

# 台東縣鹿野有機米產銷班網路策略之研究

曾馮芳、劉子欽

E-mail: 9707227@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

企業運用網絡創造競爭優勢已成為現今策略管理領域中重要的課題。而隨著經濟的發展，生活品質的提高，消費者愈來愈重視食的健康，故以健康、安全及無農藥殘留為訴求的有機農產品，已成為時下的潮流和趨勢。本研究採用單一個案研究法，立基於策略網絡合作類型、形成動機與效益之理論探討，藉由深度訪談與次級資料蒐集的交相比對，據以分析台東縣鹿野有機米產銷班的網絡策略，探討其網絡合作模式及網絡策略結果，結果發現有機米產銷班透過與其他企業或個人發展出不同的網絡合作模式，以達到降低交易成本與顧客搜尋成本，提升產銷班競爭優勢。最後，本論文提出研究貢獻與後續研究建議。

關鍵詞：網絡策略;有機米;產銷班

## 目錄

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		viii 圖目錄	
ix 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的	2	第三節 研究流程	2
3 第二章 文獻探討	5	第一節 有機農業之定義	5
5 第二節 產銷班之定義	6	第三節 網絡理論	6
8 第三章 研究方法	28	第一節 研究對象	28
28 第二節 研究架構	29	第三節 個案研究	29
29 第四節 信度與效度分析	32	第四章 個案分析	34
34 第一節 有機農業發展概況	34	第二節 個案簡介	36
36 第三節 台東縣鹿野有機米產銷班網絡	40	第五章 結論與建議	47
47 第一節 研究結論	47	第二節 研究貢獻	49
49 第三節 研究限制與建議	50	參考文獻	51
51 表目錄 表 2-1 網絡定義之彙整	12	表 2-2 網絡類型之彙整	18
18 表 3-1 深度訪談受訪者名單	32	表 4-1 台東縣鹿野鄉有機米產銷班基本資料	40
40 圖目錄 圖 1-1 研究流程圖	4	圖 2-1 組織網絡的解析圖	11
11 圖 3-1 研究架構圖	29	圖 4-1 台灣地區有機產品銷售之通路	36
36 圖 4-2 台東縣鹿野有機米產銷班網絡關係圖	41		

