

市場結構、廠商行為與經營績效之研究-以水泥製造產業為例

鄧瑞兆, 劉震邦

企業管理學系

管理學院

rjteng@cc.chu.edu.tw

摘要

近年由於中國的崛起，身為全球最大的水泥生產及消費國，對台灣自然也產生莫大的影響，各廠商紛紛至中國經營設廠，並積極開發新市場。本研究以探究國內水泥產業市場之結構並了解各項生產、行銷與管理等議題，期能提供業者及政府相關有利建議，進而獲致理想的市場績效。

綜合上述，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)，探討水泥產業的市場結構、廠商行為與營運績效之相互關係。以國內最大四大廠商集中度(Four-Firm Concentration ratio, CR4)與賀氏指標(Herfindahl-Hirschman Index, HHI)作為衡量市場集中度之指標，並以2001至2010年間的資料來探究台灣水泥產業的市場結構變化。

關鍵字：結構-行為-績效、市場集中度、賀氏指標