

產品創新、新產品類型與組織網絡運用研究-以速食麵產業為例

江榮俊、羅世輝

E-mail: 9302849@mail.dyu.edu.tw

摘要

過去組織間的競爭是個別企業的競爭，隨著資訊科技的發展，產業競爭全球化以及經營風險提高等，組織的競爭型態演變成組織網絡的競爭型態。「創新」的議題是二十一世紀最熱門的管理話題之一，傳統的消費性產品企業，面臨產業規模無法擴張以及產品命週期越來越短等困境，如何在產品創新上取得優勢，例如縮短創新時間、降低產品成本、提高產品品質..等等，已成為企業首要解決的課題。本研究透過台灣速食麵產業在速產品創新的探討，所得結論如下：（1）速食麵產業產品創新的型態存在網絡式的型態。（2）速食麵產業產品創新，因產業生命週期的變化而有不同風貌。（3）網絡成員不同導致產品創新的模式不同。（4）速食麵產業不同的產品創新類型其在創新績效衡量因素的表現有所不同。（5）速食麵產業不同新產品類型其適合的產品創新模式不同。

關鍵詞：產品創新，組織網絡，速食麵產業

目錄

第一章 研究動機	1.1研究動機	1	1.2研究目的	3	
1.3章節結構	4	1.4研究流程	5	第二章 理論與文獻	
探討	2.1創新與產品創新的探討	7	2.1.1創新的源起	7	
2.1.2創新的定義	7	2.1.3創新的種類	9	2.1.4創新的模型	11
2.1.5小結	11	2.2新產品開發管理	12	2.2.1新產品開發目的與關鍵因素	12
2.2.2新產品的定義	13	2.2.3新產品的類型	14	2.2.4新產品開發程序	18
2.2.5小結	18	2.3網絡理論	20	2.3.1網絡的源起	21
2.3.2網絡的組成要素與結構	22	2.3.3網絡定義	23	2.3.4網絡的類型	26
2.3.5網絡的成因探討	33	2.3.6小結	30	第三章 研究方法	34
3.1研究方法	35	3.2資料來源與收集	35	3.3分析單位	37
3.4資料分析	38	第四章 台灣速食麵產業概況描述	39	4.1速食麵的基本概念	39
4.1.1速食麵的定義	39	4.1.2速食麵的類型	39	4.1.3速食麵的製程	40
4.1.4速食麵的消費型態	43	4.2台灣速食麵產業沿革	45	4.2.1萌芽時期	45
4.2.2成長時期	45	4.2.3成熟時期	46	4.3台灣速食麵產業現況與展望	47
4.3.1台灣速食麵產銷與工廠分佈概況	47	4.3.2台灣速食麵產業情境分析	49	4.3.3台灣速食麵產業展望	53
第五章 個案研究	54	5.1個案公司概況描述	54	5.1.1維力公司概述	54
5.1.2味王公司概述	58	5.1.3個案公司概況比較	62	5.2速食麵產業產品創新的脈絡	63
5.2.1市場交換型的產品創新	63	5.2.2內部組織型的產品創新	64	5.2.3網絡型的產品創新	65
5.2.4速食麵產業的產品創新脈絡	65	5.3速食麵產業產品創新類型與績效衡量探討	68	5.3.1產品品質	69
5.3.2開發時間	70	5.3.3產品成本	70	5.3.4開發能力	72
5.3.5開發成本	72	5.4速食麵新產品特性與產品創新模式探討	75	5.4.1速食麵的新產品特性探討	75
5.4.2速食麵新產品類型與產品創新模式	78	第六章 結論與建議	79	6.1研究發現	79
6.2策略意涵	79	6.3研究限制	80	6.4後續研究方向建議	81

