

DOI:10.13216/j.cnki.upcjess.2020.03.0007

# 企业机会识别研究综述

尹剑峰<sup>1,2</sup>

(1. 贵州民族大学商学院, 贵州 贵阳 550025; 2. 华南理工大学工商管理学院, 广东 广州 510640)

**摘要:**机会识别是影响企业家创业及企业经营绩效的一个重要因素,有关机会识别问题研究是学术界一个重要研究领域。通过检索筛选出1996—2018年发表的有关机会识别研究的93篇重要外文论文,采用知识图谱方法对发文分布、学者个人贡献、研究主题、高频关键词共现等情况进行可视化分析,在此基础上,结合国内外有关机会识别文献进行内容分析,梳理分析机会识别的概念、维度、测量方法以及有关机会识别的前因和后果研究。此外,随着企业国际化浪潮的兴起,作为企业国际化首要环节的国际机会识别问题成了机会识别领域一个新的热点研究方向,且相关文献非常稀少,提出研究先验知识、先前经验对国际机会识别的作用关系及作用机制问题是国际机会识别的未来研究方向。

**关键词:**先验知识;先前经验;关系网络;机会识别

**中图分类号:**F203 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-5595(2020)03-0050-11

机会识别是企业家创业及企业经营领域中的一个关键环节。机会识别在一定程度上决定了企业经营领域的选择、企业绩效甚至企业未来发展的空间乃至成败。有关机会识别问题一直是企业界和学术界关注的热点问题,国内外学者有广泛的研究兴趣,不少学者已将机会识别理论应用于企业家创业、企业绩效及成长、企业发展战略乃至企业国际化等多个研究领域,并从先验知识、关系网络、创业警觉性、企业家认知等多个视角对机会识别内在过程进行了探讨,同时也研究了机会识别所带来的结果。相关研究成果已较为丰富,但目前鲜有学者对机会识别领域的研究现状进行系统综述,为此,本文采用文献计量分析以及文献内容分析相结合的方法,对机会识别领域的相关文献进行梳理分析。

## 一、机会识别相关文献的检索过程

为确保更多、更准确地收集到机会识别的关键文献和最新研究成果,本文主要在WOS核心数据库、ABI/INFORM经济管理全文库、Google学术镜像进行关键词检索。由于机会识别有多种表述,如机会识别(Opportunity Identification; Opportunity Recognition)、机会发现(Opportunity Discovery)、机会创

造(Opportunity Creation)等,为此,在上述几个数据库中不断切换检索词并按照相关性进行检索,同时用时间、被引量进行排序,检索到相关文献215篇。为确保文献的更高质量,本文对检索到的文献进行人工筛选,剔除一些与研究主题不太相关的文献以及一些普通刊物文献,最终筛选出1996—2018年期间发表的有关机会识别研究方面的93篇重要文献,在此基础上再进行文献的计量分析和内容分析。

## 二、基于知识图谱的机会识别文献计量分析

在搜集到的93篇企业机会识别研究文献基础上,采用Citespace软件对文献的发文情况、学者贡献、研究主题、关键词共现等进行可视化分析。

### (一)发文情况分析

文献分布趋势汇总见表1。1996—2018年发表有关机会识别研究的论文总计93篇。其中,1996—2006年发表有关机会识别论文共计6篇,说明这期间机会识别还未引起学者们积极关注;2007—2018年共计有87篇论文收录于WOS核心数据库,尤其是2011年和2016年每年发表的论文数量超过10篇,这表明机会识别已成为学者们关注的热点研究领域。

收稿日期:2019-06-25

基金项目:教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目(17JZD020)

作者简介:尹剑峰(1980—),男,江西永新人,贵州民族大学商学院副教授,华南理工大学工商管理学院博士研究生,研究方向为企业战略管理。

表1 论文期刊分布

研究领域	期刊名称	1996—2006年	2007—2018年	小计
创业类 (21篇)	国际创业行为研究(International Journal of Entrepreneurial Behaviour Research)	0	5	5
	创业理论与实践(Entrepreneurship Theory and Practice)	1	3	4
	国际小企业杂志(International Small Business Journal)	0	4	4
	国际创业与管理杂志(International Entrepreneurship and Management Journal)	0	2	2
	创业战略学报(Strategic Entrepreneurship Journal)	0	2	2
	国际创业与小企业(International Journal of Entrepreneurship and Small Business)	0	1	1
	创业与区域发展(Entrepreneurship and Regional Development)	0	1	1
	创业研究杂志(Entrepreneurship Research Journal)	0	1	1
	家族企业评论(Family Business Review)	0	1	1
商务类 (21篇)	世界商业杂志(Journal of World Business)	0	2	2
	商业风险杂志(Journal of Business Venturing)	0	8	8
	国际商业评论(International Business Review)	1	2	3
	非洲商业管理杂志(African Journal of Business Management)	0	2	2
	商业经济与管理杂志(Journal of Business Economics and Management)	0	1	1
	小企业经济(Small Business Economics)	0	4	4
	商业伦理杂志(Journal of Business Ethics)	0	1	1
管理类 (21篇)	战略管理杂志(Strategic Management Journal)	0	2	2
	管理学院学报(Academy of Management Journal)	0	1	1
	管理学报(Journal of Management)	0	3	3
	管理观察杂志(Academy of Management Perspectives)	0	1	1
	商业研究学报(Journal of Business Research)	0	1	1
	组织战略(Stategic Organization)	0	2	2
	中国管理研究(Chinese Management Studies)	0	1	1
	欧洲国际管理杂志(European Journal of International Management)	0	1	1
	管理研究学报(Journal of Management Studies)	0	1	1
	企业家研究的前沿(Frontiers of Entrepreneurship Resarch)	0	1	1
	组织研究方法(Organizational Research Methods)	0	1	1
	中小企业管理(Journal of Small Business Management)	0	5	5
	亚太地区管理学报(Asia Pacific Journal of Management)	0	1	1
管理科学 类(9篇)	管理科学(Management Science)	2	1	3
	欧米茄国际管理科学杂志(Omega International Journal of Management Science)	0	1	1
	管理决策(Management Decision)	0	2	2
	组织科学(Organization Science)	0	2	2
	南非经济与管理科学杂志(South African Journal of Economic and Management Science)	0	1	1
创新类 (7篇)	产品创新管理杂志(Journal of Product Innovation Management)	0	2	2
	技术创新(Technovation)	1	1	2
	研发管理(R&D Management)	0	1	1
	产业与创新(Industry and Innvation)	0	1	1
	创新管理政策实践(Innovation Management Policy Practice)	0	1	1
营销类 (4篇)	欧洲市场营销(European Journal of Marketing)	0	1	1
	国际消费者研究杂志(International Journal of Consumer Studies)	0	1	1
	国际市场营销评论(International Marketing Review)	0	1	1
	国际市场营销学报(Journal of International Marketing)	0	1	1
教育类(1篇)	教育管理杂志(Academy of Management Learning Education)	0	1	1
项目类(1篇)	项目管理杂志(Project Management Journal)	0	1	1
工业类(1篇)	工业数据管理系统(Industrial Management Data Systems)	0	1	1
生产类(1篇)	国际生产研究杂志(International Journal of Production Research)	1	0	1
组织类(1篇)	组织行为与人类决策过程(Organizational Behavior and Human Decision Processes)	0	1	1
行政类(1篇)	行政科学季刊(Administrative Science Quarterly)	0	1	1
心理类(1篇)	应用心理学国际评论(International Review of Applied Psychology)	0	1	1
移民类(1篇)	国际移民(International Migration)	0	1	1
服务类(2篇)	服务理论与实践杂志(Journal of Service Theory and Practice)	0	1	1
	服务业(Service Business)	0	1	1
合计(篇数,占比/%)		6,6.5	87,93.5	93,100

