

摘要

近來台灣中小型製造業積極謀求轉型，如何提昇新產品的研發設計能力成爲一新的課題。所謂協同商務（Collaborative Product Commerce，簡稱 CPC）也正在產業界掀起新的旋風。新產品研發過程中牽涉到需求之掌握、對新產品觀念上之整合等，若加入 Internet 此新機制，將有進一步協助新產品研發的機會與空間。因此本探索性研究之目的有二：一、瞭解台灣中小企業運用網際網路進行新產品研發之情況。二、分析台灣中小企業其產品創新、與產品研發程序，以及網際網路使用之間的關係爲何？

本文採個案研究方法，經過實地談與調查之結果，主要之發現如下：

創新程度高之新產品專案會較創新程度低專案擁有更完整的產品研發程序，也間接運用更多網際網路於新產品研發專案中；以研發爲主要營運活動之企業會較以製造爲主者多運用網際網路於產品研發程序中；公司經營者對網際產品創新、產品研發程序與網際網路使用；網台灣中小型製造業爲例

網路之認知與態度會影響該公司是否利用網際網路來協助新產品研發程序；主要營運活動爲研發，且新產品專案屬創新程度高者，網際網路之運用已達產品研發的前段工作；主要營運活動爲製造、且新產品專案創新程度低者，網際網 之使用多在後段的生產製造與行銷。

關鍵字：新產品、中小企業、網際網路運用、新產品研發程序、創新