

行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

員工能力與組織能力對新產品開發績效之影響 研究成果報告(精簡版)

計畫類別：個別型
計畫編號：NSC 98-2410-H-004-078-
執行期間：98年08月01日至99年07月31日
執行單位：國立政治大學會計學系

計畫主持人：王文英

計畫參與人員：碩士班研究生-兼任助理人員：邱紫芸
碩士班研究生-兼任助理人員：張明益

處理方式：本計畫可公開查詢

中華民國 99 年 10 月 31 日

目 錄

一、前言	1
二、研究目的	2
三、文獻探討及假說發展	2
四、研究方法	4
五、結果與討論（含結論與建議）	5
六、參考文獻	7
七、計畫成果自評	9

一、前言

伴隨知識經濟時代的來臨，土地、原料、設備等有形資產的重要性逐漸降低，能力與技術等則日受重視，取而代之成為企業價值創造與競爭優勢之重要基礎。有許多文獻皆肯定能力與技術或一般所謂的「智慧資本」為驅動與創造企業價值的動因，對企業績效具有正向影響（Amir and Lev 1996; Edvinsson and Malone 1997; Johanson, Mårtensson, and Skoog 2001a, 2001b; Stewart 1997; Sullivan 2000）。另外，根據資源基礎論，有價值、獨特且難以模仿與取代的資源為企業競爭優勢之基礎，必須仰賴這些資源作為競爭基礎方能進一步形成競爭優勢（Grant 1991; Peteraf 1993; Wernerfelt 1984）。然而，僅仰賴資源本身或僅持有資源並無法為企業帶來競爭優勢，而是要將資源加以運用或處理，資源才有可能成為競爭優勢的來源。近年來時代變遷的速度較以往增快許多，顧客需求多樣，而且技術革新加速以致產品生命週期縮短，競爭亦日益激烈。在這樣的背景下，企業須在有限之前置時間內開發製造出符合顧客需求且具競爭力的新產品，方能持續在商場上佔有一席之地。故新產品開發對企業而言相當重要，其成敗對企業績效具有重大影響，可謂是企業競爭力的重要來源。

新產品開發與資源或能力之間有著密切關連。現代的競爭環境下，由於同業間技術相差不大且模仿快速，一暢銷產品的競爭優勢無法持續很久，純粹的高品質或低價格已無法有效捉住顧客的心，而是要將創造力與創意融入產品的設計與製造中，創造出同時符合消費者多方需求的產品。然而創新的產生需要投入相當多的資源，資源包含有形與無形，真正的策略性資源或核心能力往往不是企業擁有的有形資產，而是管理與運用資源時所創造及蓄積而成的知識與能力，此企業特有之能力才是競爭優勢的基礎。究竟為了提昇新產品開發績效，企業所需具備且加強蓄積之能力為何？

對大多數的企業而言，人力資源長期以來被視為是重要資源。在新產品開發過程中，員工亦扮演相當重要的角色，其能力之優劣對新產品開發績效影響甚大。Ulrich (1998)亦主張有能力且願意為企業付出承諾的員工才是企業最重要的資產。除了仰賴員工能力外，企業本身也應透過一些機制之建置，發揮其能力以助提高新產品開發績效；而這些機制本研究將其統稱為企業所擁有的組織能力。不論何種活動，都與組織結構有密不可分的關連，新產品開發亦是如此。另外，若要使新產品開發能夠成功，則有必要對複雜的新產品開發流程進行管理，因為對流程的管理將會影響結果（Cooper and Kleinschmidt 1995; Griffin 1997; Tzokas, Hultink, and Hart 2004等）。為了有效管理新產品開發之績效，企業除了事先訂定相關績效管理指標之目標、於開發過程中掌控目標的執行情形外，並於事後進行績效評估。尤其績效評估及獎酬制度更可謂是對員工最具激勵效果之機制，因而適切地設計該制度之能力就變得相當重要。故本研究將組織能力分為整合結構、管理流程、以及績效評估及獎酬制度等三類。

