

摘要

本研究探討中小企業高階經理人的社會網絡與組織層級社會網絡(策略聯盟)、企業創業精神及企業績效之間的關係，並驗證策略聯盟特性及企業創業精神對經理人社會網絡與企業績效間關係的中介效果。本研究以 132 份問卷進行實證分析，結果發現：(1)高階經理人的社會網絡與聯盟數量、夥伴間的信任及企業創業精神間有正向關係；(2)聯盟夥伴間的信任與企業績效有正向關係；(3)企業的創業精神在經理人社會網絡與企業績效間關係是重要的中介變數。本文最後提出管理意涵與未來研究建議

關鍵字：社會網絡、聯盟、創業精神、企業績效