

Preliminary Study on Market Orientation Affect Organizational Performance
for New Product Development Projects新產品開發專案之市場導向影響組織績效之

初探

趙瑤

企業管理學系

管理學院

yc@chu.edu.tw

摘要

新產品開發流程與結果，仰賴公司決策者對其所認知的外部環境不確定性及其回應；當新產品開發管理流程依據不同環境條件而進行調整，則新產品開發成功有最大的可能性。過去新產品開發的相關研究，顯示本質上以新產品規劃階段較具推廣性。本研究將針對資通訊產業中新產品開發專案，建立一觀念性模型，探討行銷管理實務中已上市成功之新產品開發專案，希冀藉由研究結果，提供高科技產業新產品開發專案成功上市相關管理實務之參考。

關鍵字：新產品開發，市場導向，組織績效