

# 國立中央大學九十一年度碩士班研究生入學試題卷

所別: 企業管理學系 丁組 科目: 管理學 共 1 頁 第 1 頁

## 一、個案：福特(Ford, H.)的光榮與挫折

1903年，40歲的福特先生設立福特汽車公司，以一般大眾為顧客對象，提供「高品質與低價格」的產品。其中最有名的是1908年的T型車，它結合鈹鋼、流型變速箱等各項創新，以825元的低價格銷售。經過不斷地創新及降價，至1928年停止生產T型車為止，T型車共生產了1500萬台以上。隨著T型車銷售的成功，「高品質與低價格的產品，以滿足顧客的需求」的理念愈來愈堅固，發展成為「Fordism」的經營願景。Fordism是指「企業的目的是為社會大眾服務」(提供顧客低價格的產品，員工高薪資的福利)。

標準化及移動式裝配線促使大量生產的實現。1921年福特去世，1923年T型車年生產量達到212萬台，占美國市場的57%，隨著社會大眾所得水準的提升及產品多樣性的需求，1925年GM公司推出重視風格(style)的新車，而且採用每年Model Change，促使產品市場上既有產品陳舊化的策略。然而，福特公司卻執著於自己的理念，1927年導入新引擎、低價格的A型車，即使在經濟大恐慌時期，也執著於「技術革新與低價格」的理念，推出V8引擎的新式B型車做為對應。這也造成日後福特公司一度面臨破產危機的原因。

問題：試以企業文化的角度來評論福特公司的作為(50%)。

- 二、試舉實例說明目標、策略、環境、與條件間關係?(25%)
- 三、試分別析論領導者特質論、領導行為論、權力與影響論、領導權變論、與當代領導理論；並整合之?(25%)