

以自我效能為中介變數探討創業機會辨識與其影響因素之研究
**The Relationships between Entrepreneurial Opportunity Recognition
and Its Antecedents: Self-Efficacy as a Mediator**

研究生：林玉卿
指導教授：楊敏里

摘 要

一個新事業的誕生，起始於創業機會發掘與發展，因此，創業家如何適時辨識到機會，將為創業活動的關鍵議題。然而，在現有的文獻當中，對於影響機會辨識相關因素之關係仍探討不足，為進一步了解有哪些因素會影響機會辨識，本研究將探討先驗知識、社會資訊網絡、人格特質對機會辨識之影響，再輔以自我效能為中介變數進行研究。

本研究以青創協會之各分會會員為研究對象，且採用問卷調查法進行實證研究，其有效回收問卷為146份。經由實證分析結果顯示：先驗知識之「知識獲取」對機會辨識有正向顯著影響；社會資訊網絡之各構面對機會辨識皆有正向顯著影響；人格特質之「外向性」與「經驗開放性」兩構面對機會辨識有正向顯著影響；而自我效能對先驗知識、社會資訊網絡、人格特質與機會辨識之間具有中介效果。

關鍵字：機會辨識、自我效能、人格特質、社會資訊網絡、先驗知識

Abstract

A new business start from the distinguishing and developing of entrepreneurial opportunities. Therefore, how entrepreneurs to identify opportunities the new business ventures will be a critical issues in entrepreneurial activities. However, opportunity recognizing and the relationship of its key factors are still ambiguous in current literatures. Hence, this study try to use the “prior knowledge”, “social information network” and “personal traits” as antecedent variables and self-efficacy as a mediator to explore their affects upon the opportunity recognition.

A questionnaire survey was conducted and data were collected from the members of Youth Career Development Association in Taiwan. After the empirical analyzing within 146 valid questionnaires the result shows four main findings. The first, knowledge acquirement of prior knowledge has significant positive effect upon opportunity recognition. Second, social information network has a significant positive effect upon opportunity recognition. Third, extraversion and openness to experience of personal traits have significant positive effect upon opportunity recognition. Finally, self-efficacy has a mediating effect upon the relationship among prior knowledge, social information network and personal traits.

Keywords : Opportunity Recognition, Self-Efficacy, Personal Traits, Social Information Network, Prior Knowledge

結論及建議

本章第一節將結合第四章資料分析之結果對第三章所建立之假說進行完整的分析與討論，接著從研究結果中闡述管理意涵與提供實務上的建議，最後說明研究限制，並對後續研究者提出建議。

第一節 研究結論

如第一章研究動機與目的所述，本研究根據近年來學術上的相關文獻以及實務趨勢，透過問卷發放以利實證資料之蒐集，並對所提出之研究假說進行檢測，以藉此了解其間之相關程度為何，進而提供政府及相關輔導單位在協助欲創業之人士在創業上的運用及課程規劃。

一、先驗知識對自我效能之影響關係

先驗知識與自我效能之分析上，本研究實證結果發現，先驗知識對自我效能具有顯著正向影響。而在先驗知識之「知識獲取」對自我效能之「信念」與「能力」皆有顯著正向影響。因此，表示當創業家透過一些教育亦或是對於事業有所幫助的知識取得，有助增強他們對完成事情的信心。此外，經由自身的興趣而促發創業家去學習所偏好的領域知識，以提升他們在特殊領域的能力，換句話說，創業家可從這些特定的興趣中得到較深奧的知識，而這些知識會為創業家提升且加強自我的能耐。本研究結果與Zhao et al. (2005)、Kickul et al. (2008)、Sardeshmukh and Corbett (2008)相符。

