. P, 組織行為(黃麗莉), 台北市:智揚文化, 432-456。 Robbins S. P, 組織行為:概念、論題與應用(蔡承志), 台北市:桂冠圖書出版社。 Stephen P. Robbins(2001), 組織行為學第九版(李青芬、李雅婷與趙慕芬編譯), 台北:華泰書局。 Terrence E. Deal and Allan A. Kennedy(1984), 塑造企業文化, (江玲), 臺北市:經濟與生活出版事業股份有限公司。 王國安(2001), 兒童教育連鎖產業拓展中國大陸市場相關因應策略之研究-通路與組織發展計劃, 大葉大學事業經營研究所碩士論文。 王婷玉(2002), 團隊成員間價值觀契合與

個人效能:人際信任的中介效果, 國立臺灣大學心理學研究所未出版之碩士論文, 16。王新怡(2003), 家長式領導、信任與員工效能, 國立中山大學人力資源管理研究所未出版之碩士論文, 11。杜敏綺(2002), 企業文化對智慧資本蓄積之關係性研究, 國立成功大學工業管理研究所未出版之碩士論文, 1-4。李秀芬(2004), 企業文化、經營策略、任用策略與經營績效關係, 國立中山大學人力資源管理研究所未出版之碩士論文, 13。河也豐弘(1990), 如何使企業展現活力(彭中德譯), 台北市:遠流出版社。邱鈺恩(2001), 兒童教育連鎖產業拓展中國大陸市場相關因應策略之研究-目標市場界定與策略研擬, 大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。林欽榮(2002), 組織行為, 臺北市:揚智文化事業股份有限公司, 413。洪魁東(1988), 企業文化-運作與管理, 台北市:第三波文化事業股份有限公司, 40-44。洪春吉(2001), 台灣地區中、美、日資企業主管所運用之權力基礎、影響策略與企業文化之實證比較, 屏東科技大學企業管理系, 輔仁管理評論, 8(2), 117-140。洪慈鎂(2002), 顧客與金融產業之企業形象、關係行銷, 對信任度、滿意度與後續使用意願的影響, 東吳大學心理學系碩士班未出版之碩士論文, 13-14。徐依景(2002), 服務品質對顧客信任的影響 - 不同關係發展歷程下之分析, 銘傳大學國際企業學系碩士班未出版之碩士論文, 18-19。張淑青(2005), 顧客忠誠驅動因子之研究-顧客知覺價值的關鍵角色及顧客滿意度與信任的中介影響, 輔仁管理評論, 13(1), 107-132。張淑青(2005):顧客滿意度與信任對忠誠度影響之研究, 管理學報, 21(5), P611-627。黃銘廷(2001), 公務人員知識分享意願、組織信任與組織文化之關係研究, 國立台灣科技大學技術及職業教育研究所未出版之碩士論文, 29。陳麗鈴(2001), 影響顧客關係信任因素建立之探討-以汽車產品為例, 大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文, 13-15。陳麗鈴(2001), 影響顧客關係信任因素建立之探討-以汽車產品為例, 大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文, 7-11。陳振?(2005), 信任與文化:人性化過程與文化產業發展, 台北市:理得出版社。黃杉錦(2004), 企業文化、領導型態與組織創新之關係研究 - 以金融控股公司之(中部)銀行為實證, 國立中正大學企業管理研究所未出版之碩士論文, 21。黃營杉、齊德彰(2004), 服務業內部行銷、企業文化、工作滿足與經營績效間關聯性之研究 - 以台灣國際觀光旅館為例, 管理與系統, 11(4), 485-507。陳錫珍(2006.9), 學校信任效能模式之研究 - 上, 教育研究月刊, 149期, 105-110。陳錫珍(2006.10), 學校信任效能模式之研究 - 中, 教育研究月刊, 150期, 113-118。黃識銘、余泰魁(2006):關係連結與未來關係互動之研究-關係品質中介效果, 管理與系統, 13(2), 265-292。曾義明、廖本哲、簡詠喜(2004):產品價值、品牌信任、品牌情感與品牌忠誠度關係之研究, 企業管理學報, 第61期, 29-50。楊濱燦、陳瑞村(2004), 服務導向組織公民行為、顧客信任與品牌權益關係之研究, 企業管理學報, 第61期, 51-72。鄭清祥(1991), 企業文化類型、企業策略與財務績效之關係研究, 中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文, 19。蔡明田、余明助(2000), 企業文化、組織生涯管理與組織績效之關係研究-以台灣高科技產業為例, 管理評論, 19(3), 51-75。練乃華、高淑鑾(2005), 服務業顧客知覺關係狀態與未來關係發展之研究, 管理評論, 24(4), 127-144。盧瑞陽(1993), 組織行為:管理心理導向, 台北市:華泰書局, 632-645。二、英文部份: Berry, L. (1995). Relationship marketing of services - Growing interest, emerging perspectives. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23, 236-245. Deutsch, M. (1958). Trust and suspicion. *Journal of Conflict Resolution*, 2, 265-279. Dension, D.R. (1984), Bringing Corporate Culture to the Bottom Line, *Organizational Dynamics*, 13(2), 5-22. Donney, P. M. and J. P. Cannon (1997), An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships, *Journal of Marketing*, 61 (April), 35-51. Ebert, R. J. & Griffin R. W. *Business