

以系統思考觀點探討汽車經銷商經營模式之研究

洪炯銘、羅世輝

E-mail: 365031@mail.dyu.edu.tw

摘要

汽車產業發展有助於帶動整體國力提升，故受許多國家的重視。台灣汽車產業發展已60多年，行銷通路模式儼然已定型，多數品牌車場於台灣汽車市場皆採取區域經銷制。汽車經銷商乃是一個通石具有銷售及售後維修保養服務的雙重角色，使其經營模式處於一個具備動態性複雜的環境之內。本研究利用擅長處理整體、長期、動態性複雜問題的系統思考，結合Johnson, Christensen, and Keagerman 所提出的4項構面，來分析汽車區域經銷商經營模式的整體動態結構，並提出伊些政策建議以供參考。

關鍵詞：系統思考、汽車經銷商、經營模式

目錄

中文摘要.....	iii	ABSTARACT.....	iv	致謝辭.....	v	內容目錄.....	vi
表目錄.....	vii	圖目錄.....	ix	第一章 緒論.....	1	第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究問題.....	3	第三節 研究目的.....	4	第四節 研究流程.....	4	第二章 文獻回顧.....	7
第一節 經營模式之相關文件.....	7	第二節 汽車經銷商之相關文件.....	12	第三節 系統思考之相關文件.....	20	第三章 研究方法.....	24
第一節 個案研究法、文獻分析法與訪談法.....	24	第二節 系統思考.....	25	第三節 研究架構.....	30	第四章 研究分析與結果.....	33
第一節 市場面.....	33	第二節 新車銷售系統與 保修服務系統.....	37	第三節 整體經營模式.....	41	第四節 研究結果.....	45
第五章 結論與建 議.....	46	第一節 結論.....	46	第二節 管理意涵.....	47	第三節 後續研究建 議.....	48
參考文獻.....	49	表目錄 表2-1 經營模式定義.....	8	表3-2 系統特 性.....	22	表4-1 經營模式四構面之關鍵要素.....	33
圖目錄 圖1-2 研究流程圖.....	6	圖2-1 Shafer之營運模式構面.....	11	圖2-2 經營模式四構面.....	12	圖3-1 因果環路符號.....	27
圖3-2 漏斗理論.....	31	圖3-3 研究架構.....	32	圖4-1 潛在顧客之組成比例(1998-2000).....	34	圖4-3 汽車市場之因果回饋圖.....	37
圖4-4 服務-利潤鏈.....	39	圖4-5 表面資訊之因果回饋圖.....	40	圖4-6 富者越富之因果回饋圖.....	43	圖4-7 平航船之因果回饋圖.....	44

參考文獻

- 一、中文部分 大紀元(2005)，『臺灣半導體之父』張忠謀MIT演講。『商業模式創新』新時代企業成功關鍵[線上資料]，來源：
<http://tw.dictionary.yahoo.com/search?ei=UTF-8&p=acquire>。
[2011, June 20] 方至民(2000)，企業競爭優勢，台北：前程文化企業有限公司。司徒達賢(2005)，策略管理新論-觀念架構與分析方法。臺北：致勝文化。江進豐(2004)，我國汽車工業發展之契機，車輛研測資訊。李文宏(2002)，世代別汽車購買行為，國立交通大學碩士論文。李健龍(2006)，區域經銷商經營策略之研究-以汽車產業為例，私立大葉大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。李紹男(2002)，服務品質及價格對滿意度與忠誠度之影響-以國產車原廠服務廠為例，私立大葉大學碩士論文。江維揚(1996)，從組織分析探討資訊系統規畫方法之研究，國立中山大學資管所未出版之碩士論文。周雅燕(1996)，影響行銷通路運作因素之研討-以汽車經銷商為實證，雲林科技大學企業管理研究所未出版之碩士論文。林庭璋(2002)，業務人員銷售效率評估及銷售績效影響因素之研究，國立政治大學會計系碩士班碩士論文。林建德(2006)，汽車產業之顧客關係管理-以中部E經銷商為例，私立逢甲大學經營管理碩士在職專班未出版之碩士論文。財團法人車輛研究測試中心(2010)，台灣汽車歷年銷售量表[線上資料]，來源：<http://www.artc.org.tw>。張維(1999)，台灣地區汽車產業傳，臺北市中華徵信所。張麗卿(2004)，應用資料庫行銷經營顧客關係管理之個案研究-以日產汽車中部經銷商為個案，私立大葉大學資訊管理學系碩士在職專班未出版之碩士論文。郭德實(1999)，服務業顧客滿意評量模式之研究，博士論文，中山大學企業管理研究所。曾銘宏(2003)，e世代汽車銷售，台北市：天綸實業股份有限公司。楊仁壽(1998)，動態決策環境中時間滯延的效果，管理評論，第十七卷，頁83-106。葉重新(2001)，教育研究法，台北市：心理。蕭志同(2004)，臺灣汽車產業發展：系統動態模式，國立交通大學管理科學系未出版之博士論文。蕭志同、黃慧華、李健龍(2007)，以系統動態學建構台灣汽車區域經銷商獲利模式，臺灣企業績效學刊，2007，第一卷，第一期，105-214。謝安田(1994)，企業管理，台北：五南出版社。謝長宏(1991)，系統動態學--理論、方法與應用，台北市：中興管理顧問公司。二、英文部分 Afush,A.&C.L.Tucci.(2003),Internet Business Models and Strategies(2nd Edition),McGraw Hill. Anderson,V.,& C.L.Jhonson,(1997). Systems Thinking Basics:From Concepts to Causal Lops. Cambridge, MA : Pegasus Communications, Inc.

