

## 摘要

新產品開發是一個資源組合的過程。創新產品的設計與推出，不僅攸關廠商參與市場競爭的機會，更影響其未來生存發展的空間。在過去相關研究中，較側重於探討市場面的商品效果，強調功能、介面設計，以及樣式美觀等因素，也因此忽略了開發過程中資源取用的「成本」問題。雖有部分研究試圖以資源基礎觀點探討廠商能耐與產品開發績效之間的關係，卻僅圍繞在檢視資源的「組合效率」與「組合效果」，如加速開發流程、提升生產速度，以及提高產品的品質與績效。

然而，創新產品具有「推陳出新」的特質，即強調資源的重組與新組合的實現(Schumpeter, 1912)。不過，關於資源的組合論述，卻過於籠統，並未觸及組合的建構內涵，也甚少探討投入組合的單一素材，其多重應用的可能性，亦即「資源發明」的議題。因此，本研究以人類學家 Lévi-Strauss(1966)提出的拼湊(bricolage)概念，探討開發創新商品的資源拼湊與價值實現，以填補資源基礎觀點的不足。

本研究採取質性與量化並行的研究策略。針對創新產品的發展歷程實施以敘述生命故事、回溯創作史為核心的敘事研究，透過先導個案澄清分析架構，爾後進行驗證式個案研究及量化研究，使變數的衡量與關係的驗證，得以在第二階段實施。

研究發現，資源在創新商品的開發活動中扮演關鍵角色，廠商若取用成本較低的一般性資源，不僅有助於降低「資源組合成本」，也較能快速啟動資源重組活動。此外，較為豐厚的資源初始狀態，也可在開發創新商品時，增加重複進行多次實驗的機會，透過不斷地資源重組、摸索元素之間的連結關係，以促進學習效果，並累積「工多藝熟」的能耐，進而堅實組合的結構與秩序。

另一方面，一般性資源通常被視為無用或毫無價值，因此必須能賦予資源新生命，進而與其他元素重新組合，才能創造「無中生有」、超越資源既有價值水準的創新商品。而發現資源多重應用的基礎，即為拼湊能力的建立，代表對資源特質的觀察力、區辨性、重新連結能力、實作以及學習能力。

從理論上而言，本研究探討萌芽階段的創意團隊，藉由拼湊一般性資源而點燃創新能量並實現價值的關鍵因素，不僅擴展資源基礎觀點的適用性，亦開啟「新資源基礎觀點」之理論面向。在實務上，本研究透過系統性地觀察及分析小型創新商品的開發活動，彰顯拼湊能力的重要性。而對於有意願投入或開發創新商品的團隊，本研究亦提供一個資源取用的整體性架構與創意思考的空間。

**關鍵詞：**新產品開發、拼湊、新資源基礎觀點、價值實現、敘事研究

**Key Words:** New Product Development, Bricolage, New Resource-based View, Value Realization, Narrative Research