本研究認為員工能力以及三類的組織能力皆與新產品開發績效之間具有關連，而且若能將員工能力結合組織能力，相信有助於新產品開發績效之提昇。實際上員工能力、

組織能力、以及新產品開發績效三者間之關係如何？員工能力與組織能力是否會直接影響新產品開發績效？搭配適當之組織能力是否會影響員工能力與新產品開發績效間的關係？基於能力對於新產品開發績效影響甚大，有必要釐清影響新產品開發績效之重要能力為何；但到目前為止，具體解析影響新產品開發績效之能力的研究不多，並將能力予以系統性地區分、探討其間關係之研究實屬少見，而且輔以實證證據佐證者更是缺乏，因此實有必要對影響新產品開發績效之能力進行實證探討。

二、研究目的

本研究之主要目的即在於：以我國企業為對象，探討員工能力、組織能力、以及新產品開發績效三者間之關係，包含各能力與新產品開發績效之關係、以及員工能力與組織能力之配合對新產品開發績效之影響，期望能說明企業為了提昇新產品開發績效所應加強之能力為何以及對其員工能力與組織能力應如何配合，進而建構三者間之關係架構與提出相關建議。

三、文獻探討及假說發展

在新產品開發過程中，員工扮演相當重要的角色，因為員工的知識與能力為創新與洞見的源頭 (Edvinsson and Malone 1997; Hauschild et al. 2001; Stewart 1997)，新產品開發的程序亦有賴員工執行，故其能力之優劣對新產品開發績效應會影響甚大。而且多數參與產品開發成員的行動與能力會影響產品績效 (The CAM-I Target Cost Core Group 1997)。Rabino (2001)指出新產品開發團隊需要與新產品有關之收入及成本資訊，而會計人員即扮演著提供財務資訊之角色，其參與有助於使新產品開發團隊較不易忽視財務風險。田中雅康(1995)強調實施目標成本制時，組織成員應著重對公司所屬產業環境及技術發展方向之了解，另在評估產品設計替代方案時，需要運用適當的評估工具以有效衡量替代方案下之成本與效益。Stewart (1997)則認為員工須知道顧客所需要及重視的知識和技能為何，而企業也應找出真正的資產，進而加強員工這些方面的能力。綜上所述，可推論員工能力對新產品開發績效之影響，而建立假說如下：

H1：「員工能力」與「新產品開發績效」之間具有正向關係。

為了在開發新產品時能將各部門的意見納入考量，克服各方面可能發生的問題，以有效地進行整合與管理，一些企業通常會在開發新產品時即組成跨功能團隊，由各專業領域之人員共同參與新產品開發(田中雅康1995; Clark and Fujimoto 1991; Jassawalla and Sashittal 1998)。因為透過跨部門整合性的組織及各部門成員直接溝通、討論交換意見之方式，有助於各部門瞭解其他部門的立場及提早發現問題、加速資訊分享及部門間互動，而使產品開發更具效率。但在此情形下，如何將跨功能團隊有效地整合，除了有賴於團隊領導者之能力外，企業對其權責之授予以及組織架構之設計，亦是不容忽視。Clark and Fujimoto (1991)特別強調重量級產品經理之必要性。另外，野中郁次郎(1990)

強調新產品開發過程中應採取橄欖球式的開發方式，讓跨部門團隊成員在開發設計時即像打橄欖球似地一起合作，適時提供各種必要資訊，互相合作以達成共同目標。如此不僅可期避免量產時發生開發設計時預想不到等問題的發生，以在開發初期階段就對新產品作全面性考量而有助於新產品競爭力之提昇外，且因各階段作業重疊進行，有助於縮短前置時間而適時開發製造出符合顧客需求之新產品。由上述探討可推論，新產品開發組織結構之設計與運作應會對新產品開發績效有所影響，故發展假說如下：

