

技術創新、企業聲望對財務績效之影響以營建業為例

陳 妤、唐啟發

E-mail: 9805866@mail.dyu.edu.tw

摘要

影響組織績效的原因有很多，本研究由企業聲望的角度出發，主要探討T期企業聲望指標得分較佳的公司對前一期(T-1)之技術創新之研究及T期企業聲望對下一期(T-1)之財務績效上是否也有較佳的表現。另外以中介檢定，檢定技術創新對於財務績效是否具有中介效果；整個分析的過程中，以分析營建業以及上游產業鋼鐵產業。本研究方法為迴歸分析，在技術創新所使用之指標為：研發密度、研發生產力及研發強度；企業聲望所使用之指標為：天下雜誌標竿企業之企業聲望總指標；另外在財務績效所使用的指標為：資產報酬率(ROA)、股東權益報酬率(ROE)、純益率(ROS)及每股盈餘、(EPS)。實證結果發現：對整體產業而言，T期企業聲望對T+1期財務績效、前一期(T-1)技術創新皆有正向相關，技術創新能力對財務績效也有正向相關。營建產業之創新研發密度對資產報酬率(ROA)、每股盈餘、(EPS)皆有顯著之正向影響，另外研發強度對資產報酬率(ROA)也有顯著正向影響；營建業之研發生產力及研發強度經實證結果發現對其企業聲望皆有顯著之正向影響。本研究發現企業之研發密度對其財務績效指標EPS、ROE、ROS有較直接之顯著影響效果，並不具有中介效果。

關鍵詞：企業聲望、技術創新、財務績效

目錄

中文摘要
英文摘要
誌謝辭
內容目錄
表目錄
圖目錄
第一章 緒論
第一節 研究動機
第二節 研究目的
第三節 研究流程
第二章 文獻探討
第一節 營建業
第二節 企業創新
第三節 企業聲望
第四節 財務績效
第五節 企業聲望前置及後置變項
第三章 研究方法
第一節 研究架構與研究假設
第二節 樣本分析
第三節 操作行定義
第四節 分析方法
第四章 實證資料分析與討論
第一節 技術創新、企業聲望指標對財務績效之相關分析
第二節 技術創新、企業聲望指標對財務績效之迴歸分析
第五章 結論與建議
第一節 研究結果
第二節 結論
第三節 管理意涵及建議
第四節 研究限制與後續研究建議
參考文獻

表目錄

表 2-1 住宅存量	
表 2-2 企業創新相關文獻	
表 2-3 建築創新相關文獻	
表 2-4 技術創新相關文獻	
表 2-5 企業聲望相關文獻	
表 2-6 Fortune與天下雜誌聲望構面的對照	
表 2-7 財務績效之相關文獻	
表 2-8 企業聲望與財務績效間之關係	
表 2-9 企業聲望各構面與財務績效間之關係	
表 3-1 樣本年度與產業別及公司數	
表 3-2 樣本遺失值	
表 3-3 技術創新之衡量構面定義	
表 3-4 技術創新之衡量構面	
表 3-5 標竿企業聲望調查十項研究指標定義	
表 3-6 企業聲望研究構面	
表 3-7 財務績效研究構面	
表 3-8 整體研究構面	
表 4-1 T期企業聲望與T+1期整體產業組織績效相關	
表 4-2 企業聲望之迴歸	
表 4-3 企業聲望之迴歸	
表 4-4 企業聲望之迴歸	
表 4-5 企業聲望之迴歸	
表 4-6 T+1期資產報酬?(ROA)之迴歸	
表 4-7 T+1期股東權益報酬率(ROE)之迴歸	
表 4-8 T+1期純益率(profit margin)之迴歸	
表 4-9 T+1期每股盈餘(EPS)之迴歸	
表 4-10 T+1期資產報酬?(ROA)之迴歸	
表 4-11 T+1期股東權益報酬率(ROE)之迴歸	
表 4-12 T+1期純益率(profit margin)之迴歸	
表 4-13 T+1期每股盈餘(EPS)之迴歸	
表 4-14 T+1期資產報酬?(ROA)之迴歸	
表 4-15 T+1期股東權益報酬率(ROE)之迴歸	
表 4-16 T+1期純益率(profit margin)之迴歸	
表 4-17 T+1期每股盈餘(EPS)之迴歸	
表 4-18 T+1期資產報酬?(ROA)之迴歸	
表 4-19 T+1期股東權益報酬率(ROE)之迴歸	
表 4-20 T+1期純益率(profit margin)之迴歸	
表 4-21 T+1期每股盈餘(EPS)之迴歸	
表 5-1 研究結果彙整表	

