

逢甲大學學生報告 ePaper

報告題名：

微型企業創業之成功關鍵因素探討

Investigate the key successful factors of micro-business

作者：李婉如、黃崑嘉、楊宗翰、吳思彤、趙佳恩

系級：企業管理學系三年級

學號：D0079865、D0079609、D0079953、D0079687、D0079818

開課老師：張寶蓉

課程名稱：企業管理專題研究

開課系所：企業管理學系

開課學年： 102 學年度 第 1 學期

中文摘要

在現在大學生底薪只有兩萬二的時代下，許多人選擇自己出來當老闆創業，其中最簡易的創業方式實屬—微型企業，微型企業在台灣近年如雨後春筍般林立，從一個只有三到五個人的小企業中，如何脫穎而出成為一個「成功」的微型企業，探討其成功因素成了我們此研究的研究目的。

本研究從兩大領域下去研究：

- 一、從人格特質方面探討微型企業的成功因素
- 二、從企業週期理論分析出微型企業成功因素

本研究先由觀察法研究逢甲商圈附近人潮眾多的店家，經由問卷訪問微型企業從而瞭解到創業成功的基本要素，經過討論及分析，歸結出創業者成功因素。

關鍵字：微型企業、創業、成功

Abstract

Currently, people who graduated from college have only NT\$22,000 for their base salary. Many people choose to be entrepreneur of their own business. The easiest way to have your own business is micro-business. Micro-business sprang up like mushrooms these years. How to rise above their competitors and become a successful micro-business from an only three to five persons' small businesses is our main idea, and explore the success factors become our purposes of research.

This research study from two part of field:

1. Explore the Key Success Factors of micro-business from personality.
2. Analysis what is the success factors of micro-business from Enterprise Life Cycle Theory

To know the basic element of starting a successful enterprise, we first started with a measure of observation to look into shops which is in feng chia Business District, then used questionnaire to interview micro-businesses. Finally, after discussion and analysis, we summarized the success factors for entrepreneurs.

Keywords: micro-business, entrepreneur, successful

目 次

中文摘要.....	1
英文摘要.....	2
目次.....	3
圖目錄.....	5
表目錄.....	5
第壹章 緒論	
第一節 研究背景與動機.....	7
第二節 研究目的.....	7
第貳章 文獻探討	
第一節 微型企業.....	8
第二節 創業者之相關研究.....	9
第三節 成功關鍵因素相關之研究之探討.....	9
第四節 人格特質相關之研究探討.....	11
第五節 企業生命週期模型之相關研究.....	14

第參章 研究方法

第一節 觀察法.....	17
第二節 (結構式)問卷調查法.....	17
第三節 訪談步驟.....	18
第四節 問卷設計.....	18
(一) 人格特質.....	18
(二) 企業生命週期.....	19
第五節 結構設計.....	21
第六節 問卷整理.....	22

第肆章 結果之分析

第一節 個案背景說明.....	28
(一) 研究樣本蒐集.....	28
(二) 訪談流程.....	29
第二節 問卷結果分析.....	30
(一) 人格特質.....	30
(二) 企業生命週期.....	32
(三) 整體分析.....	34

第伍章 結論與建議

第一節 研究結果與討論.....	35
------------------	----

第二節 建議.....	37
第陸章 參考文獻	
第一節 英文部分.....	33
第二節 中文部分.....	34
第柒章 附錄	
附錄一：問卷.....	41
附錄二：工作分配.....	43
附錄三：口頭發表-2013北商論壇接受函.....	44
附錄四：2013北商論壇議程.....	46
附錄五：2013北商論壇合照.....	51

圖目錄

圖 2-1 企業生命週期圖.....	16
圖 7-1 2013 北商論壇合照.....	51

表目錄

表 3-1：創業年齡圖表.....	23
表 3-2：最高學歷圖表.....	23
表 3-3：創業夥伴圖表.....	24
表 3-4：創業投入資金圖表.....	24
表 3-5：資金來源圖表.....	24

表 3-6：相關工作經驗圖表(家裡從事相關產業或本身科系).....	25
表 3-7：創業原因圖表.....	25
表 3-8：人格特質圖表.....	26
表 3-9：出生期最重要因素圖表.....	26
表 3-10：出生期最難掌握因素圖表.....	27
表 3-11：成長期最重要因素圖表.....	27
表 3-12：成熟期最重要因素圖表.....	27
表 3-13：成熟期最難掌握因素圖表.....	28



壹、緒論

一、研究背景與動機

相較於台灣在經濟起飛與成為亞洲四小龍時期，現今學歷為大學生畢業者，起薪並不優渥，且常有無薪假、無加班費、大量裁員、公司資遣的類似說法與新聞，許多企業為了節省人事成本大多將工作分配改採責任制，在這樣的情況下做得多卻領得少，社會型態漸漸轉變為現今這種低估員工勞力報酬的樣貌。

根據統計資料顯示，台灣去年平均每位勞工全年工時 2140.8 小時，全球排名第三高，僅次於新加坡和香港，但辛苦工作卻得不到同等回報，因為時薪換算約新台幣 255 元，遠不及新加坡的一半，在亞洲四小龍裡吊車尾，做得多卻領得少，而這樣的工時數字還不見得是真實反映，上班責任制，沒做完不敢下班，實際上的工時恐怕比調查數字還要高。薪資報酬方面不符投資報酬率，屈就於公司當小員工還要擔心隨時被資遣或裁員，現在的人普遍不願意居於自身勞力報酬被低估、且需受公司一切規範，許多人選擇自己出來創業，當自己生命中的老闆與引導者，而小額資本的微型企業當然屬於最簡易的創業方法，靠著三到五個人的努力經營小額資本的生意、買賣、或其他創業行為，打出自己的一片天，然而創業存在著一定的風險，如何從微型企業創業中吸取創業者成功的經驗，並了解到其成功因子，成了我們這次研究的部分。

二、研究目的

綜合以上，先前研究鮮少針對以人格特質與企業生命週期來探討微型企業創業時其成功關鍵因素。另外，此次的探討，主要的探討目的為：藉由兩大觀點下去做結合，從人格特質方面探討微型企業的成功因素以及從企業週期理論分析出微型企業成功因素。其一，人格特質有分五個基本項目，分別為「經驗開放性」、「盡責性」、「外向性」、「親和性」、「情緒不穩定性」，我們將藉著此人格特質理論下去分析成功的微型企業創業者，擁有哪些特質，亦或是缺乏某些特質，而創造了微型企業創業之成功。其二，企業生命週期可以大致區分為出生期、成長期、成熟期，我們從中了解到各期的創業者，須具備何種特質，才得以在當期成為佼佼者，進而成為一間成功的微型企業。目的為進而整理出微型創業者成功之關鍵因素，茲將本研究目的條列如下：

(一)、彙整國內外文獻與相關資料，歸結出具有怎麼樣的人格特質會影響到創業時的**成功關鍵因素**與在不同企業生命週期中如何關注相關此週期的影響因素而使微型企業能夠創業成功，以及具有哪種人格特質的人較易有成功表現與不同生命週期應注意事項。

(二)、分析理論與現實情況之間的成立性，分析影響創業者**關鍵成功因素**與人格特質和企業生命週期理論的關聯性，進而發掘人格特質與企業生命週期之相對重要性，以提供微型創業暨相關有心創業者為重要參考依據。

貳、文獻探討

一、微型企業

微型企業 (Micro-business) 一般今日各國對於微型企業的定義不一，OECD 以員工人數在 20 人以下的企業為微型企業；墨西哥以 15 人為上限；歐盟定義微型企業為企業員工少於 10 人，其每年的營業額或年度資產負債表盈餘不超過 200 萬歐元。其它國際組織或學術定義大多以員工人數 10 人或 5 人以下為區分微型企業與小型企業的標準，且包含個人與自己雇用的人。在美國，微型企業擁有五個或少於五人的員工數，微型企業大多被定義為只需要少於 \$35,000 的種子基金，且一般沒有商業金融典型途徑的管道，如企業信用帳戶或商業銀行服務。

微型企業在澳洲經濟佔了中小企業很大一部分，由於它們提供了澳洲勞力市場大部份的就業，促進創新與創業精神，而主要的微型企業定義為一種企業型態屬於獨立擁有與運營，擁有少數員工，從事少量生意、業務、與買賣，並非為大公司擁有且並不是在其營運領域中居於主導地位。擁有管理者常為其負責並管理業務方面，從每天的業務經營執行到財務計算。他們通常還承擔了大部分與創業相關的風險、提供最初的資本投入、或運用個人資產，例如：房子，來取得銀行貸款融資業務。企業失敗的後果對所有管理者可能會有巨大影響，然而如果成功的話，他們擁有所有的利潤。許多微型企業也往往以家庭為基礎，意味他們在自己的家中營運，而非辦公室或商店。

2002 年 APEC 微型企業高峰會定義，少於五人小型企業，不論是一人型企業、個人工作室、或者是獨資、合夥經營的自雇工作者，都可稱作為「微型企業」。

台灣中小企業認定標準第三條之規定，所謂小規模企業是指營造業、製造業、土石採取業及礦業經常雇用員工數未滿 20 人者；水電燃氣業、農林漁牧業、

運輸、商業、倉儲及通信業、工商服務業、金融保險不動產業、社會服務及個人服務業經常雇用員工數未滿 5 人者。

台灣並未對正式予以微型企業定義，但在「中小企業認定標準」中有所謂「小規模企業」，為服務業員工未滿 5 人、製造業員工未滿 20 人之企業。而行政院經濟建設委員會「微型企業創業貸款」指中小企業發展條例第四條第二項所稱「小規模企業」中微型企業為不分行業、員工數未滿 5 人者。

二、創業者之相關研究

創業者(entrepreneur)的定義：這個詞其實是法語詞，指“企業家、主辦人、承包人”等。

在法文中的意思有：

意思一：開始做某些事情。例如：開始寫一本書。意同英文的 undertake，有承接、從事的意思。

意思二：嘗試說服。

意思三：開始從事

意思四：一個組織、管理、並承擔公司或企業風險的人

某人運用首創精神，且不為被雇用員工的身分，藉由組織一個冒險事業或企業，來獲得獲利的機會；並作為一位決策者，來決定一個產品和服務的內涵是甚麼、如何生產、以及生產多少。

一個創業者身為風險承擔者，提供了風險資本，並監督和管控著其經營活動，一般通常為獨資、合夥、或有限公司。

根據經濟學家 Joseph Alois Schumpeter (1883-1950)提到，企業家並不一定為被利益促動與驅使，而是視利益為一個標準，來衡量自身成就或成功。Schumpeter 發現創業者具有非常獨立自主的價值觀、通過卓越表現努力徵求區別、高度樂觀（否則將不進行）、及總是喜歡挑戰居於中間程度的冒險（不挑戰太簡單或易招致毀滅的冒險）。

三、成功關鍵因素相關之研究探討

(一)、成功的定義 definition of success：

- 美國韋氏字典定義成功為：

- 1、取得財富、名譽或尊敬
- 2、預期目標與所嘗試的事情相符

- 本研究小組對於逢甲商圈成功的定義：

在逢甲商圈開店期滿五年（逢甲商圈商家的流動性質太高）

（二）、成功因素 success factors：

在達成目標的同時，並且滿意自己預設的期許，經分析所獲得成功的各種因素。

（三）、關鍵成功因素（Key success factors）

最初由組織經濟學者 Commons（1934）提出，Barnard（1948）在管理決策上使用其理論，並認為決策所需的分析，就是在尋找「策略因素 Strategic Factor」；Daniel（1961）以管理資訊系統（MIS）的論點解釋關鍵成功因素。

（四）、關鍵成功因素法（Key success factors，KSF）

是一種資訊系統開發規劃方法，哈佛大學教授 William Zani 1970 年提出。

Chunk Hofer and Dan Schendel（1977）提出關鍵成功因素此術語，在最初研究關鍵成功因素方面，對使用名稱意見分歧，例如：策略因素、最早的限制因數、關鍵變數（Key Variable）或策略變數（Strategic Variable）等。

根據 Boynton & Zmud（1984）的研究，關鍵成功因素扮演程式設計師與管理者溝通上的橋樑，減少雙方在認知上的差距，得以使資訊管理系統與資源需求規劃符合管理上的需求，所以關鍵成功因素將會利於管理資訊系統與資源需求的規劃。

（五）、關鍵成功因素的特質：

Ferguson & Dickinson（1982）把關鍵成功因素的特質定義為：

- 1、是隨時間改變的。
- 2、會因市場、不同產業、產品的不同而有所差異。
- 3、需考慮將來的發展趨勢。
- 4、還為了解關鍵成功因素時，輕易投入產業，容易造成失敗。
- 5、企業生命週期的變化會改變關鍵成功因素。
- 6、管理者應把關鍵成功因素謹記在心。
- 7、在決策策略前，應對於關鍵成功因素有深入的了解。

四、人格特質相關之研究探討

在心理學上，五大人格特質模型為被用來形容人格特質的五個廣泛人格特質包含的範圍及方面。這個理論基於五大因素模型，分別為經驗開放性、盡責性、外向性、親和性、情緒穩定性。通常取其單字開頭簡稱為「OCEAN」、「NEOAC」、或「CANOE」。在每個因素之下，發現了一個相關且特定的集群；例如：外向性包含相關特性，如：合群、自信、尋求刺激、溫暖、具活動力、正面積極的情緒。五大人格模型能沒有任何重複的解釋人格特質的不同特點，在研究中顯示，五大人格特質模型在晤面、自我描述、與觀察顯示了其合理性；此外，五大因素結構仍會在不同年紀或不同文化被找到。

