

A Study of Elementary School Competitive advantage, Marketing Strategy and Organizational Performance

林依盈、鄭華清

E-mail: 9800867@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The purpose of this research is to discuss primary school staffs' perceptions towards school competitive advantage, marketing strategy and organization performance. Re-lated literature is reviewed and explored. The main research method is to investigate by questionnaires, and 313 effective samples are picked from teachers of Tai- Chung County. Statistical methods employed in this research are: frequency distribution, mean, standard deviation, factor analysis, Pearson's correlation coefficient, regression analysis method.

The conclusions of this research are:

1. Collect samples in primary school have the same conditions, different strategy was not found.
2. The most common way to carry out primary school marketing strategy was by traditional way.
3. The most common way to carry out school marketing strategies were product, promotion and people strategy.
4. Holding Parents-Teacher Association symposium, building a website to announce new information, announcing competitions achievements were the most common way in primary school marketing strategy.
5. Implementing marketing in primary schools has remarkable positive effect to-ward organization performance.
6. Teachers in primary school consider school competitive advantage and organization performance have no consequential relation.
7. Acknowledge fewer born environment trends and put difference strategy into practice to enhance primary school competitive advantage were important task.

Keywords : primary school、 competitive advantage、 marketing、 organization performance

Table of Contents

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	xi
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	2
第二節 研究目的	2
第三節 研究流程	2
第二章 文獻探討	4
第一節 學校競爭優勢	4
第二節 學校行銷策略	8
第三節 組織績效	24
第三章 研究設計與實施	29
第一節 研究架構	29
第二節 研究假設	30
第三節 操作性定義	31
第四節 研究對象與抽樣	33
第五節 問卷設計	33
第四章 研究結果與分析	38
第一節 信度分析	38
第二節 樣本資料統計分析	39
第三節 競爭優勢、行銷策略與招生績效描述性統計	

	分析	
40		
	第四節 競爭優勢、行銷策略因素分析結果	45
	第五節 競爭優勢、行銷策略與招生績效之關聯	50
	第六節 競爭優勢、行銷策略與招生績效之相互影響 關係	
51		
	第七節 假設與驗證結果	55
第五章	結論與建議	57
	第一節 研究結論	58
	第二節 研究建議	61
	第三節 研究限制	64
	第四節 後續研究建議	64
參考文獻	66

表目錄

表 2-1	各學者所提出競爭策略的理論	4
表 2-2	波特提出的競爭優勢理論	5
表 2-3	SWOT 分析項目因素要件：內外部環境構面要素	6
表 2-4	國外學者對學校行銷的研究	8
表 2-5	國內學校行銷之相關研究	11
表 2-6	各學者所提學校行銷策略	16
表 2-7	績效衡量指標的相關實證研究	26
表 2-8	非營利組織績效的相關研究	27
表 2-9	國民小學招生績效的衡量面向	28
表 3-1	本研究之操作性定義	31
表 4-1	各構面信度係數	38
表 4-2	有效樣本之個人基本資料分析(n=313)	39
表 4-3	敘述統計分析 樣本個數 n=313	40
表 4-4	敘述統計分析 樣本個數 n=313	42
表 4-5	各國小招生績效一覽表(近三年報到率)	45
表 4-6	敘述統計分析 樣本個數 n=313	45
表 4-7	KMO統計量數之判斷準則	46
表 4-8	KMO與Bartlett球面檢定	46
表 4-9	競爭優勢因素特徵值及累積解釋變異量	47
表 4-10	競爭優勢因素負荷量結構表	47
表 4-11	行銷策略因素特徵值及累積解釋變異量	49
表 4-12	行銷策略因素負荷量結構表	49
表 4-13	競爭優勢、行銷策略與招生績效之相關分析	51
表 4-14	國民小學招生績效之變數定義	52
表 4-15	迴歸係數	53
表 4-16	迴歸係數	54
表 4-17	假設驗證表	57

