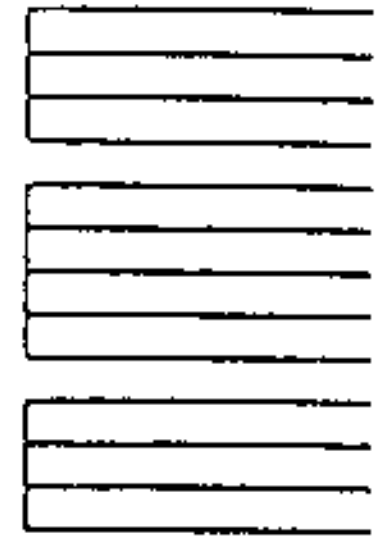


廣告回信
台灣中區郵政管理局登記號
第 1491 號
郵資已付·免付郵票

640

雲林縣斗六市大學路三段 123 號

國立雲林科技大學 企業管理研究所 收



沿虛線對折並釘妥後，直接投入即可，謝謝

敬啟者：

您好！很高興這份問卷能交給您，在此首先感謝您的熱心幫忙。這是一份研究問卷，本研究接受行政院國科會委託（編號：NSC88-2416-H-224-005），研究題目為「影響行銷與製造部門互動一致性的探討——工業產品製造業的實證研究」。

素仰貴公司卓越聲譽與成就，協助相關學術研究不遺餘力，相信貴公司寶貴的實務經驗與意見之提供，對本研究的成果有很關鍵的影響。本問卷所有的資料僅供學術研究使用，個別公司的資料絕對保密，而且研究報告的內容將僅顯示整體產業的狀況，個別公司的資料絕對不會出現於研究報告中，敬請放心填答。

順頌

鴻圖大展

計畫主持人：國立雲林科技大學企業管理研究所教授
方世榮 博士

敬上

聯絡地址：640 雲林縣斗六市大學路三段 123 號

雲林科技大學企管系所

聯絡電話：(05) 5342601 轉 5211

傳真電話：(05) 5312074

製造部門之題項

〈請由廠長或製造部門決策主管填寫〉

填卷說明：

1. 本問卷分成兩大部份，一為製造部門之題項；另一為行銷部門之題項，故煩交貴公司之製造部門與行銷部門最高主管，分別填寫此兩大部份之問卷。
2. 如果貴公司（工廠）有兩個以上的生產工廠，請以營業額較大、較重要的生產工廠作為填寫依據，並請針對主要產品的製造狀況回答。
3. 本問卷可於5~10分鐘內完成，請對全部的問題詳盡回答，答案無所謂對錯。
4. 製造部門之題項填寫完畢時，煩請儘速（三日內）將整份問卷轉交給貴廠經常往來的行銷部門之最高決策主管填寫行銷部門之題項。謝謝！！

第一部份、基本資料

1. 請問您在公司之職位相當於：

- | | |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 負責人、董事長。 | <input type="checkbox"/> 總經理、副總經理。 |
| <input type="checkbox"/> 廠長、副廠長。 | <input type="checkbox"/> 經理、副理。 |
| <input type="checkbox"/> 製造工程師、管理師。 | <input type="checkbox"/> 其他（請說明）_____。 |

2. 請問貴公司（工廠）目前總員工人數為：

- | | | |
|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 50人以下 | <input type="checkbox"/> 50人-100人 | <input type="checkbox"/> 100人-200人 |
| <input type="checkbox"/> 200人-300人 | <input type="checkbox"/> 300人-500人 | <input type="checkbox"/> 500人以上 |

3. 請問貴公司（工廠）的主要產品屬於：

- | | | |
|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 資訊硬體 | <input type="checkbox"/> 消費性電子產品 | <input type="checkbox"/> 電子零組件 |
| <input type="checkbox"/> 通訊電子器材 | <input type="checkbox"/> 其他_____ | |

