

# The Impact of Financial Environments on Business Strategies in Banking Industry

劉鎮評、賴其勛；張景旭

E-mail: 9022046@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

Referring to "Strategy formulation of administration theory" written by Dan-Shen Sto (2001) interviewing bank officers in this area, this thesis presents competitive strategies for "F" Bank below by the way of finding out the financial market-change, reviewing the internal conditions, and making use of records as well as recommends. 一、 In order to reduce credit risk, "F" Bank should create possibilities for small business & consumers to receive loan grant, moreover, "F" Bank should develop the potential market of credit card aggressively. 二、 In order to reduce cost, enhance quality of service & competition, "F" Bank should keep conducting the development of internet banking service. 三、 "F" Bank should focus its R & D on consumer-oriented and specific products. 四、 "F" Bank seek complementary among homogeneous or heterogeneous partners for alliance after the bill of merger & the bill of financial domination are read over. 五、 In response to "WTO" competition, "F" Bank should take strategies both in differentiation and centralization, set management centralized by establishing simple-function & community branches.

Keywords : financial environment ; bank ; business strategie

## Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書	iii	中文摘
要	iv	英文摘
要	v	誌
謝	vi	目
錄	ix	圖目
錄	xi	表目
錄	xii	第一章 緒
論	1	第一節 研究背景與動機
1 第二節 研究目的	3	第二章 文獻探
討	4	第一節 金融環境
第二節 網路行銷	8	第三節 競爭策
略	18	第三章 研究方法
第一節 研究設計	39	第二節 研究方
法	40	第三節 研究對象
節 問卷設計	42	第五節 研究限
制	43	第四章 個案分析
第一節 產業概況	45	第二節 F銀行現
況	49	第三節 F銀行策略分析
結論與建議	91	第一節 結
論	91	第二節 管理涵義
第三節 後續研究建議	96	附錄一、參考文
獻	97	一、中文部份
、英文部份	99	附錄二、訪談記
錄	101	圖目錄 圖2-1-1 上網人口統計
圖	7	圖2-2-1 銀行各種服務管道的每筆交易成
本	12	圖2-3-1 SWOT分析
種產業競爭力分析	28	圖2-3-3 一般性競爭策略模
式	30	圖2-3-4 策略推力理論架構
圖2-3-5 Wiseman 五種競爭策略的內涵	31	圖2-3-6 產業價值
鏈	32	圖4-1-1 我國經濟成長率與民間消費成長率關係

圖-----47 圖4-2-1 F銀行組織系統圖-----	51 圖4-3-1 銀行業價值
鏈-----	69 圖4-3-2 銀行業策略矩陣
圖-----72 圖4-3-3 加強中小企業、消費金融及信用卡以分散風險策略矩陣圖-----	78
圖4-3-4 發展網路銀行、降低成本、提升競爭力策略矩陣-----	81 圖4-3-5 研發消費者導向具有特色金融產品策略矩陣-----
84 圖4-3-6 同業策略聯盟或異業結盟，擴大相對規模策略矩陣-----	87 圖4-3-7 設簡易分行及社區分行，並採集中化及差異化策略矩陣-----
90 表 目錄 表2-2-1 網路銀行與傳統銀行交易成本比	
較-----11 表2-2-2 封閉式網路銀行與開放式網路銀行之比較-----	17 表2-3-1 策略的定義
義-----	19 表2-3-2 事業策略類
型-----	23 表3-1-1 事業策略的制定程序流
程-----	39 表3-3-1 訪談對象-----
42 表4-1-1	
台灣金融業的發展沿革表-----	46 表4-1-2 簡明資產負債
表-----	53 表4-1-3 簡明損益表-----
54	
表4-3-1 FMA與市場其他產品比較-----	58

