

運用結構方程模式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: An Investigation Using Structural Equation
Modeling**

研究生：吳佳龍
指導教授：楊敏里

摘 要

對於成功的創業者而言，機會辨識乃是創業過程的起點，若創業者能辨識到創業之機會，將影響整個新企業之成功。然而，過去的文獻研究均強調社會網絡與先驗知識對於機會辨識之重要性，對個人機會辨識的過程及相關因素之探討仍不足，因此，本研究試圖探討社會網絡、先驗知識與創業機警性對於創業機會辨識之整體影響。

本研究以加盟創業者為研究對象，共回收有效樣本 288 份，並使用結構方程模式來進行實證分析，由分析結果顯示，社會網絡、先驗知識對創業機警性皆有正向顯著影響，而創業機警性也對創業機會辨識有正向顯著影響；此外，社會網絡、先驗知識也會透過創業機警性之中介的效果影響創業機會辨識；最後就本研究之結果進行討論並提出理論之實務意涵。

關鍵字：創業機警性、先驗知識、社會網絡、創業機會辨識

Abstract

For a successful entrepreneur, opportunity recognition is often an initial, but crucial step in the entrepreneurial process. Recognizing entrepreneurial opportunities by entrepreneurs is the first step of new venture creation. A number of studies explore opportunity recognition from the social networks and prior knowledge perspectives. However, the process of the opportunity recognition and the relationship between key factors are still ambiguous. Therefore, this study tries to elaborate on the relationships among entrepreneurs' social network, prior knowledge, and entrepreneurial alertness. We additionally examine the mediating role of entrepreneurial alertness.

Questionnaire survey was launched to collect data and questionnaires were sent to the entrepreneurs who is the franchisee in Taiwan. 288 valid questionnaires were collected totally and the structural equation model was used to analysis the data. Results indicate that social network and prior knowledge had positive effects on entrepreneurial alertness, and entrepreneurial alertness had positive effects on entrepreneurial of opportunity recognition. Moreover, entrepreneurial alertness was both positively associated with the entrepreneurial of opportunities and mediated the relationship between social network, prior knowledge and opportunity recognition. Finally, theoretical and practical implications were discussed.

Keywords : Entrepreneurial Alertness, Prior Knowledge, Social Network, Entrepreneurial Opportunity Recognition

結論與建議

本章共分三節，第一節說明本研究的研究結論，第二節討論本研究在理論與實務上的相關意涵與貢獻，第三節說明本研究之研究限制與後續研究建議。

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，針對連鎖加盟業應用社會網絡、先驗知識之研究構面探討之後，有關提升創業機會辨識能力之探討亦同時討論加盟主藉由創業機會性之中介作用，以及結合創業機會性之中介作用所影響創業機會辨識能力之探討。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，進而提供加盟主與連鎖加盟總部作為加盟創業策略發展之參考依據。

一、敘述性統計分析結果

本研究樣本以台灣連鎖暨加盟協會出版「2009年連鎖店年鑑」之加盟店為主，問卷填答對象為加盟店之創業者。在樣本結構方面，樣本加盟店以年齡而言，大約是31~40歲者最多，佔全部樣本數的25.7%。在教育程度方面，最高的則是大學，佔全部樣本數的28.5%。在加盟年資方面，以成立一年以上，未滿三年的最多，佔全部樣本數的25.3%。在加盟金額方面，此次受訪加盟店則是以101~300萬以下最多，佔全部樣本數的52.1%。在加盟產業別方面，則是以便利商店最多，佔全部樣本數的37.5%。 82

二、社會網絡對創業機會辨識之影響關係

根據本研究敘述統計分析結果可知，目前連鎖加盟企業之加盟創業者在社會網絡方面概況，以「我會參與各種演講，以獲取新知識」之平均最高，其次為「我會參與各種連鎖加盟產業資訊博覽會，以獲取新知識」，顯示連鎖加盟企業之加盟主在考慮創業前，重視與不同特性的組織團體間持續的往來與交流。分析顯示，加盟創業者對社會網絡持正面的態度。

從整體分析結果可知，社會網絡對創業機會辨識有顯著正向影響，路徑係數 γ_{21} 為0.278達顯著性，因此本研究假說一，社會網絡對創業機會辨識有正向影響獲得支持。本研究證實當創業者社會網絡之網絡傾向、網絡範疇、連結強度及網絡聲望愈高時，將有助於創業者的機會辨識能力。這表示創業者能藉由不同個體或團體間的持續交流與來往、良好的連結強度及網絡聲望，從中獲得資源和助力，進而累積其社會資本。因此，當創業者的社會網絡程度愈高時，將有助於創業者辨識環境中的創業機會，本研究與Granovetter (1982)，Burt (1992)，Greve (1995)，Johannisson (1996)，Jenssen (1999)，BarNir & Smith (2002)等學者提出的論點相符。

