

運用佛教系統方法論(BSM)與結構方程模型(SEM)來探討傳統產業永續發展之問題歸因 —以台灣傢俱業為案例

沈昭吟*、邱聖真**

摘要

由於全球化經營趨勢的興起、科技的進步及產業環境的改變，台灣傳統產業多為民生必需品或基礎工業，是維持經濟的產業，加上近幾年來台灣傳統產業因整體國家情勢的改變而必須面對新的衝擊成為首要處理的問題。本研究是以消費者為研究對象，主要目的在探討行銷組合策略與品牌聯想對購買意願之影響關係。採用便利抽樣法，發出問卷共800份，其中剔除無效問卷39份，共回收有效問卷666份。資料分析方法則採用結構方程模型(SEM)進一步驗證整體模式適配度，驗證結果顯示整體模式適配標準達檢定水準，表示本研究的理論模型可獲得支持。最後運用佛教系統思考方法論(BSM)，以質性訪談法收集組織問題及重要相關成員之意見來探討個案業界利害關係人之見解與意見。研究結果發現：(1) 行銷組合策略中的價格策略、通路策略、促銷策略均會對消費者購買意願產生影響；(2) 品牌聯想會分別對促銷策略、價格策略與消費者購買意願產生影響；(3) 運用佛教系統方法論(BSM)探討傳統產業永續發展之問題歸因。根據上述實證研究結果我們可以得知，快速反應經營環境的變遷，強化其競爭能力，才能追求企業的永續發展。

關鍵字：佛教系統方法論、行銷組合策略、品牌聯想

*南華大學企業管理系助理教授，系統思考研究中心主任

**南華大學企業管理系管理科學碩士班，E-mail:g8157020@mail1.nhu.edu.tw

地址：嘉義縣大林鎮中坑里南華路一段 55 號(企業管理系管理科學碩士班)