

# 現金流量對研發、廣告關係之影響

陳振銘<sup>1</sup>

## 摘要

本文利用台灣製造業資料，以 Morishima (1967) 之替代彈性定義式，衡量研發與廣告關係；並以縱橫資料 (Panel data) 分析法，建立「廣告對研發」關係、「研發對廣告」關係迴歸實證模型，進行及比較 OLS、LSDV 及 GLS 估計。研究結果發現，製造業全產業「廣告對研發」關係為互補，「研發對廣告」則呈現替代關係；主要實證結果指出，在其他情況不變下，現金流量波動愈大，資金取得成本提高，廠商以研發取代廣告之意願增強；然而，面對既定研發活動，為確保研發投入及其成果，廠商同時搭配廣告之意願提高。此一結果呼應文獻「研發與廣告決策受現金流量波動影響」之論點外，進一步指出研發與廣告關係亦受現金流量波動程度之影響。

**關鍵詞：** MES、研發、廣告、現金流量

---

<sup>1</sup>真理大學財稅系助理教授