

離島觀光科系學生人格特質、社會資本與創造力對創業意圖影響之研究

梁朝棟、莊雪蒂、梁朝雲*

本研究旨在探討離島地區觀光科系就讀學生的創業意圖，並驗證創造力在人格特質、社會資本與創業意圖之間的中介效果。本研究以澎湖地區高中暨大學生為研究對象，進行問卷調查，並建立結構方程的預測模型。本研究結果發現，原創型創造力、橋接型社會資本與開放經驗特質，是強化學生創業意圖的三大主因。原創型創造力產生極具影響力的中介效果，而實用型創造力則對創業準備也有顯著的中介影響。當深度與生態旅遊日益興盛，離島創業形成風潮之際，如何強化青年學子的創業意圖，成為重要的培育方向之一。本研究結果所呈現出，各類人格特質與社會資本透過創造力之中介，對離島創業意圖所產生的複雜互動和綜整影響，會對在地教育機構的教學策略和輔導措施，以及地方政府的產業政策及鼓勵措施有所啟示。

關鍵詞：人格特質、社會資本、創造力、創業意圖、離島觀光

梁朝棟：龍華科技大學文化創意與數位媒體設計學系助理教授

莊雪蒂：國立馬公高級中學英文教師

* 梁朝雲：國立臺灣大學生物產業傳播暨發展學系教授

（通訊作者：cliang@ntu.edu.tw）

The Influences of Personality Traits, Social Capital, and Creativity on the Entrepreneurial Intentions of Tourism Students on a Remote Island

Chao-Tung Liang, Hsueh-Ti Chuang, & Chaoyun Liang*

The current study investigated the influence of personality traits, social capital, and creativity on the entrepreneurial intentions of students on the Penghu Island, Taiwan and the study also examined the mediating effects of student creativity. The research participants were students from the tourism programmes of National Magong High School and National Penghu University of Science and Technology. Valid survey data were collected and analysed using confirmatory factor analysis and structural equation modelling. The results indicated that the originality type of creativity, bridging social capital, and trait openness were the factors most strongly affecting entrepreneurial intention. Whereas the originality type of creativity possessed the overriding mediating effect, the usefulness type of creativity had a significant effect on entrepreneurial preparation. As ecotourism flourishes and more young people consider entrepreneurship, identifying effective methods for strengthening the entrepreneurial intentions of students has become a crucial objective of talent development. The complex interactions between the variables used in the current study as well as their synthesised effects could have critical implications for the instructional strategies and guidance interventions for local education institutions and for industrial policies and entrepreneurial incentives offered by the local government.

Keywords: *creativity, entrepreneurial intentions, personality traits, remote island tourism, social capital*

Chao-Tung Liang: Assistant Professor, Department of Cultural Creativity and Digital Media Design, Lunghwa University of Science

Hsueh-Ti Chuang: English Teacher, National Magong High School

*Chaoyun Liang: Professor, Department of Bio-Industry Communication and Development, National Taiwan University (corresponding author: cliang@ntu.edu.tw)

離島觀光科系學生人格特質、社會資本與創造力對創業意圖影響之研究

梁朝棟、莊雪蒂、梁朝雲

壹、緒論

觀光休旅業與服務業密不可分，是全球最大，也是最能創造就業機會的產業之一（于宗先，2005）。觀光發展不僅可以增加當地工作機會和民眾收入，更能促進區域發展與國際交流。觀光業屬於高度人力密集的產業，根據世界旅遊觀光委員會（World Travel and Tourism Council〔WTTC〕）的統計，全球目前從事觀光休旅的僱員即已超過1億人口。觀光業的發展態勢，當然也會蔓延到偏鄉或離島。這些低密度開發的地區，因為保留下豐沛的自然生態，已成為當前都會人假日休旅的首選。儘管觀光業能為偏鄉或離島帶來龐大的經濟產值及眾多的就業機會，但要能同時維繫服務品質與兼顧生態平衡，卻需要更多的人力投入。如何吸引專業人士到這些地區創業，提供具特色且高品質的休旅活動，已成為當前該產業及相關學域一個時興且重要的課題。

本研究聚焦於澎湖觀光科系學生，留於當地從事休旅創業的意圖。過去研究結果顯示，具有強烈創業意圖的人們，通常會兼具外向、開放經驗，和審慎的人格，也同時會有較低的神經質及和諧特質（Brandstätter, 2011; Wang, Chang, Yao, & Liang, 2016; Zhao, Seibert, & Lumpkin, 2010）。多位學者亦指出，具高度創造力的人們通常也會展現出不凡的創業意圖（Fatoki, 2010; Liang et al., 2017）。學術文獻另強調，社會資本（social capital）會顯著影響人們（特別是青年族群）的創業意圖（Liñán & Santos, 2007; Sharma, 2014）。不過，目前缺乏針對上述變項影響創業意圖的綜整研究，將諸此影響聚焦於離島偏鄉的觀光創業者更為罕見。缺乏對此一環節的透析，將無法針對區域暨產業發展、政策資源研擬，以及人才培育措施等，提出具體的建議，終將導致資源配置不當、區域發展失衡，與經濟政策不彰等缺憾。

基於上述研究背景與學術文獻，本研究即針對澎湖地區觀光科系學生進行調查，

希望理解在離島就讀學生的人格特質、創造力，與社會資本如何影響其觀光創業意圖，並分析創造力在此複雜關係中所產生的中介效果。本研究成果不僅可提供給校方進行人才培育活動發展之準則，亦可提供地方政府作為發展觀光產業及輔導創業之依據，更可推廣至國內相關系所與產業調整其正規教育和在職訓練之參考。

貳、研究情境與文獻探討

一、研究情境

澎湖群島，未受汙染，其蔚藍海岸、潔白沙灘，以及壯麗玄武岩節理等自然生態，吸引大量的國內外遊客到此度假。但該地交通運輸不便，多種民生資源須仰賴臺灣本島輸入。澎湖居民過去多以農漁業為主，隨著社會轉型，傳統產業式微，新興產業卻發展不利，年輕族群的就業機會減少，為了謀生而產生遷徙的現象。不過，諸此現象在近年來似有轉機，國內外觀光休旅風氣日盛，澎湖縣政府透過花火節、海鱸節、多元海上活動，並結合南方四島國家公園、具地方特色的傳統建築和聚落，以及豐富海陸域生物資源與壯觀地景，搭配各類旅遊行程及行銷方式來吸引遊客。2015 年後，重光度假旅館興建營運移轉案的簽訂與五星級福朋喜來登大酒店的開幕，可望在未來數十年之間創造出巨大的觀光產值，但這些產值的背後都需要大量的專業人力投入，才能得以支撐。