而在先驗知識之「經驗累積」對自我效能之「信念」與「能力」皆無顯著影響，與先前大多學者的研究結果不同。過去研究皆表示先前所累積的經驗有助於個人提升自我效能。然而，在現在講求創新的時代，由於知識的豐富以及資訊的傳播，讓潛在創業家不再只是只能仰賴著過去相關的工作經驗或是經由親朋好友中學習到的經驗才能提升自我效能，也可透由許多管道(ex. 創業協會、創業講座)接觸想了解的事物，以彌補不足的部分，進而提升自我效能。因此，可能導致先前所累積的相關經驗對於自我效能的影響不顯著。

二、社會資訊網絡對自我效能之影響關係

社會資訊網絡與自我效能之分析上，本研究實證結果發現，社會資訊網絡之「非正式產業網絡」、「參與專業論壇」、「前輩」對自我效能之「信念」與「能力」皆有顯著正向影響。因此，表示創業家透過這些社會資訊網絡中，創業家可藉由這些利害關係人、專業論壇與前輩獲取一些知識與技能，將這些轉化並建構為自己的能力，有助於提升創業家自我效能。本研究結果與Ozgen and Baron (2007)相符。

三、人格特質對自我效能之影響關係

人格特質與自我效能之分析上，本研究實證結果發現，人格特質之「外向性」、「經驗開放性」與「情緒穩定性」對自我效能有正向顯著影響。表示外向性特質越高者，因喜好與人交際且合群，且對於自己是比較有自信，會藉由與他人互動中從中完成任務；經驗開放性越高者，有著廣泛的興趣且對於新的想法抱持著較大的熱情，使得他們成功完成任務的能力有更多的自信。情緒穩定性越高者越能掌控自己的情緒，對於壓力的容忍度較高，適應性較高，因此，對於創業時所遇到的問題，也較有自信能面對。本研究結果與Peg et al. (1996)、Nauta

(2004)。

而在人格特質之「勤勉正直性」與「親和性」對自我效能皆無顯著影響，與先前學者的研究結果不同。根據Bakx et al. (2006)的研究指出，「勤勉正直性」與「親和性」與自覺社會溝通能力之間無顯著相關。然而，對於創業來說，與人溝通取得人脈不僅對於創業活動有著很大的幫助，也是創業家必須具備的能力，而勤勉正直者雖說是個認真負責的人，但可能不善交際，因此，可能對於取得創業所需的人脈與資源上較可能與其他性格者來的少。另外，相較於「勤勉正直性」者，「親和性」性格的人因為人隨和，在做事與決策方面大多會考慮到別人，較不會以自己想法為主，因此，在面對創業時所遇到的一些困難或是決策時會傾向與大家共同討論，而不是自行解決。

四、先驗知識對機會辨識之影響關係

先驗知識與機會辨識之分析上，本研究實證結果發現，先驗知識與機會辨識具有顯著正向影響。本研究結果與Shane (2000)、Ardichvili et al. (2003)、Shepherd and DeTienne (2005)、Donna et al. (2009)、謝如梅與劉常勇(2009)的論點相符。而在先驗知識之「知識獲取」對機會辨識有顯著正向影響。因此，表示創業家對於市場知識、如何服務市場與解決顧客問題等知識取得越多，能讓他們更加了解市場，因而從中辨識到機會。此外，創業家也能透過自身的興趣，經由專研的過程，可讓創業家辨識到其他領域的機會。

此外，在先驗知識之「經驗累積」對機會辨識呈現不顯著的結果，與先前大多學者的研究結果不同。過去研究皆指出創業家可經由累積越多經驗以提升自己辨識機會的機率，而本研究認為，雖說創業家在創業前有從事過與事業的相關工作經驗，但可能會因所在位階(如：行政、人事等內勤)所累積到的經驗，未必是對創業有所幫助的，以可能導致創業家較不能從過去工作經驗中去發現到機會。

