

신제품 개발에서 대량 맞춤 전략(Mass Customization)과 고객 만족에 대한 실증적 연구

황선일 연세대학교 경영학과 박사과정

허대식 연세대학교 경영학과 조교수(지도 교수)

복잡해지고, 다양해지는 고객의 니즈(Needs)와 급속도로 빨라지는 제품 수명 주기는 시장에서 대량 생산 전략이 아닌 대량 맞춤 전략이 경쟁적 우위를 가질 수 있게 하였다. 대량 맞춤 전략은 고객이 개별적으로 요구하는 특화된 상품을 대량으로 생산하여 낮은 가격으로 공급하는 것이다 (Gilmore and Pine II, 1997). 이러한 대량 맞춤 전략은 고객 만족의 극대화에 초점을 맞추고 있는데 이를 실현하기 위해서는 이에 맞는 운영 전략이 필요하다. 본 논문에서는 지식기반 관점(Knowledge Based View)에서 이러한 현상을 조명하고 고객 만족을 위한 운영 전략을 제시하며 이를 실증적으로 분석하고자 한다. 이를 위하여 High Performance Measurement(HPM) Data를 사용할 것이다.