(一)、五大人格特質

1、Openness to experience 經驗開放性

開放性為一種普遍欣賞藝術、情緒、探險、不普遍的想法、想像、好奇心和經驗變化。那些具經驗開放性的人為在理智上較好奇、欣賞藝術、較有美感，他們傾向於更有創造力或更能察覺自己的感受，他們較常有非常規的看法。平均來說就是，那些具高開放性的人們，理智上較好奇、情緒較開放、對藝術較有興趣且願意嘗試新事物。而自由主義道德與經驗開放性也有很大的相關性，像是認同與支持種族寬容政策。

那些較不具有經驗開放性的人們傾向於較有常規與傳統的興趣，他們傾向平淡、簡單、含糊和含蓄，被視為對藝術與科學抱持懷疑的態度，或視這些努力為無趣的事，較喜歡熟悉的事物多於新奇、保守且抗拒改變。

2、Conscientiousness 盡責性

盡責性表現出傾向於自律、表現盡責、旨在實現措施或外部期望。它關係到人控制、規範、與引導衝動。較高的盡責性顯示其偏好規劃而非無意識的行為，盡責性平均在青壯年上升，在老年期下降。

3、Extraversion 外向性

外向性被定義為活動的範圍，從外部活動/情況、活力到從外部方法能量創造，其特徵為與外部世界有顯著的參與，外向的人喜歡與人交往，並常常被視為充滿活力。他們往往熱情、以行動為導向。他們擁有高能見度、喜歡說話、並斷言自己。

性格內向的人有較低的社會參與和活力，他們傾向安靜、低調、謹慎且較少涉及社會。他們缺乏社會參與但卻不應被解釋為害羞或憂鬱，取而代之，他們更加獨立於世界上，需要較少刺激且需要一個人獨處；但這並不意味著他們不友好或反社會；相反，他們只是在社交場合保留自己。

4、Agreeableness 親和性

親和性反映了在社會和諧這點上普遍觀念的個體差異，具有親和性的個人價值觀使你易於與別人相處融洽，他們普遍體貼、友好、大方、樂於助人且願意犧牲自身利益讓步，且對於人性持樂觀看法。親和性與好的團隊合作技巧相關，卻與不好的領導技巧有關。

不具親和性的個體在與別人相處時把自我利益擺在其他人前，他們不關心他人的福祉、不太可能為他人竭盡全力、有時他們懷疑別人的動機使他們顯得多疑、不友善、不合作。

5、Neuroticism 情緒不穩定性

帶有情緒性較易經歷負面情緒，如憤怒、焦慮或抑鬱。它有時被稱為情緒不穩定性或被徹底改變為情緒穩定性，根據艾森克（1967）的人格理論，情緒不穩定性被視為與壓力忍受力低和厭惡刺激。

那些情緒不穩定性高的人較易有情緒性反應和因為壓力而易感到受傷害，他們可能解釋一般的情況為威脅或解釋輕微挫折為已經毫無希望的困難，他們的負面情緒傾向於存在在不尋常且非常長的一段時間，意指他們常常處於情緒不好的狀態。此外，情緒不穩定性高的人顯示更多反應在電導反應上。在個人成就上缺乏滿足也與高情緒不穩定性有關且可能提高其臨床抑鬱症機率。

而情緒不穩定性低的人則較少憂鬱與情緒反應，傾向冷靜、情緒穩定、且覺得並不會被負面情緒控制。

研究顯示外向性與情緒不穩定形成負相關。

假設五大人格特質中的「經驗開放性」、「盡責性」、「外向性」、「親和性」、「情緒不穩定性」與創業成功因素有關。

(二)、早期人格特質研究

Francis Galton 做了首次較大的調查來建立一個假設，透過抽樣語言可以推導出廣泛、綜合的人格特質一稱為詞彙假設。

1936 年，Gordon Allport and S. Odbert 把 Francis Galton 的假設付諸實踐，透過摘錄與擷取 4,504 個當時他們相信具有觀察描述性、相對持久之人格特質形容詞。

1940 年，Raymond Cattell 取得這些形容詞，並淘汰同義字，使總數量減少到 171 個形容詞。他創立了一個他從形容詞中發現的人格特質群集的人格測試，被稱為十六種人格因素問卷。

1961 年，Ernest Tupes & Raymond Christa 自這十六種人格因素問卷中發現了五個循環且經常性因素，這五個循環因素分別為：" surgency"、「親和性」、「可靠性」、「情緒穩定性」、「文化」。

Surgency 涉及的行為通常表現在團體中與影響一個人的生活，例如團體中有人試圖領導或控制他人，那些 surgency 較低的人，傾向單獨工作，並在影響、控制或與他人競爭相對沒有什麼興趣。那些 surgency 較高的人，傾向於主導地位，自信心，競爭力，性格開朗，外向，果斷的。

這項成果也被 Warren Norman 擷取，並且也發現了五個主要因素便足以解釋大量的人格特質資訊。Norman 命名這些因素為 surgency、「親和性」、「盡責性」、「情緒穩定性」、「文化」。而這些因素都因為學者對五因素的一致共識而繼續茁壯發展。

(三)、間斷的研究

在接下來的二十年內，時代精神的不斷改變使得人格特質研究的發表變得困難，在 Walter Mischel 1968 年的《人格與評估》中提到：他聲稱人格特質測試無法預測超過相關係數 0.3 的行為。像 Mischel 這種社會心理學家主張態度和行為並非固定，而是隨著情況改變，通過性格測試來預測行為被認為是不可能的。

新興的方法在 1980 年代挑戰並質疑了這個觀點，取代預測一個不可靠且單一實例的行為，研究人員發現，他們可以通過聚集大量的觀察預測的行為模式。隨著人格特質和其行為之間的相關性結果增加，所以很明顯地，人格特質是存在的。人格與社會心理學家現在普遍同意個人與情況變數需要皆須用來解釋人類行為。特質理論變得合理，並且有人格特質這方面的復興。

隨著 1980 年代過去，Tupes, Christal, 和 Norman 開拓性的研究已被心理學家遺忘。

Lewis Goldberg 開始了他自己的詞彙計畫，獨立且再次發現了五因素，並逐步引起了心理學家注意，後來創造並命名它們為 Big Five 為其代稱。

(四)、重新關注

在 1980 年的檀香山研討會上，四名傑出的研究員，Lewis Goldberg, Naomi Takemoto-Chock, Andrew Comrey, 和 John M. Digman, 重新探討了可用的人格測試，他們的結論是，該測試為最有可能測量出五大因素子集的方式，正如諾曼於 1963 年發現一樣。隨後，五因素模型在 1980 年代普遍被人格特質研究者接受。

五、企業生命週期模型之相關研究

(一)、企業生命週期理論的發展

自 20 世紀以來，許多學者對企業生命週期理論開始關注，並從不同角度對其進行了研究和考察，其發展歷程大致可歸納為以下幾個階段：

1、企業生命週期理論的萌芽階段(1950 年代至 1960 年代)

西元 1960 年前，關於企業生命週期的論述幾乎是鳳毛麟角，對企業生命週期的研究才剛剛起步。在此一階段，馬森·海爾瑞(Mason Haire, 1959)首先提出用生物學中的「生命週期」觀點來看待企業，其認為企業發展也符合生物學的成長曲線。在這樣的基礎上，他進一步提出：企業發展過程中會出現停滯、消亡此類現象，並指出：導致這些現象的原因是因為企業在企業管理上的不足，意即一個企業在管理上侷限性很可能成為企業發展的障礙。

2、企業生命週期理論有系統的研究階段(1960 年代至 1970 年代)

自西元 1960 年代開始，學者們對於企業生命週期理論的研究比先前階段更為深入，對企業生命週期的特性進行了有系統的研究，此階段主要代表人物有哥德納(J·W.Gardner)和斯坦梅茨(Steinmetz L.L)。

哥德納(J·W.Gardner)在西元 1965 年指出，企業和人與其他生物一樣也有一個生命週期。但與生物學的生命週期相比較，企業的生命週期有其特殊性，主要表現在：

- 一、企業的發展具有不可預期性。一個企業由年輕邁向年老可能會經歷 20~30 年的時間，也可能經歷好幾世紀的時間。
- 二、企業的發展過程中可能會出現一個既不明顯上升也不明顯下降的停滯階段，這是生物生命週期所沒有的。
- 三、企業的消亡也並非是不可避免的，企業可以通過完全變革實現再生，從而開始一個新的生命週期。

斯坦梅茨(Steinmetz L.L, 1969)系統地研究了企業成長過程，發現企業成長過程呈 S 形曲線，一般可劃分為直接控制、指揮管理、間接控制及部門化組織等四個階段。

3、企業生命週期理論的模型描述階段(1970 年代至 1980 年代)

在 20 世紀 70 年代到 80 年代中，學者們在對企業生命週期理論研究的基礎上紛紛提出了一些企業成長模型，開始注重用模型來研究企業的生命週期，主要代表人物有：邱吉爾、劉易斯、葛雷納以及伊查克·愛迪思。

邱吉爾(Churchill N·C)和劉易斯(Lewis V·L, 1983)從企業規模和管理因素兩個維度描述了企業各個發展階段的特徵，提出了一個五階段成長模型，即企業生命週期包括創立階段、生存階段、發展階段、起飛階段和成熟階段。根據這個模型，企業整體發展一般會呈現「暫時或永久維持現狀」、「持續增長」、「戰略性轉變」和「出售或破產歇業」等典型特徵。

葛雷納(L·E·Greiner, 1985)認為企業通過演變和變革而不斷交替向前發展，企業的歷史比外界力量更能決定企業的未來。他以銷售收入和雇員人數為指標，根據它們在組織規模和年齡兩方面的不同表現組合成一個五階段成長模型：創立階段、指導階段、分權階段、協調階段和合作階段。該模型突出了創立者或經營者在企業成長過程中的決策方式和管理機制構建的變化過程，認為企業的每個成長階段都由前期的演進和後期的變革或危機組成，而這些變革能否順利進行直接關係到企業的持續成長問題。

伊查克·愛迪思(Adizes, 1989)可以算是企業生命週期理論中最有代表性的人物之一。他在《企業生命週期》一書中，把企業成長過程分為孕育期、嬰兒期、學步期、青春期、盛年期、貴族期、官僚初期、官僚期以及死亡期共十個階段，認為企業成長的每個階段都可以通過靈活性和可控性兩個指標來體現：當企業初建或年輕時，充滿靈活性，做出變革相對容易，但可控性較差，行為難以預測；當企業進入老化期，企業對行為的控制力較強，但缺乏靈活性，直到最終走向死亡。

企業的出生來自於創業的行動，因此企業家的創業精神與創業企圖是企業出生的原動力。一般而言，無論是從事新開發產品的事業，或從事模仿跟進產品的事業，在出生期階段營業額很難快速的打開。事實上出生期的企業，經營的重點仍然在瞭解市場與健全企業的各個經營功能。

在出生期邁向成長期的過程中，經常新生企業會遇到許多困難與挫折，也就是要在事業的摸索過程中付出很多的學習成本。這種現象極為類似新產品開發的階段，只有投入而無營業產出，並且還要面臨許多不確定的失敗風險。許多的新創事業，都是在這一個階段夭折死亡，失敗的原因通常都是財務狀況不佳、事業無競爭能力、市場需求不顯著、或主持人的意志不堅。

如果新事業確實是選擇一個有未來潛力的產品市場，並且創業團隊具有一定的專業能力，那麼企業總會熬過出生期而進入成長期。而邁入成長期的關鍵因素在於，市場機會成熟、學習曲線的效率、以及經營團隊的奮鬥意志力。

一旦進入成長期，企業經營就漸入佳境，營業額與經營規模迅速增加，因此經營管理能力與市場佔有率的競爭能力就成為這一階段事業成功的關鍵因素。在這一階段，只要整體市場規模繼續成長，事業經營大都一帆風順。

當企業與市場達到一定規模，企業就會進入成熟期。成熟期的企業基本不再繼續成長，產品與市場變化不大，內部組織也呈現結構化與老化現象，企業主要

視憑藉品牌、市場通路、生產規模來維持其競爭地位。

假設出生期的地點找尋與創業成功關鍵因素有關。

成長期的事業競爭能力、市場需求顯著與創業成功關鍵因素有關。

成熟期的市場通路、生產規模與創業成功關鍵因素有關。

(來源:MBA 智庫)