觀光領域因產業轉型帶動起人力需求，國內在過去 20 年間紛紛設立相關科系，離島澎湖亦未置身於外。國立馬公高中在 1991 年即設立觀光科，澎湖科技大學亦於 1993 年增設觀光事業科，後來擴增為今日的觀光休閒學院（現有觀光休閒、餐旅管理，與海洋遊憩 3 個學系）。這些科系的學生擁有地利之便，在自然資源相對豐沛的產業環境中即學即用，而對應的產業亦較易從鄰近學校聘到訓練有素的員工。不過，因為澎湖地理環境與四季氣候的限制，大型企業生存不易，加上近年來經濟蕭條，年輕族群薪資低盪，反而掀起返鄉耕耘或在地創業的風氣。不過，綜觀過往離島相關研究，大多集中在觀光市場分析、遊憩行為、資源規劃、行銷策略、環境衝擊、風險管理、居民態度等，鮮少能量聚焦於探究觀光專業人才的偏鄉或離島創業行為（Chia & Liang, 2016）。本研究的規劃與執行，即是希望能為彌補此一研究缺口奉獻綿薄心力。

二、偏鄉創業、創業意圖與課程影響

偏鄉工作機會較少，因此創業成為必要考慮的選項之一，而創業意圖經常會是探討創業行為的重要起點。Thompson（2009）將「創業意圖」定義為：創建新企業或為現有企業增值的信念、準備，以及持續規劃的決心。過往研究指出，創業意圖是一種規劃行為（planned behavior）的強韌指標，創業意圖亦為行動促發扮演著重要的中介角色（Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000）。創業意圖雖起源自 Ajzen（1991）的規劃行為學說，然而 Pittaway 與 Cope（2007）強調，中小企業和非營利企業之創業意圖，與一般營利事業不同，此一論點與本研究聚焦的離島創業型態，相當吻合。而 Wang、Peng 與 Liang（2014）研發出具信度與效度的創業意圖量表，本研究即參用此量表進行調查。

在澎湖創業研究方面，高明瑞、蔡敦浩與林慧音（2012）提及，澎湖季風會對當地農業造成巨大的限制與損害，並反省離島在地區發展上所面臨的危機，這些危機不僅涉及個人或企業的經濟發展，還廣涉到社會、環境、國土等永續發展的考量。蔡敦浩、高明瑞、劉育忠與林慧音（2013）以敘說探究來分析澎湖創業者，並總結 3 項發現：想像帶領創業者跨越知識與空間邊界的限制；旅行讓創業者找到跨越文化與經濟邊界限制的支撐點；對話讓創業者彼此跨越創業資本的思維邊界限制。蔡敦浩等人建議，學校宜鼓勵更多商管和人社學院的學生一起進入田野，參與創業的實作歷程，以打破目前因為教育學門精細劃分，導致創業空間的疏離及創業者的養成困難。

許多學者指出，為了讓畢業學子留在當地工作或是吸引外來人才到偏鄉工作，很多學校已然調整課程規劃，將實習課程的地點移到偏鄉地區，或讓學生多體驗在偏鄉地區工作的歷程（Akinsorotan, Adesiji, Ogunlade, & Opabo, 2007; Yao, Peng, Lee, & Liang, 2016）。莊雪蒂（2016）研究發現，澎湖地區觀光科系學生之學習滿意度會正向影響其留鄉工作態度。基礎專業和通識課程的滿意度愈高，學生的孤立感會愈低，友誼感和自主感則會提升；而動手做的實務課程及校外實習之滿意度愈高，學生的孤立感會愈高。莊雪蒂指出，這是因為學生到臺灣本島實習後，反而會覺得澎湖所提供的實習和工作機會相對較少。截至目前，對於校園創業（特別是學生端）的啟蒙關鍵和指導歷程，少有深入研究和具體成果，其中對於人格特質、創造力、社會資本，和創業意圖的統整研究，又付之闕如。

三、人格特質對創業意圖的影響

「人格」(personality) 乙字源自拉丁文 *persona*，其原意指演員所戴的面具，然而人格絕不僅只於外像與行為，還包括更多內隱的特質。人格是指個體真正的自我，包含其內在動機、情緒、習慣、思想等，是個體對人、對己、對事，乃至於對整個環境適應所顯現出來的獨特個性，此獨特個性係由個體在遺傳、環境、學習等因素交互作用下，表現於身心特徵上，具有相當的統整、穩定與持續性（張春興，1995）。國際上少有實證文獻清晰指稱具創業意圖的個體，其人格特質的樣貌；不過，卻有大量文獻已整理出創業家的人格特質。創業意圖與創業行為關係密切，人格特質既對創業行為有顯著影響，則可間接推論：探究人格特質與創業意圖的關係，應會發現相似型態。

「五因素模式」(Five-factor Model 或 Big Five Model) 是發展相當穩定的人格理論。倡導五因素模式的學者認為，人格特質主要涵蓋：開放經驗 (openness to experience)、外向 (extraversion)、和諧 (agreeableness)、審慎 (conscientiousness) 與神經質 (neuroticism) 等 5 個面向。當代後設研究結果顯示，個人的人格特質與創業行為密切相關 (Brandstätter, 2011)。學者們認為，行銷人員多具外向特質，而創業家則像行銷人員一般，需要遊說投資者以爭取支持，或是說服顧客去購買他們的產品或是服務 (Zhao & Seibert, 2006)。過去研究亦提及，具備開放經驗特質的人們，比較適應改變 (Brandstätter)，且較喜歡創新想法的探索，並應用多元的方法來發展產品、服務，以及商業策略 (Zhao & Seibert)。

一般而言，創業家都是高度自信的個體，且堅信他們能因應外在環境並控制成效 (Brandstätter, 2011)，這些個性皆與神經質特質有關。學者們也發現，創業家通常都有強大的成就動機；也就是說，他們多具備審慎特質 (Wang et al., 2016)。另則，因缺乏資金與資源，創業家在創業之初，常會在較少的法律保障和較大的財務風險下營運事業，因此會變得較為自私和易起競爭。這時，他們會展現出較低的和諧特質 (Zhao & Seibert, 2006)。近年來已有幾份學術研究結果顯示，具有創業意圖的人們，會兼具外向、開放經驗，和審慎的特質，也同時會有較低的神經質與和諧特質 (Brandstätter; Wang et al.; Zhao & Seibert)。

在國內研究方面，胡夢蕾 (2008) 指出，開放經驗、外向、和諧、審慎等 4 項人格特質，都能預測學生的創業態度。陳甦彰與宋明鴻 (2010) 研究亦支持大學生之 5 大人格特質與其創業意圖有顯著的相關性，其中又與審慎特質最高。施雅惠 (2010)

