

實施TQM對企業競爭力影響研究:以汽車零組件為例

黃汜瑜、謝雅惠；劉原超

E-mail: 9403685@mail.dyu.edu.tw

摘要

科技進步及世界經濟環境快速變動，特別是中國大陸改革開放對整個亞洲地區影響度非常大，企業競爭力是由品質，成本，服務，創新，速度，差異化等等所構成，在當今惡劣經營環境之下企業求生存必須不斷追求如何降低成本，縮短交期，提供客戶更滿意的服務，加入WTO (World Trade Organization) 之後所面對之競爭將會更白熱化，企業內部管理及對外經營方針及策略更顯重要。中國市場改革開放之後汽車市場需求量大增，世界各國知名車廠爭相到大陸地區設廠，而台灣並無完全屬於本地汽車廠，台灣投資環境對投資母廠並不具有太大的吸引力，台灣車廠在策略上有可能被犧牲或忽略，台灣現存之汽車零件廠商如何永續經營乃是目前非常多零件廠所關注，企業對外需講究願景，方針，策略等等，然而如果沒有堅強的內部管理團隊將非常難以達到企業預定之目標，當然企業內部管理非常複雜，包括生產管理，原料管理，財務管理，研究開發，人力資源，品質管理等等，本次分析就以推動TQM(Total quality Management)活動對產品品質提升及對企業內部管理所造成之效益進行探討。近年來國際標準組織推行各種國際標準如 ISO 9000 (International Standard Organization) 等系統，各類系統要求對企業而言只是必須具備之基礎而已，並不是推行這些國際標準就能讓企業立於不敗之地，企業必須在不違反ISO 9000基本要求事項再擴充內部管理甚至擴展到各階段,包括商品設計階段品質機能展開，設計DR (Design review) 降低設計上缺失,產品開發階段設備，如何充分運用FMEA (Failure Mode and Effects Analysis) 技巧及DR技巧，縮短製品開發時間，事前防止錯誤發生機率及經驗技術累積，在縮短開發工期爭取更多利潤空間，進入生產階段如何運用各種品質管理技巧徹底解決問題，提升企業競爭力。

關鍵詞：全面品質管理；失效模式效應分析

目錄

中文摘要 英文摘要 致謝詞 目錄 圖目錄 表目錄 第一章 序論 1.1 研究背景及動機 1.2.1 研究背景 1.1.2 研究動機 1.2 研究目的 1.3 研究程序 1.4 研究範圍及限制 第二章 文獻探討 2.1 TQM 全面品質管理 2.1.1 品質管理演化 2.1.2 全面品質管理的定義 2.1.3 實施TQM 效益 2.1.4 成功關鍵因素 2.2 TQM與汽車工業 2.2.1 汽車零件領域 2.2.2 汽車零件產業特色 2.2.3 汽車零件與TQM關係 2.2.4 亞洲地區汽車零件產業管理上差異 2.3 產業競爭力 2.3.1 產業競爭力定義 2.3.2 產業競爭優勢 2.3.3 產業競爭力必備條件 2.4 全面品質管理 2.4.1 企業必須將改善當作責無旁貸的任務 2.4.2 TQM與日本文化 2.4.3 持續改善的觀念與手法 2.4.4 以方針管理進行持續改善 2.4.5 以持續改善原則提升品質水準 2.4.6 藉由 TQM、TPM、ISO的整合達到效率化 第三章 研究架構與研究方法 3.1 研究架構 3.2 研究對象 3.3研究限制 第四章 汽車產業現況探討 4.1 汽車產業概況 4.2 汽車零組件概況 4.3 加入世界貿易組織(WTO)對汽車產業之影響 4.4台灣汽車零件業的劣勢 4.5 台灣汽車廠進入大陸市場優勢 4.6 中衛體系之連性運作 4.7 建上公司運作方式 4.7.1 汽車零組件企劃階段 4.7.2 製品設計階段 4.7.3 初期量產階段 4.7.4 量產管理 第五章 推行TQM活動成效分析與探討 5.1 建上實施TQM整體績效 5.2 推行活動成果整合 5.3 提升品質及競爭效率分析 第六章 推行TQM活動成效分析與探討 6.1一節汽車零組件業推行活動探討 6.2 實施TQM涵義與必備條件 6.3 建議與未來利基

參考文獻

1. 中文文獻: 1.水野滋 著、陳耀茂 譯 (1997) 「製造業全面品質管實戰」，初版，書泉出版社。 2.台灣區車輛工業同業公會；工研院經資中心ITIS計畫(2003/01) 3.李友錚、賀立行 (2004) 「品質管理整合性思考」，初版，前程企業管理顧問公司。 4.吳志雄 (2002) 全面生產管理(TPM)活動導入與成效研究----以汽車零組件公司為例，中央大學管理高階主管企管碩士論文 5.林高偉 (2000) 供應商與經銷商聯合行動影響因素之研究?以汽車業為例，大葉大學事業經營研究所碩士論文。 6.張倫 編校、(2003) 「作業管理」，Operations Management 7e，初版，華泰文化事業公司。 7.道浦耐 著、陳耀茂譯 (2003) 「賺錢的TQM」財團法人中衛發展中心。 8.黃營杉 譯(1999) 「策略管理」，Strategic Management Theory，四版，華泰文化事業文化事業公司 二.西文文獻: 1.Andersen, E. (1997) " Internationalization and Market Entry Mode: A Review of Theories and Conceptual Frameworks "，Management International Review, 37(2),PP27-42. 2.Anderson, E. and Gatignon,H. (1986) " Modes of Foreign Entry: A Transaction Analysis and Propositions "，Journal of International Business Studies, 18,PP1-26. 3.Ayal, Igal and Jeheil Zif (1979) " Market Expansion Strategies in Multinational Marketing "，Journal of Marketing, Vol.43 (Spring), PP108-123. 4.Camino, D. and Cazorla, L. (1998) " Foreign Market Entry Decisions by Small and Medium-sized Enterprises: An Evolutionary Approach "，International Journal of Management,15(1),PP123-129. 5.Chi, G. (1998) " The Evolutionary Process of Global Market Lieden, Steniert Korese " .

6.Hill, C.W.L and G.R. Jones (1998) " Strategic Management Theory: An Integrated Approach, Fourth Edition, Houghton Mifflin company, Boston " . 7.Hill, C.W.L., P. Hwang and W.C. Kim (1990) " An Eclectic Theory of the Choice of International Entry Mode " , Strategic Management Journal, 11,PP117-128.