

The Study on Entry Modes and Strategy of Entering International Market for Oil Seals--The Case Study of A Company ...

張淑蓉、莊銘國

E-mail: 9607558@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Global and competitive world is coming, global purchasing、global division is trend, enterprise is forced to be internationalization, oversea investment will become More than more. Therefore, the evaluation of investment is very important issue to re-duce risk. The present China of BRIC 's are discussed often, but India market seems not be discussed and studied. Our research is based on case study、philology analysis to study on the entry mode of international market for oil seal industrial、evaluation, and the entry mode of international market for developing countries. our research is using PEST analysis、intersecting analysis PEST and case、SWOT analysis to be mutual proof. The result of our research is : (1)Due to the feature of India market , such as religion diversification、big poverty gap、different area with different customs in India , consumer behavior and business are quite different from Taiwan 。Although the market demand is very potential and location advantage of a market is many , but the better way to entry India market is by joint venture. (2).The choice for entry mode is depends on motivated purpose, not industrial characteristic.

Keywords : the international entry mode ; oil seal ; india

Table of Contents

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		vii 圖目錄	
ix 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的	4	第三節 研究範圍與對象	4
4 第四節 研究流程	5	第二章 文獻探討	
6 第一節 企業國際化與動機	6	第二節 國際市場進入模式	11
11 第三節 競爭策略相關文獻	26	第四節 海外直接投資	28
28 第五節 國際化、國際進入策略、海外直接投資相關文獻	31	第三章 研究架構與研究方法	33
33 第二節 研究方法	35	第一節 研究架構	33
36 第四章 產業與個案公司介紹	38	第二節 研究對象	36
38 第二節 個案公司的介紹	41	第三節 產業分析	38
41 第一節 印度的經濟環境	54	第五章 印度環境與個案分析	54
54 第二節 個案公司進入印度市場分析	59	第一節 產業分析	54
56 第三節 個案公司進入印度市場分析	59	第二節 印度油封產業	56
59 第一節 研究結論	74	第三節 個案公司進入印度市場分析	59
74 第二節 建議	77	第一節 研究結論	74
77 第三節 研究限制	78	第二節 建議	77
78 參考文獻	79	第三節 研究限制	78
79 附錄A	85	附錄A	85
85 附錄B	89	附錄B	89
89 附錄D	91	附錄D	91

REFERENCES

一、中文部份 于卓民(2004), 國際企業管理, 台北市:麥格羅希爾。王健全(2007), 印度考查心得, 中華經濟研究院。余慕薌(2006), 金牛翻身二十一世紀看印度, 台北市:商訊文化。吳青松(2002), 國際企業管理理論與實務, 台北市:智勝。吳萬益(2000), 企業研究方法。台北市:華泰書局總經銷。巫誠恩(2001), 台灣銅片產業之競爭策略分析, 國立中山大學管理學院高階經營碩士學程專班碩士論文 李文瑞(2000), 台商赴東南亞投資進入模式決定因素之研究, 亞太管理評論, 221-236, (5, 第2期)。李昭琦(2002), 台商高科技產業經營績效與大陸投資規模之研究, 國立成功大學政治經濟所碩士論文。林天德(2000), 國際運動鞋品牌之進入策略及行銷策略之研究-以台灣市場為例, 元智大學管理所碩士論文。范秉航(2006), 牽一髮而動全身的印度總體經濟環境[線上資料], 來源:
http://www.itis.org.tw/rptDetailFree.screen?rptidno=EC_0D7C_DF49F485CB482572220053DB9C 高長, 陳威如(1998), 台商赴大陸投資所

