

市場結構、廠商行為與營運績效之研究—以台灣太陽能電池產業為例

鄧瑞兆, 蕭允蔓

企業管理學系

管理學院

rjteng@cc.chu.edu.tw

摘要

本文主要目的為：以產業經濟學中Mason-Bain的「結構-行為-績效」理論 (Structure-Conduct-Performance, S-C-P)，探討台灣太陽能光電產業中的太陽能電池產業的市場結構、廠商行為與營運績效之互動關係。並在研究中將以最大二大廠商集中度(Two-firm Concentration Ratio, CR2)及賀氏指標(Herfindahl-Hirschman Index, HHI)作為衡量市場集中度之指標，以探討台灣太陽能電池產業的市場結構情況。另外，將從財務觀點來衡量各家業者歷年之績效變化情形，並進一步分析其績效改變的原因，提供建議予各家國內太陽能電池生產業者，期許能針對其弱點改進，進而提高公司經營之績效。

從本研究成果得知，國內太陽能電池製造與產品競爭能力逐漸提升，且正在往研發的方向發展。目前太陽能電池產業為一個多方競爭的市場，也可以看出市場的集中度已經逐漸不是高度集中的市場情況。而在國外上游大廠掌握供應矽原料下，台灣必需趕上新的腳步，積極研發創新技術的發展才能創造下一波的競爭優勢。

關鍵字：太陽能電池、結構-行為-績效、最大二大廠商集中度、賀氏指標