

# Research of Competitive Strategies Used by Information Product Dealers in Taiwan

吳端容、林朝源

E-mail: 9609671@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

This research is the study of information product retail industry, through the use of analytical tools such as SWOT analysis and (AHP), we can derive future competitive strategy based on the research outcome. The goal to provide future competitive strategy for information product retail industry can be achieved by collecting and studying related document and auxiliary data, by performing (AHP) analysis to allocate weight, then determining factors influencing performance, in turn develop competitive strategy, build up (AHP) and questionnaire format. The questionnaires were given to entrepreneurs or executives running information product retail stores, after performing (AHP) analysis on the questionnaires, we derive workable strategies in the order of significance. The conclusion of this research indicated that the information product market is over-saturated, the number of retail stores are excessive and extremely price competitive. The running of retail store is facing bottleneck, apart from cost/price competition, future market expansion and adjustment is a cause for concern. From the outcome derived from AHP analysis, [Distribution Channel Improvement] is rated most crucial (0.177), and Strategic Alliance (0.167) comes second, pointing out that retailers should move towards shortening distribution flow as a way to improve service quality, or form alliance with competitors or non-competitors, for example, working with computer tutors to offer free computer lessons with purchase of information products, this would add value and give incentive to attract potential clients, as a result boost sales performance.

Keywords : Information Product retailers , SWOT analysis, Analytic Hierarchy Process (AHP), Competitive Strategy, Distribution Channel Improvement, Strategic Alliance.

## Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書 中文摘要 ABSTRACT 誌謝 目錄 圖目錄 表目錄 第一章 緒論 1.1 研究背景與動機 1.2 研究目的 1.3 研究流程 1.4 研究限制 第二章 文獻探討 2.1 經銷商之文獻探討 2.2 競爭策略之文獻探討 2.2.1 競爭策略定義 2.2.2 競爭策略的型態 2.3 資訊產品經銷商發展現況與特性 2.3.1 台灣資訊產品零售門市的營運特性 2.3.2 資訊產品經銷商四種營運類型的介紹 2.4 SWOT分析 2.5 層級分析法之相關文獻 第三章 研究方法 3.1 層級分析法 3.1.1 層級分析法之理論與應用步驟 3.1.2 層級分析法的優點 3.1.3 層級分析法的應用範圍 3.1.4 層級分析法之計算方式 第四章 研究設計 4.1 SWOT策略推導及層級研究架構 4.2 問卷項目說明 4.2.1 問卷項目解析 4.3 問卷設計 4.4 問卷對象介紹 4.5 問卷調查統計結果 4.6 問卷結果分析 第五章 結論與建議 5.1 研究結論 5.2 建議 5.3 後續研究建議 參考文獻 附錄

## REFERENCES

- 一、中文部份 [1]大前研一(1984), 策略家的智慧, 黃宏義譯, 長河出版社, 台北, 民國八十七年。
- [2]古進龍(2006), 層級分析法於教師分級制之應用, 大葉大學工業工程與科技管理研究所碩士論文 [3]司徒達賢(1995), 策略管理, 台北: 遠流出版公司。
- [4]白崇亮(1991), 策略決策特性, 競爭優勢策略與經營績效的關係-台灣電子資訊業之實證研究, 政治大學企業管理研究所未出版博士論文。
- [5]江國揚(2006), 層級分析法於紙廠汙泥資源化決策之研究, 大葉大學工業工程與科技管理研究所碩士論文 [6]吳季庭(2005), 影響兩岸電視購物經營因素之研究, 大同大學事業經營學系碩士論文。
- [7]吳思華(1996), 策略九說-策略思考的本質, 台北: 麥田出版社。
- [8]呂鴻德與翟寶達(1994), 技術環境、競爭策略與技術策略配合對經營績效影響之研究, 1994中華民國科技管理研討會論文集。
- [9]杜瑞澤, 陳苑菁(2006), 層級分析法(AHP)應用於永續產品開發策略之研究, 高雄師大學報, 第廿一卷。
- [10]季延平(1995), 企業政策課堂講授筆記。
- [11]唐富藏(1988), 運銷學, 臺大工商管理學系教授。
- [12]張宏億(2005), AHP應用於語意式人臉表情辨識系統之設計, 國立高雄第一科技大學電腦與通訊工程系碩士論文。
- [13]許士軍(1980), 管理學 臺北: 東華。
- [14]連保義(2001), 經銷商滿意度與其採購量之關連性研究, 國立台灣科技大學管理技術研究所高階企管碩士論文。
- [15]陳妙花(2006), 層級分析法運用於國民小學教師評鑑之研究, 大葉大學事業經營研究所碩士論文 [16]曾國禎(1987), 企業競爭策略與