圖目錄

圖 1-1 研究流程圖	
圖 2-2 企業聲望建立過程	
圖 3-1 研究架構圖	
圖 3-2 資料分析架構圖	
圖 3-3 資訊?完全情況下聲望建?程序之模型	

參考文獻

一、中文部份方世杰(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, 16(4), 633-659。江志民, 謝鑫能, 蘇志雄, 鄭宇庭(2002), 台灣地區技術創新調查之前期研究的調查方法與抽樣設計, 輔仁管理評論, 9(3), 111-138。艾英

旭(2005), 建築創新的淺析, 建築論壇, 23(1), 29-30。吳佩真(1994), 企業形象管理-企業識別系統之應用, 國立中興大學企業管理研究所未出版之碩士論文。吳萬益, 吳志正(1996), 台美日企業在台灣及大陸企業經營環境及競爭策略之研究, 臺大管理論叢, 7(1), 49-84。?奇樺(1997), 組織公平、企業聲望認知與組織承?之關係探討, 國?中央大學人?資源管?研究所未出版之碩士?文。李山田(2005), 創新活動對組織績效之影響 - 以商業銀行為例, 國?中央大學人力資源管?學系未出版之碩士?文。李弘成(2007), 影響台灣上市櫃公司研發密度水準因素探討, 國?東華大學企業管?學系未出版之碩士?文。林任達(2002), 台灣高科技及非高科技企業跨國購併宣告對股票報酬與財務績效影響之研究, 私立中原大學企業管理研究所未出版之碩士論文。林志維(2002), 競爭策略, 技術環境, 技術創新與創新績效之關係研究 - 以電子高科技業與化工業為研究對象, 國立成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。林勤倫(2005), 企業購併之財務績效研究, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。?妙雀(2005), 智慧資本與創新策略對跨國企業經營績效影響之研究 - 以台灣地區電子資訊業為例, 私立文化大學國際企業學系未出版之碩士?文。?益弘(2004), 社會責任與研發支出之關聯性分析 - 全球實證分析, 國?台北大學合作經紀學系未出版之碩士?文。?惠?(2007), 企業聲望對於組織經營績效之影響探討, 國?中央大學人力資源管?學系未出版之碩士?文。柯如欣(2007), 從利害關係人之意願與行為探討企業社會責任與企業財務績效間之關聯性 - 國際實證研究, 國立台北大學合作經濟系研究所未出版之碩士論文。洪慈鎡(2003), 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, 私立東吳大學心理學研究所未出版之碩士論文。洪震宇(2003), 超競爭時代, 四把制勝金鑰匙, 天下雜誌(274)超競爭時代, 台北:天下雜誌。馬嶸(2007), 城市人文精神與建築創新之研究, 嘉興學院學報, 9(3), 9-13。涂秋汝(1997), 定期海運業企業社會責任、企業形象, 與組織績效之探討, 國?成功大學航運管?學系未出版之碩士?文。張元怡(2007), 航空公司企業形象影響?客搭機選擇?為之研究, 私立世新大學觀光學系未出版之碩士?文。張忠謀(2001), 張忠謀自傳, 台北:天下文化出版股份有限公司。連世銘(2001), 服務業導入ISO-9000系列品保制度對經營績效之影響模式研究, 私立大葉大學工業工程學系未出版之碩士論文。陳鈺達(2002), 企業形象, 服務補救期望與補救後滿意度關係之研究, 私立文化大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。曾玉明(1998), 台灣產業的創新競爭力在哪裡, 能力雜誌, 510, 16-23。曾麗玉(2005), 智慧資本與創新策略對跨國企業經營績效影響之研究 - 以台灣地區電子資訊業為例, 私立文化大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。黃俊英(1992), 企業與社會(2版), 台北:中華民國管理科學學會。黃俊英(1993), 大陸內銷市場的現況, 台北:行政院大陸委員會。黃英忠(1994), 現代人力資源管理, 台北:華泰書局。楊麗銀(2008), 以平衡計分卡探討創新能力與資本支出對企業績效之影響, 私立大葉大學事業經營研究所之未出版之碩士論文。溫金豐(1994), 企業教育訓練實施與績效之研究 - 由外在環境、組織特性及經營策略三方面探討, 國立中山大學企業管理研究所碩士論文。詹淑清(2001), 研發與高科技廠商獲利能力之實證研究, 台灣經濟金融月刊, 37(5), 72-83。蔡明田, 張淑昭, 永真, 廖耀生(2001), The Moderating effects of resources and control systems on the relationship between diversification strategy and performance, 輔仁管理評論, 8(2), 197-222。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, 國立台灣大學商學研究所未出版博士論文。蕭幸?(2006), 探討高科技產業智慧資本與公司股價之關聯性, 私立崑山科技大學企業管理研究所未出版之碩士?文。賴士葆(1996), 商學總論, 台北:麥田出版股份有限公司, 460。賴士葆, 王秉鈞, 黃佑安(1997), 創新能力與新產品研發過程關係之研究, 1997年科技管理研討會論文。謝幼齡(2000), 企業聲望與組織績效跨期之相關性研究, 國立中央大學企業管理研究所未出版之碩士論文。謝安田(1980), 人事管理, 台北:三民書局。顏如妙(1999), 企業創新力指標建構之研究, 國立政治大學科技管理研究所未出版之碩士?文。二、英文部分Aupperle, K., Carroll, A., & Hatfield, J. (1985). An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability. *Academy of Management Journal*, 28, 446-463. Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182. Burgelman, A., & Rosenbloom, R. S. (1989). Technology strategy: An evolutionary process perspective, research on technological innovation. *Management and Policy*, 4, 1-23. Clark, B., & Montgomery, D. (1998). Deterrence, reputations, and competitive cognition. *Management Science*, 44(1), 62-82. Cravens, D. W., Ingram, T. N., LaForge, R. W., & Young, C. E. (1993). Behavior-based and outcome-based salesforce control systems. *Journal of Marketing*, 57(4), 47-59. Cravens, K., G., Oliver, E., & Ramamoorti, S. (2003). The reputation index: Measuring and managing corporate reputation. *European Management Journal*, 21(2), 201-212. Daft, R. L. (1978). A dual-core model of organization innovation. *Academy of Management Journal*, 21, 193-210. Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590. Damanpour, F. (1996). Organizational complexity and innovation: Developing and testing multiple contingency models. *Management Science*, 42, 693-716. Eberl, M., & Schwaiger, M. (2005). Corporate reputation: Disentangling the effects on financial performance. *European Journal of Marketing*, 39(8), 838-854. Edvinsson, L., & Malone, M. S. (1997). *Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by finding it's Hidden Roots*. New York: Harper Collins Publishers Inc. Ettlie, J. E., & Reza, E. M. (1992). Organizational integration and process innovation. *Academy of Management Journal*, 35, 795-827. Fombrun, C., & Shanely, M., (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 33, 233-258. Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 33(2), 233-258. Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing value from the corporate image*. Boston: Harvard Business School Press. Gilley, J. W., & Egghland, S. A. (1989). *Principles of human resource development*. New York: Addison-Wesley Publishing, Inc. Herbig, P., Milewicz, J., & Golden, J. (1994). A Model of reputation building and destruction. *Journal of Business Research*, 31, 23-31. Irwin, J. G., Hoffman, J. J., & Lamont, B. T. (1998). The effect of the acquisition of technological innovations on organizational performance: a resource-based view. *Journal of Engineering and Technology Management*, 15(1), 25-54. Julie, H. H. (2000). Performance measures and management control in new product development. *Accounting Horizons*, 14(3), 303-324. Knight, K. E. (1967). A descriptive model of intra-firm innovation process. *Journal of Management*, 41, 478-496. Kreitner, R. & Kinicki, A. (1997). *Organizational behavior*(3rd ed.). Boston: Homewood. Lev, B., & Sougiannis, T. (1996). The capitalization, amortization and value relevance of R&D. *Journal of*

