



 經濟部中小企業處

台北市羅斯福路二段95號3樓

電話 | 02-2368-0816

傳真 | 02-2367-3883

網址 | <http://www.moeasmea.gov.tw/>

102年12月印製

[2010-2012
全球創業觀察台灣年報]

Global Entrepreneurship Monitor
Taiwan Executive Report
2010-2012

 經濟部中小企業處 編印

ISBN 978-986-03-9845-8



9 789860 398458

定價350元



2010-2012

[全球創業觀察台灣年報]

**Global Entrepreneurship Monitor
Taiwan Executive Report
(2010-2012)**



GEM

溫肇東

謝如梅

陳意文 著

中華民國一〇二年十二月

處長序

台灣中小企業新創蓬勃發展，是我國經濟發展的驅動力。從零開始的創業打拚過程，充分展現我國創業者活力與韌性，更代表了台灣精神。世界經濟的發展和科技的演變，使創業模式更加多元，面對國際競爭日趨激烈的經貿環境，使得創業的挑戰更勝以往，中小企業如何以小搏大，立足台灣放眼國際，已是創業創新的關鍵因素之一。

全球創業觀察調查計畫 (Global Entrepreneurship Monitor, GEM) 是目前國際上最大規模且完整之跨國創業研究計畫，以嚴謹的學術研究理論與方法出發，以國家為分析單位，針對各國早期創業階段狀況進行比較分析，可做為跨國比較的共同資料庫，此外，基於各國對創業精神、創業活動在國家經濟的重要性和認同，亦可當作創業研究與未來政策之參考，其研究結果已帶動世界各國對創業及國內創業環境之推展。

經濟部中小企業處長期投入與輔導創業活動，為了解目前台灣創業環境中的優、劣勢，並進一步探討與改善創業環境，自 2010 年起支持我國加入全球創業觀察研究計畫，透過成人人口調查 (Adult Population Survey, APS)，針對成人人口以隨機抽樣方式電訪；同時亦透過國家專家訪查 (National Expert Survey, NES)，訪談各領域的專家，瞭解台灣創業環境之優、劣勢，並作為跨國比較之指標。

在現今「知識創新」時代裡，產業以跳躍式的成長速度在前進，此時對創業者而言，更需串連政府資源，擷取國際間不同的產業優勢與傑出作為，建立競爭優勢，才能站在成功的基石上，發揮更大的效益。

GEM 台灣調查在溫肇東教授的主持下，已累積 8,000 筆成人人口調查數據及 144 位專家訪談紀錄。今年我們特別整理分析近三年 (2010 年至 2012 年) 之計畫調查結果，以觀測台灣創業環境的變遷及創業活動的狀態，並集結產官學研各界寶貴的建議，從總體環境的觀點了解目前我國創業情況，讓國人對於台灣創業環境有更深入的認識，並可協助專家學者從其中發掘更多值得探討的創業研究議題，更可作為政府施政參考的政策意涵。

推動創業創新為本處重要政策方向之一，未來我們也將持續支持創業研究，台灣的創業環境貢獻一份心力，成為台灣中小企業及創業者最強力的後盾。

經濟部中小企業處 處長



謹識

中華民國 102 年 12 月



作者序

過去幾年來，我們一直在思考，執行 GEM 台灣調查的目的是什麼？剛開始，主要希望能藉由國際組織的研究架構與方法，瞭解台灣創業活動在世界上的排名或位置。但實際上，GEM 的調查並不著重於國際排名^❶，其中廣被引用的早期階段創業活動指標（TEA Index），仍需要搭配許多不同的條件（例如：經濟發展程度、地理區域）與變數（性別、創業態度、動機、創新程度等）去分析，才能看到更深入的創業活動現況，這些分析曠日費時，卻有其必要。

經過幾年下來，我們發現 GEM 是現有國際創業調查中，相對較為紮實地針對各國的成人全人口，以嚴謹的抽樣方式，每年隨機戶中抽樣超過 2,000 份樣本，電話訪談民眾 10-30 分鐘，另外進行 36 位相關領域的專家問卷，因此調查所得到的資訊，其實遠比一個簡單的排名、指標要多的多。但是這些資訊的分析，尚需要配合對台灣創業政策、教育與訓練、創業活動等相關議題之瞭解，輔以統計工具來進一步分析與解讀，才能探索出一些創業議題的方向與建議。

台灣 GEM 研究團隊在經過數年的資料收集及與各界討論分析後，逐步整理出 2010 年至 2012 年數據分析的重點與發現。最近一年來，更接獲不少相關的詢問與討論，顯示大家漸漸認識與關注 GEM 的調查結果。由於現有台灣的創業調查與研究，多是從個體或組織層面探討創業議題，我們希望能透過 GEM 的資料，從較高的層次角度，分析台灣總體創業環境與個體創業活動之現況及問題，藉以提供相關有興趣人士參考，因此有了本年報的出版。

^❶ 為克服此項需求，另有組織成員於 2010 年延伸創造出 GEDI 指標及組織

要完成這本三年年報，首先要感謝的是長期支持我們執行調查的經濟部中小企業處，在中企處的經費支持與協助下，台灣得以加入 GEM 調查，並持續追蹤與瞭解創業活動在國際上的位置與現況。其次要感謝中華民國青年創業協會總會及工業技術研究院，在過去數年間與台灣 GEM 研究團隊成員一起投入調查執行，讓計畫得以順利完成。最後，要特別感謝曾接受訪談的民眾、專家，以及參與 GEM 創業論壇的與談專家，謝謝您們提供之親身經驗與寶貴建議。

誠摯希望本年報之付梓，能讓更多人瞭解台灣創業的現況，包含態度、活動及抱負，以及提供未來可以持續努力的方向，然由於時間與人力有限，仍有不盡完美之處，非常歡迎您們的回饋建議，也感謝您們的閱讀。

溫肇東

國立政治大學科技管理與智慧財產研究所 教授

謝如梅

國立屏東科技大學科技管理研究所 助理教授

陳意文

淡江大學資訊傳播學系 助理教授

摘要

本年報為根據台灣 GEM 2010-2012 年及全球年報所調查之數據進行分析與討論。全文共分為五大部分：第一，緒論單元簡述 GEM 的背景、調查方法及架構。第二為調查結果分析，整理與分析台灣與國際在創業態度、創業活動等方面的數據。第三，本年報萃取數據中所發現到的創業議題（創業意圖、產業分佈、女性創業），作進一步較為深入之交叉分析比較。第四為創業環境分析，以國家專家觀點探討台灣創業環境之優勢與待改進之處。最後為結論與分析，彙整調查與發現、實務意涵與結語。根據年報中的數據與分析（以三年平均為主），重點摘要如下：

一、創業態度

1. 台灣民眾認知到創業機會的比率為 36%，接近創新驅動經濟體之平均（33%），但歷年來有逐步增高之趨勢（30% 增至 39%）。
2. 台灣民眾認知自己具有創業知能之比率為 27%，低於創新驅動經濟體之平均（40%），低於中國大陸（41%），與南韓（28%）、新加坡（26%）相近。
3. 台灣民眾認知害怕失敗的比率為 40%，略高於創新驅動經濟體之平均（37%），亞洲各國（中國大陸、日本、南韓、新加坡、泰國、馬來西亞等）此題項之數據均偏高。
4. 台灣民眾認同創業是好的職涯選項之比率為 69%，高於創新驅動經濟體之平均（56%），略低於中國大陸（72%），略高於南韓（63%）、遠高於日本（28%）。
5. 台灣民眾認同創業者具有高社會地位之比率為 61%，低於創新驅動經濟體之平均（69%），低於中國大陸（75%）、南韓（69%）、泰國（79%）。
6. 台灣民眾認為媒體經常可以看到創業成功的比率為 82%，遠高於創新驅動經濟體之平均（57%），略高於中國大陸（78%）、南韓（64%）、日本（56%）。
7. 未來三年有意願投入創業之台灣民眾比率為 26.1%，遠高於創新驅動經濟體之平均（9.5%）、日本（2.9%）、南韓（13.3%）、新加坡（13.9%），與中國大陸相近（29.9%）。

二、創業活動

1. 台灣目前處於早期階段創業活動 (TEA) 之比率為 8%，略高於創新驅動經濟體之平均 (7%)，三年數據均相當穩定。低於中國大陸 (17%)、新加坡 (10%)、泰國 (20%)，高於日本 (4%)、南韓 (7%)、馬來西亞 (6%)。
2. 台灣創業者分布各階段之比率平均，新生創業者 (NE) 與新設事業者 (BE) 分別為 3.8% 及 4.1%，現有企業者之比率為 7.8%，退出市場之比率為 4.9%。
3. 台灣創業者之創業動機，機會型占 47%、需求型占 22%，近似於創新驅動經濟體之比率 (54%、19%)。
4. 台灣 TEA 創業之產業分布以個人服務業最高 (63.8%)，加上商業服務與知識密集產業為 15.8%，兩者合起來將近八成。製造與建築產業為 18.3%，農業與傳統勞力產業僅有 2.1%。
5. 台灣 TEA 創業活動之年齡分布，多數集中於 25-34 歲 (29.6%) 及 35-44 歲 (28.9%)，18-24 歲之年輕人及 55-64 歲之中高齡創業者各約有 10% 之比率。
6. 台灣 TEA 創業之性別分布，男性為 62.3%、女性為 37.7%。
7. 台灣 TEA 創業之學歷分布，以大專為主 (53.6%)，高中以下有 36%。
8. 台灣 TEA 創業超過半數 (66.7%) 之家戶年所得低於 80 萬，19.5% 為 80-160 萬之間。

三、創業議題分析

1. 台灣具有創業意圖之民眾性別比率約為各半 (男性 53.1%，女性 46.9%)，年輕人 (18-24 歲) 之比率為 19.9% (高於 TEA 之 10%)。
2. 台灣創業退出之比率為 4.9%，其中有超過半數 (56.9%) 繼續營運，而結束營運之主因是不賺錢 (33.9%)，其次為個人因素 (29.4%)。
3. 台灣 TEA 創業者未來五年預計增聘員工 5 人以上之比率為 48%，高於創新驅動經濟體之平均 (26%)，亦高過於多數國家。

