

# 半導體產業選擇通路商之研究-灰層級分析法之應用=the selection of distributors in semiconductors industry-a gahp applicatio

張翊丹、賴其勛

E-mail: 9115137@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

隨著世界「資訊化社會」潮流的形成，近年來，資訊業成為我國當前領導經濟發展的工業，尤其是資訊工業基礎的半導體產業，在資訊工業的重要性與日俱增。資訊產業的蓬勃發展帶動整體環境激烈的競爭，要在同業間出類拔萃，行銷決策運用得當與否便佔了極重要的地位。而市場行銷活動中，通路的選擇往往是當中關鍵的一環。因此，對於選擇中間通路商益顯重要，而選擇中間通路商的影響因素評估充滿了不確定性、模糊性及複雜性，不確定性增加廠商選擇合作夥伴的風險，模糊性使廠商在評估時無法確切衡量，複雜性則促使選擇評估之困難。如何在眾多的影響因素中，完整地找出其中主要影響性因素，是本研究欲予探討之主要方向。本研究希望達成下列之目的：一、探討國內半導體產業供應商對中間通路商的選擇準則。二、利用灰色理論的研究方法來進行選擇準則的灰色關聯度分析，篩選出通路商選擇的重要影響因素。三、以層級分析法（AHP）對國內半導體元件供應商進行實証調查，瞭解目前選擇通路商的現況，及影響因素和衡量指標的評估權重模式。四、希望藉此研究能提供給半導體產業選擇中間通路商，有所參考依據。本研究針對2000年國內前十大半導體廠商進行實證性研究，對於其選擇中間通路商的影響因素作一深入之探討，獲得的結果如下：一、經過文獻探討及專家訪談意見的整理後，將通路商選擇因素劃分成七大方向來進行分析，分別是公司因素、策略因素、管理因素、關係因素、行銷因素、資訊因素及服務因素，接著以七大項主要影響因素劃分成四十三個次要影響因素來進行分析。二、重要影響因素之擷取，本研究選灰色關聯分析法將專家群體之意見來篩選出七大重要影響因素及三十五個次要影響因素。三、透過層級分析法取得重要影響因素之相對權重，依其權值比重及大小得知「服務因素」是半導體廠商最重視的影響層面，其次為策略、管理、行銷、資訊、公司因素，而關係因素為第七。

關鍵詞：半導體；中間通路商；灰色關聯分析；層級分析法

## 目錄

目錄封面內頁簽名頁授權書.....	iii	中文摘要.....	v	英文摘要.....	vii
誌謝.....	ix	目錄.....	x	圖目錄.....	xii
表目錄.....	xiii	(空一行)		第一章 緒論 第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	4	第三節 研究架構及流程.....	5	第二章 文獻探討 第一節 通路商的定義與功能.....	7
第二節 通路結構.....	16	第三節 選擇因素.....	20	第四節 產業概況.....	26
第三章 研究方法 第一節 研究對象.....	35	第二節 研究流程.....	38	第三節 研究方法之介紹.....	40
第四節 問卷設計.....	61	第四章 資料分析與結果 第一節 通路商選擇因素之篩選.....	66	第二節 重要影響因素之相對權重分析.....	74
第五章 結論與建議 第一節 結論.....	95	第二節 研究涵意.....	97	第三節 未來研究建議.....	99
參考文獻.....	101	附錄.....	107	圖目錄.....	107
圖1.1 研究流程圖.....	6	圖2.1 通路商之功能.....	13	圖2.2 通路結構的分類.....	16
圖2.3 資訊業的通路結構.....	18	圖2.4 台灣電子工業的通路結構.....	27	圖2.5 IC產品分布圖.....	29
圖2.6 國內半導體產業結構圖.....	30	圖2.7 上、中、下游關聯圖.....	32	圖3.1 研究範疇.....	35
圖3.2 研究步驟.....	38	圖3.3 局部性之灰色關聯分析.....	46	圖3.4 AHP步驟流程圖.....	53
圖3.5 完整(左)及不完整(右)層級結構圖.....	55	圖4.1 通路商選擇因素.....	75	表目錄 表1.1 我國電子零組件歷年產值.....	2
表1.2 我國主動元件歷年產值.....	2	表2.1 通路商的定義彙總.....	9	表2.2 通路商之功能彙總.....	14
表2.3 其三種形式所執行的任務與差別.....	19	表2.4 我國IC產業發展狀況.....	31	表2.5 2000年台灣半導體通路商營收一覽表.....	36
表3.1 2000年全球前十大半導體產業排名.....	33	表3.2 評估尺度.....	56	表3.3 研究變數的衡量方式.....	63
表4.1 公司因素之資料分析結果.....	67	表4.2 策略因素之資料分析結果.....			

