

目 錄

第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究問題與研究目的	7
第三節 研究範圍	9
第四節 論文章節安排	10
第二章 文獻探討	13
第一節 影響創新能力的重要因素	13
第二節 知識策略與創新能力	17
第三節 知識基礎與創新能力	20
第四節 知識網路定位與創新能力	25
第五節 知識網路定位對知識策略的影響	28
第六節 觀念性研究架構	30
第三章 個案研究	34
第一節 質化研究方法及資料收集	34
第二節 昇陽 (Sun Microsystems) 個案介紹	35
第三節 亞馬遜 (Amazon.com) 個案介紹	39
第四節 個案分析	43
第五節 個案研究總結	44
第四章 量化研究方法	46
第一節 變數操作型定義與假說	48
第二節 變數衡量方法	51
第三節 實證樣本介紹	62
第四節 統計方法與資料分析	67

第五章 研究結果與討論	70
第一節 信度與效度分析	70
第二節 假說驗證結果	74
第三節 研究發現與討論	80
第六章 結論與建議	87
第一節 綜合討論	89
第二節 理論意涵	90
第三節 實務意涵	94
第四節 研究限制與後續研究建議	98
參考文獻	103
附錄	114
附錄一 中文版問卷	114
附錄二 問卷邀請函	117
附錄三 問卷受試者名單	119
附錄四 作者已發表文章	122

表目錄

表 1-1：台灣資訊電子產品在全球市場的市場占有率	5
表 4-1：本研究自變數與依變數之操作型定義	49
表 4-2：創新能力變數衡量題目	53
表 4-3：人力資本變數衡量題目	55
表 4-4：組織資本變數衡量題目	56
表 4-5：知識網路定位變數衡量題目	57
表 4-6：知識策略變數衡量題目	58
表 4-7：控制變數衡量題目及指標	59
表 4-8：各個變數的量表參考來源	61
表 4-9：問卷受試者基本資料敘述統計	65
表 4-10：主要變數敘述統計	66
表 5-1：信度與聚合效度的測試結果 — 樣本分群	70
表 5-2：區別效度的測試結果 — 樣本分群	71
表 5-3：信度與效度的測試結果 — 全部樣本	73
表 5-4：假設驗證結果	79

圖目錄

圖 1-1：台灣資訊電子產品的產值及成長率	5
圖 1-2：論文章節安排	12
圖 2-1：知識基礎演變流程：互動、機會與創新	25
圖 2-2：從機會到創新：知識異質性程度與知識策略	28
圖 2-3：知識網路定位協助企業探索新機會、聯盟夥伴以及在既有聯盟中 運用知識	29
圖 2-4：本論文研究架構	33
圖 3-1：昇陽開放式工作站在產業創新初期的競爭優勢模式	36
圖 3-2：昇陽開放式工作站在產業創新中期的競爭優勢模式	37
圖 3-3：昇陽開放式工作站在產業創新後期的競爭優勢模式	38
圖 3-4：亞馬遜網路書店在產業創新初期的競爭優勢模式	40
圖 3-5：亞馬遜網路書店在產業創新中期的競爭優勢模式	41
圖 3-6：亞馬遜網路書店在產業創新後期的競爭優勢模式	42
圖 4-1：知識網路定位、知識基礎與知識策略對於創新能力的解釋力	49
圖 4-2：本研究研究架構的結構模型	69
圖 5-1：淨最小平方方法演算結果全圖 — 全部樣本	72
圖 5-2：淨最小平方方法演算結果簡圖 — 全部樣本	74
圖 5-3：相對探索知識與組織資本交互作用對於漸進式創新能力的影響	76
圖 5-4：相對創業型定位與人力資本/組織資本交互作用對於創新能力的影響	78