H2：「組織能力」與「新產品開發績效」之間具有正向關係。

H2a：「整合結構」與「新產品開發績效」之間具有正向關係。

Cooper and Kleinschmidt (1995)指出，新產品開發最重要的關鍵成功因素為高品質之新產品開發流程。另有些研究也指出應對新產品研發與創新的流程加以管理，因為對流程管理將會影響結果 (Cooper 1993; Cooper and Kleinschmidt 1995; Griffin 1997; Tidd, Bessant, and Pavitt 2001; Tzokas et al. 2004等)。從此得以窺知：有效率且有效之新產品開發流程，對新產品開發績效之重要。Cooper (1993)將新產品的開發流程自創意產生後分為初步研究、細部研究、開發、測試與有效性、量產與上市等階段，要進入各階段前設有關卡，即須通過關卡之檢驗方能進入下一個階段。由於目標成本制為新產品開發之管理制度，因此其具體流程與運作方式可供本研究參考。目標成本之訂定方式可分為扣除法、加算法及折衷法三種，而目標可進一步按機能別、構造別、成本要素別、零組件別等加以分解展開 (加登豐1993；日本會計研究學會1996)，將目標細分分配，不僅便於掌握目標達成情況，且能使各單位需負責達成的目標及責任隨之明確，會感受到較大之責任與壓力而較努力去達成目標，目標達成的效果亦較可期待。田中隆雄(1994)亦強調目標成本之訂定與分解為目標成本制的基本要件，The CAM-I Target Cost Core Group (1997)與Cooper and Slagmulder (2002)也指出目標成本制的實行過程主要可分為目標成本之訂定階段以及目標成本之達成階段。另外，加登豐(1993)與日本會計研究學會(1996)並強調資訊系統的改進與整合、應用工具的充實等之重要。開發新產品的過程中，若能配合適切管理，相信有助於新產品開發績效之提昇，故建立以下假說：

H2b：「管理流程」與「新產品開發績效」之間具有正向關係。

為了有效管理新產品開發之績效，企業除了要事先訂定相關管理指標之目標外，且需於開發過程中掌控目標執行情形，並於事後進行績效評估。以往有關探討新產品開發績效指標的研究雖然不少，但大多將焦點置於最終績效 (Griffin and Page 1993; Song and Parry 1996等)，即多著重開發結果的落後指標。如平衡計分卡制度所強調，欲有效改善績效等落後指標，則應注重過程中領先指標之管理 (Kaplan and Norton 1996)。因此有些研究提出將平衡計分卡的觀念運用到新產品開發，例如：Bremser and Barsky (2004)與Kerssens-van Drongelen and Cook (1997)。Kerssens-van Drongelen and Cook (1997)指出較常被使用之績效衡量項目係為與成本、品質、時間、創新性、對利潤之貢獻有關

者，Bremser and Barsky (2004)也支持運用平衡計分卡來開發一個整合性的研發績效衡量制度，並提醒應同時使用領先指標與落後指標。Ellis (1997)與Ojanen and Vuola(2006)等亦主張應將領先指標與落後指標皆納入考量。而且，在訂定績效管理指標時，除了財務面，亦應兼顧功能、品質、開發時間等非財務面。另外，如Kaplan and Norton (1996)所指出，應將績效評估的結果與獎酬相連結，如此對員工方會具有激勵效果。因此設計適切的績效評估及獎酬制度，應會有助於新產品開發績效之提昇，故發展假說如下：

H2c：「績效評估及獎酬制度」與「新產品開發績效」之間具有正向關係。

不僅推論員工能力以及三類的組織能力皆與新產品開發績效之間可能具有關連，而且若能將員工能力結合組織能力，相信會更有助於新產品開發績效的提昇。因為除了擁有能力強的優秀員工，企業尚應利用組織能力，對其人力進行適當管理，藉由激發與運用員工之能力，而使其新產品開發績效更好。因此推論搭配適當之組織能力會影響員工能力與新產品開發績效間的關係，而建立以下之假說：

H3：「員工能力」與「組織能力」之交乘項會正向影響「新產品開發績效」。

H3a：「員工能力」與「整合結構」之交乘項會正向影響「新產品開發績效」。

H3b：「員工能力」與「管理流程」之交乘項會正向影響「新產品開發績效」。

H3c：「員工能力」與「績效評估及獎酬制度」之交乘項會正向影響「新產品開發績效」。

四、研究方法

為客觀掌握我國企業在開發新產品時所具備之員工能力、組織能力、以及新產品開發績效之實際情形，本研究採取大規模問卷調查法以進行資料的蒐集與確認。為力求問卷內容之適切，先詳盡地蒐集與詳閱相關文獻，據以初步歸納出可能影響新產品開發績效之員工能力、整合結構、管理流程、以及績效評估及獎酬制度的重點內容，據此設計問卷初稿。其次，透過實地訪談六家代表企業相關人員之方式，對問卷初稿進行適當修正與補強。受訪人員除了建議對問卷中的一些語句進行修改外，並建議新增一些問項。經此增添與修改後，以某大學商學院EMBA學生為對象進行預試，共回收31份問卷，其中有效問卷30份，各類的Cronbach's α 皆在0.9以上，且發現並無需另作修改處，因而完成問卷定稿。接著，以我國金融業以外之上市與上櫃企業為對象，透過郵寄正式發放問卷。