三、先驗知識對創業機會辨識之影響關係

先驗知識方面，目前創業者在先驗知識的概況，以「我創立現在新事業之前，我有工作過與新事業相關的經驗」之平均最高，其次為「我創立現在新事業之前，我對對新事業的市場很了解」，顯示創業者在考慮創業前，對會接觸與學習過與想要創立的新事業相關的知識，且對於新市場的相關知識有一定的了解。總體來看，連鎖加盟企業之加盟創業者對先驗知識持正面的態度。

從整體分析結果可知，先驗知識對創業機會辨識有顯著正向影響，路徑係數 γ_{22} 為0.510

達顯著性，因此本研究假說二 β 先驗知識對創業機會辨識有正向影響獲得支持。本研究證實當創業者的教育、特殊興趣及工作經驗所累積的知識程度越高，其創業者機會辨識的程度也會越高。這表示，加盟主受教育的程度、工作經驗及因個人興趣所至之自我進修所獲得的知識和經驗愈多，對於創業的相關資訊也愈了解，且因此降低了創業時可能的失敗率，進而增加機會辨識的能力。本研究經實證之後的結果，與Sigrist (1999)，Shane (2000)，Shepherd & DeTienne (2005)等學者提出的論點相符，當創業者的先驗知識程度愈高時，將有助於創業者的機會辨識能力。

四、社會網絡對創業機警性之影響關係

根據本研究敘述統計分析結果可知，目前連鎖加盟企業之加盟創業者在創業機警性方面概況，以「我會很自然的發現可能的新事業機會」之平均最高，其次為「我會說自己是很能善加利用機會的」，顯示連鎖加盟企業之加盟主對創業機警性持正面的態度。

本研究證實社會網絡對創業機警性有顯著正向影響，路徑係數 γ_{11} 為0.448達顯著性，因此本研究假說三，社會網絡對創業機警性有正向影響獲得支持。此外，社會網絡之「網絡傾向」、「網絡範疇」、「連結強度」、「網絡聲望」對創意機警性有顯著正向的影響。因此，當加盟創業者的社會網絡的程度愈高，將有助於資訊、資源的取得以及獲得助力，經由這三種效益可以加強創業者之個人機警性。因此，經本研究實證之後的結果，與Hills et al. (1997)，Ardichvili & Cardozo (2000)，Seibert et al. (2001)，Ardichvili et al. (2003)，邵秀玲(2005)等學者提出的論點相符。

五、先驗知識對創業機警性之影響關係

先驗知識與社會網絡之探討中，經研究發現先驗知識對於創業機警性是有顯著正向的影響。而先驗知識之「教育」、「特殊興趣」、「工作經驗」對創意機警性有顯著正向的影響。因此，當加盟創業者的先驗知識累積的程度愈高，將會直接影響到創業機警性。

此外，從整體分析的結果中可知，先驗知識對創業機警性有顯著正向影響，路徑係數 γ_{12} 為0.432達顯著性，因此本研究假說四 β 先驗知識對創業機警性有正向影響獲得支持。本研究證實當創業者的教育、特殊興趣及工作經驗所累積的知識程度越高，其創業者的機警性的程度也會越高。這表示，創業者所累積的先驗知識多寡，會進而增加創業者的創業機警性。本研究經實證之後的結果，與Ardichvili & Cardozo (2000)，Ardichvili et al. (2003)等學者提出的論點相符，當創業者的先驗知識程度愈高時，將有助於創業者的創業機警性。

六、創業機警性之中介效果

此部分之研究結果，經實證之後發現創業機警性對創業機會辨識有顯著正向影響，路徑係數 β_{21} 為0.198達顯著性，因此本研究假說五 β 社會網絡、先驗知識會透過創業機警性間接影響創業機會辨識獲得支持。而社會網絡、先驗知識要素皆會影響創業機警性，並透過創業機警性，進而影響創業者的創業機會辨識。表示當創業者的社會網絡、先驗知識的影響程度愈高時，愈容易取得創業的資訊與資源及獲得助力，而透過創業機警性的建立，有助於創造加盟主搜尋環境中所隱藏的資訊或是資源的傾向或行為，並藉由此傾向或行為的產生進而提高加盟主的機會辨識能力。此外，本研究實證結果亦與Ardichvili & Cardozo (2000)，Alvarez & Barney (2001)，Gaglio & Katz (2001)，Ardichvili et al. (2003)，Shepherd & DeTienne

(2005)，邵秀玲(2005)的研究相符。

本研究認為此結果也確立了創業機警性對於創業機會辨識的重要性。加盟主創業家應該積極去提升自己的社會網絡及先驗知識，以擴大並建立創業機警性，再透過創業機警性來加強彼此的互動和資訊的交流，進而增強加盟創業者的機會辨識能力。

第二節 理論與實務意涵

本研究探討社會網絡、先驗知識、創業機警性與創業機會辨識間關係，釐清管理理論及實務的問題，對學術界而言，有助於深入瞭解上述變數間的互動關係，而對連鎖加盟企業之加盟創業者而言，本研究提供其未來執行加盟創業時更明確的遵循方向。以下分別依據本研究之理論及實務意涵進行說明：

