

The Dealer Business Strategy Model: A Case Study of the Automobile Industry in Taiwan

李健龍、蕭志同

E-mail: 9511404@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

A number of factors contribute to dramatic impact on automobile sale, such as economic development, political environment, the prosperity of real estate, the trading volume of stock market and the fluctuation of oil price. In 1994, the whole domestic automobile market renewed its historic record of selling 575,000 cars in total. However the total selling number has been declined since 1994 and in 2001, the quantity was even down to 347,000, the lowest for decades. The disaster was not the end. In 2002, Taiwan was officially registered one member of WTO, the domestic regional dealers were under serious threaten of sharing the limited market. As the automobile market structure has been changed, those wholesalers need to adapt themselves to the competitive circumstances. While wholesalers raised the budget to grab market share as much as possible, dealers' profit was reduced. For regional dealers, how to conquer such severe situation and adjust business mechanism properly became crucial to maintain the profit and survive the market. In this dissertation, the System Dynamics was employed to build up a dynamic mode of regional dealers' business strategy and working procedures to further discuss the undergoing decline of automobile market and the loss of current customers who own the products. The result of research suggests the deterioration of the whole market has a great impact on regional dealers, which is uncontrollable, however dealers can do more efforts to develop more customers and raise service satisfaction which is reachable and also decides business strategy and profit.

Keywords : Policy Simulation ; Market Share ; Regional Dealer ; System Dynamics

Table of Contents

目錄 封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv
iv 英文摘要.....	v	誌謝.....	vi
vi 圖目錄.....	xiii	表目錄.....	xiii
ix 第一章 緒論.....	1	第一節 研究背景與動機.....	1
研究目的.....	3	第二節.....	1
3 第三節 研究流程與對象.....	4	第四節 論文架構.....	4
6 第二章 文獻探討.....	7	第一節 經銷商之文獻探討.....	7
7 第三章 汽車區域經銷商發展現況與特性.....	13	第二節.....	7
發展現況.....	13	第三節 經銷商之文獻探討.....	7
13 第二節 汽車區域經銷商之一般特性.....	14	第四章 研究方法.....	17
14 第四章 研究方法.....	17	第一節 系統動態學方法.....	17
17 第一節 系統動態學方法.....	17	第二節 系統動態學於產業及各種領域上的應用.....	17
17 第二節 系統動態學於產業及各種領域上的應用.....	17	第三節 系統動態學於汽車相關產業上的研究.....	20
20 第五章 模式建構.....	21	第一節 質性模式.....	21
21 第一節 質性模式.....	21	第二節 量化模式.....	27
27 第二節 量化模式.....	27	第六章 模擬結果與政策分析.....	33
33 第六章 模擬結果與政策分析.....	33	第一節 結果模擬.....	33
33 第一節 結果模擬.....	33	第二節 政策模擬.....	37
37 第二節 政策模擬.....	37	第七章 結論.....	41
41 第七章 結論.....	41	第一節 研究總結.....	41
41 第一節 研究總結.....	41	第二節 結論.....	42
42 第二節 結論.....	42	第三節 未來研究之建議.....	43
43 第三節 未來研究之建議.....	43	參考文獻.....	45
45 參考文獻.....	45	附錄.....	45
45 附錄.....	45	圖目錄.....	50
50 圖目錄.....	50	圖 1-1 1994年-2004年新車掛牌台數.....	2
2 圖 1-1 1994年-2004年新車掛牌台數.....	2	圖 1-2 研究步驟之流程圖.....	2
2 圖 1-2 研究步驟之流程圖.....	2	圖 2-1 汽車行銷通路.....	9
9 圖 2-1 汽車行銷通路.....	9	圖 5-1 整體汽車市場與新車銷售量之因果關係.....	22
22 圖 5-1 整體汽車市場與新車銷售量之因果關係.....	22	圖 5-2 品牌知名度、消費者意願與新車銷售量之因果關係.....	23
23 圖 5-2 品牌知名度、消費者意願與新車銷售量之因果關係.....	23	圖 5-3 新車銷售量、顧客長期滿意度與累積保有台數之因果.....	24
24 圖 5-3 新車銷售量、顧客長期滿意度與累積保有台數之因果.....	24	圖 5-4 新車銷售量、車體險件數與钣噴維修台數之因果.....	25
25 圖 5-4 新車銷售量、車體險件數與钣噴維修台數之因果.....	25	圖 5-5 台灣汽車產業區域經銷商產業之質性結構圖.....	26
26 圖 5-5 台灣汽車產業區域經銷商產業之質性結構圖.....	26	圖 5-6 全年度季節銷售指數圖.....	28
28 圖 5-6 全年度季節銷售指數圖.....	28	圖 5-7 累積保有台數動態流程圖.....	29
29 圖 5-7 累積保有台數動態流程圖.....	29	圖 5-8 顧客長期滿意度動態流程圖.....	30
30 圖 5-8 顧客長期滿意度動態流程圖.....	30	圖 5-9 汽車產業區域經銷商經營策略之動態流程.....	32
32 圖 5-9 汽車產業區域經銷商經營策略之動態流程.....	32	圖 6-1 汽車銷售量實際值與模擬值比較圖.....	34
34 圖 6-1 汽車銷售量實際值與模擬值比較圖.....	34	圖 6-2 累積銷售保有台數實際值與模擬值比較圖.....	35
35 圖 6-2 累積銷售保有台數實際值與模擬值比較圖.....	35	圖 6-3 每月總進廠台數實際值與模擬值比較圖.....	36
36 圖 6-3 每月總進廠台數實際值與模擬值比較圖.....	36	圖 6-4 顧客長期滿意度實際值與模擬值比較圖.....	37
37 圖 6-4 顧客長期滿意度實際值與模擬值比較圖.....	37	圖 6-5 全年度整體汽車市場變化對累積保有台數之模擬.....	38
38 圖 6-5 全年度整體汽車市場變化對累積保有台數之模擬.....	38	圖 6-6 全年度整體汽車市場變化對總進廠台數之模擬.....	38
38 圖 6-6 全年度整體汽車市場變化對總進廠台數之模擬.....	38	圖 6-7 累積保有台數流失率變化對累積保有台數之模擬.....	39
39 圖 6-7 累積保有台數流失率變化對累積保有台數之模擬.....	39	圖 6-8 累積保有台數流失率變化對總進廠台數之模擬.....	40
40 圖 6-8 累積保有台數流失率變化對總進廠台數之模擬.....	40	表目錄 表 2-1 汽車相關文獻彙整之要點.....	12
12 表目錄 表 2-1 汽車相關文獻彙整之要點.....	12	表 5-1 顧客滿意度調查問卷.....	31
31 表 5-1 顧客滿意度調查問卷.....	31		

