

人力資本與結構資本對創業績效之影響-以創業機會辨識為中介變數

The Effect of Human Capital and Organizational Capital on Entrepreneurial Performance—Entrepreneurial Opportunity Recognition as a Mediator

楊敏里

國立高雄應用科技大學 企業管理研究所 副教授

Email Address: minly@kuas.edu.tw

周宜樺

國立高雄應用科技大學 企業管理研究所 研究生

Email Address: a26517407@yahoo.com.tw

摘要

創業活動對一國家的經濟社會的活力與效率有所助益，並能啟發新思維與創新策略 (Timmons & Spinelli, 2007)。因此，面對知識經濟蓬勃發展的今天，創業活動在經濟成長與人類社會進步的過程中扮演相當重要的角色。一個新事業的誕生，起源於創業機會的辨識與發展，因此，如何適時辨識到創業機會，為創業活動的關鍵議題。然而，過去的文獻研究多半強調創業家個人對創業機會辨識之重要性，雖有許多對創業企業機會辨識的過程及相關因素之探討，但多聚焦於部份之議題；因此，為進一步了解有哪些其他因素會影響創業機會辨識，本研究以組織的角度切入探討人力資本、結構資本對創業機會辨識之影響關係，再進一步探討創業機會辨識對創業績效之影響。

本研究以台灣北、中、南之中小企業為研究對象，採用問卷調查法進行實證研究，共回收有效問卷 320 份。經由實證分析結果顯示：人力資本之「工作經驗」對創業機會辨識之「知覺」、「發掘」與「創造」有顯著正向影響；人力資本之「創新能力」對創業機會辨識之「發掘」與「創造」有顯著正向影響；結構資本對創業機會辨識之「知覺」、「發掘」與「創造」有顯著正向影響；創業機會辨識之「發掘」與「創造」對創業績效之「經濟性指標」與「非經濟性指標」有顯著正向影響；而創業機會辨識對人力資本與結構資本對創業績效之間具有中介效果。

關鍵字：人力資本、結構資本、創業機會辨識、創業績效

Key word: Human Capital, Organizational Capital, Entrepreneurial Opportunity Recognition, Entrepreneurial Performance

1. 緒論

1.1 研究背景與動機

全球化市場的競爭日趨激烈、產品生命週期縮短，促使快速回應市場，成為企業存活的關鍵。而高彈性與高靈活度的新創事業，因能符合市場快速的變化與新需求的生產上，而快速竄起 (Dollinger, 2003)。隨著產業結構的變動與趨勢，政府陸續推動許多關於創業之政策，如：青年創業輔導與培訓、微型創業鳳凰計畫與婦女創業飛雁計劃等。除政府政策外，社會文化趨勢、經濟資金挹注等，都在在顯示創業活動是被受重視，且重要的。

隨著創業日趨重要，台灣對於創業的輔助政策日漸多元，因此台灣投入創業的人數也逐年增加。

而台灣投入創業的型態，多半以中小型企業為主。根據經濟部中小企業處 2012 年統計資料顯示，台灣地區中小企業數高達 1,279,784 家，佔所有企業總數的 97.63%；中小企業的就業人口數達 8,337 千人，佔全國就業人口的 77.85%。台灣中小企業，多元化、彈性高與高靈活度的特質，為台灣帶來許多經濟價值，更是台灣創造經濟奇蹟的成功關鍵。

雖然旺盛的創業活動為經濟帶來價值，例如：新的工作機會、新的技術與利潤等。但相對地，面對不確定的環境變動，產業環境的變動，例如：不可預知的消費者、競爭者行為的變動、產業技術的變動；競爭環境的變動，例如：處於不公平的競爭環境，在有限的資源或市場機會競爭；異質性環境的變動，例如：企業所處市場的多樣性等(Zahra & Bogner, 2000)，皆讓創業活動更為艱鉅。且創業活動中，包含機會發掘、資源的籌措、經營管理等，都存在著高度的不確定性。以上種種因素，讓創業活動擁有著高度的困難度與失敗率。

面對失敗率高，但卻很重要的創業活動，在學術研究上，越來越多的學者相繼投入創業相關研究，藉由創業本質的釐清，與影響創業關鍵因素的分析，試圖建構出創業領域的理論架構。由於創業涵蓋的範圍廣泛且多元，學者會以不同的方式，對創業進行區分，例如：創業的階段、創業的型態等，再透過不同的區分方式，探討在不同的創業階段或型態，所面臨不同的關鍵創業問題。但是無論企業屬於那個階段或型態，所面對的首要關鍵議題為，如何在複雜且變動的環境中，辨識與掌握機會，此為創業能否成功的關步第一步。Venkataraman (1997) 試圖分析過去創業文獻的內容與主題，並指出未來創業管理的趨勢與方向，明文點出創業機會的重要性。Shane and Venkataraman (2000) 更進一步深化創業的概念性架構，並透過概念性架構來解釋、預測創業領域之特有現象。在此研究中，兩位學者更進一步地探討機會的本質、內涵與相關概念，為創業機會的研究開啟了一扇大門。Ardichvili, Cardozo, and Ray (2003) 試圖為創業機會的辨識與發展建構一套理論架構，彙整機會的相關前置因素，並將機會分類為不同的階段(辨識、發展、評估)，但在後續缺乏深入與有力的實證資料支持下，此議題仍有待更多學者的投入與深化。

由以上學者對創業機會辨識所提出的架構，以及相關之實證研究，可得知創業機會辨識在學術上之重要性，關於個人層級的創業機會辨識相關研究，已達一定之數量。而相對於，以組織層級探討之創業機會辨識議題，部份學者也試圖對創業機會辨識提出框架。許凱玲 (2005) 在新價值創造的架構中，提及創業活動展開後，對資源人力資本、社會資本、實體資本、結構本與財務資本等，需求會逐漸增加，而資源的重新組合，會創造新機會。劉常勇與謝如梅 (2006) 提出創業團隊、機會、資源、環境四個構面互動關係對創業績效的影響，可做為研究創業初期過程的模式架構。雖然在組織層級，提及的創業機會辨識已有學者提出，相關的概念架構。但以組織層級，探討的創業機會辨識之後續相關研究中，多半以探索性的個案研究進行探討，實證研究上仍然不夠完整與缺乏(劉常勇與謝如梅，2006)。

如前所述，本研究的研究問題起源於創業機會辨識，在個人層級，創業家何種特質會影響創業機會辨識已逐漸獲得解釋，因此本研究將以組織層級切入，探討組織擁有那些資源會影響組織的創業機會辨識過程，進而影響組織的創業績效。

2. 文獻探討與假設

2.1 創業績效

在創業企業中，各種管理及策略活動，其終極目標均在提昇創業績效 (Venkataraman & Ramanujam, 1986)。創業績效除了可以為創業企業帶來營利的目的，還可以透過創業績效對組織資源運用能

力之效能與效率，進行審計與查核的功效，更可以藉由得知的結果來為企業過去的錯誤做更正。Venkatraman (1997) 認為創業績效是用來檢視企業營運活動，也是對創業目標達成程度的衡量；他並認為創業績效不同於一般的組織績效，可將創業家對於創業結果滿意度視為一衡量方式。蔡明田、謝煒頻、李國璋與許東讚等人(2008)認為創業績效的衡量指標其實不僅止於財務指標，還包含創業者本身主觀的滿意度，例如：個人成長、對社會貢獻度等皆為創業績效的衡量指標。後續國內多位研究者亦將創業績效定義為創業者對於企業目標達成率與營運結果的滿意度或預期目標達成率之最終結果的滿意程度 (蘇睿鈞,2008；陳思婷,2010；夏佳好,2011)。楊敏里、黃義俊與賴怡旨(2009)及張文龍、黃文谷與陳思婷 (2010)將創業績效定義為，用來檢視企業營運活動的重要指標，也是對創業目標達成程度的一種衡量，且不同於一般的組織績效。

