

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