

# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景

台灣於 2002 年 1 月 1 日加入世界貿易組織 (World Trade Organization : WTO) , 成為該組織第 144 個正式會員, 依照 WTO 之精神及入會所需之承諾, 可分為: 關稅減讓、最惠國待遇及自由化等, 並逐步取消關稅或非關稅之貿易障礙, 達到經貿上公平自由競爭。

由於關稅障礙的減少與消除, 印刷產業不論在紙張、油墨等原料方面、印前與印刷設備、產品進出口方面所受到關稅的保護有限, 所以在負面衝擊程度上較不強烈; 反而因為關稅下降使得業者在原物料、機材設備的進口方面將可節省部分成本, 增加些許利潤空間; 短期之內, 進口紙張關稅部分仍會有兩年的關稅減讓緩衝期, 預計在 2002 年由目前的 5% 下降至 3.5%, 2003 年再降至 2.2% 到 2004 年會達到零關稅。此外印刷機器設備及零組件的進口方面關稅全面下降, 所以整體而言, 加入 WTO 對於印刷生產成本所帶來的利多似乎還是大於威脅 (張中一, 民 90)。

我國加入世界貿易組織對印刷業衝擊是全方位的, 在競爭模式方面, 不再僅僅是價格上的削價模式, 而是經營理念管銷、服務功能上的競爭。將來的競爭方式, 我們和國外廠家不僅在技術水平上的競爭, 而且按照世貿規則, 要進行平等立場上競爭。

台灣加入 WTO 之後, 面對國外競爭力的衝擊, 現有印刷經營環境勢必能與國際接軌; 而資訊時代的來臨, 伴隨著科技的創新與研發, 印刷相關的技術已朝向數位化、自動化等方向發展。

## 第二節 研究動機

我國經濟本質上屬於淺盤經濟, 容易受外在因素的影響 (賴杉桂, 民 91)。台灣印刷業在加入 WTO 後, 面臨了嚴苛的考驗, 再加諸知識經濟時代的來臨, 更面對知識、資訊科技運用的全新挑戰。為因應環境的遽變, 印刷業廠商必須採取有效的經營策略, 來積極升級轉型, 藉此強化競爭體

質，為企業創造出永續經營的價值。且印刷產業必須及早突破狹隘的『島國型』經營思維，以「大陸型」的思考模式規劃經營格局，培養具有國際觀的專業人才，才能主動掌握通路，開拓進軍國際市場的機會（張中一，民 90）。

根據經濟部統計處，民國 91 年 11 月統計月報中指出，印刷產業內銷比率均達九成以上，屬內銷導向顯著之產業所以國內印刷廠商銷售行為以內銷為主，外銷為輔（經濟部統計處，民 91）。在臺灣加入 WTO 後對海外拓展方面可說是一大契機。企業的經營策略，關係著企業的永續發展。以往，在決策時，常常因為資訊不足，外在環境的不確定性以及認知或解釋上的不同，造成管理概念的模糊性。本研究即針對平版印刷業在進入 WTO 後一年的現況，及未來的經營策略進行研究，探討產業的經營現況及本身的內部及外部影響因素，以作為日後平版印刷經營之參考準則。

### 第三節 研究的重要性

科技迅速的發展，帶動產業的自動化、資訊化及電腦化，再加上網際網路的廣泛應用，配合光纖網路傳輸，使得平版印刷業也因科技的變遷面臨產業結構改變的衝擊。近年來平版印刷業面臨景氣低靡，市場飽和狀態，加上政府對印刷業的重視程度偏低、產業外移、內需市場狹小導致新增設備機器閒置等，均使印刷生產成本偏高，加以小廠太多而產能分散，致難與自由港地區如香港、新加坡等競標拓展外銷，造成印刷同業在臺灣島內搶食小餅、競爭異常劇烈的局面。同時，台灣在加入 WTO 後所要面對的是全方位競爭，不僅要持續面對國內業者競爭，同時也要與外來的業者相抗衡。

目前，台灣平版印刷業環境充滿變動下，經營策略的制訂已成為經營者所要面對的最重要課題。假如能對平版印刷產業進行經營策略分析，提出具體的方針，將可提供業者在制訂經營策略上有明確的參考指標，以強化產業的競爭優勢，並面對瞬息萬變的動態經營環境。

## 第四節 研究目的

為瞭解台灣加入 WTO 後，平版印刷業者所面對的經營現況，並針對經營策略進行分析探討，以協助業者制訂產業策略並提昇優勢，因此本研究目的為：

- 一、探討台灣加入 WTO 後平版印刷業的競爭力
- 二、探討台灣加入 WTO 後對平版印刷業的經營策略
- 三、提供台灣加入 WTO 後平版印刷業在經營策略之分析