REFERENCES

- 一、中文部份 [1] 毛文騏, 「我國汽車產業經營策略之研究」, 國立成功大學, 碩士論文, 民國87年。
- [2] 王俊榮, 「小轎車購買行為傾向之研究 - Fishbein模式之應用」, 淡江大學, 碩士論文, 民國89年。
- [4] 王樹嵩, 「科學城永續發展系統動態模擬模式之研究 - 以新竹科學城為例」, 朝陽科技大學, 碩士論文, 民國91年。
- [5] 朱瑞清, 「台灣長纖梭織布業產銷策略之動態規劃研究」, 逢甲大學, 碩士論文, 民國92年。
- [6] 江宜娜, 「以系統動力學探討我國教育系統師資供需失衡之研究」, 大葉大學, 碩士論文, 民國92年。
- [7] 余榮輝, 「汽車產業競爭策略之研究 - 以和泰汽車為例」, 中山大學, 碩士論文, 民國89年。
- [8] 李文宏, 「世代別汽車購買行為」, 國立交通大學, 碩士論文, 民國91年。
- [9] 李昭南, 「服務品質及價格對滿意度與忠誠度之影響 - 以國產車原廠汽車服務廠為例」, 大葉大學, 碩士論文, 民國91年。
- [10] 李瑤曾, 「環境變動與人力政策對組織女性人力成長之影響 - 以我國女性軍、士官...」, 國防管理學院, 碩士論文, 民國92年。
- [11] 阮俊中, 「台灣殯葬產業動態研究」, 南華大學, 碩士論文, 民國91年。
- [12] 阮威堯, 「系統動態方法在水資源開發政策環境影響評估之應用」, 逢甲大學, 碩士論文, 民國92年。
- [12] 林千料, 「供應商與經銷商策略整合影響因素之研究 - 以汽車業為例」, 大葉大學事業經營研究所碩士論文, 民國89年。
- [13] 林高偉, 「供應商與經銷商聯合行動影響因素之研究 - 以汽車業為例」, 大葉大學, 碩士論文, 民國89年。
- [14] 周雅燕, 「影響行銷通路運作因素之研討 - 以汽車經銷商為實證研究」, 雲林科技大學, 企業管理研究所碩士論文, 民國85年。
- [15] 范天華, 「汽車業上市公司經營策略之個案研究」, 國立政治大學, 碩士論文, 民國91年。
- [16] 高士振, 「現行全民健保政策財務問題之研究:系統動力學的觀點」, 世新大學, 碩士論文, 民國91年。
- [17] 張辰彰, 「我國汽車業合併經營可行性研究」, 政治大學, 碩士論文, 民國89年。
- [18] 張建仁, 「汽車零件製造商生產與作業策略之個案研究」, 國立政治大學, 碩士論文, 民國91年。
- [19] 張浩峰, 「高鐵特定區開發對區域發展影響之研究」, 逢甲大學, 碩士論文, 民國92年。
- [20] 連義保, 「經銷商滿意度與其採購量之關連性研究 - 以K牌個案研究公司為例」, 台灣科技大學, 碩士論文, 民國89年。
- [21] 郭豐基, 「保修管理資訊系統之模擬分析」, 元智大學, 碩士論文, 民國93年。
- [22] 陳世偉, 「國產汽車消費者購買行為之研究」, 國立台北大學, 碩士論文, 民國91年。
- [23] 陳幸雄, 「以系統觀探討台灣產業的發展」, 國立交通大學, 博士論文, 民國94年。
- [24] 陳苗鏗, 「海港營運成長機制之系統動力研究」, 國立中山大學, 碩士論文, 民國91年。
- [25] 陳貞蓉, 「以系統動態方法建立山坡地總量管制模型之研究 - 以台北縣汐止市為例」, 國立成功大學, 碩士論文, 民國92年。
