

2006 中華民國科技管理學會年會暨學術論文研討會，國立政治大學，2006 年 12 月 8-9 日

平面顯示器產業自有品牌策略評選決策模式之研究

The Study of Branding Decisions Selection Model for Fpd Industry

張菽萱；沈永祺；周玉茹

摘要

自 2002 年政府推動兩兆雙星計劃後，光電產業為繼資訊產業及半導體產業之後竄起的另一個備受矚目之明星產業，其中又以平面顯示器產業為推動光電產電的主要力量。平面顯示器產業之成長率不僅逐年增加，在 2005 年第四季產值佔全球 44%，已超越南韓居世界第一，顯見平面顯示器產業已成為我國最具競爭力的產業之一。然而，國內液晶面板廠商多仍是以代工為主。根據施振榮先生所主張的微笑曲線，代工廠商應朝向研發、行銷為主，才能提高獲利。有鑑於此，本研究旨在建構一系統化之自有品牌策略評選決策輔助模式。研究經過文獻探討後，歸納出環境不確定性、組織資源、核心能力、市場特性、代工客戶之品牌權益等 5 大構面與 17 項評估準則後，進一步以問卷調查實際案例 A 公司內部之實務專家，並採用層級程序分析法建構各構面及評估項目之權重，藉以了解國內平面顯示器廠商自有品牌策略的關鍵因素。本研究之成果可作為本研究對象決策時之參考依據，影

響自有品牌策略之關鍵因素，也可提供其他產業實際運作與日後相關研究之參考。本研究發現，5 大構面中，以「核心能力」最為重要 (0.40740)，其次為「代工客戶之品牌權益」(0.23781)、「市場特性」(0.18756)、「環境不確定性」(0.12976)，最不重要的是「組織資源」(0.03748)；17 項評估準則中以「研發設計能力」(0.17161)、「市場行銷能力」(0.14445)、「代工客戶之品牌忠誠度」(0.11634)、「製造量產能力」(0.09134) 較具重要性。

關鍵字：自有品牌策略；平面顯示器產業；層級程序分析法