五、社會資訊網絡對機會辨識之影響關係

社會資訊網絡與機會辨識之分析上，本研究實證結果發現，社會資訊網絡對機會辨識具有顯著正向影響。本研究結果與Kaish and Gilad(1991)、Ozgen (2003)、Ozgen and Baron (2007)論點相符。而社會資訊網絡之「非正式產業網絡」、「參與專業論壇」、「前輩」對機會辨識皆有顯著正向影響。Kaish and Gilad (1991)的研究指出，社會網絡的訊息來源是可以影響創業家警覺到新的機會。創業家經由非正式產業網絡取得市場資訊，能了解產業現況與供應商、顧客等人之問題，以促使創業家為了因應這些問題，進而辨識到其他機會。

再者，參與一些專業論壇，不但可讓創業家獲取到產業新知，也能藉由這樣的活動中接觸到同業人士或是其他產業人士，以擴展網絡關係，提升自己獲取資源與知識的機率。另外，前輩的指導對於創業家來說，也是不可或缺的資源。前輩擁有長年的經驗與技能，看待事物有著一套獨特的見解，因此，從前輩的指導中去吸引知識與經驗，不但能使創業家避免因不實與錯誤的資訊掉入陷阱，也能幫助創業家去洞悉到某些機會。

六、人格特質對機會辨識之影響關係

人格特質與機會辨識之分析上，本研究實證結果發現，人格特質對機會辨識有顯著影響。本研究結果與莊淑菁等人(2009)、Shane et al. (2010)的論點相符。而在人格特質之「外向

性」與「經驗開放性」對機會辨識具有顯著正向影響。表示外向性特質越高的創業家，因喜好與人交際，且在團體中大多擔任中心人物，因此較可獲得不同的資訊，並透過與他人共同討論激盪新想法，以致辨識到機會。而經驗開放性越高的人則是較具有創造力的人，且喜好蒐集廣泛的訊息，對於非確定性之訊息會主動去加以分析(Shane et al., 2010)，可促進自己更加廣泛的蒐集訊息以提升辨識到機會的可能性。

此外，在人格特質之「勤勉正直性」、「情緒穩定性」、「親合性」對機會辨識則無顯著影響。本研究認為，一個創業家必須擁有多種特質，而在創業過程中，不同的特質會扮演著不同的作用。在機會辨識的階段，有好奇心與創造力較能促使創業家去發現到潛伏的機會。而根據Heinstrom(2003)的研究指出，「勤勉正直性」、「情緒穩定性」、「親合性」性格者雖然也會廣泛蒐集訊息，但由於創造力較低，因此，在對於蒐尋到的訊息較不會去加以創新，以致降低辨識到新機會的可能性。

七、探討自我效能之中介效果

此部分之研究結果，經實證之後發現先驗知識、社會資訊網絡、人格特質要素皆會影響自我效能，並透過自我效能，進而影響創業家辨識機會。表示當創業家獲取越多的先驗知識，能強化自身的自我效能，透過自我效能的驅動，提升辨識創業機會的可能性。

在社會資訊網絡方面，創業家擁有越多的社會資訊網絡，有助於取得較多的資訊，以致於提升創業家自我效能，以增加創業家相信自己能完成任務的信心，協助創業家去收集與使用這些社會網絡所提供的資訊去辨識可實行的機會。本研究結果與Ozgen and Baron (2007)論點相符。

在人格特質方面，驗證結果顯示人格特質中越具有外向性與經驗開放性者，對於自己是比較有自信，而創業家透過這些信心與能力可以促發創業家更加努力去辨識創業機會。

經由本研究驗證之結果，本研究認為此結果確立了自我效能對機會辨識的重要性。未來想要創業之人士應積極的去獲取與創業相關之知識、建立更多的社會資訊網絡與培養創業家之人格特質，有助於增強自身的自我效能，進而提升辨識機會的可能性。

第二節 研究意涵

由於企業經營環境變化快速，為求創業者如何利用先驗知識、社會資訊網絡、人格特質與自我效能，以促進創業機會辨識。本研究透由實證分析後，確實可提供理論與實務之意涵或貢獻，茲分別說明如下。

