The Influence of Manufacture Product Development Proficiency and Product Development Project Flexibility on Product Flex

彭瀚正、蔡翠旭

E-mail: 9608156@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The Taiwanese industry wants to face fast variety and dynamic state environment under, in addition to knowing how to handle the flexible advantage that the current manufacturing leads to, must also develop a new product actively, can create higher value for the enterprise. Therefore, the enterprise can also extend internal portfolio to deliver a better degree of stage in pursuing to appear on market results as. This research draws up to take cross-straits manufacturing industry as to study topic, inquiring into the product development well-trained degree commercial to product project results a relation; And does the product development flexibility will have to the in the interval relation to regulate and have to the results what influence. After statistically analysis, the findings are as follows: 1. The level of Taiwan new products development positively is positively significant with the market performance of new development products, but China is not positively significant it. 2. For the products with higher flexibility to the firm, if matching with better new products development proficiency, leads to a higher financial market performance of new development products.

Keywords : product development proficiency ; marketing proficiency ; technical proficiency ; product development flexibility ; product commercialization project performance

Table of Contents

内容目錄 中文摘要 ..................... iii 英文摘要 ................ iv 許謝辭  ..................... v 内容目錄 ............ vi 表目錄  ..................... viiii 圖目錄 ............ x 第一章  緒論................... 1   第一節  研究背景與動機... 1   第二節  研究目的............... 2   第三節  研究範圍.... 3   第四節  研究流程............... 4 第二章  文獻探討...... 6   第一節  新產品開發過程相關文獻探討...... 6   第二節  新產品商業化專案績效相關文獻探討... 11   第三節  產品開發專案之彈性.......... 18 第三章  研究方法... 23   第一節  研究架構............... 23   第二節  研究假設與推論............ 23   第三節  變項之操作性定義與衡量........ 25   第四節  问卷設計............... 28   第五節  研究對象及抽樣方法.......... 29   第六節  資料分析方法............. 30 第四章  實證分析與結果... 32   第一節  大陸與台灣樣本基本資料描述...... 32   第二節  大陸與台灣量表之信度分析....... 45 第三節  研究假設檢定............. 46 第五章  研究結論與建議... 63   第一節  研究結論............... 63   第二節  研究貢獻.............. 66   第三節  研究限制............... 68   第四節  後續研究建議........... 69 參考文獻 ..................... 71 附錄  问卷發放版............ 82

REFERENCES

一、中文部份: 賴士葆(1989),研究發展/行銷/製造三部門互動與新產品發展績效相關之研究,中華經濟企業研究論叢,中華經濟研究院。

鍾志明(1999),新產品發展過程之資源配置與績效之關係 — 以國內製造業為例，國立政治大學企業管理研究所未出版之博士論文。

張世佳,林能白(1999),製造部門積極性角色與事業策略之配適分析，管理評論， 18(1),59-95。

邱皓政(2000),量化研究與統計分析 - SPSS，台北:五南圖書出版。

林震兒(2006),多變量分析:SPSS 的操作與應用，台北:智勝文化事業出版。


Block, S. B.,...