第二部份、公司之競爭目標優先順序的衡量

在下列各項公司競爭目標中，請依照貴單位所認為的重要性程度，分別予以圈選適當的數字：

	非常重要 ←→ 非常不重要						
1. 能提供低價格產品在市場上競爭獲利。.....	1	2	3	4	5	6	7
2. 能迅速地改變產品設計。.....	1	2	3	4	5	6	7
3. 能迅速地引進新產品。.....	1	2	3	4	5	6	7
4. 能迅速地調整產量。.....	1	2	3	4	5	6	7
5. 能迅速地改變產品組合。.....	1	2	3	4	5	6	7
6. 能提供多樣化的產品。.....	1	2	3	4	5	6	7
7. 能穩定地持續供應不良率低的產品。.....	1	2	3	4	5	6	7
8. 能提供高功能的產品。.....	1	2	3	4	5	6	7
9. 能供應可靠耐用的產品。.....	1	2	3	4	5	6	7
10. 能迅速交貨。.....	1	2	3	4	5	6	7
11. 能準時交貨。.....	1	2	3	4	5	6	7
12. 能提供高效率的售後服務。.....	1	2	3	4	5	6	7
13. 能配合產品提供相關的支援。.....	1	2	3	4	5	6	7
14. 能建立寬廣的通路使顧客容易購得產品。.....	1	2	3	4	5	6	7
15. 能依顧客的需求提供訂製的產品或服務。.....	1	2	3	4	5	6	7

第三部份、製造部門與行銷部門間之互動

以下部份是有關行銷與製造部門間互動的問項，請依照貴單位所認知之情形，分別予以圈選適當的數字。

	非常同意	←→	非常不同意
1. 在產能規劃上，與行銷部門在長期銷售預測上有很大的差異。.....	1	2	3 4 5 6 7
2. 在生產排程上，與行銷部門在定單提供或短期預測上有很大的差異。.....	1	2	3 4 5 6 7
3. 在達成快速、正確的交期上，與行銷部門在通路規劃和產品配送上有很大的差異。.....	1	2	3 4 5 6 7
4. 在提供品質保證上，與行銷部門的要求程度有很大的差異。.....	1	2	3 4 5 6 7
5. 在產品線廣度上，與行銷部門要求的產品種類程度有很大的差異。.....	1	2	3 4 5 6 7
6. 在成本控制上，與行銷部門在要求快速交貨、產品廣度、快速因應需求變化及高品質等方面的要求上有很大的差異。.....	1	2	3 4 5 6 7
7. 在導入或開發新產品上，所需的市場趨勢變化或相關資訊與行銷部門所提供的有很大的差異。.....	1	2	3 4 5 6 7
8. 在附屬性服務上（如備用品存貨支援、安裝和修理），與行銷部門所要求的服務水準有很大的差異。.....	1	2	3 4 5 6 7
9. 在公司投資建廠（擴廠）上，廠址的選擇與行銷部門的決策有很大的差異。.....	1	2	3 4 5 6 7
10. 整體而言，貴公司的製造部門與行銷部門間之配合程度良好。.....	1	2	3 4 5 6 7

第四部份、製造與行銷部門之協調活動

以下部份是有關行銷與製造部門間互動協調的改進方法，請依照目前貴單位所認知之情形，分別予以圈選適當的數字。若您對所列之項目或名詞不熟悉，因而無法回答時，請選“0”。

		非常同意 ←→ 非常不同意						
1. 公司能明確地、清楚的敘述公司政策及目標。……	0	1	2	3	4	5	6	7
2. 公司能依公司目標來調整各部門適當的績效標準。……	0	1	2	3	4	5	6	7
3. 兩部門人員經常透由銷售（產銷）會議了解兩部門的營運狀況。……	0	1	2	3	4	5	6	7
4. 兩部門人員經常有工作輪調的做法。……	0	1	2	3	4	5	6	7
5. 兩部門人員在工作之餘經常有私人聚會。……	0	1	2	3	4	5	6	7
6. 高階主管經常出面解決兩部門的衝突。……	0	1	2	3	4	5	6	7
7. 兩部門所需的相關資訊交流頻繁。……	0	1	2	3	4	5	6	7
8. 公司有設立電腦網路來加強兩部門的溝通。……	0	1	2	3	4	5	6	7
9. 公司會透由矩陣式組織、工作團隊等方法來加強兩部門的合作。……	0	1	2	3	4	5	6	7
10. 公司會透由某些活動來增進兩部門間的了解（如：研討會等）。……	0	1	2	3	4	5	6	7
11. 兩部門經常利用 MRP、FMS、JIT 等製造系統來協調兩部門的產能與銷售。……	0	1	2	3	4	5	6	7
12. 公司利用全面品質管理（TQM）來加強兩部門的運作。……	0	1	2	3	4	5	6	7
13. 公司會設置協調單位來促使兩部門達成共識。……	0	1	2	3	4	5	6	7

