

管理二學門熱門與前瞻議題概述



Humanities and Social Sciences

Newsletter Quarterly

王存國*

壹、前言

管理學研究起始於泰勒的科學管理典範，雖其主要是西方的產物而不似其他人文社會學，如社會學等研究必須深深紮根於台灣本土，但對國內、外研究趨勢之追蹤分析實則有助於台灣管理學研究並與國際主流接軌，甚至是從泛泛中異軍突起，進而發展出本土化的管理學研究。另一方面，趨勢研究之價值即在於以歷史分析／比較的方式，讓研究者能從研究的千百條江河中，區辨出何為主流，甚至洞悉研究的歷史長河未來將流向何處。日本科學技術廳自 1970 年代起，每隔五年進行科學技術研究議題調查，以追蹤日本國內研究趨勢和其國際定位，台灣管理學研究如能師法日本，將有利於了解台灣管理學領域之脈絡流變和定位。

近年來，管理學領域的研究成長快速，每年均有相當多的研究成果發表。自 90 年代以降，「多元」和「整合」成了一種趨勢。多元和整合乍看之下似乎背道而馳，實則乃一體之兩面，尤其全球化的衝擊更體現了一體兩面的矛盾情節。試想，一家跨國企業如何在兼顧本土需求和全球企業認同的拉鋸中找出新定位？除了形而上的拉鋸外，全球化發展促使許多開發中國家加入國際間的競爭，這些國家挾持著低土地成本、低勞動工資，再加上資訊科技的推波助瀾，使得台灣企業逐漸失去過往的利基。因此，管理學做為一門應用研究，研究者迫切需要瞭解管理議題上不同的創見與發展，以紓解企業管理的瓶頸，進一步創新管理技術以創造市場價值。

綜觀之，除了為企業紓困和創造市場價值的務實目標外，本研究之主要目的與貢獻尚包含以下幾點。首先，本文之分析有助於研究人員迅速了解國內外之研究趨勢，進而適時投入重要管理議題之研究，暢通國內外研究學者間之對話。再者，藉由與國外趨勢之比對，可了解國內管理學研究之長處與不足之處。此外，比較之結果亦有助於我們辨識發展本土化管理學研究之契機。最後，在持續追求創新的壓力下，對國內外觀點的透視與了解，將可提高研究人員對不同觀點之開放度與敏感度，進而融合觀點從中提煉新視野。

* 國立中央大學資訊管理學系教授

貳、研究之規劃與執行

管理二學門涵蓋資訊管理、生產與作業研究、行銷學、科技管理、休閒及遊憩事業管理、交通及營運事業管理等。就國內趨勢分析，本研究所採用的資料庫，包含 2005 年和 2006 年通過國科會人文及社會科學發展處審查的管理二學門研究計劃，共計 682 篇。而國外趨勢分析，則根據 2003 年至 2006 年四年期間出刊的著名國際期刊文章進行分析。然礙於時間與人力之限制，國外趨勢之分析主要著眼於行銷、生產管理與運輸管理。表 1 即列出分析之國際期刊資料庫及篇數。

本研究採取歸納分析方式，首先由文章之摘要與關鍵字分析出各篇文章之主題 (research theme)，再將相關主題分類成特定「研究議題」(research issue)，並將相關研究議題歸納到特定「研究領域」(research area)，最後則以內容分析法找出各研究領域中的熱門和前瞻議題。其中，熱門議題之判定，主要按照文章篇數之客觀指標為之，而前瞻議題之判定，則根據研究環境之氛圍與線索（如特刊之發行或全球總體社經環境之變遷）。這種由下而上的分類方式，試圖打破傳統研究學門的藩籬，以議題的相關性取代以學門為分類準則，此舉突顯科際整合和觀點融合的可行性和價值，也使得各研究領域具備高度相關性和完整性，以利更準確的趨勢預測。

以下分別就國內和國外管理研究的熱門和前瞻議題作進一步說明。礙於篇幅之限，本文將著重國內外前五大研究領域（見表 2 和表 3）。最後，本文將綜觀比對國內外趨勢，並在比對中找出國內外研究之差距，以辨識管理研究本土化之契機。

