

The Study on the Influence of the Shoe Manufacturing Industry Move Overseas on the Taiwan Shoe Cloth Industry-Taking ...

張智皓、莊銘國

E-mail: 9607760@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Taiwan's dealers in cloth shoemaking increased the whole demand because the shoemaking in our country sprang out rapidly. It made the industry's quantity and scale in cloth shoemaking expanded constantly. This research adopts the analysis of historical document and the depth interview. Through the manufacturer in the depth interview, change the narration of interviewees into the form of narration. Compare the narration with the information, and receive the correct information. To understand the cloth shoemaking's character and future development trend via researching and analyzing. Through the depth interview to analyze and understand that Taiwan's dealers in cloth shoemaking faced the offshore migration of shoemaking OEM, the internal advantage and disadvantage, external chance and threat, and the tactics that three case companies adopted when they faced competition. It was conducive to deal the operating predicament and reach the development of competition advantage. According to this research I discovered that: 1. The dealers in cloth shoemaking who can subsist in Taiwan must take the aggressive attitudes. 2. In competitive strategy, the products life cycle of this industry have already in mature period. So the case companies took the more differences tactics. They expected to compete with other dealers on the market. 3. The case companies mostly thought that the technological innovation and producing the high additional value products was the future development trend. It showed that innovating and producing the additional value products has already reached a common consensus in the traditional industry. It was a direction of cloth shoemaking. I expected this research that the combination of theory, practice and experience researched and developed the competitive tactics and operation policies to help the dealers out. I offered it to the industrial circles as a future development reference.

Keywords : cloth shoemaking ; managementtactics ; environmental analysis

Table of Contents

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	
iv 誌謝辭		vi 內容目錄	
vii 表目錄		ix 圖目錄	
x 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	3	第三節 名詞範圍與對象	3
4 第四節 研究流程	4	第二章 相關理論與文獻探討	7
7 第一節 鞋材業相關文獻	7	第二節 策略定義	7
9 第三節 產業分析理論	15	第四節 SWOT分析	15
20 第三章 研究方法	24	第一節 研究架構	24
24 第二節 研究方法	25	第三節 研究對象選取	26
26 第四節 資料收集方式	27	第五節 研究限制	27
27 第四章 產業概況	29	第一節 台灣紡織業現況	29
29 第二節 台灣布類鞋材產業現況	32	第三節 鞋材產業發展趨勢	37
37 第四節 台灣染整及鞋材競爭力分析	41	第五章 個案公司簡介與分析	45
45 第一節 A公司	45	第二節 B公司	48
48 第三節 C公司	51	第四節 個案公司綜合分析	55
55 第六章 結論與建議	61	第一節 研究結論	61
61 第二節 研究建議	62	第三節 對後續研究之建議	62
62 參考文獻	65		

REFERENCES

一、中文部份 大前研一著(1984), 策略家的智慧(黃宏義譯)。長河出版社。司徒達賢(2001), 策略管理新論, 台北:遠流出版公司。何宣儀(2002), 臺灣企赴大陸投資動因之探討, 私立東吳大學會計學系碩士論文。吳淑貞(2002), 產業網絡、群聚現象與企業競爭力關係研究 - 以兩岸製鞋業為例, 私立中原大學企業管理研究所碩士論文。吳思華(2000), 策略九說 - 策略思考的本質, 台北:臉譜文化出版公司。吳萬益(2005), 企業研究方法, 台北:華泰書局。吳長和(2002), 台灣合成皮產業的創新與競爭策略之研究, 大葉大學事業經營研究所碩士論文。李清文(2002), 半導體晶圓製造廠商關鍵經營要素之研究 - 以新竹科學園區為例, 國立交通大學管理科學學程碩士論文。余明助(2001), 台灣中小企業產業經營環境、企業轉型策略與績效關係之研究, 第二屆海峽兩岸中小企業經營管理與發展研討會, 深圳大學主辦。林灼榮, 施雅琴(1998), 國際貿易:理論、政策、實證, 台北, 新陸。袁素萍(2003), 企業轉型成功關鍵因素之研究, 國立成功大學管理學院企業管理學系在職專班碩士論文。高瑞霞(2002), 國際供應關係與專業代工製造商垂直範圍決策之研究:以運動鞋產業為例, 國立臺灣大學國際企業研究所碩士論文。張火燦(1992), 人力資源管理與企業經營策略的整合, 就業與訓練, 10(6)期。張聰欽(2002), 台灣製鞋產業海外投資當地化策略之研究, 大葉大學事業經營研究所碩士論文。黃營杉(1996), 企業政策, 空中大學用書, 台北。陳文榮(2004), 臺灣中部地區製鞋業競爭策略分析-以四家個案公司為例, 臺中健康暨管理學院經營管理研究所碩士論文。陳永欽(1999), 台灣紡織之現況與高科技化紡織之展望, 福懋人季刊, 33期7月。陳千儀(2006), 2006春夏運動市場流行趨勢, 福懋人季刊, 46期3月。陳悅琴(1991), 跨國製造合作廠商間競合關係與策略發展研究 - NIKE、豐泰、寶成間的三角關係, 國立東華大學國際企業研究所碩士論文。唐富藏(1996), 企業政策與策略, 台北:大行出版社。經濟部商業司(1996), 商業現代化, 商業資訊服務團, 第17期第45-46頁、第19期第13-14頁、第22期第37-40頁。經濟部產業發展諮詢委員會(1998), 製鞋工會發展策略與措施, 經濟密字第0014號函核定, 4-10頁。經濟部技術處(1998), 製鞋產業發展策略, 1-3頁。經濟部工業局(1990), 製鞋工業策略規劃與未來展望。葉豐原(2001), 台灣輸美針織成衣競爭策略之研究, 大葉大學事業經營研究所碩士論文。謝安田(1985), 企業經營策略, 台北。劉仁傑(1992), 亞洲水平分工趨勢與我國製鞋工業發展, 鞋板中心研究報告。鄭陸霖(1999), 一個半邊陲的浮現與隱藏:國際鞋類市場網絡重組下的生產外移, 台灣社會研究季刊。賴俊源(2002), 台灣集團企業經營策略之比較 - 以運動製鞋業為例, 中華大學科管理研究所碩士論文。魏上凌(2002), 臺商對大陸投資進入時機、區域群聚與績效關係之研究, 國立臺灣大學商學研究所博士論文。

二、英文部份 Aaker, D. A. (1985). *Strategy Market Management*. (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc. Aldag, R. J. and T. M. Steam (1987), *Management*, Cincinnati: South-Western publishing Co.p.223. Ansoff, H. I. (1965). *Corporate strategy*. New York: McGraw-Hill. Chandler. A. (1962). *Strategy and structure*. New York: Doubleday. Charles W.L. Hill & Gareth R. Jones (2004). *Strategic Market theory* Ghemawat, P.(1999). *Strategy and the business landscape*. Readings, MA: Addison Wesley. Hannan, M.T., & J. Freeman (1989). *Organizational Ecology*. MA: Harvard University Press. Hofer, M. A., (1991). *Development psychobiology*. Oxford University, N. Y. Hofer, C.W. and D. Schende (1978), *Strategy Formulation: Analytical Concepts*, West: St Paul, MN. Kotler, P. & G. Armstrong (1997). *Principles of Marketing*. (7th ed.). PrenticeHall.149 Mintzberg, H. (1990). *The design school: Reconsidering the basic premises of strategic management*. *Strategic Management Journal*, 11, 171-196. Porter, M. E., (1980). *Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: The Free Press. Porter, M. E., (1985). *Competitive Advantage*. New York: The Free Press.