

The Study on the Development Process of New Product - An Example of Cosmetic

劉欣宜、羅世輝

E-mail: 9806204@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

To cosmetics industry, the ability of new product development is a very important index for the measurement of competition ability. However, nowadays, cosmetics factories in Taiwan do not have a complete and systematic process to development new products or relative research.

The globalization is coming, and the cosmetics industry of Taiwan does not become perfect to the ability to develop new products. So, it is very important to cosmetic industry to have a complete and systematic process to development new products. This study first discusses the current situation of Taiwan's cosmetic industry, then builds a new product development process, checks and corrects this process by meeting with specialist and analyzing cases. The final objective is to help cosmetic factories in Taiwan to develop new product better.

Keywords : cosmetics industry、 new product development、 process building、 situation analyzing

Table of Contents

中文摘要	iii
英文摘要	iv
誌謝辭	v
內容目錄	vi
表目錄	viii
圖目錄	ix
第一章 緒論	1
第一節 研究動機	1
第二節 研究背景	3
第三節 研究目的	4
第四節 研究流程	5
第五節 章節架構	5
第二章 文獻探討	7
第一節 化妝品概述	7
第二節 新產品開發定義	11
第三節 新產品開發過程	12
第四節 新產品開發績效	20
第三章 研究設計與方法	24
第一節 研究範圍	24
第二節 訪談設計	26
第四章 個案分析與結果	31
第一節 訪談結果分析	31
第二節 化妝品新產品開發流程比較	45
第五章 研究結論與建議	49
第一節 研究結論	49
第二節 研究建議	50
第三節 後續研究之建議	52
參考文獻	54

REFERENCES

一、中文部份Cooper, R. G. (2000), 新產品完全開發手冊(巫宗融譯), 台北:遠流, (原文於1999年出版)。ITIS計畫(1996), 生技化妝品專題

研究，台北:生物技術開發中心。Kotler, P. (2003), 行銷管理學(方世榮譯), 台北:東華, (原文於2000年出版)。王魁生(1994), 新產品開發品質管理, 量測資訊, 40, 24-28。黃俊英(1997), 企業研究法, 台北:東華。黃淳毅(2003), 產業特性與新產品開發流程關係之研究, 國立清華大學工業工程與工程管理學系碩士班未出版之碩士論文。黃凱鴻(2003), 新產品開發績效評估項目之研究, 國立台灣科技大學設計研究所未出版之碩士論文。劉綠萍(1998), 技術策略、行銷策略與產品創新績效關係之研究 - 以我國積體電路製造業為例, 國立中興大學企業管理學系碩士班未出版之碩士論文。蔡琦(2003), 化妝品法規, 台北:新文京。賴士葆(1989), 研究發展/行銷/製造部門互動與新產品發展績效相關之研究, 台北:華泰。賴士葆(1990), 研究發展/行銷/製造三部門與新產品發展績效之相關研究, 台北:華泰。賴貞秀(2006), 我國保養化粧品市場的背景與發展趨勢, 化工資訊月刊, 17(1), 34-38。二、英文部分Booz, Allen & Hamilton (1982). New Product Management for 1980s. New York: Booz, Allen & Hamilton.Cooper, R. G. (1994). Perspective: Third-generation new product processes. Journal of Product Innovation Management, 11(1), 3-14.Cooper, R. G., & Kleinschmidt, E. J. (2007). Winning business in product development: The critical success factors. Research- Technology Management, 50(3), 52-66.Cooper, R.G., & Kleinschmidt, E. J. (1986). An investigation into the new process: Step, deficiencies and impact. Journal of Product Innovation Management, 3(2), 71-85.Johnson, S. L., & Jones, A. J. (1957). How to organize for new product. Harvard Business Review, 35, 49-62.Kuczmarski, T. D. (1992). Managing new product: The power of innovation. New Jersey: Prentice-Hall.Larson, E. W., & Gobeli, D. H. (1988). Organization for product development project. Journal of Product Innovation Management, 5(3), 180-190.McDonald, M., & Dunbar, I. (1998). Market Segmentation- How to Do It, How to Profit from It. New York: Palgrave Macmillan.Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). Consumer Behavior. New Jersey: Prentice-Hall.Takeuchi, H., & Nonaka, I. (1986). The New Product Development Game. Harvard Business Review, 64(1), 137-146.