## REFERENCES

- 中文部份 1.許士軍，「管理學---第十版」，台北:東華書局，1980。 2.郭茂良，「台灣零售業行銷組合策略之研究---以五種行業為例」，中山大學企業管理研究所碩士論文，1987。 3.李得茂，「銀行業市場區隔化及市場競爭結構分析」，國立中興大學企業管理研究所論文，1992。 4.王銘達，「環境因素變化與行銷策略之研究:以本國商業銀行為例」，中國文化大學企業管理研究所碩士論文，1993。 5.簡進盛，台灣金融機構的蛻變與未來之研究，中山大學企業管理研究所碩士論文，1995。 6.Patton, Michael Quinn, "Qualitative Evaluation and Research Method"，吳芝儀李奉儒譯，「質的評鑑與研究」，台北:桂冠圖書，1995。 7.古永嘉譯，「企業研究方法」，臺北市:華泰，1996。 8.胡幼慧，「質性研究:理論、方法及本土女性研究實例」，台北:巨劉圖書公司，1996。 9.李賢，「我國新商業銀行經營競爭能力與行銷策略之研究」，大葉大學專業經營研究所碩士論文，1997。 10.葉其葳，「網際網路對電子銀行服務影響之研究」，中正大學財務金融研究所碩士論文，1997。 11.周慶馨，「金融資訊科技應用現況」，國立政治大學資訊管理系專題演講書面資料，1997。 12.廖肇弘，「銀行業發軔驗子商務系統之決策議題---以台心銀行為例」，國立交通大學管理科學研究所碩士論文，1998。 13.林素儀，「銀行業電子商務應用與發展」，通訊雜誌，2月，1998，業88-97。 14.黃振嘉，「電子商務---網路商店的經營與管理」，中華青年資訊人協會研討會，1998年5月。 15.郭明德，「質化研究的探討及省思」，教育研究（高雄師範大學），6月，1998，頁153-173。 16.卓慶龍，「網際網路之金融服務---以美國網路銀行為例」，台灣大學商業研究所碩士論文，1999。 17.許俊賢，「網路行銷策略對企業市場價值之研究」，台灣科技大學管理研究所企業管理學程碩士論文，1999。 18.黃秀峰，「網路銀航應位與運用策略之研究」，大葉大學資訊管理研究所碩士論文，1999。 19.張紹勳，研究方法，台中:滄海書局，2000。 20.洪祥詳，「網路銀行風險管理」，存款保險資訊季刊，2000.3。 21.傅成仕，「銀行業之新趨勢---網路銀行」，今日合庫月刊，2000.6。 22.司徒達賢，「策略管理新論」，台北:智勝文化事業有限公司，2001。 英文部份: 1. Downes et al. "The new economics"，1999。 2. Ansoff, H. I. Corporate Strategy, New York: McGraw-Hill Book Co., 1965。 3. Hofer, Charles W. and Schendel, D., Strategy Formulation : Analytical Concepts, Minnesota: West Publishing Co., 1978。 4. Stephen, C.F. and Timothy, M.K. "February 1999 Online Banking Report" Piper Jaffray Equity Research (1999)。 5. Poter, Michael E., "How Competitive Forces Shape Strategy"，Harvard Business Review, Mar.-Apr. 1979, pp.137-145。 6. Kotler, P., "Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control," 8th, Prentice-Hall, Inc., 1994。 7. Magrath, A. J., "When Marketing Services, 4Ps are not enough," Businss Horizons, May-June 1986, pp.44-50。 8. McCarthy, E. J., "Basic Marketing: A Managerial Approach," Illionis: Richard D. Irwin, Inc., 9th ed. 1987。 9. Wiseman, C., Strategy and Computers: Information Systems as Competitive Weapons, Dow-Jones-Irwin, 1985。 10. Barney, "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage" Journal of Management, Vol.17, 1991, pp.112。 11. Alba, J., Lynch, J. and Weitz, B., "Interactive Home Shopping: Consumer, Retailer, and Manufacturer Incentives to Participate in Electronic Marketplaces," Journal of Marketing, July 1997, pp.38-53。 12. Aldridge, A., Forcht, K. and Pierson, J., "Get Linked or Get Lost: Marketing Strategy for the Internet," Electronic Networking Applications and Policy, 1997, pp.161-169。