有關探討員工能力與組織能力對新產品開發績效之影響的實證模式如第(1)式：

$$\text{PERFORMANCE}_j = f(\text{EMPLOYEE}_j, \text{STRUCTURE}_j, \text{PROCESS}_j, \text{INCENTIVE}_j, \text{INDUSTRY}_j) \quad (1)$$

其中，j：樣本企業，j=1, 2, …, n；n 為所回收的有效問卷數

PERFORMANCE_j：j 企業新產品開發績效

EMPLOYEE_j：j 企業員工能力

STRUCTURE_j：j 企業整合結構

PROCESS_j：j 企業管理流程

INCENTIVE_j：j 企業績效評估及獎酬制度

INDUSTRY_j：j 企業是否屬於高科技產業（控制變數）

有關驗證組織能力是否會影響員工能力與新產品開發績效間關係的實證模式如第(2)式：

$$\text{PERFORMANCE}_j = f(\text{EMPLOYEE}_j, \text{STRUCTURE}_j, \text{PROCESS}_j, \text{INCENTIVE}_j, \text{EMPLOYEE}_j * \text{STRUCTURE}_j, \text{EMPLOYEE}_j * \text{PROCESS}_j, \text{EMPLOYEE}_j * \text{INCENTIVE}_j, \text{INDUSTRY}_j) \quad (2)$$

其中，PERFORMANCE, EMPLOYEE, STRUCTURE, PROCESS, INCENTIVE, INDUSTRY 如第(1)式。

在變數選取方面，則參考以往相關文獻（如：Clark and Fujimoto 1991; Cooper and Kleinschmidt 1995; Griffin and Page 1993; Hertenstein and Platt 2000; Kerssens-van Drongelen and Cook 1997; Stevens, Burley, and Divine 1999; The CAM-I Target Cost Core Group 1997; 加登豐1993; 日本會計研究學會1996; 野中郁次郎1990; 門田安弘1991等），並納入訪談代表企業所新增者。由於高科技產業相較於其他產業，係處於競爭激烈且多變之環境，不僅技術革新快速，且顧客需求多樣，即時推出具競爭力之新產品為該產業的企業能否在商戰中勝出之重要關鍵，其對新產品開發與開發績效相當重視，故加入產業特性（高科技與否）做為控制變數。

本研究採用因素分析法來萃取代表員工能力、各組織能力構面以及新產品開發績效之重要變數。為避免因素萃取過多之問題，依據陡坡圖結果且參酌累積解釋變異量，以決定各主構面下因素之萃取個數，再經由變異最大旋轉法進行直交轉軸，使因素負荷分散程度極大，俾利確定因素負荷絕對值大於0.5之各變數所屬因素構面及進行因素命名。並從事MSA (KMO)與Bartlett 球形檢定之模式適合性評估，且確認Cronbach's α 係數，以確保各因素具有一定程度之信度。而有關員工能力與組織能力對新產品開發績效之影響，以及員工能力與組織能力之搭配對新產品開發績效之影響等兩假說，則採取複迴歸分析之方式進行驗證探討。進行複迴歸分析之前，並先對迴歸模式進行共線性檢測。

五、結果與討論（含結論與建議）

1. 因素分析結果

問卷共回收109份，其中2份填答內容不完整，故有效問卷107份。以此為樣本，進

行因素分析。結果在「員工能力」構面下萃取出一個因素「員工能力」，其包含20項變數。「整合結構」構面下萃取出三個因素，分別為「整合結構－跨功能團隊」（包含4項變數）、「整合結構－授權與溝通」（包含3項變數）、「整合結構－供應商參與及同步工程」（包含3項變數）。「管理流程」構面下萃取出一個因素「管理流程」，涵蓋26項變數。「績效評估及獎酬制度」構面下萃取出兩個因素，分別為「績效評估及獎酬制度－績效評估」（包含7項變數）、「績效評估及獎酬制度－獎酬」（包含10項變數）。「新產品開發績效」構面下則萃取出一個因素「新產品開發績效」，其包含10項變數。

