

기업의 생산전략과 성과 측정에 관한 연구

박광태, 박명섭(고려대학교 경영학과)

Abstract

이제 우리 나라의 기업들도 생산현장의 효율성 제고만을 목표로 하는 생산관리 개념을 탈피하여 생산능력의 전략적 수단화를 토대로 경쟁우위 확보를 위한 전략적 생산관리로 확립해야할 단계에 이르렀다.

이러한 추세에 따라 본 연구는 선행연구를 기초로 제품시장에서 경쟁하는데 중요하다고 인식되는 변수를 선택하여 이를 5점 척도로 측정하였다. 이들 변수에는 기존의 연구에서 밝혀진 가격, 유연성, 품질, 납기, 서비스 외에도 정보시스템, 환경인식이 추가되어 있다. 뿐만 아니라 성과 측정의 지표도 선행연구를 토대로 생산활동의 성과를 측정하는 지표와 기업의 전반적 성과를 측정하는 지표로 나누어 이들을 각각 5점 척도로 측정하였다.

본 연구에서는 대구-경북지역의 섬유, 기계-조립금속, 자동차부품업체를 대상으로 설문지를 돌려 전략변수가 위에서 제시된 대로 7개의 차원으로 그리고 성과 측정변수가 2개의 차원으로 나누어지는 요인분석을 통해 살펴보았다. 또한 성과 측정변수를 전략변수로서 설명할 수 있는지를 정준상관 분석을 통해 조사하였다.