

綜效是否總是正向的？以創新資本與顧客資本兩方面背景對廠商績效的影響闡明

楊斯琴，康信鴻*

國立成功大學企管系暨國企所

hhkang@mail.ncku.edu.tw

Technovation: The International Journal of Technological Innovation, Entrepreneurship and Technology Management, Vol.28, Issue 10, pp.667-678, October, 2008

研究動機：

如何獲得並維持廠商的競爭力一直是經營管理研究上一個關鍵的議題，而依據經濟學上的資源基礎論(Resource-based view)推斷，廠商可以藉由資本的分配、補充和整合等手段影響直接廠商績效表現並進一步使績效獲得提升，所以在探討廠商資本領域中，可謂是十分有意義且重要的研究主題。



本文主要研究目的：

而在眾多類型的資本中，本篇研究將研究重心設置在無形資本中的創新資本以及顧客資本上，並依序探討下列兩個子題：(1) 創新資本和顧客資本這兩種資本的主作用以及其交互作用對於廠商績效表現的影響。(2) 在高科技以及低科技製造產業中，創新資本和顧客資本兩者的交互作用是否有所不同。

文獻回顧：

本篇研究主要採用資源基礎論研究觀點進行假說設立，而除了延續Barney, Galende, Galbreath, Hauknes, Hult, Ketchen等學者早先的研究，從RBV觀點探討創新資本和顧客資本對於績效表現的主效果及其對廠商的重要性，更進一步的探討兩者交互作用對於廠商績效的表現，以及在不同類型產業中顯著性的差異。

資料來源：

本研究在樣本方面蒐集了台灣新報經濟資料庫(TEJ)中，自從1999年~2004年，台灣地區之312間高科技製造業廠商以及204間低科技製造業廠商資料以作為研究的數據。

研究方法：

為了探討創新資本與顧客資本之主效用及交互效用在不同類型製造業中對廠商績效影響的不同，本研究首先提出六個假設，分別為：(1)製造業廠商績效會隨著創新資本增加而改善。(2)製造業廠商績效會隨著顧客資本增加而改善。(3)在製造業產業中，創新資本和顧客資本的交互作用對於廠商績效表現有正向影響。(4)與低科技製造業相比，高科技產製造業中創新資本對於廠商績效影響作用較大。(5)與高科技製造業相比，低科技產製造業中顧客資本對於廠商績效影響作用較大。(6)相較於在低科技製造產業中，創新資本和顧客資本的交互作用對於廠商績效表現的影響在高科技製造業中較為明顯。並利用統計方法(如：卡方檢定, Correlation matrix, SEM analysis)檢定上述六個假設以獲得檢定結果。

結論與建議：(見圖1)



本研究研究結果大概可以分成三個方面：(1)創新資本與顧客資本的交互作用在提升廠商績效表現方面，只對高科技製造業有顯著性(2)顧客資本的主效用對於提昇高科技製造業廠商的績效表現效果有限(3)創新資本的主效果不論對於高科技或低科技製造業的績效表現提昇都具有顯著效果。

而如同本研究的結果顯示，當創新資本與顧客資本兩個因子的主作用對於廠商績效表現提升有顯著性，但其交互作用卻無法有效提升廠商的績效表現時(如低科技製造業)或者是兩個因子只有其中一個對於提升廠商績效表現具顯著性，但其交互作用卻能有效提升廠商績效時(如高科技製造業)，廠商是否也該在其經營管理策略上作思考，如何控制、分配創新資本與顧客資本所佔之比重，使得廠商能在最低廉的成本下獲得最好的績效表現。

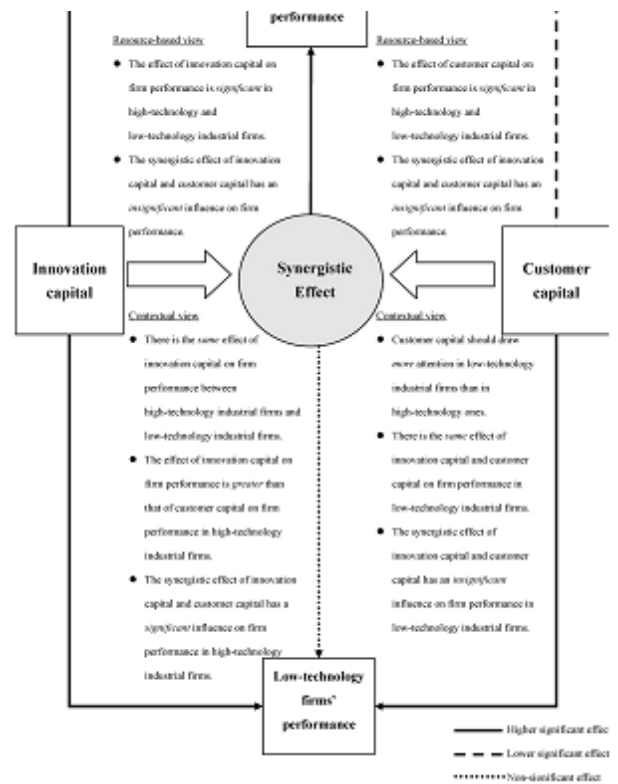


圖1 研究成果