

資料來源：本研究整理

圖 24: 工業技術研究院外部資源涵量細項目前掌握程度與未來重要程度比較圖

表 56: 工業技術研究院外部資源涵量 t 檢定差異分析

構面	構面差異程度	構面分項	分項差異程度	差異顯著
	t 檢定 p-value		t 檢定 p-value	
互補資源	0.003	國家政策資源應用能力	.137	
		公有研發單位創新移轉能力	.001	
		資本市場與金融環境支持度	.005	
		上下游廠商配合能力	.002	
		企業公關能力	.002	
研究發展	0.000	組織創新彈性與學習能力	.001	
		知識整合與執行能力	.000	
		企業創新文化	.025	

		企業策略執行能力	.000	
產品設計	0.000	科技領先研發能量	.000	
		技術擴散與接收能力	.001	
		技術核心能力	.000	
		風險管理與財務管理能力	.000	
產品製造	0.000	產業化與量產能力	.000	
		後勤支援整合能力	.012	
		組織協調與運作能力	.001	
		組織創新活動執行能力	.004	
		資訊及製程管理能力	.001	
服務提供	0.000	品牌形運與商譽	.002	
		專業服務能力	.002	
		策略綜效與彈性應變能力	.001	
		服務能量累積能力	.008	
市場行銷	0.000	市場資訊與行銷管理能力	.000	
		行銷策略	.002	
		目標市場支配控制能力	.001	
		通路管理能力	.002	
其他客戶	0.000	創新擴張能力	.000	
		顧客關係管理能力	.000	
		銷售前後顧客服務能力	.000	
		行銷人員管理能力	.000	

資料來源：本研究整理

經由與工研院受訪者針對以上結果進一步討論，依據上述各因子之原始因子作訪談，確認出真正的執行方向如下：

- 國家政策資源應用能力：政府政策輔助作為(優惠/免稅)、政府政策對創新人力資源培育
- 資本市場與金融環境支持度：資本市場機制完善程度
- 企業創新文化：員工創造力、創新研發人才向心力、創新研發激勵制度完整性

- 後勤支援整合能力：原物料採購之規模經濟
- 服務能量累積能力：組織創新服務能量、創新服務能量累積能力

5.2.3 目前內部核心能力掌握程度

此部分的創新評量即針對企業目前的內部核心能力掌握程度，並以各因子對各屬性掌握的程度分別進行評量，歸納及整理表所得到的創新性評量結果後，可得出用以表示核心資源的「企業內部核心能力優勢創新矩陣」。其平均影響強弱整理如下：

表 57：工研院內部核心能力之創新評量（目前）

項次	核心資源項目	影響種類	影響性質	影響強弱
C1-1	研發資訊的掌握	P1,P2,O	N	4.00
C1-2	智慧財產權的掌握	P1,P2	N	4.13
C1-3	服務設計整合能力	P1,P2,O,S	D	3.44
C1-4	研發環境與文化	O,S	N	3.56
C1-5	技術創新能力	P1,P2,O	F	3.69
C2-1	模組化服務能力	P1,P2,O	D	3.19
C2-2	彈性服務效率的掌握	P2,O,S	N	3.31
C2-3	與供應商的關係	O,M	D	3.06
C2-4	採購彈性	P1,O,M	F	2.94
C2-5	規模經濟能力	P1,P2,M	N	3.31
C3-1	品牌與企業形象	O,S,M	N	4.13
C3-2	目標市場掌握能力	P1,M	D	3.56
C3-3	國際行銷能力	O,M	N	4.13
C4-1	通路管理能力	P1,P2,S,M	F	3.50
C4-2	後勤支援能力	P1,P2,O	F	3.19

C4-3	庫存管理能力	P1,P2,O	F	3.00
C5-1	需求回應能力	P1,O,S,M	N	3.56
C5-2	客製化能力	P1,P2,O,S,M	N	3.06
C5-3	服務創新程度	P2,S,M	D	2.88
C5-4	價格與品質	P1,P2	D	2.94
C6-1	組織結構	O,S	N	3.25
C6-2	企業文化	O,S,M	N	3.38
C6-3	人事組織與教育訓練	O	D	3.13
C6-4	員工忠誠與向心力	O	N	2.69
C6-5	財務管理能力	O	F	3.50

