

# 目 錄

章節次	頁次
第壹章 緒論 .....	1
第一節 研究動機與目的.....	1
第二節 研究範圍與限制.....	6
第三節 論文架構.....	9
第貳章 文獻探討 .....	11
第一節 策略的概念 .....	11
第二節 策略管理理論 .....	14
第三節 直銷業相關經營管理文獻.....	30
第四節 文獻探討對本研究的涵義.....	36
第參章 研究設計 .....	37
第一節 研究架構 .....	37
第二節 研究方法 .....	41
第肆章 外在分析與機會威脅的認定 .....	43
第一節 總體環境分析.....	43
第二節 台灣直銷產業環境分析.....	53
第三節 產業分析.....	57
第四節 顧客分析.....	81
第五節 競爭對手分析.....	85
第六節 關鍵成功因素暨機會與威脅的認定 .....	94
第伍章 內在分析與優劣勢評估 .....	108
第一節 個案公司簡介 .....	108
第二節 現在策略分析 .....	125
第三節 經營績效分析 .....	134
第四節 組織及管理策略分析 .....	138
第五節 策略困擾分析 .....	143
第六節 優劣勢分析 .....	146

第陸章 問題認定與說明 .....	152
第一節 問題認定.....	152
第二節 主要迫切問題.....	153
第三節 次要迫切問題.....	154
第四節 主要不迫切問題.....	155
第五節 次要不迫切問題.....	156
第六節 要因分析.....	158
第柒章 策略建議.....	163
第一節 使命與目標.....	163
第二節 根本策略.....	166
第三節 競爭策略.....	170
第四節 營運策略.....	172
第捌章 結論與建議.....	185
第一節 結論.....	185
第二節 建議.....	188
參考文獻.....	191

# 圖 目次

圖 1-1	行銷通路型式.....	2
圖 1-2	論文架構.....	9
圖 2-1	Glueck 策略規劃之架構.....	15
圖 2-2	Steiner 策略規劃的架構.....	16
圖 2-3	Harvey 企業策略規劃模式.....	17
圖 2-4	策略市場管理的構成概要.....	18
圖 2-5	Porter 之五力分析.....	23
圖 2-6	Porter 的一般性競爭策略.....	27
圖 3-1	研究架構.....	37
圖 3-2	研究程序.....	42
圖 4-1	就業人數與失業率.....	50
圖 4-2	平均每人國民生產毛額.....	50
圖 4-3	1988-2001 全球直銷零售金額預估.....	59
圖 4-4	1988-2001 全球直銷從業人口數預測.....	59
圖 4-5	台灣直銷業產值現況.....	60
圖 4-6	台灣直銷業參加人數.....	61
圖 4-7	台灣多層次傳銷業報備家數統計.....	62
圖 4-8	台灣多層次傳銷營運家數概況.....	63
圖 4-9	決定產業獲利的五種競爭力量.....	68
圖 4-10	安麗公司產品與品牌分類圖表.....	89
圖 4-11	商品或勞務銷售結構變動.....	99
圖 5-1	Ecosense 家用清潔系列銷售走勢圖.....	126
圖 5-2	2001 年各產品營收比例分佈圖.....	127
圖 5-3	2003 年 4 月產品營收比例分佈圖.....	127
圖 5-4	個案公司五年營收成長圖.....	128
圖 5-5	組織圖.....	139
圖 5-6	個案公司的總公司全球歷年營業額成長圖.....	142

圖 5-7	產品購買方式調查.....	147
圖 6-1	要因分析.....	162
圖 7-1	事業成長方向.....	167
圖 7-2	競爭策略.....	170
圖 7-3	個案公司 2003 策略地圖.....	182

# 表 目次

表 1-1	大陸直銷業演變之進程.....	4
表 2-1	學者對策略所下的定義整理.....	12
表 2-2	策略類型歸類.....	25
表 2-3	Miles & Snow 的四種適應性策略.....	26
表 2-4	國內直銷業相關經營管理文獻整理.....	30
表 4-1	各國經濟成長率.....	44
表 4-2	各國與地區人均 GDP 變動趨勢.....	47
表 4-3	經濟成長率歷年統計表.....	49
表 4-4	全球直銷營業額國際統計表.....	58
表 4-5	台灣直銷業近 3 年營業規模比較.....	63
表 4-6	歷年台灣多層次傳銷業概況統計-2001.....	64
表 4-7	中國直銷大事紀及 WTO 相關里程碑.....	67
表 4-8	進貨/製造成本比率分佈.....	71
表 4-9A	進貨/製造成本比率分佈.....	72
表 4-9B	進貨/製造成本比率分佈(續 1).....	73
表 4-10	佣金支付比率.....	74
表 4-11A	佣金支付比率分佈.....	75
表 4-11B	佣金支付比率分佈 ( 續 1 ) .....	76
表 4-12	領取佣 ( 獎 ) 金參加人平均佣 ( 獎 ) 金分佈情形.....	77
表 4-13	台灣直/傳銷現況 ( 至 90 年底止 ) .....	85
表 4-14	2000-2001 年台灣直銷業業績前 10 大排行榜.....	86
表 4-15	500 大服務業之直傳銷前五名排名表.....	86
表 4-16	關鍵成功因素之確認方法.....	97
表 4-17	多層次傳銷商品或勞務銷售概況.....	99
表 4-18	個案公司所具有的 KSF.....	104
表 5-1	各直銷公司入門比較.....	117
表 5-2	個案公司獎金制度.....	122

表 5-3	個案公司近四年部份財務資料.....	134
表 5-4	天下 1000 大排名比較.....	135
表 5-5	各家公司比較.....	136
表 6-1	個案公司所面臨的問題.....	152
表 7-1	公司的目標-成長性.....	164
表 7-2	公司的目標-營業毛利成長率.....	165
表 8-1	營業額分佈-民國 91 年.....	186