

投稿類別：商業類

篇名：

『網路創業』之探討

作者：

黃靖雅。私立樹德高級商業職業學校。輪調資三 58 組

侯卉瑜。私立樹德高級商業職業學校。輪調資三 58 組

江維恩。私立樹德高級商業職業學校。輪調資三 58 組

指導老師：

施玉情 老師

## 壹●前言

### 一、研究背景與動機

隨著網路科技一日千里，使用人口急速攀升，網路對人類生活起了極大的變化，產品與服務等商業活動結合在一起，大大縮短了交易時空的限制。近年來，在網路發展浪潮中使用網路創業的趨勢蒸蒸日上，隨著失業率節節升高，自行創業的人士也越來越多，特別是以網路創業來開始的人，根據知名創業平台網站的統計數據顯示，網路開店的數字在過去數個月來都呈現上升的趨勢。之所以那麼多人都選擇從網路創業開始，主要的原因是網路開店的入門門檻，比起實際的有店面創業資金與成本要來得低很多。

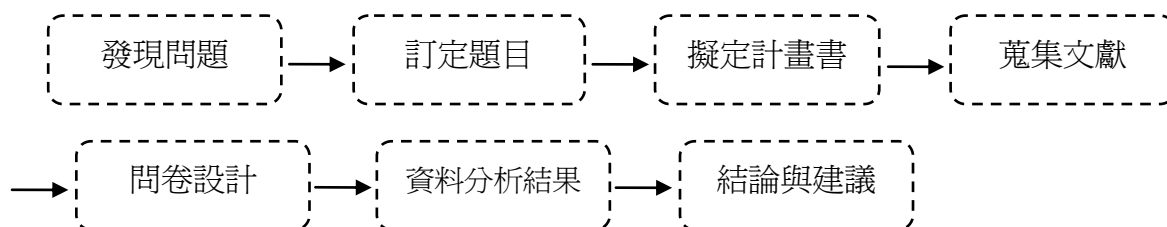
網路創業要素主要分為市場大或高單價、容易重複性消費或消耗品、少數人擁有的技術、明顯的趨勢型產品。因此，本研究動機，希望藉由瞭解網路創業者的創業動機與經營績效的關係，並進一步比較創業者的創業精神與創業動機對其經營績效的影響，是否會因網路商店與實體商店的開設先後順序不同，而有所不同。

### 二、研究目的

網路巨人思科執行長 John Chamber 曾說過：『世界上每七秒鐘，網際網路上就多一個使用者。網路的出現，是人類歷史上成長最快的時代。』步入新世紀，電子商務也成為企業發展戰略的一個熱點，透過迅速發展的網際網路，創造出新的市場和企業的發展空間，從而改變傳統交易模式。本研究主要目的欲探討網路創業者的創業精神與創業動機的關係，是否會影響網路商店與實體商店的開設。因此，本研究主要的研究目的，可分為以下兩點：

1. 網路創業者的創業『精神』與『動機』對實體商店開設的影響
2. 網路創業者的創業『精神』與『動機』對網路商店開設的影響

### 三、研究流程



圖一、研究流程圖

### 四、研究限制

本專題研究的調查方式，以高屏地區範圍內隨機發放問卷，故研究結果可能有無法類推至所有台灣的部分。

## 貳●正文

### 一、文獻探討

#### (一)電子商務定義

學者 Teb Haynes(1995) 指出透電腦與網路來處裡企業溝通與交易的進行方式，就是電子商務。Michael Bloch, Yves Pigneur and Arie Segev (1996) 指出，電子商務是經由數位電子設備，來支援企業進行商業上之任何交易活動。學者 Kalakota and Whinston (1996) 將電子商務定義為：「利用電腦資訊網路，進行資訊、產品及服務的銷售與購買。」也就是將企業營運活動的過程所需交換傳遞的文件、數據、報表產品或服務等資訊，透過資訊網路方式來達成。學者 Kalakota and Whinston (1996) 指出：從通訊、企業流程、服務的角度、產品運送及線上使用者五個角度來說明電子商務的定義。