圖目錄

圖 1-1	研究流程	3
圖 2-1	SWOT分析的架構	22
圖 3-1	研究架構圖	30

REFERENCES

一、中文部分尤秀貞(2005), 台中市國民小學教師對學校行銷策略認同度之研究, 國立嘉義大學國民教育研究所未出版之碩士論文。王春生(2005), 台灣私立高級中學競爭策略與行銷策略的研究-以私立港明高中為例, 私立南台科技大學高階主管企業碩士班未出版之碩士論文。王憲筠(2003), 國內外經營環境改變下我國私立大學院校競爭策略之探討, 私立元智大學管理研究所未出版之碩士論文。吳秉恩(1991), 組織行為學, 台北:華泰。吳思華(2000), 策略九說, 台北:臉譜出版社, 36。吳謹全(2003), 國?新竹師範學院策?性?銷規劃之調查研究, 國?新竹師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。呂惠美(2001), 私立中等藝術學校行銷策略之研究, 國立中山大學管理學院高階經營碩士學成專班未出版之碩士論文。李小芬(2001), 學校行銷, 社教雙月刊, 101, 55-56。李淑媛(2006), 苗栗縣國民小學教育人員對學校行銷知覺之研究, 國立台中教育大學教育學系學校行政碩士在職專班未出版之碩士論文。?自在(2004), 戶政人員的知?學習、成就動機、組織文化對其組織創新、組織承?與組織?政績效之影響性研究 - 以嘉義縣市各戶政事務所為?, 私立南華大學管理科學研究所未出版之碩士論文。林建志(2003), 高雄市國民小學教育人員對學校行銷策略認知及其運作之研究, 國立高雄師範大學國民教育研究所未出版之碩士論文。林慶川(2002), 國民小學教育人員與家長對教育行銷實施現況之知覺與態度, 國立台中師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。侯貴?(2006), 主管轉型?導、學習型組織與組織績效之相關研究 - 以國?社教機構為?, 國立中正大學成人及繼續教育學系未出版之碩士論文。范熾文(2004), 國小校長轉型、互易領導與學校組織績效之研究, 花蓮師院學報, 19, 21-40。孫嘉琪(2003), 組織學習、組織創新與企業核心競爭優勢關係之研究 - 以台灣發光二極體產業為例, 私立南華大學管理科學研究所未出版之碩士論文。宮文卿(2005), 國民小學?銷管?之研究 - 以臺?市某國民小學為?, 臺?市?師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。張文菁(2001), 企業特性, 人力資本, 產業環境與組織績效相關性研究, 國立中山大學人力資源管理研究所未出版之碩士論文。許詩旺(2002), 國民小學教育人員對行銷策略認知及其運作之研究, 國立屏東師範學院教育研究所未出版之碩士論文。陳信智(2005), ?銷??應用於學校經營之探究, 國?臺東大學教育研究所未出版之碩士論文。陳哲彥(1998), 人力資源管理與組織績效之關係 - 本土及外資企業的比較, 國立中山大學人力資源管理研究所未出版之碩士論文。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係未出版之碩士論文。陳瑞相(2005), 桃園縣公立國民小學教育人員對學校行銷策略認知及運作之研究, 國立台北教育大學教育政策與管理研究所未出版之碩士論文。陳鼎華(2002), 成人教育工作者對?銷?認知及其訓?需求之研究, 國?中正大學成人及繼續教育研究所未出版之碩士論文。彭曉瑩(2000), 師範院校教育行銷現況困境及發展策略之研究, 國立台南師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。湯堯(2001), 論述高等教育經營之策略:以SWOT為例, 國立高雄師範大學教育學系教育學刊。湯堯(2001), 學校經營與管理:大學經費分配、募款與行銷, 台北:五南。黃金地(2004), 雲林縣國民小學學校行銷策略認知與現狀之研究, 國立嘉義大學國民教育研究所未出版之碩士論文。黃俊英(2001), ?銷學的世界, 臺?:天下文化。黃建銘(2000), 公部門?銷模式與策?之探討, 人?發展月刊, 75, 29-38。黃義良(2004), 學校運用行動研究發展行銷的歷程及策略之探討 - 以台南縣一個偏遠小學為例, 教育行動研究與教學創新(上冊), 台北:揚智文化。黃曉芬(2003), 學校行銷策略之研究-以三所私立國民小學為例, 國立台東師範學院教育研究所未出版之碩士論文。鄭佳宜(2006), 國民小學學校形象與行銷策略之研究 - 以中部四縣市為例, 國立嘉義大學教育行政與政策發展研究所未出版之碩士論文。鄭錫禧(2006), 國民小學教育人員學校?銷管?知覺之研究, 國?臺中大學國民教育研究所未出版之碩士論文。盧相如(2007), 大學行政人員內部行銷工作滿足及工作績效之關聯性研究-以某大學為例, 私立高苑科技大學經營管理研究所未出版之碩士論文。謝水乾(2003), 台南縣市國民小學教育人員對學校行銷策略認知及其運作之研究, 國立台南師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。

二、英文部份Carroll, S. J. & Schnier, C. E. (1982). Performance appraisal and development of performance in organization. Glenview Illinois: Scott, Foresman. Choi, F.D. (1992). International accounting. England. Cliffs: Prentice-Hall, Inc. Connor, C. M. (1999). Marketing strategic in one school's success story. Independent school, 58(3), 38-43. Delaney, J. T., & Huselid, M. A. (1996). The Impact of Human Resource Management Practices on Perceptions of Organizational Performance. Academy of Management Journal, 39(4), 949-969. Gary, L. (1991). Marketing education. Buckingham: Open University Press. Gleason, J. M., Dariod, T., & Barnum, H. (1982). Toward Valid Measure of Public Sector Productivity: Performance Measure in Urban Transit. Management Science, 24(4), 168-205. Goldgehn, L. A. (1990). Are U.S. colleges and universities applying marketing techniques and within the context of an overall marketing plan. Journal of Marketing for Higher Education, 13(1), 5-28. Kast, F.E. (1985). Organization and Management (4th ed.). New York: Mc Graw-Hill Book Co. Klassem, M. S., & Moursi, M. A. (1971). Managerial Effectiveness. Academy of Management Journal, 9(6), 381-388. Kotler, P., & Levy, S. J. (1969). Broadening the Concept of Marketing. Journal of Marketing, 33(1), 10-15. McCarthy, Jerome E. (1981). Basic marketing: A managerial approach Homewood (7th ed.). Illinois: Richard D. Irwin Inc. Menguc, B. (2000). An Empirical Investigation of a Social Exchange Model of Organizational Citizenship Behaviors Across Two Sales Situations: A Turkish Case. Journal of Personal Selling and Sales Management, 20(4), 205-214. Reynolds, W. H. (1965). The Role of the Consumer in Image Building. California Management Review, 7, 69-76. Robenstine, C. (2000). School choice and administrators: Will principals become markers. The Clearing House, 74(2), 95-98. Szilagyi, A. O. (1981). Management and Performance. California: Good year Publishing company Inc. Venkatraman, N. (1986). Measurement of business performance on strategy research: A comparison of approaches. Academy of Management Review, 11(4), 801-811. Zivic, L. J. (1989). Evaluation of private higher education marketing strategies in New England Colleges: a descriptive study. Unpublished doctoral dissertation, Peabody college for teachers of Vanderbilt University.