## 參考文獻

一、中文部份 Jones, G. R. (2005), 組織理論與管理(4版)(楊仁壽譯), 台北:雙葉書廊(原文於2004年出版), 91-95。 Yin, R. K. (2001), 個案研究法(尚榮安譯), 台北:弘智文化(原文於1994年出版)。 台東縣鹿野鄉公所 (2008), 臺東縣鹿野鄉有機米產銷班績優事蹟[線上資料], 來源: <http://www.lyee.gov.tw/page1.php?Act=1105&ald=62bf70a6f5620db8ad2b6b0c615ca9a6>[2007, September 29]。 司徒達賢(2005), 策略管理新論 - 觀念架構與分析方法(再版), 台北:致勝文化。 吳思華(1999), 組織邏輯:人情與理性, 收錄於張荳雲主編, 網絡台灣:企業人情關係與經濟理性, 台北:遠流。 吳思華(2000), 策略九說, 台北:城邦文化。 吳思華, 陳香君(1995), 臺灣產業國際化歷程中合作網絡之演變 - 成衣業個案研究, 第四屆產業管理研討會論文集, 高雄市:國立中山大學企管系與豐群基金會主辦。 林永順(2007), 農企業管理, 屏東:全力顧問。 徐作聖, 唐迎華, 朱玫黛(2005), 高科技產業個案分析, 台北:全華科技圖書股份有限公司。 孫盈哲(1996), 產業網路與中小企業之競爭力, 台灣經濟研究月刊, 12, 154。 張素貞(2001), 水稻有機栽培綜合管理, 收錄於林俊義等主編, 作物有機栽培管理技術, 台中:農委會農試所。 張荳雲, 譚康榮(1999), 形構產業網絡, 收錄於張荳雲主編, 網絡台灣:企業人情關係與經濟理性, 台北:遠流, 23。 陳正男, 李勝祥(1997), 聯盟伙伴認知與動機對績效與未來承諾之影響, 台大管理論叢, 125-165。 曾紀幸(1996), 多國籍企業在子公司網路組織型態及其母公司管理機制選擇之關係, 國立政治大學企業管理研究所未出版之博士論文。 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(1), 102-121。 葉茂生(1994), 農業概論, 台北:三民。 董國昌(2007), 臺灣地區有機專賣店現況與發展趨勢, 農政與農情, 181, 74-78。 劉子歆(2005), 策略創業與價值創造:一個比較性個案研究, 國立清華大學工業工程與工程管理研究所未出版之博士論文。 劉仁傑(1999), 分工網絡:剖析台灣工具機產業競爭力的奧秘。 台北:聯經。 歐用生(1995), 質的研究, 台北:師大書苑。 蕭景楷, 卓思齊(1999), 略論有機農產品之行銷, 興大農業, 30, 25-28。 賴勇成(2005), 合作網絡、結構洞對企業營運效率之關係研究, 管理學報, 22(3), 317-328。 謝俊雄(2002), 農企業經營與管理, 台北:前程企業。 謝順景(1989), 歐美國家之有機農業, 臺灣省台中區農業改良場特刊, 16, 251-268。 羅家德(2003), 企業關係管理, 台北:聯經, 76。 蘇國賢(1997), 產業自主性與市場績效台-灣產業結構的網絡分析, 中山管理評論, 5(2), 315-338。 魔術食品工業股份有限公司(2007), 公司介紹[線上資料], 來源:https://www.magic-food.com.tw/ugC\_AboutUs.asp[2007, September 30]。 二、英文部份 Andrew, V., & Ferry, D. L. (1980). *Measuring and assessing organizations* (Wiley series on organizational assessment & change). New York: John Wiley & Sons Inc. Benson, J. K. (1975). The interorganizational network as a political economy. *Administrative Science Quarterly*, 20(2), 229-249. Brown, B., & Butler, J. E. (1995). Competitors as allies: A study of entrepreneurial networks in the U. S. wine industry. *Journal of Small Business Management*, 33(3), 57-66. Burt, R. (1992). The social structure of competition. In N. Nohira & R. Eccles (Eds.), *Networks and organizations: structure, form, and action*. Boston: Harvard Business School Press. Cook, K. S., & Emmerson, R. M. (1978). Power, equity, and commitment in exchange networks. *American Sociological Review*, 23, 721-735. Cravens, D. W., & Piercy, N. F. (1994). Relationship marketing and collaborative networks in service organizations. *International Journal of Service Industry Management*, 5(5), 39-53. Das, T. K., & Teng, B. T. (2000). A resource-based theory of strategic alliances. *Journal of Management*, 26 (1), 31-61. Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14 (4), 532-550. Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: A theory of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510. Gulati, R. (1995). Social structure and alliance formation patterns: A longitudinal analysis. *Administrative Science Quarterly*, 40, 619-652. Gulati, R., Nohria, N., & Zaheer, A. (2000). Strategic networks. *Strategic Management Journal*, 21 (3), 203-236. Hakansson, H. (1989). *Corporate technological behaviour: cooperation and networks*. New York: Routledge. Hakansson, H., & Johanson, J. (1993). The network as a governance structure: Interfirm cooperation beyond markets and hierarchies. In G. Gernot (ed.), *The embedded firm: the socioeconomics of industrial networks*. New York: Routledge. Hite, J. M., & Hesterly, W. S. (2001). The evolution of firm networks: From emergence to early growth of the firm, research notes and commentaries. *Strategic Management Journal*, 22, 275-286. Hitt, M. A., & Ireland, R. D. (2000). The intersection of entrepreneurship and strategic management research. In D. L. Sexton and H. Landstrom (eds.), *Handbook of entrepreneurship oxford*. United Kingdom: Blackwell, 45-63. Hoang, H., & Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 165-187. Hung, S. C. (2002). Mobilising networks to achieve strategy difference. *Long Range Planning*, 35(6), 591-613. Jarillo, J. C. (1988). On strategic networks. *Strategic Management Journal*, 9, 31-34. Johnson, J., & Mattson, L. G. (1987). Inter-organizational relations in industrial systems: A network approach compared with the transactional cost approach. *International Studies of Management & Organization*, 57(1), 34-38. Lewis, J. D. (1990). *Partnerships for profit: Structuring and managing strategic alliances*. New York: The Free Press. Liehardt, W., & Harwood, R. (1985). *Organic farming in technology public policy, and the changing structure of American agriculture*(Vol II-Background Papers). Office of technology Assessment, Congress of the United States, 21. Morgan, R., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58, 20-38. Miles, R. E., & Snow, C. C. (1992). Causes of failure in network organizations. *California Management Review*, 34(4), 53-73. Mitchell, J. C. (1969). The concept and use of social networks, social networks in Uurban situations. Massachusetts: Manchester University Press. Nielsen, R. P. (1988). Cooperative strategy. *Strategic Management Journal*, 9(5), 475-492. Ojala M., & Hallikas, J. (2005). Investment decision-making in supplier: Management of risk. *International Journal of Production Economics*, 104, 201. Porter, M. (1994). Toward a dynamic theory of strategy. In R. P. Rumlet, D. Schendel, and D. Teece (Eds.), *Fundamental Issues in Strategy*. Cambridge, Massachusetts: Harvard Business School Press. Schramm, W., & Roberts, D. F. (1971). *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana: The University of Illinois Press, 108-110. Thomke, S., & Kuemmerle, W. (2002). Asset accumulation, interdependence and technological change: Evidence from pharmaceutical drug discovery. *Strategic Management Journal*, 23, 619-635. Thorelli, H. B. (1986). Networks: between markets and hierarchies. *Strategic Management Journal*, 7, 37-51. Williamson, O. E. (1975). *Markets and hierarchies: analysis and antitrust implication: A study in the economics of internal organization*. New York: Free Press. Varadarajan, P. R., & Cunningham, M. H. (1995). Strategic alliances: A synthesis of conceptual foundations. *Journal of The Academy of Marketing Sciences*, 23 (4), 282-296.