隨著創業研究之多元化，創業績效會因研究的議題、對象等不同，而有所不同。一般而言，績效的衡量指標可分為財務性指標與非財務性指標。目前創業績效的衡量方法大略可分為兩類，一類為客觀，另一類為主觀 (Venkatraman & Ramanujam, 1986; Liden et al., 1996)。對於客觀與主觀的創業績效解釋如下：1.客觀創業績效為財務性指標，多為精確且連續性的數據資料，如：銷售成長率、淨利等；2.主觀創業績效為非財務性指標，包括：問題解決、滿意度等。

而 Hart (1995)認為新創事業不適合以一般的財務性指標，例如：投資報酬率、資產報酬率為衡量績效標準。另 Cooper (1995)認為若是創業家重視經濟目標的達成，則會重視創業成果的財務面，故若未實現財務目標時，往往會產生較程度的不滿足；相對的，較不重視經濟因素的創業家，當創業的財務表現未達目標時，仍會感到相當程度的滿足，故創業家對於本身的創業成果滿意與否，也可視為衡量績量的基本方式。進而，Cooper and Artz (1995)提出以創業者對於本身的創業成果滿意程度衡量創業績效。

然而在中小企業之績效研究中，客觀財務績效資料通常取得不易，因企業主不願公開財務績效相關資料，即使他們提供資料，也因採取的會計程序或原則不一致，而無法客觀比較不同企業間的績效表現 (Beal & Masoud, 2000；Mcgee & Peterson, 2000)；2.主觀創業績效為非財務性指標，包括：問題解決、滿意度等。

國內多篇有關創業績效的研究中，蔡明田等人 (2008)將創業績效界定為經濟性與非經濟性指標，經濟性指標主要為組織財務績效指標，而非經濟性指標主要則為創業者主觀滿意度，包括個人目標達成度、個人的成長度。楊敏里、黃義俊與賴怡旨 (2009)將創業績效分為經濟性與非經濟性指標，經濟性指標，主要以財務方面的績效成長為指標；非經濟指標以創業者本身的主觀滿意度與感受為主。夏佳好 (2011)將創業績效分為，客觀績效與主觀績效，客觀績效為各種財務指標，多為精確且連續性的數據資料，如：銷售成長率、淨利等；主觀績效則為非財務面的指標，包含：問題的解決、滿意度等主觀決定的衡量。

綜合上述學者，本研究整合 Venkatraman (1997)、楊敏里、黃義俊與賴怡旨 (2009)與夏佳好 (2011)對創業績效之定義，將創業績效定義為：「企業目標達成率與營運結果的滿意度」。參考楊敏里、黃義俊與賴怡旨 (2009)與夏佳好 (2011)對創業績效的研究構面，將其分為「經濟性指標」與「非經濟性指標」衡量構面。

2.2 創業機會辨識對創業績效之關係

Ardichvili et al. (2003)提出機會確認理論模型，認為個人特質、社會網絡與先驗知識等三個因素會影響創業警覺性，而創業警覺性會對機會確認產生影響。模型中個人特質因素包含：創造力與

樂觀；社會網絡因素包含：圈內人士(指那些未正式參與在創業活動但關係密切的朋友或家人)、行動成員(為創業機會所招募的人力)、合作夥伴(創立新事業的初始團隊)、以及弱連結(泛指用以蒐集資訊、提供一般性建議的人)；先驗知識因素包含：特殊知識(特別的興趣)與產業知識(市場、顧客問題與如何服務顧客的知識)。而機會確認包含三種不同的程序：機會辨識、發展與評估；機會辨識的過程包含：感知、發掘與創造三項。劉常勇、謝如梅與陳韋廷 (2007)根據 Ardichvili et al. (2003)之論點，將機會確認分為兩個階段：「機會辨識」與「機會發展與評估」。並將機會辨識定義為從體認到一個不明確的機會，搭配時空與資源，用創新的手段將其概念化的過程；認為機會辨識內容包含：意識、發掘與創造。「意識」到市場需求或未利用完善的資源，進而「發掘」特有需求與特有資源的市場關聯性，最後「創造」需求與資源的連結方式。汪展鵬 (2010)參考亦 Ardichvili et al. (2003)提出的機會確認理論模型，將其簡化為「機會辨識」與「機會發展與評估」等兩構面進行探討，其中機會辨識包含：感知、發掘與創造三個步驟。「感知」到市場上的需求條件與資源使用的狀況，然後必須進一步去「發掘」需求與特有資源的關聯性，最後「創造」的過程必須同時找到未滿足的市場需求以及能夠投入的相關資源，利用新的連結方式(means-ends)以產生更大的市場價值。

創業機會辨識是一個過程的概念，因此在內涵上應包含幾個階段。Ardichvili et al. (2003)提出機會辨識的內容包含：感知、發掘與創造。「感知」是創業家首先必須感知到市場上的需求條件與資源使用的狀況；「發掘」為當創業家感知到市場存在未滿足的需求或未善加利用的資源時，就必須進一步去發掘需求與特有資源的關聯性，此時可能有任何一方已經存在，那麼創業家的任務便是替現有的資源找到可以利用的市場，或替市場需求找到解決的方法；「創造」找到未滿足的市場需求以及能夠投入的相關資源，利用新的「手段-目的」以產生更大的市場價值。

綜合上述學者，本研究採用 Ardichvili et al. (2003)與劉常勇、謝如梅與陳韋廷 (2007)對創業機會辨識的定義，將創業機會辨識定義為：「體認到一個不明確的機會，透過不同時空與資源，用創新的方法，逐漸將其概念化的過程」。參考 Ardichvili et al. (2003)與劉常勇、謝如梅與陳韋廷 (2007)對創業機會辨識的研究構面，將其分為「知覺」、「發掘」與「創造」。

許凱玲 (2005)以個案研究方法探討新價值創造、創業者、創業機會、與資源等四個變數間的關係，研究結果顯示創業過程中透過市場經驗的累積，調整營運模式，提升企業的產業元素價值，如：人力資本、社會資本、實體資本、結構本與財務資本，才能提升該企業的整體價值。劉常勇與謝如梅 (2006)研究提出了一個創業研究的觀念架構，包括創業家/團隊、創業機會、創業資源、創業環境與創業績效等五項變數，其研究推論五項變數間互為關聯且互相影響。陳思婷 (2010)在其創業訓練、機會辨識、先驗知識，以及創業績效關聯性研究中，研究結果顯示，創業機會辨識與創業績效是呈現顯著的正向影響。根據以上的文獻，本研究推論出欲驗證之假說一。