Essentials*. New Jersey, Prentice-Hall, 2000. Hosmer, Larue Tone. Trust: The Connecting Link between Organizational Theory and Philosophical Ethics. *The Academy of Management Review*, (20), 1995., 379-386. Lorsch, J.W. (1985), Strategic Myopia: Culture as an Invisible Barrier to change, In Ralph H Kilman et.al. (Eds), *Gaining Control of the Corporate Culture* (p.84), San Francisco: Jossey-Bass. Lewicki, R. J. & Bunker, B. B. 1996. Developing and maintaining trust in work relationships. In R. M. Kramer & T. R. Tyler (Eds.), *Trust in organizations: Frontiers of theory and research*. Thousand Oaks, Ca: Sage, 114-139. Morgan, R. M. & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing, *Journal of Marketing*, 58, 20-38. McAllister, D. J. (1995). Affect and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. *Academy of Management Journal*, 38(1), 24-59. Noordewier, T. G., G. John and J. R. Nevin (1990), Performance Outcomes of Purchasing Arrangements in Industrial Buyer-Vendor Relationships, *Journal of Marketing*, 54 (October), 80-93. Patricia M. Doney, Joseph P. Cannon, An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships, *Journal of Marketing*, Vol.61, No.2(Apr., 1997), .38. Peter D. Wichens (2000): The ascendant organization commitment and control for long-term, sustainable business success, This Edition Arrange with Macmillan Press Limited Through Big Apple Tuttle-Mori Agency, Inc P.129-134. Reinartz, W.J., and Kumar (October 2000), V.. On the Profitability of Long-life Customers in a Non-contractual Setting: An Empirical Investigation and Implications of Marketing. *Journal of Marketing*, (64), . 17-35. Reinhard K. Sprenger(2005): vertrauen fuhr t Worauf es im Unternehmen Wirklich ankommt. Shaun Tyson & Tony Jackson, *The Essence of Organizational Behaviour*, Copyright by Prentice-Hall, Inc. Sarah Trenholm, Arthur Jensen (1994), *Interpersonal communication*, Wadsworth Publishing Company Belmont, California A Division of Wadsworth, Inc, P.526. Singh, J. & Sirdeshmukh, D. (2000). Agency and trust mechanisms in consumer satisfaction and loyalty judgements, *Journal of Academy of Marketing Science*, 150-167. Tunstall, W. B., Breakup of the Bell System, A Case Study Cultural Transformation. In Ralph H. Kilman et al. (Eds.). *Gaining Control of The Corporate Culture*, 1985, p.45 (San Francisco: Jossey-Bass) Wallach, Ellen J. (Feb 1983), *Individuals and Organizations: The Cultural Match.*, Training and Development Journal., Yin Robert k.(1994), *Case Study Research: Design and Methods*, By Sage Publications. Inc. Zucker, L.G. (1986), Production of Trust: Institutional Sources of Economic Structure 1840-1920, In B.M. Staw & L.L.L.