4. 台灣 TEA 創業之產品創新比率為 66%，高於創新驅動經濟體之平均（45%）。
相對而言，市場創新比率則偏低（3%%），低於創新驅動經濟體之平均（47%）。
5. 台灣 TEA 創業之國際化程度偏低（外銷超過 25% 之比率為 13%），低於南韓（18%）、新加坡（39%）。
6. 台灣女性創業率為 6%，亞洲已開發國家中僅次於新加坡（13%）。
7. 台灣女性 TEA 創業中，碩士以上高學歷之創業成長期待（增聘超過 20 位員工）大幅增高（41.2%），大專以下僅有 6.8%。

四、創業環境分析

1. 專家評分表現優勢之領域依序為：創業家社會形象（4.16 分）、實體基礎設施取得（4.09 分）、女性創業支持（3.81 分）、對創新之關注（3.78 分）
2. 專家評分表現待改進之領域依序為：教育與訓練（2.70 分）、研究發展移轉（2.94 分）、商業與專業基礎設施取得（2.78 分）、政府政策（2.87 分）。

五、結論與建議

1. 接受失敗是創業學習的一部分。
2. 培養與提升高創新的創業知能。
3. 強化服務業新創事業的國際化與市場創新。
4. 不同創業對象及其需求應明確劃分。

目錄

壹 · 緒論	P13
一 · 背景介紹	P13
二 · GEM 之特色	P13
三 · GEM 之調查方法	P16
貳 · 調查結果分析	P17
一 · 創業態度 (ATTITUDES)	P17
二 · 創業活動調查 (ACTIVITY)	P28
參 · 創業議題分析	P36
一 · 創業意圖	P36
二 · 新創事業的產業分布與成長抱負	P38
三 · 女性創業	P43
肆 · 創業環境分析 (專家觀點)	P52
伍 · 結論與建議	P58
一 · 調查發現	P58
二 · 實務意涵	P61
三 · 結語	P61
附錄 1 GEM 主要測量的名詞釋義	P63
附錄 2 GEM 台灣團隊成員	P65

圖目錄

圖 1 創業歷程與 GEM 的操作性定義	P15
圖 2 GEM 研究模型	P15
圖 3 台灣民眾對創業機會認知之比率 / 年份 (%)	P19
圖 4 台灣民眾對害怕失敗認知之比率 / 年份 (%)	P23
圖 5 台灣不同創業階段之性別分布比率圖	P34
圖 6 創業各階段之產業分布比率 (%)	P39

表目錄

表 1 APS 調查樣本數	P17
表 2 主要國家在創業機會認知之比率 (%)	P19
表 3 主要國家創業者在創業知識與能力的認知之比率 (%)	P21
表 4 主要國家創業者對於害怕失敗的認知之比率 (%)	P22
表 5 主要國家民眾認同創業為好的職涯選項之比率 (%)	P24
表 6 主要國家民眾認同創業者具有高社會地位之比率 (%)	P25
表 7 主要國家大眾媒體經常可以看到創業成功的報導之比率 (%)	P26
表 8 主要國家創業意圖之比率 (%)	P27
表 9 主要國家 TEA 之比率 (%)	P29
表 10 主要國家各創業階段之比率 (%)	P30
表 11 主要國家創業動機之比率 (%)	P31
表 12 台灣不同創業階段的產業分布之比率 (%)	P33
表 13 台灣不同創業階段的年齡分布比率 (%)	P33
表 14 台灣不同創業階段之性別分布比率 (%)	P34
表 15 台灣不同創業階段的學歷分布比率 (%)	P35
表 16 台灣不同創業階段家戶所得比率 (%)	P35
表 17 創業意圖與性別分析	P36
表 18 創業意圖與年齡分析	P36
表 19 退出事業之比率 (%)	P37
表 20 創業退出與家戶所得分析	P37
表 21 各國新生創業家成長期待之比率 (%)	P40
表 22 各國之產品創新程度比率 (%)	P41
表 23 各國之市場創新程度比率 (%)	P42
表 24 各國之國際化程度比較 (%)	P43
表 25 台灣 TEA 市場國際化之數據比較 (%)	P43
表 26 各國之性別創業比率 (2012 年; %)	P45
表 27 各國創業階段之性別比率 (2010-2012 年平均) (%)	P47

表目錄

表 28 各國創業態度性別比率 (2010-2012 年平均) (%)	P47
表 29 各國創業動機性別比率 (2010-2012 年平均) (%)	P48
表 30 TEA 女性創業家之創業認知與動機 (2012 年; %)	P48
表 31 2012 年 TEA 女性新創事業之聘僱員工比率 (%)	P49
表 32 未來五年增聘員工人數比例之性別比較 (%)	P50
表 33 未來五年增聘員工人數比例之性別及學歷比較 (%)	P51
表 34 子領域之平均數與標準差	P55
表 35 評分前十高題項	P57
表 36 評分前十低題項	P57

壹・緒論

一・背景介紹

近年來，創業議題在學術研究與實務界逐漸興起，各國積極推動創業活動，並引發政府、產業界及學術界的關注。由於創業與一國之經濟發展與成長息息相關，故對於創業活動與變化的調查研究有其必要性，但創業不像大企業或已成立企業一般，已有標準、具體的方式與數據衡量，專門針對剛創業以及潛在新生創業者的調查研究顯得非常缺乏。

為因應創業研究與政策上的需求，1997 年全球創業觀察 (Global Entrepreneurship Monitor; 以下簡稱 GEM) 在 Babson College 及 London Business School 多位教授的努力下催生，並很快獲得國際上創業學者的響應，於 1999 年開始正式啟動調查，當年度共有 10 國參與，發展至 2008 年已增加至 42 個經濟體，2012 年共有 69 個經濟體參與，已成為目前國際上最具規模的大型創業調查計畫。

台灣在經濟部中小企業處的支持下，自 2010 年重返 GEM，連續調查至 2013 年，目前已累積八千筆的隨機抽樣調查樣本 (全成人人口樣本)。本年報的出版旨在將這幾年的數據與調查發現進行整理分析，以提供國內各界參考。

二・GEM 之特色

GEM 以嚴謹的學術研究理論與方法出發，針對各國創業者之早期創業階段 (Total early stage entrepreneurial activity) 狀況進行比較分析，而其所調查之研究結果已帶動世界各國對創業及國內之創業環境的推展。計畫之調查目的分述如下：

1. 瞭解與比較各國創業活動的內涵、類型與差異
2. 瞭解創業與國家經濟發展的關係
3. 找出影響創業活動的關鍵因素
4. 提供國家層次創業活動的政策意涵

(一) 聚焦於「早期階段創業過程」

創業為一長期連續過程，其中最為特殊的即在於從無到有的「早期階段創業過程」，GEM 突破過去研究限制，針對各國全成人人口進行隨機戶中抽樣調查，並從中篩選出「具有創業概念，到創立三年半之間的早期階段創業者（包括獨立創業者及公司內部創業者）」，藉以瞭解此階段創業者之狀況。

GEM 將創業過程分為四個新事業創造的階段及三個轉折點（圖 1），並將早期階段創業活動（TEA）的定義^②如下：

(1) 新生創業率（Nascent entrepreneurship rate; 以下簡稱 NE rate）：

18-64 歲的人口中，現為新生創業家的百分比（正在參與建立自己將會全資或合資擁有的新企業，但該新企業發放薪水、工資或任何其他報酬給所有人，不足 3 個月）。

(2) 新設企業率（Baby entrepreneurship rate; 以下簡稱 BE rate）：

18-64 歲的人口中，現在為新創企業所有人的百分比（他們正擁有與管理該企業，該企業發放薪水、工資或任何其他報酬給所有人，超過 3 個月但不足 42 個月）。

(3) 早期階段創業活動（TEA Index）=（1）+（2）：

18-64 歲的成人人口中，現在處於早期階段創業活動的百分比。

(4) 現有企業率（Established Business Ownership rate; 以下簡稱 EB rate）：

18-64 歲的人口中，現為現有企業負責人的百分比（他們正擁有與管理該企業，該企業發放薪水、工資或任何其他報酬給所有人，超過 42 個月）。

(二) 同時涵蓋總體與個體層次的研究架構

GEM 旨在調查各國早期階段創業者的創業狀況，但同時輔以總體層次之社會、文化、政治背景脈絡，創業基礎條件（entrepreneurial framework conditions, EFCs）、整體創業相關要素，再與個體層次的早期階段創業者之創業資料進行連結（GEM 研究模型請見圖 2。）

^② 詳細的定義請參見附錄 1

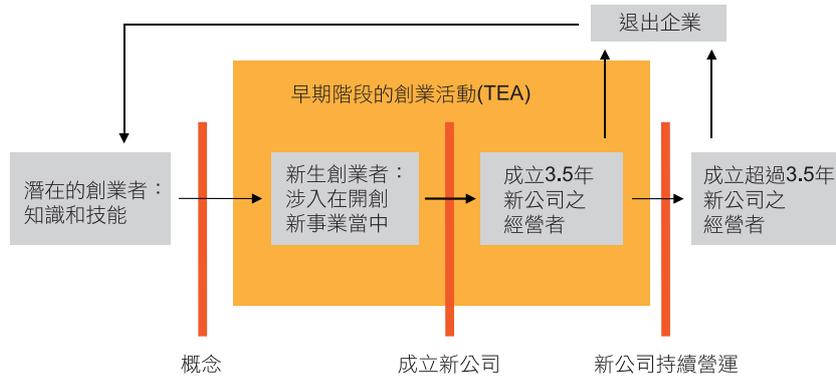


圖 1 創業歷程與 GEM 的操作性定義
資料來源：GEM 2010 Global Report (p.13)