研究復驗證，開放經驗及審慎兩項特質對學生創業意圖具有正向的解釋力。Chen 與 Chen (2015) 以多媒體系所學生為例，探討學生人格特質透過創造力來影響其創業意圖。該研究結果顯示，開放經驗、審慎、與和諧等 3 種人格特質，均會透過創造力來影響學生的創業意圖；而外向與神經質 2 種人格特質，對其創業意圖卻無顯著的影響力。就直接效果而言，開放經驗會正向地影響創業信念，審慎特質會正向地影響創業準備，而和諧特質卻會負向地影響創業準備。綜合上述，也基於澎湖年輕人口流失現實，及外向特質族群因熱衷人際互動與社會參與 (Brandstätter, 2011; Wang et al., 2016) 可能傾向到臺灣本島就業的行為模式。也因此，本研究提出以下兩項假設：

H1.1：開放經驗和審慎的人格特質會正向影響離島學生創業意圖；

H1.2：外向、神經質，與和諧的人格特質會負向影響離島學生創業意圖。

四、社會資本對創業意圖的影響

社會資本近年來已成為社會、管理、經濟、政治學中，一個快速成長的理論、概念和研究方法。社會資本的共識概念為「社會性、社會網絡，以及社會支持、信任、互惠、社區和市民參與」(傅仰止，2005)，它既可被定義為靜態的人際社會網絡與資源，又可被定義為動態之關係網絡的有效動員。Putnam (1995) 與王振寰 (2003) 俱指出，運用社會資本須特別考量關係強弱和網絡信任。在關係強弱方面，強連結(關係密度但缺乏外在聯繫，亦稱為凝聚型社會資本) 實際且有效，但常會形成封閉系統，不利於改變；弱連結(內部互動鬆散但卻又有外在聯繫，亦稱為橋接型社會資本) 缺乏效率，但具有創新潛能。在網絡信任方面，強勢競爭的經濟體中，社會資本通常是弱連結，並信任專業；而弱勢競爭的經濟體中，則會依賴人際關係，形成較封閉的系統。

許多學者指出，成功的創業家通常會擁有強大且特有的社會資本，有助於其找尋商機、取得資源，以及開發市場 (Aguinis, Ansari, Jayasingam, & Aafaqi, 2008)。Dess 與 Lumpkin (2005) 也認為，企業應在高度授權並著重社會資本的方式下營運，讓企業內個人或群體產生為願景而奮鬥的原動力，會有助於其創業的態度發展與行動觸發。過往研究亦顯示，社會資本與創業行為之間呈現正向相關，居住在都市者要比居住鄉村者更會應用社會資本，也較易察覺機會 (Arenius & Clercq, 2005)。文獻另指出，社會資本會促進創業家新設公司的企圖 (Liñán & Santos, 2007)。尤其是對青年族群，社會資本網絡會強烈地影響著他們的創業意圖與職涯選擇 (Liang et al., 2017;

Sharma, 2014)。

在學校教育方面，陳意文（2016）提及，校園內的創業課程對社會資本與知識移轉具有顯著的影響力。多位學者亦強調，體驗型課程（如融合教育和校外實習等）會厚植學生的社會資本，對學生面對未來顧客、接觸工作夥伴、學習與主管相處、建立多元人脈，以及職涯選擇，都有直接且實質的幫助，並能強化學校在社會參與上的密度（顏瑞隆，2014；Kim & Park, 2013; Seyitoğlu & Yirik, 2014）。學期間在偏鄉實習的經驗及所建立的人脈，都會讓學生產生更積極的意圖續留偏鄉工作（Movahedi, Latifi, & Sayyar, 2013）。另在學校社會資本對學生成就動機方面，Lee、Croninger 與 Smith（1994）發現師生之間的信任關係（教師社會資本），有助於瀕臨輟學的學生得以繼續就學，甚至因此而順利畢業。學校社會資本亦涵蓋正向的同儕關係，Brooks（2007）即指出，同儕之間的友誼可提供彼此情感上的支持，學業與非學業的經驗都會影響大學生的學業表現和生涯發展。根據晚近針對不同國家與地區大學學生創業意圖的研究結果（Ip, Liang, Wu, Law, & Liu, 2018; Liang et al., 2017; Liñán & Santos, 2007; Yang, Gong, & Huo, 2011），本研究因此假設：

H2.1：凝聚型社會資本會正向影響離島學生創業意圖；

H2.2：橋接型社會資本會正向影響離島學生創業意圖。

五、創造力對創業意圖的影響

Runco 與 Jaeger（2012）指出，創造力的核心為：「原創」（originality）與「實用」（usefulness）。「原創」亦可被視為：新穎（novelty）、不尋常（uncommonness）、驚奇（surprise）等概念。而「實用」則可涵蓋：合宜（appropriateness）、有效（effectiveness）、務實（practicality）、價值（value）、變通（flexibility）等概念。Lin、Hsu 與 Liang（2014）綜整眾家學說後指出，「原創型創造力」可被定義為：人們產出新穎或獨特之想法、行為或作品的能力；「實用型創造力」可被定義為：人們產出合宜、有效益或有價值之想法、行為或作品的能力。這些前所未有或具實用型的想法、行為或作品，都必須要能獲得特定社會文化脈絡的認同。

在知識經濟體系中，創業家需要優異的創造力，尤其處於辨識和評估商機，以及啟動創業等關鍵的階段（Liñán, 2008）。創造力是創業意圖的關鍵要素（Fatoki, 2010），高度創造力者也通常會展現強烈的創業意圖（Zampetakis, 2008）。為因應知識經濟年代的到來，臺灣自 2003 年即發布創造力教育白皮書，其中兼論創業精神，並強調透

過知識資本之有效運用，提高產業附加價值，促進產業轉型。許多學者亦強調，專業領域相關知能、人格特質、心智習性、後設認知、倫理關懷等，對創造力培養的重要性（林偉文，2011；Batey, Furnham, & Safiullina, 2010; Craft, Gardner, & Claxton, 2008; Davis, 1989）。大專院校一直被認為是新知開發和技術創新的泉源，校園內的開發和創新都有益於創業活動，這些創業活動不僅來自教授研發團隊的科研移轉，也有來自學生之「車庫」創業（Shane, 2004）。過往研究指出，校園創新氣氛會透過工作滿意度和自我效能之增強來提升師生的創業意圖（Lee, Wong, Foo, & Leung, 2011）。Chia 與 Liang（2016）研究結果更顯示，原創型創造力能顯著地預測觀光系所學生赴偏鄉創業的意圖。因此，本研究假設：

H3.1：原創型創造力會正向影響離島學生創業意圖；

H3.2：實用型創造力會正向影響離島學生創業意圖。

六、創造力的中介角色

就 5 大人格特質而言，若干研究指出，高創造力的人會具有高度的開放經驗與外向特質，但低度和諧的人格；另神經質和審慎特質對創造力的影響，則呈現不穩定的狀態（King, McKee Walker, & Broyles, 1996; Prabhu, Sutton, & Sauser, 2008）。此一不確定性可能肇因於各研究對 5 大人格相關性的區分不清，以及尚無區辨創造力 2 大面向有關。不過，晚近研究已見突破，例如 Chen 與 Chen（2015）確認，開放經驗與審慎特質都能預測原創型和實用型這 2 種創造力；另 Chang、Peng、Lin 與 Liang（2015）指出，審慎與和諧特質都能影響實用型創造力；還有，梁朝雲（2013）研究結果亦顯示，神經質特質透過個體的想像力，能夠顯著地影響其原創型和實用型這 2 種創造力。也因此，本研究預期，創造力在人格特質和創業意圖之間，將潛在扮演中介變項的角色。