- [26] 童溼蓉, 「世界級汽車製造產業客製化的企業經營模式」, 臺灣科技大學, 碩士論文, 民國91年。
- [27] 馮業誠, 「汽車產業大量客製化之研究」, 清華大學, 碩士論文, 民國91年。
- [28] 黃光泰, 「WTO、產業環境對廠商合作關係之研究 - 以臺灣汽車零件製造業為例」, 中正大學, 碩士論文, 民國90年。
- [29] 黃明俊, 「網際網路對通路中間商再中間化影響之研究:以汽車產業通路中間商為例」, 臺灣大學, 碩士論文, 國立臺灣大學, 碩士論文, 民國90年。
- [30] 詹秋貴, 「我國主要武器系統發展的政策探討」, 國立交通大學, 博士論文, 民國89年。
- [31] 劉瑞文, 「運用系統動態學探討汽車業供應鏈產銷模式」, 國立雲林科技大學, 碩士論文, 民國90年。
- [32] 潘扶仁, 「臺灣汽車品牌形象之研究 - 品牌知名度、購買意願與品牌忠誠度關係之研究」, 交通大學, 碩士論文, 民國91年。
- [33] 蔡介安, 「顧客滿意度之研究 - 以自用小客車為例」, 大同工學院, 碩士論文, 民國86年。
- [34] 蔡文修, 「代理商的影響策略對經銷商滿意度之探討」, 私立大葉大學, 碩士論文, 民國89年。
- [35] 蕭世豐, 「兩岸加入WTO後我國汽車產業經營策略之研究 - 以C汽車公司為例」, 私立大葉大學, 碩士論文, 民國90年。
- [36] 蕭志同, 「台灣汽車產業發展之探討」, 國立交通大學, 博士論文, 民國93年。
- [37] 韓潔茹, 「企業財務預測與財務診斷之動態性財務規劃模式 - 以系統動力學初探」, 國立中山大學, 碩士論文, 民國91年。
- [38] 簡清隆, 「台灣汽車行銷通路組織選擇之研究」, 私立大葉大學, 碩士論文, 民國89年。
- [39] 羅翔, 「因應兩岸加入WTO臺灣汽車工業供應鍊策略之研究」, 台北大學, 碩士論文, 民國91年。
- 二、英文部分 [1] Dixit A, Optimal trade and industrial policies for the US automobile industry, MIT, Press, 1988.
- [2] Forrester, J.W., "Industrial Dynamics", Cambridge, Mass: The MIT Press, 1961.
- [3] Forrester, J.W., "Urban Dynamics", Cambridge, Mass: The MIT Press, 1969.
- [4] Forrester, J.W., "World Dynamics", Cambridge, Mass: The MIT Press, 1971.
- [5] Industrial Development Bureau: Policy Documents for the Auto Industry, MOEA, R.O.C., unpublished, 1996.
- [6] Witt, S.F. and Johnson S.R., "An econometric model of new-car demand in the UK", Managerial and Decision Economics 7, 1986.