電子商務講求是速度、便捷和縮短時空的隔閡，經由電腦和網際網路聯結的方式可以縮短交易時間和交易成本，進而滿足組織、商品與消費者的需要，改善產品、服務與增加傳送速度服務的品質，並達成提高各地的商業速度，降低訊息傳送的成本。並利用其網路搜尋與取得資訊，可以幫助個人與公司進行決策之制定，不論是哪一種產業，未來會涉入其中，而這也將是未來的商業模式，進一步達到整體企業 e 化的境界。

#### (二)商業模式

##### 1. 商業模式的定義

學者 Paul Timmers 對商業模式的定義是商業模式是由產品流、服務流、信息流所組成的體系結構。這個體系結構同時描述了各參與者及其角色、體系結構的收入來源以及各參與者的潛在利益。美國北卡羅來納州立大學的教授 Michael Rappa 指出，商業模式是一個企業開展業務並以此獲利從而能夠使企業進一步生存的方法。同時，商業模式還應該明確指出企業如何通過在價值鏈中的適當定位以獲得利潤。

##### 2. 網路商業模式

學者 Don Tapscott and David Ticoll(2002)提出，網路商業模式是屬於企業資產中的一項，其功能是讓消費者、生產者、配銷商與其他相關的企業，都能運用網際網路來達成彼此之間的商業活動。Allan Afuah and Christopher L. Tucci(2001)表示，網路商業模式是指藉著網際網路，在長期中獲取利潤的方法，其過程是將交易系統加入網際網路的特質，得以在商業活動中加強各企業之間的鏈結、與互動，進而節省成本以獲得利潤。依交易對象可區分為四種商業模式：(1) 企業對消費者 (B2C, Business to Consumer)；(2) 企業對企業 (B2B, Business to Business)；(3) 個人對個人 (C2C, Consumer to Consumer)；(4) 個人對企業 (C2B, Consumer to Business)。依市場結構分類可分為兩

種商業模式：(1) 垂直交易市場；(2) 水平交易市場。

### (三)網路創業

#### 1. 創業家特質

新事業發展過程中，需要延攬許多不同的專才，同時在不同事業階段，對於專業能力需求的程度也不一樣，因此成功的創業家知道自己的不足與侷限，懂得延攬專才與適時急流勇退。通常在創業初期，事業規模尚小，企業發展重點在運用專業技術能力來開發新產品，對於制度化專業管理的需求不大。

但是當事業很快進入經濟量產規模之後，創業家要懂得立即引進強而有力的專業管理人才，取代早期技術掛帥的經營模式，具有這種無私務實態度的創業家，才是所有投資家所依賴的。創業家必須要有的人格魅力，才能吸引優秀人才組成經營團隊。風險投資家面談創業家時，是以該創業家是否能令人印象深刻？是否能帶來成功的信心？做為是否投資的決策關鍵。因此對於創業家而言，如何顯示你的人格特質、經營實力、創業信念，藉以強化別人對你的信心，就變成籌資過程最重要的因素。

#### 2. 創業動機

創業者的創業能力為創業績效的重要影響因素。唯個人若僅擁有能力，卻缺乏創業動機，則亦未必能成為成功之創業家(張金山，1990)。事實上，創業家的創業歷程往往必須承受許多孤獨與艱辛的歷程。故在從事創業行動中，必須對投入的活動有高度興趣與熱情，才能渡過創業初期所缺乏實質獎賞、甚至屢次失敗的打擊。在此前提下，若創業家懷有強烈的內在動機，則將能讓創業家在遭受挑戰前提下，依然能與外部環境互動，同時持續堅持目前從事的創業行為(Deci & Ryan，1985)。