學術文獻另指出，團體的社會網絡能豐富成員的知識和經驗，因此能促進獨特創造力的產生（Sivadas & Dwyer, 2000）。新近研究結果亦支持上述論點，如 Gemmell、Boland 與 Kolb（2012）調查發現，相互信賴的夥伴在交換訊息及精煉想法的過程中，對特定議題會形成一個共享的認知，有利於高度創造力的大量產出。對企業發展來講，Richter、Hirst、van Knippenberg 與 Baer（2012）認為，社會資本的擁有與接取，將會有效地擴大可應用的資源，有利於激發個體創業的創造力。Jamshidi 與 Kenarsari（2015）研究亦驗證，綿密的企業內外社會資本，將強化員工的創新思維與創造能力。

本研究也因此預期，創造力在社會資本和創業意圖間可扮演潛在的中介角色。綜合上述，本研究假設：人格特質與社會資本將會透過原創型與實用型創造力的中介，對學生的離島創業意圖產生正向的影響（研究架構如圖 1）。亦即：

- H4.1：開放經驗和審慎特質會透過創造力的中介正向影響離島學生創業意圖；
- H4.2：外向、神經質，與和諧特質會透過創造力的中介負向影響離島學生創業意圖；
- H5.1：凝聚型社會資本會透過創造力的中介正向影響離島學生創業意圖；
- H5.2：橋接型社會資本會透過創造力的中介正向影響離島學生創業意圖。

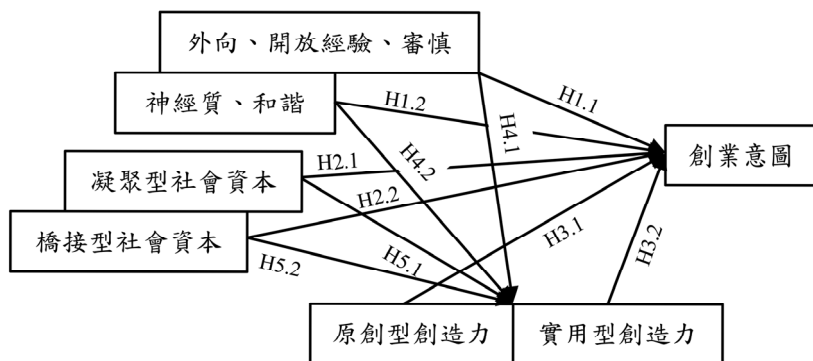


圖 1 離島就讀學生創業意圖之研究架構

參、研究方法

一、研究對象

本研究針對馬公高中觀光科及澎湖科技大學觀光休閒與餐旅管理兩系學生，排除高一及大一學生後，進行問卷調查。本研究共回收 456 份問卷，剔除掉不良問卷後，留有 407 份進入後續統計。表 1 為本研究之描述性統計，用以理解此次調查樣本的輪廓。

表 1 樣本分析

類別		人數
性別	男性	118
	女性	289
年級	高二	33
	高三	32
	大二	122
	大三	120
	大四	100
科系	高中觀光	65
	科大餐旅	132
	科大觀光	210

n = 407

二、調查工具

本研究測量工具共分為 5 大部分。第一部分為性別、年級、科系之人口調查。

第二部分「人格特質」採取 Thompson (2008) 所研發之 5 大人格國際版本，外向特質 Cronbach's alphas 係數為.87，因素負荷量為.70；開放經驗特質 Cronbach's alphas 係數為.85，因素負荷量為.67；審慎特質 Cronbach's alphas 係數為.87，因素負荷量為.70；神經質特質 Cronbach's alphas 係數為.79，因素負荷量為.62；和諧特質 Cronbach's alphas 係數為.81，因素負荷量為.63。研究團隊取因素負荷高之 10 題進行調查。

第三部分「社會資本」採用 Williams (2006) 所發展的社會資本評測量表，原文所示凝聚型社會資本 Cronbach's alphas 為.90，因素負荷量為.72；橋接型社會資本 Cronbach's alphas 為.84，因素負荷量為.64。本研究取其因素負荷高之 10 題進行施測。

第四部分「創造力」係依據 Lin 等人 (2014) 研發，Chia 與 Liang (2016) 修改的 12 題創造力量表進行調查。原文之原創型創造力 Cronbach's alphas 為.89，因素負荷量為.78；實用型創造力 Cronbach's alphas 為.86，因素負荷量為.71。

而第五部分「創業意圖」則採 Wang 等人 (2014) 研發，Chia 與 Liang (2016)

修改之 10 題量表，該文將創業意圖區分為「創業信念」與「創業準備」兩因素。原文之創業信念 Cronbach's alphas 為.84，因素負荷量為.75；創業準備 Cronbach's alphas 為.83，因素負荷量為.72。

本研究所採問卷題項均來自國際頂尖期刊論文之發表量表，問卷設計係採用李克特量表（Likert-type Scale）以六點量表設計，分為「極為同意」、「很同意」、「大致同意」、「大致不同意」、「很不同意」、「極不同意」，計分方式則依上列順序分別給予 6、5、4、3、2、1 分。分數越高者，代表觀光系所學生在該變項之程度越高。

三、調查過程

研究團隊先與馬公高中與澎湖科技大學兩系之教師與主管聯繫，在說明研究目的，並檢視過問卷內容後，獲得施測的支持。研究團隊遂與各課程授課老師聯繫，應用下課前 5 分鐘實施問卷發放與回收。各班調查前皆有針對問卷內容詳實說明，並強調以澎湖離島現況與受測者實際感受答覆問卷。受測者若有問題，團隊成員亦皆已當場即時回覆，受測者清楚是針對離島情境所問。對於身處於外實習的學生，則拜託授課教師以電子郵件傳送問卷，請託學生幫忙填寫並回傳給研究團隊。當問卷回收後，研究團隊仔細檢查並剔除掉不良問卷，如未填寫完成、遺漏值過多、答案過度一致，以及反向題邏輯不合者。最終納入後續分析的樣本共計 407 份，並進行驗證性因素分析與結構方程模型之建立。

肆、資料分析

一、驗證性因素分析

本研究以 LISREL 8.80，針對回收問卷進行驗證性因素分析，「人格特質」如預期分為：外向、開放經驗、神經質、審慎，及和諧等 5 個構念；「創造力」形成原創與實用兩個構念；「社會資本」區分為橋接和凝聚兩個構念；而「創業意圖」則分為信念和準備兩個構念。上述量表經分析後，驗證其因素結構與參考文獻一致且穩定。