第五部份、公司之對外關係

此部份是有關貴公司之對外（供應商）關係的問項，請選定主要零件之最常往來的一家零件供應商作為填答對象，並就下列問項依貴單位的認知圈選適當的數字：

	非常同意	←	→	非常不同意
1. 供應商願意配合貴公司的決策與政策.....	1	2	3	4 5 6 7
2. 供應商會遵守對貴公司的承諾.....	1	2	3	4 5 6 7
3. 供應商值得貴公司的信賴.....	1	2	3	4 5 6 7
4. 供應商重視與貴公司維持長久的合作關係.....	1	2	3	4 5 6 7
5. 供應商與貴公司有順暢的溝通管道.....	1	2	3	4 5 6 7
6. 供應商與貴公司會相互分享資訊.....	1	2	3	4 5 6 7
7. 供應商與貴公司能共同解決彼此有關的問題.....	1	2	3	4 5 6 7
8. 供應商與貴公司皆很重視產品最終消費者之需求的滿足...	1	2	3	4 5 6 7
9. 整體而言，供應商是貴公司之很好的事業夥伴.....	1	2	3	4 5 6 7

 製造部門之問卷到此結束，以下部份由行銷部門填寫，煩請儘速將整份問卷轉交給貴廠經常往來的行銷部門之最高決策主管(或業務部門主管)填寫行銷部門之題項。在此向您致上最高的謝意。謝謝！！

行銷部門之題項

〈請由行銷部門決策主管填寫〉

填卷說明：

1. 整份問卷分成兩大部份，前一部份為製造部門之題項；這部份是行銷部門之題項，故煩請行銷部門之最高主管填寫。
2. 如果貴單位有兩個以上往來的生產工廠，請針對前一部份填答問卷的製造工廠為主，填寫下列的問項。
3. 試答結果顯示，本問卷可於5~10分鐘內完成。
4. 請對全部的問題詳盡回答，答案無所謂對錯，並請於一週內寄回。對您所提供的資料，純供學術研究之用，內容絕對保密。

第一部份、公司之競爭目標優先順序的衡量

在下列各項公司競爭目標中，請依照貴單位所認為的重要性程度，分別予以圈選適當的數字：

	非常重要	←→			非常不重要		
1. 能提供低價格產品在市場上競爭獲利。.....	1	2	3	4	5	6	7
2. 能迅速地改變產品設計。.....	1	2	3	4	5	6	7
3. 能迅速地引進新產品。.....	1	2	3	4	5	6	7
4. 能迅速地調整產量。.....	1	2	3	4	5	6	7
5. 能迅速地改變產品組合。.....	1	2	3	4	5	6	7
6. 能提供多樣化的產品。.....	1	2	3	4	5	6	7
7. 能穩定地持續供應不良率低的產品。.....	1	2	3	4	5	6	7
8. 能提供高功能的產品。.....	1	2	3	4	5	6	7
9. 能供應可靠耐用的產品。.....	1	2	3	4	5	6	7
10. 能迅速交貨。.....	1	2	3	4	5	6	7
11. 能準時交貨。.....	1	2	3	4	5	6	7
12. 能提供高效率的售後服務。.....	1	2	3	4	5	6	7
13. 能配合產品提供相關的支援。.....	1	2	3	4	5	6	7
14. 能建立寬廣的通路使顧客容易購得產品。.....	1	2	3	4	5	6	7
15. 能依顧客的需求提供訂製的產品或服務。.....	1	2	3	4	5	6	7

第二部份、行銷與製造間之互動

以下部份是有關行銷與製造部門間互動的問項，請依照貴單位所認知之情形，分別予以圈選適當的數字。

非常同意 ←→ 非常不同意

- | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. 在長期銷售預測上，與製造部門在產能的規劃上有很大的差異。..... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 2. 在訂單需求及短期銷售預測上，與製造部門在生產排程的規劃上有很大的差異。..... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 3. 在通路規劃和產品配送的需求上，與製造部門在快速、正確交期上有很大的差異。..... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4. 在提供品質保證上，與製造部門在合理成本上所提供的品質有很大的差異。..... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 5. 在產品線廣度的需求上，與製造部門所能提供滿足顧客樣化需求上有很大的差異。..... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 6. 在定價決策上，與製造部門在成本控制能力上的降低有很大的差異。..... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 7. 在新產品的導入及開發上，與製造部門所能提供技術改進、人員訓練等有很大的差異。..... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 8. 在附屬性服務上（如備用品存貨支援、安裝和修理），與製造部門所能提供的行銷活動服務支援有很大的差異。..... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 9. 在公司投資建廠（擴廠）上，廠址的選擇與製造部門的決策有很大的差異。..... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 10. 整體而言，貴公司的製造部門與行銷部門間之配合程度良好。..... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