因此，惟有內在動機十分強烈的個體，才會樂於承擔創業風險，從事創造力與創新行為(Amabile，1986)，並且從活動中獲得工作的樂趣、參與感與挑戰性(Amabile，1983)。

#### 3.創業精神

Birkinshaw(2000)指出「創業精神」是一種職能，係指創業家創新的做法，包括發展新的產品或服務，建立新的供應鏈或對整個產業重新整合。劉常勇(2004)指出「創業精神」可以包括兩方面的含義：一方面是精神層面：創業精神代表一種「以創新為基礎的做事與思考方式」；另一方面則是實質面：創業精神可視為「發掘機會，組織資源建立新公司，進而提供市場價值」。

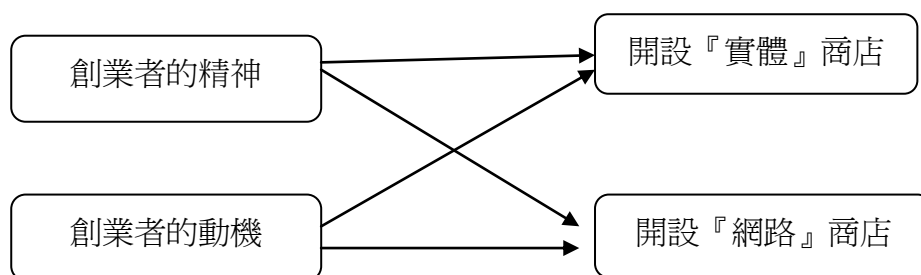
在創業精神的衡量構面上，亦有學者指出，創業家導向可被視為創業家精神的體現過程，故在 Brown，Davidsson and Wiklund (2001)的研究中亦將「創業家導向」納入探討。此外，Lumpkin and Dess (1996)則針對創業精神發展出以下衡量構面，依序為自主性(autonomy)、創新性(innovativeness)、風險承擔性(risk taking)與預應性(proactiveness)。

#### 4.網路創業家

張秋蓉、姜豐年（2000）在網路有夢者的啓示錄中提到，網路創業家大略可分為兩種類型：第一類是過去在資訊業或其他相關產業已有不錯成就的人，轉而將他們的夢想結合相關的經驗移植到網路上；另一類是伴隨著網路一塊長大的 N 世代，他們的呼吸和網路脈動有著同樣的節奏，嘗試著將他們認為理所當然的事，勾勒出美麗遠景並轉換為網路上的真實存在。Rebecca Saunders（1999）談到，創業家的個性決定了創業是否成功，業務性質也會影響公司營運，但創業家本身的毅力才是主導公司營運好壞及是否能繼續生存的關鍵。相對於大型企業、集團來說，小型企業在電子商務的發展上，其擁有的技術、資金資源，顯得較為不足。小型企業如何在未來的網路世界生存，如何以小搏大，是值得研究的問題。

### 二、研究設計

#### (一) 研究架構



圖二、研究架構圖

#### (二) 問卷設計

本研究之問卷，主要依研究目的及文獻探討藉由網路、書籍等文獻整理法所得的相關因子，加以歸納設計而成。問卷內容主要是出兩部份：一部分是不同的人格特質選擇創業上的影響，另一部分是各種電子商務類型、商業模式、網路創業使用的選擇因素。

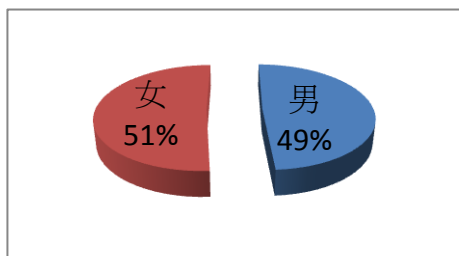
#### (三) 統計分析方法

採用「網路創業之問卷調查」問卷表對樹德家商全校隨機發放 212 份問卷，有效問卷 200 份，進而以採用 Excel 工具，分析「樣本結構比例」、「網路創業的型態」及「網路創業經驗與感受」。