通过对文献的领域类别进行梳理统计,发现创业类(21篇)、商务类(21篇)、管理类(21篇)、管理科学类(9篇)、创新类(7篇),这5个领域内关于机会识别研究的期刊论文均超过7篇,合计达79篇。由此可知,机会识别的研究属于多学科的交叉领域,其中创业类、商务类和管理类领域的研究最多。此外,本文还发现在1996—2018年间,有关机会识别研究的论文有18篇(占样本总量的19.3%)发表在SMJ、MS、JBV、JWB、AMJ、OMEGA等国际顶级期刊上,这说明机会识别领域内的研究成果已受到国际主流顶级期刊的关注与认可。

### (二)学者的个人贡献

93篇文献共涉及214名作者,采用分数分配法

对作者们的个人贡献作出相应评价,即每位作者贡献=1/N,其中N代表每篇论文的作者数量。研究发现,关于机会识别的研究方面,发文最多的作者只有4篇,调整后分值只有2.67,说明关于机会识别的研究在国际上还处在兴起阶段;从发文作者的地域和机构来看,主要集中在西方发达国家,以美国大学及相关研究机构为主,这说明机会识别的有关理论及研究成果主要来自西方发达国家;中国人民大学、西安交通大学两位学者在R&DM期刊上发表了有关国际创业的研究成果,说明机会识别已引起我国双一流大学学者的关注;从学者的个人贡献来看,目前对机会识别领域研究贡献最大的是Baron,其次是Shane、Urban、Shepherd等学者。具体见表2。

表2 作者发文数量排名

排名	作者	单位	论文数	评分	国际重要期刊
1	Baron R A	纽约特洛伊伦斯勒理工学院拉里管理与技术学院	4	2.67	MS
2	Shane S	马里兰大学帕克分校(美国)	3	1.83	MS
3	Urban B <sup>[1]</sup>	威特沃特斯兰德大学	3	1.83	
4	Shepherd D A	印地安拉大学(美国)	4	1.67	AMJ
5	Muzychenko O <sup>[2,3]</sup>	阿德莱德大学商学院(澳大利亚)	2	1.50	
6	Park J S <sup>[4]</sup>	罗伯特戈登大学	2	1.50	
7	Gregoire D A	锡拉丘兹大学(美国)	3	1.17	AMJ
8	Ucbasaran D	诺丁汉大学商学院	3	1.00	JSV、ISBJ
9	Westhead P	达勒姆大学(英国)	3	1.00	JSV、ISBJ
10	Wright M <sup>[5]</sup>	英国诺丁汉大学	3	1.00	JSV、ISBJ
11	Zahra S A <sup>[6]</sup>	明尼苏达大学(美国)	3	1.00	SMJ、JMS
12	Gonzalez Alvarez N <sup>[7]</sup>	黎巴嫩大学	2	1.00	
13	Kontinen T <sup>[8,9,10]</sup>	芬兰耶瓦大学斯基拉分校	2	1.00	IBR
14	Ojala A <sup>[11]</sup>	芬兰耶瓦大学斯基拉分校	2	1.00	
15	Nicolaou N <sup>[12]</sup>	塞浦路斯大学	2	0.83	JBV
16	Andreas W <sup>[13]</sup>	东北大学(美国)	2	0.67	
17	Charn P <sup>[14]</sup>	佛罗里达州立大学	2	0.67	
18	Foss N J	丹麦哥本哈根商学院	2	0.67	
19	Gielnik M M <sup>[15]</sup>	新加坡国立大学	2	0.67	
20	Gruber M <sup>[16]</sup>	洛桑联邦理工学院	2	0.67	MS
21	Guo H <sup>[17]</sup>	中国人民大学	2	0.67	R&DM
22	Lyngsje J <sup>[18]</sup>	挪威经济学院战略与管理系	2	0.67	SMJ
23	Macmillan I C	宾夕法尼亚大学沃顿商学院	2	0.67	MS
24	Su Z F	西安交通大学	2	0.67	R&DM
25	Thompson J D	宾夕法尼亚大学沃顿商学院	2	0.67	MS

### (三)研究主题分类

运用Citespace软件对93篇文献进行可视化分析,Time Slicing时间间隔选2年,Threshold中TOPN选择50,(c,cc,ccv)的取值为(2,2,20),其他设置默认,运行结果见图1。由图1可知,有关机会识别研究主要形成了A、B、C共3个较为明显的研究主题。

主题A代表创业机会识别。Shane发表的《Technological Opportunities and New Firm Creation》为代表文献,从技术机会层面对创建高新科技企业

进行了研究。<sup>[19]</sup>机会识别中的一个重要领域就是创业机会识别,创业机会识别作为创业的首要环节一直是学者们研究的一个重要领域。学者们已从创业者特质、先前经验、关系网络、创业警觉性等一系列视角研究了创业者的创业机会识别问题。

主题B代表商业机会识别。商业机会识别也是机会识别领域中的研究方向之一。部分学者从认知、人力资本、信息获取等视角研究了商业机会识别问题。例如Baron研究了企业家如何通过“连接点”来识别新的商业机会的过程。<sup>[20]</sup>