首先，就研究領域而言，國內前五大熱門領域分別為「電子／行動商務」、「資訊系

表 1 用於分析之 2003 至 2006 年國外期刊資料庫

期 刊 名	篇 數
<i>Marketing Science</i>	150
<i>Journal Of Marketing</i>	155
<i>Journal of Marketing Research</i>	238
<i>Journal Of Consumer Research</i>	248
<i>Decision Science</i>	101
<i>Journal of Operation Management</i>	148
<i>Management Science</i>	534
<i>Manufacturing and Service Operations Management</i>	91
<i>Transportation Research Part A : Policy and Practice</i>	158
<i>Transportation Research Part B: Methodological</i>	191
<i>Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review</i>	109

Humanities and Social Sciences

Newsletter Quarterly

統應用」、「消費者行爲」、「知識管理」和「產品／服務管理」，相關論文篇數佔總篇數四成以上。由這五大熱門領域可窺見資訊科技和強盛消費勢力所帶來的衝擊。其中，資訊／知識管理已成為國內管理研究的基本骨幹之一，它的角色正如同基礎科學研究之於科技研究，時而為主角、時而擔任工具性角色，而其應用價值也已外溢至管理領域之外（如醫療）。相較之下，國際管理研究的前五大則為「消費者行爲」、「運輸問題發展與應用」、「運輸政策與實務研究」、「供應鏈管理」，以及「產品／服務管理」，所佔篇數亦超過四成，其中「消費者行爲」和「產品／服務管理」是國內外共同關注的熱門領域，顯示全球和台灣本土市場都已由賣方主導轉型為買方主導，以及顧客支配力量和其對於無形產品（服務）的需求增加。

參、國內熱門與前瞻議題之研究圖像

一、電子／行動商務

電子／行動商務不僅面臨傳統商務活動所遭遇的問題，而且，隨著網路技術所帶來的大量、快速資訊交流也引發了新議題，舉凡對個人隱私權的保障、網路社群的快速形成、網路口耳相傳效應等等皆是。電子商務雖然為企業開了一扇窗，但是它快速的行銷速度和驚人的訊息覆蓋能力，也有可能加速問題的顯現，甚至放大傳統商業活動所遭遇的困難。在未來，開放和標準化的通訊技術和平台將促使 EC/MC 進行下一波的革命。

二、資訊系統應用

過去資訊系統的使用往往著重於決策的分析、支援群體活動的情境，然而近年來隨著資訊技術的快速發展，資訊系統的應用更重視個人活動的情境，如將資訊系統應用在醫療資訊的保存或是個人化的推薦，甚至許多的過濾機制與安全防護機制都透過資訊科技來達成。但因為資訊技術的廣泛應用和無遠弗屆，預測相關前瞻研究議題將充滿不確定性但也蘊藏著機會。

三、消費者行爲

消費行爲是現代社會中重要的活動，甚至許多本地的社會問題，如卡債問題、購買仿冒品等，也和消費行爲有關。目前多數的消費者行爲研究著眼於個人行爲的研究。在全球化趨勢和新科技的助長下，個人的消費行爲將會對社群產生影響。因此消費者行爲的研究範圍勢必擴展至個人層級之外。而企業為了誘發特定的消費者行爲所採行的行銷活動，也應受到道德檢視。目前已有多位學者就消費者道德認知、虛擬社群的行爲等進行研究。若能以社會系統觀點來檢視消費行爲、消費行爲的誘因和消費行爲對現代社會所產生的衝擊，本研究領域的研究成果可進一步彰顯消費行爲研究對人類社會的貢獻。

四、知識管理

知識除了是項「智慧資產」外，也是一項「社會資產」，因此社會主體（social agent）所建立的社會脈絡將影響其認知的內容。目前多數研究將知識視作智慧資產，期望透過流程、結構管理將知識留在企業內（如組織記憶之管理、組織能耐），而忽略知識為社會資產之事實。而少數將知識視作社會資產之研究，則主要以知識分享行為和意願為研究主題，探討不同環境脈絡下（如組織內、跨組織、專案和網路社群等）的分享行為。在未來，我們究竟該如何看待知識管理所引起的眾多議論呢？除了繼續探究知識的本質外，知識資產或 KM（Knowledge Management）績效指標的釐清，將有助於我們進一步客觀評估知識和知識管理的價值。