### 三、問卷結果與統計分析

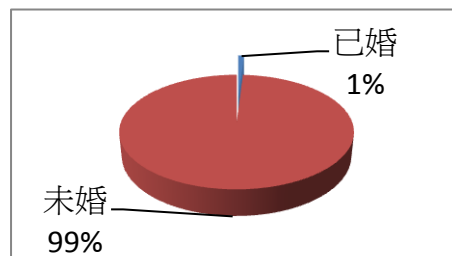
#### (一)樣本結構分析

經過分析發現，受測者的男女生比例為 49%比 51%。



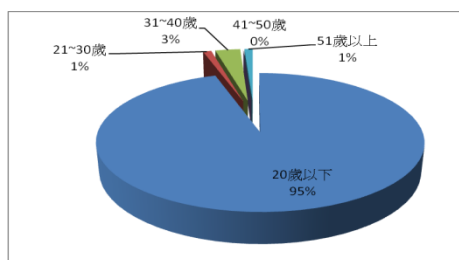
圖三、樣本性別比例

經過分析發現，未婚與已婚比例為 99% 比 1%，以未婚居多。



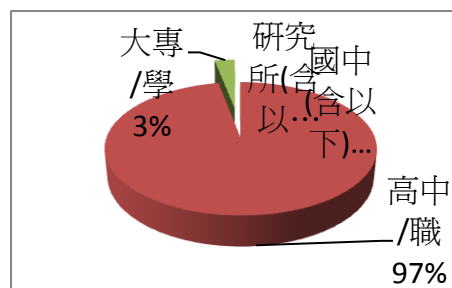
圖四、樣本婚姻比例

經過分析發現，填寫問卷者年齡為 20 歲以下居多，比例為 95%，31~40 歲次之，41~50 歲最少人數，只佔了全體的 0%。



圖五、樣本年齡比例

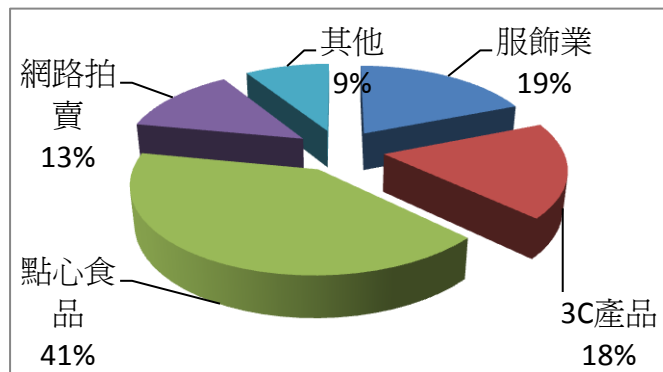
經過分析發現，高中/職與大專/學比例為 97% 比 3%。



圖六、樣本教育程度比例

#### (二)、網路創業的型態分析

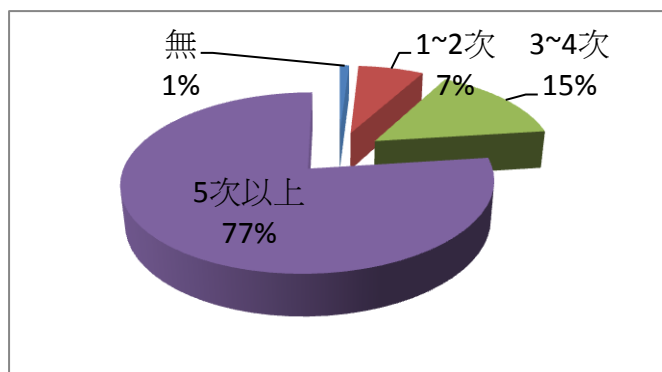
##### 1. 若有機會創業，會選擇創業的類型



圖七、創業類型比例圖

經過分析後發現，若有機會創業所選擇的類型，則以點心食品類居多，比例為 41%。第二為服飾業，比例為 19%。第三則為 3C 產品，比例為 18%。現代人以注重飲食為主，由此可知，施測者選擇點心食品類排列為第一。