H1：創業機會辨識對於創業績效具有顯著影響。

H1-1：知覺對於創業績效之經濟性指標具有顯著影響。

H1-2：知覺對於創業績效之非經濟性指標具有顯著影響。

H1-3：發掘對於創業績效之經濟性指標具有顯著影響。

H1-4：發掘對於創業績效之非經濟性指標具有顯著影響。

H1-5：創造對於創業績效之經濟性指標具有顯著影響。

H1-6：創造對於創業績效之非經濟性指標具有顯著影響。

2.3 人力資本對創業機會辨識之關係

人力資本的定義會隨著探討的層級不同，涵蓋範圍因而有所不同。以下本研究將人力資本分為兩個層級進行探討，分別為：個人層級與組織層級。在個人層級部份，汪展鵬 (2010)認為人力資本應包含一般人力資本與特殊人力資本，一般人力資本指個人特質、工作經驗與教育；特殊人力資本指產業人力資本(特定產業相關的知識、技能與經驗)與創業人力資本(先前創業經驗)。張文龍、黃文谷與陳思婷 (2010)認為人力資本透過先驗知識、創業經驗與創業教育與訓練所組成。溫玲玉與莊仁鋒 (2011)提出人力資本是由工作經驗與創新能力所組成，工作經驗是指累積成擁有專業知識、技能的專家，並領先同業；創新能力則指鼓勵員工開創新技術，並發展新的能力。在組織層級部份，Subramaniam and Youndt (2005)認為人力資本是指組織員工的經驗、專業技能與創新能力。許凱玲 (2005)將人力資本定義為員工的特質、教育經驗與聲望。Ployhart, Weekley and Baughman (2006)認為人力資本的定義是知識、技能、能力和組織的員工能力之集合。林恩詒、張甫任與陳幸蓉 (2007)認為人力資本為公司所有員工與管理者個人知識、經驗、專業技術及能力。施光訓、鄭青展與吳敏卉 (2011)將人力資本分為員工基本能力、員工技能以及員工創新意願三項衡量指標。

有關人力資本的衡量構面，本研究以組織層級切入說明。林恩詒、張甫任與陳幸蓉 (2007)認為人力資本衡量構面應包含：每人配備額、每位員工附加價值、員工平均服務年資與員工平均年齡。林文政、陳慧娟與周淑儀 (2007)以員工的人均就學年數、平均年資、員工人均與教育訓練費用等指標，衡量企業的人力資本。岑淑筱與胡湘苓 (2010)認為人力資本應包含三個命題，員工的素質與能力、高階經理人的能力與員工的組織向心力，而員工的素質與能力是員工的教育程度、態度、知識、技能；高階經理人的能力是營業運作與管理員工的能力；員工的組織向心力是員工對組織的認同與低流動率。岑淑筱與郭家毓 (2011)認為人力資本應包含三個命題，專業能力、管理能力與發展能力，而專業能力是基層員工的專業能力；管理能力是中高階經理人的經營管理能力；發展能力是人力資源管理措施與活動。施光訓、鄭青展與吳敏卉 (2011)認為人力資本應包含：員工基本能力、員工技能與員工創新意願。

綜合上述學者，本研究參考 Subramaniam and Youndt (2005)、溫玲玉與莊仁鋒 (2011)與施光訓、鄭青展與吳敏卉 (2011)對人力資本的定義，將人力資本定義為：「公司全體員工的工作經驗與創新能力」。並參考 Subramaniam and Youndt (2005)、溫玲玉與莊仁鋒 (2011)與施光訓、鄭青展與吳敏卉 (2011)對人力資本的衡量構面，將其分為「工作經驗」與「創新能力」構面。

許凱玲 (2005)在台灣微型創業者的機會與資源及新價值創造動態過程的研究中，將人力資本定義為員工特質、教育經驗與聲望，其次將創業機會定義為創業者對機會的認知，研究結果顯示，創業活動展開後，對資源(人力資本、社會資本、實體資本、結構本與財務資本)的需求會逐漸增加，而資源的重新組合，會創造新機會，另在彙整資源的過程中，知識的累積與資源運用，會直接影響創業機會。汪展鵬 (2010)在其創業家人力資本與社會資本對創業機會確認之影響研究中，研究結果顯示，創業家的一般性人力資本(教育程度與工作經驗)與創業機會辨識呈中度相關，創業家的特殊性人力資本(創業經驗與創業能力)與創業機會辨識呈高度相關。根據以上的文獻，本研究推論出欲驗證之假說二。

H2：人力資本對於創業機會辨識具有顯著影響。

H2-1：工作經驗對於創業機會辨識之知覺具有顯著影響。

H2-2：工作經驗對於創業機會辨識之發掘具有顯著影響。

H2-3：工作經驗對於創業機會辨識之創造具有顯著影響。

H2-4：創新能力對於創業機會辨識之知覺具有顯著影響。

H2-5：創新能力對於創業機會辨識之發掘具有顯著影響。

H2-6：創新能力對於創業機會辨識之創造具有顯著影響。

2.4 結構資本對創業機會辨識之關係

Hube (1996)認為結構資本為組織成員心態的集合，形成組織文化，包括結構、系統、規範、策略、價值與文化等。Stewart (1997)認為結構資本包括公司資訊系統、作業流程、管理制度、產品研發能力與文化等要素，並非為員工個人所專屬，而是屬於組織的部份。Grantham and Nichols (1997)認為結構資本為公司回應環境變化的能力。Roos, Bainbridge and Jacobsen (2001)提出結構資本包含：系統、流程、結構、商標等。De Pablos (2004)提出結構資本為組織決策過程的系統與流程，包含：控制系統、組織規程、結構設計、協調機制、規劃和組織文化等。許凱玲 (2005)認為結構資本指組織關係、結構、文化與知識。劉常勇與謝如梅 (2006)提出結構資本為組織的商業模式、管理能力、策略、領導與組織結構等。林清同、陳彥彰與康緞 (2011)認為結構資本為公司具備的運作流程、解決問題與創造價值，整體系統和結構能力。綜合上述學者，本研究整合 Roos, Bainbridge and Jacobsen (2001)與林清同、陳彥彰與康緞 (2011)對結構資本的定義，將結構資本定義為：「公司解決問題與創造價值的整體系統、流程與結構能力」。

劉常勇與謝如梅 (2006)所建構的創業研究架構中，他們認為創業資源包含：人力、實體、技術、流程、社會、結構與財務等資源，對創業機會、創業環境與創業績效會產生影響。許凱玲 (2005)在其台灣微型創業者的機會與資源及新價值創造動態過程研究中，研究結果顯示，創業前期對機會的發掘與辨識最為重要，創業活動展開後，對資源(人力資本、社會資本、實體資本、結構本與財務資本)的需求會逐漸增加，而資源的重新組合，會創造新機會；除此之外，在彙整資源的過程中，知識的累積與資源運用，會直接影響創業機會。根據以上的文獻，本研究推論出欲驗證之假說二。根據以上的文獻，本研究推論出欲驗證之假說三。

H3：結構資本對於創業機會辨識具有顯著影響。

H3-1：結構資本對於創業機會辨識之知覺具有顯著影響。

H3-2：結構資本對於創業機會辨識之發掘具有顯著影響。

H3-3：結構資本對於創業機會辨識之創造具有顯著影響。

2.5 創業機會辨識之中介效果

劉常勇與謝如梅 (2006)研究提出了一個創業研究的觀念架構，包括創業家/團隊、創業機會、創業資源、創業環境與創業績效等五項構面，研究結果提出，五項構面皆為關聯且互相影響的。而架構中的創業資源，包含：人力、實體、技術、流程、社會、結構與財務等資源，對創業機會、創業環境與創業績效會產生影響，其中創業資源的人力資本指一般人力資源(一般工作者)、特殊人力資源(特定產業知識的專業人力)與創業人力資本(先前具有創業經驗)。結構資本指組織的商業模式、管理能力、策略、領導與組織結構等。創業機會指開創新事業的可能性，也就是經由重新組合資源來創造一個新的方法-目的架構。創業績效指經濟性指標與非經濟性指標。根據以上的文獻，本研究推論出欲驗證之假說四、五。