參考文獻

- 中文部份 1. 司徒達賢 (1984), 「台灣中小企業發展的經營策略」, 第一屆中小企業發展學術研討會論文集。2. 司徒達賢 (1995), 策略管理, 台北:遠流。3. 李仁芳 (1998), 「台灣產業網絡之發展:從合作生產到合作創新-以自行車工業為例」, 第七屆產業管理研討會論文集。4. 李舜偉 (2002), 新產品開發團隊學習之研究, 長榮管理學院經營管理碩士班碩士論文。5. 吳思華 (1998), 「知識流通對產業創新的影響」, 第七屆產業管理研討會論文集。6. 吳思華 (2000), 策略九說:策略思考的本質, 台北:臉譜。7. 吳凱琳譯 (2000), 創新的兩難:企業面對新科技的掙扎與抉擇, 台北:商周。譯自Clayton M. Christensen。8. 林靈宏、劉水深、洪順慶 (1994), 「消費品類型、創新類型與新產品行銷策略關係之研究」, 管理評論, 第13卷, 第1期。9. 孫盈哲 (1996), 「產業網絡與中小企業之競爭力」, 台灣經濟研究月刊。10. 徐作聖、邱奕嘉編譯 (2000), 創新管理, 台北:華泰。譯自Allan Afuah。11. 徐啟銘譯 (1998), 策略性科技管理, 台北:麥格羅希爾。譯Frederick Betz。12. 陳介玄 (1994), 協力網絡與生活結構, 台北:聯經。13. 陳介玄 (1998), 台灣產業的社會學研究:轉型中的中小企業, 台北:聯經。14. 許士軍 (1983), 現代行銷管理, 台北:商略。15. 黃志文 (1983), 行銷管理, 台北:華泰。16. 張書文、戴華亭編譯 (2002), 產品設計與開發, 台北:麥格羅希爾。譯自Karl T. Ulrich and Steven D. Eppinger。17. 張荳雲 (1999), 網絡台灣:企業的人情關係與經濟理性, 台北:遠流。18. 張美玲、孫瑞雲、王國樑 (2002), 「策略聯盟理論基礎再探討-以台灣電子廠商為例」, 管理評論21卷2期。19. 葉匡時、蔡敦浩、周德光 (1993), 「策略聯盟的發展策略-交易成本的觀點」, 管理評論12卷。20. 葉匡時、蔡敦浩、王俊森 (1994), 「台灣紡織業的網絡結構」, 中山管理評論2卷第1期。21. 彭蕙仙、常雲鳳編譯 (1999), 區域優勢:砂谷與一二八公路的文化與競爭, 台北:天下文化。譯自AnnaLee Saxenian。22. 蔣永明編譯 (2002), 新產品開發管理:企業革新的生存之道, 台北:中衛發展中心。譯自小島敏彥。23. 蔣維理 (2002), 成功的新產品開發模式研究, 國立交通大學高階主管碩士班碩士論文。24. 蔡啟通 (1995), 「組織因素、組織成員整體創造性與組織創新之關係」, 管理學報18卷4期。25. 劉仁傑 (1999), 分工網路:剖析台灣工具機產業競爭力的奧秘, 台北:聯經。26. 賴士葆、王秉鈞、黃佑安 (1997), 「創新能力與新產品研發過程關係之研究」, 中華民國科技管理研討會論文集。27. 羅家德 (1997), 「為什麼砂谷能擊敗一二八公路區 - 以人際關係網絡觀點探討網絡式組織的優勢」, 中山管理評論 5卷第2期。
- 英文部份 1. Afuah Allan (1998), Innovation Management: Strategies, Implementation, and Profits, NY: Oxford University Press. 2. Betz, F. (1993), Technology competing through new ventures, innovation, and corporate research, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. 3. Baker, M. J., Black, C. D. and Hart, S. J. (1988), "The competitiveness of british industry: What really makes the difference?," European Journal of Marketing, Vol. 22(2), pp:70-85. 4. Christensen, C.M. (1997), The Innovator's: When New Technologies Cause Great Firms to Fail, NY: Harvard Business School Press. 5. Coase, Ronald. H. (1937), "The nature of the firm," Economic, Vol.4, pp 386-405. 6. Cooper, R. G. & Kleinschmidt, E. J. (1995), "Benchmarking firm: new product performance and practices," Engineering Management Review, Vol. 2(3), pp112-120. 7. Cooper, R. G. (1998), Product Leadership: Creating and Launching Superior New Products, NY: Perseus Books. 8. Crawford & Benedetto (2000), New Products Management, NY. 9. Damanpour, F. (1991), "Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators," Academy of Management Journal, Vol.34, pp355-590. 10. Granovetter, M. (1973) "The Strength of Weak Tie," American Journal of Sociology 78 (6), pp 1360-1380. 11. Granovetter, M. (1985) "Economic action and social structure: the problem of embeddedness," American Journal of Sociology 91,3:481-510. 12. Granovetter, M. (1992) "Problems of Explanation in Economic Sociology," in Nitin Nohria and Robert G. Eccles, Networks and Organizations. Boston: Harvard Business School Press. 13. Harrigan, K. R., (1988), Strategic Alliance and Partner Asymmetries, Management International Review, Vol.28, pp.53-72. 14. Johnson and Jones (1957), "How to Organize for New Product," Harvard Business Review, vol 35. 