本研究驗證性因素分析之適配指數為： $\chi^2 = 1804.30$ ， $df = 562$ ， $p < .05$ ，CFI = .95，RMSEA = .077，SRMR = .054，NFI = .94，NNFI = .95，依據 Tabachnick 與 Fidell (2001)

的標準衡定，此樣本之模型適配度良好。「人格特質」量表各題項之標準化參數估計值在.50 ~ .93 間（測量誤差介於.31 ~ .66 間），「創造力」量表各題項之標準化參數估計值在.72 ~ .90 間（測量誤差介於.20 ~ .48 間），「社會資本」量表各題項之標準化參數估計值在.57 ~ .92 間（測量誤差介於.18 ~ .68 間），「創業意圖」量表各題項之標準化參數估計值在.53 ~ .86 間（測量誤差介於.26 ~ .72 間）。4 個變項區分出的 11 個因素間的組合（composite reliability）介於.85~.93 間，平均變異萃取量（average variance extracted）介於.54~.72 間，而區辨效度（discrimination validity）所檢定的各信賴區間都不包括 1，整體信度與效度都通過考驗。

二、結構方程模型

本研究所假設的創造力中介模式在統計分析上獲得支持，依據 Tabachnick 與 Fidell（2001）設定標準顯示適配指數表現良好（ $\chi^2 = 2120.61$, $df = 582$, $p < .05$, CFI = .95, RMSEA = .079, SRMR = .064, NFI = .93, NNFI = .95）。在本研究中，「創業意圖」之信念和準備兩個構念的解釋變異量（ R^2 ）分別達到 28% 和 33% 的水準，中介效果的效應請參見表 2 之間接效果。

根據本研究結構方程模型圖 2 所示，學生的開放經驗和審慎人格特質，會直接或間接地正向影響其創業意圖，因此 H1.1 獲得支持；而外向與和諧特質確實會對創業意圖產生負向影響，但因神經質人格無顯著影響，因此 H1.2 亦獲得部分支持。在社會資本方面，凝聚型社會資本只能微小地影響創業信念，但對創業準備並無顯著影響，本研究提 H2.1 獲得部分支持；而橋接型社會資本影響創業信念與準備的效果相當明顯，所提 H2.2 獲得支持。在創造力方面，原創型創造力既能影響創業信念，亦可影響創業準備，因此 H3.1 獲得支持；而實用型創造力雖可影響創業準備，但對創業信念並無顯著的效果，因此 H3.2 獲得部分支持。

在創造力所形成的中介效果上，觀光科系學生的開放經驗和審慎特質，會透過兩類型創造力的中介，間接且正向影響其創業準備，但只有開放經驗特質會間接影響其創業信念，因此 H4.1 獲得部分支持；然而，外向會透過實用型創造力間接影響創業準備，但類似的中介效果並未發生在和諧及神經質的人格特質上，因此 H4.2 亦僅獲得部分支持。此外，凝聚型社會資本未透過兩類型創造力的中介發揮影響力，H5.1 因此也未獲支持；而橋接型社會資本確實可以透過兩類型創造力的中介，分別對創業信念和創業準備產生不等的影響，H5.2 因此獲得支持。

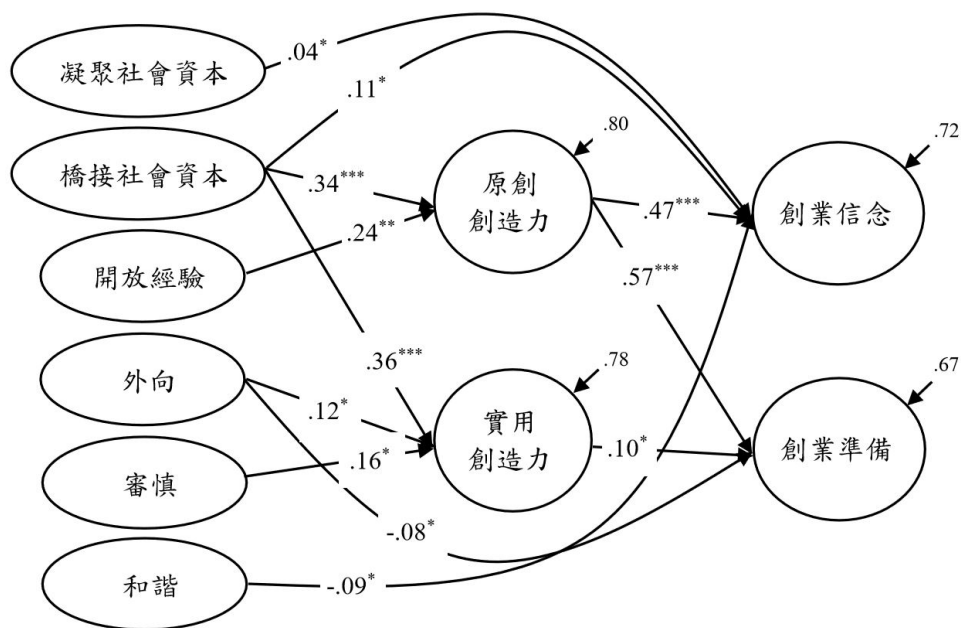


圖 2 離島就讀學生創業意圖之結構方程模型 ($n = 407$)

表 2 結構方程模型之預測效果

自變項或中介變項	直接效果		間接效果		總和效果	
	信念	準備	信念	準備	信念	準備
1. 凝聚型社會資本	.04*	0	0	0	.04*	0
2. 橋接型社會資本	.11*	0	.16*	.23**	.27**	.23**
3. 開放經驗特質	0	0	.11*	.14*	.11*	.14*
4. 外向特質	0	-.08*	0	.01*	0	-.07*
5. 審慎特質	0	0	0	.02*	0	.02*
6. 和諧特質	-.09*	0	0	0	-.09*	0
7. 原創型創造力	.47***	.57***	0	0	.47***	.57***
8. 實用型創造力	0	.10	0	0	0	.10*

$n = 407$

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

伍、研究討論

本研究驗證性因素分析結果，皆顯示各變項之因素結構吻合學理及過往研究。結構方程分析結果所產生的直接暨間接效果，將逐一討論如下：

一、直接效果

本研究結果指出，原創型創造力是正向且直接影響創業信念最有力的因素，其次依序為橋接型社會資本與凝聚型社會資本，而和諧特質則有少許負向的直接影響。原創型創造力對創業信念的正向影響在晚近多項研究中被反覆成功地驗證（Ip et al., 2018; Liang et al., 2017），本研究將此一論點延伸到離島創業的脈絡中。此結果意味著，在服務資源和能量相對貧脊的離島中，具備「從無到有」的原創型創造力，才會有自信能開發出新穎獨特的休旅商品。橋接型會比凝聚型社會資本對創業信念產生更大的正向影響，這反應出觀光產業專業多元的本質（Amoah & Baum, 1997）；也意味著，若能在學生時代結識更多跨領域的朋友，將有利於鞏固其離島創業的信念。此外，和諧特質會負向影響創業信念，此結果與過往研究相同（Brandstätter, 2011; Zhao & Seibert, 2006），代表此一特質將有損其信念的堅定；亦象徵著，在創業團隊中需要降低人云亦云的夥伴。

