

# 台灣遊覽車售後服務市場競爭指標之研究

林正裕、王學銘

E-mail: 9607886@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

本研究之主要目的在探討遊覽車售後服務市場的競爭指標。調查對象分析均為原廠與一般維修廠的管理者或經營者，共抽取樣本12份，原廠樣本5人，一般維修廠7人。一、從供應鏈管理的角度來瞭解售後服務市場的上游供應商的管理及下游顧客關係管理之關係，對於售後服務市場競爭指標相互之影響，並探討之。二、以研究問卷方式，瞭解售後服務市場競爭模式原廠與一般維修業對四大部分：服務、品質、成本及彈性的競爭指標，比較與競爭對手其差異性及特點。三、以原廠為核心企業對象，分析現狀實證研究原廠與競爭者對四大部分的比重，以分析目前競爭優勢及經營管理的績效。四、探索核心企業的未來新競爭發展機會，並檢視遊覽車售後服務市場產業發展之商機。五、總結出兩者競爭指標的方式並整理出優缺點，供業界參考。

關鍵詞：遊覽車；售後服務市場；競爭指標；供應鏈管理

## 目錄

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		vi 內容目錄	
vii 表目錄		ix 圖目錄	
x 第一章 緒論	1	第一節 研究背景	1
1 第二節 研究動機	3	第三節 研究目的	3
4 第四節 研究流程	5	第二章 文獻回顧	7
7 第一節 台灣的遊覽車市場	7	第二節 供應鏈管理	15
15 第三節 企業競爭指標	37	第四節 分析層級	41
41 第五節 小結	44	第三章 研究方法	46
46 第一節 研究架構	46	第二節 評估準則與問卷設計	47
47 第三節 資料分析方法	53	第四章 實證結果分析	55
55 第一節 基本資料分析	55	第二節 研究結果分析	56
56 第三節 討論	65	第五章 結論與建議	66
66 第一節 研究結論	66	第二節 研究貢獻與實務上意涵	70
70 第三節 對後續研究者的建議	75	第四節 研究限制	76
76 參考文獻	78	附錄一 研究問卷	87

## 參考文獻

一、中文部份 ARC遠擎管理顧問公司編(2001)，顧客關係管理深度解析:執行以客戶為中心的企業轉型策略，台北:遠擎出版社。 Eccles, R. (1991)，績效評估宣言哈佛商業周刊譯，台北:天下。 大前研一(1985)，策略家的智慧，(黃宏義譯)，台北:長河出版社。 工業局中衛發展中心(2000)，資訊應用策略研討會(2000)，經濟部精實論壇會議，台北:工業局中衛發展中心。 司徒達賢(1995)，策略管理，台北:遠流出版社。 交通部統計處編印(2006)，94年遊覽車營運狀況調查報告，台北:著者發行。 安迅資訊系統(1999)，整合企業經營策略與顧客關係管理，電子化企業 - 經理人報告，11(3)。 杉本辰夫(1986)，事務、營業、服務的品質管制，(盧淵源譯)，中興管理顧問公司。 宋孟霖(1997)，本國積體電路製造業關鍵成功因素與績效評估制度之研究，國立台灣大學會計研究所碩士論文。 李建華，方文實(1997)，企業績效評估理論與實務，台北:超越企管顧問股份有限公司。 李啟章(1996)，供應鏈管理概念模式建構研究-DRP/MRPII之整合資訊系統，國立台灣大學工業工程研究所碩士論文 李鈺琦(2005)，從顧客關係管理看台灣音樂類型電台如何處理聽眾回饋、與聽眾建立關係，政治大學廣電研究所碩士論文。 余榮輝(2000)，汽車產業競爭策略之研究 - 以和泰汽車為例，國立中山大學高階經營研究所碩士論文 余錦芳(2002)，顧客滿意與品牌忠誠之相關研究 - 以汽車業為例，國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系碩士論文。 吳思華(2000)，策略九說 - 策略思考的本質，台北:臉譜出版社 林育正(2004)，大客車車體設計技術介紹，車輛研測資訊，40。 林勝國(2000)，AHP標度評價與新標度法之研究，國防管理學院國防決策科學研究所碩士論文，37-51。 林陽助(1996)，顧客滿意度決定模型與效果之研究 - 台灣自用小客車之實證，國立台灣大學商學研究所博士未出版之論文。 洪筱華(2002)，從電腦中介傳播角度談組織溝通與顧客關係管理之相關性研

究一以台灣全區行動通訊業者為例，國立交通大學傳播研究所碩士論文。黃正淡(2001)，台灣汽車產業物流系統特性之探討，中原大學工業工程研究所碩士論文。黃惠民，謝志光(2000)，物流管理與供應鏈導論，台中：滄海。莊舜德(2000)，落實供應鏈管理對企業製造目標、物流能力以及經營績效關係之研究，成功大學工業工程管理研究所碩士論文。曾國雄，鄧振源(1989)，層級分析法的內涵特性與應用上，中國統計學報，27(6, 7)，5-22。曾國雄，鄧振源(1989)，層級分析法(AHP)的內涵特性與應用(下)，中國統計學報，27(7)，1-15。Cornelis A. De Kluyver(2001)，企業策略管理概論(洪瑞璘譯)，台北市：普林帝斯霍爾，11。莫乃健(2001, January)，顧客關係是企業的命脈，天下雜誌，224。郭德實，周泰華，黃俊英(2000)，服務業顧客滿意評量之重新檢測與驗證，中山管理評論，8(1)，153-200。唐麗英，胡安華(1996)，滿意度模式建立與滿意構面確認之研究，交大管理學報，16(1)，55-74。童啟晟(2000)，Call Center的發展現況與趨勢，資訊與電腦出版社，236，41-43。楊錦洲(1996)，影響服務品質的特性，品質管制月刊，29(2)，25-29。戴永久(1991)，品質管理，台北：三民書局。葉牧青(1989)，AHP層級結構設定問題之探討，交通大學管理科學系碩士班碩士論文。