.....68 表4.3管理因素之資料分析結果.....	69 表4.4關係因素之資料分析結果.....
.....70 表4.5行銷因素之資料分析結果.....	71 表4.6資訊因素之資料分析結果.....
.....72 表4.7服務因素之資料分析結果.....	72 表4.8七大因素之資料分析結果.....
.....78 表4.9公司因素之資料分析結果.....	81 表4.10策略因素之資料分析結果...
.....84 表4.11管理因素之資料分析結果.....	86 表4.12關係因素之資料分析結果...
.....88 表4.13行銷因素之資料分析結果.....	90 表4.14資訊因素之資料分析結果...
.....92 表4.15服務因素之資料分析結果.....	94

## 參考文獻

- 中文部分 1.林干料,「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。 2.葉國荃,「台灣資訊產品通路分析及發展趨勢研究」,大葉大學事業經營研究所碩士論文,民國87年。 3.劉明昶,「積體電路(IC)業經銷策略之研究」,中興大學企業管理研究所碩士論文,民國85年。 4.胡秋江,「台灣半導體產品通路分析及發展趨勢研究」,大葉大學事業經營研究所碩士論文,民國88年。 5.李世明,「製造商通路結構選擇因素之研究」,中興大學企業管理研究所碩士論文,民國84年。 6.王正熙,「台灣高科技產業董監事連結與控制型態之研究 - 以半導體產業為例」,大葉大學事業經營研究所碩士論文,民國90年。 7.余朝權,「競爭性行銷」新版,台北:長程出版社,1998年。 8.余朝權,「現代行銷管理」新版,台北五南圖書出版公司,1999年。 9.余壬葵,「山坡地開發工程因素之研究」,台北科技大學建築工程研究所碩士論文,民國90年。 10.謝勝彰,「製造商與代理商通路衝突關係之研究」,文化大學企業管理研究所碩士論文,民國81年 11.劉信宏,「以AHP模式進行人力資源管理項目之評估 - 以筆記型電腦業為例」,中原大學工業工程研究所碩士論文,民國89年。 12.林進財,「雜誌媒體選擇評估模式之研究」,義守大學工業設計研究所碩士論文,民國89年。 13.范俊輝,「海外直接投資環境評估模式之建立」,中央大學工業管理研究所碩士論文,民國87年。 14.吳漢雄、鄧聚龍、溫坤禮,灰色分析入門,台北:高立圖書有限公司,民國85年。 15.張偉哲、溫坤禮、張廷政,灰關聯分析模型方法與應用,台北:高立圖書有限公司,民國89年。 16.鄧聚龍、郭洪,灰色原理與應用,台北:全華科技圖書公司,1996年。 17.鄧聚龍、陳朝光,灰色預測與決策,台北:高立圖書有限公司,民國85年。 18.吳國威、黃有評、史開泉,灰色信息理論,台北:全華科技圖書公司,1994年。 19.溫坤禮,「灰關聯度的定量化研究」,灰色系統學刊,第二卷第二期,民國88年,117-133頁。 20.鄧聚龍,灰色系統基本方法,華中理工大學出版社,1992年。 21.新電子科技雜誌,2001年。 22.柯丁萍,「策略聯盟夥伴選擇決定因素之研究」,台灣大學國際企業研究所,民國83年。 西文部分 1.Biemans, Wim G., Innovation and the Network, New York: Routledge, 1992。 2.Chang, Mini, Dae R., " An Extended Framework for Adjusting Channel Strategies in Industrial Markets ", The Journal of Business & Industrial Markets, Vol,7, No.2, Spring 1992。 3.C., Jain Subhash, " Marketing Planning and Strategy " ,3rd,ed., Cincinnati, Ohio: Southj —Western Publishing, 1990。 4.Deng, J.L., " Introduction to Grey System Theory, " The Journal of Grey System, Vol. 1, 1989, pp. 1-24。 5.Erin Anderson ;George S Day;V Kasturi Rangan " Strategic Channel Design " ,Sloan Management Review;Cambridge, Summer 1997。 6.Fish, George, " Marketing Systems " ,New York: Harper and Row Publishers, 1967。 7.Geringer, J.M., " Selection of Parters for International Joint Ventures " Business Quarterly, 1988。 8.Geringer, J.M., " Parters Selection Criteria for Developed Country Joint Ventures " ,1988。 9.Holmlund, Maria & Tornroos, Jan-Ake, " What are relationships in business network? " Management Decision 35/4, 1997。 10.Kolter, Phillip, " Marketing Management :Analysis Planning Implementation and Control " 8th ed.,New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1991。 11. " Choice of supplier in embedded markets: Relationship and marketing program effects " Journal of Marketing; New York; Apr 2001。 12.M., Pegram Roger, " Selecting and Evaluating Distributors " , New York: The Conference Board, Business Policy Study. No.116, 1965。 13.P.Buckin Louis, " The Marketing System and Channel Management " ,in Frederick D. Sturdivant et al., Managerial Analysis in Marketing,(Glenview Ill.:Suott, Forseman, 1970.) 14.P.Buckin Louis, " A Theory of Distribution Channel Management " Berkeley, CA: IBER Special Publications, 1996。 15.Stern, Louis W. and Adel I. El-Ansery, " Marketing Channel " 6th ed., New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1992。 16.Wilson, D. T. and Mummalaneni, V., " Bonding and commitment in buyer-seller relationships : a preliminary conceptualization " An Extendedp Framework for Adjusting Channel Strategies in Industrial Markets " Journal of Industrial Marketing and Purchasing, Vol.1 No.3, 1986, pp. 44-58。 17. " The bottom line: The Economics of Channel Selection " 18. " Channel Selection For New Industrial Products: A Framework, Methods, and Application " 19. " Choice of Supplier in Embedded Markets: Relationship and Marketing Program Effects "