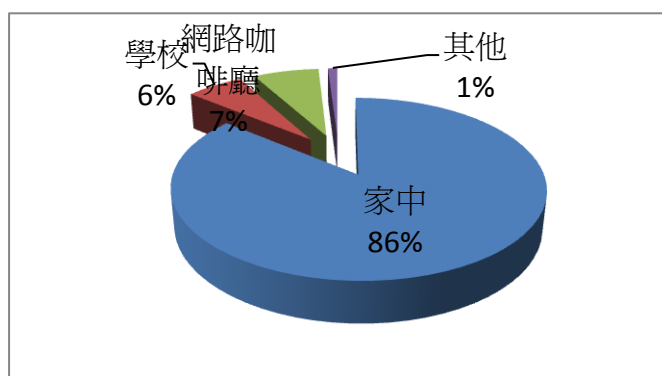
2. 平均一週使用電腦的次數



圖八、一週使用電腦次數比例圖

經過分析發現，平均一週使用電腦的次數已五次以上居多，比例為 77%，這可以解釋因為電腦在現代社會已經普遍化，甚至智慧型手機也有電腦的功能。

3. 平常上網的地點

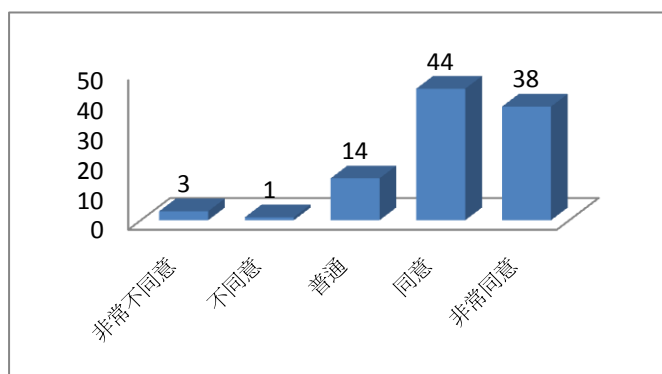


圖九、上網地點比例圖

經過分析發現，平常上網地點以家中居多，比例為 86%，這可以推論因為電腦的普遍化，所以大多數的人平常都有家裡上網居多。

(三)、網路創業經驗與感受分析

1. 網路創業能發揮出自己的創意



圖十、網路創業能發揮出自己的創意比例圖

經過分析發現，從網路創業能發揮出自己的創意，同意者比例為 82%，不同意者為 4%。由此可知，多數人認為透過網路創業較能發揮自己的創意。

## 2.網路創業能拓展人際關係

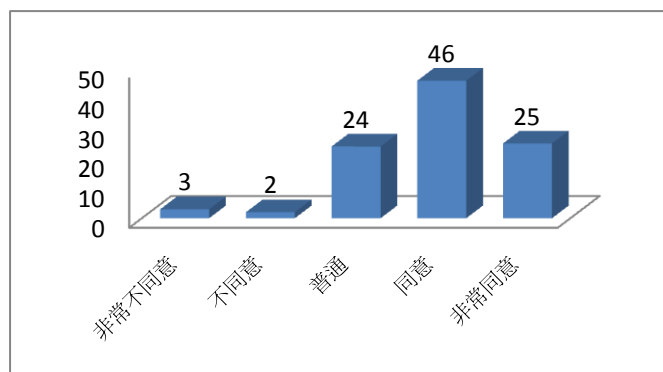