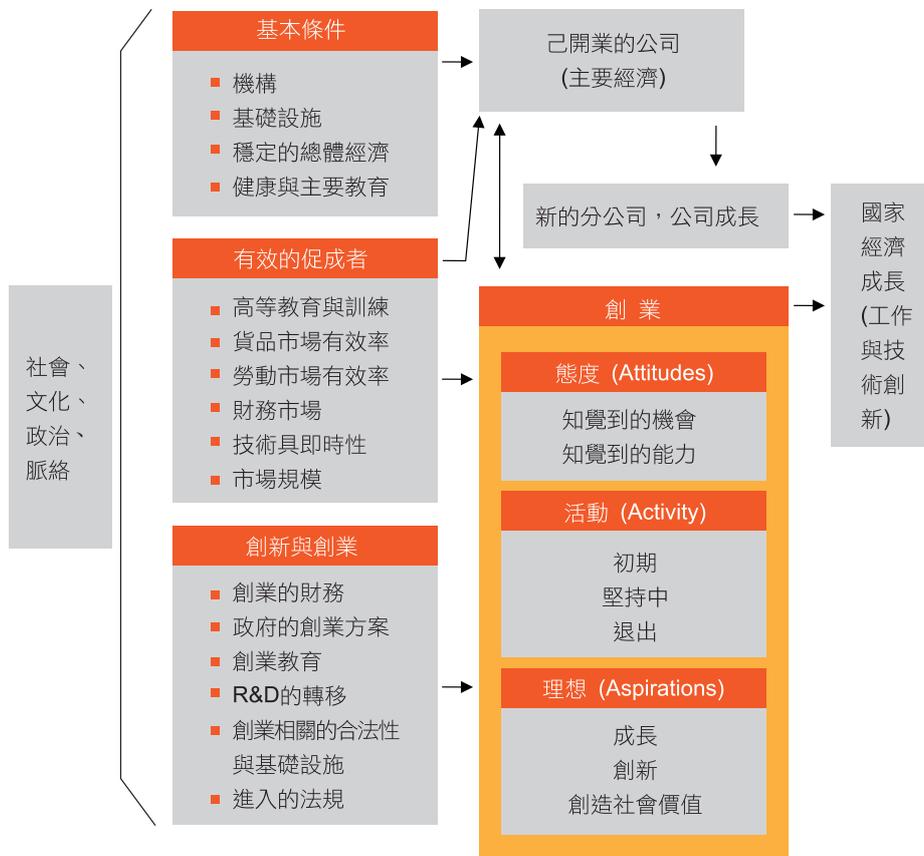


圖 2 GEM 研究模型

(三) 嚴謹且具跨國比較基礎之調查方法

GEM 的調查方法具有以下特點：

- (1) 經由設計後，強調協調一致、標準化流程，可作為國際化比較的創業研究資料。
- (2) 最新的隨機樣本調查：每年持續收集新資料，數據每年度更新，可得到最真實的現況。
- (3) 調查內容涵蓋完整的創業過程要素，可用以理解創業之各個不同構面的內涵。
- (4) 擁有長期的資料趨勢與分析。

三 · GEM 之調查方法

1. 成人人口調查 (Adult population survey/ APS)：在標準與統一的研究設計與流程之下，委託專業市調公司，以隨機抽樣方式，每年電話訪問收集至少 2,000 筆有效資料（必須符合研究對象資格，且願意接受調查訪問者），藉以瞭解各國創業活動的狀況，調查內涵主要分為態度 (attitudes)、活動 (activity)、理想 / 抱負 (aspirations)。
2. 國家專家調查 (National expert survey/NES)：邀請來自九大領域的專家，進行專家訪談與問卷調查，以獲得不同領域專家對國家創業機會與能力的專業意見，並用以作為未來調查創業架構的基礎。

貳 · 調查結果分析

本年報將 GEM 調查之重點數據呈現如下，第一部分為「創業態度 (entrepreneurial attitudes)」旨在瞭解全部受訪之民眾對於創業的認知與態度為何，包括知覺機會、知能與環境。第二部分為「創業活動 (entrepreneurial activity)」，根據所有受訪民眾之回答計算出各國之創業率，並根據不同階段區分為不同之樣本族群，此外，更進一步將創業樣本抽出來做分析，探討創業活動現況。第三部分為「創業理想 / 抱負 (entrepreneurial aspirations)」，探討前述新創事業之創新性、成長性、國際化程度等現況，本年報將創業抱負與其他重要變數進行交叉分析比對，並提出台灣創業活動議題之調查發現。

以下內容將根據 GEM 台灣 2010-2012 年共三年所調查之 APS 數據進行分析，總計樣本數為 6,022 筆^③，經過嚴謹之隨機抽樣程序與問卷調查，所得之數據應有代表性與參考價值。此外，並加入 GEM 官方正式出版之 2010-2012 全球年報 (Global Report) 數據，以進行跨國比較^④。

再者，為進行國際數據之比較，本年報根據世界經濟論壇 WEF (World Economic Forum) 分類，依三個經濟發展類型：要素驅動 (factor-driven)、效率驅動 (efficiency-driven)、創新驅動 (innovation-driven) 進行分組並列出平均值。台灣目前已被歸類於創新驅動經濟體之列，故後續分析比較均以該經濟體之平均值為比較之基礎。

表 1 APS 調查樣本數

年份	台灣 APS 樣本數(份)
2010	2,001
2011	2,009
2012	2,012
合計	6,022

一 · 創業態度 (Attitudes)

除了人格特質與環境因素將影響創業決定之外，個人對創業的觀感與認知，更是影響創業行為的重要驅動因子。而創業態度即代表個人對創業所持正面或負面的評估，包含對創業環境的機會感受與認知、對創業能力與知識及風險的衡量與判斷，以及意識到社會認同的程度，最終形成個人創業意圖的高低。

③ 在 95% 之信心水準下，整體抽樣誤差約為 $\pm 2.19\%$ 。

④ GEM 2012 全球年報中之數據為整數，為求一致性，本報告多數表格以整數數據 (四捨五入) 呈現。

(一) 創業機會的認知 (Perceived Opportunities)

個人對於創業機會的評估與判斷，可視為創業活動的起始點，不過就「如何造就一位創業家」的議題，卻在學理上仍莫衷一是、尚無定論。過去研究認為「每個人都可以察覺所有的創業機會」，但亦有理論主張「個人認知」的差異，強調創業機會將隨著科技、市場、地理區域、政府政策或規範改變時，隨時影響個人的創業決定。

一般而言，認知機會的類型與個人的生活環境、教育背景、生活型態以及專業訓練息息相關，學者曾發現一項來自麻省理工學院的技術發明，在具備不同先前知識 (prior knowledge) 的專業人士巧妙運用後，造就了八種不同的應用方式。而上述發現亦反應了處於相同發展狀態下的經濟體，民眾對於創業機會認知的狀況較為一致。

從下頁表 2 可知，就不同經濟體的平均所得而言，要素驅動之創業機會認知最高，顯示民眾能知覺到大量的創業機會；而創新驅動則相對最低，對創業機會的評估則相對保守。而處於創新驅動的台灣，民眾對創業機會的認知在三年內的變動不大，平均約為 36%，略高於創新驅動經濟體的 33%。相較於日本 (三年平均 6%)、南韓 (三年平均 12%)、新加坡 (三年平均 22%) 等同屬創新驅動經濟體之亞洲國家，則反應台灣民眾對創業機會具有較高的敏銳度。

不過，在創新驅動經濟體之歐美國家中，以北歐國家的民眾對創業機會的認知較高，包括芬蘭 (三年平均 56%)、瑞典 (三年平均 68%)、挪威 (三年平均 60%)，都已呈現超越要素驅動經濟體平均值 (三年平均 58%) 的情況。

綜合上述的分析，顯示台灣民眾在三年內對創業機會的整體評估變化不大 (但呈現提升之趨勢)，而與所得相同之經濟體的差異亦不明顯；但與亞洲創新驅動經濟體相比，仍略高於各國平均。不過，北歐國家即便亦處於創新驅動經濟體，民眾對創業的認知卻顯示出極高的機會意識，是台灣未來在創業教育、環境政策與支持體系各環節可以借鏡之標竿國家。

表 2 主要國家在創業機會認知之比率 (%)

年份	2010年	2011年	2012年	三年平均
答「是」的受訪者比例				
台灣	30	39	39	36
中國大陸	36	49	32	39
日本	6	6	6	6
南韓	13	11	13	12
新加坡	-	21	23	22
泰國	-	40	45	42
馬來西亞	40	37	36	37
美國	35	36	43	38
澳洲	46	48	-	47
英國	29	33	33	32
德國	29	35	36	33
芬蘭	51	61	55	56
荷蘭	45	48	34	42
瑞士	33	47	36	39
法國	34	35	38	35
希臘	16	11	13	13
瑞典	66	72	66	68
西班牙	19	14	14	16
挪威	50	67	64	60
以色列	35	-	31	33
要素驅動平均	62	49	63	58
效率驅動平均	43	40	41	41
創新驅動平均	33	35	31	33

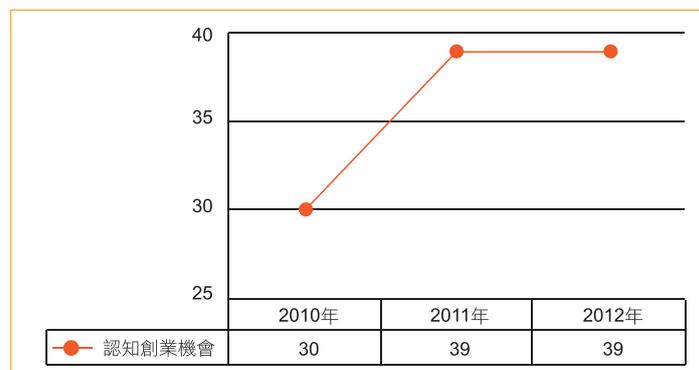


圖 3 台灣民眾對創業機會認知之比率 / 年份 (%)

(二) 創業知識與能力的認知 (Perceived Knowledge and Capabilities)

對於一般民眾而言，投入創業活動不僅是一項職業的選項，更是個人生涯的重要規劃。研究指出，當個人具有豐厚的創業知識時，能為自我帶來較高的職涯察覺力，除了更願意作出創業承諾之外，亦有助於創業能力的自我評估。