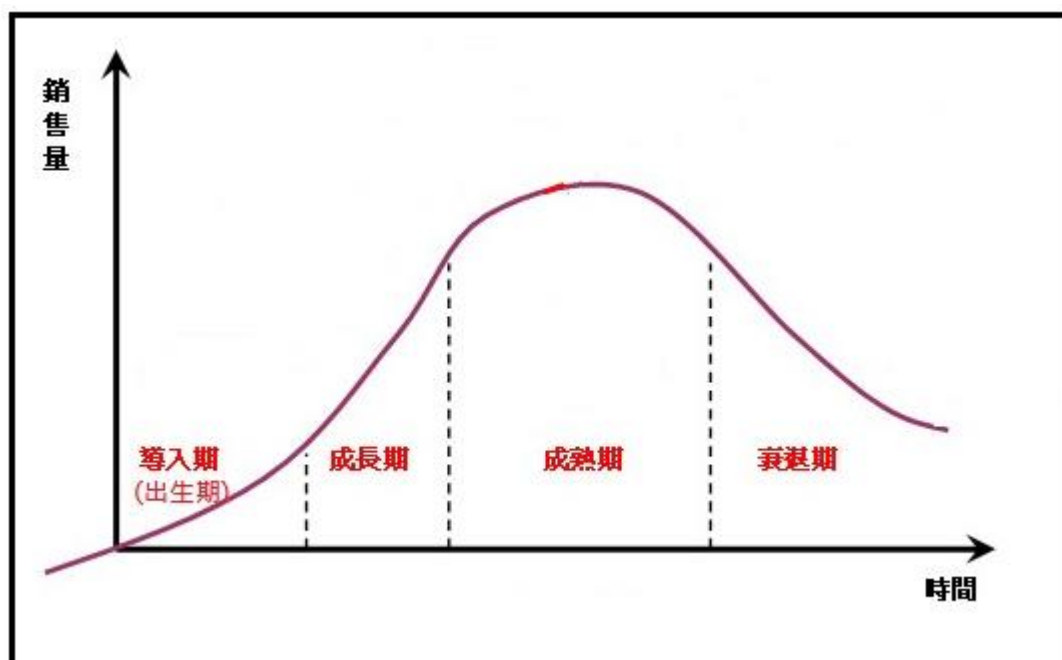


圖 2-1：企業生命週期圖

說明：本研究將企業生命週期分為出生期（導入期）、成長期、成熟期等三個階段描述

參、研究方法

本研究研究之方法為觀察法與(結構式)問卷調查法，觀察法的功能是為了能夠正確及客觀的篩選逢甲商圈內成功的微型企業，在不同時間與時段透過直接的觀察法來選擇逢甲商圈內知名與成功的微型企業，再者，結構式問卷調查法是為了更深入的了解逢甲商圈內微型企業其成功的因素，透過(結構式)的問卷讓受訪者能不受時間限制，也不受旁人干擾，以增加填寫問卷時的真實性與可信度，以確保本研究小組收集資料的正確性。

一、觀察法：

觀察法又常被稱為參與觀察，因為一般來說，研究者必須身在被觀察者之中，只是有些人在觀察時，告訴被觀察者他是觀察者；有些人則是未告訴觀察者。其特色之一為是從「局內人」的角度來看一個現象，而不是遠距離的觀察。而局內人可以看到被觀察者的日常生活點點滴滴，這些日常生活可能會顯示被觀察者內心的態度。而這正是觀察法與其他方法的最大不同之處。特色之二為觀察重視當場情境的紀錄，而不是事後訪問。所以研究者必須在現場待命，隨時紀錄發生的事。如果只能在事後訪問，那麼會缺少第一手的資料，不能確定受訪者所說的正確性。特色之三為觀察研究雖然必須花很多時間在現場，卻可能觀察到一些事先沒想到的理論，進而得到新的發現。雖然現場觀察容易受到當時情境影響，但是收獲可能比事後訪問來得多。

二、(結構式)問卷調查法：

問卷調查法也稱問卷法，是調查者運用統一設計的問卷向被選取的調查對象瞭解情況或徵詢意見的調查方法。問卷調查是以書面提出問題的方式搜集資料的一種研究方法。研究者將所要研究的問題編製成問題表格，以郵寄方式、當面作答或者追蹤訪問方式填答，從而瞭解被測試者對某一現象或問題的看法和意見，所以又稱問題表格法。問卷法的運用，關鍵在於編製問卷，選擇被試和結果分析。其分類可分為三類有開放式、結構式及混合式。開放式：是指對問題的回答不提供任何具體答案，而由被調查者自由填寫。開放式回答的最大優點是靈活性大、適應性強，特別是適合於回答那些答案類型很多、或答案比較複雜、或事先無法確定各種可能答案的問題。同時，它有利於發揮被調查者的主動性和創造性，使他們能夠自由表達意見。

一般地說，開放型回答比封閉型回答能提供更多的信息，有時還會發現一些超出預料的、具有啟發性的回答。開放型回答的缺點是：回答的標準化程度低，整理和分析比較困難，會出現許多一般化的、不準確的、無價值的信息。同時，它要求被調查者有較強的文字表達能力，而且要花費較多填寫時間。這樣，就有可能降低問卷的回覆率和有效率。

結構式：結構式回答有許多優點，它的答案是預先設計的、標準化的，它不僅有利於被調查者正確理解和回答問題，節約回答時間，提高問卷的回覆率和有效率，而且有利於對回答進行統計和定量研究。封閉型回答還有利於詢問一些敏感問題，被調查者對這類問題往往不願寫出自己的看法，但對已有的答案卻有可

能進行真實的選擇。混合式：所謂混合型回答，是指封閉型回答與開放型回答的結合，它實質上是半封閉、半開放的回答類型。（出處：MBA 智庫）

三、訪談步驟：

- (一)、取樣：先以觀察法篩選符合條件之微型企業。
- (二)、訪問：以(結構式)問卷調查法，進行問卷訪談，在訪談前要先將問卷設計成讓受訪者淺顯易懂且與研究主題相關之問卷。
- (三)、調查員之訓練：
 1. 在問卷調查中，調查員要保持中立的態度，不要把自己的意見暗示給被調查者，否則會影響資料的真實性。
 2. 要把握問卷的方向和主題焦點，防止談話偏離調查主題，以免影響效率。
 3. 問卷調查的內容提要簡明扼要。
 4. 根據被調查者的特點，靈活掌握問卷問題的提法。
- (四)、紀錄：訪談過程以筆及錄音器完整紀錄訪問內容。

四、問卷設計

(一)、人格特質：

在心理學上，五大人格特質模型為被用來形容人格特質的五個廣泛人格特質包含的範圍及方面。這個理論基於五大因素模型，分別為經驗開放性、盡責性、外向性、親和性、情緒穩定性。通常取其單字開頭簡稱為「OCEAN」、「NEOAC」、或「CANOE」。在每個因素之下，發現了一個相關且特定的集群；例如：外向性包含相關特性，如：合群、自信、尋求刺激、溫暖、具活動力、正面積極的情緒。五大人格模型能沒有任何重複的解釋人格特質的不同特點，在研究中顯示，五大人格特質模型在晤面、自我描述、與觀察顯示了其合理性；此外，五大因素結構仍會在不同年紀或不同文化被找到。

1、經驗開放性：

基於五因素模型 (The Five Factor Model) 的理論中，具有經驗開放性的人在理智上較為好奇且更傾向有創造力及較常由非常規的想法，在情緒方面上則

較為開放且對於新的事物較有興趣及願意嘗試新的事物，而自由主義道德與經驗開放性也有很大的相關性，像是認同與支持種族寬容政策。因此本研究小組在研究問卷中將有創意、勇於冒險及熱愛自由這三個選項放入人格特質選項中。

2、盡責性：

基於五因素模型（The Five Factor Model）的理論中，具有盡責性的人經常在理智方面表現出不輕言放棄勇於責任等表現，在情緒方面則表現出積極上進、努力向上等在行為方面則表現出具備有統籌規劃及組織計畫等能力。因此本研究小組在研究問卷中將不輕言放棄、積極進取及具計畫及組織能力這三個選項放入人格特質的選項中。

3、外向性：

基於五因素模型（The Five Factor Model）的理論中，具有外向性的人其活動的範圍，從外部活動/情況、活力到從外部方法能量創造，其特徵為與外部世界有顯著的參與，外向的人喜歡與人交往，並常常被視為充滿活力。他們往往熱情、以行動為導向。因此本研究小組將樂觀這單一統籌的選項放入人格特質的選項中。

4、親和性：

基於五因素模型（The Five Factor Model）的理論中，具有親和性的人在社會和諧這點上具有使你易於與別人相處融洽，他們普遍體貼、友好、大方、樂於助人且願意犧牲利益讓步，因此親和性與好的團隊合作技巧相關。因此本研究小組將具親和性這單一統籌的選項放入人格特質的選項中。

5、情緒不穩定性：

基於五因素模型（The Five Factor Model）的理論中，具有情緒不穩定性的人在情緒方面性較易經歷負面情緒，如憤怒、焦慮或抑鬱。而在行為上則出現較難以抉擇事務的行為，在理智上則出現以自我想法為主軸的觀念存在，較無法接受他人意見及想法。因此本研究小組將自我中心及優柔寡斷這兩個選項放入人格特質的選項中。

（二）、企業生命週期：

企業生命週期可以出生期、成長期、成熟期等三個階段描述，由於企業亦可能死亡，因此成熟期的下一個階段就可能是衰退死亡期，不過企業亦可能永續發展，因此成熟期的下一個階段也可能是再生期。

1、出生期：

根據企業生命週期模型理論，企業的出生來自於創業的行動，因此企業家的創業精神與創業企圖是企業出生的原動力。一般而言，無論是從事新開發產品的

事業，或從事模仿跟進產品的事業，在出生期階段營業額很難快速的打開。事實上出生期的企業，經營的重點仍然在瞭解市場與健全企業的各個經營功能。

在出生期邁向成長期的過程中，經常新生企業會遇到許多困難與挫折，也就是要在事業的摸索過程中付出很多的學習成本。這種現象極為類似新產品開發的階段，只有投入而無營業產出，並且還要面臨許多不確定的失敗風險。許多的新創事業，都是在這一個階段夭折死亡，失敗的原因通常都是財務狀況不佳、事業無競爭能力、市場需求不顯著、或創業者的意志不堅。因此本研究小組將高度熱情、地點找尋、硬體設備、人力招募、資金、專業技術能力、原物料供應、人脈、承擔風險能力這九個放入選項企業生命週期-出生期的選項中。

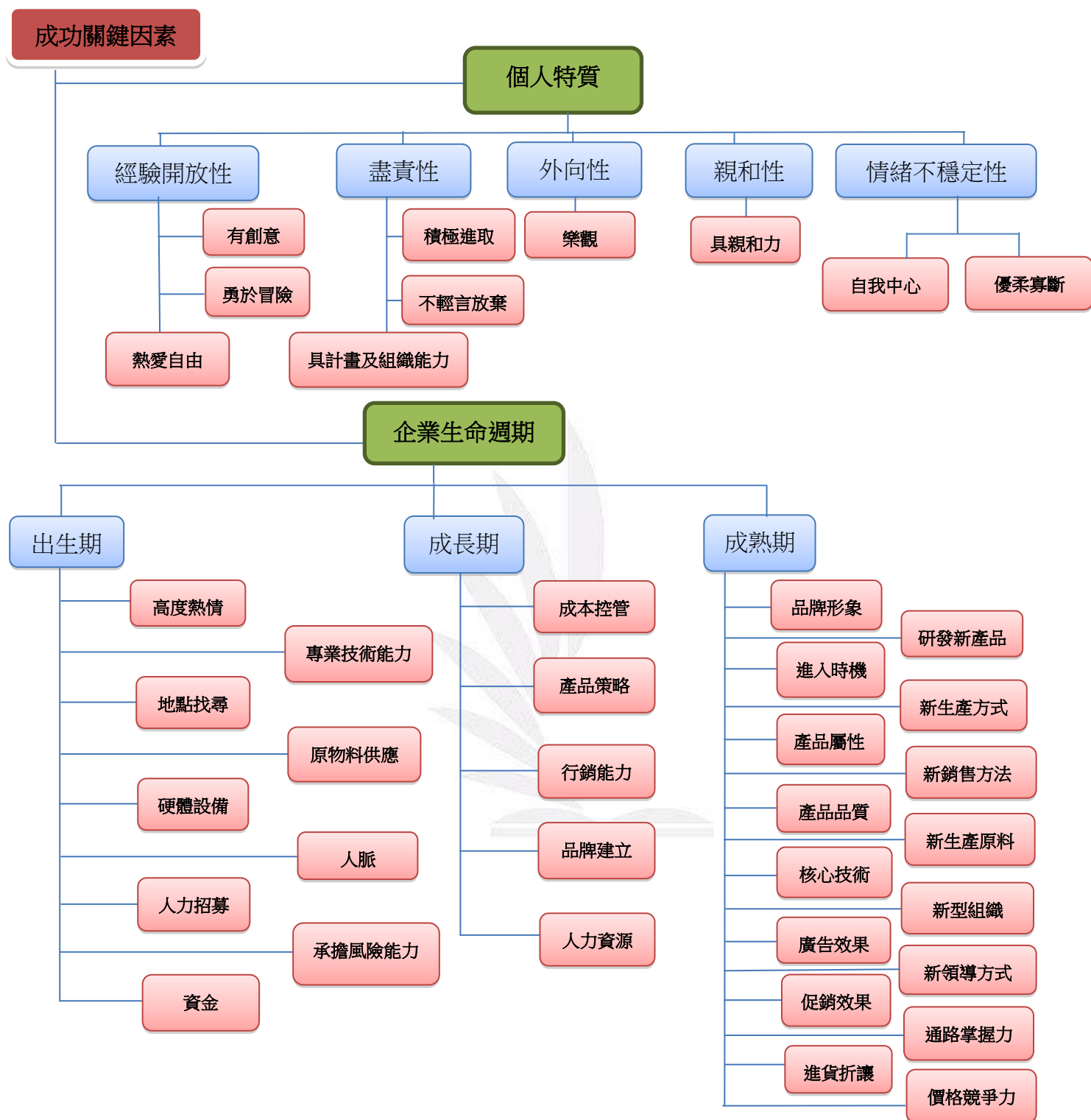
2、成長期:

根據企業生命週期模型理論，如果新事業確實是選擇一個有未來潛力的產品市場，並且創業團隊具有一定的專業能力，那麼企業總會熬過出生期而進入成長期。而邁入成長期的關鍵因素在於，市場機會成熟、學習曲線的效率、以及經營團隊的奮鬥意志力。一旦進入成長期，企業經營就漸入佳境，營業額與經營規模迅速增加，因此經營管理能力與市場佔有率的競爭能力就成為這一階段事業成功的關鍵因素。在這一階段，只要整體市場規模繼續成長，事業經營大都一帆風順。因此本研究小組將成本控管、產品策略、行銷能力、品牌建立、人力資源這五個放入選項企業生命週期-成長期的選項中。

3、成熟期:

據企業生命週期模型理論，當企業與市場達到一定規模，企業就會進入成熟期。成熟期的企業基本不再繼續成長，產品與市場變化不大，內部組織也呈現結構化與老化現象，企業主要視憑藉品牌、市場通路、生產規模來維持其競爭地位。不過隨著市場或產品走向衰退期，成熟期的企業也逐漸邁向凋零，但是也有一些有遠見的企業，在身處成熟期之際，就開始思考下一階段企業的再生與發展，也就是進行所謂企業的二次創業行為與企業組織的再造。由成熟期轉向再生期的企業，一般而言均十分重視新產品與新事業開發的活動，並長期發展其核心資源能力與核心技術能力。也就是說，再生期的轉型是建立在前一生命週期階段的資源基礎之上，進行所謂有計畫的二次創業，因此成功的機會會遠較第一次創業來的大。因此本研究小組將品牌形象、進入時機、產品屬性、產品品質、核心技術、廣告效果、促銷效果、進貨折讓、通路掌握力、價格競爭力、研發新產品、新的生產方式、新的銷售方法、新生產原料、新型組織、新領導方式這十六個選項放入企業生命週期-成熟期的選項中。

五、結構設計



六、問卷整理

一般問卷

微型企業創業之成功因素探討

親愛的創業先進：您好！

問卷目的：

這是一份關於「微型企業創業成功因素之研究」的純學術問卷，希望藉助您的創業經驗分享，可以協助有心創業之青年，作為經營參考的依據。

問卷對象：

為曾經發現、創造和利用適當的創業機會，藉助有效的商業模式與組合生產要素，創立新的事業，以獲得新的商業成功的人。

保密聲明：

本研究採匿名方式進行，受測者彼此不會接觸，而所有取得資料也僅作為學術研究之用，不另做其他用途，敬請放心，懇請您撥冗填答。
感謝您對本研究的支持與協助，希望借重您豐富的創業經驗及專業，提供您寶貴的意見及資料。

最後，再次感謝您對本研究的協助及參與。

敬祝 鴻圖大展 事事如意

(一)、問卷與整理後直線圖：

研究單位：逢甲大學學士班

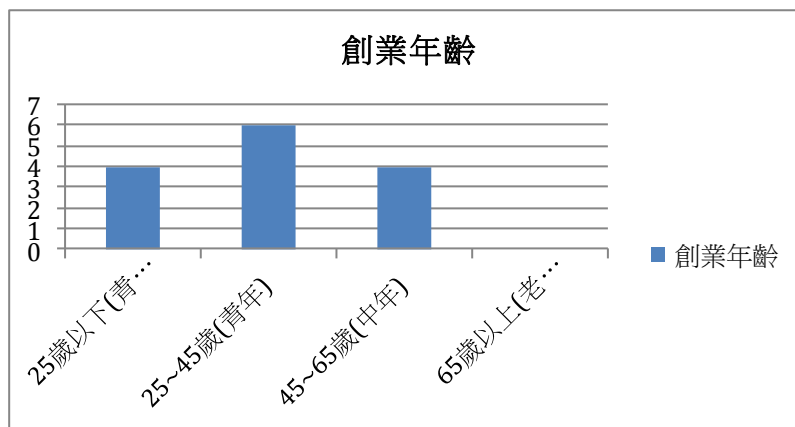
指導老師：張寶蓉

組員：李婉如 黃崑嘉 楊宗翰 吳思彤 趙佳恩 敬上

電子信箱：144852@hotmail.com

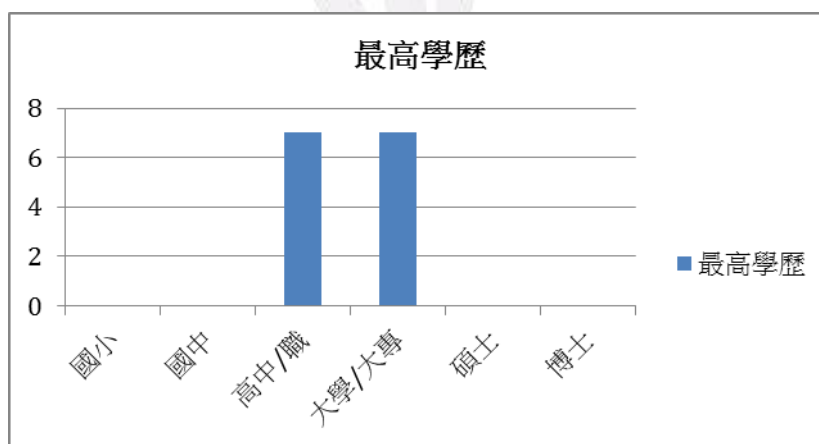
1、基本資料分析

表3-1：創業年齡圖表



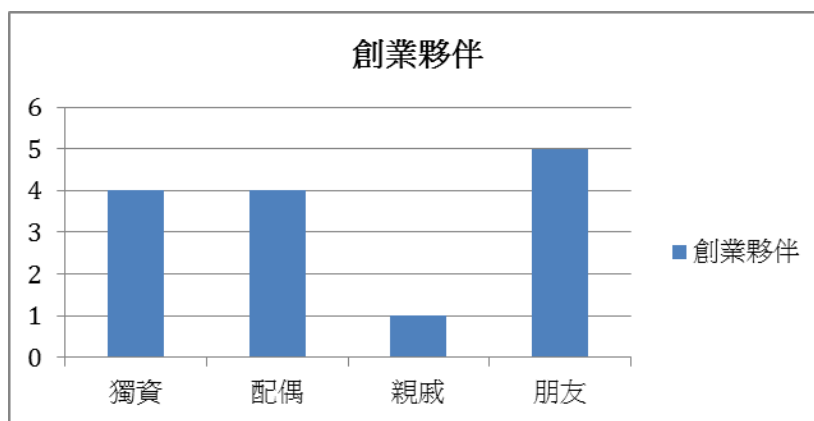
說明：創業年齡25~45歲的青年居多。

表3-2：最高學歷圖表



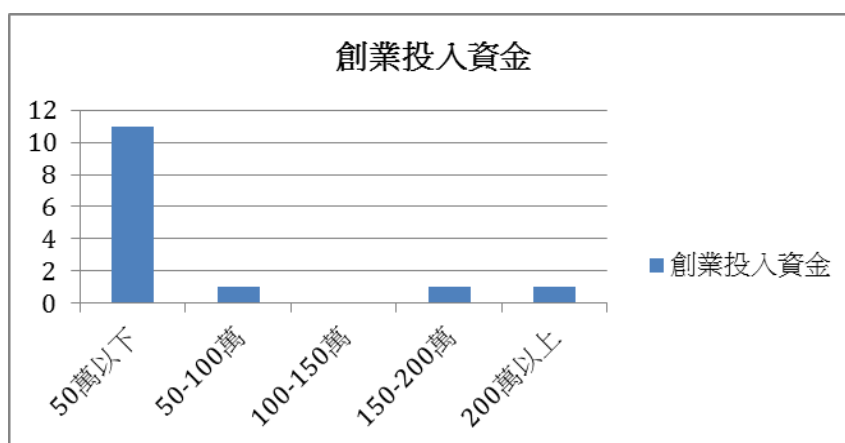
說明：最高學歷普遍分布在高中/職和大學/大專間。

表3-3：創業夥伴圖表



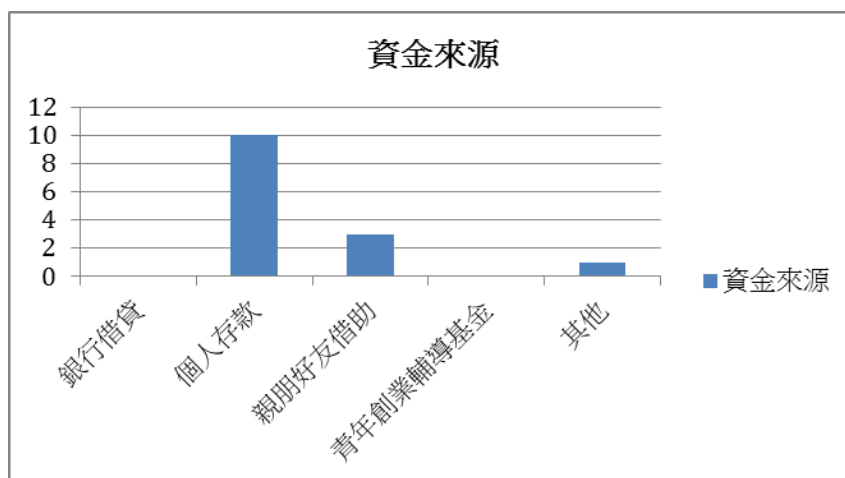
說明：創業夥伴以朋友居多，獨資和與配偶一起創業位居第二。

表 3-4：創業投入資金圖表



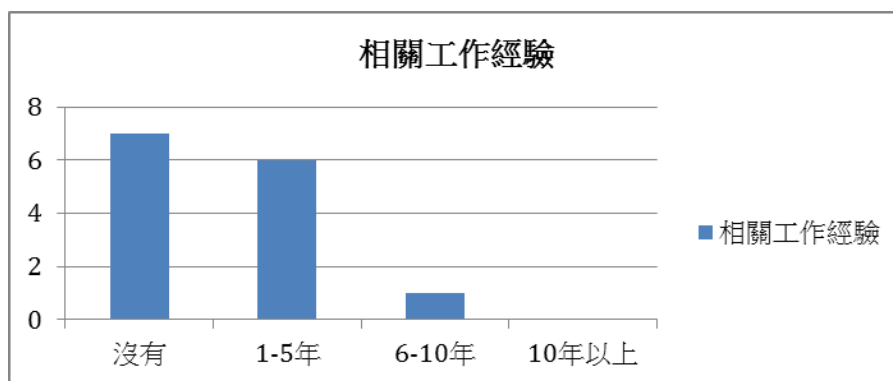
說明：創業時以投入資金 50 萬以下占多數。

表 3-5：資金來源圖表



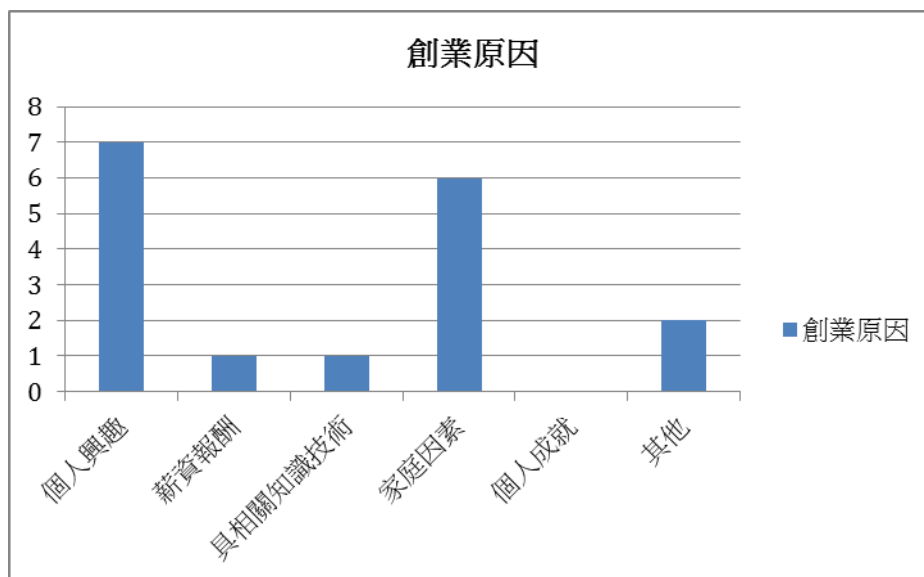
說明：資金來源以個人存款為最多數。

表 3-6：相關工作經驗圖表(家裡從事相關產業或本身科系)