圖 11、拓展人際關係比例圖

經過分析發現，從網路創業能拓展人際關係，同意者比例為 71%，不同意者為 5%。由此可知，透過網路無遠弗屆，更能使人接近彼此零距離。

## 3.網路創業帶來無限商機

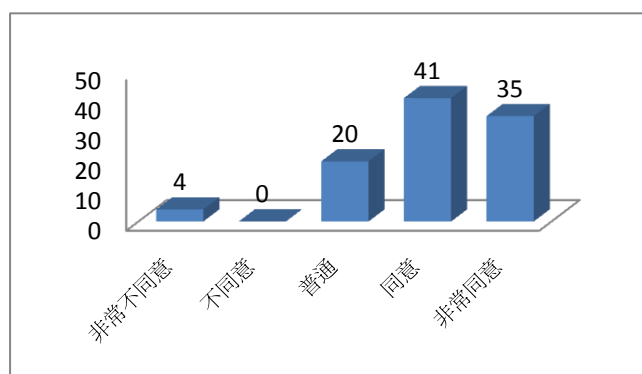


圖 12、網路創業帶來無限商機比例圖

經過分析發現，從網路創業帶來無限商機，同意者比例為 76%，不同意者為 4%。由此可知，因為網路無邊界，在不同地區的網路使用者都可便利購買，這是網路所帶來的便利性，也是替網路創業者帶來的無限商機。

## 4.網路購物使生活更便利

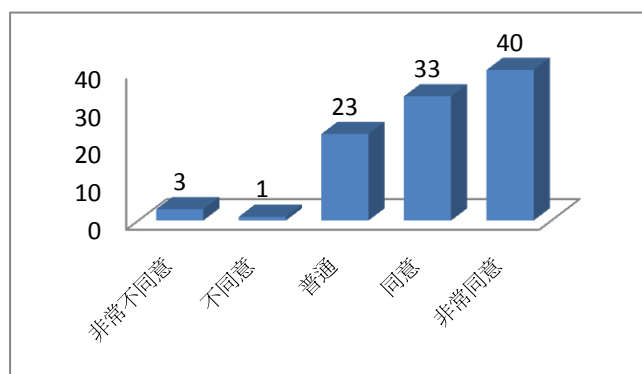


圖 13、網路購物使生活更便利比例圖

經過分析發現，從網路購物使得生活更便利的比例。由此可推論，因為網路購物可宅配、商店取貨、貨到付款的便利性，所以消費者不必大費周章多跑一趟，使得消費者的生活能更加便利。