Betz, F. (2002) Strategic Business Models, *Engineering Management Journal*, 14,1, 21-27. Casadesus-Masanell, R., & Ricart, J. E. (2011). How to design a winning business model. *Harvard Business Review*, January-February: 101-107. Dooley, L. and D.O'sullivan (2000), "System Innovation Manager," *Production Planning & Control*, Vol.11, No.4, pp.369-379. Drucker, P. F., & Joseph, A. M. (2004). *The daily drucker:366 days of insight and motivation for gettingthe right things done*. Daker & Taylor Books. Dutta, A. (2001), "Business Planning for Network Services: A System Thinking Approach," *Information Syttem Research*, Vol.12, Issue 3. pp.85-98. Eisenmann, T.R. (2002), *Internet business models: Text and cases*. International edition. New Yourk: McGraw-Hill. Eyring, M. J., Johnson, M. W.& Hari, N. (2011), "New business models in emerging markets," *Harvard Business Review*, January-February, pp. 89-95. Forrester, J.W.(1958). *Industrial Dynamics: A Major Breakthrough for Decision Makers*. *Harvard Business Review*. 36, 37-66. Forrester, J.W.(1961). *Industrial dynamics*. MIT Press: Cambridge; currently available from Pegasus Communications: Waltham, MA. Forrester, J.W.(1983). Foreword. In N. Robert, M. Gare, D. Andersen, W. Shaffer, and R. Deal(Eds.), *Introduction to computer sinulation; A system dynamics modeling approach*(pp. 10-11). Massachusetts; Addison-Wesley. Funke, J. (2001), "Dynamic Systems as Tools for Analyzing Human Judgment," *Thinking & Reasoning*, Vol.7, Issue 1, pp.83-98. Goodman,M. R., (1974). *Study Notes in System Dynamics*, Waltham, MA:Pegasus Communications. Heskett, J. L., Jones, T.O., Loveman, G W., Sasser, W. E. Jr., Schlesonger, L. A. (1994), "Putting theservice-profit chain to work", *Harvard Business Review*, pp.164-74. Hill,C.W.L.,&Jones, G. R.,(2004), *Strategic Management Theory 6e*, Boston : Houghton Mifflin Hughes, J. and W.H. Trevor (1999), "Systems Development as A Research Act," *Journal of Information Technology*, Vol.14, No.8,pp.83-94. Johnson, M. W., Christensen, C. M. & Henning, K. (2008), "Reinventing Your Business Model," *harvard Business Review*, Vol. 86, No. 12, December, pp.50-59. Kotler, P. (2002). *Marketing management (11th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall. Magretta, J. (2002), "Why business models matter" , *Harvard Business Review*, Vol. 80, No.5, pp. 86-92. Mayo, M.C. & Brown, G. S. (1999), *Building a competitive business model*. *Ivey Business Journal*, 63(3), 18-23 Mintzberg, H., & Lampel, J. (1999). Reflecting on the Strategy Process. *Sloan Management Review*, 40(3), 21-30. Morris, M., Schindehutte, M., & Allen, J. (2005). The entrepreneur's business model: Toward a unified perspective. *Journal of Business Research*, 58(6), 726-735. Muller, W. (1991).Gaining competitive advantage through customer satisfaction. *European Management Journal*, (2), 201-210. Ruyter, K. D., Wetzels M., Lemmink J., & Mattsson J.(1997), "TheDynamics of the Service Delivery Process: A Value-Based Approach" ,*International Journal of esearch in Marketing*. Senge, P. M. (1990), *The Fifth Discipline*, NY: Doubleday. Shafer, S. M., Smith, H. J., & Linder, J. C. (2005), "The power of business models" , *Business Horizons*, Vol. 48 No.3, pp. 199-207. Sterman, J. D. (1989a), " Modeling managerial behavior: misperceptions of feedback in a dynamic decision makingexperiment." *Management Science*, 35,321-339. Sterman, J. D. (1989b), "Misperceptions of feedback in Dynamic Decision Making." *Organizational Behavior and HumanDecision Process*, 43, 301-335. Sterman, J. D., (2000) "*Business Dynamics: Syatems Thinking and Modeling for a Complex World*" , McGraw-Hill Timmers, P. (1998) *Business Models for Electronic Markets*, *Electronic Markers*, 8(2), pp. 3-8.