H4：人力資本藉由創業機會辨識間接影響創業績效。

H5：結構資本藉由創業機會辨識間接影響創業績效。

3. 研究設計

3.1 研究架構

本研究以人力資本與結構資本為前因變項，創業機會辨識為中介變項，探討各變項與創業績效的關係。研究架構如圖 1 所示。

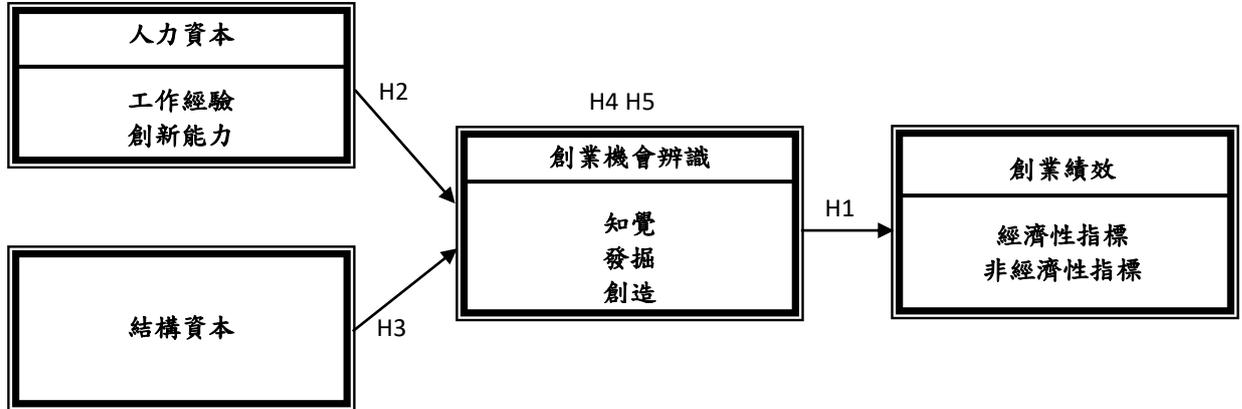


圖 1 研究架構圖

3.2 操作型定義與衡量問項

本研究針對各研究變項的操作型定義及相關參考文獻詳加說明，如表 1 所示。

表 1 操作型定義

變項	操作型定義	構面	操作型定義	參考文獻
人力資本	公司全體員工的工作經驗與創新能力	工作經驗	企業全體員工累積的工作專業知識與技能	Subramaniam and Youndt (2005) 溫玲玉與莊仁鋒 (2011) 施光訓、鄭青展與吳敏卉 (2011)
		創新能力	企業全體員工擁有創新的思維與能力	
結構資本	公司解決問題與創造價值的整體系統、流程與結構能力			Roos, Bainbridge and Jacobsen (2001) 林清同、陳彥彰與康緞 (2011)
創業機會辨識	體認到一個不明確的機會，透過不同時空與資源，用創新的方法，逐漸將其概念化的過程	知覺	感知到市場需求與未利用完善的資源	Ardichvili et al. (2003) 劉常勇、謝如梅與陳韋廷 (2007)
		發掘	發掘需求與特有資源的市場關聯性	
		創造	找到未滿足的市場需求以及能夠投入的相關資源，利用新的連結方式以產生更大的	

		市場價值	
創 業 績 效	企業目標達成率與 營運結果的滿意度	經濟 性 指 標	企業以財務績效成長為指標
		非 經 濟 性 指 標	企業整體營運的主觀滿意度
		Venkatraman (1997) 楊敏里、黃義俊與賴怡旨 (2009) 夏佳好 (2011)	

3.3 研究對象與樣本回收

透過 2012 年的中小企業白皮書，可以了解台灣中小企業總數，佔全體企業家數 97.63%，由於樣本母體無法完整取得。因此本研究採用滾雪球之抽樣法，針對台灣北、中、南(包含台北市、雲林縣與高雄市)，中小企業之企業主進行抽樣。本研究之問卷於 2013 年 5 月初完成發放及回收工作，主要採取滾雪球的抽樣方式對北、中、南之中小企業進行問卷發放，問卷發放 400 份，共回收 360 份。在問卷回收後，接著對問卷進行人工篩檢的程序，並扣除無填答資料或非正常性作答等無效問卷。經由人工檢視後，無效問卷共計 40 份，扣除無效問卷的樣本後，有效樣本共 320 份，有效回收率 80%，而後續之統計分析乃針對有效問卷來進行。本研究人力資本、結構資本、創業機會辨識與創業績效之衡量問卷，衡量方式皆為李克特七點量表尺度(1=非常不同意，7=非常同意)。

4. 研究結果與分析

4.1 樣本結構分析

本研究樣本以滾雪球抽樣方法，針對台灣北、中、南(台北市、雲林縣、高雄市)之中小型企業進行問卷的抽樣。在樣本結構方面，填答公司的公司成立年限以 4-6 年居多，佔全部樣本數的 40.3%；其次為成立年限 7-9 年，佔全部樣本數的 29.1%；第三為成立年限 10-12 年，佔樣本數的 17.5%，由此可知，受訪之中小型企業，公司成立年限大多介於 4-12 年之間。

公司資本額部份，填答公司以資本額在「301-500 萬元」的公司最多，佔 43.1%；其次為資本額在「501-700 萬元」，佔 23.1%；第三為資本額在「101-300 萬元」，佔 19.4%，由此可知，受訪之中小型企業，公司資本額大多介於 101-700 萬元之間。

公司去年營業額部份，填答公司的公司去年營業額以 301-600 萬元居多，佔全部樣本數的 45.3%；其次為去年營業額在「601-900 萬元」，佔 32.2%；第三為去年營業額在「901-1200 萬元」，佔 10.6%，由此可知，以滾雪球抽樣方式，抽樣台灣分佈在台北市、雲林縣及高雄市之中小型企業，公司去年營業額大多介於 301-1200 萬元之間。

公司員工人數部份，填答公司的公司員工人數以 6-10 人居多，佔全部樣本數的 45.6%；其次為員工人數在「5 人以下」，佔 39.1%；第三為員工人數在「11-15 人」，佔 14.4%，由此可知，受訪之中小型企業，公司員工人數大多介於 1-15 人之間

公司行業別部份，填答公司以公司行業別在「教育服務業」的公司最多，佔 27.5%；其次為公司行業別在「批發及零售業」，佔 22.5%；第三為公司行業別在「運輸、倉儲及通信業」，佔 16.6%，由此可知，受訪之中小型企業，公司行業別大多屬於教育服務業、批發及零售業、運輸、倉儲及通信業。

4.2 信度與效度分析

4.2.1 信度分析

本研究採用信度分析(Reliability Analysis)，以測驗內部項目間是否相互符合。由表 1 所示，各構面信度皆高於 0.7，且整體信度高於 0.8，顯示人力資本、結構資本、創業機會辨識與創業績效量表大致在高信度範圍內，具有一定程度的穩定性及內部一致性。

表 1 信度分析

變數	研究構面	題	Cronbach's	整體	變數	研	題	Cronbach's	整體
----	------	---	------------	----	----	---	---	------------	----

		數	α	信度		究 構 面	數	α	信度
人力資本	工作經驗	4	0.807	0.875	結構資本	--	6	0.852	0.852
	創新能力	3	0.796		創業機會辨識	知覺	3	0.866	
創業績效	經濟性指標	3	0.781	0.869		發掘	3	0.850	
	非經濟性指標	4	0.805			創造	3	0.858	

4.2.2 效度分析

依據 Fornell and Larcker (1981) 評估收斂效度的標準，在組合信度方面，應為 0.60 以上的標準，對於所有構念而言，AVE 必須大於 0.50 以上的標準。由表 2 所示，顯示人力資本、結構資本、創業機會辨識與創業績效量表皆符合標準。

表 2 效度分析

變數	研究構面	組合信度(CR)	平均解釋變異量(AVE)	變數	研究構面	組合信度(CR)	平均解釋變異量(AVE)
人力資本	工作經驗	0.804	0.513	結構資本	--	0.852	0.500
	創新能力	0.792	0.560		知覺	0.882	0.716
創業績效	經濟性指標	0.780	0.544	創業機會辨識	發掘	0.863	0.678
	非經濟性指標	0.798	0.505		創造	0.851	0.657