培養創業知識與能力的重要性不言可喻，故舉辦創業競賽與活動，並鼓勵各大專院校設計相關課程，成為各國推動創業教育的政策焦點。從經濟體的發展階段來看，創新驅動經濟體對創業知識與能力的認知平均較低，不僅三年平均為 40%，更是逐年下滑，顯示民眾對自我的評估傾向保守；而要素驅動各國平均則最高，三年平均為 66%，但每年的數據波動較大，代表民眾雖然樂觀看待自我能耐，但卻不易維持一致性，易受環境之影響。

即使台灣屬於創新驅動經濟體的一份子，但民眾對於創業知識與能力的認知卻明顯偏低，三年平均僅為 27%，遠低於該經濟體的 40%，顯示台灣成年人對自我的整體評價並不具信心。相較於日本（三年平均 12%）、南韓（三年平均 28%）、新加坡（三年平均 26%）等同屬創新驅動經濟體之亞洲國家，台灣民眾與南韓及新加坡相去不遠，而日本民眾對自我能耐的衡量則最低。

民眾的創業知識與能力不僅可用於創業活動，即便屬於受薪階級，亦有助於提升企業的內部創業精神。從歐美各國的數據反應，在體質較佳的經濟體中，民眾普遍都具有一定程度的創業知識與能力，如北歐的芬蘭（三年平均 43%）、瑞典（三年平均 40%）、挪威（三年平均 36%），都與創新驅動經濟體之平均數字相去不遠。

由上述分析可知，相較於歐美各國，同屬創新驅動經濟體的亞洲國家中，民眾對於創業知識與能力的認知並不理想，皆有遠低於創新驅動平均的傾向，代表個人的自我評價不甚理想。因此，除了持續推動創業教育與強化激勵工具，以提升人們對於創業知識與能力的知覺態度之外，更宜深入瞭解民眾自覺不足之處，以彌補學用之落差。

表 3 主要國家創業者在創業知識與能力的認知之比率 (%)

年份	2010年	2011年	2012年	三年平均
	答「是」的受訪者比例			
台灣	26	29	26	27
中國大陸	42	44	38	41
日本	14	14	9	12
南韓	29	27	27	28
新加坡	-	24	27	26
泰國	-	43	46	45
馬來西亞	24	31	31	29
美國	60	56	56	57
澳洲	53	47	-	50
英國	52	42	47	47
德國	42	37	37	39
芬蘭	40	37	34	37
荷蘭	46	42	42	43
瑞士	44	42	37	41
法國	37	38	36	37
希臘	52	50	50	51
瑞典	42	40	37	40
西班牙	50	51	50	50
挪威	40	33	34	36
以色列	42	-	29	36
要素驅動平均	72	56	71	66
效率驅動平均	56	52	52	53
創新驅動平均	44	41	36	40

(三) 對於害怕失敗的認知 (Fear of Failure)

創業具有一定之風險，在投入創業活動初期將面對許多不確定性，故失敗的恐懼將阻礙民眾的創業決定。從表 4 可知，不論是要素驅動（三年平均 31%）、效率驅動（三年平均 32%），或是創新驅動（三年平均 37%），民眾對於創業活動普遍存在著失敗的畏懼感。換言之，所得的高低並不影響個人對於害怕失敗的認知，一旦面臨創業的抉擇，亦不易貿然啟動創業行為。

相較於創新驅動經濟體（三年平均 37%），台灣民眾對創業活動的失敗認知偏高，三年平均為 41%，不過數字已逐年略為降低；而同屬於創新驅動經濟體的亞洲國家中，包含日本

(三年平均 43%)、南韓(三年平均 40%)、新加坡(三年平均 41%)，從數字上反應與台灣相同的現象，亦即民眾仍對創業失敗感到恐懼。反觀北歐各國，如芬蘭(三年平均 33%)、瑞典(三年平均 32%)、挪威(三年平均 35%)則略低於創新驅動經濟體，顯示民眾對投入創業活動相對抱持平常心。

事實上，新創事業不僅失敗率高，存活率亦低，欲投入創業活動者應盡早瞭解此現象，並抱持著泰然處之的心理狀態，較有助於克服創業過程中的諸多挑戰，避免因害怕失敗而裹足不前。因此，建立一個能夠包容失敗、容忍試誤的創業友善環境，將有助於民眾勇於承擔挑戰；另外，整體創業教育的規劃與設計，應鼓勵冒險犯難、視創業活動為一連串的實驗過程，以強化創業精神。

表 4 主要國家創業者對於害怕失敗的認知之比率(%)

年份	2010年	2011年	2012年	三年平均
	答「是」的受訪者比例			
台灣	44	40	38	40
中國大陸	32	36	36	35
日本	33	42	53	43
南韓	33	45	43	40
新加坡	-	39	42	41
泰國	-	55	50	53
馬來西亞	45	30	36	37
美國	27	31	32	30
澳洲	36	44	-	40
英國	30	36	36	34
德國	34	42	42	39
芬蘭	29	32	37	33
荷蘭	24	35	30	30
瑞士	27	31	32	30
法國	41	37	43	40
希臘	51	38	61	50
瑞典	29	35	33	32
西班牙	36	39	42	39
挪威	27	41	39	35
以色列	46	-	47	47
要素驅動平均	29	37	28	31
效率驅動平均	32	32	32	32
創新驅動平均	33	38	39	37

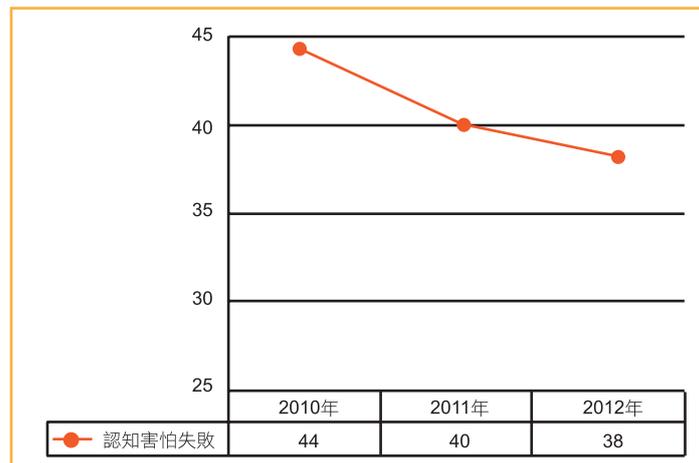


圖 4 台灣民眾對害怕失敗認知之比率 / 年份 (%)

(四) 整體社會對於創業的認可 (Perception about Entrepreneurship)

當個人考量是否投入創業活動時，將意識到周遭的社會壓力，特別是「參考人 (reference people)」是否同意創業這項決定。因此，友善的創業環境與社會氛圍將有助於激勵民眾正向看待創業活動。GEM 有關整體社會對於創業觀感的調查共有三個問項，包括：(1) 創業是一個值得嚮往的生涯選擇，(2) 創業成功的人具有較高的社會地位及受到尊重，(3) 大眾媒體經常可以看到創業成功的報導。根據這三個問項被認可的程度，即代表整體社會對投入創業活動的認同，以及該經濟體在社會價值觀方面是否具備成為創業型社會的條件。

就民眾認同創業為好的職涯選項而言，台灣展現出較為高度的評價，三年調查平均為 69%，數據變化不大，亦遠高於創新驅動經濟體 (三年平均 56%)，顯示台灣社會頗為肯定創業者的生涯規劃，將創業視為一項令人嚮往的職業選項。而此傾向較為接近要素驅動 (三年平均 76%) 與效率驅動 (三年平均 71%) 經濟體之價值取向。

此數據顯示，即便台灣年輕人報考公職比率高、追求穩定工作的趨勢日益明顯，但仍懷抱創業熱情，願意考量就業之外的其他可能性。因此，面對這些抱持創業夢想的民眾，各界應提供正向積極的輔導措施，妥善引導適切的職涯發展與規劃。

表 5 主要國家民眾認同創業為好的職涯選項之比率 (%)

年份	2010年	2011年	2012年	三年平均
	答「是」的受訪者比例			
台灣	68	69	70	69
中國大陸	70	73	72	72
日本	28	26	30	28
南韓	68	61	59	63
新加坡	-	54	50	52
泰國	-	77	76	77
馬來西亞	56	52	46	51
美國	65	-	-	65
澳洲	57	54	-	56
英國	51	52	50	51
德國	53	55	19	52
芬蘭	46	46	45	46
荷蘭	85	83	79	82
瑞士	65	-	44	55
法國	65	66	65	65
希臘	66	61	64	64
瑞典	57	52	-	55
西班牙	65	65	64	65
挪威	58	53	50	54
以色列	61	-	60	61
要素驅動平均	75	77	76	76
效率驅動平均	73	70	70	71
創新驅動平均	59	57	53	56

雖然台灣民眾認同創業是一項令人嚮往的職業選項（三年平均為 61%），但對於創業者的社會地位之評價卻低於創新驅動經濟體（三年平均 69%）。反觀同屬創新驅動經濟體的北歐各國，包括芬蘭（三年平均 84%）、瑞典（三年平均 72%）、挪威（三年平均 77%）的數據，卻遠高於創新驅動諸多經濟體，顯示創業者對當地的貢獻值得肯定，令民眾心生崇敬之意。

除了透過各界推動獎勵機制鼓勵創業楷模或標竿，創業家本人的作為才是贏得社會整體尊重的關鍵因素，故成功的創業家更應善盡社會責任，建立其高度的社會地位與正面形象，樹立健全的社會意義。

表 6 主要國家民眾認同創業者具有高社會地位之比率 (%)

年份	2010年	2011年	2012年	三年平均
	答「是」的受訪者比例			
台灣	58	63	63	61
中國大陸	77	73	76	75
日本	52	55	55	54
南韓	71	67	70	69
新加坡	-	63	63	63
泰國	-	79	79	79
馬來西亞	69	51	51	57
美國	76	-	-	76
澳洲	68	68	-	68
英國	77	81	77	78
德國	77	78	76	77
芬蘭	87	83	83	84
荷蘭	69	67	65	67
瑞士	65	-	64	65
法國	68	68	77	71
希臘	70	69	68	69
瑞典	72	71	-	72
西班牙	63	67	64	65
挪威	71	80	80	77
以色列	73	-	72	73
要素驅動平均	81	77	80	79
效率驅動平均	70	69	69	69
創新驅動平均	70	69	68	69