五、產品 / 服務管理

銷售標的物可大致分成實體產品與無形服務兩大類，近年來探討虛擬產品和無形服務的研究有、日漸興盛的趨勢。多數的文章在探討品牌議題，從品牌意識的發展到品牌認知，甚至是品牌延伸效果的研究。

肆、國際熱門與前瞻議題之研究圖像

一、消費者行為

議題中以探討「購買決策」的文章佔最多，約 44%，其次為「消費行為」、「顧客知覺

表 2 國內熱門和前瞻研究議題一覽表

	熱門議題	前瞻議題
電子／行動商務	<ul style="list-style-type: none"> •信任 •電子商務採用因素 •資訊安全 	<ul style="list-style-type: none"> •網路資訊特質 •電子商務績效評估 •電子市集／服務平台之設計
資訊系統應用	<ul style="list-style-type: none"> •資料探勘應用 •群體支援系統 •文件管理系統 •醫療應用 •ERP 導入與績效研究 	<p>（因為資訊技術的廣泛應用和無遠弗屆，預測相關前瞻研究議題將充滿不確定性但也蘊藏著機會）</p>
消費者行為	<ul style="list-style-type: none"> •顧客知覺和滿意度 •網路行為研究 	<ul style="list-style-type: none"> •非理性消費行為研究 •跨文化消費者行為研究
知識管理	<ul style="list-style-type: none"> •知識分享 •知識社群 •組織記憶 	<ul style="list-style-type: none"> •知識生態學 •知識與組織動態能力 •知識社群之社會網絡
產品 / 服務管理	<ul style="list-style-type: none"> •品牌研究 •銷售策略探討 	<ul style="list-style-type: none"> •品牌延伸效果研究 •服務開發

Humanities and Social Sciences Newsletter Quarterly

價值」、「媒體訊息影響」、「顧客忠誠度」、「顧客滿意度」及「顧客購買意願」。一般來說，企業有兩種途徑可以達到維繫顧客的目的，其一即透過傳遞高顧客價值、高顧客滿意的產品與服務；而另一種途徑則是建立高度的顧客轉換障礙，Philip Kotler 表示：「現今的企業已然將注意力，從尋找顧客，轉移到如何維繫及增加忠實客群的學習上。」這段話點出了創造顧客知覺價值的重要性。前瞻研究議題，包含「顧客抱怨」、「知覺公平性」、「從眾行為」及「比較研究」。值得一提的是，消費者行為的分析並不限於個人層次，在某些情況下，家計單位甚至更為適切。

二、運輸問題的發展與應用

本領域熱門議題有 3 項，其中「航空運輸研究」約佔 31%、「公路發展研究」約 31%、其餘為「鐵路運輸研究」。鐵、公路及航空運輸的發展，除了提供民衆優質的旅行環境，也提供產業健全的物流環境，因為產業的活絡端賴各種運輸系統的靈活運轉。而前瞻的研究議題則為「旅行者行為」。由於個人的運輸需求一直是一個不減反增的議題，而且所涉及的將不只是運輸路徑與工具的規劃，還包含如何滿足運輸中旅客的主觀感受，以及相關觀光或旅遊業的發展。

三、運輸政策與實務

本領域熱門議題主要為「交通政策研究」和「交通行為研究」。前者為宏觀之研究，分析層次通常位於產業或國家，後者通常以個人為分析單位。前瞻的研究議題則分別為「災害應變研究」和「環保議題」。在全球氣候變遷與環境破壞越來越受重視的前提下，各種類型的交通運輸對於環境的污染都被放大檢視，因此環保的議題是未來值得探討的前瞻議題。而運輸技術日新月異，不僅速度將更快，運送量也愈大，因此運輸過程中的失誤將衍生更大的事故，災害應變也因而成為新的關注焦點。