Accounting and Economics 21, 107-138. Maidique, A. M., & Patch, P. (1988). Corporate strategy and Technology Policy, 273-342. Mass: Pitman Publishing Inc.

Maidique, M. A., & Patch, P. (1982). Corporate Strategy and Technological Policy. Cambridge: Ballinger.

Meehan, J., Meehan, K., & Richards, A. (2006). Corporate social responsibility-the 3C-SR model. *International Journal of Social Economics*, 33, 386-398.

Mogee, M. E., & Schacht, W. H. (1980). *Industrial innovation : major issues system*. District of Columbia: Library of Congress, Congressional Research Service.

Morbey, G. K., & Reithner, R. M. (1990). How R&D affects sales growth, productivity and profitability. *Research Technology Management*, 33(3), 11-14.

Moskowitz, M. (1972). Choosing socially responsible stocks. *Business and Society*, 1(1), 71-75.

Nguyen, N., & LeBlanc, G. (2001). Image and reputation of higher education institutions in students ' retention decisions. *The International Journal of Educational Management*, 15(7), 303-311.

Policy, B. (2000). *Science, technology and innovation in the new economy*. New York: Paris.

Oslo, M. (1997). Proposed guidelines for collecting and interpreting technological innovation data. New York: Paris.

Olusoga, S. A. (1993). Market concentration versus marker diversification and internationalization: Implications for MNE performance. *International Marketing Review*, 10(2), 40-59.

Parquet, R., & Eibert, H. (1975). Socially responsibility : The underlying factors. *Business Horizons*, 18, 5-10.

Peake, J. (1980). *Public relations in business*. New York: Harper Row Publish Inc.

Pereira, Z. L., & Aspinwall, E. (1997). Total quality management versus business process re-engineering. *Journal of Total Quality Management*, 8(1), 33-42.

Peter, F. D. (1973). *Management: Tasks, responsibility, practices*, New York: Harper & Row.

Peter, F. D. (1986). *Innovation and entrepreneurship - practice and principles*. New York: Harper Business.

Rajaopalan, N., Rasheed, A. M., & Datta, D. K. (1993). Strategic decision processes: Critical review and future directions. *Journal of Management*, 19(2) 349-384.

Roberts, P. W., & Dowling, G. R. (2002). Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic Management Journal*, 23(12), 1141-1158.

Sabate, J. M., & Puente, E. (2003). Empirical analysis of the relationship between corporate reputation and financial performance: A survey of the literature. *Corporate Reputation Review*, 6(2), 161 – 177.

Shapiro, C. (1983). Premiums for high quality products as returns to reputations. *The quarterly Journal of Economics*, 98(4), 61-79.

Shrum, W., & Wuthnow, R. (1988). Reputational status of organizations in technical system. *American Journal of Sociology*, 93(4), 882-912.

Soloman, R., & Hansen, K. (1985). *It ' s good business*. New York: Atheneum.

Tidd, B. (1997). *Managing innovation: Integrating technological and organizational change*. New York: John Wiley & Sons.

Tushman, M., & Nadler, G. (1986). Organizing for innovation. *California Management Review*, 28(3), 8-12.

Ullmann, A. (1985). Data in search of a theory: A critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and economic performance. *Academy of Management Review*, 10, 540-577.

Utterback, J. M., & Abernathy, W. J. (1975). A dynamic model of process and product innovation. *Omega*, 3, 639-656.

Van, B. M. E. (1999). A yardstick for knowledge management. *Training & Development*, 53(5), 71-78.

Vance, S. (1975). Are socially responsible firms good investment risks? *Management Review*, 64, 18-24.