在創業準備方面，本研究發現，原創型創造力亦有強大的正向影響力，若再具備實用型創造力，則會產生加乘的效果，吻合過往研究的論述（Liang et al., 2017; Liu, Ip, & Liang, 2018）。此研究結果意味著，當學生有心要準備離島創業時，不能僅擁有「從無到有」的原創力，更必須要能有效地開發出合宜且適域的休旅商品，這種對當地市場有吸引力的旅遊服務才能創造出藍海商機。此外，有部分學生家居澎湖，本有世傳祖業，如何將其創新，賦予更高的觀光價值，也是在創業準備時需要具備的能力。有趣的是，本研究結果顯示，外向特質會降低其創業準備的意願，此雖違逆過往在創業人格上的通論（Zhao & Seibert, 2006），但似乎也彰顯出離島年輕族群的困境。外向的人喜好也擅長社交（Brandstätter, 2011; Wang et al., 2016），對較缺乏豐富多變之生活情趣，以及有半年因季風而無法正常營業的澎湖而言，這類型的年輕族群外移就業的機率確實會較高。

二、間接效果

本研究結果顯示，學生的橋接型社會資本可透過原創型創造力，來提升其創業信念。異質性人脈能擴張個人視野、專業知能，與可應用資源，有利於產出創意及突破困境（Richter et al., 2012; Sivadas & Dwyer, 2000），續而提升創業信念。此外，本研究亦發現，個體學生之開放經驗特質也會透過原創型創造力，來鞏固其創業信念。開放特質向來都是預測創造力的強韌指標（Chang et al., 2015; Prabhu et al., 2008），就學理驗證而言，此結果並不意外，但青年學子是否會因為吸收許多臺灣本島或國外資訊後，產生嚮往而不願在離島辛苦創業？此亦本是研究團隊私下臆測的可能。不過，研究結果未證實此一猜測；意味著，若能在課程上，增多深度、活潑地鑲嵌可以活學活用的在地元素，並在就讀期間多給予離島內外的平衡體驗與產業實況，即便是具有開放經驗特質的青年學子，在其自主選擇下，仍可能會有強大的創業信念。

橋接型社會資本與開放經驗特質不僅會間接地影響創業信念，更會透過原創型創造力增進其創業的準備程度，與新近研究結果（Liang et al., 2017）相似。這意味著，青年學子在著手準備創業之際，因欠缺產業經驗，需要連結多元專長的社會人脈，並以開放的心胸雅納多方意見，這些都會讓創業的準備工作做得更為紮實，也更能保證未來的成功。本研究同時發現，外向與審慎特質都會透過實用型創造力影響創業準備，儘管此中介效果相當微弱，但仍有學理及實務的意涵。此一結果吻合國內外多篇論述（胡夢蕾，2008；施雅惠，2010；Chen & Chen, 2015），亦在學理上增加了創造力中介的促進力量。在教育實務上則意味著，即便是在社交機會較為欠缺的離島工作，只要發揮原創力並審慎經營，仍可突破因海洋隔閡所造成的資源不足、機會短缺，以及市場侷促的困境。現今因資訊傳播科技的盛行，多少可以彌補空間所造成的時間障礙與心力耗損。

陸、結論與建議

綜整而言，對觀光科系學生的創業信念最具正向影響力的因素是原創型創造力，其次依序為：橋接型社會資本、開放經驗特質，以及凝聚型社會資本，和諧特質對創業信念則有負向之影響。而對創業準備最具正向影響力的因素是原創型創造力，其次

依序為：橋接型社會資本、開放經驗特質、實用型創造力，以及審慎特質，另外向特質對創業信念則有負向之影響。原創型創造力產生極具影響力的中介效果，而實用型創造力則僅對創業準備產生顯著的中介效果。

本研究如同其他研究一般，亦有難以避免的限制：(1)本研究鎖定在觀光餐旅學域，且聚焦於離島就讀學生，導致研究結果與過往研究結論或有不同，亦無法推論到其他學域；(2)本研究採用自陳式量表調查亦會形成不可避免的研究限制，但也相對讓普查式的大型樣本偵測變成可能；(3)本研究在實施高中端調查前，儘管皆由研究成員詳細解說問卷內容與受測者權益，但未進一步於事先取得受測學生之家長知情同意書，恐不足符合研究倫理規範，堪為日後警惕；以及(4)本研究自變項對創業意圖的解釋力未盡理想，可能和未納入社經變項（如產業趨勢、經濟現況、地方發展、國際局勢等）有關。不過，這些研究限制亦彰顯出未來可以突破的方向。

觀光產業向來是多元、異質，與專業的。觀光活動可以是休閒的、文化的、生態的、運動的，甚或是冒險的、宗教的、商務的、美容的。在這些多元面貌下的行程旁，經常會伴隨著美食、住宿、表演、節慶、療癒、伴手禮等的各類商機或服務組合。近年來更可以發現，精緻化、客製化、生態類、知識型、講究深度的休旅活動越來越多。這些較小規模客群的活動，極適合在地嚮導帶領，也吸引許多青年族群投入，幫忙規劃合宜行程、造訪私人景點、安排特色餐飲、享受不同住宿。一股觀光青年創業風潮，正在鼓動與形成當中。在此之際，如何豐富並強化青年學子的創業意圖與經營知能，便成為重要的培育方向。以下即就澎湖教育機構、在地產業，與地方政府提出若干實務建議：

（一）澎湖地區教育機構

建議在學校課程中盡量融入在地素材，特別是澎湖獨特的自然生態與歷史文化，並連結當地社區營造和文史工作團隊的力量，設計出活潑多元的實境體驗，讓學生認知這些資源的獨特及美好。教學活動宜增加網路媒體的應用知能，以彌補因離島空間隔閡而可能斷續的新知與人情。學校另可著重創造力教學並定期舉辦觀光創意比賽，鼓舞創新休旅商品和服務的研發；亦可設立創業學程，厚植相關知能並強調即學即用。此外，也建議學校強化課外學習的多元性及活絡度，讓學生透過社團結識多元專長與志同道合的夥伴。學校也可利用旅遊淡季透過學生社團邀請學生家長和好友到澎湖參訪，分享離島慢活型態及純樸人情味的友善與溫暖。最後，強化系友暨校友組織，