一、學術上貢獻

(一) 國內在先驗知識、社會資訊網絡、人格特質、自我效能、機會辨識這五者的相關研究仍屬有限，因此本研究對此議題進行全面的文獻整理、回顧，提供後續學者在研究此相關領域時參考。

(二) 本研究以自我效能為中介變數為基礎，探討創業機會辨識的議題，由於國內創業領域中，對於自我效能之理論大多應用於研究創業意圖，因此本研究從認知心理學的角度進入，探討認知能力在創業機會辨識中所扮演的角色與影響效果，並經過實證的結果將有助於創業機會辨識之理論建構，使得整體創業研究的理論更為完整。

(三) 目前尚未有學者針對五大人格特質與機會辨識之關係進行實證研究，本研究結果顯示外

向性與經驗開放性對機會辨識有正向影響，表示除了先前研究所提及的特質對機會辨識有影響外，具有外向性與經驗開放性特質者也有助於創業機會辨識。

二、實務意涵

(一) 累積創業相關先驗知識

由本研究結果可知，先驗知識對機會辨識有著正向的影響，因此，對於創業家而言，機會或許並非是靈光一現就出現的，主要是受到之前所累積的知識，進而提升他們去辨識到機會。換言之，對於那些未來潛在的創業者而言，應需把握職場上的專業知識，並多加了解顧客問題與供應商的需求，將有助潛在的創業者或是已創業者能比別人早一步發現滿足這些利益關係人需求中所出現的機會。此外，創業者也可涉略不同領域之知識，或是培養廣泛的興趣，從中學習不同的知識，也擴展創業者的視野，以便發現到新的機會。

(二) 社會資訊網絡的運用

本研究結果亦可給政府與相關創業輔導單位，去推廣創業相關活動，除了舉辦創業講座、創業課程之外，也能增加一些如與供應商或是顧客等利益關係人互動的活動，以便創業者或潛在創業者可經由參與這些活動當中，獲取資訊並擴展人脈取得創業所需資源，亦能讓這些創業者了解到這些利益關係人的需求，以促進他們能辨識到更多的機會。此外，鼓勵潛在創業者或已創業者加入創業協會團體，不但能使用協會所提供資源，也透過這些專業性的輔導與創業前輩的指導，不僅能提供潛在創業者對於創業的相關知識與輔導，也能使這些潛在創業者或是已創業者經由專家亦或是業界前輩的經驗分享，建構更佳的心智模式，讓他們更加有信心去發掘機會且執行創業行為。

(三) 檢視創業之人格特質

目前在國內較少針對人格特質作訓練，且在傳統理論上人格特質是屬於先天性的，較難在短期中塑成，而需要長期的培養(陳瑜芬、賴銘娟，2007)。因此，為了要讓想踏入創業領域的人了解自己是否適合成為創業者，未來政府與創業相關輔導單位可透過輔導潛在創業者或是已創業者的過程中，對其進行人格特質測試，以促使受測者自我檢視與評估自己是否適合創業，而相關輔導單位也可針對其結果對測試者進行不同的創業輔導與建議，使潛在創業者能夠透過專業顧問諮詢或是學習等方式，以因應創業問題與挑戰。

第三節 研究限制

本研究主要以先驗知識、社會資訊網絡、人格特質、自我效能對機會辨識之關係，對全國青創協會會員做實証研究，因為受限於時間及人力等因素，致使本研究在某些方面仍有待加強，茲分述如下：

一、樣本選擇之限制

因本研究所探討的對象為青創協會會員，其無法代表全台創業家之真實情況，且在其產業中有多種產業，而其樣本分布的情形可能會有偏向某些行業，因此本研究結果僅能代表部分現象，無法概化到所有產業。

二、樣本數量方面

由於本研究對象限於青創協會會員且限定為創業家，在催收階段較不易聯絡至本人，使得本研究的樣本有效回收率偏低，因此，樣本代表性與一般化推論的程度可能受到影響。

<http://dba.kuas.edu.tw>