4.3 各變數之敘述性分析

4.3.1 創業績效敘述性分析

由表 3 可得知，創業績效部份，各問項之平均值大於 5，其中以「貴公司對於本身能有效整合資源，並將其轉化為商品感到滿意」之平均值最高(6.30)；其次為「貴公司對於目前推出的商品在市場佔有率感到滿意」與「貴公司對於目前商品在市場財售之情況感到滿意」之平均值(6.28)，顯示受訪之中小型企業，中小企業主對公司目前產品在市場販售之情況是感到滿意的。總結，受訪之之中小型企業，創業主對創業績效的看法抱持正向的態度。

表 3 創業績效敘述性分析

創業績效問項			平均數	標準差	排序
經濟性指標	01	貴公司目前的營收有達到預期目標	6.25	0.699	5
	02	貴公司目前的獲利有達到預期目標	6.26	0.699	4
	03	貴公司目前的投資報酬率有達到預期目標	6.16	0.674	7
非經濟性指標	04	貴公司對於目前生產的商品感到滿意	6.23	0.679	6
	05	貴公司對於本身能有效整合資源，並將其轉化為商品感到滿意	6.30	0.714	1
	06	貴公司對於目前推出的商品在市場佔有率感到滿意	6.28	0.702	2
	07	貴公司對於目前商品在市場販售之情況感到滿意	6.28	0.659	2

4.3.2 創業機會辨識敘述性分析

由表 4 可得知，創業機會辨識部份，各問項之平均值大於 5，其中以「貴公司發掘貴公司目前擁有的資源或許可以改善目前的市場需求」之平均值最高(6.33)；其次為「貴公司可以找出市場需求與貴公司資源間的關聯性」之平均值(6.31)，顯示受訪之中小型企業主認為，公司能發掘市場需求與公司資源間的關聯性。

表 4 創業機會辨識敘述性分析

創業機會辨識問項		平均數	標準差	排序	
知覺	01	貴公司了解目前市場的需求	5.79	0.476	7
	02	貴公司可以察覺到市場需求的改變	5.78	0.494	8
	03	貴公司可以察覺到本身的資源未被充分利用	5.67	0.515	9
發掘	04	貴公司可以找出市場需求與貴公司資源間的關聯性	6.31	0.677	2
	05	貴公司發掘貴公司目前擁有的資源或許可以改善目前的市場需求	6.33	0.604	1
	06	貴公司可以藉由市場需求，發掘貴公司有那些未被充分利用的資源	6.25	0.622	3
創造	07	貴公司會在產品設計上會加入新思維或概念滿足未被滿足的市場需求	5.85	0.828	5
	08	貴公司會重新整合目前擁有的資源滿足市場需求	5.82	0.862	6
	09	貴公司會採用不同以往的方式設計產品為市場帶來更大的價值	5.90	0.854	4

4.3.3 人力資本敘述性分析

由表 5 可得知，人力資本部份，各問項之平均值大於 4，其中以「貴公司員工在各自的領域上，擁有與以往不同的思維」之平均值最高(5.30)；其次為「貴公司員工具有跟得上時代潮流的想法與知識」之平均值(5.28)，顯示受訪之中小型企業主認為，公司員工是具有創新能力的。

表 5 人力資本敘述性分析

人力資本問項		平均數	標準差	排序	
工作經驗	01	貴公司員工累積了不少關於工作上的專業知識	5.09	0.674	4
	02	貴公司員工在工作負責的領域上，學到了一些專業技能	5.09	0.678	4
	03	貴公司員工藉由累積的專業知識與技能解決工作遇到的問題	4.99	0.666	6
	04	貴公司員工藉由工作學習到的技能解決工作遇到的問題	5.02	0.662	5
創新能力	05	貴公司員工具有跟得上時代潮流的想法與知識	5.28	0.652	2
	06	貴公司員工在各自的領域上，擁有與以往不同的思維	5.30	0.661	1
	07	貴公司員工會嘗試透過與以往不同方式解決工作遇到的問題	5.27	0.668	3

4.3.4 結構資本敘述性分析

由表 6 可得知，結構資本部份，各問項之平均值大於 5，其中以「貴公司營造知識分享與交流的企業文化」之平均值最高(5.18)；其次為「貴公司建構良好的資料庫系統以供諮詢」與「貴公司具有智慧財產管理制度」之平均值(5.17)，顯示受訪之中小型企業主認為，公司營造出開放的企業文化，且公司對資料的保存是完善的。

表 6 結構資本敘述性分析

結構資本問項		平均數	標準差	排序
01	貴公司具有健全的資訊基礎建設	5.10	0.681	6
02	貴公司建構良好的資料庫系統以供諮詢	5.17	0.668	2
03	貴公司透過科技相互連結組織內部流程	5.14	0.666	5
04	貴公司整體的運作流程是順暢的	5.16	0.698	4
05	貴公司具有智慧財產管理制度	5.17	0.688	2
06	貴公司營造知識分享與交流的企業文化	5.18	0.691	1

4.4 相關分析

本研究利用 Pearson 相關係數的檢定，由表 7 分析結構可知，人力資本、結構資本、創業機會辨識與創業績效兩兩變數間的關係程度均呈顯著正相關，且為中度相關。透過以上相關分析之結果，本研究進一步進行迴歸分析。

表 7 研究變數之相關分析

變數	平均數	標準差	(1)	(2)	(3)	(4)
(1)人力資本	5.105	0.484	1.000			
(2)結構資本	5.153	0.497	0.709**	1.000		
(3)創業機會辨識	5.966	0.411	0.461**	0.565**	1.000	
(4)創業績效	6.252	0.515	0.573**	0.557**	0.524**	1.000

*表示 $P < 0.1$ ；**表示 $P < 0.05$ ；***表示 $P < 0.01$

4.5 迴歸分析

4.5.1 創業機會辨識對創業績效之迴歸分析

由表 8 可知，以簡單迴歸分析的結果發現，創業機會辨識對創業績效之 F 值為 120.329， R^2 值為 0.275，p 值為 0.000，表示其迴歸模型達顯著水準。

由表 9 可知，創業機會辨識與創業績效，各構面的關係，在創業績效「經濟性指標」構面，創業機會辨識之「知覺」無顯著影響，而創業機會辨識「發掘」($\beta=0.302$)與「創造」($\beta=0.196$)皆有顯著正向影響。表示，中小企業創業公司，對創業機會的發掘與創造，將為公司的經濟性績效帶來成長。

在創業績效「非經濟性指標」構面，創業機會辨識「知覺」無顯著影響，而創業機會辨識「發掘」($\beta=0.346$)與「創造」($\beta=0.271$)皆有顯著正向影響。表示，中小企業創業公司，對創業機會發掘與創造，將促使創業主對創業績效感到滿意。

為求迴歸模式的有效性，本研究進一步檢驗各構面的 VIF 值以判定是否有共線性問題。如表 9 所示，發現各構面的 VIF 值為 1.302、1.175、1.459，其值皆小於 10，表示各構面間無明顯的共線性問題。綜上所述的結果，可知此迴歸模型驗證了本研究所提出的 H1、H1-3、H1-4、H1-5、H1-6 皆成立。

H1：創業機會辨識對創業績效具有顯著影響。

H1-3：發掘對創業績效之經濟性指標具有顯著影響。

H1-4：發掘對創業績效之非經濟性指標具有顯著影響。

H1-5：創造對創業績效之經濟性指標具有顯著影響。

H1-6：創造對創業績效之非經濟性指標具有顯著影響。

表 8 創業機會辨識對創業績效之迴歸分析

變數	創業績效		F 檢定	Sig.	R ²	adj-R ²
	β 值	t 值				
創業機會辨識	0.524	10.969***	120.329	0.000	0.275	0.272