15. Johnson, J. and Mattson, L. G. (1987), "Interorganizational Relations in Industrial Systems: A Network Approach Compared with the Transactional Cost Approach," International Studies of Management & Organization, Vol.57, No.1, pp34-48. 16. Jarillo, J.C. (1988), "On Strategic Networks," Strategic Management Journal, Vol.9, pp31-34. 17. Kogut, (1988), "Joint venture: Theoretical and empirical perspectives," Strategic Management Journal, Vol.19, No4, pp319-332. 18. Kuczmarski, T. (1988), "Managing New Product," Product Innovation Management Journal, pp17-29. 19. Meyer, J. and Rowan, B. (1990) "Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony," American Journal of Sociology, pp340-360. 20. Miles, R. E. and Snow, C. C. (1992), "Causes of Failure in Network Organizations," California Management Review, Summer, pp53-72. 21. Oliver, C. (1990) "Determinants of Interorganizational Relationships: Integration and Future Directions," Academy of Management Review, Vol.15, No2, pp241-265. 22. Oliver, C. (1997) "Sustainable competitive advantage: combining institutional and resource-based view," Strategic Management Journal, Vol.18, No9, pp697-713. 23. Reddy, N. M. and Rao, M. V., (1990) "The Industrial Market as an Interfirm Organization," Journal of management, Vol. 27, Jan., pp.43-59. 24. Pfeffer, J. and Salancik, G., (1978) "The External Control of Organizations: Resource Dependence Perspective," New York: Harper & Row. 25. Porter, M. E. (1985), Competitive Advantage, New York: Free Press. 26. Robertson, T. (1967) "The Process of Innovation and the Diffusion of Innovation," Journal of Marketing, p.15. 27. Rochford, L. (1991) "Generating and screening new product ideas," Industrial Marketing Management, 20(4)pp:287-297. 28. Roger, E. M. and Shoemaker, F. F., (1971), Communication of Innovation: A cross-culture approach, New York: Free Press. 29. Roger, E. M. (1983), Diffusion of Innovations, New York: Free Press. 30. Scott, W. R. (1987), "The Adolescence of Institutional Theory," Administrative Science Quarterly, Vol.32, pp493-511. 31. Teece, D. J. (2000), Managing Intellectual Capital: Organizational, Strategic, and Policy Dimensions, New York, Oxford University Press. 32. Thorelli, H.B. (1986), "Networks: Between Markets and Hierarchies," Strategic Management Journal, Vol.7, pp37-51. 33. Tushman, M. and Anderson, P. (1997), Managing Strategic Innovation and Change, Oxford University Press. 34. Tushman, M. L., and Anderson, P. (1986), "Technological

dis-continuities and organizational environments," *Administrative Science Quarterly* ,Vol.31:pp439-65. 35. Tushman, M. L.,and Nadler, D. (1986) , "Organizing for In-novation, " *California Management Review*,Vol.28,No.3, pp74-92. 36. Williamson and Oliver. (1975) ,*Markets and Hierarchies :Analysis and Antitrust Implication*,New York : Free Press. 37. Williamson and Oliver. (1985) ,*The Economic Institutions of Capitalism*,New York : Free Press. 38. Yin, R. K (1981) , "The case study as a serious research strategy , " *Knowledge: Creation, Diffusion,Utilization*,No.3, pp97-114.