四、供應鏈管理

本領域熱門議題包含「供應鏈協同整合」、「彈性契約管理」、「IT 衝擊」以及「供應鏈存貨管理」；前瞻議題則包括「關係管理」、「大量客製化衝擊」和「逆通路設計」。在這些議題中我們看到「效率」和「彈性」的拉鋸戰，原因在於其背後的運作邏輯其實是相互抵觸，前者擁護規模經濟，後者則在避免規模經濟的定型效應。兩者是否可以兼得以及如何兼得，將是研究重心。雖然已有彈性契約管理、彈性合約生產、大量客製化的設計來回應此一兩難問題，然而是否有其他更具顛覆性思維則令人期待。另外，逆向操作（如逆物流、再製造過程）的崛起，將過去不需在生產過程中列入考量的因子納入（消費者），迫使我们進一步思考生產管理中新的權變因子。

五、產品 / 服務管理

本領域熱門的研究議題有 3 項，其中「產品開發與產品推行策略」約佔 46%，其次為「品牌意識與認知」、「產品 / 服務品質」。在產品開發與推行策略上，許多企業採用新產品開發來延伸版圖及跨入新的事業領域。此外，在品牌意識與認知上，現今已是全球品牌競爭激烈的市場，市場上推出的眾多品牌，讓消費者面臨選擇的問題。前瞻的研究議題則包括「品牌延伸效果」、「不同產業銷售策略」以及「品牌策略」。在眾多的新品牌中，僅有五分之一的新品牌，能在市場上存活超過一年。為減少新產品失敗的機率，越來越多的企業採用品牌延伸策略，以降低推出新產品的成本與風險。雖然品牌延伸策略得到廣泛應用，但卻可能會產生競食和稀釋等副作用，研究人員須對這樣的現象深入瞭解。

伍、管理研究之本土化契機

除上述的期刊資料庫分析外，本文另根據 impact factor 大於 1 之 SSCI 管理類期刊，在 2005 和 2006 年所出版的特刊和針對特定主題的邀稿公告（參見附錄 1），歸納出近年國際研究的四大趨勢和觀點，並以此為起點，反思國內研究之進展和可能開展出的本土化研

表 3 國外熱門和前瞻研究議題一覽表

	熱門議題	前瞻議題
消費者行爲	<ul style="list-style-type: none"> • 購買決策 • 消費行爲 • 顧客知覺價值 • 媒體訊息影響 • 顧客忠誠度 • 顧客滿意度 • 購買意願 	<ul style="list-style-type: none"> • 顧客抱怨 • 知覺公平性 • 從眾行爲 • 比較研究
運輸問題發展與應用	<ul style="list-style-type: none"> • 航空運輸研究 • 公路發展研究 • 鐵路運輸研究 	<ul style="list-style-type: none"> • 旅行者行爲
運輸政策與實務	<ul style="list-style-type: none"> • 交通政策研究 • 交通行爲研究 	<ul style="list-style-type: none"> • 災害應變研究 • 環保議題
供應鏈管理	<ul style="list-style-type: none"> • 供應鏈協同整合 • 彈性契約管理 • IT 衝擊 • 供應鏈存貨管理 	<ul style="list-style-type: none"> • 關係管理 • 大量客製化衝擊 • 逆通路設計
產品 / 服務管理	<ul style="list-style-type: none"> • 產品開發 • 產品推行策略 • 品牌意識與認知研究 	<ul style="list-style-type: none"> • 品牌延伸效果 • 不同產業銷售策略 • 品牌策略