*表示 P<0.1；**表示 P<0.05；***表示 P<0.01

表 9 創業機會辨識各構面對創業績效之迴歸分析

變數	構面	經濟性指標		非經濟性指標		VIF
		β 值	t 值	β 值	t 值	
創業機會辨識	知覺	0.115	2.043	0.035	0.637	1.302
	發掘	0.302	5.619***	0.346	6.694***	1.175
	創造	0.196	3.208***	0.271	4.730***	1.459
F 檢定		30.544		41.107		
Sig.		0.000		0.000		
R ²		0.225		0.281		
adj-R ²		0.217		0.274		

*表示 P<0.1；**表示 P<0.05；***表示 P<0.01

4.5.2 人力資本對創業機會辨識之迴歸分析

由表 10 可知，以簡單迴歸分析的結果發現，人力資本對創業機會辨識之 F 值為 85.782，R² 值為 0.212，p 值為 0.000，表示其迴歸模型達顯著水準。

由表 11 可知，人力資本與創業機會辨識，各構面的關係，在創業機會辨識「知覺」構面，人力資本之「工作經驗」(β=0.143)有顯著正向影響，而「創新能力」無顯著影響。表示，中小企業創業公司，員工累積的工作經驗越豐富時，將有助於公司知覺到創業機會。

在創業機會辨識「發掘」構面，人力資本之「工作經驗」(β=0.125)與「創新能力」(β=0.383)皆有顯著正向影響。表示，中小企業創業公司，員工累積的工作經驗越豐富，創新的能力越強，將有助於公司發掘到創業機會。

在創業機會辨識「創造」構面，人力資本之「工作經驗」(β=0.210)與「創新能力」(β=0.257)皆有顯著正向影響。表示，中小企業創業公司，員工累積的工作經驗越豐富，創新的能力越強，將有助於公司創造創業機會。

為求迴歸模式的有效性，本研究進一步檢驗各構面的 VIF 值以判定是否有共線性問題。如表 11 所示，發現各構面的 VIF 值皆為 1.300 小於 10，表示各構面間無明顯的共線性問題。綜上所述的結果，可知此迴歸模型驗證了本研究所提出的 H2、H2-1、H2-2、H2-3、H2-5、H2-6 皆成立。

H2：人力資本對創業機會辨識具有顯著影響。

H2-1：工作經驗對創業機會辨識之知覺具有顯著影響。

H2-2：工作經驗對創業機會辨識之發掘具有顯著影響。

H2-3：工作經驗對創業機會辨識之創造具有顯著影響。

H2-5：創新能力對創業機會辨識之發掘具有顯著影響。

H2-6：創新能力對創業機會辨識之創造具有顯著影響。

表 10 人力資本對創業機會辨識之迴歸分析

變數	創業機會辨識		F 檢定	Sig.	R ²	adj-R ²
	β 值	t 值				
人力資本	0.461	9.262***	85.782	0.000	0.212	0.210

*表示 P<0.1；**表示 P<0.05；***表示 P<0.01

表 11 人力資本各構面對創業機會辨識之迴歸分析

變數	構面	知覺		發掘		創造		VIF
		β 值	t 值	β 值	t 值	β 值	t 值	
人力資本	工作經驗	0.143	2.273**	0.125	2.187**	0.210	3.576***	1.300
	創新能力	0.065	1.037	0.383	0.711***	0.257	4.390***	
F 檢定		5.529		41.536		30.637		
Sig.		0.004		0.000		0.000		
R ²		0.340		0.208		0.162		
adj-R ²		0.184		0.209		0.157		

*表示 P<0.1；**表示 P<0.05；***表示 P<0.01

4.5.3 結構資本對創業機會辨識之迴歸分析

由表 12 可知，以簡單迴歸分析的結果發現，結構資本對創業機會辨識之 F 值為 149.245，R² 值為 0.319，p 值為 0.000，表示其迴歸模型達顯著水準。

由表 13 可知，結構資本與創業機會辨識，各構面的關係，在創業機會辨識之「知覺」、「發掘」與「創造」三構面中，結構資本皆有顯著正向影響，其 β 值分別為 0.252、0.449、0.523。表示，中小企業創業公司，公司擁有的結構資本越完善，將有助於公司知覺、發掘與創造創業機會。綜上所述的結果，可知此迴歸模型驗證了本研究所提出的 H3、H3-1、H3-2、H3-3 皆成立。

H3：結構資本對創業機會辨識具有顯著影響。

H3-1：結構資本對創業機會辨識之知覺具有顯著影響。

H3-2：結構資本對創業機會辨識之發掘具有顯著影響。

H3-3：結構資本對創業機會辨識之創造具有顯著影響。

表 12 結構資本對創業機會辨識之迴歸分析

變數	創業機會辨識		F 檢定	Sig.	R ²	adj-R ²
	β 值	t 值				
結構資本	0.565	12.219***	149.245	0.000	0.319	0.317

*表示 P<0.1；**表示 P<0.05；***表示 P<0.01

表 13 結構資本各構面對創業機會辨識之迴歸分析

變數	構面	知覺		發掘		創造	
		β 值	t 值	β 值	t 值	β 值	t 值
結構資本	結構資本	0.252	4.645***	0.449	8.952***	0.523	10.952***
F 檢定		21.579		80.141		119.945	
Sig.		0.000		0.000		0.000	
R ²		0.061		0.201		0.274	
adj-R ²		0.064		0.199		0.272	

*表示 P<0.1；**表示 P<0.05；***表示 P<0.01

4.5.4 創業機會辨識對人力資本與創業績效之中介效果分析

本研究採用 Baron and Kenny (1986)所提出的分析流程，即藉由四個迴歸方程式模式來判斷創業機會辨識在人力資本與結構資本對創業績效間是否具有中介效果。

模式 1：由表 14 所示，人力資本之「工作經驗」與「創新能力」構面對創業績效的整體解釋度 (R²=35.4%)，工作經驗(β=0.218, p=0.000)，創新能力(β=0.458, p=0.000)，達顯著水準。

模式 2：人力資本之「工作經驗」與「創新能力」構面對創業機會辨識的整體解釋度(R²=22%)，工作經驗(β=0.217, p=0.000)，創新能力(β=0.324, p=0.000)，達顯著水準。

模式 3：創業機會辨識對創業績效的整體解釋度(R²=27.5%, β=0.524, p=0.000)，達顯著水準。

模式 4：置入創業機會辨識變數後，整體解釋度(R²=43.2%)，而(ΔR²=7.8%)較模式 1 有明顯的增加，比較四個模式可以看出，人力資本之「工作經驗」，因為加入創業機會辨識，β 值由 0.218 降低至 0.150，且達顯著水準，顯示創業機會辨識對人力資本之「工作經驗」與創業績效來說，具有部分中介效果。而人力資本之「創新能力」，因為加入創業機會辨識，β 值由 0.458 降低至 0.356，且達顯著水準，顯示創業機會辨識對人力資本之「創新能力」與創業績效來說，具有部份中介效果。

表 14 創業機會辨識對人力資本與創業績效之中介效果分析

變數	構面	創業績效(Y)			創業機會辨識(M)
		模式一 (X→Y)	模式三 (M→Y)	模式四 (X+M→Y)	模式二 (X→M)
人力資本(X)	工作經驗	0.218***		0.150***	0.217***
	創新能力	0.458***		0.356***	0.324***
創業機會辨識			0.524***	0.315***	
F 檢定		86.886	120.329	80.006	44.682

Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
R ²	0.354	0.275	0.432	0.220
adj-R ²	0.350	0.272	0.426	0.215
△R ²			0.078	

*表示 P<0.1；**表示 P<0.05；***表示 P<0.01

4.5.5 創業機會辨識對結構資本與創業績效之中介效果分析

模式 1：由表 15 所示，結構資本對創業績效的整體解釋度(R²=31.1%, β=0.557, p=0.000)，達顯著水準。

模式 2：結構資本對創業機會辨識的整體解釋度(R²=31.9%, β=0.565, p=0.000)，達顯著水準。

模式 3：創業機會辨識對創業績效的整體解釋度(R²=27.5%, β=0.524, p=0.000)，達顯著水準。

模式 4：置入創業機會辨識變數後，整體解釋度(R²=37.5%)，而(△R²=6.4%)較模式 1 有明顯的增加，比較四個模式可以看出，結構資本，因為加入創業機會辨識，β 值由 0.557 降低至 0.384，且達顯著水準，顯示創業機會辨識對結構資本具有部分中介效果。

表 15 創業機會辨識對人力資本與創業績效之中介效果分析

變數	構面	創業績效(Y)			創業機會辨識(M)
		模式一 (X→Y)	模式三 (M→Y)	模式四 (X+M→Y)	模式二 (X→M)
結構資本(X)	結構資本	0.557***		0.384***	0.565***
創業機會辨識			0.524***	0.307***	
F 檢定		143.385	120.329	95.051	149.245
Sig.		0.000	0.000	0.000	0.000
R ²		0.311	0.275	0.375	0.319
adj-R ²		0.309	0.272	0.371	0.317
△R ²				0.064	

*表示 P<0.1；**表示 P<0.05；***表示 P<0.01

5. 結論與建議

5.1 各研究變數間之分析

5.1.1 創業機會辨識對創業績效之影響

創業機會辨識與創業績效之分析上，本研究實證結果發現，創業機會辨識對創業績效具有顯著正向影響。而在創業機會辨識之「發掘」與「創造」對創業績效之「經濟性指標」與「非經濟性指標」具有顯著正向影響。因此，表示公司了解市場需求與自身資源的關聯性，並創造出具有不同價值的商品，有助於公司的經濟性指標與非經濟性指標，非經濟性指標指創業主，主觀的滿意度。本研究結果與劉常勇與謝如梅 (2006)及陳思婷 (2010)研究結果相符。

而在創業機會辨識之「知識」對創業績效之「經濟性指標」與「非經濟性指標」為無顯著影響。在目前競爭激烈的時代中，了解市場需求與改變，已經成為企業的必須能力，否則很容易被潛在與現有的競爭者取代。換句話說企業必須持續知覺市場的變化，而此知覺無法為企業帶來顯著的

經濟成長與創業主的滿意度，但能讓公司不在市場中被淘汰。由此可知，公司在創業機會辨識中的知覺過程，無法為公司經濟性指標與非經濟指標，帶來直接的影響。

5.1.2 人力資本對創業機會辨識之影響

人力資本與創業機會辨識之分析上，本研究實證結果發現，人力資本對創業機會辨識具有顯著正向影響。而在人力資本之「工作經驗」對創業機會辨識之「知覺」、「發掘」與「創造」皆具有顯著正向影響。因此，表示公司員工，在工作上累積的經驗與專業知識，能讓公司更了解市場需求，並發掘公司資源與市場需求的關聯性，進而創造出具有不同價值的商品。其次，在人力資本之「創新能力」對創業機會辨識之「發掘」與「創造」具有顯著正向影響。因此，表示公司員工，擁有新潮的想法與思維，能讓公司發掘公司資源與市場需求間，不同以往的關聯性，進而創造出具有不同價值的商品。本研究結果與許凱玲 (2005)及汪展鵬 (2010)研究結果相符。

而在人力資本之「創新能力」對創業機會辨識之「知覺」為無顯著影響。在現在的時代雖講求創新，但是創新能力對於公司而言是有難度的，因為創新能力，並非公司只應具備新的思維，還應具備對該產業的深度了解，如此才能將原有的商品，以不同以往的方式改良，並符合市場的需求。換句話說，公司必須具備對該領域的廣度及深度，才能擁有創新的能力。由此可知，公司若只有新的思維與知識，是具備了廣度的思維，但對於該產業的深度還不足，因此無法知覺市場的需求與改變。

5.1.3 結構資本對創業機會辨識之影響

結構資本與創業機會辨識之分析上，本研究實證結果發現，結構資本對創業機會辨識具有顯著正向影響。而結構資本對創業機會辨識之「知覺」、「發掘」與「創造」皆具有顯著正向影響。因此，表示公司具有健全的資訊基礎建設、順暢的流程及知識分享與交流的企業文化，能讓公司更了解市場需求，並發掘公司資源與市場需求的關聯性，進而創造出具有不同價值的商品。本研究結果與劉常勇與謝如梅 (2006)及許凱玲 (2005)研究結果相符。

5.1.4 創業機會辨識之中介效果

此部份之研究結果，經實證之後發現人力資本、結構資本皆會影響創業機會辨識，並透過創業機會辨識，進而影響創業績效。表示，在人力資本部份，當創業公司員工的專業知識與技能越豐富，思維越新潮，能強化公司的創業機會辨識，進而透過創業機會辨識，提升創業績效。

在結構資本部份，創業公司基礎建設越完善，公司運作流程越順暢，且公司營造知識分享與交流的企業文化，能強化公司的創業機會辨識，進而透過創業機會辨識，提升創業績效。

經由本研究驗證之結果，本研究認為此結果確立了創業機會辨識對創業績效的重要性。未來創業企業若想提升自身的創業績效，可以由基礎的員工培訓、公司基礎建設的完善度進行改善，此改善可以讓企業知覺、發掘與創造，創業機會辨識，進而提升創業績效，達到企業以營利為目的，更可滿足自創業主自身創業的滿意度。

5.2 研究建議與限制

實務意涵方面，由本研究可得知，人力資本對創業機會辨識有著顯著的正面影響，因此，對於創業企業而言，機會或許並非是靈光一現就出現的，主要是受到全體員工的知識、經驗與創新能力等，進而提升企業辨識到機會。但是，深切了解中小企業的經營體質，相對大企業而言，是相當薄弱的，資金欠缺，經營難度和風險也高，可以獲得政府的支援也較為不足。因此，以企業經營者的角度，企業經營者往往擔心，投入大量資源所培育的員工，在員工可以獨當一面時，往往跳

槽另謀高就，因而對企業的人才培育資源是少量的。事實上，企業的教育訓練重點並不在培育所謂的超級員工，而應是讓員工的專業技能依附在企業的資源上，讓員工與企業資源間可以發揮最大的效益。透過本研究之分析結果，企業應讓員工了解企業內規、產品知識、行銷技巧等，專業領域之相關知識，累積工作經驗。此外，可讓員工參與外界產業相關講座與研討會，培養員工創新的能力。而以上的基礎人才培育，其實不會增加企業太大的負擔，甚至可為企業改善產業內同質性過高，辨識到新創業機會，進而建立與競爭者間的差異性，或有機會進行企業的升級轉型，為企業帶來更大的價值。

由本研究可得知，結構資本對創業機會辨識有著顯著正向影響，因此，對於創業企業而言，或許可以透過企業完善結構與開放的企業文化，而辨識到創業機會，進而提升創業績效。但目前多數的中小企業主認為，大型企業才需要體制的管理與塑造企業文化，因此在體制與文化的建利，並沒有保持著很積極的態度。而實際上，永續發展的目標是每個企業所追求的，而良好的組織結構與企業文化，才能凝聚組織的共識與向心力，讓企業可以辨識到新的創業機會，進而促使組織達成永續之目標。因此企業可以善用資訊科技之力量，建構組織完善的資訊系統，除了讓組織運作流程順暢，降低失誤之成本，更可透過完整的資訊，提供員工做為學習之依據，讓員工可以更了解目前市場的需求、發掘目前市場需求與企業資源間之關聯性，進而發現更多的機會，為企業帶來更大的價值。