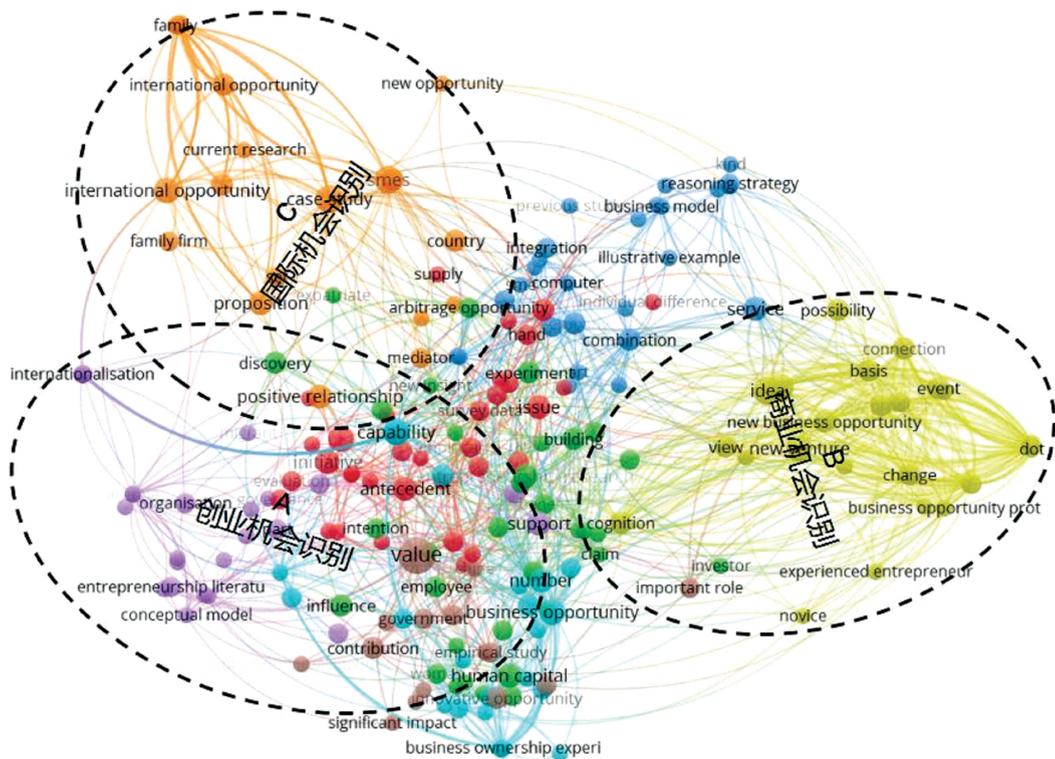


图 1 主题分类分析

主题 C 代表国际机会识别。Zaefarian 等发表的《An Exploratory Study of International Opportunity Identification among Family Firms》为代表文献,该研究探讨了家族企业如何识别国际机会的问题。<sup>[21]</sup>在经济全球化浪潮的推动下,企业国际化经营已逐渐成为了一种热潮,作为企业国际化经营首要环节的国际机会识别问题开始引起了学者们的研究兴趣。企业只有识别到合适的国际机会,才能整合资源构建运作能力,从而抓住机会跨越国界进行国际化经营。目前虽然关于国际机会识别的研究文献还不多,但在经济全球化、全球价值链整合等背景下,尤其是在我国“一带一路”战略的推动下,国际机会识别将成为机会识别理论中的一个新的重要领域,成为机会识别研究的一个新的热点方向。

进一步做共引文献分析,只选取被引频次大于等于 10 次的 39 篇文献作为分析样本,共引文献分析结果如图 2 所示。图 2 中,节点代表被引用文献,节点旁边标注的是被引用文献的作者姓名;节点的大小代表该作者文献的引用次数,即节点越大则意味着该被引文献的引用次数就越多;两个节点之间的线段代表它们被共引的情况,线段的粗细代表两篇被引文献的共引次数,即线段越粗则意味着两篇被引文献的共引次数就越多。

由图 2 可知,在机会识别研究领域,共引文献主要聚成了 3 类:在 I 类中,Shane、Baron、Ardichvuli

等作者的文献是主要被引文献;在 II 类中, Kirzner、Zahra 等作者的文献是主要被引文献;在 III 中, Shepherd、Ucbasaran、Ozgen 等作者的文献是主要被引文献。

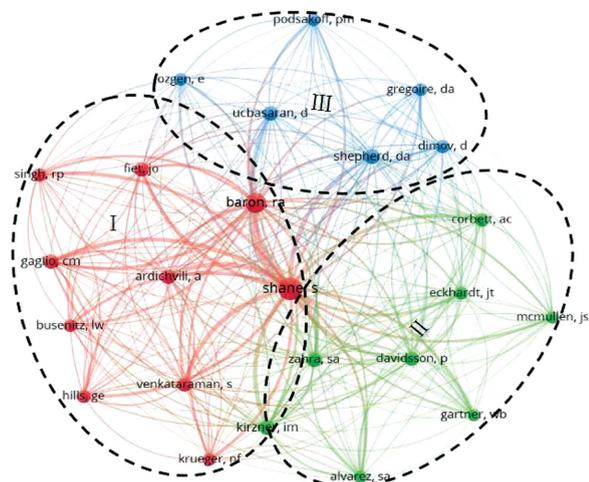


图 2 共引文献分析

借助定量的文献共引分析结果,能较粗略地分析出机会识别领域中的重要代表性文献及作者,以及有关机会识别的主要研究方向。

#### (四) 高频关键词共现图谱

使用 Citespace 软件统计 1996-2018 年词频排名前 20 位的关键词,根据 Citespace 的相关规则,构建出机会识别研究的关键词共现图谱,如图 3 所示。其中,Threshold 中 TOPN 选择 20, (c, cc, ccv) 的取值为

(2,2,10)。网络密度较少,说明该领域存在多个研究热点主题。在网络拓扑结构中,中心性高的节点往往就是重要的节点,其中包含重要研究成果。

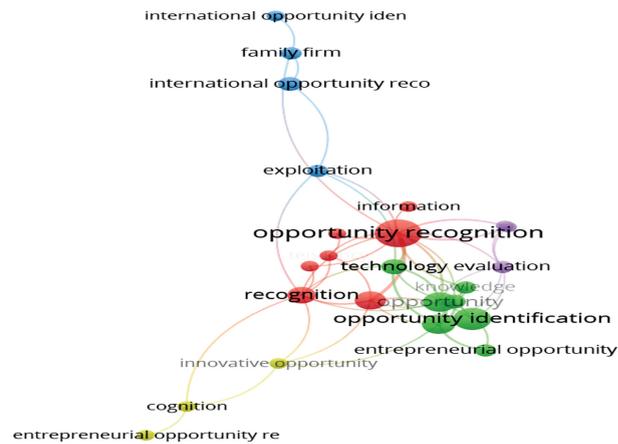


图3 机会识别高频关键词共现图谱

由图3可知,Opportunity Recognition, Opportunity Identification 是机会识别研究领域出现次数最多的关键词;此外,International Opportunity Recognition, International Opportunity Identification 等关键词也有一定的出现频次,说明国际机会识别已成为机会识别领域中的一个重要研究方向。