究。

1. 全球化趨勢：全球化趨勢和新興國家的興起，引發外包、組織管理彈性化和跨文化研究等議題。在全球化趨勢下，組織終將跨越國家的界限，甚至國家與企業間亦將出現競合的態勢，因此企業管理所衍生出的公共策略或社會責任將是研究重點之一。反思全球化趨勢對國內研究的衝擊，除上述議題外，以台灣所處的開發階段（介於已開發和開發中國家），本地化研究或許可以更具同理心的觀點來解讀新興國家經濟崛起的事實，並提供台灣蛻變歷程的經驗供其參考。而中國市場的崛起，以其和台灣同文同種的背景，兩岸經貿議題的探討將更具相關性。亦即在全球化趨勢下，本土管理學除了可以選擇「世界的台灣」做為研究起點，也可以「亞洲的台灣」、「東亞的台灣」甚至「兩岸關係中的台灣」作為起點。
2. 資訊／知識觀點：資訊或知識惟有在應用中才能產生價值，而知識做為一項社會資本更強調關係脈絡的重要性，因此如何促進資訊或知識在脈絡中擴散與分享將是研究重點。相較之下，本土管理學研究在資訊／知識觀點的研究也非常多元，這些研究已經有效地為後續研究發揮承先啓後的效用。值得一提的是，知識做為一項社會資本，其實更適合放在本土文化中疊床架屋的關係脈絡中檢視。
3. 人力資源觀點：人力資源管理研究頗有復甦的姿態。在歷經 90 年代大刀闊斧的裁員精簡風潮後，近來人力資源管理強調彈性、創業精神、高績效和高投入，因此行為理論或激勵議題等又重新在人力資源管理領域嶄露頭角。然礙於本研究並未對人力資源管理研究進行分析，因此針對此一觀點的本土化反思在此先存而不論。
4. 組織結構／流程觀點：知識經濟和服務產業都非常重視流程管理，但是組織結構到目前為止仍是組織的基礎，縱使多數時候組織結構所形成的玻璃天花板（glass ceiling）預告了組織成長的上限。反觀國內的研究也顯得重流程而輕結構。這樣的情況隱隱指出，就經營管理而言，組織結構的變革確實比流程變革具有更高的難度，正因如此，未來實有必要從結構變革的角度進行深入探討。而臺灣企業特殊的組織結構（如家族企業）所衍生出的研究議題，將促成組織結構研究進一步本土化。

陸、結語

本文為國科會管二學門趨勢研究之初次試探性研究，因此在分析方法上尚未有標準化程序可供依循。趨勢研究之價值累積有賴一套公認之標準化方法，因此作者期許未來研究能奠基於本研究之上，繼續改良本研究分析方式而淬煉出管理學特有之趨勢分析方法論。

附錄 1 2005~2006 年頂尖期刊特刊和邀稿公告一覽表

Name of Journal	Special Issue / Call for Paper
<i>Academy of Management Journal</i>	Public Policy Implications of Management Research: People, Technology and Globalization
<i>Academy of Management Review</i>	Dreaming, Discovering and Creating: the Visions and Costs of Entrepreneurship
	Formal Approach to Management Theory
<i>British Journal of Management</i>	Gender in Management: New theoretical perspectives
	Challenging Organizational Change Research
	Flexibility: International Perspectives
<i>California Management Review</i>	Strategies for Corporate Social Responsibilities
<i>Decision Science</i>	Decision Making in the Health-Sector Supply Chain
	New Perspectives on Sourcing Decisions: Theory, Practice, and Future Research
	Behavioral Issues in Information Systems-Enabled Operational Decision Making
<i>Harvard Business Review</i>	The High-Performance Organization
<i>Human Resource Management</i>	The Future of Humane Resource Management
<i>Information Systems Research</i>	The Interplay between Digital and Social Networks
<i>Journal of Management Information Systems</i>	Trust in Online Environments
	Human-Computer Interaction Research in Management Information Systems
	Information Systems in Competitive Strategies
	Context-Driven Information Access and Deployment
<i>Journal of International Business Studies</i>	Internationalization — Positions, Paths, and Processes
	International Expansion of Emerging Market Businesses
	Institutions and International Business
	Offshoring Administrative and Technical Work: Implications for Globalization, Corporate Strategies, and Organizational Designs
<i>Journal of Management Studies</i>	Inter-Organizational Knowledge Transfer
	Field-Configuring Events as Structuring Mechanisms
<i>Journal of Operations Management</i>	Incorporating Behavioral Theory in OM Empirical Models
<i>Management Science</i>	Incentives and Coordination in Operations Management
	Strategic Dynamics
<i>MIS Quarterly</i>	Knowledge Management and Information Systems
	Design Science Research
	Information Systems Offshoring
	Information Systems in Developing Countries
<i>Organizational Science</i>	IT and Organizational Form and Function
	Corporate Governance
	Strategic Renewal
	Behavioral Theory of the Firm: Forty Years and Counting
	Multiple Levels in Innovation Research