

# 中文摘要

## 產業環境、市場導向與企業績效之關聯性研究

研究生:王啟勝

指導教授:唐瓊璋博士

國立交通大學經營管理研究所碩士班

### 摘 要

台灣競爭力一向是以優異的製造能力立足，但是卻在行銷的概念上居於劣勢，在面對中國與印度等，能夠提供較低廉製造成本的競爭對手時，重新審視行銷學中對於市場導向的議題有助於台灣企業思考其未來的發展方向。過去國內、外研究較少涉及到結合產業環境的影響力來研究台灣代工製造業的IC設計產業，因此，本研究藉學術歷史的演進結合策略管理的思維對行銷學的議題提出新的研究框架，以台灣代工產業為背景，來實證研究IC設計企業在市場導向、組織創新與產業環境的情境下，與企業績效扮演什麼樣的關係與影響。

關鍵詞:市場導向、產業環境

# **Research on the Relationship between Industrial environment 、 Market Orientation and Company Performance**

Student: Chi-sheng Wang

Advisors: Dr. Tang Yingchan

Institute of Business and Management

National Chiao Tung University

## **ABSTRACT**

Taiwan is superior to other countries by the excellent manufacturing capability, however, inferior to other states with an incomplete marketing conception. As to the reason of the rise of India and China, they both provide inexpensive goods and employees to enhance the core competence. Therefore, reviewing the market orientation discussion helps Taiwan industries to consider the future development internationally. In the past years, there are fewer researches associated with the combination of the environment effects to study the IC design industry, which is a well-known original equipment manufacturer in the world. Hence, this paper combine the prior studies evolution with the conception of the strategy management to explore the association of the IC design industry and performance in the scenario of market orientation, organization innovation and the industrial environment.

Keywords: Market Orientation 、 Industrial environment

## 誌 謝

首先要感謝我親愛的舅舅一家人，有了這一份親情的支持與照護，讓我可以全心的投入到學業之中，而沒有後顧之憂。過去在高雄的日子，除了學習到舅舅很多寶貴的經驗與觀念，更在我決定北上念書後給予經濟支援，此恩同再造，更將銘記於心。

在所上的日子，主要感謝的是指導教授唐瓊璋老師，多虧了老師的悉心教誨，才能如期畢業，從老師身上不僅獲得許多專業知識，更重要的是點點滴滴的身教風範，讓學生產生思想上的躍進與成長。當然，能完成論文還要再感謝所上各個專業的老師，尤其丁承老師的指導讓本文內容更加的完整，也感謝蕭中強老師、劉芬美老師撥空蒞臨指導口試，讓論文得以完成。

最後要感謝前輩學長姐的提點與同學們的幫助，修課期間有了你們的相伴，為研究生生活點綴了許多的色彩，希望大家在未來能夠保持聯絡，也可以一起分享就業後的生活。

最後，謹將本論文獻給所有關心我的家人與朋友們。

王啟勝 謹誌

九十七年一月

## 目 錄

中文摘要.....	i
英文摘要.....	ii
誌謝.....	iii
目錄.....	iv
表列.....	vi
圖列.....	vii
一、緒論.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究動機.....	2
1.3 研究目的.....	3
1.4 研究流程.....	4
二、文獻探討.....	4
2.1 產業環境.....	5
2.2 市場導向理論.....	6
2.2.1 文化觀點市場導向.....	8
2.2.2 企業活動觀點市場導向.....	9
2.2.3 市場導向和顧客導向、行銷導向的區別.....	11
2.3 企業績效.....	11
2.4 市場導向實證研究整理.....	13
2.5 組織創新.....	14
三、研究設計與方法.....	15
3.1 研究架構.....	15
3.2 研究假設.....	16
3.3 研究變數操作型定義與衡量.....	17
3.4 研究設計.....	19
3.4.1 研究樣本與抽樣方法.....	19
3.4.2 問卷設計.....	19
3.4.3 資料收集方式.....	20
3.5 分析方法.....	20
四、資料分析與實證研究.....	22
4.1 資料敘述統計.....	22
4.2 模式基本假設檢定.....	22

4.3 信度及效度檢驗.....	23
4.3.1 信度檢驗.....	23
4.3.2 效度檢驗.....	23
4.4 變異數分析.....	27
4.4.1 國籍對市場導向策略採行程度、產業環境及績效的影響.....	27
4.4.2 營業額對市場導向策略採行程度、產業環境及績效的影響.....	28
4.4.3 成立時間對市場導向策略採行程度、產業環境及績效的影響.....	28
4.4.4 員工人數對市場導向策略採行程度、產業環境及績效的影響.....	29
4.5 市場導向、產業環境與企業績效關係驗證.....	30
4.5.1 產業環境關係驗證.....	30
4.5.2 產業環境與市場導向三個子構面間的關係驗證.....	31
4.5.3 組織創新對企業績效關係驗證與中介效果分析.....	32
4.5.4 市場導向三個子構面與企業績效關係驗證.....	33
4.5.5 市場導向三個子構面與組織創新關係驗證.....	35
4.5.6 市場導向、組織創新、產業競爭力與企業績效複回歸分析.....	36
五、討論與結論.....	37
5.1 結論與管理意涵討論.....	37
5.2 研究限制.....	39
5.3 未來研究方向建議.....	39
參考文獻.....	40
附錄一：學術問卷.....	43
附錄二：檢定表格.....	46
附錄三：SAS CODE.....	48



## 表 目 錄

表 2-1: 績效衡量指標之相關實證研究.....	13
表 2-2: 市場導向實證研究整理.....	13
表 3-1: 變數操作型定義.....	17
表 3-2: 研究構面與題目.....	18
表4-1: 樣本敘述統計.....	22
表4-2: 研究構面Cronbach' s coefficient Alpha 值.....	23
表4-3: 產業環境構面因素分析表.....	24
表4-4: CFA配適度.....	24
表4-5: 收斂效度.....	25
表4-6: 區別效度.....	26
表4-7: 企業國籍對市場導向策略與採行程度及業務績效的影響.....	27
表4-8: 營業額對市場導向策略與採行程度及業務績效的影響.....	28
表4-9: 成立時間對市場導向策略與採行程度及業務績效的影響.....	28
表4-10: 員工人數對市場導向策略與採行程度及業務績效的影響.....	29
表4-11: 產業環境迴歸分析.....	30
表4-12: 產業環境與市場導向三個子構面間的迴歸分析.....	31
表 4-13: 組織創新中介效果驗證.....	32
表 4-14: 市場導向三個子構面與企業績效間的迴歸分析.....	33
表 4-15: 組織創新與市場導向三個子構面間的迴歸分析.....	35
表 4-16: 整體模型的迴歸分析.....	36
表5-1: 檢定結果彙總表.....	37

## 圖 目 錄

圖 1-1: 研究流程圖.....	4
圖 3-1: 研究架構圖.....	15