### 三、机会识别研究的文献内容分析

#### (一)机会识别研究概述

1. 机会识别的概念。关于机会识别的概念,不同的学者从不同的视

角对其进行了界定。Baron 把机会识别界定为面对多样性刺激,创业者对商机的直觉,后来又进一步把机会识别解释为“一个或多个认知过程,通过这个认知过程,个体可以断定他们已经识别了一个机会”。Eckhardt 等认为机会识别是指企业家对外界信息进行获取、处理并对信息价值进行解读的过程。<sup>[22]</sup>也有学者将机会识别看成是一个由不同阶段构成的完整过程。例如 Lindsay 等将机会识别过程分成了三个阶段,即机会搜寻、机会识别、机会判断。<sup>[23]</sup>关于机会识别的来源方式,Chandler 等将其归为三种,即主动搜索、被动搜索和偶然发现。<sup>[24]</sup>

2. 机会识别的维度与测量。关于机会识别的维度,目前学者们并没有明确的划分,更多地把它看成一个一维变量;而 Ozgen 认为机会识别主要包括两个维度:感知能力和警觉性。<sup>[25]</sup>关于机会识别的测量,目前主要有两种方式,一种是以识别到机会的次数进行测量,另一种则是采用问卷式量表进行测量。Ozgen 开发了机会识别测量量表(共6题项)<sup>[26]</sup>,Kevin 将机会识别分成机会搜寻、机会联系、机会判断3个阶段,并开发出机会识别的量表(共11题项)<sup>[27]</sup>,Melanie 等在 Ozgen 量表的基础上进行修订<sup>[28]</sup>,选取三个测量题项进行测量,并得到学界的认可,具体如表3所示。

表3 机会识别测量量表

变量	维度	测量题项	量表来源
机会识别	一维	在日常经营中,我产生了潜在的新想法 我对新的机会有一种特殊的敏感性和警觉性 识别潜在的新机会对我来说是一件很自然的事	Melanie 等

3. 机会识别的研究概况。围绕机会识别问题,已有不少学者从不同角度开展了大量研究。由于机会识别是影响企业家创业活动的一个重要因素,因此,目前学者们针对机会识别问题的研究主要集中在创业机会识别领域。随着“大众创业,万众创新”战略的提出,在国内学术界掀起了一股有关创业机会识别的研究热潮。张红等针对创业机会识别的研究现状进行了比较系统的综述,概述了创业机会识别的前置影响因素、创业机会识别的过程、创业机会识别的测量以及创业机会识别对企业绩效的影响。<sup>[29]</sup>有学者则是采用实证研究或案例研究等方法,从先前经验、关系网络、创业学习、创业导向等不同视角去解释创业机会识别的内在机理。孙永波等基于新创企业的246份调研数据对创业导向、外部知识获取与创业机会识别之间的关系展开了实证研

究,研究结果表明创业导向会对创业机会识别产生直接正向影响作用,也会通过外部知识获取的中介作用对创业机会识别产生间接正向影响作用。<sup>[30]</sup>张浩等基于反事实思维的视角探讨了创业机会识别的过程问题,研究认为反事实思维对创业者的机会识别能力具有正向促进作用,且在这一过程中,创业者的创业警觉性起部分中介作用。<sup>[31]</sup>还有学者基于一些前置因素的探讨,从不同的角度揭示了大众创业、农民工返乡创业等现象中有关创业机会识别的内在机理问题,并得出了一系列的研究结论。

#### (二)机会识别的本源问题

目前学术界针对机会的本源问题存在两类主要观点。一是发现的观点,即认为机会本身是一种独立于人意识之外的客观存在;企业家能通过信息搜寻与加工来发现机会,但由于企业家之间的个体特

征存在显著差异<sup>[32]</sup>,由此只有部分企业家能发现机会,即企业家的人力资本、社会资本、警觉性、成就导向、对风险的态度等个性差异会影响其机会识别。企业家拥有的特定知识及信息能让其识别到他人不能识别的机会。<sup>[33]</sup>二是创造的观点,它主要基于认知视角对机会识别过程进行解释,其思想来自于创生理论。机会识别是企业家利用其认知解读外界环境信息并认知加工而创造出来的。<sup>[34]</sup>企业家的主观主义在机会识别中起重要作用,即企业家常常通过主观思维来解读客观环境信息以创造机会。机会识别过程其实是企业家对环境信息进行复杂的认知加工、创造的过程,而机会的“发现”则是企业家机会创造中的结果而已。创造的观点认为企业家认知是影响其机会识别行为的重要因素,即认为企业家通常是基于其既有知识并利用认知图示或警觉性来有效识别机会。<sup>[35]</sup>许多学者将机会识别过程描述为受到创造力的影响,或者更具体地说,是一个自身的创造性过程。<sup>[36]</sup>此外,最近学者在研究机会识别时,也使用了从创造性文献中借来的方法,如创造性问题解决<sup>[37]</sup>和发散思维<sup>[38]</sup>或创意生成活动。<sup>[39]</sup>

Kirzner 等对上述两种观点进行了整合并认为机会识别的方式往往介于两者之间:一是企业家偶然地获取到新信息而意外发现到机会;二是企业家基于其认知对外界信息进行有针对性的搜寻,并对获取到的机会信息进行认知加工而识别到新的机会。<sup>[40]</sup>从机会识别观点的整合视角而言,不论是机会发现还是机会创造都有一个共同的特点:都与企业家认知有关。在客观事实与企业家认知的交互作用过程中,企业家利用既有知识和后继行为来进行机会识别。<sup>[41]</sup>企业家既有知识所形成的特有“知识走廊”有助于提升其认知能力,进而有助于提升企业家获取及利用新知识的能力以及对潜在机会信息的解读能力、价值判断能力和警觉性,从而有利于企业家高效识别潜在机会。

### (三) 机会识别的前因研究

机会识别往往是一种个体行为,企业家在机会识别过程中往往带有一定的主观色彩,因此,许多学者往往从企业家的个人特性因素来研究其对机会识别的影响问题。由此,基于企业家个人特性的机会识别影响因素主要有:

1. 先验知识。先验知识是个体通过积累而得的一种重要的初始知识。<sup>[42]</sup>针对先验知识与机会识别间关系问题,学者们进行了探究并发现先验知识是影响企业家机会识别能力的重要因素。Shane 等研究了企业家先验知识影响其机会识别能力问题,并

认为先验知识对其识别机会及创建新事业具有重要影响。Davidsson 等研究认为企业家专业背景及受教育程度所反映出的显性知识以及工作经历所反映出的隐性知识,显著促进其机会识别。<sup>[43]</sup>国内外不少学者研究指出企业家先验知识的积累对其机会识别能力的提升具有促进作用,并认为警觉性在这过程中起着重要的中介作用,即企业家积累的先验知识会导致其警觉性增强,进而提升企业家的机会识别能力。先验知识是导致“信息不对称”的重要原因之一,企业家具备的特有知识让其具有高效识别机会的独特潜质。<sup>[44]</sup>Helfat 等指出,企业家从先前工作、教育及其他方式中吸取的先验知识,都将对企业家认知行为和运用新知识能力产生影响。<sup>[45]</sup>企业家先验知识逐渐凝成其特有的一种“知识走廊”,使得企业家能识别到他人所难以感知的机会。<sup>[46]</sup>依据创业认知理论,企业家拥有的先验知识越多便越能增大自我效能感,从而让企业家对其创业活动越有自信,进而驱动其产生强烈的创业意愿<sup>[47]</sup>,使其主动搜寻及识别机会。<sup>[48]</sup>Shepherd 等实证研究发现先验知识与机会识别正相关。<sup>[49]</sup>

