

<<企业互搏意愿与颠覆性产品创新研>>

图书基本信息

书名：<<企业互搏意愿与颠覆性产品创新研究>>

13位ISBN编号：9787030280374

10位ISBN编号：7030280377

出版时间：2010-8

出版时间：科学出版社

作者：余浩，陈劲 著

页数：198

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

记得2000年在日本留学期间，有时间去阅读一些有关技术创新管理的原著，如《探索黑匣子》、《把握创新》和《创新爆炸》等书，于是对创新管理产生了更加浓厚的兴趣。在浙江工业大学中小企业研究所中，有许多学者将注意力放在中小企业的创新研究中，而浙江大学研究与发展中心，则侧重于从国内大型企业开展技术创新实践入手进行研究，将大型企业和中小企业各自的创新优势，或者说寻找更具有普遍适合中国企业实践的创新理论指导作为研究的重点。创新研究除了研究创新内容，如产品和服务部分外，还涉及创新新颖度的程度问题，即如何平衡渐进性与颠覆性创新的关系。

颠覆性产品创新的重要性无论如何强调也不为过，因为它有潜力从盈利、市场份额和企业未来福利等方面汲取巨大的商业回报。

同时，颠覆性创新会破坏原有市场，从而创造出新的市场。

企业组织可以通过引入颠覆性产品创新而戏剧性地改变竞争舞台，迫使竞争对手的产品过时，并采用新范式来主导市场。

在我国创新实践中，则更多称颠覆性创新为“自主创新”，它已经成为国家战略导向的重要选择之一。

针对我国各类企业在面对日益激烈的竞合环境下，如何去实现企业高层次的颠覆性产品创新，从而保持企业竞争力及实现持续增长的目标。

在企业颠覆性产品创新实践中，普遍存在资金投入大、创新周期长、创新绩效低和过程管理困难等实际问题。

对于企业所导致的创新意愿不足，以及如何配置资源、协调能力和调整企业惯例等方面的问题的研究存在空白。

当前，我国各类企业还难以从真正意义上开展颠覆性创新，即使企业有好的新产品创意，许多企业会拒绝采纳和将其导入市场，因为我国企业缺乏相应的创新能力、技能以及集体认知态度去实现其商业应用。

本书试图通过提出并检验有关在生物技术产业情景下企业战略导向与产品创新之间的相互关系，来提高颠覆性产品创新绩效的理论框架。

本书借用了计划行为理论、组织学习，特别是资源理论观点（RBV）中的“互搏意愿”概念。

“互搏意愿”是解释一些企业为何开发更多颠覆性产品的关键变量。

同时，本书系统分析了企业缘何会有意愿在侵蚀原有产品市场份额的情况下引入另一种新产品，换言之，企业愿意重新调整先前投资和现有的能力等关键因素。

因为互搏意愿的概念提出在西方管理学文献中也是近十年的事情，所以国内研究有关互搏意愿的概念模型和实证研究相对缺乏。

<<企业互搏意愿与颠覆性产品创新研>>

内容概要

互搏意愿是指企业准备减少自身投资的现有或潜在价值的程度，它是促进颠覆性产品创新和企业长期成功的可喜特质。

而目前研究尚未明确互搏意愿的内在结构和绩效影响关系，从而无法解决企业创新实践中的存在认知与行为差异的“知行悖论”。

《企业互搏意愿与颠覆性产品创新研究》以互搏意愿为起点，尝试解答“互搏意愿的内在结构维度如何”和“互搏意愿如何提高企业颠覆性产品创新绩效”等问题。

《企业互搏意愿与颠覆性产品创新研究》构建了“战略导向 - 互搏意愿 - 创新绩效”绩效影响机制模型，丰富和完善颠覆性产品创新理论，为企业创新决策和提升颠覆性产品创新绩效提供切实可行的理论框架。