大眾媒體是影響創業觀感與社會風氣的重要守門人，民眾將透過傳播內容瞭解創業故事與奮鬥歷程，進而影響創業決定。在台灣，人們經常可以看到創業成功的報導，三年平均之比例高達 82%，遠高於創新驅動（三年平均 57%）、效率驅動（三年平均 61%），以及要素驅動（三年平均 64%）。

相較於同屬創新驅動經濟體之亞洲國家，包括日本（三年平均 56%）、南韓（三年平均 64%）、新加坡（三年平均 77%），台灣媒體更熱衷於報導創業相關議題。不過，報導成功故事並未正向反應在民眾對創業者社會地位的認同，顯示資訊內容未能強調創業者的社會貢獻、拼搏精神與人生價值，疏於揭露正向意義。

表 7 主要國家大眾媒體經常可以看到創業成功的報導之比率 (%)

年份	2010年	2011年	2012年	三年平均
	答「是」的受訪者比例			
台灣	78	86	83	82
中國大陸	77	76	80	78
日本	59	57	53	56
南韓	61	62	68	64
新加坡	-	77	77	77
泰國	-	84	84	84
馬來西亞	88	74	63	75
美國	68	-	-	68
澳洲	70	70	-	70
英國	52	47	47	49
德國	49	50	49	49
芬蘭	71	67	68	69
荷蘭	61	62	58	60
瑞士	51	-	57	54
法國	45	47	41	44
希臘	35	33	33	34
瑞典	61	62	-	62
西班牙	41	45	47	44
挪威	67	60	59	62
以色列	56	-	47	52
要素驅動平均	65	58	68	64
效率驅動平均	63	60	60	61
創新驅動平均	56	58	56	57

(五) 創業意圖 (Entrepreneurial Intentions)

許多研究顯示，當創業者決定是否創立一家新公司時，創業意圖扮演舉足輕重的角色。而創業意圖不僅是個人在心理層面產生的創業念頭，亦代表民眾對創業活動抱持的初衷。

就不同經濟體而言，要素驅動國家之創業意圖最高（三年平均 39%），其次為效率驅動（三年平均 24.6%），而創新驅動最低（三年平均 9.5%），顯示經濟發展程度提高後，社會較為富裕，民眾更傾向穩定的職場發展，降低為了財富而冒險創業的企圖心。另一方面，相對穩定的經濟條件，亦有機會形成優渥的社會福利，進而降低人們的創業意願。

不過，台灣雖然處於創新驅動經濟體，但民眾展現的創業意圖卻仍偏高，三年平均為 26.1%，代表人們願意持續投入風險較高的創業活動，此現象在亞洲各國中，僅略低於中國大陸（三年平均 24.6%）。而對於經濟發展穩定的日本、南韓與新加坡民眾而言，三年平均之創業意圖分別僅為 2.9%、13.3%、13.9%，各年變化不大，故台灣的高創業意圖現象值得各界關注。

台灣民眾對創業活動持續抱持高度的熱忱，就學理而言，意圖終將引導行為，並對創業決定產生莫大影響。在不具適切知識與引導即貿然投入創業活動，將對創業者的生涯產生巨大風險，因此，台灣民眾遠大的創業精神應適度搭配輔導工具與平台，避免錯誤的判斷與投入。

表 8 主要國家創業意圖之比率 (%)

年份	2010年	2011年	2012年	三年平均
	答「是」的受訪者比例			
台灣	25.1	28.2	25	26.1
中國大陸	26.9	42.8	20	29.9
日本	2.9	3.8	2	2.9
南韓	10.1	15.7	14	13.3
新加坡	-	11.7	16	13.9
泰國	-	26.5	19	22.8
馬來西亞	5.1	8.7	13	8.9
美國	7.7	10.9	13	10.5
澳洲	8.7	12.3	-	10.5
英國	5.1	8.9	10	8
德國	6.4	5.5	6	6
芬蘭	5.9	7.1	8	7
荷蘭	5.5	8.5	9	7.6
瑞士	6.7	9.5	7	7.7
法國	14.2	17.7	17	16.3
希臘	12.8	10.5	10	11.1
瑞典	8.5	9.8	11	9.8
西班牙	5.8	8.0	11	8.3
挪威	7.6	8.7	5	7.1
以色列	14.1	-	13	13.55
要素驅動平均	42.6	26.4	48	39
效率驅動平均	23.2	24.7	26	24.6
創新驅動平均	8.2	10.3	10	9.5

二・創業活動調查 (Activity)

(一) 早期創業活動 (TEA)

在三年的調查與追蹤下，台灣 TEA 數據並無明顯變化，平均為 8%，略高於創新驅動經濟體的 7%。而在同屬創新驅動的亞洲國家中，台灣的 TEA 位居第二，僅低於新加坡（三年平均 10%）。不過，相較於亞洲國家的平穩情勢，中國大陸卻有明顯差異，在 2010 年為 14%，並於次年劇烈升高至 24%，但 2012 年又擺盪回 13%，顯示該國整體創業情況影響甚大，仍未形成穩定的狀態。

另一方面，經濟發展階段對 TEA 的影響亦可由三年數據中判讀，平均 TEA 最高的經濟體為要素驅動（三年平均 20%），其次為效率驅動（三年平均 13%），最後為創新驅動（三年平均 7%）。此現象代表所得越高的地區，有興趣投入於創業活動的比例將逐漸減少，而創業型態亦可能受到經濟發展程度而有所不同。

就數據變化而言，效率與創新驅動經濟體保持相對穩定狀態，但值得關注的是，要素驅動在 2010 年為 23%，並於次年劇烈降低至 13%，但 2012 年又擺盪回 24%，此情況與中國大陸的 TEA 變化極為相似，顯示在要素經濟體中，民眾的創業活動易受各種因素左右，呈現較為動盪的狀態。

若進一步比較歐洲各國，TEA 數據亦呈現較為穩定狀態，並未產生大幅波動的現象。就創業活動的成長而言，三年內持續增溫者為英國（6%、7%、9%）與荷蘭（7%、8%、10%），已明顯超越創新驅動經濟體之平均數據，代表兩國民眾踴躍投入創業活動，值得深入瞭解該國政府對創業之支持與鼓勵。然而，從下表（表 9）中各國表現看來，並未有任何一個經濟體出現持續下滑的情況，顯示各國對創業活動保持高度的關注。

表 9 主要國家 TEA 之比率 (%)

年份	2010年	2011年	2012年	三年平均
	答「是」的受訪者比例			
台灣	8	8	8	8
中國大陸	14	24	13	17
日本	3	5	4	4
南韓	7	8	7	7
新加坡	-	7	12	10
泰國	-	20	19	20
馬來西亞	5	5	7	6
美國	8	12	13	11
澳洲	8	11	-	10
英國	6	7	9	7
德國	4	6	5	5
芬蘭	6	6	6	6
荷蘭	7	8	10	8
瑞士	5	7	6	6
法國	6	6	5	6
希臘	6	8	7	7
瑞典	5	6	6	6
西班牙	4	6	6	5
挪威	8	7	7	7
以色列	6	-	7	7
要素驅動平均	23	13	24	20
效率驅動平均	12	14	13	13
創新驅動平均	6	7	7	7

(二) 各創業階段比較

下表(表 10) 分別說明各創業階段的差異^⑤。其中，台灣新生創業者與新創事業者之比例相當(3.8% 及 4.1%)，而現有創業者亦有 7.8%，顯示全台灣創業比例約佔總人口之 15.8%，但退出率略高於創新驅動經濟體之平均值。中國大陸近年來之創業比例偏高，日本則一向屬於低度創業率之國家，南韓與我們數據相近，但新創事業者比例高於新生創業者，顯示較多創業者跨入正式營運及獲利階段。

^⑤ NE 為新生創業者 (Nascent Entrepreneurship)，代表籌備期階段之比例。BE 則是新設企業率 (Baby Entrepreneurship)，代表創業未滿三年半的創業者比例。TEA 意指 NE+BE，代表兩個階段的整體比例。而 EB 為現有企業率 (Established Business Ownership)，代表創業超過三年半之現有企業主。

表 10 主要國家各創業階段之比率 (%)

年份	新生創業者 (NE)	新創事業者 (BE)	現有事業者 (EB)	退出市場 (Exit)
台灣	3.8	4.1	7.8	4.9
中國大陸	6.6	10.4	12.8	5.0
日本	2.3	1.9	7.2	1.0
南韓	2.6	4.6	10.7	2.6
新加坡	5.9	3.4	3.2	3.1
泰國	8.7	11.6	30.1	3.8
美國	7.4	3.7	8.6	4.1
英國	4.3	3.3	6.5	1.9
德國	3.3	2.1	5.4	1.8
以色列	3.1	2.8	3.9	2.8
要素驅動平均	11.0	10.0	9.7	10.4
效率驅動平均	7.7	5.7	7.6	4.6
創新驅動平均	3.7	2.9	7.1	2.7

(三) 創業動機比較

創業行為與經濟發展階段息息相關，在前述的比較中可知，相較於所得較高的創新驅動經濟體，要素驅動與效率驅動之創業活動更為活絡，關鍵即為創業動機不同，處於經濟高度發展階段之地區，民眾創業多半是為了追求理想，而所得較低之民眾則較常出現為了維持生計而被迫創業的情況。因此，創業動機的差異，可進一步區分為機會導向與需求型創業，前者是受到機會的驅使，進而轉換職涯發展方向，或是追求自我價值與人生成就的事業理想，後者則是迫於生計而不得不為之。一般而言，屬於高成長創新導向的創業活動比較能夠為自己與整體社會明顯創造增值的效益。

從三類經濟體之調查數據亦支持上述主張，創新驅動的機遇型創業活動比例（三年平均 54%）遠高於要素驅動（三年平均 37%）與效率驅動（三年平均 37%），而需求型三年平均則僅佔 19%，遠低於前述兩者三年平均的 38% 與 35%。

而台灣自 2011 年首度邁入創新驅動型經濟體，民眾的創業動機也由此時開始出現變化，最明顯的情況是需求型創業大幅下降，由 30% 減低至 18%，與新加坡相去不遠，已逐漸接近創新驅動型經濟體之比例。不過，值得注意的是，雖然機遇型創業亦有所提升，但卻於 2012 年