2. 先前经验。先前经验是指个体在先前的经历中所获取的各种感性或理性的观念、认识及技能。先前经验也是影响机会识别的一个重要因素<sup>[50]</sup>,国内外众多学者往往都从先前经验的视角去研究机会识别问题。肖方鑫等认为先前经验通过给企业家提供信息与知识支持,从而促使企业家迅速而有效地识别机会。<sup>[51]</sup>Westhead 等研究发现先前经验丰富的企业家能识别到更多更有创造价值的机会,且企业家拥有的先前经验的性质对其机会识别行为会产生重要影响。<sup>[52]</sup>企业家的先前经验代表了企业家创业之初拥有的初始知识,是影响企业家识别机会、发现机会、创造机会,获取和整合资源的重要因素,先前经验丰富的企业家掌握了有关市场、产品、资源等有价值知识,因而发现机会的能力得到强化,企业家往往能解读出与其先前经验密切联系的机会。<sup>[53]</sup>先前经验为机会识别提供了可借鉴的经验,对企业家识别机会行为具有一定的正向影响。<sup>[54]</sup>

3. 关系网络。关系网络指的是个体嵌入到社会结构之中的多层次人际网络,主要包括社会关系网络、商业关系网络等。关系网络也是影响企业家机会识别的一个重要因素。陈文沛研究认为企业家关系网络能显著促进其机会识别。<sup>[55]</sup>创业研究指出了关系网络对企业家的重要性,甚至认为社会网络可能是企业家最显著的知识来源,即企业家能从其积累的各种关系网络中获取有价值的机会信息,

进而能高效识别机会。有学者认为,个人与人际网络的接触可能是新思想的重要来源。关系网络与企业家所感知到的新机会数量有较高的相关性<sup>[56]</sup>,即企业家的关系网络越广,则其获取的机会信息就会越丰富,进而能识别到的机会便会越多。

4. 企业家认知。杨林认为企业家认知是企业家通过学习和实践持续获取的知识与经验,经过累积、沉淀及凝结而成的一种知识框架和信念体系。<sup>[57]</sup>企业家间由于知识结构、社会资本等的不同,从而形成不同的认知模式并产生不同的影响效应,进而影响企业家对外界环境信息的搜索和感知以及对潜在机会信息的识别与利用。<sup>[58]</sup>客观机会只有经过企业家认知加工后才能被识别及利用。<sup>[59]</sup>在带有企业家主观判断色彩的认知加工过程中<sup>[60]</sup>,企业家由于其认知因素的异质性,从而在机会识别方面存在很大的差异性,不同企业家常常关注不同的机会,即使面对同一个机会他们对其评价也往往各不相同。<sup>[61]</sup>Shane认为,企业家通过跟环境互动来识别机会且与其认知过程相关;企业家的自信心、主观性和直觉力等一系列认知特征会对其思考及决策行为产生影响。<sup>[62]</sup>机会识别常常取决于企业家的信息搜寻能力及意愿,企业家识别机会的过程本质是一个收集潜在在机会信息的过程,而企业家认知对其收集机会信息的过程会产生影响。<sup>[63]</sup>机会识别是有关模式认知的内在过程,先验知识、信息搜寻及创业警觉性等要素构造的认知模式会影响企业家机会识别行为。

5. 创业学习。一个主流观点认为创业者以往积累的知识及经验对新机会识别作用有限,创业者必须不断去获悉新知识才能识别到优质创业机会,这是一个持续的创业学习过程。创业学习能提升企业的机会识别能力。<sup>[64]</sup>Corbett认为学习的过程和学习不对称会影响创业者的机会识别行为,且不同的学习方式会对机会识别产生不同的影响。<sup>[65]</sup>张红等通过案例研究发现创业学习方式与机会识别方式之间存在着匹配关系。<sup>[66]</sup>

6. 自我效能感。自我效能感作为一种理论建构是以社会认知理论为基础的,被定义为“一个人相信自己有能力成功地履行创业的各种角色和任务的能力的力量”。它强调行为、认知和其他个人因素与环境之间的相互因果关系。Krueger等研究揭示了自我效能感的提高与对机会的感知增加之间的直接关系。<sup>[67]</sup>

7. 警觉性。Krizner研究认为警觉性是影响机会识别的一个重要因素。<sup>[68]</sup>在偶然发现机会的被动搜索中,研究者强调机敏在机会识别中的作用。引

起高度警觉的因素与个体的认知能力有关,如高智力和创造力,或者乐观。<sup>[69]</sup>因此,无论是否涉及主动搜索,警觉性在机会识别中都起着中心作用。<sup>[70]</sup>

8. 创造性思维。创造性思维是企业家通过对信息、知识、经验等进行反思与加工,进而创造出新思维或想法的一种独特认知方式。<sup>[71]</sup>国外学者采用理论推演的方式阐述了创造性思维与机会识别之间的关系。<sup>[72]</sup>创造性思维是创造性的具体体现,有助于企业家打破原有思维模式以及寻找解决问题的新颖方式。<sup>[73]</sup>张秀娥等实证研究发现创造性思维与创业机会识别正相关,即创业者的创造性思维越强,则越有可能识别到创业机会。<sup>[74]</sup>

#### (四) 机会识别的后果研究

1. 机会识别与企业绩效。机会识别是影响企业绩效的一个重要因素,但目前有关机会识别与企业绩效的关系研究非常少。Shane等指出,创业机会的属性在一定程度上决定了创业行为的价值创造潜力,而创业机会的创新性有助于提升企业的价值创造潜力。Gruber等认为市场机会选择集有助于创业者获得更高的绩效。此外,创业者在进入市场前识别出的机会数量与新企业绩效存在非线性相关关系且边际效益递减。

2. 机会识别与企业成长。机会识别对企业经营领域的选择及企业成长会产生重要影响。Gielnik等研究指出,创业者产生商业创意的原创性有助于企业成长,而产生的商业创意数量则与企业成长不存在相关性。

3. 机会识别与企业多元化发展。在动态变化的环境中,具有较强动态能力的企业家往往能根据环境的变化而不断识别到新的发展机会,由此,新机会的识别会诱使企业跨入新的行业而推动企业多元化发展。<sup>[75]</sup>