有權進入模式決定因素分析, 管理學報, 15(3), 393-418。商業周刊編輯部(2005), 金磚四國關鍵報告, 台北市:商智文化。國貿局資訊網[線上資料], 來源: <http://cweb.trade.gov.tw>。莊銘國(2002), 行銷策略-大魚吃小魚、小魚吃大魚, 台北市:五南書局。陳琬琪(2003), 進入策略與經營績效關係之研究-以台商連鎖服務業進入中國大陸觀點分析, 中原大學企業管理系碩士論文。曾意婷(2003)。知覺環境不確定性、國際化策略與進入模式關係之研究-台灣高科技企業進入中國大陸跨文化之實證, 中原大學企業管理系碩士論文。程永明(2002), 中國大陸進入模式權變模型建構之研究-臺灣製造業之實證分析, 國立成功大學企業管理系博士論文。黃宗銘(2003), 企業競爭力對產業進入國際市場策略影響之研究—以汽車零件業為例, 大葉大學國際企業管理學系研究所碩士論文。黃進華(2007), 高速增長的汽車零組件產業[線上資料], 來源: <http://www.itis.org.tw/rptDetailFree.screen?rptidno=9F1D17E57F245DB24825727A0016B28A>。楊文彥(2004), 企業國際化動機、市場進入策略與經營績效關係之研究-以台灣速食麵製造業為實証, 國立成功大學高階管理碩士在職專班碩士論文。經濟部投資業務處(2006), 印度投資環境簡介, 台北市:經濟部。經濟部國際貿易局(2006), 95年10月--國際貿易分析, 台北。2006 National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers,USTR及台灣WTO中心摘譯資料, 2006年中國大陸對外貿易障礙評估報告, 台北:國際貿易局。戴國良(2002), 國際企業管理, 台北市:普林斯頓國際。戴國良(2004), 國家行銷管理:台商進軍國際市場寶典, 台北市:五南書局。戴熒美(2006), 印度機車市場概況[線上資料], 來源: <http://www.itis.org.tw/rptDetailFree.screen?rptidno=532E651D57BB21D74825725300330E65>。蘇張和惠(2003), 國際市場進入模式的選擇-印度和台灣藥廠經驗之實證研究, 國立成功大學管理學院高階管理碩士在職專班碩士論文。二、英文部份 Anderson, E. & Gatignon, H. (1986). Mode of Foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Proposition. *Journal of International Business Studies*, 17(1), 1-26. Balakrishna, S. & Wernerfelt, B. (1986). Technical Change, Competition and Vertical Integration. *Strategic Management Journal*, 347-359. Buckley, P. J. & Casson, M. C. (1998). Analyzing foreign market entry Strategies " extending the internalization approach. *Journal of International Business Studies*, 539-561. Brouthers, K. D. (1995). The Influence of Internatoinal Risk on Entry Mode Strategy in the Computer Software Industry. *Management International Review*, 35, 1, 7-28. Hill, C. W. L., & Jones, R. G. (2004). *Strategic Management Theory*. Texas: A&M University, 61. Hamill J., Campbell, D., Purdie, T., & Stonehouse G. (2000). *Global and Transnational Bussiness*. Wiley Publishing, 159-162. Harrigan, K. R. (1988). Joint Ventrurers and Competitive Strategy. *Strategic Management Journal*, 9, 141-158. Hill, C. W. L., Hwang,P & Kim,W. (1990). An Eelectic Theory Of the Choice of International Entry Mode. *Strategic Management Journal*, 11, 117-128. Kim, W. C. & Hwang, P. (1992). Global Strategy and Multinationals ' Entry Mode Choice. *Journal of International Business Studies*, 22(1), 29-53. Kobrin, S. J. (1976). The Environmental Determinants of Determinants of Foreign Direct Manufacturing Investment: An Ex Post Empirical Analysis. *Journal of Insternational Business Studies* (Fall-Winter), 29-42. Kogut,S. J. (1998). Trends in Ownerships of American Manufacturing Subsidiaries in Developing Countries:An Inter-Industry Analysis. *Management International Review*, 28, 73-84. Porter M. E. (1980). *Competitive Strategy*. New York: Free Presspp, 4. Vachani, S. (1995). Enhancing the Obsolescing Bargain Theory: A longitudinal Study of Foreign Ownership of U.S. and European Multinationals. *Journal of International Business Studies*, 26(1), 159-180. Ven Terpstra (1983). *International Marketing*. Drydren Press. Wehrich, H. (1982). *The SWOT Matrix- A Tool for Situational Analysis*