說明：在創業前沒有相關經驗的創業者居多。

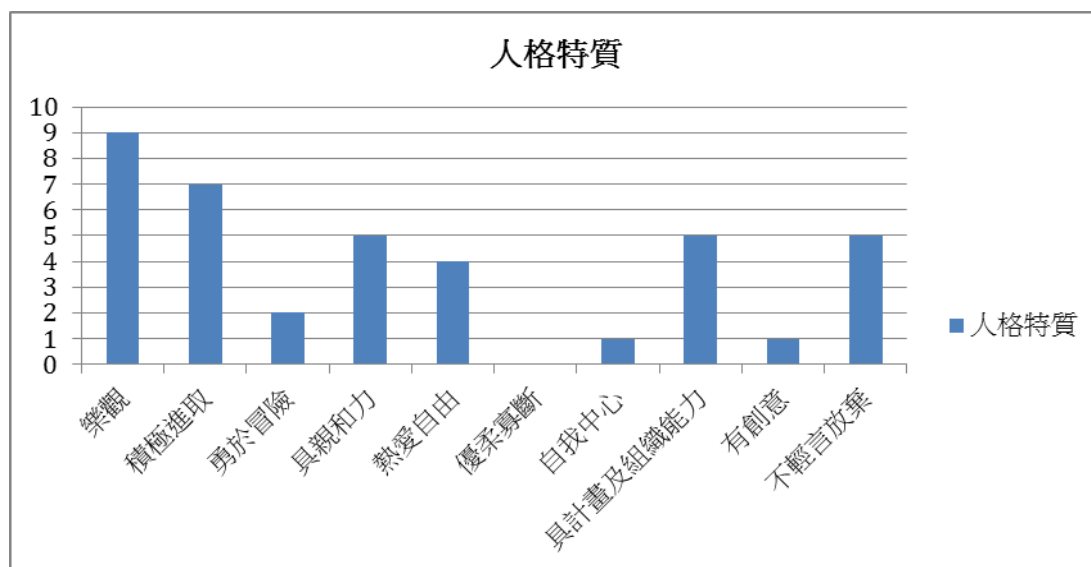
表3-7：創業原因圖表



說明：創業原因以個人興趣為多數，其次為家庭因素。

2、人格特質：

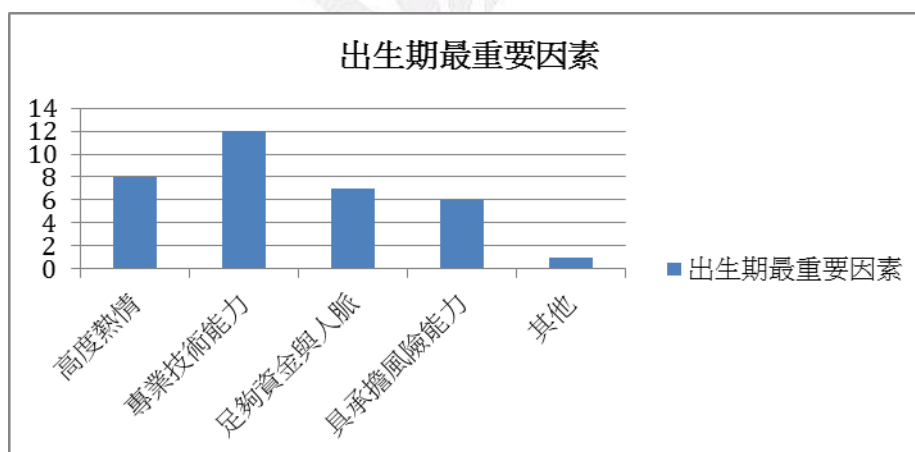
表3-8：人格特質圖表



說明：由長條圖可得知，創業者擁有樂觀的人格特質占多數，再來是積極進取，然後具親和力、計畫及組織能力和不輕言放棄人數一樣多，而這些人格特質都是以正面積極的態度為主。

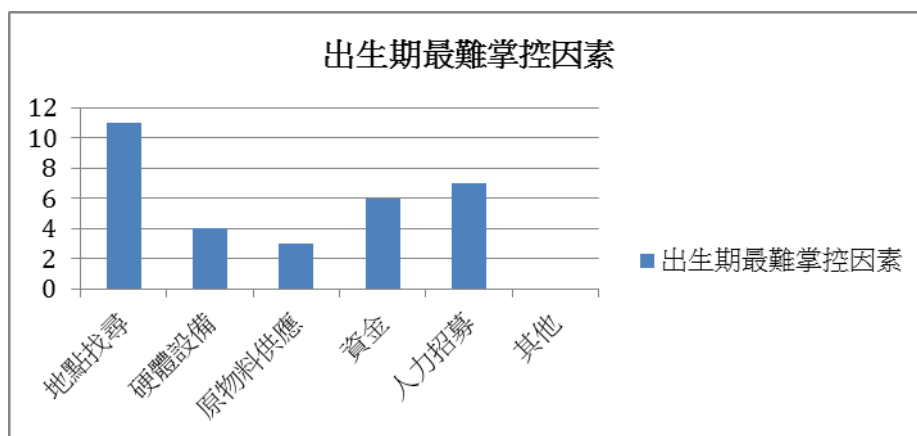
3、生命週期

表3-9：出生期最重要因素圖表



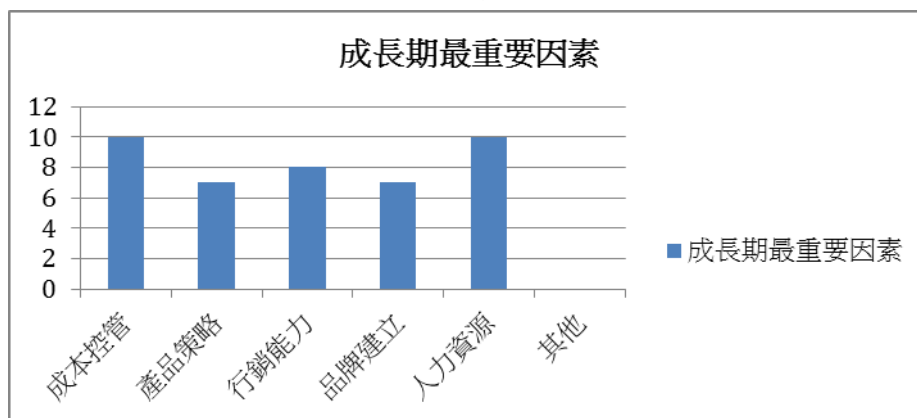
說明：在出生期時，專業技術能力是創業者認為最重要的因素。

表3-10：出生期最難掌握因素圖表



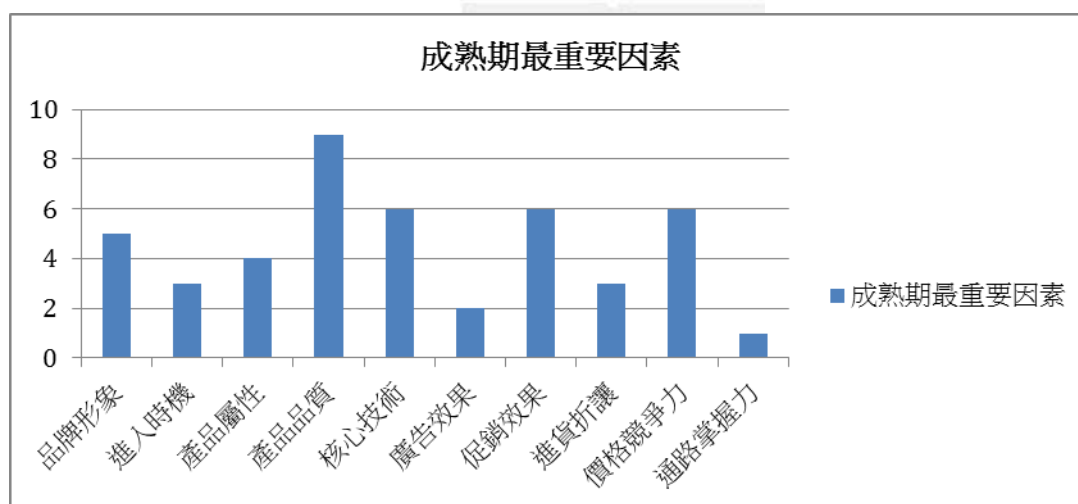
說明:由長條圖可發現，地點找尋為出生期時普遍認為最難掌握的因素。

表3-11：成長期最重要因素圖表



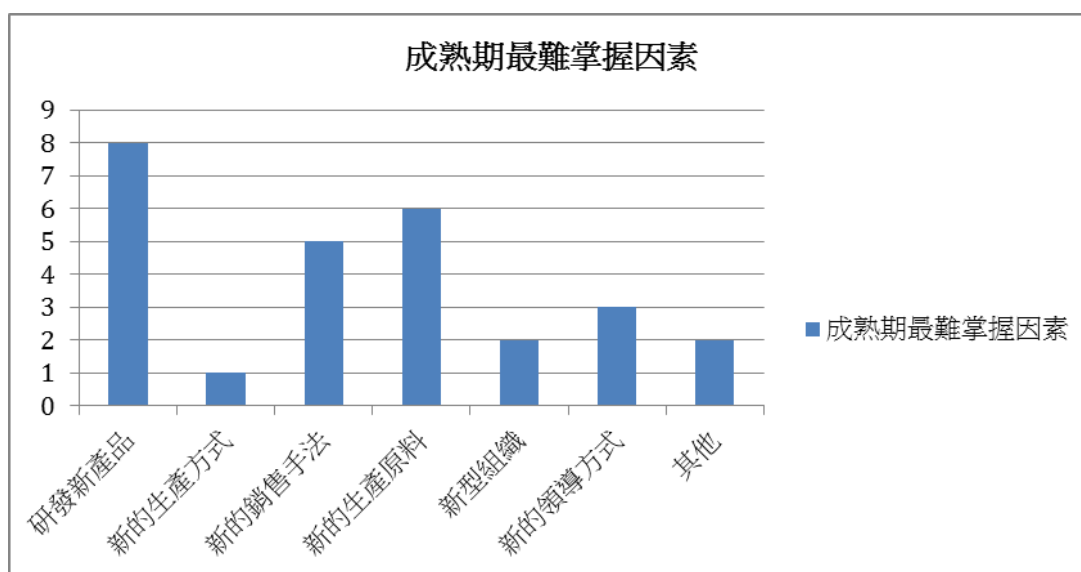
說明:在成長期時，成本控管和人力資源為創業者認為最重要的因素。

表3-12：成熟期最重要因素圖表



說明:在成熟期時，產品品質的重要性明顯高過其他因素。

表3-13：成熟期最難掌握因素圖表



說明：在成熟期時，研發新的產品是創業者認為最難掌握的因素。

肆、結果之分析

本研究於民國102年九月至十月期間先後調查到十四位創業者，根據事先擬定之(結構性)問卷進行相關問答，全程以問卷調查之內容整理並討論出所有與本研究內容之微型企業成功之因素。研究初期，先以觀察法找出最符合本研究目的的對象，進而進行(結構性)問卷調查，並說明研究目的及問卷調查流程，確定調查者的意願後，再進行(結構性)問卷調查。本研究中共有十四位受訪者，以台中逢甲商圈之地區為主，以下是本研究整理說明。

一、個案背景說明

因為此次研究所需，特地以兩周的期間在台中逢甲商圈內以不同時間、時段與地點觀察並找尋本研究所需相關調查之對象，因此找到許多經營有成的店家都非常符合本研究的對象，留下聯絡方式，再進行資料蒐集及討論以確定研究本。

(一)、研究樣本蒐集：

本研究想探討成功關鍵因素，所以根據以下指標進行研究樣本之搜集，以建立代表性。

1、創業時人數未滿五人：

由於本研究想探討的主題為微型企業體創業成功之關鍵因素，而微型企業以員工人數來定義：「中小企業認定標準」中，有所謂「小規模企業」，為製造業員工未滿20人，服務業員工未滿5人之企業。而行政院經濟建設委員會『微型企業創業貸款』係指中小企業發展條例第四條第二項所稱小規模企業中，不分行業，員工數未滿5人者。

2、創業年齡：

需創業滿五年以上，根據經濟部中小企業在2003年統計，初創事業在一年內會倒閉佔百分之三十，三年內會倒閉佔百分之七十，為了增加研究可靠性，創業至少需滿五年以上，才列入本研究對象的樣本中。

3、豐富性：

由於各家業者規模型態不一，特別挑選具有特色，且創業歷程具有貢獻性的店家，以利資料的豐富性。

4、客群多元充足性：

由於台中逢甲商圈於假日時商圈內必定人潮洶湧而各個商圈內的店家也都車馬盈門，所以較難以看出逢甲商圈內店家客群的充足與多元性，基於以上原因本研究小組將在逢甲商圈中以兩周的時間中，以不同的時段、時間及地點來觀察逢甲商圈內的店家，以確保本研究之正確性。

(二)、訪談流程

經觀察法使研究樣本初步確立後，先以親自拜訪的方式與調查對象連絡，說明此次之目的，事先告知將會以問卷調查的方式來調查及研究該受訪者微型企業成功之因素，待確定受訪意願後，先寄予一份先前擬定之訪談結構圖說明訪談內容供受訪者參考，再以電話確定調查的日期與時間、地點，以進行調查。調查過程中，根據文獻探討及小組討論後擬定之問卷進行填寫，在進行填寫問卷途中若受訪者對問題或是其他問卷上時的問題時，本小組組員會以文獻作為基礎一一解釋清楚，以保有原本問題的題意及確保問卷回答的可靠性。訪談結束後，除感謝受訪者協助外，事先告知若資料有遺漏會以電話的方式再將資料補足，懇請協助。