評量標準：

影響種類	影響性質	影響強弱
P1 (Product)：產品	 N (Network)：網路式 D (Divisional)：部門式 F (Functional)：功能式	5：極強
P2 (Process)：製程		4：強
O(Organization)：組織		3：中
S(Structural)：結構		2：弱
M(Market)：市場		1：極弱

資料來源：本研究整理

表 58: 工研院內部核心能力創新評量彙總 (目前)

	N	D	F
P1	(C1-1)研發資訊的掌握 (C1-2)智慧財產權掌握 (C2-5)規模經濟能力 (C5-1)需求回應能力 (C5-2)客製化能力	(C1-3)服務設計整合能力 (C2-1)模組化服務能力 (C3-2)目標市場掌握能力 (C5-4)價格與品質	(C1-5)技術創新能力 (C2-4)採購彈性 (C4-1)通路管理能力 (C4-2)後勤支援能力 (C4-3)庫存管理能力
P2	(C1-1)研發資訊的掌握 (C1-2)智慧財產權的掌握 (C2-2)彈性服務效率的掌握 (C2-5)規模經濟能力 (C5-2)客製化能力	(C1-3)服務設計整合能力 (C2-1)模組化服務能力 (C5-3)服務創新程度 (C5-4)價格與品質	(C1-5)技術創新能力 (C4-1)通路管理能力 (C4-2)後勤支援能力 (C4-3)庫存管理能力

O	(C1-1)研發資訊的掌握 (C1-4)研發環境與文化 (C2-2)彈性服務效率的掌握 (C3-1)品牌與企業形象 (C3-3)國際行銷能力 (C5-1)需求回應能力 (C5-2)客製化能力 (C6-1)組織結構 (C6-2)企業文化 (C6-4)員工忠誠與向心力	(C1-3)服務設計整合能力 (C2-1)模組化服務能力 (C2-3)與供應商的關係 (C6-3)人事組織與教育訓練	(C1-5)技術創新能力 (C2-4)採購彈性 (C4-2)後勤支援能力 (C4-3)庫存管理能力 (C6-5)財務管理能力
S	(C1-4)研發環境與文化 (C2-2)彈性服務效率的掌握 (C3-1)品牌與企業形象 (C5-1)需求回應能力 (C5-2)客製化能力 (C6-1)組織結構 (C6-2)企業文化	(C1-3)服務設計整合能力 (C5-3)服務創新程度	(C4-1)通路管理能力
M	(C2-5)規模經濟能力 (C3-1)品牌與企業形象 (C3-3)國際行銷能力 (C5-1)需求回應能力 (C5-2)客製化能力 (C6-2)企業文化	(C2-3)與供應商的關係 (C3-2)目標市場掌握能力 (C5-3)服務創新程度	(C2-4)採購彈性 (C4-1)通路管理能力

資料來源：本研究整理



由以上矩陣可得出用以表示核心資源的「企業內部核心能力優勢創新矩陣」如下：

表 59：工研院內部核心能力優勢創新矩陣（目前）

		影響性質		
		N	D	F
影響種類	P1	3.05	2.75	2.54
	P2	3.05	2.75	2.52
	O	3.02	2.87	2.68
	S	3.07	2.62	2.23
	M	2.81	2.79	2.42

資料來源：本研究整理

5.2.4 目前外部資源涵量掌握程度

此部分的創新評量即針對企業目前的外部資源涵量掌握程度，並以各因子對各屬性掌握的程度分別進行評量，歸納及整理表所得到的創新性評量結果後，可得出用以表示核心資源的「企業外部資源涵量優勢創新矩陣」。其平均影響強弱整理如下：