2. 各能力對新產品開發績效影響的實證結果

結果發現：「員工能力」、「管理流程」、「績效評估及獎酬制度－獎酬」三個因素與「新產品開發績效」具顯著正相關，其分別達雙尾1%、5%、10%之顯著水準。故結果分別支持假說H1與假說H2b與H2c。員工能力、管理流程、績效評估及獎酬制度對績效皆具有顯著之正向關係，意謂著積極地培養這些方面之能力與建構相關機制，將有助於企業新產品開發績效之提昇（Adjusted R^2 達62.7%）。各能力中，又以員工能力對績效之直接影響效果最大，因此對員工能力之培養與增進實為企業不容忽視之重要課題。但假說H2a（「整合結構」與「新產品開發績效」之間具有正向關係）並未獲支持，係可能因為組織架構需要與其他因素相配合方能產生效果，故僅依賴建置整合結構本身，並無法直接有助於新產品開發績效之提昇。

3. 員工能力與組織能力之配合對新產品開發績效影響的實證結果

複迴歸分析之結果顯示：「員工能力」與「整合結構－供應商參與及同步工程」之交乘項、以及「員工能力」與「管理流程」之交乘項對「新產品開發績效」呈現顯著正相關，分別達雙尾5%與10%之顯著水準，假說H3與其子假說H3a、H3b獲得支持。表示員工能力越好的企業，若能搭配整合結構（尤其是在供應商參與及同步工程方面）或管理流程，則其新產品開發績效越好。至於「員工能力」與「績效評估及獎酬制度」之配合與新產品開發績效並無顯著關連性，即假說H3c未獲支持。發現與新產品開發績效呈現顯著正相關的主要變數中仍有「績效評估及獎酬制度－獎酬」，其意謂著「績效評估及獎酬制度」對「員工能力」與「新產品開發績效」之間的關係並非具有調節效果，而是其本身對「新產品開發績效」即具有不小之直接影響。

綜合以上結果，可知員工能力與組織能力確實對於新產品開發績效具有影響，而且兩種能力之配合對新產品開發績效亦會有所影響；可藉此掌握為了提昇新產品開發績效所應加強之能力為何以及對員工能力與組織能力兩者應如何配合，俾供產業界參考以提昇其新產品競爭力。由於本研究所採用的為大規模問卷調查法，無法深入瞭解個別企業內部的實際運作情形，例如：對於各能力如何加強與蓄積、員工能力與組織能力具體上如何配合等；後續研究者可進一步針對這些問題進行個案研究，俾提供產業界有助於實際運作之參考內容。

六、参考文献

- [1] Amir, E. and B. Lev. 1996. Value-relevance of nonfinancial information: The wireless communications industry. *Journal of Accounting and Economics* 22(August-December): 3-30.
- [2] Bremser, W. G. and N. P. Barsky. 2004. Utilizing the balanced scorecard for R&D performance measurement. *R&D Management* 34(June): 229-238.
- [3] Clark, K. B. and T. Fujimoto. 1991. *Product Development Performance*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- [4] Cooper, R. G. 1993. *Winning at New Products: Accelerating the Process from Idea to Launch*. Reading MA: Addison-Wesley.
- [5] Cooper, R. G. and E. J. Kleinschmidt. 1995. Benchmarking the firm's critical success factors in new product development. *Journal of Product Innovation Management* 12 (November): 374-391.
- [6] Cooper, R. and R. Slagmulder. 2002. Target costing for new- product development: Component-level target costing. *Journal of Cost Management* 16(September/October): 36-43.
- [7] Edvinsson, L., and M. S. Malone. 1997. *Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding its Hidden Roots*. New York, NY: HarperCollins.
- [8] Ellis, L. W. 1997. *Evaluation of R&D Processes: Effectiveness through Measurements*. Norwood MA: Artech-House.
- [9] Grant, R. M. 1991. The resources-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. *California Management Review* 33(Spring): 114-135.
- [10] Griffin, A. 1997. PDMA research on new product development practices: Updating trends and benchmarking best practices. *Journal of Product Innovation Management* 14 (November): 429-458.
- [11] Griffin, A. and A. L. Page. 1993. An interim report on measuring product development success and failure. *Journal of Product Innovation Management* 10(September): 291-308.
- [12] Hauschild, S., T. Licht, and W. Stein. 2001. Creating a knowledge culture. *The McKinsey Quarterly* 1: 74-81.
- [13] Hertenstein, J. H. and M. B. Platt. 2000. Performance measures and management control in new product development. *Accounting Horizons* 14(September): 303-323.
- [14] Jassawalla, A. R. and H. C. Sashittal. 1998. An examination of collaboration in high-technology new product development processes. *Journal of Product Innovation*

Management 15(May): 237-254.