一、理論意涵 本研究對管理理論提供了重要貢獻，以下分別進行說明：

(一) 建構理論模型

本研究主要根據前述相關研究為基礎，建構本研究之理論模型，其探討社會網絡、先驗知識、創業機警性與創業機會辨識間關係。本研究同時針對加盟創業者進行調查，使用結構方程模式進行整體分析，分析結果證實本研究理論模型的各項假說均獲得證實。顯示創業者的機會辨識能力的確受到社會網絡與先驗知識的影響，且創業機警性在「社會網絡與創業機會辨識間」及「先驗知識與創業機會辨識間」有中介效果，即社會網絡及先驗知識均可透過創業機警性來影響創業機會辨識。

(二) 研究方法之創新應用

本研究所針對的創業機會辨識，在目前已有的實證研究中多採用回歸分析等傳統的統計方法，使用線性結構方程模式的研究亦相當稀少，因此本研究採線性結構方程模式的方法來驗證本研究之模型與假說，研究成果期可增加創業機會辨識議題實證上研究之參考，也能對創業管理理論之線性結構方程模式有更客觀的分析及定義。 86

二、實務意涵

- (一) 由整體理論模式衡量模式分析得知，社會網絡構面中，以網絡聲望最為重要，意謂創業者應提高網絡關係中的聲望與地位，加強網絡強度及廣度來獲得別人無法得到的資訊與資源，藉此增加社會網絡所得到的資訊與資源的效益，因而影響機會辨識的能力。
- (二) 對創業者而言，先驗知識是很重要的變數，有較高的先驗知識，能幫助注意到很多的事業、市場、顧客上的機會信號，增加機會掌握的程度。而在先驗知識的構面中，則以工作經驗最為重要，顯示創業者在準備創業時，多數會選擇與自身工作經驗相關的業別來創業，此結果呈現了創業者認為在創業初期時，自身過往的工作經驗所累積的先驗知識，能強化創業者辨識存在於外在環境中的創業機會。
- (三) 本研究提出社會網絡、先驗知識等皆係透過創業機警性，進而正向影響創業機會辨識，亦即指出創業機警性具有中介效果，因此建議連鎖加盟企業之加盟主在創業前應審視自身之社會網絡、先驗知識的影響程度，藉此強化對於環境中的資訊及資源的獲取傾向或是行為，進而達到影響創業前的機會辨識能力，提昇創業成功的機率。 第三節 研究限制與後續建議

第三節 研究限制與後續建議

本研究參考國內外重要文獻研究成果以探討國內連鎖加盟業加盟主之創業機會辨識，雖然融入國內連鎖加盟業現況及相關理論基礎，仍受限於與現實環境之限制及研究樣本在文化等方面的差異，使得研究結果仍有不足之處，故提出相關限制及後續研究之建議：

一、 研究限制

- (一) 國內的加盟體系缺乏一份完整的名冊，故本研究只能從台灣連鎖暨加盟協會出版刊物上取得總部資料，再由以電話或電子郵件或是各個總部的網站取得旗下加盟店的資料，但由於部分加盟店的資料不夠新或是不完整，且由於國內連鎖加盟體系的激烈競爭，一些加盟總部不願意公布其加盟店的名單與通訊資料，以致於無法對整個台灣加盟產業做一完整性的研究，此為本研究限制一。
- (二) 由於加盟業特性之故，問卷寄出兩星期後，回收率並不高，另外以電話催收的結果顯示，許多店長表示沒有時間填寫問卷，以致於問卷的回收相當困難，此為本研究限制二。
- (三) 不同填答者，在填答時所造成認知與感受上之誤差，不在本研究討論範圍，此為本研究限制三。

二、 未來研究方向與建議

本研究針對後續研究者提供相關建議如下：

- (一) 建議後續研究者將樣本延伸至其他研究對象，例如針對某特定產業或是中小企業等，同時針對企業基本資料進行跨產業或是跨地區的比較。同時研究者可考慮將研究對象延伸至策略性事業單位或跨功能團隊等，將能有助於學術界及實務界對此議題的深入。
- (二) 後續研究者可採取縱斷面調查方法，長期觀察連鎖加盟業之創業實務的實際執行情形，透過實際觀察或是深入訪談，除有助於瞭解各變數間因果關係外，同時能發展有效的衡量工具以進行後續分析與實證研究。
- (三) 本研究針對連鎖加盟業本身之社會網絡、先驗知識結合創業機會性的觀點，探討創業者機會辨識的能力。然而，隨著業態規模的不同，上述變數委由家族企業、中小企業或微型企業執行的實際狀況也有所不同，故建議後續研究者可延伸上述相關議題，將相關家族企業、中小企業及微型企業之創業等議題納入研究，將有助於理論的豐富與完整性。