表 60：工研院外部資源涵量之創新評量（目前）

項次	關鍵成功因素項目	影響種類	影響性質	影響強弱
E1-1	國家政策資源應用能力	O,S	N	2.56
E1-2	公有研發單位創新移轉能力	P1,P2,O	D	2.56
E1-3	資本市場與金融環境支持度	O,S	N	3.63
E1-4	上下游廠商配合能力	P1,O,S	D	3.00
E1-5	企業公關能力	O,M	F	3.88
E2-1	組織創新彈性與學習能力	O,S	N	3.63
E2-2	知識整合與執行能力	O,S	D	3.88
E2-3	企業創新文化	O,S	N	3.63
E2-4	企業策略執行能力	O,S	N	3.63
E3-1	科技領先研發能量	P1,P2,S	N	4.13
E3-2	技術擴散與接收能力	P2,S	N	4.06
E3-3	技術核心能力	P1,P2,S	D	3.13
E3-4	風險管理與財務管理能力	O	F	3.13
E4-1	產業化與量產能力	P1,P2,O	F	3.44
E4-2	後勤支援整合能力	O	D	3.25
E4-3	組織協調與運作能力	O,S	N	2.75
E4-4	組織創新活動執行能力	O,S	N	2.75

E4-5	資訊及製程管理能力	P2,O	D	3.63
E5-1	品牌形象與商譽	O,M	N	4.00
E5-2	專業服務能力	P2,O,S,M	F	3.81
E5-3	策略綜效與彈性應變能力	P1,P2,O,S,M	N	2.56
E5-4	服務能量累積能力	P2,O,S,M	N	3.63
E6-1	市場資訊與行銷管理能力	O,M	D	4.00
E6-2	行銷策略	O,S,M	N	3.75
E6-3	目標市場支配控制能力	O,S,M	N	3.31
E6-4	通路管理能力	O,S,M	D	2.69
E7-1	創新擴張能力	P1,P2,O,S,M	N	3.44
E7-2	顧客關係管理能力	O,S,M	D	4.06
E7-3	銷售前後顧客服務能力	O,S,M	D	4.06
E7-4	行銷人員管理能力	O,M	F	3.69

評量標準：

影響種類	影響性質	影響強弱
P1 (Product)：產品	N (Network)：網路式 D (Divisional)：部門式 F (Functional)：功能式	5：極強
P2 (Process)：製程		4：強
O(Organization)：組織		3：中
S(Structural)：結構		2：弱
M(Market)：市場		1：極弱

資料來源：本研究整理

表 61：工研院外部資源涵量創新評量彙總（目前）

	N	D	F
P1	(E3-1)科技領先研發能量 (E5-3)策略綜效與彈性應變能 (E7-1)創新擴張能力	(E1-2)公有研發單位創新移轉能力 (E1-4)上下游廠商配合能力 (E3-3)技術核心能力	(E4-1)產業化與量產能力

P2	(E3-1)科技領先研發能量 (E3-2)技術擴散與接收能力 (E5-3)策略綜效與彈性應變能力 (E5-4)服務能量累積能力 (E7-1)創新擴張能力	(E1-2)公有研發單位創新移轉能力 (E3-3)技術核心能力 (E4-5)資訊及製程管理能力	(E4-1)產業化與量產能力 (E5-2)專業服務能力
O	(E1-1)國家政策資源應用能力 (E1-2)公有研發單位創新移轉能力 (E1-3)資本市場與金融環境支持度 (E2-1)組織創新彈性與學習能力 (E2-3)企業創新文化 (E2-4)企業策略執行能力 (E4-3)組織協調與運作能力 (E4-4)組織創新活動執行能力 (E5-1)品牌形象與商譽 (E5-3)策略綜效與彈性應變能力 (E5-4)服務能量累積能力 (E6-2)行銷策略 (E6-3)目標市場支配控制能力 (E7-1)創新擴張能力	(E1-4)上下游廠商配合能力 (E2-2)知識整合與執行能力 (E4-2)後勤支援整合能力 (E4-5)資訊及製程管理能力 (E6-1)市場資訊與行銷管理能力 (E6-4)通路管理能力 (E7-2)顧客關係管理能力 (E7-3)銷售前後顧客服務能力	(E1-5)企業公關能力 (E3-4)風險管理與財務管理能力 (E4-1)產業化與量產能力 (E5-2)專業服務能力 (E7-4)行銷人員管理能力
S	(E1-1)國家政策資源應用能力 (E1-3)資本市場與金融環境支持度 (E2-1)組織創新彈性與學習能力 (E2-3)企業創新文化 (E2-4)企業策略執行能力 (E3-1)科技領先研發能量 (E3-2)技術擴散與接收能力 (E4-3)組織協調與運作能力 (E4-4)組織創新活動執行能力 (E5-3)策略綜效與彈性應變能力 (E5-4)服務能量累積能力 (E6-2)行銷策略 (E6-3)目標市場支配控制能力 (E7-1)創新擴張能力	(E1-4)上下游廠商配合能力 (E2-2)知識整合與執行能力 (E3-3)技術核心能力 (E6-4)通路管理能力 (E7-2)顧客關係管理能力 (E7-3)銷售前後顧客服務能力	(E5-2)專業服務能力
M	(E5-1)品牌形象與商譽 (E5-3)策略綜效與彈性應變能力 (E5-4)服務能量累積能力 (E6-2)行銷策略 (E6-3)目標市場支配控制能力 (E7-1)創新擴張能力	(E6-1)市場資訊與行銷管理能力 (E6-4)通路管理能力 (E7-2)顧客關係管理能力 (E7-3)銷售前後顧客服務能力	(E1-5)企業公關能力 (E5-2)專業服務能力 (E7-4)行銷人員管理能力