《企业互搏意愿与颠覆性产品创新研究》适合技术创新管理研究者、企业高管及研发人员等群体阅读与参考。

书籍目录

丛书序前言1 绪论1.1 研究背景1.1.1 网络化背景需要关注创新管理1.1.2 自主创新要求聚焦颠覆性创新管理1.1.3 和谐社会呼唤全方位战略导向和颠覆性创新管理1.2 问题提出1.2.1 在位企业能否实现凤凰涅槃1.2.2 超越企业规模创新研究困境1.2.3 企业互搏意愿被忽视的变量—2 互搏意愿视角的产品创新理论基础2.1 颠覆性产品创新2.1.1 颠覆性产品创新的定义2.1.2 颠覆性创新特征2.1.3 颠覆性创新分类2.2 战略导向相关研究2.2.1 战略导向定义2.2.2 战略理念与导向关系2.2.3 战略导向研究方法2.3 互搏意愿相关研究2.3.1 互搏意愿定义2.3.2 计划行为理论2.3.3 创新行为意愿3 中外颠覆性产品创新典型案例3.1 案例研究方法3.1.1 案例研究意义3.1.2 案例研究步骤3.1.3 案例研究效度实现3.2 信息技术产业3.2.1 信息技术产业界定及特征3.2.2 苹果iPod的颠覆性产品创新案例3.2.3 谷歌颠覆性创新互搏意愿的案例3.3 生物技术产业3.3.1 浙江省生物技术产业状况3.3.2 升华拜克生物股份有限公司创新案例3.3.3 康恩贝制药股份有限公司创新案例4 互搏意愿视角的颠覆性产品创新理论框架4.1 颠覆性产品创新内在维度4.1.1 复杂自适应系统与颠覆性产品创新4.1.2 技术间断、市场调研与颠覆性创新4.1.3 颠覆性产品创新的机会识别4.2 战略导向内在维度4.2.1 战略导向竞争者子维度4.2.2 战略导向技术子维度4.2.3 战略导向客户子维度4.2.4 战略导向未来子维度4.3 互搏意愿内在维度4.3.1 互搏意愿资源子维度4.3.2 互搏意愿能力子维度4.3.3 互搏意愿惯例子维度4.3.4 维度间的内在关系4.4 本文研究框架4.4.1 原有研究框架4.4.2 拟用研究框架4.5 研究假设4.5.1 战略导向与互搏意愿的关系4.5.2 互搏意愿与颠覆性产品创新的关系4.5.3 产品支持对整体模型的调节效应5 互搏意愿视角的颠覆性产品创新的实证研究5.1 研究方法的选择5.2 研究变量的测度5.2.1 因变量：颠覆性产品创新的绩效5.2.2 自变量：企业战略导向5.2.3 中间变量：企业互搏意愿5.2.4 调节变量：颠覆性产品创新中的产品支持5.2.5 控制变量：企业规模、研发强度5.3 问卷设计5.3.1 问卷内容设计5.3.2 问卷设计过程5.4 数据收集过程5.4.1 调查对象的确定5.4.2 答卷者的选择5.4.3 抽样架构和设计5.4.4 问卷发放及回收6 互搏意愿视角的颠覆性产品创新机理与作用路径6.1 样本的描述性统计6.1.1 样本的行业分布6.1.2 样本的研发投入与企业规模分布6.1.3 颠覆性产品创新绩效描述6.2 样本方差分析6.3 探索性因子分析6.3.1 量表效度分析6.3.2 探索性因子分析6.3.3 量表信度分析6.4 结构方程模型分析6.4.1 验证性因子分析6.4.2 整体模型测度6.4.3 模型竞争6.5 机理与作用路径分析6.5.1 战略导向对互搏意愿的影响6.5.2 互搏意愿对创新绩效的影响6.5.3 产品支持对整体模型的调节效应7 研究结论与展望7.1 研究主要结论7.2 研究结果启示7.3 研究未来展望参考文献附录 调查问卷

章节摘录

精明的人类一直都在憧憬着未来，并希望能手握吉普赛人的水晶球预卜吉凶，透视未来，就如同儒勒·凡尔纳（Jules Verne，1828~1905年）的科幻小说能预测到半个世纪乃至一个世纪之后方能出现的最惊人的科学成就；而相反预测不成则亦会留下笑柄，如对计算器械的功能和商业需求的预言，深谙此道的托马斯·J.沃森（Thomas J. Watson）亦称全世界只需要3台SSEC机就足够了。

对未来的变化，我们不但可以从托夫勒和奈斯比特等那些著名未来学家的著作中得到预言，而且还可以从我们周围的现实变化中切身感受到（简兆权，2001）。

事实上，人类社会是在政治、经济、社会、天文、地理和技术等众多内外因素综合影响下，要对未来的发展规律加以预测又何其困难。

Bet·gson认为未来不是我们所能预知的而是努力实现的，即我们所向往的或期望达到的未来是不确定的（O'Shea，2002），但这亦是我们努力探索理论的动力所在。

放眼当今世界，综合经济学、管理学及社会学等众多专家学者将世界环境发展归纳为全球化、时间紧缩和技术集成三大趋势（纳雷安安，2002），为适应这些趋势，各类组织都必须参与全球的竞争与合作，通过竞合来激励参与者努力寻找竞争优势的创新方法；同时，信息技术、通信技术和生物技术及新材料等技术的急速发展使得小企业也能够参与大企业展开竞争，因此导致了市场竞合更趋频繁和激烈；全球每年超过5000亿美元的研发费用投入引发了产品和工艺创新的洪流（康德瓦拉，2005）。

因而在这种浪潮影响下，组织除了必须对于环境有所预言和判断，还要根据环境发展趋势作出积极响应。

为使组织基业长青，组织必须去寻求新的商业创意、去探求新发明、去实现创新，创新对于各类组织机构而言就如同呼吸对于生命一样须臾不可或缺（莫齐和哈里曼，2005）。

汤姆·彼得斯的“创新或者死亡”名言对于有些企业而言是再恰当不过了。

2001年，苹果计算机公司似乎是凭空创造出了iPod，当时众多市场评论员和用户认为个人数码音乐播放器不应当是一家个人计算机制造商的产品，这类产品或许应由向来以创新而著称的索尼公司生产及推广。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>