5.若有機會，會嘗試網路創業

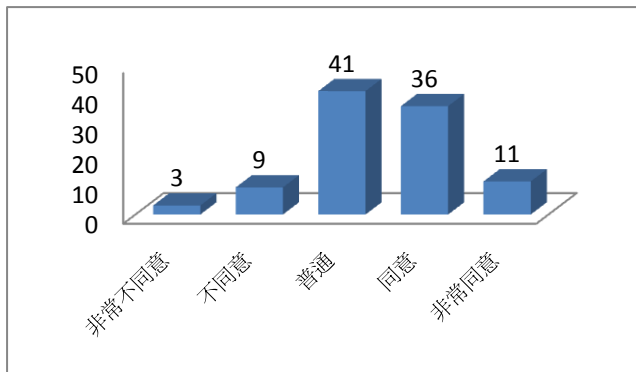


圖 14、嘗試網路創業比例圖

經過分析發現，有 47%的施測者若有機會的話，會想嘗試網路創業，但也有 12%的施測者不同意。由此可知，網路創業也有可能可以發展成未來的新興行業之一喔！

6.網路創業的人格特質都是宅男宅女型

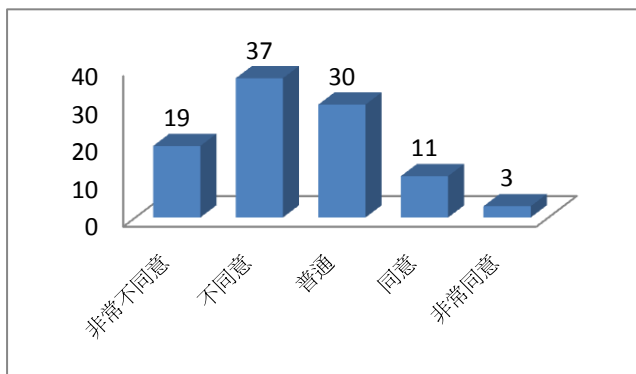


圖 15、網路創業的人格特質都是宅男宅女型比例圖

經過分析發現，施測者覺得網路創業的人格特質都是宅男宅女型。由此可以看出，多數人還是有刻板印象存在，認為網路創業者的人格特質都是宅男宅女型，但不同意者還是居多，這可以看出社會現象矛盾的地方。

7.網路創業是表現青少年的能力

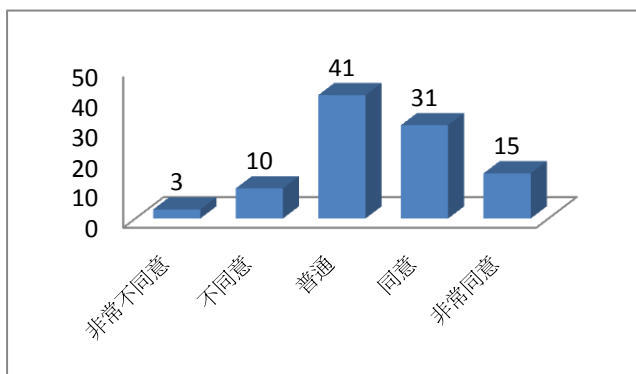


圖 16、網路創業是表現青少年的能力比例圖

經過分析發現，有 46%施測者認為網路創業是表現青少年的能力，不同意者為 13%。由此可知，網路創業不只是青少年的天地，也可以是其他族群的天地。

8.若要學習網路創業，我想向有經驗的人學習

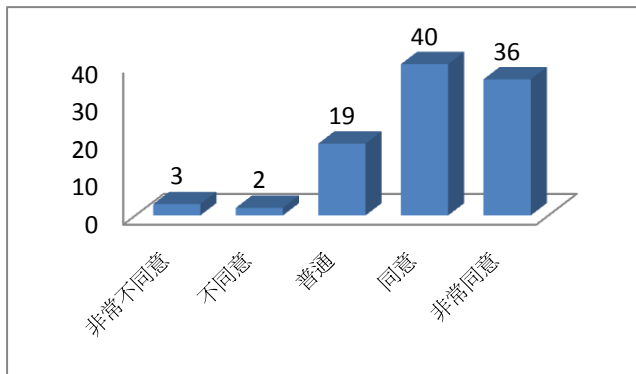


圖 17、向有經驗的人學習比例圖

經過分析發現，若要學習網路創業，施測者想向有經驗的人學習。由此可推論，創業還是有一定的風險，向有經驗的人學習應該可以減少失敗的風險，所以若要網路創業，有七成的人都願意向有經驗的人學習。