## 第五節 待答問題與研究假設

### 壹、待答問題

為探討平版印刷業現況中環境與競爭力的作用力有何差異及加入 WTO 後對平版印刷業衝擊為何，因此擬定以下之研究待答問題：

- 一、台灣加入 WTO 後對不同公司規模是否影響各競爭力之認同度？
- 二、台灣加入 WTO 後職務階層是否影響競爭力之認同度？
- 三、探討台灣在加入 WTO 後對平版印刷業經營策略為何？

### 貳、研究假設

一、台灣加入 WTO 後對不同公司規模是否會影響其在競爭力之方面認同度？

假設一：台灣加入 WTO 後公司成立年數對競爭力之認同度無顯著差異。

H0-1-1：台灣加入 WTO 後不同公司成立年數對同業間的競爭方面之認同度無顯著差異。

H0-1-2：台灣加入 WTO 後不同公司成立年數對新進入者的威脅方面之認同度無顯著差異。

H0-1-3：台灣加入 WTO 後不同公司成立年數對替代品的威脅方面之認同度無顯著差異。

H0-1-4：台灣加入 WTO 後不同公司成立年數對客戶的議價力量方面之認同度無顯著差異。

H0-1-5：台灣加入 WTO 後不同公司成立年數對供應商的議價力量方面之認同度無顯著差異。

假設二：台灣加入 WTO 後公司總人數對競爭力之認同度無顯著差異。

H0-2-1：台灣加入 WTO 後不同公司總人數對同業間的競爭方面之認同度無顯著差異。

H0-2-2：台灣加入 WTO 後不同公司總人數對新進入者的威脅方面之認同度無顯著差異。

H0-2-3：台灣加入 WTO 後不同公司總人數對替代品的威脅方面之認同度無顯著差異。

H0-2-4：台灣加入 WTO 後不同公司總人數對客戶的議價力量方面之認同度無顯著差異。

H0-2-5：台灣加入 WTO 後不同公司總人數對供應商的議價力量方面之認同度無顯著差異。

假設三：台灣加入 WTO 後公司經營模式對競爭力之認同度無顯著差異。

H0-3-1：台灣加入 WTO 後公司經營模式對同業間的競爭強度方面之認同度無顯著差異。

H0-3-2：台灣加入 WTO 後公司經營模式對新進入者的威脅方面之認同度無顯著差異。

H0-3-3：台灣加入 WTO 後公司經營模式對替代品的威脅方面之認同度無顯著差異。

H0-3-4：台灣加入 WTO 後公司經營模式對客戶的議價力量方面之認同度無顯著差異。

H0-3-5：台灣加入 WTO 後公司經營模式對供應商的議價力量方面之認同度無顯著差異。

假設四：台灣加入 WTO 後公司有無國際認證對競爭力之認同度無顯著差異。

H0-4-1：台灣加入 WTO 後公司有無國際認證對同業間的競爭強度方面之認同度無顯著差異。

H0-4-2：台灣加入 WTO 後公司有無國際認證對新進入者的威脅方面之認同度無顯著差異。

H0-4-3：台灣加入 WTO 後公司有無國際認證對替代品的威脅方面之認同度無顯著差異。

H0-4-4：台灣加入 WTO 後公司有無國際認證對客戶的議價力量方面之認同度無顯著差異。

H0-4-5：台灣加入 WTO 後公司有無國際認證對供應商的議價力量方面之認同度無顯著差異。

二、台灣加入 WTO 後職務階層是否會影響其競爭力之方面認同度？

假設五：台灣加入 WTO 後職務階層對競爭力之認同度無顯著差異。

H0-5-1：台灣加入 WTO 後職務階層對同業間的競爭強度方面之認同度無顯著差異。

H0-5-2：台灣加入 WTO 後職務階層對新進入者的威脅方面之認同度無顯著差異。

H0-5-3：台灣加入 WTO 後職務階層對替代品的威脅方面之認同度無顯著差異。

H0-5-4：台灣加入 WTO 後職務階層對來客戶的議價力量方面之認同度無顯著差異。

H0-5-5：台灣加入 WTO 後不同公司總人數對供應者的議價能力之認同度無顯著差異。

## 第六節 研究假定

一、假定問卷施測時，受測者皆瞭解施測目的，並認真作答。

二、假定參與本研究深度訪談專家皆清楚了解本研究之目的，並對台灣加入 WTO 後平版印刷業的經營策略項目具備判斷與評價的能力。

## 第七節 研究範圍與限制

依本研究之動機及研究目的，訂定本研究範圍與限制，如下所示：

一、研究範圍

根據陳政雄（民 90）在第七屆世界印刷會議中，針對「台灣印刷產業現況報告中」表示，在印刷方式中，平版印刷佔 72%，為目前印刷產業的大宗以及 GATF2001 預測報告指出平版印刷在 2015 年前也是佔印刷產業的最大宗。因此本研究將以平版印刷業作為本研究之範圍。