二、問卷結果分析

本研究的主要目的是找出創業的成功關鍵因素，有鑑於此，本研究小組將以幾個角度因素切入，深入了解訪談對象所認為的成功關鍵因素為何，對於創業成功的影響等等，以幫助想要創業的人增加成功的機會，本問卷研究對象店家多為餐飲業，所以多供餐飲業創業者做為參考。

本部分為問卷調查，根據上述之調查結構圖，分為兩大因素進而擬定問題，記載下當時與各店家間的調查內容與回應：

(一)、人格特質：

在許多案例中，事業的成功與業者本身的人格非常有關係，為了檢證是否屬實，本研究針對個人因素切入考究，並且深入了解哪些人格特質為影響創業成功的關鍵因素。

1、經驗開放性：

問題：根據本研究小組，提供給受訪者有關於人格特質的十個選項中：樂觀、積極進取、勇於冒險、具親和力、熱愛自由、優柔寡斷、自我中心、具計畫及組織能力、有創意、不輕言放棄，關於經驗開放性的選項中歸結出圈選率最高的三個選項：勇於冒險、熱愛自由、有創意。

初步分析：

根據以上十四位受訪者所填寫問卷中，在勇於冒險、熱愛自由及有創意中佔百分之十八的比例勾選，因此本研究小組認為經驗開放性為微型企業成功的因素之一。

利基點：

經驗開放性的人為在理智上較好奇、欣賞藝術、較有美感，他們傾向於更有創造力或更能察覺自己的感受，他們較常有非常規的看法。平均來說就是，那些具高開放性的人們，理智上較好奇、情緒較開放、對藝術較有興趣且願意嘗試新事物。而自由主義道德與經驗開放性也有很大的相關性，像是認同與支持種族寬容政策。

那些較不具有經驗開放性的人們傾向於較有常規與傳統的興趣，他們傾向平淡、簡單、含糊和含蓄，被視為對藝術與科學抱持懷疑的態度，或視這些努力為無趣的事，較喜歡熟悉的事物多於新奇、保守且抗拒改變。

2、盡責性：

問題：根據本研究小組，提供給受訪者有關於人格特質的十個選項中：樂觀、積極進取、勇於冒險、具親和力、熱愛自由、優柔寡斷、自我中心、具計

畫及組織能力、有創意、不輕言放棄，關於盡責性的選項中歸結出圈選率最高的三個選項：具組織計畫能力、積極進取、不輕言放棄。

初步分析：

據以上十四位受訪者所填寫問卷中，在具組織計畫能力、積極進取及不輕言放棄中佔百分之四十四的比例勾選，因此本研究小組認為盡責性為微型企業成功的因素之一。

利基點：

盡責性表現出傾向於自律、表現盡責、旨在實現措施或外部期望。它關係到人控制、規範、與引導衝動。較高的盡責性顯示其偏好規劃而非無意識的行為，盡責性平均在青壯年上升，在老年期下降。

3、外向性：

問題：根據本研究小組，提供給受訪者有關於人格特質的十個選項中：樂觀、積極進取、勇於冒險、具親和力、熱愛自由、優柔寡斷、自我中心、具計畫及組織能力、有創意、不輕言放棄，關於外向性的選項中歸結出圈選率最高的選項：樂觀。

初步分析：

據以上十四位受訪者所填寫問卷中，在樂觀中佔百分之二十三的比例勾選，因此本研究小組認為外向性為微型企業成功的因素之一。

利基點：

外向性被定義為活動的範圍，從外部活動/情況、活力到從外部方法能量創造，其特徵為與外部世界有顯著的參與，外向的人喜歡與人交往，並常常被視為充滿活力。他們往往熱情、以行動為導向。他們擁有高能見度、喜歡說話、並斷言自己。

性格內向的人有較低的社會參與和活力，他們傾向安靜、低調、謹慎且較少涉及社會。他們缺乏社會參與不應被解釋為害羞或憂鬱，取而代之，他們更加獨立於世界上，需要較少刺激且需要一個人獨處；但這並不意味著他們不友好或反社會；相反，他們在社交場合保留自己。

4、親和性：

問題：根據本研究小組，提供給受訪者有關於人格特質的十個選項中：樂觀、積極進取、勇於冒險、具親和力、熱愛自由、優柔寡斷、自我中心、具計畫及組織能力、有創意、不輕言放棄，關於親和性的選項中：具親和力。

初步分析：

據以上十四位受訪者所填寫問卷中，在具親和力中佔百分之十三的比例勾選，因此本研究小組認為親和性為微型企業成功的因素之一。

利基點：

親和性反映了在社會和諧這點上普遍觀念的個體差異，具有親和性的個人價值觀使你易於與別人相處融洽，他們普遍體貼、友好、大方、樂於助人且願意犧牲利益讓步，且對於人性持樂觀看法。親和性與好的團隊合作技巧相關，卻與不好的領導技巧有關。

不具親和性的個體在與別人相處時把自我利益擺在其他人前，他們不關心他人的福祉、不太可能為他人竭盡全力、有時他們懷疑別人的動機使他們顯得多疑、不友善、不合作。

5、情緒不穩定性：

問題：根據本研究小組，提供給受訪者有關於人格特質的十個選項中：樂觀、積極進取、勇於冒險、具親和力、熱愛自由、優柔寡斷、自我中心、具計畫及組織能力、有創意、不輕言放棄，關於情緒不穩定性的選項中：自我中心、優柔寡斷。

初步分析：

據以上十四位受訪者所填寫問卷中，在自我中心及優柔寡斷中佔百分之二的比例勾選，因此本研究小組認為情緒不穩定性並非為微型企業成功的因素之一。

利基點：

帶有情緒性較易經歷負面情緒，如憤怒、焦慮或抑鬱。它有時被稱為情緒不穩定性或被徹底改變為情緒穩定性，根據艾森克（1967）的人格理論，情緒不穩定性被視為與壓力忍受力低和厭惡刺激。

那些情緒不穩定性高的人較易有情緒性反應和因為壓力而易感到受傷害，他們可能解釋一般的情況為威脅或解釋輕微挫折為已經毫無希望的困難，他們的負面情緒傾向於存在在不尋常且非常長的一段時間，意指他們常常處於情緒不好的狀態。此外，情緒不穩定性高的人顯示更多反應在電導反應上。在個人成就上缺乏滿足也與高情緒不穩定性有關且可能提高其臨床抑鬱症機率。

而情緒不穩定性低的人則較少憂鬱與情緒反應，傾向冷靜、情緒穩定、且覺得並不會被負面情緒控制。

(二)、企業生命週期

一個成功的創業者也不失為一個成功的微型企業，而在企業中具其企業生命週期，每個階段都有每個階段應注意及經營的重點，此為創業者應注意的重

要細節，本研究以企業生命週期前三期為切入點，深入探討企業如何在不同週期有不同經營重點，進而期望找出微型企業創業之成功因素。

1、出生期

問題：請問你認為創立(出生期)時，下列哪些因素最為重要？

初步分析：

根據十四家受訪店家勾選結構式問卷的回答，我們整理出店家們普遍認為在出生期時具有專業的技術能力最為重要，也顯示了微型創業家對自己專業技術能力有一定的認同與對自己的標準，且因本小組研究對象多為餐飲業者，創業初期便需具備專業技術能力才能在創業時有一定基礎來發展自身事業。也可在未來對自己的產品有一定水準的要求，在工作期間獲得自我價值的肯定。

問題：請問你認為創立(出生期)時，下列哪些因素的準備最難掌握？

初步分析：

根據十四家受訪店家勾選結構式問卷的回答，我們整理出了店家們勾選最多、普遍認為在出生期最難掌握的因素為地點找尋，顯示一開始設定店面的位址有一定難度的考量，例如：店鋪是否位於人潮較多的地段上、人潮流量多寡、交通狀況、周圍居民與商機以及租金價格比較。再再都影響了以後的營運是否順利進行、人潮與客源多寡、獲利、運輸成本。

2、成長期

問題：請問你認為創立(成長期)時，下列哪些因素最為重要？

初步分析：

根據十四家受訪店家勾選結構式問卷的回答，我們整理出了店家們勾選最多、普遍認為在成長期最為重要的因素有成本控管、人力資源；從出生期剛創立漸漸步入事業成長期，當然更須注意到的便是原物料成本上的控管，以提高回本率，讓投資金額可以快速回流，而人力成本的管控也需多加注意，以免多出了不需要的成本，而減少了獲利率。

3、成熟期

問題：請問你認為創立(成熟期)時，下列哪些因素最為重要？

初步分析：

根據十四家受訪店家勾選結構式問卷的回答，我們整理出了店家們勾選最多、普遍認為產品品質為處於成熟期這段企業生命週期裡最為重要的一個因素。企業進入成熟期後更加穩健，此時會開始注意產品品質是否影響顧客回流率，也更想增進自己在口味與技術上的變更與調整，進而改善產品的口感、色澤，使自身產品處於最佳狀態，讓顧客覺得自己是真的很用心在經營自己的事

業，只允許前進而不允許後退的心態，使顧客願意再回到店內消費。

問題：請問你認為創立(成熟期)時，下列哪些因素最難掌握？

初步分析：

根據十四家受訪店家勾選結構式問卷的回答，我們整理出了店家們勾選最多、普遍認為研發新產品為處於成熟期這段企業生命週期裡最難掌握的一個因素。成熟期漸漸穩健後便開始想增加並研發新產品及口味，讓顧客品嚐新的食物，但研發耗時、耗費食材及腦力，且固守以久的製作方法也不易改變，容易受到製作某項產品的舊有程序、原料、方法所影響，不容易跳脫以往框架來研發新的產品，且耗費成本為研發新產品的一顆絆腳石，既有穩定的收益便更難下定決心研發新產品。

(三)、整體分析

依照上述十四家創業者，問卷整理結果總結以下幾點創業成功關鍵因素

1、人格特質

透過整理十四家創業者店家的問卷，發現他們在自我人格特質方面有大略一致的方向，透過初步分析可以獲得的結論如下：

- (1)、創業者多具有經驗開放性之人格特質
- (2)、創業者多具有盡責性之人格特質
- (3)、創業者多具有外向性之人格特質
- (4)、創業者多具有親和性之人格特質
- (5)、創業者多為情緒不穩定性偏低

依十四家店家的問卷整理解析，發現微型企業創業者多為大方、願意嘗試新事物、對份內事務盡責、且相對於普通人之下較於外向並具親和力、傾向冷靜的人格特質。所以具有此上述人格特質的人，較易明白自己的人生目標，而這些人格特質也是導向創業者成功與否的成功關鍵因素。

2、企業生命週期理論

透過整理十四家創業者店家的問卷，發現：

(1)、初期創業時需具有與創業相關的專業技術能力，才能使創業者一開始有創業的利基點與立足點；而初期最難掌握的因素為地點找尋，一開始須先確立店面位址，但找尋需經多方考量與比較，考慮店址、店面產品銷售客群、獲利率，但需一定時間磨合與尋找。

(2)、成長期最為重要的因素有成本控管、人力資源；中期開始考量成本控管與人力資源是否充分運用得宜，是否精確管控生產產品相關成本、是否把對的人放在對的位置、是否有冗員產生。

(3)、產品品質為處於成熟期這段企業生命週期裡最為重要的因素，開始考慮自身產品品質優劣、改善或增進其核心技術、促銷使產品知名度更加廣為人知；研發新產品為處於成熟期這段企業生命週期裡最難掌握的因素，難掌握的原因有研發新產品所需的資金、技術、原料，需要創意發想或經費支出。

由以上企業生命週期理論與問卷推演結果後，得到的結論為創業者成功的關鍵因素應為：在創立初期時考慮技術能力、店址找尋；成長期則應注意成本控管、人力資源方面相關控制、計算；成熟期則需就自己產品品質下去檢討，並考慮是否研發新的產品。

上述有關成本控制、品質、技術、價格、地段等因素的決定都將影響創業者的成功關鍵與否。

伍、結論與建議

一、研究結果與討論

(一)、微型企業創業成功關鍵因素

本組經過三家成功創業的店家研討出來對於創業者創業成功的關鍵因素，分為三個構面來看，包括人格特質、企業生命週期以及其他因素，以下為研究及分析後所得結論分述如下：

1、人格特質：

人格特質為形成一個人特質、性格描述、人格、氣質、價值觀的重要因素，有些為內在人格特質，並不外顯；有些為外在人格特質，在你說話與言談間就容易被人們察覺，綜合所見，為人格特質在各個方面都會影響一個人的行為，會造成不同個體在做事動機、態度、認知等方面有很大的差異，由研究問卷的資料顯示：樂觀、積極進取、具親和力、具計畫及組織能力還有不輕言放棄等人格特質是多數創業者所具備的，所以說正向的人格特質對創業行為有正面的影響，而在與店家訪談過程中，可以從他們說話的語氣以及對自家產品的堅持中得知：創業者以正面思考的精神來處理創業過程中所面臨的瓶頸居多，這正說明了會自行創業者，大多數都是持有正面的人格特質，且總是抱著樂觀以及積極的態度在投入