研究限制方面，本研究主要以人力資本、結構資本、關係資本、創業機會辨識對創業績效之關係，以滾雪球抽樣方法，對台灣北、中、南(台北市、雲林縣及高雄市)之中小企業進行實證研究。台灣中小企業家數有 127 萬 9,784 家，占全體企業家數的 97.63%，而本研究無法取得母體之所有樣本，因此，只能縮小範圍，選擇台灣北、中、南(台北市、雲林縣、高雄市)，各城市進行問卷之發放，此為本研究的研究限制之一。而滾雪球抽樣方式優點在於，可以根據某些樣本特徵進行控制，問卷回收之成本低，且速率高，但滾雪球抽樣方式會導致個體無法找到，甚至產生偏誤，因此本研究結果僅能代表部份產業之現象，無法概化到所有產業，此為本研究的研究限制之二。未來建議方面，回顧過去文獻，大多創業研究對象以創業家個人為主，而本研究以組織的角度切入探討，且實證結果顯示，企業擁有的資源，確實會對企業創業機會辨識產生影響，且會進而影響企業創業績效。而本研究之研究限制更提及，研究母體過多，礙於時間與人力成本，無法逐一對每個產業之企業，進行探討。因此，未來可針對不同的產業作為研究對象，使創業研究更臻完善。

此外，本研究僅探討人力資本與結構資本對創業機會辨識之影響，然而影響創業機會辨識之前置因素還有許多，例如：企業之實體資源或財務資源等，可加入一並探討，使研究模式更為完整。劉常勇與謝如梅 (2006)提出了一個創業研究的觀念架構，包括創業家/團隊、創業機會、創業資源、創業環境與創業績效等五項構面。而本研究僅針對創業企業所擁有的資源、創業機會與創業績效，進行實證研究。因此，未來可加入創業環境等，其他變數，進行進一步之探討，可使理論架構更為完整。

6.參考文獻

中文文獻

1. 汪展鵬 (2010)。創業家人力資本與社會資本對創業機會確認之影響。國立中山大學企業管理系碩士論文，未出版，高雄市。

2. 林恩詒、張甫任與陳幸蓉 (2007)。智慧資本對生產力影響之探討—以台灣高科技產業為例。華人前瞻研究, 3(2), 61-79。
3. 林清同、陳彥彰與康緞 (2011)。學習導向對企業績效的影響-以結構資本為中介變項。育達科大學報, 28, 57-76。
4. 施光訓、鄭青展與吳敏卉 (2011)。如何透過知識創造與知識分享提升銀行業人力資本。永續發展與管理策略, 3(1), 37-52。
5. 夏佳妤 (2011)。民宿業者創業精神、創業自我效能對創業績效影響之研究。國立澎湖科技大學服務業經營管理系碩士論文, 未出版, 澎湖縣。
6. 張文龍、黃文谷與陳思婷 (2010)。創業家人力資本、創業環境與創業績效關係之研究。創業管理研究, 5(1), 1-32。
7. 許凱玲 (2005)。台灣微型創業者的機會與資源及新價值創造動態過程研究。國立政治大學科技管理系碩士論文, 未出版, 台北市。
8. 楊敏里、黃義俊與賴怡旨 (2009)。創業動機、創業導向與創業績效之關聯性研究。創業管理研究, 4(3), 55-81。
9. 溫玲玉、莊仁鋒 (2011)。壽險業人員之社會資本與人力資本關聯性研究：以虛擬社群知識分享為中介變項。人力資源管理學報, 11(1), 49-75。
10. 劉常勇、謝如梅與陳韋廷 (2007)。建構創業經驗與機會確認之關係架構。創業管理研究, 2(3), 51-72。
11. 劉常勇與謝如梅 (2006)。創業管理研究之回顧與展望：理論與模式探討。創業管理研究, 1(1), 1-44。
12. 蔡明田、謝煒頻、李國璋與許東讚 (2008)。整合創業動機、能力與人格特質的觀點探討創業精神與創業績效的關連性。創業管理研究, 3(3), 29-65。
13. 蘇睿鈞 (2008)。創業家職能與創業績效關係之研究-以技術型創業家為例。實踐大學企業管理學系碩士論文, 未出版, 台北市。

英文文獻

1. Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105-123.
2. Beal, R. M., & Masoud, Y. A. (2000). Performance implications of aligning CEO functional experiences with competitive strategies. *Journal of Management*, 26, 733- 762.
3. Busenitz, L. W., West III, G. P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G. N., & Zacharakis, A. (2003). Entrepreneurship research in emergence: past trends and future directions. *Journal of Management*, 29 (3), 285-308.
4. Cooper, A. (2003). Entrepreneurship: the past, the present, the future. In Acs Z.J.(eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, Kluwer Academic Publishers, 21-36.
5. Cooper, A. C., & Arts, K.W. (1995). Determinations of satisfaction for entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 10(6), 439-457.
6. De Pablos, P. O. (2004). Measuring and reporting structural capital: lessons form European learning firms. *Journal Intellectual Capital*, 5(4), 629-647.

7. Fong, C. M. (1995). The effects of organizational characteristics on entry timing: a multi-industry study, Ph. D. Dissertation, University of Maryland.
8. Fornell, C., & Larcker, V. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50.
9. Grantham, C. E., & Nichols, L. D. (1997). A framework for the management of intellectual capital in the health care industry. *Journal of Health Care Finance*, 23(3), 1-19.
10. Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper echelons: the organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Review*, 9, 193-206.
11. Hart, M. M. (1995). Founding resource choices: influence and effects on entrepreneurs and venture capital. Doctoral dissertation, Harvard University.
12. Hubert, S. O. (1996). Tacit knowledge: the key to the strategic alignment of intellectual capital. *Strategy & Leadership*, 24(2), 10-14.
13. Lee, C., Lee, K., & Pennings, J. M. (2001). Internal capabilities, external networks and performance: a study on technology-based venture. *Strategic Management Journal*, 22(6/7), 615-640.
14. Liden, R. C., Stilwell, D. F., & Gerald, R. (1996). The effects of supervisor and subordinate age on objective performance and subjective performance ratings. *Human Relations*, 49, 327-347.
15. Mcgee, J. E., & Peterson, M. (2000). Toward the development of measures of distinctive competencies among small independent retailers. *Journal of Small Business Management*, 38, 19-33.
16. Ployhart, R. E., Weekley, J., & Baughman, K. (2006). The structure and function of human capital emergence: a multilevel examination of the attraction-selection-attrition model. *Academy of Management Journal*, 49, 661-677.
17. Roos, G., Bainbridge A., & Jacobsen K. (2001). Intellectual capital analysis as a strategic tool. *Strategy and Leadership*, 29, 21-28.
18. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management*, 25, 217-226.
19. Stewart, T. A. (1997). *Intellectual Capital: The New Wealth of Organization*, Bantam Doubleday Dell Publishing Group Inc, U.S.A.
20. Subramaniam, M., & Youndt, M. (2005). The Influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities. *Academy of Management Journal*, 48, 450-463.
21. Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategic research: a comparison of approaches. *Academy of Management*, 11 (4), 801-814.
22. Venkatraman, S. (1997). *The distinctive domain of entrepreneurship research*, Jai Press: Greenwich, CT: 119-138.