明顯下滑，成為三年最低，是一大警訊，應以創新驅動三年平均 54% 為標竿，引導更多創新導向的創業者投入創業活動。

在亞洲各國中，兩種創業動機之比例相差不大，呈現兩者各半的情況，僅日本與新加坡的數據與台灣較為接近，都是機會型遠高於需求型的狀態，而日本在機會型創業活動的成長更是明顯，三年內從 47%、64%、66%，逐年成長，而需求型則緩步下滑。

屬於創新驅動經濟體的歐洲各國，則以荷蘭、瑞典、挪威的情況最為健全。其中，以維持生計為主的需求型創業，荷蘭三年內的比例僅為 8%、9%、8%，瑞典則為 13%、6%、7%，而挪威為 15%、4%、7%，代表為了求生而創業的情況相當少見，而創業的主力則是以實踐夢想的機會型為主。

表 11 主要國家創業動機之比率 (%)

年份	2010年		2011年		2012年		三年平均	
	機會型	需求型	機會型	需求型	機會型	需求型	機會型	需求型
台灣	48	30	50	18	43	18	47	22
中國大陸	34	42	29	41	39	37	34	40
日本	47	36	64	25	66	21	59	27
南韓	49	39	36	42	46	35	44	38
新加坡	-	-	53	16	55	15	54	16
泰國	-	-	67	19	67	17	67	18
馬來西亞	41	12	72	10	61	13	58	12
美國	51	29	59	21	60	21	56	24
澳洲	59	19	73	15	-	-	66	17
英國	43	11	46	17	43	18	44	16
德國	48	26	55	19	51	22	51	22
芬蘭	54	18	59	18	60	17	58	18
荷蘭	64	8	62	9	66	8	64	8
瑞士	60	14	61	11	57	18	59	14
法國	56	25	71	15	59	18	62	19
希臘	39	28	37	25	32	30	36	28
瑞典	72	13	68	6	49	7	63	9
西班牙	42	25	39	26	33	26	38	26
挪威	74	15	71	4	70	7	71	9
以色列	54	29	-	-	46	19	50	24
要素驅動平均	38	34	39	37	35	42	37	38
效率驅動平均	42	31	42	28	28	46	37	35
創新驅動平均	54	20	57	18	51	18	54	19

因此，法治健全度高、對創業友善的環境，也象徵著民眾不須為了生存而創業，而是為了追求自我抱負，亦較有機會創造高成長的創業活動，而降低需求型創業並提高機會型創業的比例，是台灣未來需持續改進的目標。

（四）台灣創業活動之特徵

1. 創業活動的產業分布

GEM 將產業類別區分為：農漁牧礦原料採集產業（第一產業；Extractive）、製造與建築產業（第二產業；Transforming）、商業服務產業（第三產業中提供較高附加價值與知識密集的專業服務；Business Service）、個人服務產業（第三產業中較低附加價值與勞動力密集的個人服務；Consumer-oriented）。

下表（表 12）顯示以一般消費者為直接對象的餐飲服務與零售商業，佔台灣新生創業^⑥（NE）活動的 63.6%，以及新創企業（BE）的 61% 的比例。台灣過去經濟發展所倚重的製造業與建築產業，在新生創業（NE）活動與新創企業（BE）所佔的比重皆只有 18.4%。而在教育、網路、行銷、進出口貿易、專業服務、媒體傳播等知識較為密集且以企業為主要對象提供專業服務的相關產業，其新生創業活動（NE）與新創企業（BE）所佔的比重則分別為 17.1% 與 14.3%。

綜合言之，台灣 TEA 創業活動重心顯然已經由第一、二產業，轉向第三產業發展，過去台灣經濟發展十分倚重的製造與建築產業佔 TEA 比例僅有 18.5%，更足以顯示台灣未來的創業活動將以第三產業為主要投入對象。但是台灣的 TEA 投入在第三產業中附加價值較高的企業專業服務與知識密集服務業的比例（15.7%）卻遠低於附加價值較低的個人服務業（63.6%）。顯示目前在台灣多數的創業活動可能均屬於進入門檻較低且不具有核心資源能力的小型商號或微型企業，這樣的現象頗令人值得擔憂。也代表台灣整體創業活動所創造的附加價值不足，品質也還有待提升，未來需要鼓勵更多新創企業投入在創新導向、知識密集、高增長性、高附加價值，以提供企業專業服務為主要對象的第三產業，這也將是未來政府訂定政策的主要目標之一。

最後，農業與傳統勞力服務雖然在新生創業（NE）活動比例為 3.5%，但新設企業率（BE）卻僅佔 0.8%，顯示許多創業活動無法跨越門檻，在籌備階段就無法持續發展，是需要持續關注之產業類型。

表 12 台灣不同創業階段的產業分布之比率（%）

	第一產業 農業與傳統勞力服務	第二產業 製造與建築產業	第三產業 商業服務與知識密集	第三產業 個人服務業
TEA	2.1	18.3	15.8	63.8
NE	3.5	18.4	17.1	61
BE	0.8	18.4	14.3	66.4
EB	2.7	33.6	13	50.6

2. 創業活動的年齡分布

就參與新生創業活動（NE）人口的年齡分布而言，主要集中於 25-34 歲，共佔約 30%，而青壯年投入創業活動的人口在籌備期明顯偏高，顯示台灣長年推動的創新創業精神，已產生顯著的效果。不過若再檢視新設企業家（BE）的年齡分布，亦以 25-34 歲、35-44 歲為大宗，分別佔有 28.9% 與 33.7%，顯示青壯年最終能夠實現創業目標的比例很高。但以現有企業而言（EB），則是 45-54 歲佔有優勢，比例高達 35.8%，顯示中老年人面對挑戰度較高的創業投入，可能相對保守，在考量較為全面與審慎的情況下，創造了較高的現有企業。在台灣逐漸走向高齡化社會的趨勢下，政府也有必要提供創業輔助措施，來協助中高齡群族在職涯發展上的需求。

表 13 台灣不同創業階段的年齡分布比率（%）

	18-24歲	25-34歲	35-44歲	45-54歲	55-64歲
TEA	11.1	29.6	28.9	20.5	9.9
NE	12.6	29.6	24.9	22.3	10.3
BE	9.2	28.9	33.7	18.9	9.2
EB	1.2	13.3	28.5	35.8	21.2

3. 創業活動的性別分布

整體而言，各國女性創業的比例一般低於男性。下表（表 14）顯示，台灣女性佔新設企業家（BE）的比例（40.2%）要高過於其佔新生創業家（NE）的比例（34.6%）這是否代表女性的創業實踐能力要高過於男性？或是由於兩性創業型態的差異，導致女性比較容易自新生創業家角色進入新創企業家行列？在台灣現有企業家（EB）中女性所佔比例為 31.5%，低於目前女性參與在早期創業活動（TEA）的比例 37.7%。此數據顯示女性創業活動在台灣有快速增高的趨勢，由於女性創業所面臨的問題與挑戰不同於男性，女性創業從事的行業種類與追求的事業目標也不同於男性，因此女性創業將會是一個值得關注的研究議題。

表 14 台灣不同創業階段之性別分布比率（%）

	男性	女性
TEA	62.3	37.7
NE	65.4	34.6
BE	59.8	40.2
EB	68.5	31.5

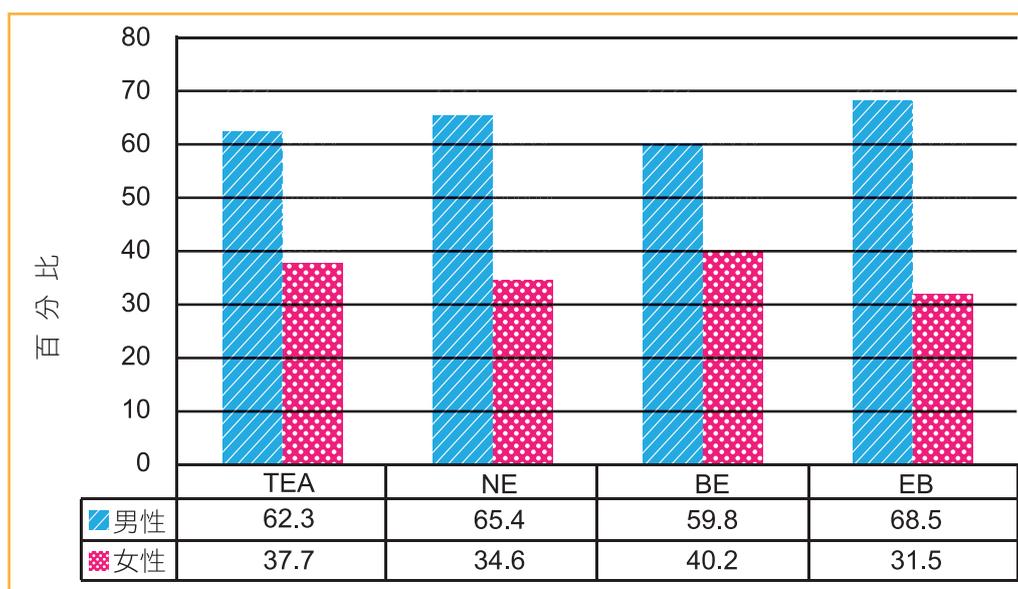


圖 5 台灣不同創業階段之性別分布比率圖

4. 創業活動的學歷分布

下表(表 15)顯示高中以下到大專學歷在不同創業階段的表現差異不大，但碩士以上對創業活動的投入即有明顯差異。其中，不論是 TEA、新生創業者(NE)，或是新創企業家(BE)三個階段，大專學歷都佔一半以上比例。不過，就現有企業家(EB)而言，則以高中以下居多。值得注意的是，碩士以上學歷之創業者，卻較無法跨越創業的不同階段，形成較低的存活率。由於高學歷創業者可能偏向選擇知識密集的創業活動，故自然面對更高的挑戰，甚至是全球化競爭。因此，創業者學歷與各階段存活率的議題，應更深入瞭解與分析，有助於設計相對應的輔導措施。