- [15] Johanson, U., M. Mårtensson, and M. Skoog. 2001a. Mobilizing change through the management control of intangibles. *Accounting, Organizations and Society* 26(October-November): 715-733.
- [16] ———. 2001b. Measuring to understand intangible performance drivers. *European Accounting Review* 10(September): 407-437.
- [17] Kaplan, R. S. and D. P. Norton. 1996. *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business School Press.
- [18] Kerssens-van Drongelen, I. C. and A. Cook. 1997. Design principles for the development of measurement systems for research and development processes. *R&D Management* 27(October): 345-357.
- [19] Peteraf, N. A. 1993. The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal* 14(March): 179-191.
- [20] Ojanen, V. and O. Vuola. 2006. Coping with the multiple dimensions of R&D performance analysis. *International Journal of Technology Management* 33(2/3): 279-290.
- [21] Rabino, S. 2001. The accountant's contribution to product development teams- A case study. *Journal of Engineering and Technology Management* 18(1): 3-90.
- [22] Song, X. M. and M. E. Parry. 1996. What separates Japanese new product winners from losers. *Journal of Product Innovation Management* 13(September): 422-439.
- [23] Stevens, G., J. Burley, and D. Divine. 1999. Creativity + business discipline = higher profits faster from new product development. *Journal of Product Innovation Management* 16(September): 455-468.
- [24] Stewart, T. A. 1997. *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. Bantam Doubleday Dell Publishing Group, Inc.
- [25] Sullivan, P. J. 2000. *Value-Driven Intellectual Capital: How to Convert Intangible Corporate Assets into Market Value*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- [26] The CAM-I Target Cost Core Group. 1997. *Target Costing – The Next Frontier in Strategic Cost Management*. Chicago: Irwin Publications Inc.
- [27] Tidd, J., J. Bessant, and K. Pavitt. 2001. *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organisational Change*. Chichester: John Wiley & Sons.
- [28] Tzokas, N., E. J. Hultink, and S. Hart. 2004. Navigating the new product development process. *Industrial Marketing Management* 33 (October): 619-626.

- [29] Ulrich, D. 1998. Intellectual capital = competence × commitment. *Sloan Management Review* 39 (Winter): 15-26.
- [30] Wernerfelt, B. 1984. A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal* 5 (April-June): 171-180.
- [31] 加登豊，1993，原価企画－戦略的コスト・マネジメント，日本経済新聞社。
- [32] 田中隆雄，1994，原価企画の基本モデル－トヨタの原価企画を参考に－，会計，第145巻第6号，1-19頁。
- [33] 田中雅康，1995，利益戦略とVE，日本東京都：産能大学出版刊部。
- [34] 日本会計研究学会，1996，原価企画研究の課題，森山書店。
- [35] 野中郁次郎，1990，知識創造の経営：日本企業のエピステモロジー，日本経済新聞社。
- [36] 門田安弘（1991），トヨタの経営システム，日本能率協会マネジメントセンター。

七、計畫成果自評

本研究內容與原先計畫內容相符，目的在於探討我國企業員工能力、組織能力、以及新產品開發績效三者間之關係，包含各能力與新產品開發績效之關係、以及員工能力與組織能力之配合對新產品開發績效之影響。研究結果亦達成原先預期之目標。以往雖有一些研究針對影響新產品開發績效之能力或制度進行探討，然而將能力予以系統性地區分、探討其間關係者實屬少見，且大多非以我國企業為對象，進一步輔以實證證據佐證者更可謂缺乏。本研究藉由針對與影響新產品開發績效之能力有關的文獻進行彙整與推論，並融入實務界之看法，以使此方面的研究能有較整合之探討，因此適合在學術期刊發表，並已著手此方面寫作。另外，研究結果亦有助於提供產業界參考，可藉此掌握哪些係為提昇新產品開發績效而應加強與蓄積之能力，俾助企業在有限的資源與時間下，集中焦點加強管理，以有效率地提昇新產品競爭力。