二、研究限制

本研究目的為訂定平版印刷業經營策略，但對於經營策略方面實施及

評估不列入本研究範圍內。本研究問卷調查對象以平版印刷業為主，對於紙張、材料、設備業者等均不包含在內。

## 第八節 研究架構

本研究的架構，主要是依據第一章所陳述的研究目的與第二章 Porter 競爭力及 SWOT 分析法理論發展而來的。而本研究採問卷調查法 (Questionnaire Survey) 及訪談法 (Visiting Survey) 進行研究。問卷調查法是以 Porter 五力分析為架構，收集相關資料，探討平版印刷產業中包括現有競爭者對立態勢、潛在新進入者的威脅、替代品的威脅、客戶及供應商議價力等五股作用力進行整理、分析，形成問卷，經發放及回收後，並對於各作用力所造成的影響，進行歸納、分析；訪談法是採用專家訪談，探討台灣加入 WTO 後對平版印刷業影響，並以 SWOT 分析得之。最後，經由整理、分析與歸納，以求得結論，並提出平版印刷業者所應採取的相對因應策略方案如圖 3-1 所示：

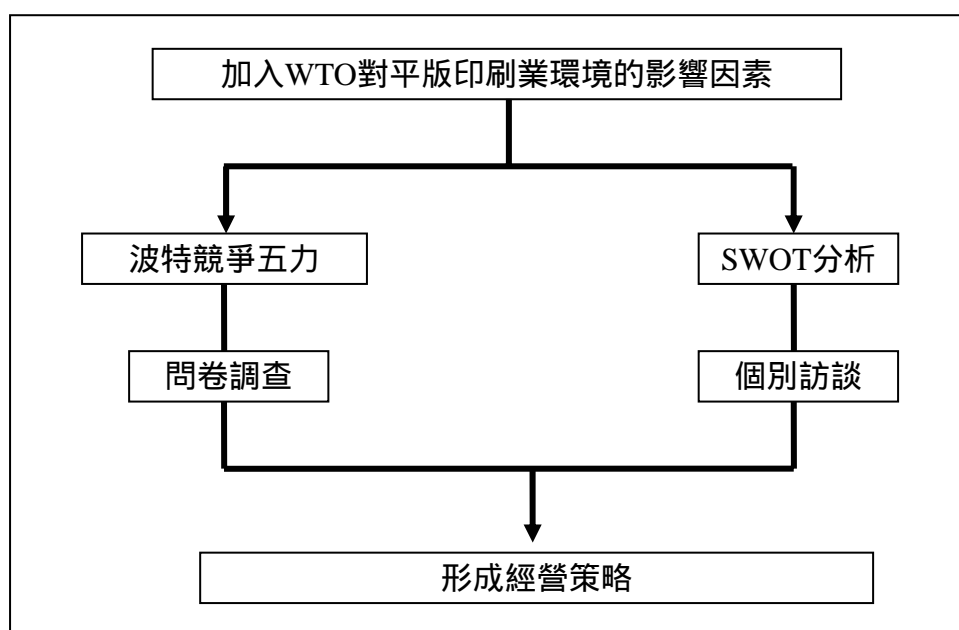


圖 1-1 研究架構圖

## 第九節 名詞釋義

### 一、平版印刷 (Offset Printing / Lithographic)

平版製版的原理，最初用轉寫墨描轉印紋於石版上，經硝酸樹膠之處

理而製成印版，利用水墨相斥的原理使印紋部分吸墨拒水，而非印紋部分吸水拒墨，以行印刷。此印刷型式多用於文化印刷(林啟昌，民 85，頁 73)。

## 二、經營策略(Business Strategy)

依經營的目的，對未來的營運規劃其經營方針，可包含短期、中期、長期經營策略(張中一，民 91，頁 8)。

## 三、WTO (World Trade Organization)

世界貿易組織 (World Trade Organization，簡稱 WTO) 是現今最重要之國際經貿組織，透過與聯合國及各個專業性國際組織如國際貨幣基金、世界銀行、世界關務組織、世界智慧財產權組織等之密切合作，實際上已成為國際經貿體系之總樞紐(認識世界貿易組織，民 91)。

## 四、SWOT 分析

用來描述當前行銷情勢，行銷主管必須確定在一個商品計畫中所面對的主要機會( Opportunity ) 威脅( Threat ) 優勢( Strength )及劣勢( Weakness ) 等問題(梁世武，民 90，頁 34)。

## 五、波特五力 (Porter's five forces )

波特五力分析內涵包括「同業間的競爭」、「新進入者的威脅」、「替代品的威脅」、「客戶的議價力量」以及「供應商的議價力量」之間的互動關係而言。(Porter, 1985,p37)