### 四、研究结论与未来研究方向

#### (一) 研究结论

作为企业家创业及企业经营活动中的一个核心环节,机会识别吸引了国内外诸多学者的研究兴趣。本文采用文献计量分析和文献内容分析相结合的方法对国内外有关机会识别的文献进行了梳理,发现机会识别已成为一个热点研究领域,且正处于研究的兴起阶段,并涌现出了一系列高水平成果。通过文献计量分析发现,在93篇文献样本中,属于1996—2006年间发表的文献只有6篇,而属于2007—2018期间发表的文献则高达87篇,不少研究成果发表在SMJ、MS、JBV、JWB、AMJ、OMEGA和RD等国际顶级期刊上,说明有关机会识别的研究

已进入了井喷阶段。目前学者们已针对机会识别的概念、测量方法等方面做了一定量的研究,并基于关系网络、先验知识、先前经验、企业家认知、自我效能感、创业警觉性等系列视角对机会识别的过程进行了探讨,相关研究已较为成熟。但针对机会识别的后果研究相对不足,即学者们较为忽视了机会识别开发过程的研究以及机会识别对企业绩效、企业成长影响方面的研究。

## (二)未来研究方向

随着“一带一路”战略的提出,我国企业兴起了一股国际化发展的热潮,不仅仅是以往有条件的国内优势企业前往海外投资进行国际化经营,普通中小企业尤其是制造型企业也开始走出国门,沿着“一带一路”的路线图前往沿线国家进行海外投资布局,以优化配置海外资源,进军国际市场以及获取更大的国际市场发展空间。由此,围绕我国企业的国际机会识别问题正成为机会识别领域中的一个新的研究方向。目前已有一些学者从关系网络、商业网络、知识等视角研究了企业国际化识别问题,Niklas 基于知识的视角研究了企业国际机会识别问题,认为市场知识和国际化知识对企业国际机会识别具有显著促进作用<sup>[76]</sup>;Sahar 等研究了关系网络与企业国际机会识别问题,并认为社会关系网络、业务关系网络、国际关系网络对企业国际机会识别具有显著正向促进作用。<sup>[77]</sup>关于企业国际机会识别的内在过程问题还有进一步深入研究的空间。

1. 先验知识对企业国际机会识别的影响。目前学者们主要基于国内情境下研究先验知识对机会识别的影响问题,而并没有探讨国际情境下先验知识对企业国际机会识别的影响问题。在国内市场环境,企业家积累的先验知识(如行业知识、教育培训知识、特殊兴趣知识)等对其机会识别具有积极影响;但在国际市场环境中,先验知识是否依然会对企业国际机会识别产生积极促进作用还有待于进一步研究和检验。Niklas 虽然从国际化知识的视角初步探讨了企业国际机会识别问题,但国际化知识仅仅是先验知识中的一部分特定知识,且不少国内企业家对国际化知识的积累还非常欠缺,由此,企业家积累的行业知识、教育培训知识、特殊兴趣知识等先验知识是否有助于其识别国际机会这一问题还有待于深入探讨。

2. 先前经验对企业国际机会识别的影响。目前学者们主要基于国内情境探讨先前经验与创业机会识别、创业风险识别、创业能力及创业绩效等之间的关系问题,但鲜有学者基于国际情境来探讨先前经

验与企业国际机会识别之间的关系问题。Mikael 等基于国际经验和网络结构的视角研究了中小企业国际机会识别过程,并认为中小企业的国际经验越丰富,就越能够有系统地寻找国际机会。<sup>[78]</sup>但国际经验只是先前经验中的一部分特定内容,对于我国许多正准备开展国际化经营的企业来说,许多企业家并没有相关国际经验,而在企业国际化过程中,企业家积累的行业经验、创业经验、职能经验等各种先前经验对企业国际机会识别是否有显著促进作用还有待于进一步深入研究与检验。

3. 先验知识、先前经验促进企业国际机会识别的作用机制。有关于先验知识、先前经验对企业国际机会识别的作用机制问题,鲜有人对此展开研究。先验知识、先前经验往往是企业家基于国内情境下积累而成的,而在国际机会识别过程中,国际知识的欠缺是制约企业国际机会识别的主要瓶颈,企业家吸收能力在企业家先验知识、先前经验与国际机会识别关系中起重要桥梁作用,由此,如何吸收国际相关知识成了企业家识别国际机会的关键所在。企业家先验知识、先前经验对国际机会识别的作用机制以及企业家吸收能力在先验知识、先前经验与国际机会识别关系中的中介机制问题还有待于进一步探讨与检验。

## 参考文献:

- [1] Urban B, Eric W. The Importance of Opportunity Recognition Behaviour and Motivators of Employees when Engaged in Corporate Entrepreneurship [J]. Journal of Business Economics and Management, 2015, 16(5): 980-994.
- [2] Muzychenko O, Liesch P W. International Opportunity Identification in the Internationalisation of the Firm [J]. Journal of World Business, 2015, 50(4): 704-717.
- [3] Muzychenko O. Cross-cultural Entrepreneurial Competence in Identifying International Business Opportunities [J]. European Management Journal, 2008, 26(6): 366-377.
- [4] Park J S. Opportunity Recognition and Product Innovation in Entrepreneurial Hi-tech Start-ups: a New Perspective and Supporting Case Study [J]. Technovation, 2005, 25(7): 739-752.
- [5] Wright M, Stigliani I. Entrepreneurship and Growth [J]. International Small Business Journal, 2013, 31(1): 3-22.
- [6] Zahra S A, Korri J S, Yu J F. Cognition and International Entrepreneurship: Implications for Research on International Opportunity Recognition and Exploitation [J]. International Business Review, 2005, 14(2): 129-146.
- [7] Gonzalez Alvarez N, Vanesa Solis-Rodriguez. Discovery of Entrepreneurial Opportunities: A Gender Perspective [J].