無衍生研發成果推廣資料

98 年度專題研究計畫研究成果彙整表

計畫主持人：王文英		計畫編號：98-2410-H-004-078-				計畫名稱：員工能力與組織能力對新產品開發績效之影響	
成果項目		量化			單位	備註（質化說明：如數個計畫共同成果、成果列為該期刊之封面故事...等）	
		實際已達成數（被接受或已發表）	預期總達成數（含實際已達成數）	本計畫實際貢獻百分比			
國內	論文著作	期刊論文	0	1	100%	篇	
		研究報告/技術報告	1	1	100%		
		研討會論文	0	0	100%		
		專書	0	0	100%		
	專利	申請中件數	0	0	100%	件	
		已獲得件數	0	0	100%		
	技術移轉	件數	0	0	100%	件	
		權利金	0	0	100%	千元	
	參與計畫人力 （本國籍）	碩士生	2	2	100%	人次	
		博士生	0	0	100%		
		博士後研究員	0	0	100%		
		專任助理	0	0	100%		
國外	論文著作	期刊論文	0	1	100%	篇	
		研究報告/技術報告	0	0	100%		
		研討會論文	0	0	100%		
		專書	0	0	100%		章/本
	專利	申請中件數	0	0	100%	件	
		已獲得件數	0	0	100%		
	技術移轉	件數	0	0	100%	件	
		權利金	0	0	100%	千元	
	參與計畫人力 （外國籍）	碩士生	0	0	100%	人次	
		博士生	0	0	100%		
		博士後研究員	0	0	100%		
		專任助理	0	0	100%		

<p>其他成果 (無法以量化表達之成果如辦理學術活動、獲得獎項、重要國際合作、研究成果國際影響力及其他協助產業技術發展之具體效益事項等，請以文字敘述填列。)</p>	<p>將本研究結果回饋給產業界，提供其瞭解哪些係是為了有效提昇新產品開發績效而應予以加強與蓄積之能力，俾協助企業在有限的資源與時間下，集中焦點加強管理，以有效率地提昇新產品競爭力。</p>
--	--

	成果項目	量化	名稱或內容性質簡述
科教處計畫加填項目	測驗工具(含質性與量性)	0	
	課程/模組	0	
	電腦及網路系統或工具	0	
	教材	0	
	舉辦之活動/競賽	0	
	研討會/工作坊	0	
	電子報、網站	0	
	計畫成果推廣之參與(閱聽)人數	0	

國科會補助專題研究計畫成果報告自評表

請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況、研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）、是否適合在學術期刊發表或申請專利、主要發現或其他有關價值等，作一綜合評估。

1. 請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況作一綜合評估

達成目標

未達成目標（請說明，以 100 字為限）

實驗失敗

因故實驗中斷

其他原因

說明：

2. 研究成果在學術期刊發表或申請專利等情形：

論文： 已發表 未發表之文稿 撰寫中 無

專利： 已獲得 申請中 無

技轉： 已技轉 洽談中 無

其他：（以 100 字為限）

3. 請依學術成就、技術創新、社會影響等方面，評估研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）（以 500 字為限）

本研究之目的在於探討我國企業員工能力、組織能力、以及新產品開發績效三者間之關係，包含各能力與新產品開發績效之關係、以及員工能力與組織能力之配合對新產品開發績效之影響。以往雖有一些研究針對影響新產品開發績效之能力或制度進行探討，然而將能力予以系統性地區分、探討其間關係者實屬少見，且大多非以我國企業為對象，進一步輔以實證證據佐證者更可謂缺乏。本研究藉由針對與影響新產品開發績效之能力有關的文獻進行彙整與推論，並融入實務界之看法，以使此方面的研究能有較整合之探討，因此適合在學術期刊發表，並已著手此方面寫作。另外，研究結果亦有助於提供產業界參考，可藉此掌握哪些係為提昇新產品開發績效而應加強與蓄積之能力，俾助企業在有限的資源與時間下，集中焦點加強管理，以有效率地提昇新產品競爭力。