績效關係之研究，成功大學工程管理研究所未出版碩士論文。

[17]黃晁嶸(2005)，安養機構服務品質與行銷策略之探討-以某私立安養機構為例，大葉大學工業工程與科技管理系碩士在職專班。

[18]黃萌義(2005)，設備研發策略之多層級程序分析—以L公司為例，國立中山大學高階經理碩士班論文。

[19]蔡文發(2003)，台灣個人電腦社區連鎖門市競爭策略之研究—以國眾電腦為例，逢甲大學經營管理碩士在職專班碩士論文。

[20]蔡俊榮(1994)，台灣區域網路業之產業競爭結構分析，國立中央大學資訊管理學院碩士論文 [21]鄧振源、曾國雄(1989)，層級分析法  
的內涵特性的應用，中華民國統計學報。

[22]顏建賢，張君如，簡玲玲(2006)，民宿評鑑指標之研究，農民組織學刊，第八卷。

[23]蘇文台(2004)，連接器產業之競爭策略研究-以個案公司為例，輔仁大學管理學研究所碩士論文。 二、英文部份 [24]Aaker,  
D.A.(1984), Strategic Market Management, N.Y. : John Wiley & Sons,Inc.

[25]Ansoff,H.I.(1965), Corporate Strategy, New York:McGraw-Hill.

[26]Barney,J.B.(1997), Gaining and sustaining competitive advantage, Addison wesley Publishing Company.

[27]Bates & Eldredge(1980) Strategy & Policy:Analysis, Formulation and Improvement, Wm.C,Brown,Iowa.

[28]Boseman,G.(1978), Policy Formulation and Strategy Management, John Wiley & Sons.

[29]Chandler, Gaylen N. & Steven H. Hanks(1993), Measuring the Performance Emerging Business: a Validati Study, Journal of business  
Venturing (Vol,8):34-36.

[30]Chiou, C.Y. & Wang P.Y. & Chen, H.C. & Yeh, C.Y. (2007), Green Suplier Selection and Assessment in GSCM Using Analytic Hierarchy  
Process (AHP) for Information and Electronic Industry , Journal of E-Business, Vol. 9.

[31]Cravens, D.W., Shipp,S.H. & Cravens, S.H. (1994). Reforming the Traditional Organization: The Mandate for Developing Networks,  
Business Horizon.

[32]Dess, G.G. & Davis, P.S. (1984), Poter ' s(1980) Generic Strategies as Determinants of Strategic Group Membership and Organizational  
Performance, Academy of Management Journal, Vol.27, No.3.

[33]Glueck, William. F.(1976) Business policy : strategy formation and management action. New York :McGraw-Hill, 2nd ed.

[34]Haner, F.T.(1976), Business Policy, Planning and Strategy, Cambridge.

[35]Henderson, B.D. (1983), The Origin of Strategy, Harvard Business Review, November-December.

[36]Hill, C.W. & Jones, G.R. (1992), Strategic Management Theory: A Integrated Approach, Boston: Houghton Mifflin.

[37]Hofer & Schendel(1978), Strategic Formulation:Analytical Concepts, West, Minn.

[38]Mcnichols, T.J.(1977), Executive Policy and Planning, New York:McGraw-Hill.

[39]Miles, R.E. & Snow, C.C.(1978), Organizational Strategy, Structure, Structure and Process, New York: McGraw-Hill.

[40]Newman,W.H. & James, P. Logen. & Harvey Hegarty(1985), Strategy, Plicy and Central Management.

[41]Saaty, T. (1980), The Analytic Hierarchy Process, McGraw-Hill Inc, New York, NC.and decision making. Indianapolis, IN: Phi Delta KepPa.

[42]Smith, Shea. & John, E.Walsh.(1980), Strategy in Business, John Wiley & Sons. Inc.

[43]Thomas L.Saaty. (1986). Decision Making for Leaders: the Hierarchy Process for Decisions in a Complex World, Californi : Wadsworty,  
Belmont