資料來源：本研究整理

由以上矩陣可得出用以表示外部資源涵量的「企業外部資源涵量優勢創新矩陣」如下：

表 62：工研院外部資源涵量優勢創新矩陣（目前）

		影響性質		
		N	D	F
影響種類	P1	2.97	2.78	2.85
	P2	3.11	2.86	3.12
	O	2.92	2.69	2.91
	S	2.96	2.65	3.38
	M	2.91	2.56	3.03

資料來源：本研究整理

5.2.5 未來內部核心能力重要程度

此部分的創新評量即針對企業未來內部核心能力重要程度，並以各因子對各屬性掌握的程度分別進行評量，歸納及整理表所得到的創新性評量結果後，可得出用以表示未來內部核心資源的「企業內部核心能力優勢創新矩陣」。以下將企業策略意圖分析問卷用其平均得分作為影響強弱整理如下：

表 63：工研院內部核心能力之創新評量（未來）

項次	核心資源項目	影響種類	影響性質	影響強弱
C1-1	研發資訊的掌握	P1,P2,O	N	4.25
C1-2	智慧財產權的掌握	P1,P2	N	4.50
C1-3	服務設計整合能力	P1,P2,O,S	D	4.56
C1-4	研發環境與文化	O,S	N	3.81
C1-5	技術創新能力	P1,P2,O	F	4.63
C2-1	模組化服務能力	P1,P2,O	D	4.31
C2-2	彈性服務效率的掌握	P2,O,S	N	3.75
C2-3	與供應商的關係	O,M	D	3.44

C2-4	採購彈性	P1,O,M	F	3.00
C2-5	規模經濟能力	P1,P2,M	N	3.06
C3-1	品牌與企業形象	O,S,M	N	3.50
C3-2	目標市場掌握能力	P1,M	D	4.31
C3-3	國際行銷能力	O,M	N	4.25
C4-1	通路管理能力	P1,P2,S,M	F	3.56
C4-2	後勤支援能力	P1,P2,O	F	3.94
C4-3	庫存管理能力	P1,P2,O	F	4.38
C5-1	需求回應能力	P1,O,S,M	N	3.69
C5-2	客製化能力	P1,P2,O,S,M	N	4.00
C5-3	服務創新程度	P2,S,M	D	3.38
C5-4	價格與品質	P1,P2	D	3.06
C6-1	組織結構	O,S	N	3.06
C6-2	企業文化	O,S,M	N	3.75
C6-3	人事組織與教育訓練	O	D	3.38
C6-4	員工忠誠與向心力	O	N	3.63
C6-5	財務管理能力	O	F	3.31

評量標準：

影響種類	影響性質	影響強弱
P1 (Product)：產品	N (Network)：網路式 D (Divisional)：部門式 F (Functional)：功能式	5：極強
P2 (Process)：製程		4：強
O(Organization)：組織		3：中
S(Structural)：結構		2：弱
M(Market)：市場		1：極弱