自身創業上。

2、企業生命週期：

(1)、出生期

- 專業的技術能力最為重要。

一個企業領導者，即便只是微型企業的領導者，都需具備相關的專業技術能力來帶領自己引導的團隊前進，如果沒有技術能力，就無法創造出令人滿意的產品、無法輕易打入市場、無法取得令自己滿意的相關產品結果，所以創業者無論身處哪個領域，在經歷投入期之後，都普遍重視專業技術的能力。

- 地點找尋最難掌握。

選擇地點須考慮商圈的消費狀況與水平、商圈地點的評估、地緣條件的評估、房租價格的考量、成本費用、設定目標消費族群與人數多寡，而各地區的發展程度不一，消費群與客源消費力將有所差異，所以地點找尋須符合適合自身產品發展的地點，便成為商家當初創業時最難掌握的因素。

(2)、成長期

- 成本控管與人力資源最為重要。

在企業成長茁壯的這段期間，是一個企業重要的階段，此階段取決企業是否能成長或者只是持平發展，而利潤成長當然牽涉了企業的成本控管與人員管控，開支控管對於資本有限全靠自身投入的微型企業來說更為重要，要使利潤持續增加，除了銷售額增加以外，更需注意自身產品的成本控管，將成本控管在一定的數量，使利潤能持續成長；而此期間更不能有多的冗員產生，不然便會增加營運成本，使利潤降低，便無法達到預期的企業發展狀況。相反的，若是成本控管做得好的話，便可賺來的利潤重新投入自己的產業，既節省了成本又可重新回流資金於創業。

(3)、成熟期

- 商品品質最為重要。

因本專題企劃商品樣本主要以食品與飲品為主，所以產品本身的品質包含製造原料品質、製造過程使用用具之品質、產品氣味、色澤、形狀，而這些是否能讓大部分的消費者滿意，為微型企業重視品質的創業者所需注意的細節，自身產品品質若好，可以讓一些不具知名度卻很有價值的商品經由部落客、電視節目、社群網路、微電影等媒介來行銷商品，也會讓初次購買的消費者，將使用商品過後的經驗，自願性地透過社群、網路...等媒介作分享，以達到口碑行銷的目的；反之，若是商品的品質未能達到消費者的標準，讓消費者有種被欺騙的感覺，更有可能導致消費者購買慾望下降，並會告知身旁好友不要到此店消費。

- 研發新產品最難掌握。

因研發新產品所需的資金、技術、原料，需要創意發想或經費支出，且需要符合大眾顧客口味，已有固定收入卻投入部分收益進入研發新產品這塊更是一大挑戰。

3、其他因素：

(1)、價格競爭力

- 對「營收」與「獲利」的影響
- 可快速做出因應對策，是有效的市場反應與行銷對策工具
- 「價格」對消費者而言是在購買決策時重要的外部參考與敏感線索
- 對的上游供應商而言，亦具有重要性連動指標
- 對消費者有心理上的影響性

(2)、品牌形象

要建立品牌，形象是相當重要的一個環節。根據一項數據顯示，良好的品牌形象規劃，可以節省 35%-40% 的推廣費用；相同的產品，在實際販售價格最高可達到 120 倍的價差，所謂企業形象設計 (CIS) 是企業精神的基礎，而在本專題研討中為一個微型企業創業者須注意自身產品的形象與定位，掌握顧客對產品的看法，根基紮得穩，將來在推廣與行銷方面，肯定能夠事半功倍。

二、建議

此部份是根本前面所推理分析出來的資料，目的是為了未來有心以微型企業為導向創業之微型企業創業者參考之用，以受訪者之知識、經驗以及分享來分析，將分為人格特質建議、企業生命週期建議與其他建議提供創業新鮮人參考。

(一)、人格特質建議

創業者越具備樂觀、先前知識與創造力的特質越能促使他們去建立網絡關係，意即創業者應具有某種程度的社交能力，而此種能力與創業者的人格特質相關，使其能與他人建立良好的人際關係，藉此獲取人脈，有助於發展本身的事業，一方面創業者可能樂於或因本身所處的情況，而必須與他人分享或取得與創業有關的知識或經驗，繼而建立網絡關係。

(二)、企業生命週期建議

- 1、在出生期時掌握專業技術能力、地點找尋。

- 2、在成長期時掌握成本控管以及人力資源。
- 3、在成熟期時掌握產品品質以及新產品的研發。

(三)、其它建議

1、研究結果發現家中成員有過創業經驗者對於創業意向的影響有顯著差異存在，從中瞭解創業的過程與困難之處，並學習如何因應，藉機培養發現問題及解決問題的能力。

2、研究結果中指出，創業精神在人格特質與創業意向之間產生部份中介的影響，故可以多去參與創業的相關課程，幫助自己瞭解創業的目的、方向與實際創業行為，不論是具有何種人格特質人，均能透過創業精神的建立，提升其創業意向的程度。

(四)、後續研究建議

1、訪問 14 間店家最後僅提出三家作為研究，原因可能是因為本研究限定受訪者的身份必須為企業之創業者，對於誰能夠填答問卷的要求較嚴格，可能是導致回收率偏低的原因。未來若能持續擴充樣本數，將可增加本研究樣本的解釋力。

2、本研究小組訪問之對象多為餐飲業，故資料之合宜性對餐飲業者較為適宜。

3、商家為營利事業，有諸多資料可能不便回答，希望後續研究之訪問各案能夠為學術研究做出周全之資料提供。

陸、參考文獻

一、英文部分

- 1、Barnard (1948)
<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1007111508769>
- 2、BusinessDictionary ,
<http://www.businessdictionary.com/definition/microbusiness.html>
- 3、Hans Eysenck (1947) . ‘Dimensions of Personality.’ (1952) ‘The Scientific Study of Personality’
- 4、<http://www.businessdictionary.com/definition/entrepreneur.html>
- 5、<http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/entreprendre/>
- 6、<http://www.merriam-webster.com/dictionary/entrepreneur>
- 7、<https://www.ofgem.gov.uk/ofgem-publications/57743/ofgem-defining-micro-businesses-180308.pdf>
- 8、Komarraju, M., Karau, S. J., Schmeck, R. R., & Avdic, A. (2011). The big five personality traits, learning styles, and academic achievement. Personality and Individual Differences, 51(4), 472-477.
- 9、Mount, M.K., & Barrick, M.R. The big five personality dimension: Implications for research and practice in human resources management. Research in Personnel and Human Resources Management , 1995 。
- 10、Murphy, K.R. Individual differences and behavior in organizations, Pfeiffer , 1996 。
- 11、Official website of the European Union ,
http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/business_environment/n26026_en.htm
- 12、QFINANCE Dictionary , <http://www.qfinance.com/dictionary/microbusiness>
- 13、Riverso Dictionary , <http://dictionary.reverso.net/french-english/entreprendre>
- 14、Small Business Tool Kit , <http://toolkit.smallbiz.nsw.gov.au/part/20/99/449>
- 15、TheFreeDictionary ,
<http://legal-dictionary.thefreedictionary.com/MICRO+BUSINESS>

二、中文部分

- 16、Big five 五大人格特質模型，WiKi 維基百科，
<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%BA%94%E5%A4%A7%E6%80%A7%E6%A0%BC%E7%89%B9%E8%B4%A8>
- 17、TVBS 新聞，記者/黃荷婷，「做多領少！台全年工時全球第 3 高」，
2013/10/14，<http://news.tvbs.com.tw/entry/506986>
- 18、大紀元電子日報，文／昌融君，” 具備哪些人格特質 比較容易成功？” ，
2012/05/26，
- 19、林文璽、陳律睿，創業家特質、網絡關係對績效的影響，中小企業發展季刊
第 21 期，pp. 25-47，<http://www.smeg.org.tw/doc/JSD-21-2.pdf>
- 20、國家教育研究院，<http://terms.naer.edu.tw/>
- 21、黃堅厚，《人格心理學》。心理出版社，1999 年出版。
- 22、趙文衡，台灣經濟研究月刊” APEC 微型企業議題-兼論台灣微型企業之發展
” ，第 25 卷第 12 期，2002 年 12 月，P23-27，
<http://www.globalpes.com/APEC/microenterprises.htm>
- 23、陳甦彰 Su-Chang Chen1、宋明鴻 Ming-Hung Sung，第 13 屆科際整合管理
研討會 pp377-390，June 26, 2010，
<http://www.scu.edu.tw/ba/2010conference/2010paper/27-2419OH2-1.pdf>
- 24、創業家，MBA 字庫，<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E5%88%9B%E4%B8%9A>
- 25、顏汶姿、許吉同、蔡堡存、李富正、湯家偉。「微型企業創業之成功關鍵因
素探討_以定點式攤販創業模式為例」國立屏東商業技術學院休閒事業經營
系四技部學生。
- 26、岳桂芳。「女性網路創業關鍵成功因素問卷」。國立中正大學會計與科技資訊
研究所碩士班。

柒、附錄

附錄一：問卷

一般問卷

微型企業創業之成功因素探討

親愛的創業先進：您好！

問卷目的：

這是一份關於「微型企業創業成功因素之研究」的純學術問卷，希望藉助您的創業經驗分享，可以協助有心創業之青年，作為經營參考的依據。

問卷對象：

為曾經發現、創造和利用適當的創業機會，藉助有效的商業模式與組合生產要素，創立新的事業，以獲得新的商業成功的人。

保密聲明：

本研究採匿名方式進行，受測者彼此不會接觸，而所有取得資料也僅作為學術研究之用，不另做其他用途，敬請放心，懇請您撥冗填答。
感謝您對本研究的支持與協助，希望借重您豐富的創業經驗及專業，提供您寶貴的意見及資料。

最後，再次感謝您對本研究的協助及參與。

敬祝 鴻圖大展 事事如意

研究單位：逢甲大學學士班

指導老師：張寶蓉

組員：李婉如 黃崑嘉 楊宗翰 吳思彤 趙佳恩 敬上

電子信箱：144852@hotmail.com

問卷：

1. 請問您創業時的年齡：(行政院，2005)

25歲以下(青少年)25~45歲(青年)45歲~65歲(中年)65歲以上(老年)。

2. 請問您的最高學歷：

國小國中高中/職大學/大專碩士博士。

3. 請問您的人格特質：(可複選)

樂觀積極進取勇於冒險具親和力熱愛自由優柔寡斷自我中心
具計畫及組織能力有創意不輕言放棄其他 _____。

4. 請問您的創業夥伴？

獨資配偶親戚朋友。

5. 請問您創業時投入多少資金？

50萬以下50-100萬100-150萬150-200萬200萬以上。

6. 當初創業時預備的創業資金來源？

銀行借貸個人存款親朋好友借助青年創業輔導基金其他_____。

7. 請問您在創業前是否有相關的工作經驗？(家裡從事相關產業或本身科系)

沒有相關的工作經驗1-5年6-10年10年以上。

8. 當初決定自行創業(創業萌芽期)的原因是？

個人興趣薪資報酬具備相關的知識與技術家庭因素個人成就其他
_____。

9. 請問你認為創立(出生期)時，下列哪些因素最為重要？

高度熱情專業的技術能力足夠的資金與人脈具有承擔風險的能力其
他_____。

10. 請問你認為創立(出生期)時，下列哪些因素的準備最難掌握？

地點找尋硬體設備原物料供應資金人力招募其他_____

11. 請問你認為創立(成長期)時，下列哪些因素最為重要？

成本控管產品策略行銷能力品牌建立人力資源其他_____

12. 請問你認為創立(成熟期)時，下列哪些因素最為重要？

品牌形象進入時機產品屬性產品品質核心技術廣告效果促銷效

果 進貨折讓 價格競爭力 通路掌握力 其他 _____

13. 請問你認為創立(成熟期)時，下列哪些因素最為重要?