- Industrial Management and Data Systems, 2011, 111(5): 755-775.
- [8] Kontinen T, Ojala A. International Opportunity Recognition among Small and Medium-Sized Family Firms[J]. Journal of Small Business Management, 2011, 49(3):490-514.
- [9] Kontinen T, Ojala A. Network Ties in the International Opportunity Recognition of Family SMEs[J]. International Business Review, 2011, 20(4):440-453.
- [10] Kontinen T, Ojala A. Social Capital in Relation to the Foreign Market Entry and Post-entry Operations of Family SMEs[J]. Journal of International Entrepreneurship, 2011, 9(2):133-151.
- [11] Ojala A. Internationalization of Knowledge-intensive SMEs: The Role of Network Relationships in the Entry to a Psychically Distant Market[J]. International Business Review, 2009, 18(1):50-59.
- [12] Nicolaou N, Shane S, Cherkas L, et al. Opportunity Recognition and the Tendency to be an Entrepreneur: A Bivariate Genetics Perspective[J]. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 2009, 110(2): 108-117.
- [13] Andreas W, Gerhard Blickle, Parker B Ellen, et al. Personal Initiative and Job Performance Evaluations: Role of Political Skill in Opportunity Recognition and Capitalization[J]. Journal of Management, 2017, 43(5):1388-1420.
- [14] Charn P McAllister, Parker B Ellen, Gerald R Ferris. Social Influence Opportunity Recognition, Evaluation, and Capitalization: Increased Theoretical Specification Through Political Skill's Dimensional Dynamics[J]. Journal of Management, 2018, 44(5):1926-1952.
- [15] Gielnik M M, Frese M, Graf J M, et al. Creativity in the Opportunity Identification Process and the Moderating Effect of Diversity of Information[J]. Journal of Business Venturing, 2012, 27(5):559-576.
- [16] Gruber M, Macmillan I C, Thompson J D. Look Before You Leap: Market Opportunity Identification in Emerging Technology Firms[J]. Management Science, 2008, 54(9):1652-1665.
- [17] Guo H, Su Z, Ahlstrom D. Business Model Innovation: The Effects of Exploratory Orientation, Opportunity Recognition, and Entrepreneurial Bricolage in an Emerging Economy[J]. Asia Pacific journal of management, 2016, 33(2):533-549.
- [18] Lyngsie J, Nicolai J. The more, The merrier? Women in Top-anagement Teams and Entrepreneurship in Established Firms[J]. Strategic Management Journal, 2017, 38(3):487-505.
- [19] Shane S. Technological Opportunities and New Firm Creation [J]. Management Science, 2001, 47(2):205-220.
- [20] Baron, Robert A. Opportunity Recognition as Pattern Recognition: How Entrepreneurs "Connect the Dots" to Identify New Business Opportunities[J]. Academy of Management Perspectives, 2006, 20(1):104-119.
- [21] Zaefarian R, Eng T Y, Tasavori M. An Exploratory Study of International Opportunity Identification among Family Firms[J]. International Business Review, 2015, 25(1): 1-13.
- [22] Eckhardt J T, Shane S. Opportunities and Entrepreneurship [J]. Journal of Management, 2003, 29(3):333-349.
- [23] Lindsay N J, Graig J. A Framework for Understanding Opportunity Recognition: Entrepreneurs versus Private Equity Financiers[J]. Journal of Private Equity. 2002, 6(1): 13-24.
- [24] Chandler G N, Davidsson P, Dahlqvist J. Opportunity Recognition Processes: Taxonomy and Outcome Implications. Frontiers of Entrepreneurship Research. Wllesley. MA: Babson College [DB/OL]. [http://www.babson.edu/entrep/fer/BABSON2002/II/II\\_PI/II\\_P1.htm](http://www.babson.edu/entrep/fer/BABSON2002/II/II_PI/II_P1.htm).
- [25] Ozgen E. Entrepreneurial Opportunity Recognition: Information Flow, Social and Cognitive Perspectives[D]. Troy N K; Doctoral Dissertation of Rensselaer Polytechnic Institute, 2003:46-80.
- [26] Ozgen E, Baron R A. Social Sources of Information in Opportunity Recognition: Effects of Mentors, Industry Networks, and Professional Forums[J]. Journal of Business Venturing, 2007, 22(2):174-192.
- [27] Kevin C Cox. Entrepreneurial Alertness, Metacognition, and Opportunity Identification[D]. Florida: Atlantic University, 2016.
- [28] Melanie P Lorenza, Jase R Ramseyb, Robert Glenn Richey Jr. Expatriates' International Opportunity Recognition and Innovativeness: The Role of Metacognitive and Cognitive Cultural Intelligence[J]. Journal of World Business, 2018, 53(2):222-236.
- [29] 张红, 葛宝山. 创业机会识别研究现状述评及整合模型构建[J]. 外国经济与管理, 2014, 36(4):15-24.
- [30] 孙永波, 丁沂昕. 创业导向、外部知识获取与创业机会识别[J]. 经济与管理研究, 2018, 39(5):130-144.
- [31] 张浩, 孙新波, 张雨, 等. 揭开创业机会识别的“红盖头”——基于反事实思维与机会识别的实证研究[J]. 科学学研究, 2018, 36(2):296-303.
- [32] Shane S. Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities[J]. Organization Science, 2000, 11(4):448-469.
- [33] Shane S, Venkataraman S. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research[J]. Academy of Management Review, 2000, 25(1):217-216.