資料來源：本研究整理

表 64：工研院內部核心能力創新評量彙總（未來）

	N	D	F
P1	(C1-1)研發資訊的掌握 (C1-2)智慧財產權的掌握 (C2-5)規模經濟能力 (C5-1)需求回應能力 (C5-2)客製化能力	(C1-3)服務設計整合能力 (C2-1)模組化服務能力 (C3-2)目標市場掌握能力 (C5-4)價格與品質	(C1-5)技術創新能力 (C2-4)採購彈性 4.25 (C4-1)通路管理能力 (C4-2)後勤支援能力 (C4-3)庫存管理能力
P2	(C1-1)研發資訊的掌握 (C1-2)智慧財產權的掌握 (C2-2)彈性服務效率的掌握 (C2-5)規模經濟能力 (C5-2)客製化能力	(C1-3)服務設計整合能力 (C2-1)模組化服務能力 (C5-3)服務創新程度 (C5-4)價格與品質	(C1-5)技術創新能力 (C4-1)通路管理能力 (C4-2)後勤支援能力 (C4-3)庫存管理能力
O	(C1-1)研發資訊的掌握 (C1-4)研發環境與文化 (C2-2)彈性服務效率的掌握 (C3-1)品牌與企業形象 (C3-3)國際行銷能力 (C5-1)需求回應能力 (C5-2)客製化能力 (C6-1)組織結構 (C6-2)企業文化 (C6-4)員工忠誠與向心力	(C1-3)服務設計整合能力 (C2-1)模組化服務能力 (C2-3)與供應商的關係 (C6-3)人事組織與教育訓練	(C1-5)技術創新能力 (C2-4)採購彈性 (C4-2)後勤支援能力 (C4-3)庫存管理能力 (C6-5)財務管理能力
S	(C1-4)研發環境與文化 (C2-2)彈性服務效率的掌握 (C3-1)品牌與企業形象 (C5-1)需求回應能力 (C5-2)客製化能力 (C6-1)組織結構 (C6-2)企業文化	(C1-3)服務設計整合能力 (C5-3)服務創新程度	(C4-1)通路管理能力
M	(C2-5)規模經濟能力 (C3-1)品牌與企業形象 (C3-3)國際行銷能力 (C5-1)需求回應能力 (C5-2)客製化能力 (C6-2)企業文化	(C2-3)與供應商的關係 (C3-2)目標市場掌握能力 (C5-3)服務創新程度	(C2-4)採購彈性 (C4-1)通路管理能力

資料來源：本研究整理

接下來，歸納及整理表所得到的創新性評量結果後，可得出用以表示未來核心資源的「企業核心能力優勢創新矩陣」。

表 65：工研院內部核心能力優勢創新矩陣（未來）

		影響性質		
		N	D	F
影響種類	P1	3.80	3.73	3.37
	P2	3.88	3.75	3.40
	O	3.86	3.81	3.48
	S	3.89	3.85	3.00
	M	3.53	3.77	3.12

資料來源：本研究整理

5.2.6 未來外部資源涵量重要程度

此部分的創新評量即針對企業未來外部資源涵量重要程度，並以各因子對各屬性掌握的程度分別進行評量，歸納及整理表所得到的創新性評量結果後，可得出用以表示未來外部資源涵量的「企業外部資源涵量優勢創新矩陣」。以下將企業策略意圖分析問卷用其平均得分作為影響強弱整理如下：

表 66：工研院外部資源涵量之創新評量（未來）

項次	關鍵成功因素項目	影響種類	影響性質	影響強弱
E1-1	國家政策資源應用能力	O,S	N	2.69
E1-2	公有研發單位創新移轉能力	P1,P2,O	D	2.56
E1-3	資本市場與金融環境支持度	O,S	N	2.56
E1-4	上下游廠商配合能力	P1,O,S	D	3.63
E1-5	企業公關能力	O,M	F	3.44
E2-1	組織創新彈性與學習能力	O,S	N	3.44
E2-2	知識整合與執行能力	O,S	D	4.13
E2-3	企業創新文化	O,S	N	3.50

