市場導向、製造彈性對製造優勢影響關係之實證研究-以印刷電路板業為例

楊振隆, 蔡志弘, 黃楣棋
科技管理學系
管理學院
clyang86@chu.edu.tw

摘要

面臨市場競爭激烈，消費者喜好變遷迅速，產品生命週期急劇縮短的衝擊下，企業的績效不能再只依靠提高品質、降低成本來維持，於是製造部門具備快速反應環境變動的彈性能力隨即被視為一種競爭優勢，然而隨著消費者意識的抬頭，製造廠商與顧客高度地接觸是策略選擇的關鍵，因此企業的經營方式必須由生產者導向調整為市場導向，把管理焦點對準市場需求，才能夠確實掌握市場中的各項資訊流動，進而了解各種市場資訊變化趨勢，並預擬各項因應策略來回應顧客，以此創造更高的顧客價值，進而達到組織利潤之最大化。因此當企業致力於製造彈性能力的建立時，必須充分蒐集有關顧客、競爭者的市場資訊，並且透過跨部門的協調合作，才能制定一套完備的生產計劃，對顧客提供最滿意地回應，藉此來改善且促進產品的品質、成本、交期等製造優勢之提昇。本研究經由相關研究文獻之探討，建構市場導向、製造彈性與製造優勢之影響關係，並以國內高科技產業之印刷電路板製造商為研究對象，透過路徑分析來驗證本研究所提出之各項假設，藉以提供製造業管理者在追求市場導向與運用製造彈性來達到不同製造優勢的決策參考。而研究結果顯示市場導向、製造彈性對製造優勢間確實存在著正向的影響關係。

關鍵字：市場導向、製造彈性、製造優勢