並吸引系校友返鄉投資或創業。這些都能有效地提升學生的原創力、實用力、異質網絡、同質人脈，並有利於開放經驗。

（二）在地產業

建議地方產業能用心設計並盡量提供產學交流和專業實習的學習活動，讓學生有更多元的機會應驗所學。也建議產業人士可贊助學校舉辦的創意比賽，並擔任評審工作，或參與創業學程的教學任務。毋須將學生視為未來的競爭對手，宜當成將離島市場做大的事業夥伴。也因此，要能更用心地幫忙培育這些未來可能掌舵的尖兵，同時思考並解決需才、育才、用才、留才的問題。地方產業的投入和支持，會是強化學生創造力與社會資本的一帖良方。

（三）地方政府

建議地方政府能與學校聯合發展青年創業學程，一以惠益就讀學生，二以幫助在地鄉親。也建議地方政府規劃鼓勵產業投入育才與留才的措施，並多下資源在青年創業政策或鼓勵返鄉措施上，厚植學子築夢踏實的能量。地方政府另可多與世界各國的知名島嶼政府建立姊妹島聯盟，以提供學校和產業較難企及的國際視野、友誼和機會。當然，設計一些能讓離鄉背井的學生感受到離島情懷和情牽鄉民的活動，未來可能將澎湖視為自己的原鄉來奉獻。這些都會是政府可以協助學生擴展視野、深蘊感念，並共創未來的社會資本。

參考文獻

- 于宗先（2005）。觀光業是創造就業機會最大的產業。*經濟前瞻*，97，14-18。
- [Yu, C. -S. (2005). Tourism is the industry creating the largest employment opportunities. *Economic Outlook Bimonthly*, 97, 14-18.]
- 王振寰（2003）。知識經濟時代的社會資本。*科學發展*，362，52-56。
- [Wang, J. -H. (2005). Social capitals in the knowledge economy age. *Science Development*, 362, 52-56.]
- 林偉文（2011）。創意教學與創造力的培育：以「設計思考」為例。*教育資料與研究*，100，53-74。

- [Lin, W. -W. (2011). Creative teaching and the cultivation of creativity: The exemplar of design thinking. *Educational Resources and Research*, 100, 53-74.]
- 施雅惠 (2010)。不同人格特質餐旅相關學系學生之創業行為意向。行政院國家科學委員會專題研究計畫 (編號: NSC99-2511-S-216-002), 未出版。
- [Shih, Y. -H. (2010). *Entrepreneurial intentions of hospitality students with different personality traits*. A technical report of the research project of National Science Council No. NSC99-2511-S-216-002. Unpublished manuscript.]
- 胡夢蓀 (2008)。我國技專院校餐旅管理學系學生人格特質、創業環境與創業態度之研究。餐旅暨家政學刊, 5 (4), 349-375。
- [Hu, M. -L. (2008). A study of the personality traits, environment and entrepreneurial attitude of technical institute's hospitality management students. *Journal of Hospitality and Home Economics*, 5(4), 349-375.]
- 高明瑞、蔡敦浩、林慧音 (2012)。社會創業者的育成與實踐：敘說探究之觀點。創業管理研究, 7 (1), 55-82
- [Kao, M. -R., Tsai, D. -H., & Lin, H. -Y. (2012). Narrating a social entrepreneur's incubation and practice. *Journal of Entrepreneurship Research*, 7(1), 55-82.]
- 張春興 (1995)。張氏心理學辭典。台北：東華。
- [Chang, C. -H. (1995). *Chang psychology dictionary*. Taipei: Tung-Hua.]
- 莊雪蒂 (2016)。澎湖地區觀光科系學生學習滿意度與留鄉工作態度之研究 (未出版之碩士論文)。國立臺北教育大學課程與教學研究所, 台北。
- [Chuang, H. -T. (2016). *Research on students' learning satisfaction and rural practice attitudes of the tourism departments in Penghu* (Unpublished master thesis). National Taipei University of Education, Taipei]
- 梁朝雲 (2013)。天生設計師？學生人格特質透過想像力的中介以預測創造力。教育研究, 235, 48-65。
- [Liang, C. -Y. (2013). The mediating effects of imaginative ability between personality traits and creativity. *Journal of Education Research*, 235, 48-65.]
- 陳甦彰、宋明鴻 (2010)。大學生人格特質與創業意向關聯性之研究：以創業精神為中介變數。發表於第 13 屆科際整合管理研討會，東吳大學，台北。

- [Chen, S. -C., & Sung, M. -H. (2010). *The study on the relationships between personality traits and entrepreneurial intention for university students: Entrepreneurship and entrepreneurial attitude as mediating variables*. Paper presented at The 13th Conference on Interdisciplinary and Multifunctional Business Management, Soochow University, Taipei]
- 陳意文 (2016)。探討新加坡活絡大學新創事業之校園創業教育機制設計。**創新管理評論**，7 (1)，1-26。
- [Chen. Y. -W. (2016). Exploring the development mechanism of the university-based entrepreneurship for fostering new ventures on campus in Singapore. *Innovation Management Review*, 7(1), 1-26.]
- 傅仰止 (2005)。社會資本的概念化與運作：論家人重疊網絡中的「時間投資」機制。**臺灣社會學**，9，165-203。
- [Fu, Y. -C. (2005). The conceptualization and operation of social capital: Time investment in overlapping networks. *Taiwanese Sociology*, 9, 165-203.]
- 蔡敦浩、高明瑞、劉育忠、林慧音 (2013)。從都會到漁翁之島：敘說一段在澎湖開展的社會創業歷程。**輔仁管理評論**，20 (1)，105-126。
- [Tsai, D. -H., Kao, M. -R., Liu, Y. -C., & Lin, H. -Y. (2013). Travelling from urban to pescadores: Narrating a social entrepreneurial process in the Penghu Archipelago. *Fu Jen Management Review*, 20(1), 105-126.]
- 顏瑞隆 (2014)。從社會資本觀點談臺灣融合教育的發展。**特殊教育季刊**，133，27-34。
- [Yen, J. -L. (2014). The development of inclusion in Taiwan- From the perspective of social capital. *Special Education Quarterly*, 133, 27-34.]
- Aguinis, H., Ansari, M. A., Jayasingam, S., & Aafaqi, R. (2008). Perceived entrepreneurial success and social power. *Management Research*, 6(2), 121-137.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Akinsorotan, O. A., Adesiji, G. B., Ogunlade, I., & Opabo, A. O. (2007). Effect of school agricultural programme of Oyo State on career choice of school students in Ibadan south west local government area of Oyo State, Nigeria. *Agricultural Journal*, 2(6), 667-671.
- Amoah, V. A., & Baum, T. (1997). Tourism education: Policy versus practice. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9(1), 5-12.