- 研發新產品 使用新的生產方式 新的銷售方法 新的生產原料 新型組織
 新的領導方式 其他 _____

附錄二：工作分配

楊宗翰	問卷發展與研擬、問卷調查、中文摘要、研究背景與動機目的、初步整理跟排版、週進度表與小組討論紀錄上傳
黃崑嘉	問卷發展與研擬、研究架構發展、問卷調查、研究方法—訪談步驟、問卷設計、結構設計、結果分析—第一節與人格特質、文獻探討搜尋與彙整、週進度表與小組討論紀錄上傳
李婉如	問卷發展與研擬、問卷調查、英文摘要、文獻探討搜尋與彙整、結果分析—企業生命週期、整體分析、問卷整理、問卷長條圖、參考文獻、附錄編排、校稿、北商投稿排版、週進度表與小組討論紀錄上傳、北商研討會PPT製作
吳思彤	問卷發展與研擬、問卷調查、撰寫誌謝、目錄、圖目錄、文獻探討整理、結論與建議、最後彙整與排版編碼、週進度表與小組討論紀錄上傳
趙佳恩	問卷發展與研擬、問卷調查、期中上台報告

附錄三：口頭發表-2013北商論壇接受函

國立臺北商業技術學院

2013 第十二屆北商學術論壇-經營與管理實務研討會

先生/小姐您好：

感謝您對「第十二屆北商學術論壇-2013 商業管理與資訊應用學術研討會」的支持與投稿，恭賀您投稿稿件：「微型企業創業之成功因素探討」乙篇已通過審查委員匿名審查，特以此函敬告審查結果：

■接受並上台(oral)發表。

本研討會將於 102 年 12 月 13 日(星期五)於本校承曦樓 303 教室、304 教室、305 教室舉辦。敬請於 102 年 12 月 3 日(星期二)前回覆出席回條是否參加，寄至：ntcbmbal@gmail.com。

研討會議程於 12 月 6 日下午 5:00 前公告於研討會網頁，再次感謝您對本屆研討會熱情的參與，衷心期盼我們能在研討會相會。

註：

- 一、上台(oral)發表者請於當天自備 PPT 檔案前來，於發表場次前 10 分鐘存入電腦內，發表時間請控制在 10 分鐘左右，會場備有投影機及電腦。
- 二、本研討會備「出席證明」、「摘要論文集」，將於報名時領取由論文發表人領取，每篇文章以提供一份為原則。

肅此 敬頌

研 安

國立臺北商業技術學院商學研究所、企業管理系 敬上

(02)2322-6328/ 2322-6400

FAX:(02)2322-6465

國立臺北商業技術學院

2013 第十二屆北商學術論壇-經營與管理實務研討會

發表地點：國立臺北商業技術學院（台北市濟南路一段 321 號）承曦樓 302、
303、304 教室

發表日期：102 年 12 月 13 日（星期五）

2013 第十二屆北商學術論壇-經營與管理實務研討會發表人報名回條			
姓名(發表人)	李婉如	聯絡電話	0988761649
服務單位	逢甲大學企業管理學系	職稱	學生
論文名稱	微型企業創業之成功關鍵因素探討		
通訊處	台中市西屯區福星北路 98 號女宿 542 寢		
E-mail	144852@hotmail.com		
出席發表	<input checked="" type="checkbox"/> 準時出席 <input type="checkbox"/> 不克前來		
備註:	※ 因校內大樓施工停車不便，敬請出席者多利用大眾交通工具及週邊停車空間。 ※ 上台(oral)發表者請於當天自備檔案。		

※請論文發表人於 102 年 12 月 3 日以 Email 或傳真方式回覆報名回條，以利議程安排。

Mail：ntcbmba1@gmail.com

傳真：[\(02\)23226465](tel:(02)23226465)

附錄四：2013北商論壇議程

2013 NTCB Conference of Business Administration

※ 研討會日期：102年12月13日（星期五）上午08：30 至 下午16：30

時 間	議 程			地 點
08:30~09:00	報到			承曦樓國際會議廳 承 10F
09:00~09:10	開幕式			
09:10~10:40	專題演講:產業經濟			
	演講人	主持人		
	醒吾科大 周添城 校長	張世佳所長、張旭華主任		
10:40-11:00	Coffee Break(承曦樓三樓 公共廣場)			
11:00-12:20	【Session A1】	【Session B1】	【Session C1】	
	承曦樓 302 教室	承曦樓 303 教室	承曦樓 304 教室	
12:20~13:30	午餐時間(承曦樓三樓與會人員休息室)			
13:30~14:50	【Session A2】	【Session B2】	【Session C2】	
	承曦樓 302 教室	承曦樓 303 教室	承曦樓 304 教室	
14:50~15:10	Coffee Break(承曦樓三樓 公共廣場)			
15:10~16:30	【Session A3】	【Session B3】	【Session C3】	
	承曦樓 302 教室	承曦樓 303 教室	承曦樓 304 教室	
16:30	賦歸			

2013 北商學術論壇-經營與管理研討會 2013 NTCB Conference of Business Administration

※ 口頭發表時間：102 年 12 月 13 日（星期五）上午 11:00-12:20

時間	題目	作者
場次 A1(承曦樓 302 教室)		
主持人：龍華科技大學 企業管理系 陳榮輝 助理教授		
主持人：國立臺北商業技術學院 商學研究所 張世佳 教授		
11:00~11:15	中小企業聯盟與聯盟績效影響因素關聯模型之研究 -以航空公司加入天合聯盟為例	管孟忠、陳昇靜
11:15~11:30	創業精神導向對創新能力的影響關係研究-以台灣商業銀行為例	張世佳、簡昭政
11:30~11:45	供應商早期參與程度對製造商採購績效影響的實證研究 -以台灣電機產業為例	張世佳、鄭柏舟
11:45~12:00	供應鏈網絡的決策外部性：以企業赴大陸投資為例	廖俊杰、姚家琳
12:00~12:15	全面品質管理實務對創新能力的影響關係研究-以台灣商業銀行為例	張世佳、陳姿利
12:15~12:20	綜合討論	
場次 B1(承曦樓 303 教室)		
主持人：國立臺北護理學院 資訊管理系 林東正 副教授		
主持人：國立臺北商業技術學院 商學研究所 賴明政 副教授		
11:00~11:15	服務品質實證研究 - 以 T 飯店為例	陳輝煌、楊勝豐
11:15~11:30	顧客至上?我不是故意當奧客!—不正義情境與奧客行為關係之研究	王幸珍、李慶源、黃凱笙、吳奇諺、李欣璇、呂學宜、彭正曜、沈萬吉
11:30~11:45	素人代言人代言廣告的配適度與貼近程度對消費者所產生之廣告態度與購買意願之影響-以全聯先生為例	袁淑萱、侯又慈、翁勗禎、劉佳瑩
11:45~12:00	博物館「展覽發展」的創造力	吳靜宜
12:00~12:15	台韓『機』戰，來源國效應對智慧型手機選擇之影響	邢姍姍、羅詩涵、邱怡庭、蔡慧敏、張雅瀅、羅婉凌、鄭惟尹、丘清玉
12:15~12:20	綜合討論	
場次 C1(承曦樓 304 教室)		
主持人：輔仁大學 資訊管理系 張銀益 副教授		
主持人：國立臺北商業技術學院 商學研究所 李慶長 副教授		
11:00~11:15	供應鏈整合、創新能力及經營績效之影響 -以台灣資訊產業為例	張世佳、連苡茹
11:15~11:30	探討適地性廣告之價值與效果：適地性特性與廣告契合度之影響	管郁君、陳怡芳
11:30~11:45	供應商參與程度、知識應用能力以及關係資本對產品創新績效之影響關係研究	張世佳、陳俐雯
11:45~12:00	經銷商專屬網路訂貨系統使用意圖決定因素之研究-以通訊產品為例	張世佳、詹淑芳
12:00~12:15	應用服務科技化提升電線相關產品 B2C 電子商務服務品質	孫建邦、管孟忠
12:15~12:20	綜合討論	

2013 北商學術論壇-經營與管理研討會
2013 NTCB Conference of Business Administration

※ 口頭發表時間：102 年 12 月 13 日（星期五）下午 13:30-14:50

時間	題目	作者
場次 A2(承曦樓 302 教室)		
主持人：中國文化大學 國際貿易系 毛筱艷 教授		
主持人：國立臺北商業技術學院 企業管理系 邢姍姍副教授		
13：30～13：45	芳香療法偏好對銀髮族消費行為與健康自覺影響之研究	蕭媛文、張承晉、方曉玲
13：45～14：00	影響消費者品牌認知及購買行為的因素-以三家食品業為例	羅天一、盧希鵬、彭碧珍
14：00～14：15	探討業務人員的內部行銷、工作績效與工作滿意之影響—以大台北地區銀行業為例	賴明政、張庭銘
14：15～14：30	消費者卡片認同及其前因對顧客忠誠度的影響	楊運秀、蔡顯童、洪曉好
14：30～14：45	學校內部行銷對工作滿意、組織承諾與組織公民行為之影響—以臺北醫學大學為例	賴明政、劉又溱
14：45～14：50	綜合討論	
場次 B2(承曦樓 303 教室)		
主持人：中國文化大學 觀光休閒事業管理碩士在職專班 林建廷 副教授		
主持人：國立臺北商業技術學院 企業管理系 袁淑萱副教授		
13：30～13：45	Cooperatives in Extremadura (Spain): The Olive Oil Industry	Yvonne Han 、Francisco Rafael Vazquez Albarran
13：45～14：00	科技企業創新能量分析	蘇信寧、陳建成
14：00～14：15	微型企業創業之成功因素探討	張寶蓉、李婉如、黃崑嘉、楊宗翰、吳思彤、趙佳恩
14：15～14：30	台灣中小型國際觀光旅館關鍵成功因素研究	林薇文、蔡裕源、曾進歷
14：30～14：45	跨部門整合程度對工程專案績效影響之研究-以台灣鋼構業為例	張世佳、曾正論
14：45～14：50	綜合討論	
場次 C2(承曦樓 304 教室)		
主持人：致理技術學院 行銷與流通管理系 羅啟峰 助理教授		
主持人：國立臺北商業技術學院 企業管理系 江梓安副教授		
13：30～13：45	以消費價值理論探討適地性服務的使用意願—智慧型行動裝置與服務自我效能為干擾效果	王秀伽、林淑瓊
13：45～14：00	智慧型手機使用者對行動通訊應用程式持續使用意圖之研究-以 LINE 為例	李慶長、李蕙宇、張瑀恩、黃思彤、王星茹、公懋溱、趙瓊仔、邱 迦
14：00～14：15	使用程式碼安全檢測改進軟體品質：以國稅再造專案為例	方仁威、林志聰
14：15～14：30	手機電子書付費意願之研究	邢姍姍、黃郁善
14：30～14：45	台灣海外可轉換公司債價格重設與盈餘管理	王瑪如、郭臻蓉
14：45～14：50	綜合討論	

2013 北商學術論壇-經營與管理研討會
2013 NTCB Conference of Business Administration
 ※ 口頭發表時間：102 年 12 月 13 日（星期五）下午 15:10-16:30

時間	題目	作者
場次 A3(承曦樓 302 教室)		
主持人：樹德科技大學 休閒與觀光管理系 宋玉麒 助理教授 主持人：國立臺北商業技術學院 企業管理系 張旭華 教授		
15：10～15：22	快速找出 Convex Hull 邊線到平行距離內部的所有點-以鴿群模擬資料為例	陳恩航、呂正堯
15：22～15：34	動態人臉辨識系統之研究	陳恩航、郭朝易
15：34～15：46	低碳旅遊之供應鏈新模式研究-以台中谷關溫泉區為例	王本正、謝俊宏、羅孟岐、林侑潔
15：46～15：58	關係性鑲嵌對產品與製程創新之影響	莊閔越、林明杰
15：58～16：10	雲端數位面板廣告效果之研究-以台北某商圈 S 市場為例	李慶長、李麒麟、蔡佳育
16：10～16：22	採用決策實驗室分析法與偏最小平方法探討與比較科技使用者對智慧型手機作業系統之轉換意圖	高于勝
16：22～16：30	綜合討論	
場次 B3(承曦樓 303 教室)		
主持人：崇右技術學院 時尚造型設計系 嚴文位 助理教授 主持人：國立臺北商業技術學院 企業管理系 葉清江 副教授		
15：10～15：22	銷售產品生命週期對行銷人員的工作壓力之影響-以員工性別為干擾變數	范仕勳、毛筱艷、簡元瑜
15：22～15：34	金融機構催收人員的職能對工作績效影響之研究	賴明政、張良宇
15：34～15：46	工作績效、工作滿意度與組織公民行為關係之研究-以大台北地區銀行業務人員為例	賴明政、謝俊雄
15：46～15：58	以知覺價值與自我肯定之觀點探討消費者參與商品預購之意願	張魁峯、江彥成
15：58～16：10	雲端數位看板廣告效果之研究 以台北市 X 百貨為例	李慶長、李麒麟、蔡欣翰
16：10～16：22	促銷策略、產品知識對品牌形象與購買意願之影響	黃盈裕、陳昱諺
16：22～16：30	綜合討論	
場次 C3(承曦樓 304 教室)		
主持人：中國文化大學 資訊管理系 陳恆生 助理教授 主持人：國立臺北商業技術學院 企業管理系 潘慈暉 副教授		
15：10～15：22	Value-at-risk estimates of the stock markets as pondering the volatility of exchange rates	Jung-Bin Su
15：22～15：34	An Empirical Analysis of Sovereign Credit Default Swaps by Taylor's Rule	林炯堯、古永嘉、李淑慧、呂幸蓉
15：34～15：46	原物料與貨幣市場價格傳遞效果之研究	潘慈暉、陳薇如、李蕙妤、林詩涵、郭子庭、謝汶君、黃筱筑、蘇佩慈
15：46～15：58	高階主管異動與公司治理 對公司績效之影響	張椿柏、林玉曼
15：58～16：10	公司淨金融負債型態、成長機會與現金持有價值	蕭慧玲、賴威任
16：10～16：22	台灣長期照護機構經營績效之研究與組織創新-考量不可控制因素	陳百岳
16：22～16：30	綜合討論	



2013 第十二屆北商學術論壇

『商學與管理實務研討會』

2013 NTCB Conference on Management and Practices

《研討會出席證明書》

茲 證明論文發表人張寶蓉 李婉如 黃崑嘉
楊宗翰 吳思彤 趙佳恩 投稿本校

舉辦之『商學與管理實務研討會』並出席發表論文

論文題目：

微型企業創業之成功因素探討



國立臺北商業技術學院商學研究所、企業管理系

中華民國一零二年十二月十三日

附錄五：2013北商論壇合照



圖7-1 2013北商論壇合照