- [34] Cartner W B, Hills G E. The Language of Opportunity [ M ]. Cheltenham, UK and Northampton: Edward Elgar,2004.
- [35] Tang J, Kacmar K M M, Busenitz L. Entrepreneurial Alertness in the Pursuit of New Opportunities[J]. Journal of Business Venturing,2012,27(1):77-94.
- [36] Alexander Ardichvili, Richard Cardozo, Sourav Ray. A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Developmen[J]. Journal of Business Venturing,2003,18(1):105-123.
- [37] Kitzmann J, Schiereck D. Entrepreneurial Discovery and the Demmert/Klein Experiment: Another Attempt at Creating the Proper Context[J]. Review of Austrian Economics, 2005,18(2):169-78.
- [38] Walton A. The Impact of Interpersonal Factors on Creativity [J]. International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research,2003,9(4):146-162.
- [39] Ucbasaran D, Westhead P, Wright M. The Extent and Nature of Opportunity Identification by Experienced Entrepreneurs [ J ]. Journal of Business Venturing, 2009, 24(2):99-115.
- [40] Kirzner Israel M. Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: an Austrian Approach [ J ]. Journal of Economic Literature,1997,35(1):60-85.
- [41] Dutta D K, Crossan M M. The Nature of Entrepreneurial Opportunities: Understanding the Process Using the 41 Organizational Learning Framework [ J ]. Entrepreneurship Theory and Practice,2005,29(4):425-449.
- [42] 张玉利,王晓文. 先前经验,学习风格与创业能力的实证研究[J]. 管理科学,2011,24(3):1-12.
- [43] Davidsson P, Honig B. The Role of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs [ J ]. Journal of Business Venturing,2003,18(3):301.
- [44] 苗青. 创业决策形成的微观机制:因果模型检验[J]. 科学学研究,2009,27(3):430-434.
- [45] Helfat C E, Lieberman M B. The Birth of Capabilities: Market Entry and the Importance of Prehistory [ J ]. Industrial and Corporate Change,2002,11(4):725-760.
- [46] 李顺才,李伟,王苏丹. 企业家先前知识、创新认知与创新力关系研究——关于企业家创新行为的理论分析框架[J]. 科学学与科学技术管理,2008(5):174-178.
- [47] Krueger N F, Day M. Looking Forward, Looking Backward: From Entrepreneurial Cognition to Neuro Entrepreneurship [J]. International Handbook,2009,5(3):321-357.
- [48] Brixy U, Sternberg R, Stüber H. The Selectiveness of the Entrepreneurial Process [ J ]. Journal of Small Business Management,2012,50(1):105-131.
- [49] Shepherd D A, Detienne D R. Prior Knowledge, Potential Financial Reward, and Opportunity Identification [ J ]. Entrepreneurship: Theory and Practice,2005(1):91-112.
- [50] 尹剑峰. 先前经验、关系网络与企业家创业研究[J]. 中国石油大学学报(社会科学版),2018,34(5):16-21.
- [51] 肖方鑫,何会涛,丁良超. 海外跨国创业者先前经验对新创企业绩效的影响研究[J]. 重庆科技学院学报(社会科学版),2013(12):90-91.
- [52] Westhead P, Wright M, Ucbasaran D. The Internationalization of New and Small Firms: a Resource-based View [ J ]. Journal of business Venturing, 2001, 16(4):333-358.
- [53] Alvarez S A, Barney J B. Discovery and Creation: Alternative Theories of Entrepreneurial Action [ J ]. Strategic Entrepreneurship Journal,2007,1(1-2):11-26.
- [54] Man W T. Entrepreneurial Competencies and the Performance of Small and Medium Enterprises in the Hong Kong Services Sector[D]. Hong Kong: Department of Management of the Hong Kong Polytechnic University, 2001.
- [55] 陈文沛. 关系网络与创业机会识别:创业学习的多重中介效应[J]. 科学学研究,2016,34(9):1391-1396.
- [56] Singh R P, Hills G E, Lumpkin G T. Examining the Role of Self-perceived Entrepreneurial Alertness to the Opportunity Recognition Process [ C ]. Presented at the 13th UIC/AMA Symposium on Marketing and Entrepreneurship Interface, Nice, 1999.
- [57] 杨林,俞安平. 企业家认知对企业战略变革前瞻性的影响:知识创造过程的中介效应[J]. 南开管理评论, 2016,19(1):120-133.
- [58] Augier M, Teece D J. Dynamic Capabilities and the Role of Managers in Business Strategy and Economic Performance [ J ]. Organization Science, 2009, 20(2):410-421.
- [59] 汪良军,杨蕙馨. 创业机会与企业家认知[J]. 经济管理,2004(15):24-29.
- [60] Gregoire D A, Barr P S, Shepherd D A. Cognitive Processes of Opportunity Recognition: The Role of Structural Alignment[J]. 2010, 21(2):413-431.
- [61] 林嵩,姜彦福,张炜. 创业机会识别:概念、过程、影响因素和分析架构[J]. 科学学与科学技术管理,2005(6):128-132.
- [62] Shane S. A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus [ M ]. Northampton MA USA, 2003.
- [63] 尹剑峰,叶广宇,黄胜. 顺势而为:企业家认知成长与企业发展研究[J]. 经济管理,2017(2):35-51.
- [64] Lumpkin G T, Lichtenstein B B. The Role of Organizational Learning in the Opportunity Recognition Process [ J ]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2005,29(4):451-472.
- [65] Corbett A. Learning Asymmetries and the Discovery of

- Entrepreneurial Opportunities [J]. Journal of Business Venturing, 2007, 31(1): 97-118.
- [66] 张红, 葛宝山. 创业学习、机会识别与商业模式——基于珠海众能的纵向案例研究[J]. 科学学与科学技术管理, 2016(6): 123-136.
- [67] Krueger N F, Dickson P R. How Believing in Ourselves Increases Risk Taking: Perceived Self-Efficacy and Opportunity Recognition [J]. Decision Sciences, 1994, 25(3): 385-400.
- [68] Kirzner I M. Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach [J]. Journal of Economic Literature, 1997, 35(1): 60-85.
- [69] Krueger N F, Brazeal D V. Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs [J]. Social Science Electronic Publishing, 1994, 18(3): 91-104.
- [70] Hohenthal J, Johanson J, Johanson M. Market Discovery and the International Expansion of the Firm [J]. Int Bus Rev, 2003, 12(6): 659-672.
- [71] 赵立祥, 张芸笛. 既有知识、创业警觉性、创造性思维对创业机会识别的影响研究[J]. 科技管理研究, 2017(8): 193-200.
- [72] Dietrich A, Kanso R. A Review of EEG, ERP, and Neuroimaging Studies of Creativity and Insight [J]. Psychological Bulletin, 2010, 136(5): 822-848.
- [73] 张洪家, 汪玲, 张敏. 创造性认知风格、创造性人格与创造性思维的关系[J]. 心理与行为研究, 2018, 16(1): 51-57.
- [74] 张秀娥, 王勃. 创业警觉性、创造性思维与创业机会识别关系研究[J]. 社会科学战线, 2013(1): 78-84.
- [75] 尹剑峰. 基于动态能力的组织认定与企业多元化战略选择[J]. 中国石油大学学报(社会科学版), 2018, 34(1): 22-27.
- [76] Niklas Åkerman. International Opportunity Realization in Firm Internationalization: Non-linear Effects of Market-specific Knowledge and Internationalization Knowledge [J]. Journal of International Entrepreneurship, 2015, 13(3): 242-259.
- [77] Sahar Ahmadian, Somayeh Abdolmaleki. Network Typology and International Opportunity Recognition: Moderating Role of Entrepreneurial Orientation [J]. Ahmadian and Abdolmaleki Journal of Global Entrepreneurship Research, 2018, 8(17): 1-15.
- [78] Mikael Hilmersson, Stylianos Papaioannou. SME International Opportunity Scouting—Empirical Insights on Its Determinants and Outcomes [J]. Journal of International Entrepreneurship, 2015, 13(3): 186-211.

责任编辑: 韩国良

## Review of Enterprise Opportunity Identification

YIN Jianfeng<sup>1,2</sup>

(1. Business College, Guizhou Minzu University, Guiyang, Guizhou 550025, China;

2. Business Administration College, South China University of Technology, Guangzhou, Guangdong 510640, China)

**Abstract:** Opportunity identification is an important factor affecting entrepreneurship and business performance. Therefore, the issue of opportunity identification has become an important research field in academia. In this paper, 93 important foreign papers on opportunity identification published from 1996 to 2018 are retrieved and screened, and the publications and individual contributions of scholars, the research topics and keyword co-occurrence of the literature are visually analyzed by knowledge map method. On this basis, combined with the relevant domestic and abroad literatures, the content of opportunity identification literature is analyzed to summarize the concept, dimension, measurement method of opportunity identification, and the general situation of the research on the causes and consequences of opportunity identification. In addition, with the rise of the wave of enterprise internationalization, the issue of international opportunity identification, as the primary link of enterprise internationalization, has become a new hot research direction in the field of opportunity identification, and the relevant literature is very scarce. Therefore, this paper appeals to scholars to strengthen the relevant research in the field of international opportunity identification and puts forward the future research directions of international opportunity identification, that is, to study the relationship and mechanism of prior knowledge and previous experience to international opportunity identification.

**Key words:** priori knowledge; previous experience; relational network; opportunity identification