- Arenius, P., & Clercq, D. D. (2005). A network-based approach on opportunity recognition. *Small Business Economics*, 24(3), 249-265.
- Batey, M., Furnham, A., & Safiullina, X. (2010). Intelligence, general knowledge and personality as predictors of creativity. *Learning and Individual Differences*, 20(5), 532-535.
- Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and Individual Differences*, 51(3), 222-230.
- Brooks, R. (2007). Friends, peers and higher education. *British Journal of Sociology of Education*, 28(6), 693-707.
- Chang, C. C., Peng, L. P., Lin, J. S., & Liang, C. (2015). Predicting the creativity of design majors based on the interaction of diverse personality traits. *Innovations in Education and Teaching International*, 52(4), 371-382.
- Chen, S. C., & Chen, H. H. (2015). How does creativity mediate the influence of personality traits on entrepreneurial intention? A study of multimedia engineering students. *Journal of Information Communication*, 5(2), 73-86.
- Chia, C. C., & Liang, C. (2016). Influence of creativity and social capital on the entrepreneurial intention of tourism students. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 12(2), 151-168.
- Craft, A., Gardner, H., & Claxton, G. (2008). *Creativity, wisdom, and trusteeship: Exploring the role of education*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press.
- Davis, G. A. (1989). Testing for creative potential. *Contemporary Educational Psychology*, 14(3), 257-274.
- Dess, G. G., & Lumpkin, G. T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives*, 19(1), 147-156.
- Fatoki, O. O. (2010). Graduate entrepreneurial intention in South Africa: Motivation and obstacles. *International Journal of Business and Management*, 5(9), 87-98.
- Gemmell, R. M., Boland, R. J., & Kolb, D. A. (2012). The socio-cognitive dynamics of entrepreneurial ideation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(5), 1053-1073.
- Ip, C. Y., Liang, C., Wu, S. C., Law, K. M. Y., & Liu, H. C. (2018). Enhancing social entrepreneurial intentions through entrepreneurial creativity: A comparative study between Taiwan and Hong Kong. *Creativity Research Journal*, 30(2), 132-142.

- Jamshidi, M. H. M., & Kenarsari, N. H. (2015). The effect of social capital on creativity of employees a case study: Productive firms of electrical household appliances in the north of Iran. *Journal of Asian Scientific Research*, 5(4), 205-218.
- Kim, H., & Park, E. J. (2013). The role of social experience in undergraduates' career perceptions through internships. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 12(1), 70-78.
- King, L. A., McKee Walker, L., & Broyles, S. J. (1996). Creativity and five-factor model. *Journal of Research in Personality*, 30(2), 189-203.
- Krueger, N. F. J., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432.
- Lee, L., Wong, P. K., Foo, M. D., & Leung, A. (2011). Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors. *Journal of Business Venturing*, 26(1), 124-136.
- Lee, V. E., Croninger, R. G., & Smith, J. B. (1994). Parental choice of schools and social stratification in education: The paradox of Detroit. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 16(4), 434-457.
- Liang, C., Ip, C. Y., Wu, S. -C., Law, K. M. Y., Wang, J. -H., Peng, L. P., & Liu, H. -C. (2017). Personality traits, social capital, and entrepreneurial creativity: Comparing green socioentrepreneurial intentions across Taiwan and Hong Kong. *Studies in Higher Education*. doi: 10.1080/03075079.2017.1418310
- Lin, W., Hsu, Y., & Liang, C. (2014). The mediator effects of conceiving imagination on academic performance of design students. *International Journal of Technology and Design Education*, 24(1), 73-89.
- Liñán, F. (2008). Skill and value perception: How do they affect entrepreneurial intention?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 257-272.
- Liñán, F., & Santos, F. J. (2007). Does social capital affect entrepreneurial intentions?. *International Advances in Economic Research*, 13(4), 443-453.
- Liu, H., Ip, C. Y., & Liang, C. (2018). A new runway for journalists: On the intentions of journalists to start social enterprises. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 14(2), 83-100.

- Movahedi, R., Latifi, S., & Sayyar, L. Z. (2013). The factors affecting agricultural students' attitude towards self-employment and entrepreneurship. *International Journal of Agriculture and Crop Sciences*, 5(16), 1813-1819.
- Pittaway, L., & Cope, J. (2007). Entrepreneurship education: A systematic review of the evidence. *International Small Business Journal*, 25(5), 479-510.
- Prabhu, V., Sutton, C., & Sauser, W. (2008). Creativity and certain personality traits: Understanding the mediating effect of intrinsic motivation. *Creativity Research Journal*, 20(1), 53-66.
- Putnam, R. D. (1995). Tuning in, tuning out: The strange disappearance of social capital in America. *PS: Political Science & Politics*, 28(4), 664-683.
- Richter, A. W., Hirst, G., van Knippenberg, D., & Baer, M. (2012). Creative self-efficacy and individual creativity in team contexts: Cross-level interactions with team informational resources. *Journal of Applied Psychology*, 97(6), 1282-1290.
- Runco, M. A., & Jaeger, G. J. (2012). The standard definition of creativity. *Creativity Research Journal*, 24(1), 92-96.
- Seyitoğlu, F. & Yirik, S. (2014). Internship satisfaction of students of hospitality and impact of internship on the professional development and industrial perception. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20, 1414-1429.
- Shane, S. (2004). Encouraging university entrepreneurship? The effect of the Bayh-Dole Act on university patenting in the United States. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 127-151.
- Sharma, L. (2014). Impact of family capital & social capital on youth entrepreneurship: A study of Uttarakhand state, India. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 4, article 14. doi: 10.1186/s40497-014-0014-3
- Sivadas, E., & Dwyer, F. R. (2000). An examination of organizational factors influencing new product success in internal and alliance-based processes. *Journal of Marketing*, 64(1), 31-49.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2001). *Using multivariate statistics* (4th ed.). Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Thompson, E. R. (2008). Development and validation of an International English Big-Five Mini-Markers. *Personality and Individual Differences*, 45(6), 542-548.

- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694.
- Wang, J., Chang, C., Yao, S., & Liang, C. (2016). The contribution of self-efficacy to the relationship between personality traits and entrepreneurial intention. *Higher Education*, 72(2), 209-224.
- Wang, J., Peng, L., & Liang, C. (2014). Developing and testing the psychological variable, rural practice, and entrepreneurial intention scales. *Review of Agricultural Extension Science*, 31, 72-95.
- Williams, D. (2006). On and off the Net: Scales for social capital in an online era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 593-628.
- Yang, J., Gong, Y., & Huo, Y. (2011). Proactive personality, social capital, helping, and turnover intentions. *Journal of Managerial Psychology*, 26(8), 739-760.
- Yao, S., Peng, L., Lee, J., & Liang, C. (2016). Imagining rural practice. *Business Creativity & the Creative Economy*, 2(1), 62-69.
- Zampetakis, L. A. (2008). The role of creativity and proactivity on perceived entrepreneurial desirability. *Thinking Skills and Creativity*, 3(2), 154-162.
- Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259-271.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381-404.

投稿收件日：2018 年 4 月 23 日

接受日：2019 年 6 月 10 日