9.從網路創業的人身上可以學到努力奮鬥的精神

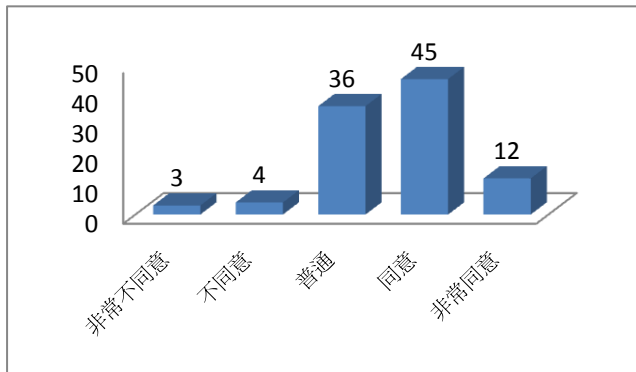


圖 18、可以學到努力奮鬥的精神比例圖

經過分析發現，有 57% 的施測者認為從網路創業的人身上可以學到努力奮鬥的精神，不同意者為 7%，由此可看出網路創業者給人們是一種可以努力學習奮鬥精神的指標。

10.從網路創業的人身上可以學到挑戰自己的精神

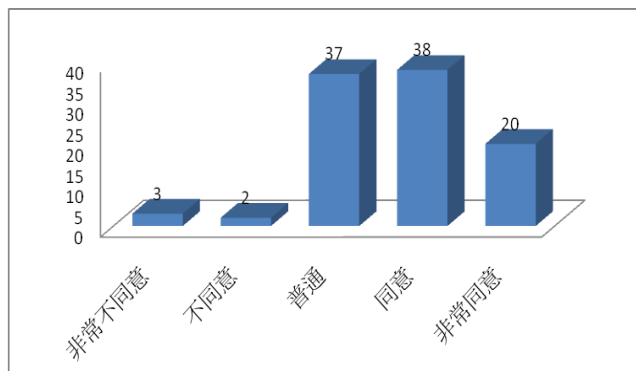


圖 19、可以學到挑戰自己的精神比例圖

經過分析發現，有 58% 的施測者認為從網路創業的人身上可以學到挑戰自己的精神，不同意者為 5%。由此可看出網路創業者給人們是一種可以學到挑戰自己的精神指標。

## 參●結論與建議

### (一)結論

多數人還是有刻板印象存在，認為網路創業者的人格特質都是宅男宅女型，但隨著網路的普及化，使用網路創業的人很多，但人格特質並非都是宅男宅女型。換句話說，網路創業還能拓展人際關係，基本上，只要有人潮的地方就有錢潮，在現今人們對於網路高度依賴性，帶來的虛擬商機更是無窮大，因為網際網路具有跨國性、無邊疆的特性，因此選擇網路創業系統，不論您身在何處都能暢通全世界各國，有機會與外國人做生意。總括來說，選擇網路創業的工作模式，不論是想要全職或是兼職，都可以當自己的老闆、做自己的主人！也可以說是二十一世紀新興熱門行業之一吧！

### (二)建議

1.建議網路創業者：網路創業人數日趨漸益，建議創業者唯有不斷創新，才能吸引更多消費者。

2.建議網路消費者：網路購物雖然方便，但商品可能會有瑕疵存在，與實體商店還是有差別，建議消費者還是實際購買會比較安全，以免發生商品瑕疵無法退貨之情形。再者，網路購物便利且快速，但是網路購物網的騙術也層出不窮，所以網路購物的安全性相對的也非常的危險，建議消費者最好在事先就能查證業者的身分，透過經濟部商業司的網站，查證業者有無合法設立登記、負責人姓名、公司所在地及營業項目，如此可降低風險。

## 肆●引註資料

1. 果芸(1999)，宏觀 2000 年全球電子商務發展，資訊與電腦雜誌，頁 29-33。
2. 智庫百科(2012)，擷取日期：2012/02/16，網址：<http://www.mbalib.com>
3. 楊敏里、黃義俊、賴怡旨(2009)，創業動機、創業導向與創業績效之關聯性研究，創業管理研究期刊，第四卷第三期，頁 55-81。
4. 網路賺錢電子書(2009)，網路創業前的必要認知，擷取日期：2012/02/16，網址：<http://www.ebooksmoney.com/make-money-online/189/>
5. 維基百科(2012)，擷取日期：2012/02/16，網址：<http://en.wikipedia.org>
6. 劉常勇(2002)，創業管理的 12 堂課。台北市：天下遠見。
7. 鄭緯筌、盧諭緯(2010)，網路商業模式 100，數位時代雜誌。
8. 盧玫伶(2005)，網路創業之探討，國立中山大學資訊管理學系碩士在職專班碩士論文。
9. 龐川(2007)，電子商務商業模式概念研究，澳門科技大學學報，第 1 卷 第 2 期，頁 94-100。