E2-4	企業策略執行能力	O,S	N	4.31
E3-1	科技領先研發能量	P1,P2,S	N	4.50
E3-2	技術擴散與接收能力	P2,S	N	3.75
E3-3	技術核心能力	P1,P2,S	D	4.13
E3-4	風險管理與財務管理能力	O	F	3.69
E4-1	產業化與量產能力	P1,P2,O	F	3.69
E4-2	後勤支援整合能力	O	D	4.44
E4-3	組織協調與運作能力	O,S	N	4.00
E4-4	組織創新活動執行能力	O,S	N	3.25
E4-5	資訊及製程管理能力	P2,O	D	4.00
E5-1	品牌形象與商譽	O,M	N	3.81
E5-2	專業服務能力	P2,O,S,M	F	4.06
E5-3	策略綜效與彈性應變能力	P1,P2,O,S,M	N	3.69
E5-4	服務能量累積能力	P2,O,S,M	N	3.75
E6-1	市場資訊與行銷管理能力	O,M	D	4.00
E6-2	行銷策略	O,S,M	N	3.88
E6-3	目標市場支配控制能力	O,S,M	N	4.44
E6-4	通路管理能力	O,S,M	D	3.50
E7-1	創新擴張能力	P1,P2,O,S,M	N	4.00
E7-2	顧客關係管理能力	O,S,M	D	4.25
E7-3	銷售前後顧客服務能力	O,S,M	D	3.88
E7-4	行銷人員管理能力	O,M	F	3.75

評量標準：

影響種類	影響性質	影響強弱
P1 (Product)：產品		5：極強
P2 (Process)：製程	N (Network)：網路式	4：強
O(Organization)：組織	D (Divisional)：部門式	3：中
S(Structural)：結構	F (Functional)：功能式	2：弱
M(Market)：市場		1：極弱

資料來源：本研究整理

表 67: 工研院外部資源涵量創新評量彙總 (未來)

	N	D	F
P1	(E3-1)科技領先研發能量 (E5-3)策略綜效與彈性應變能力 (E7-1)創新擴張能力	(E1-2)公有研發單位創新移轉能力 (E1-4)上下游廠商配合能力 (E3-3)技術核心能力	(E4-1)產業化與量產能力
P2	(E3-1)科技領先研發能量 (E3-2)技術擴散與接收能力 (E5-3)策略綜效與彈性應變能力 (E5-4)服務能量累積能力 (E7-1)創新擴張能力	(E1-2)公有研發單位創新移轉能力 (E3-3)技術核心能力 (E4-5)資訊及製程管理能力	(E4-1)產業化與量產能力 (E5-2)專業服務能力
O	(E1-1)國家政策資源應用能力 (E1-2)公有研發單位創新移轉能力 (E1-3)資本市場與金融環境支持度 (E2-1)組織創新彈性與學習能力 (E2-3)企業創新文化 (E2-4)企業策略執行能力 (E4-3)組織協調與運作能力 (E4-4)組織創新活動執行能力 (E5-1)品牌形象與商譽 (E5-3)策略綜效與彈性應變能力 (E5-4)服務能量累積能力 (E6-2)行銷策略 (E6-3)目標市場支配控制能力 (E7-1)創新擴張能力	(E1-4)上下游廠商配合能力 (E2-2)知識整合與執行能力 (E4-2)後勤支援整合能力 (E4-5)資訊及製程管理能力 (E6-1)市場資訊與行銷管理能力 (E6-4)通路管理能力 (E7-2)顧客關係管理能力 (E7-3)銷售前後顧客服務能力	(E1-5)企業公關能力 (E3-4)風險管理與財務管理能力 (E4-1)產業化與量產能力 (E5-2)專業服務能力 (E7-4)行銷人員管理能力
S	(E1-1)國家政策資源應用能力 (E1-3)資本市場與金融環境支持度 (E2-1)組織創新彈性與學習能力	(E1-4)上下游廠商配合能力 (E2-2)知識整合與執行能力 (E3-3)技術核心能力 (E6-4)通路管理能力 (E7-2)顧客關係管理能力	(E5-2)專業服務能力