第三部份、製造與行銷部門之協調活動

以下部份是有關行銷與製造部門間互動協調的改進方法，請依照目前貴單位所認知之情形，分別予以圈選適當的數字。若您對所列之項目或名詞不熟悉，因而無法回答時，請選“0”。

		非常同意 ←→					非常不同意	
1. 公司能明確地、清楚的敘述公司政策及目標。……	0	1	2	3	4	5	6	7
2. 公司能依公司目標來調整各部門適當的績效標準。…	0	1	2	3	4	5	6	7
3. 兩部門人員經常透由銷售（產銷）會議了解兩部門的營運狀況。……	0	1	2	3	4	5	6	7
4. 兩部門人員經常有工作輪調的做法。……	0	1	2	3	4	5	6	7
5. 兩部門人員在工作之餘經常有私人聚會。……	0	1	2	3	4	5	6	7
6. 高階主管經常出面解決兩部門的衝突。……	0	1	2	3	4	5	6	7
7. 兩部門所需的相關資訊交流頻繁。……	0	1	2	3	4	5	6	7
8. 公司有設立電腦網路來加強兩部門的溝通。……	0	1	2	3	4	5	6	7
9. 公司會透由矩陣式組織、工作團隊等方法來加強兩部門的合作。……	0	1	2	3	4	5	6	7
10. 公司會透由某些活動來增進兩部門間的了解（如：研討會等）。……	0	1	2	3	4	5	6	7
11. 兩部門經常利用 MRP、FMS、JIT 等製造系統來協調兩部門的產能與銷售。……	0	1	2	3	4	5	6	7
12. 公司利用全面品質管理（TQM）來加強兩部門的運作。……	0	1	2	3	4	5	6	7
13. 公司會設置協調單位來促使兩部門達成共識。……	0	1	2	3	4	5	6	7

第四部份、公司績效的衡量

以下問題，請教您有關貴公司的整體性績效。我們再次保證，本問卷所有資料將絕對保密！懇請您據實回答。

1. 貴公司目前的主要產品在國內市場的佔有率為

- 低於產業平均水準 與產業平均水準相當
高於產業平均水準

2. 貴公司前年（民86）的營業額為

- 少於一億元 1-5億 5-15億
15-50億 50-100億 大於100億

3. 貴公司過去前兩年（民85-86年）平均的年營業額成長率為

- 負成長 0%-5% 5%-10%
10%-20% 20%-40% 大於40%

4. 貴公司前年（民86）之R&D年支出（R&D年支出／銷貨比例）為

- 0%-0.5% 0.5%-1% 1%-2%
2%-4% 4%-8% 大於8%

5. 貴公司前年（民86）的稅前總資產報酬率（ROA，稅前淨利／總資產）為

- 少於0% 0%-5% 5-10%
10%-20% 20%-40% 大於40%

6. 貴公司前年（民86年）的稅前純益率（稅前淨利／銷售額）為

- 少於0% 0%-5% 5%-10%
10%-20% 20%-40% 大於40%

7. 若與貴公司所定的目標比較，請問您對下述指標的滿意度如何？

	非 常 不滿意			非 常 滿意	
	1	2	3	4	5
A. 民85-86兩年的平均資產報酬率 （稅前淨利／總資產）	1	2	3	4	5
B. 民85-86兩年的平均銷售額成長率 （86年度銷售額－85年度銷售額）／85年度銷售額	1	2	3	4	5
C. 民85-86兩年的平均純益率 （稅前淨利／銷售額）	1	2	3	4	5
D. 民85-86兩年的新產品上市的件數是否滿意	1	2	3	4	5
E. 民85-86兩年的新產品上市成功的件數是否滿意	1	2	3	4	5

8. 若與業界整體廠商相比較，請問貴公司的下述指標在同業所處的位置為何？

	最低 20%	略低 20%	中等 20%	略高 20%	最高 20%
A. 民 85-86 年兩年的平均資產報酬率.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. 民 85-86 年兩年的平均銷售額成長率.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. 民 85-86 年兩年的平均純益率.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. 民 85-86 年兩年的新產品上市的件數是否滿意	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. 民 85-86 年兩年的新產品上市成功的件數是否滿意.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

註：若您對於本研究也有相當的興趣，可以留下您的 e-mail 待研究成果完成，以便給予資料。