

指導教授	林則孟 博士
參與學生	u910835 薄榮芝 u910846 洪婉茹

摘要

20世紀的供應鏈主要是以製造商為核心，將產品由供應鏈上游推入消費端市場，故傳統的供應鏈運作一向被視為是由後端驅動。造成此種現象的主因來自於多數企業在規劃銷售、生產與採購時，往往是以自身的利益為考量重點，幾乎沒有與上、下游的夥伴協同合作，因此鮮少能對實際的需求資訊有較佳的能見度，僅能以其接獲的訂單來判斷市場的需求。當供應鏈成員只根據其下一層客戶的訂單做供貨規劃時，便自然引發所謂的「長鞭效應」。

相對於傳統的作法，近年來 AMR Research 極力倡導的「需求導向的供應網路 (Demand-Driven Supply Network)，簡稱為 DDSN」即是強調企業體系應以最前端消費市場的客戶需求作為拉動(Pull)整體供應鏈管理的主力，這即是需求鏈管理(DCM)概念的發展。

需求鏈管理已經逐漸成為公司創造或增加競爭力的新興焦點課題。需求鏈管理強調經由完備的需求分析和管理過程，來創造營收及降低成本。雖然需求預測是需求鏈管理的中心議題，但需求管理也包括了產品生命週期規劃、行銷規劃(如促銷及定價)、補貨及存貨配置、事件管理以及企業協同合作等領域。卓越的需求鏈管理必須同時整合這些所有領域中的決策、計劃及執行。

本專題所研究之個案公司（威狼科技）即是以此為概念，致力於研發出一個整合的平台，希望能夠透過即時資料透通，促使企業內部和企業間的協同合作，並將各種對需求所可能造成影響的因素全部囊括進其即時的決策支援軟體中，此外個案公司（威狼科技）的解決方案中還增加了需求預測準確性、減少企業風險並保證對需求鏈管理流程能有較佳的控制。最後，除了對個案公司（威狼科技）的軟體作深入的瞭解分析外，亦將個案公司（威狼科技）的決策支援軟體在實例公司（建碁）中加以導入驗證，評估其執行成效，並檢測其實際效益。