表 15 台灣不同創業階段的學歷分布比率(%)

	高中以下	大專	碩士以上
TEA	36.0	53.6	10.5
NE	34.6	53.0	12.4
BE	37.3	53.4	9.2
EB	53.4	41.1	5.5

5. 家戶所得

就家戶所得而言，TEA 比例最高者為 40 萬至 80 萬收入家庭，若涵蓋 40 萬以下，則整體比例高達 66.7%，佔一半以上，顯示中低收入者目前投入創業活動的比例相當高。其中，進入籌備期的新生創業者(NE) 比例，亦與 TEA 比例呈現高度一致性，80 萬所得以下共佔 68.8%，是台灣現階段進入創業籌備期的主力。另外，進入新設企業者(BE) 階段的比例亦相去不大，80 萬所得以下佔 65.2%。最後，得以順利存活的創業家所得亦是在 80 萬以下，為 67.7%。就調查結果而言，家戶所得 80 萬可視為投入創業活動的分水嶺，所得越高者抗拒創業風險的傾向非常明顯，而中低收入者更則勇於挑戰。

表 16 台灣不同創業階段家戶所得比率(%)

	四十萬 以下 (NT)	\$400,000- \$799,999 (NT)	\$800,000- \$1,599,999 (NT)	\$1600,000- \$2,399,999 (NT)	\$2,400,000- \$3,199,999 (NT)	\$3,200,000- \$3,999,999 (NT)	四百萬 以上 (NT)
TEA	31.0	35.7	19.5	7.6	3.8	1.9	0.5
NE	33.2	35.6	16.3	9.9	4.0	1.0	0
BE	29.0	36.2	22.6	5.4	3.6	2.3	0.9
EB	28.3	39.4	20.0	4.1	2.9	3.9	1.4

參 · 創業議題分析

一 · 創業意圖

(一) 創業意圖與人口統計變數

由創業歷程來看，誘發創業活動最主要的對象為具有高度創業意圖者，根據 GEM 調查之結果顯示台灣人的創業意圖高達 26.1%⁷，此數據高於創新驅動經濟體之平均值 10% 許多。台灣長期以來有「寧為雞首，不為牛後」之社會文化，加上近年來政府與學校不斷推廣創新與創業，促使許多年輕人擁有創業夢想，也期望等待適當時機去創業。

然而，我們進一步分析具有創業意圖者的背景，發現其中男女性別將近各半（表 17），年齡越輕之創業意圖越高（表 18），學歷無顯著差異，但有 76.5% 的人之家戶年所得未達 80 萬。顯示具有創業意圖者，多為年輕人及家戶所得較低之族群。

這些族群相對較缺乏創業所需之資源（人脈、資金與設備等），也較容易受害怕失敗之心態影響而不去創業，因此若要驅動他們的創業行動，首先需給予足夠的創業知識與能力之協助，讓他們能評估自己的產品及新事業是否可能商品化並推到市場上。再者，藉由政府所提供之各種創業貸款、補助或是優惠，應有助於他們取得創業的第一批種子資金，當這些周邊資源越加豐富與完善時，才能推動具有創業意圖者往前邁進一步。

表 17 創業意圖與性別分析

性別 \ 創業意圖	無	有
男性	48.8%	53.1%
女性	51.2%	46.9%

表 18 創業意圖與年齡分析

年齡 \ 創業意圖	無	有
18-24	11.5%	19.9%
25-34	21.9%	29.9%
35-44	23.2%	22.3%
45-54	24.3%	19.1%
55-64	19.0%	9.7%

附註：卡方檢定 ($p = 0.00$; $\chi^2 = 161.199$)

(二) 創業退出之原因

台灣 2010-2012 年處於早期階段創業活動 (TEA) 中的新生創業者 (NE) 之平均值為 3.8%，而每年退出或結束企業之總比率為 4.9%，其中結束營運的比率占 1.8%，顯示企業的誕生與退出比率接近五成。因此，新創事業的存活率即為相當重要的課題。

我們進一步分析退出市場的原因，發現若是結束營運，其主要原因為企業不賺錢 (33.9%)，其次為個人因素 (29.4%)。若是退出後企業繼續營運，則主要退出原因為個人因素 (48.8%)，其次為找到其他工作 (11.3%)。

再者，創業退出之人口統計變數部分，在年齡、性別、學歷方面並無顯著差異，但在家戶所得部分，則有明顯差異。退出創業者有高達近 50% 之家戶年所得在 40 萬台幣以下，顯示可能在資金周轉不足與資源缺乏的情況下，難以持續營運企業，導致退出率偏高。此部分應該是後續推廣創業與輔導時，要創業者先審慎評估自己的資金與能力，再行決定是否投入創業，以免導致營運不佳退出市場，血本無歸的情況。

表 19 退出事業之比率 (%)

退出後	百分比	有效百分比
繼續營運	2.7%	56.9%
結束營運	1.8%	38.4%
繼續營運但改變型態	0.2%	4.8%
總計	4.7%	100%

表 20 創業退出與家戶所得分析

家戶所得(NT)	創業動機	
	否	是
\$0-\$399,999	39.0%	49.4%
\$400,000-\$799,999	37.4%	31.6%
\$800,000-\$1599,999	16.9%	11.9%
\$1,600,000-\$2,399,999	3.9%	3.6%
\$2,400,000-\$3,199,999	1.1%	2.0%
\$3,200,000-\$3,999,999	1.3%	0.8%
\$4000000以上	0.3%	0.8%

附註：卡方檢定 ($p = 0.014$; $\chi^2 = 15.976$)

二・新創事業的產業分布與成長抱負

(一) 產業分布集中於個人服務業

台灣產業型態已由製造業轉向服務業，此現象亦發生於創業活動上，由 GEM 2010-2012 年之平均數據顯示，創業超過三年半之現有企業屬於第二產業（製造業）有 33.6%，但 TEA 僅有 18.3%，顯示大量新創公司轉向服務業。

然而，在第三產業之服務業中又可區分為具有較高附加價值之知識密集的商業服務業（business services）及附加價值偏低之個人服務業（consumer-oriented）。由下圖（圖6）數據顯示，前者所增加的幅度有限（13%→15.8%），但後者則大幅增加到 63.8%。

由創新驅動經濟體之產業分布情況來看，商業服務業之比重應趨近於個人服務業較佳，才能帶動整體經濟之附加價值，創造較高的收入與薪資水準。以台灣人力之高素質而言，卻多從事較無法產生創新與附加價值的服務業，甚為可惜，此部分應為未來產業轉型與升級之關鍵。

此外，我們將年齡加入產業別進行交叉分析比較，發現年齡與產業別有高度之差異性，在第一產業中（農林漁牧），45-54 歲之創業者佔 70%，而第二產業中，則平均分布於 25-54 歲（約各 30%）。第三產業之商業服務業（知識密集），集中於年輕族群創業者（25-34 歲佔 33.8%），而消費者導向之個人服務業，亦集中於青壯年創業者（25-44 歲佔 60%），45-54 歲佔 18.7%。顯示年輕一代之創業者對於服務業之投入相當高。

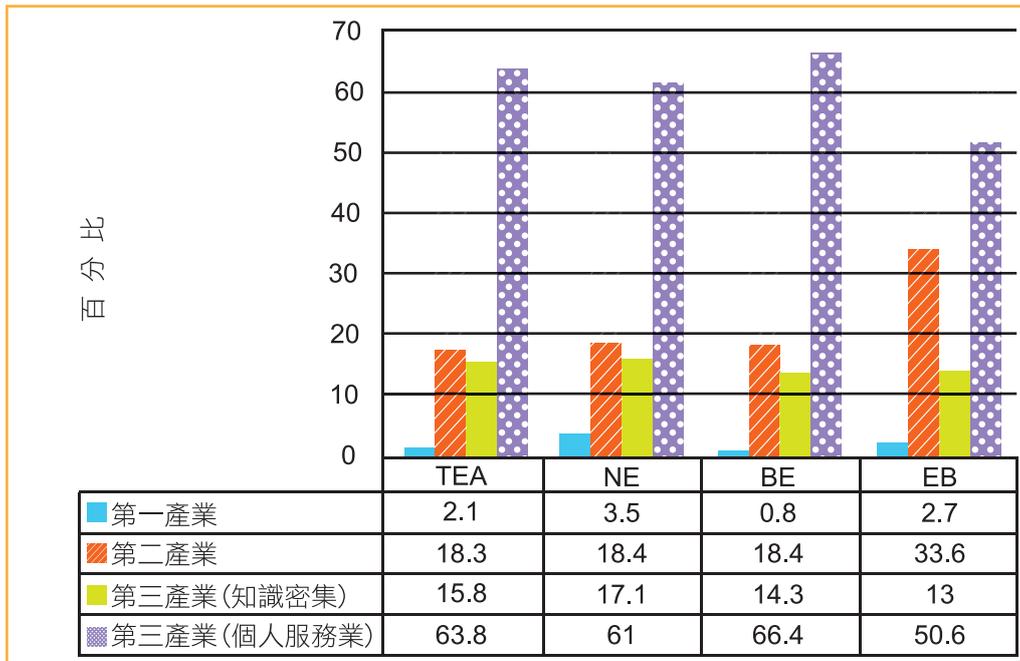


圖 6 創業各階段之產業分布比率 (%)

(二) 高度成長期待

許多人認為台灣新一代創業家似乎較喜歡追求「小確幸（小小的確定的幸福）」，而非成就大事業。但是，由本年報的調查數據中，我們發現台灣創業家其實非常具有成長期待。

成長期待是指新事業未來五年預計增加之聘僱人數，台灣新生創業家回答增聘超過 5 人以上的比率，高達 48%。此數據高過要素驅動（20%）、效率驅動（28%）及創新驅動經濟體（26%）之平均，在國際上為相當高的比率。換言之，台灣創業家或許並不如我們想像的如此欠缺成長期待，顯示超過半數之台灣創業家期望新事業持續成長，也願意讓企業擴大。

然而，這股成長期待該如何轉換為實際的行動，而非空想，應是輔導新創事業育成及創業者在經營過程中所要努力之目標。

表 21 各國新生創業家成長期待之比率 (%)