二、英文部份 Aaker (1985). *Strategy Market Management* (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc. Alam, A. (1996). *Supply Chain Management*. *Journal of Strategic Management*, 13, 80-86. Ansoff, H. Igor. (1988). *The New Corporate Strategy* (3rd ed.). NY: John Wiley & Sons, Inc., 83. Bateson, John E. G. (1997, Dec). Do We Need Service Marketing? in *Marketing Consumer Service: New Insights*. Cambridge, MA: Marketing Science Institute, 77-115. Behshid, F. & Elshennawy, A. K. (1989). Defining service quality is difficult for service and manufacturing firm. *Industrial Engineering*, 21, 17-19. Berry (1980, May-June). *Services Marketing Is Different*. *Business*, 30, 24-29. Berry, Leonard L. (1983). *Relationship Marketing, Emerging Perspective on Service Marketing*. Chicago: American Marketing Association, 25-28. Bitner, M. J. (1992, April). *Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers & Employees*. *Journal of Marketing*, 5, 57-71. Cooper, R. & Yoshikawa, T. (1994). *Inter-organization Cost Management Systems: The Case of the Tokyo-Yokohama-Kamakura Supply Chain*. *Journal of Production Economics*, 37(1), 51-62. Dangayach, G. S. & S. G. Deshmukh (2000). *Manufacturing Strategy: Experiences from Select Indian Organizations*. *Journal of Manufacturing Systems*, 19(2), 134-148. Dornier, Ernst, Fender, & Kouvelis (1998). *Global Operations and Logistics, Text and Cases*. NY: John Wiley & Sons, Inc., 48. Ellram (1991). *Supply Chain Management*. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 21(1), 13-33 & 57-58. Garvin, David A. (1984). *What Does Product Quality Really Means*. *Sloan Management Review*, 26, 25-43. Gronroos, C. (1984). *A service quality model and its marketing implications*. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44. Hamel, G. & Prahalad, C. K. (1990). *The core competence of the corporation*. *Harvard Business Review*, 68(3), 79-91. Hill, C. W. L. & G. R. Jones (1995). *Strategy in the Global Environment*. *Strategic Management Theory*, 16, 224-255. Houlihan (1984). *Supply Chain Management, Proceedings of 19th International Technical Conference of the British Production and Inventory Control Society* (101-110). Johnson & Wood (1996, Feb.). *Mastering Logistic Change*. *Journal of Logistics Management*, 43-53. Juran, J. M (1986, December.). *A Universal Approach to Managing for Quality*. *Quality Process*, 19-24. Kotler, P. (1994). *Marketing Management-Analysis, Planning, Implementation, and Control*. New Jersey: Prentice-Hall. Lehtinen Uolevi & Lehtinen R. (1991, July). *Two Approaches to Service Journal*, 11(3), 288-291. Lovelock, H. C. (1991). *Service Marketing*. New York: Prentice-Hall International. Lovelock C. H. (1996). *Service marketing* (3rd ed). New Jersey NJ: Prentice-Hall. Morgan, J. (1997). *How to Make Them Work*. *Purchasing*, 123(5), 31-36. Parasuraman, A, Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *Quality Covnts in Service, Too*. *Business Horizons*, 28, 44-53. Parasuraman, A., Zeithaml, Valerie A. & Berry, L. L. (1985). *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. *Journal of Marketing*, 49, 41-50. Poirier Charles C. & Stephen E. Reiter (1996). *Supply Chain Optimization: Building the Strongest Total Business Network*. San Francisco, CA: Berret-Koehler. Porter, Michael E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competition*. N. Y: The Free Press, 4. Porter, Michael E (1996). *What is Strategy ?*. *Harvard Business Review*, 74(6), 61-78. Porter, Michael E. (1996, Nov.-Dec.). *What is Strategy*. *Journal of Harvard Business Review*, 74, 133-149. Saaty. Thomas L. (1977). *A Scaling Method for Priorities in Hierarchical Structure*. *Journal of Mathematical Psychology*, 15(3), 234-281. Sasser, E. W., Olsen, P. R., & Wyckoff, D. D. (1978). *Management of service operation*. New York: Allyn and Bacon. Shostack, G. L. (1977, April). *Breaking Free from Product Marketing*. *Journal of Marketing*, 41, 73-80. Regan, W. J. (1963). *The service revolution*. *Journal of Marketing*, 27, 32-36. Ronald (1985). *Global Cases in Logistics and Supply Chain Management*. *Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 12(21), 40-60. Ross, D. F. (1996, September). *Meeting the Challenge of Supply Chain Management*. *APICS: The Performance Advantage*, 38-42. Ross, D. F. (1997). *Competing through Supply Chain Management Creating Market Winning Strategies Through Supply Chain*. London: Chapman & Hall. Tomas (1978, Jul-Aug.). *Strategy Is Different in Service Industries*. *Harward Business Review*, 158-165. Tricia Fox (2001). *Managing The Customer Relationship*. Available: [www.crmuk.co.uk/downloads/CIM%20Masterclass.doc](http://www.crmuk.co.uk/downloads/CIM%20Masterclass.doc) Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1988). *Communication and control processes in the delivery of service quality*. *Journal of Marketing*, 52, 35-48.