

運用SIPA改善製造與行銷策略之研究-以IC載板個案公司為例

李友錚, 范國俊

科技管理學系

管理學院

ycl@chu.edu.tw

摘要

近年來台灣的製造業面臨原物料成本持續提升，壓縮到製造業的利潤表現。為了在激烈的競爭之中取得優勢，必須發展出相對有效的製造與行銷策略，藉此提升產品價值與創造競爭優勢。傳統上採用重要度-表現度分析 (Importance Performance Analysis, IPA) 進行單一公司的品質特性表現分析與改善，但IPA並未考慮到其他對手的表現來進行策略調整。本研究擬藉由同步重要度-表現度分析 (Simultaneous Importance Performance Analysis, SIPA) 分析相同產業的不同公司其贏得與符合訂單條件的互相比較，並因應競爭對手表現來調整本身製造行銷策略與解決問題。本文應用於載板產業，並以個案公司為例提供贏得與符合訂單條件分析，再據此提供相關決策單位作為參考。

關鍵字：重要度-表現度分析、製造與行銷策略、贏得與符合訂單條件、同步重要度-表現度分析