

本 研 究 問 卷

公司鈞鑒：

這是一份與「新產品發展過程之資源配置」有關的學術問卷，主要探討國內製造業在新產品發展過程中的資源配置相關議題，及其與新產品發展績效之間的關係。素仰 貴公司提攜後進不遺餘力，且貴公司之支持將有助於本研究之分析與完成，故懇請撥冗協助，將此份問卷惠請 貴公司主管新產品開發專案人員撥冗填答，並利用封底回郵直接投遞(寄回)即可。

本問卷內所填各項資料純供論文研究之用，只做整體性之分析，絕不個別對外披露，故絕對不會影響及洩露 貴公司機密，敬請放心填答。若您有需要，可於本問卷最後惠填貴公司名稱及住址，本研究完成後，將會寄上一份研究結果摘要供 貴公司參考。最後，再一次懇請惠予協助，謹此敬致謝忱！

並頌

業祺

國立政治大學企業管理研究所

賴 士 葆 博士

第壹部份：公司基本資料

1. 貴公司過去三年平均年營業額(萬元) _____
2. 貴公司過去三年平均淨利潤率(%) _____
3. 貴公司過去三年平均實收資本額(萬元) _____
4. 貴公司過去三年平均員工人數 _____
5. 貴公司過去三年平均研發人員人數 _____
6. 過去三年中，貴公司平均每年研發支出佔營業額百分比 _____ %
7. 貴公司或貴事業部門所屬之產業為：

☐ 食品	☐ 人纖	☐ 棉紡	☐ 成衣	☐ 橡膠
☐ 製鞋	☐ 造紙	☐ 水泥	☐ 塑膠	☐ 鋼鐵
☐ 工具機	☐ 產業機械	☐ 電線電纜	☐ 重電機	☐ 家用電器
☐ 電子產品	☐ 電子零組件	☐ 資訊	☐ 運輸工具	☐ 建築
				☐ 其他

第貳部份：

以下問題請依同意程度填答：

- | | 非常
同意 | 同
意 | 無
意
見 | 不
同
意 | 非
常
不
同
意 |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| (1) 貴公司發展新產品之目的通常是為了進入一個新的顧客市場，包括競爭者的顧客市場，而非僅為了服務現有之顧客 | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| (2) 貴公司發展新產品時，非常重視比競爭者優先上市的時間 | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| (3) 貴公司發展新產品時，通常使用較競爭者更先進的技術 | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| (4) 貴公司所發展的新產品，通常在品質、價格及其他屬性上較競爭者為佳 | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

第參部份：請就您所熟悉之**一項新產品開發專案**填答下列問題，此專案應是：

- 1.貴公司自行研發完成
- 2.已完成新產品開發流程

(一)創新程度

1.就此項新產品專案而言，屬於下列那種型態：(請單選)

- ☐新問世的產品：
市場上尚未出現之新產品
- ☐新的產品線：
市場上已有之產品，但與公司現有產品線差異很大之新產品
- ☐現有產品線外加的新產品：
此產品為公司現有之某一產品線延伸的產品
- ☐現有產品的改良：
此產品並非新增之產品，而是改良現有產品的某項功能或外型等
- ☐降低成本的產品：
此產品並非新增之產品，而是改善現有產品的製程，或更改產品的零組件，以降低該產品的製造成本
- ☐重新定位的產品：
產品未進行任何改變，但改變整體行銷方式，以進入新的目標市場，或在原目標市場塑造新的定位或形象

(二)市場環境

- 1.此項新產品所面對之直接競爭者家數：
☐相當多 ☐多 ☐普通 ☐少 ☐相當少
- 2.就此項新產品而言，貴公司對直接競爭廠商的相對優勢為：
☐擁有絕對優勢 ☐有優勢 ☐普通 ☐居於劣勢 ☐居於絕對劣勢
- 3.此項新產品的生命週期預期：
☐非常短 ☐短 ☐普通 ☐長 ☐非常長
- 4.此項新產品所面對之市場目前的規模為：
☐非常大 ☐大 ☐普通 ☐小 ☐非常小
- 5.此項新產品所面對之市場未來的成長潛力為：
☐非常大 ☐大 ☐普通 ☐小 ☐非常小
- 6.此項新產品所面對之顧客數：
☐非常多 ☐多 ☐普通 ☐少 ☐非常少

7.就此項新產品而言，顧客若改購其他競爭者之產品時，其購買成本及相關替換成本：

☐非常高 ☐高 ☐普通 ☐低 ☐非常低

8.此項新產品的製程複雜程度為

☐非常複雜 ☐複雜 ☐普通 ☐簡單 ☐非常簡單

9.此項新產品專案的總開發成本(至上市為止的所有相關支出費用)約為：

_____萬元

(三)資源配置

就此一新產品發展專案而言，請依下列不同活動階段，填入每一活動階段所投入之資源佔整體發展過程之投入資源的百分比，各階段比例之總合應為100%，請進行查核，謝謝！

新產品發展過程之活動階段	投入經費比例
創意發展、篩選與產品觀念階段 「此一階段包括創意產生、篩選至產品觀念發展與設計之各項活動，以及評估創意或概念時所需進行的市場調查活動」	%
事業部門之評估階段 「包括初步技術可行性、財務可行性及其他策略綜效之評估活動」	%
產品開發與內部測試階段 「包括產品原型(prototype)的設計與發展、內部測試(in-house testing 或 α Testing)」	%
顧客端測試活動 「即所謂的 β Test 或 Field Test」	%
試產與正式投產階段 「從實驗室移轉至製造部門的相關活動，包括模具製作、設備購置至線上量試及新製程之作業規範等工作」	%
上市作業階段 「包括市場試銷及對外公開新產品的各項作業活動」	%

0%
 ↓
 100%

說明：經費即類似預算的概念，包含人力成本、購置儀器設備等各項投入之費用

(四)新產品績效

1.此新產品之技術績效達成原計畫目標程度

☐非常高 ☐高 ☐普通 ☐低 ☐非常低

2.此新產品專案在開發進度上達成原計畫目標程度

☐非常高 ☐高 ☐普通 ☐低 ☐非常低

3.此新產品之開發成本符合原計畫目標程度

☐非常高 ☐高 ☐普通 ☐低 ☐非常低

4.此新產品之銷售績效達成原計畫目標程度

☐非常高 ☐高 ☐普通 ☐低 ☐非常低

5.此新產品之利潤績效達成原計畫目標程度

☐非常高 ☐高 ☐普通 ☐低 ☐非常低

6.相對於競爭者的類似產品，此新產品的整體成功程度

☐非常高 ☐高 ☐普通 ☐低 ☐非常低

7.對此新產品專案的整體滿意程度為

☐非常高 ☐高 ☐普通 ☐低 ☐非常低

8.此新產品銷售額佔目前公司營業額之比例：_____ %

最後，再一次感謝您的協助填答，如有需要，請填寫下列資料，本研究研究完成後，將奉寄一份研究結果摘要供 貴公司參考：

公司名稱：_____

部門名稱：_____ 職稱：_____ 姓名：_____

電話：_____ 傳真：_____

地址：_____