

論文名稱：CEO 聲譽對於企業績效與策略的影響 總頁數：55  
校(院)所組別：中國文化大學商學院國際企業管理研究所  
畢業時間及提要別：98 學年度第 1 學期碩士學位論文提要  
研究生：周家丞 指導教授：柯勝輝  
廖俊杰

論文提要內容：

本研究檢測 CEO 聲譽潛在的經濟價值，探討 CEO 聲譽是否能改善公司的經營績效和市場績效及對於公司策略決策的影響，本研究以國內上市公司為樣本，蒐集之樣本期間為 2006 至 2007 年，實證研究了 150 個電子產業 CEO 樣本。我們採用了 CEO 媒體覆蓋率(Media coverage of CEOs)與 CEO 年資來衡量 CEO 聲譽，以建立台灣上市公司 CEO 聲譽資料庫。

本研究發現具有高聲譽的 CEO，其企業會有較佳的經營績效和市場績效，且具有高聲譽的 CEO，企業策略動態性受其影響程度也較大。

關鍵字：CEO 聲譽(CEO reputation)，CEO 媒體覆蓋率(media coverage of CEO)，企業績效(firm performance)，市場績效(market performance)，策略動態性(strategy dynamism)。

## Reputed CEOs and Their Effects on Company Performance and Strategy

Student: Chia-Cheng Chou

Advisor: Prof. Sheng-Hui Ko  
Prof. Chun-Chieh Liao

### Chinese Culture University

#### ABSTRACT

In this paper, we examine the potential economic value of the chief executive officers (CEOs) reputation: performance improvement at the firm performance, market performance and strategy decision. Using a sample of Taiwanese listed firms, during 2006 to 2007, we empirically study 150 CEOs in the electronic industries. We adopt two measures media coverage of CEOs and tenure for CEOs reputation that constructing the reputed CEOs of Taiwan database.

The conclusion shows reputed CEOs have better firm performance and stock performance. We also argue that reputed CEOs are positively related to strategic dynamism.

Key Words: CEO reputation, Media coverage of CEO, Firm performance, Market performance, Strategy dynamism.



## 誌謝辭

通過層層難關終於能夠完成我的論文，首先最感謝的是我的指導教授廖俊杰老師，兩年多來老師的精闢的指導與建議，著實令我不論在課業研修或者做人處事上都獲益良多，當我遇到有難以突破的問題時，老師跟我說別自我築牆因此激勵了我，此話一語打醒難以突破現況的我，沒多久我便突破瓶頸能夠順利完成論文，老師對我的關心與支持我永遠都不會忘的，而在口試結束後宣布我拿到不錯的成績那時的我更是感動不已，我做到了我證明自己是可以的，我也告訴自己不能忘本也不能忘記自己那段陷入困境的低潮以此激勵自我。

家人的支持與鼓勵則是我的精神力量來源，媽媽的關懷總能讓我再度充滿繼續奮戰的力量，但父母卻常常默默的付出關懷，無須言語的表態，用行動百分百的支持，這一切我已無法用文字來訴說我的感謝與感動，未來我也盡力回饋於父母。

我也謝謝重要的人之一雅珮，謝謝有你的支持雖然經歷了許多困難但是我會一直努力下去證明我是可以成功的，感謝我的摯友佺達、聖沅謝謝你們的加油打氣，謝謝碩班同學博淵時常打電話勉勵我，擔任班代期間也感謝所有同學的幫忙，未來也希望各位同學都能有很好的發展，期盼未來和大家再度聚首，再次感謝所有人。

最後我感謝天，給予鍛鍊我的機會，在失敗中思考和反省重新認識自己，讓我知道成功是需要投入百分之一百二十的努力，我也為了不讓自己陷入進退兩難的困境中因此我必須一直努力下去，未來我更有信心面對全新的挑戰，達到自己所設立的目標因為我知道谷有多深，山就會有多高。

## Contents

Chinese Abstract · · · · ·	iii
English Abstract · · · · ·	iv
Acknowledgement · · · · ·	v
Contents · · · · ·	vi
Table Contents · · · · ·	vii
Chapter 1 Introduction · · · · ·	1
1.1 Research Background and Motivation · · · · ·	1
1.2 Research Problems and Objectives · · · · ·	6
Chapter 2 Literature Review · · · · ·	9
2.1 CEO Reputation and Media Coverage · · · · ·	9
2.2 Resource-based, Singling and Agency Theory · · · · ·	13
2.3 Hypothesis Development · · · · ·	17
Chapter 3 Research Methodology · · · · ·	26
3.1 Data Source and Sample Selection · · · · ·	26
3.2 Operational Definition of Variables · · · · ·	27
3.3 Research Design · · · · ·	31
Chapter 4 Research Results · · · · ·	33
4.1 Descriptive Statistics · · · · ·	33
4.2 Empirical Test · · · · ·	37
Chapter 5 Conclusions · · · · ·	45
Reference · · · · ·	47

## Table Contents

Table 4-1	Descriptive Statistics . . . . .	34
Table 4-2	Correlation Matrix . . . . .	36
Table 4-3	CEOs Reputation and Firm Performance . . . . .	38
Table 4-4	CEOs Reputation and Firm Performance . . . . .	40
Table 4-5	CEOs Reputation and Stock Returns . . . . .	42
Table 4-6	CEOs Reputation and Strategy Dynamism . . . . .	44