	(E2-3)企業創新文化 (E2-4)企業策略執行能力 (E3-1)科技領先研發能量 (E3-2)技術擴散與接收能力 (E4-3)組織協調與運作能力 (E4-4)組織創新活動執行能力 (E5-3)策略綜效與彈性應變能力 (E5-4)服務能量累積能力 (E6-2)行銷策略 (E6-3)目標市場支配控制能力 (E7-1)創新擴張能力	(E7-3)銷售前後顧客服務能力	
M	(E5-1)品牌形象與商譽 (E5-3)策略綜效與彈性應變能力 (E5-4)服務能量累積能力 (E6-2)行銷策略 (E6-3)目標市場支配控制能力 (E7-1)創新擴張能力	(E6-1)市場資訊與行銷管理能力 (E6-4)通路管理能力 (E7-2)顧客關係管理能力 (E7-3)銷售前後顧客服務能力	(E1-5)企業公關能力 (E5-2)專業服務能力 (E7-4)行銷人員管理能力

資料來源：本研究整理

接下來，歸納及整理表所得到的創新性評量結果後，可得出用以表示外部資源涵量的「企業外部資源涵量優勢創新矩陣」。

表 68：工研院外部資源涵量優勢創新矩陣（未來）

		影響性質		
		N	D	F
影響種類	P1	3.95	3.73	4.00
	P2	4.05	3.83	4.08
	O	3.77	3.67	3.85
	S	3.84	3.65	4.15
	M	3.78	3.63	3.82

資料來源：本研究整理

5.2.7 差異分析

本節根據第四章提出之研究方法，將回收的問卷分為「目前掌握狀況」與「未來重要程度」兩大項目進行資料分析，於各自推導過程中，區分企業內部核心能力與企業外部資源涵量兩大構面分別進行，並進一步詮釋分析其結果。分析過程中將先對各構面細

項因子作分析，之後再對不同矩陣格進行分析比對，主要針對個別因子與總體構面影響效果兩大部分在目前掌握程度與未來重要程度上進行差異分析，本研究先就個別構面細項因子之目前掌握度與未來重要性作 t-test，其虛無假設為兩群樣本間無顯著差異，進行雙尾檢定， $\alpha = 0.05$ ，再對不同矩陣格進行 t-test，其虛無假設為兩群樣本間無顯著差異，進行雙尾檢定， $\alpha = 0.05$ 。經以上之檢定配合顯著之要素，本研究得以確認工研院對於其策略意圖相關具重要性之內部核心能力與外部資源涵量，目前擁有能力是足夠或明顯不足，並作為工研院發展所需相關策略方向的具體依據。

以工研院之「企業內部核心能力的個別矩陣格」來說，透過問卷調查，以及下表統計分析結果（未來重要程度與目前掌握程度間兩組樣本其 p-value 小於 0.005 者判定為顯著），可以發現工研院在內部核心能力的個別矩陣格方面，內部核心能力未來企圖個別矩陣格全部呈顯著差異。

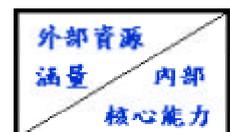
表 69：工研院差異分析總表

	產品創新	製程創新	組織創新	結構創新	市場創新
網路式	0.97 *** 0.75 ***	0.94 *** 0.83 ***	0.85 *** 0.84 ***	0.88 *** 0.82 ***	0.87 *** 0.72 ***
部門式	0.95 *** 0.98 ***	0.97 *** 1.00 ***	0.98 *** 0.94 ***	1.00 *** 1.23 ***	1.08 *** 0.97 ***
功能式	1.15 *** 0.83 ***	0.96 *** 0.88 ***	0.94 *** 0.80 ***	0.77 *** 0.77 ***	0.79 *** 0.69 ***

➤ *代表影響種類及影響性質下，差異程度之顯著性 (p-value 小於 0.005 為 ***, 表非常顯著)

➤ 外部資源涵量共有 15 個矩陣格程度非常顯著

➤ 內部核心能力共有 15 個矩陣格程度非常顯著



資料來源：本研究整理