

# 社會資本與價值創造：鼎泰豐之個案研究

黃泓珍、劉子歆

E-mail: 9805926@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

現今消費者對於品質、衛生與服務之要求日益增加，而由於餐飲業進入障礙低，國內轉、創業族多以此為優先選擇，使得餐飲業市場競爭激烈，因此企業為達永續經營，透過不斷地自我提升，創造自身之價值。

另一方面，隨著全球化與國際化興起，我國知名餐飲業品牌包括王品、鼎泰豐、85°C等，國內餐飲市場已向國際版圖經營，企業為能在變動劇烈的市場中生存，除了考慮市場中的競爭環境，應更重視網絡關係、社會合作，透過社會資本進而創造價值。

本研究之個案公司-鼎泰豐，在其發展歷程中，透過網絡成員形成企業之結構性社會資本，而在此結構性社會資本內，合作雙方之認知性社會資本所產生的信任與互惠，使企業產生自我增強之循環，改善企業之資源，而企業身為價值之創造者，透過社會資本的管道，提升企業之價值，減少顧客認知與企業經營之差距，而此差距的減少，因此，企業可透過社會資本創造價值。

準此，本研究利用鼎泰豐之個案，解釋該公司如何以社會資本，成功的創造價值。本研究據此延伸社會資本之解釋，並提供企業以社會資本創造價值之參考建議。

關鍵詞：社會資本、價值創造、鼎泰豐

## 目錄

中文摘要	iii
英文摘要	iv
誌謝辭	vi
內容目錄	viii
表目錄	x
圖目錄	xi
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	4
第三節 研究流程	4
第二章 文獻探討	7
第一節 社會資本	7
第二節 社會資本與價值創造	12
第三節 研究架構	15
第三章 研究方法	18
第一節 個案研究法與研究對象	18
第二節 資料來源	19
第三節 資料分析方法	22
第四節 信度與效度	23
第四章 個案分析	26
第一節 公司簡介	26
第二節 鼎泰豐之社會資本	29
第五章 結論與討論	46
第一節 研究結論	46
第二節 理論與實務貢獻	47
第三節 研究限制與未來研究建議	47
參考文獻	49

## 表目錄

表 2-1 社會資本的定義 . . . . .	8
表 2-2 價值創造之意涵相關文獻整理 . . . . .	13
表 3-1 個案研究資料庫目錄 . . . . .	21
表 3-2 個案研究處理研究設計測試問題的作法 . . . . .	24
表 4-1 鼎泰豐之重要紀事 . . . . .	27
表 4-2 鼎泰豐海外據點及開店數 . . . . .	37
表 4-3 鼎泰豐之顧客認知 . . . . .	40
表 4-4 顧客認知與鼎泰豐經營目標之比較 . . . . .	43

## 圖目錄

圖 1-1 研究流程圖 . . . . .	6
圖 2-1 概念性架構圖 . . . . .	17
圖 3-1 收斂多重個案證據來源圖 . . . . .	20
圖 4-1 海外市場拓展時間 . . . . .	30
圖 4-2 鼎泰豐之社會資本與價值創造 . . . . .	35
圖 4-3 鼎泰豐各年度報導量 . . . . .	36

## 參考文獻

一、中文部分104黃頁(2009), (上海鼎泰豐)上海廣成餐飲有限公司[線上資料], 來源:

- [http://www.104info.com.tw/company.cfm?i=5e3a44285\\_6363f472443401d1d1d619443a366b88j01#01](http://www.104info.com.tw/company.cfm?i=5e3a44285_6363f472443401d1d1d619443a366b88j01#01)[2009, May 1]。TVBS-N新聞(2003), 新加坡Bread Talk 麵包會說話[線上資料], 來源: [http://www.tvbs.com.tw/news/news\\_list.asp?no=jcw62020030702221531](http://www.tvbs.com.tw/news/news_list.asp?no=jcw62020030702221531)[2009, May 1]。王梅(2000), 鼎泰豐傳奇, 台北:天下文化。江明修(2004), 充實社會資本之研究, 台北:行政院經濟建設委員會。行政院主計處(2003), 近年我國餐飲業營運概況[線上資料], 來源: <http://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=5805&ctNode=1831>[2003, Sep 9]。吳昭怡, 楊紀華(2008), 讓鼎泰豐以「慢」取勝, 天下雜誌, 391。林俊格(2003), 網路策略、跨組織學習與價值創造關連性——自行車領導廠商為例, 國立雲林科技大學企業管理系未出版之碩士論文。邵秀玲(2005), 以社會資本觀點探討中階主管之事業生涯成功與工作績效, 國立中山大學人力資源管理研究所未出版之碩士論文。洪懿妍(2000), 徐重仁輸出台灣成功經驗, 天下雜誌, 235。張浚鉸(2004), 策略網絡中供應商談判力與交易成本對交易關係品質之影響, 國立雲林科技大學企業管理系未出版之碩士論文。黃鴻湖(2007), 典範鼎泰豐:楊紀華的小籠包大秘密, 台北:商周出版。新聞知識庫(2009), 報紙收錄[線上資料], 來源: <http://newsp-aper.ntl.gov.tw/newscgi/ttswebx?@0:0:1:ttsnews@@0.5503724629961424> [2009, June 3]。楊永妙(2002), 楊紀華打造鼎泰豐台灣名牌, 遠見雜誌, 194。鼎泰豐公司網站(2008), 公司重要紀事[線上資料], 來源: <http://www.dintaifung.com.tw/ch/index.asp>[2008, Sep 25]。鴻觀郵報(2008), 楊紀華:鼎泰豐品質比賺錢重要[線上資料], 來源: <http://www.vatm.com.tw/Knowledge-post.html>[2008, April 40]。二、英文部分Adler, Paul S., & Know, Seok-Woo (2002). Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, 27, 17-40.Baker, W. (1990). Market networks and corporate behavior. *American Journal of Sociology*, 96, 589-625.Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.). *Handbook of theory and research for the sociology of education*: 241-258. New York: Greenwood.Burt, R. S. (1992). Structural holes: The social structure of competition. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35, 128-152.Coleman, J. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.Coleman, J. S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.Dale, R. (1992). *International Banking Deregulation The Great Experiment: The New Financial Regulatory Framework in Canada*, Blackwell Publishers, 120-121.Fukuyama, F. (1995). Social Capital and The Global Economy. *Foreign Affairs*, 74(5), 89-103.Gale, B. T. (1994). *Managing Customer Value: Creating Quality and Service That Customers Can See*. New York: The Free Press.Ghemawat, P. (1999). *Strategy and the business landscape*. Readings, Massachusetts: Addison Wesley.Grootaert, C., & Bastelaer, T. (2001). Understanding and measuring social capital: A synthesis of findings and recommendations from the social capital initiative (Social Capital Initiative Working paper 24). Washington, District of Columbia: The World Bank.Hill, W. L. C., & Jones, G. R. (1998). *Strategic management theory: An integrated approach*. Boston: Houghton Mifflin Co.Holm, D. B., Erksso K., & Johanson J. (1999). Creation value through mutual commitment to business network relationships. *Strategic Management Journal*, 20(5), 487-496.Jacob, J. (1965). *The principles of psychology*. New York: Dover Publications.Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.Krishna, A. (2000). Creating and harnessing social capital. In: Dasgupta, P., Serageldin, I. (Eds.), *Social Capital: A Multifaceted Perspective*. The World Bank, Washington, District of Columbia, 71-93.Lin, N., Ensel, W. M., & Vaughn, J. C. (1981). Social Resources and Strength of Ties: Structural Factors in Occupational Status Attainment. *American Sociological Review*, 46(4), 393-405.Lesser, E. L., & Prusak, L. (2000). Communities of practice, social capital and organizational knowledge. In E. L. Lesser, M. A. Fontaine, & J. A. Slusher,

Knowledge and communities. Boston: Butterworth Heinemann, 123-131. Misztal, B. A. (1996). Trust in modern societies. Massachusetts: Blackwell. Maskell, P. (2000). Social capital, innovation and competitiveness. In: Baron, S., Field, J., Schuller, T. (Eds.), *Social Capital: Critical Perspectives*. New York: Oxford University Press, 111-123. Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital and The Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), 242-266. Naumann E. (1995). *Creating Customer Value*. Cincinnati, Ohio : Thompson Executive Press. Ostrom E. (1998). Social capital: a fad or fundamental concept? Center for the Study of Institutions, Population and Environmental Change. New York: Indiana University. Pentland, B. T. (1999). Building Process with Narrative: From Description to Explanation, *Academy of Management Review*, 24(4), 711-724. Portes, A. (1998). Social capital. *Annu. Rev. Sociol.*, 23, 1-24. Putnam, R. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press, Princeton. Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78. Schramm, W. (1971). *Notes on Case Studies of Instructional Media Projects*. Washington, District of Columbia: The Academy for Educational Development. Tsai, W., & Ghoshal, S. (1998). Social capital and value creation: the role of intrafirm networks. *Academy of Management Journal*, 41, 464-476. Walter, A., Ritter T., & Gemunden, H. G. (2001). Value Creation in Buyer-Seller Relationships: Theoretical Considerations and Empirical Results from a Supplier's Perspective. *Industrial Marketing Management*, 30(4), 365-377. Woolkcock, M. (1998). Social Capital and Economic Development: Toward A Theoretical Synthesis and Policy Framework. *Theory and Society*, 27(2), 151-208. Yin, R. K. (1994). *Case study research: Design and methods* (2nd ed.). Thousand Oaks, California: Sage.