

流通與全球運籌研討會論文集, 國立台中技術學院, 2005 年 10 月 28 日

3C 流通業管理人員選用之研究—ANP 之應用

張菽萱; 吳鎮安

摘要

本研究旨在建構我國 3C 流通業管理人員選用之評選模式, 以作為 3C 流通業者配合組織經營策略選用管理人員之參考依據。人員選用為一多準則決策問題, 目前文獻假設評選準則之間是各自獨立, 而忽略因素相互影響的關係。本研究透過文獻探討及文件分析 (Document analysis), 歸納出「經營策略」與「工作職責」兩構面之內涵, 再與「流通業管理人員能力指標」相結合, 藉由網路層級分析法 (Analytic network process; ANP) 整合各因素之交互關係, 建構出一整全的決策模式。研究母體以經濟部商業司所出版之「商業現代化」所定義之 3C 流通業為調查對象, 採問卷調查方式對 16 位 3C 流通業實際工作者進行實地測試, 有效樣本共計 15 份。結果發現, 在「經營策略」與「工作職責」兩構面相互影響下, 現今 3C 流通業多採用「創新」作為經營策略, 在競爭壓力日以繼增的流通業市場中, 擁有與眾不同的能力或資源, 將是企業能否脫穎而出, 居於市場領先地位的關鍵因素。此外, 在所提出的五種工作職責之中, 「商流」與「資訊流」較受到業界的重視, 代表企業普遍希望組織中的管理人員, 能夠具有整

合內部資源並擬定行銷策略的能力，並能隨時掌握市場與技術的最新資訊，以便調整組織的競爭策略與經營方針。

關鍵字：商品學；市場學