

壹、緒論

隨著市場快速變化與消費者消費習慣的改變，企業在經營上也面臨著極大的挑戰，必須不斷地透過科技創新提升產品內容以滿足顧客日益增加的需求，從企業內部管理到外部市場的拓展，加速企業創新的步伐，才得以跟上市場變遷的速度。在一個動態的市場環境中，企業若缺乏創新的能力，將使得企業成長停滯甚至導致企業倒閉的情況發生（Yam, Guan, & Pun, 2004）；企業若不思索創新，很容易讓企業消失在歷史的洪流之中。且相較於過去，現在創業更加容易，競爭當然也更為激烈，企業想要立於不敗之地，唯有不斷地創新突破，從企業本體中求新求變及針對問題根源擬出具體對策，來提升產品及服務的內涵豐富性，讓企業能在競爭市場中占有一席之地。科技創新已成為提升企業競爭力不可或缺的重要元素，而科技創新的背後，最主要的目的是希望能使企業在各項經營績效上有亮眼的表現，進而對企業能力有提升的效果，得以讓企業永續經營，再造臺灣經濟奇蹟。

資源基礎觀點主張企業之間的差異來自於企業內部所擁有的資源，而企業的核心能力與無形資產則是企業的優勢資源，企業若想要掌握優勢資源提升企業策略價值，就必須有效整合 IT（information technology）多種軟硬體、資訊通訊科技、智慧資本，而開發出一個有策略價值、獨特、稀少、對手難以模仿、不易轉移且不可替代的企業經營策略。以資源的角度思考企業經營策略，從產品的角度跳脫到資源的掌握，首先要確認公司的資源進而決定市場如何應用這樣的資源獲得最大利益。現今以企業作為主題的研究少有針對企業科技創新能力做深入瞭解，多以個案方式瞭解企業科技創新居多，企業科技創新能力牽涉甚廣，僅針對單一企業做研究，無法通盤瞭解臺灣企業科技創新能力對於企業績效的影響力，加上臺灣企業面臨產品生命週期縮短、市場接受度幅度較大，企業需要進行科技創新來鞏固競爭優勢，讓企業在快速變遷的市場中掌握資源，使企業在技術上領先同業，提升作業流程速度減少資源的浪費、能源的消耗、人工的耗費及提高工作效率。

科學是科技之源，企業唯有不停的創新，才能走在時代潮流的尖端，只有不停的創新，才是企業生存的不二法門。由過去的研究及相關的研究文獻結果可知，無論是學術界與企業界均認為創科技創新能力是能成功地提升企業績效的重要關鍵。為達成企業永續經營的策略目標，企業會為求生存而創新，其往往並不清楚成功的科技創新之關鍵因素為何，更不瞭解科技創新能力帶來企業績效的影響究竟有多大。因此，本研究以企業的科技創新能力作為中介效果探

討企業家的警覺性、智慧資本、企業資訊科技整合與企業績效之間的關係來進行有系統的通盤瞭解與實證研究，對所建構的企業績效影響的因果模式進行驗證，希望藉由此一質性與量化並重之研究過程，以釐清企業家的警覺性、智慧資本、企業資訊科技整合透過科技創新能力對企業績效的相互關聯性，提出具體研究貢獻，並提供可行的實施方案與參考建議，以作為後續企業績效提升因素的參考。

貳、文獻探討

資源基礎觀點 (resource-base view) 一詞首先由 Wernerfelt (1984) 所提出，其認為企業應該轉變決策方向由資源取代產品的思考角度作為最終策略決策，對企業將更有意義，這樣的方式稱為「資源基礎觀點」。Barney (1991) 基於資源基礎的觀點認為，企業擁有的資源能夠使他們獲得競爭優勢，並進一步地領導企業在長期的績效上占據優勢。Barney 的資源基礎觀點主張：企業之所有長期的競爭優勢，最重要的是其本身的價值 (value)、獨特性 (unique)、稀有性 (rarity)、模仿性 (imitability)、可替代性 (substitutability) 及流動性 (mobility)。在此論點下，Mata、Fuerst 與 Barney (1995) 整理前者在資源基礎觀點探討企業持續性的競爭優勢時，發現企業可藉由本身資源與能力的累積與培養，形成長期且持續性的競爭優勢，稱之為「資源基礎觀點之基本架構」。

如何在快速變遷的環境中掌握資源，是目前資源基礎觀點的首要問題。Eisenhardt 與 Martin (2000) 認為，於動盪環境中不斷地創新與改變的營運可相對穩定於同業，且目前正處於未來競爭與市場模糊、技術變動非常快速的競爭市場，是以，企業更必須具備科技創新能力，以掌握動態環境中的資源。Baraldi 與 Nadin (2006) 以知識為基礎的能力將使更多企業資源創新、更靈活，提供企業更具競爭力的希望，創造更高層次的技能。以資源基礎觀點出發，結合資訊科技整合、智慧資本及企業的科技創新能力，使企業長期的競爭基礎在於企業內部資源與能力的累積與培養，而科技創新能力更是使企業提升競爭優勢的關鍵，若能有效以資源為基礎發展科技創新，掌握策略價值、獨特、稀少、對手難以模仿、不易轉移且不可替代的企業經營策略，必能維持企業長期競爭優勢，獲得更多的利潤。