年份	2010年	2011年	2012年	平均
未來五年預計增聘員工5人以上之比率 (%)				
台灣	43	54	48	48
中國大陸	26	44	25	32
日本	37	26	35	32
南韓	32	23	36	31
新加坡	-	37	45	41
泰國	-	20	14	17
馬來西亞	12	20	23	18
美國	33	33	31	32
澳洲	29	40	-	35
英國	21	27	31	26
德國	21	22	26	23
芬蘭	14	18	20	17
荷蘭	27	22	18	22
瑞士	19	16	15	17
法國	20	32	26	26
希臘	13	15	14	14
瑞典	19	26	17	21
西班牙	11	21	13	15
挪威	25	22	17	21
以色列	35	-	25	30
要素驅動平均	20	17	23	20
效率驅動平均	26	31	28	28
創新驅動平均	24	29	26	26

(三) 高度產品創新，卻忽略市場創新

台灣長期以製造業為主要生產與經濟之基礎，並利用高素質之勞工人力與研發創新，在國際市場上占有一席之地。本年報之數據顯示，亦呼應此一現象，在「產品創新」部分高達 66% 之新生創業家表示他們的產品對於多數顧客而言是創新的，高於要素驅動（36%）、效率驅動（45%）及創新驅動經濟體（45%）之平均，亦高過於下表所列之國家，換言之，台灣新創事業在產品創新部分表現相當優異。

另一方面，在「市場創新」部分，台灣的新創事業則表現相對遜色許多，僅有 30% 之新生創業家表示他們的產品或服務有較少的競爭者，換言之，多數新創事業均在競爭者眾多

的紅海市場與對手競爭。此數據低於要素驅動（39%）、效率驅動（45%）及創新驅動經濟體（47%）之平均，僅高於中國大陸（30%）、南韓（27%），值得注意的是，中國大陸與南韓在 2010-2012 年中，市場創新之比例逐步上升，有逐漸超越之趨勢。

綜合言之，台灣現有新創事業較著重於以技術與生產為主之產品創新。然而，在前述產業結構變遷後，製造業大量轉向服務業的同時，卻缺乏開發新市場、新顧客、新商業模式等之市場創新能力，此部分應值得重視。例如：目前高等教育課程，不論是技職或一般大學，均已開設新產品開發課程，並導入業界合作或實習，但卻相當欠缺對於商業模式或是新服務設計之課程。對於業界而言，若相對缺乏市場創新思維，將可能導致未來服務業在國際市場上開創新局面之困難度。

表 22 各國之產品創新程度比率 (%)

年份	2010年	2011年	2012年	平均
台灣	66	70	63	66
中國大陸	64	60	63	62
日本	35	36	45	39
南韓	30	47	52	43
新加坡	-	40	44	42
泰國	-	58	42	50
馬來西亞	14	36	35	28
美國	39	45	47	44
澳洲	36	41	-	39
英國	30	52	38	40
德國	38	34	40	37
芬蘭	34	44	44	41
荷蘭	36	52	42	43
瑞士	50	45	43	46
法國	50	53	69	57
希臘	45	43	40	42
瑞典	42	41	36	40
西班牙	31	36	42	36
挪威	37	35	28	33
以色列	40	-	49	45
要素驅動平均	37	32	39	36
效率驅動平均	43	47	45	45
創新驅動平均	40	46	48	45

表 23 各國之市場創新程度比率 (%)

年份	2010年	2011年	2012年	平均
台灣	30	30	30	30
中國大陸	23	20	30	24
日本	34	33	31	33
南韓	19	25	37	27
新加坡	-	37	38	37
泰國	-	40	43	42
馬來西亞	45	47	45	46
美國	56	61	60	59
澳洲	49	60	-	55
英國	55	68	63	62
德國	49	45	53	49
芬蘭	42	41	42	42
荷蘭	42	51	45	46
瑞士	46	57	56	53
法國	46	50	54	50
希臘	44	45	40	43
瑞典	54	48	46	49
西班牙	40	52	53	48
挪威	51	49	50	50
以色列	42	-	50	46
要素驅動平均	42	36	39	39
效率驅動平均	43	46	46	45
創新驅動平均	46	48	48	47

(四) 新創事業之國際化程度有待強化

台灣位處亞太重要政治與經濟位置，一直以來即以國際貿易及外銷市場為主要經濟來源，由台灣 GEM 2010-2012 年之調查數據顯示，近年來之新創事業的國際化程度相對偏低，平均而言，至少有 1% 的客戶來自國外的新創事業約為 40%，而 25% 以上的客戶來自國外之比率僅有 13%。相較於同樣是以外銷市場為主之新加坡而言，則落後許多（39%）；南韓之高度國際化比率為 18%，但近年來有快速攀升之趨勢，也不得不忽視此一力量。

換言之，台灣之新創事業有可能受到前述產業型態轉變（以服務業及內需市場為主），而導致國際化降低，加上市場創新程度較弱，服務業也不容易走出國際，使得近年來之新創事業國際化程度無法提升，此部分亦為一個值得重視之訊號。

表 24 各國之國際化程度比較 (%)

年份	2010年	2011年	2012年	平均
25%以上的客戶來自國外				
台灣	12	13	15	13
中國大陸	2	2	2	2
日本	6	11	15	10
南韓	13	18	23	18
新加坡	-	35	43	39
泰國	-	6	4	5
馬來西亞	5	5	4	5
美國	12	13	13	13
澳洲	10	15	-	13
英國	23	26	13	21
德國	14	19	10	14
芬蘭	14	12	21	16
荷蘭	15	13	14	14
瑞士	26	25	25	25
法國	13	16	30	20
希臘	10	16	21	16
瑞典	10	15	22	16
西班牙	6	7	14	9
挪威	19	14	11	15
以色列	14	-	23	18
要素驅動平均	10	7	13	10
效率驅動平均	14	15	15	15
創新驅動平均	15	20	20	18

表 25 台灣 TEA 市場國際化之數據比較 (%)

市場國際化程度	2010年	2011年	2012年
高度國際化導向 (25%以上)	12	13	15
低度國際化導向 (1%以上)	32	54	50

三 · 女性創業

隨著兩性平權之觀念興起以及教育普及，台灣女性近年來已逐漸成為經濟與勞動力之重要來源，而女性創業也成為台灣女性所嚮往之職涯選項之一。

2012 年之 GEM 全球創業觀察報告中指出，目前女性創業率最高的經濟體為撒哈拉以南非洲 (Sub-Saharan Africa) (27%)，其次則是拉丁美洲經濟體 (15%)。相對地，女性創業率低於 5% 的經濟體則有 MENA/Mid Asia、已開發的歐洲國家、亞洲以及以色列。

從男女的比較來看，僅有 7 個經濟體之男女性創業率相當，這些經濟體多來自於撒哈拉以南非洲（Sub-Saharan Africa）與亞洲的發展中國家。有半數以上的女性創業家是在消費性產業創業，相對地，男性創業家則有著較多元領域的創業產業。此外，在創業團隊與人數方面，女性較多是單獨創業（自雇型創業），而男性創業時則較有共同創辦人。

（一）全球女性創業概況

2012 年之 GEM 女性全球創業觀察報告（GEM 2012 Women's Report）中，將各國之女性創業根據區域（亞洲、歐洲、美洲、非洲等），以及經濟發展階段（開發中及已開發）進行分類。

其中，台灣之女性創業率（6%，亦即每百人女性中有六位女性正處於新生創業階段），在亞洲已開發國家中僅次於新加坡（10%），高過於日本（6%）及南韓（2%），但略低於亞洲開發中國家（13%）、美國（10%）等國。而在超過營運三年半之現有企業中，女性企業主之比例亦有 6%，則為亞洲已開發國家之冠。而台灣女性為一人公司（自雇型企業）之比例為 44%，低於亞洲已開發各國，顯示台灣女性並非單打獨鬥，相較於南韓之 97% 高比例是較為適切的。

1. 女性創業率：台灣的女性創業率為 6%，是已開發亞洲國家第二高者（最高為新加坡，其女性創業率為 13%）。

2. 男女創業率比較：總體而言，男性的創業率高於女性，但值得注意的是發展中的亞洲國家，其男女創業率幾乎相等。台灣所歸屬的已開發亞洲國家，則有著較明顯差距（5%：10%），台灣的女男創業率是 6% 比 9%。

3. 女性企業主的比例：台灣的女性企業主約為 6%，是亞洲已開發國家裡女性企業主比例最高者。不過仍低於美國或開發中的亞洲國家。

4. 創業團隊的比例：整體而言，所數的女性創業事業體屬於一人公司。以台灣而言，約 44% 的女性創業事業屬於自雇型創業。若將台灣與其他經濟體相比較，則台灣自雇型的女性創業事業仍明顯低於其他國家，例如美國（65%）、南韓（97%）、新加坡等（47%）。

表 26 2012 年各國之性別創業比率 (%)

	女性創業率	男性創業率	女性企業主的比例	女性一人公司的比例
亞洲 (已開發國家)	5	10	4	58
台灣	6	9	6	44
日本	2	6	4	45
南韓	2	11	4	97
新加坡	10	13	2	47
亞洲 (開發中國家)	13	13	15	61
美國	10	15	7	65
歐洲 (已開發國家)	5	9	4	60

表 27 各國創業階段之性別比率 (2010-2012 年平均) (%)

國家 / 性別	TEA		EB	
	男性	女性	男性	女性
台灣	10.2	6.0	10.9	5.0
中國大陸	14.2	15.3	15.3	10.6
日本	8.3	2.3	10.0	4.5
南韓	9.1	2.7	16.1	4.8
新加坡	13.8	8.6	4.0	2.4
泰國	11.7	20.7	30.4	29.4
馬來西亞	9.5	5.0	8.1	5.2
美國	12.6	9.3	10.4	6.5
英國	8.6	5.3	9.0	4.1
德國	7.1	3.6	7.1	3.7
芬蘭	8.8	4.1	12.0	5.5
荷蘭	9.5	5.7	12.4	5.7
瑞士	7.2	5.5	10.6	7.6
法國	8.4	3.9	3.5	1.9
希臘	8.0	4.7	20.6	7.7
瑞典	7.1	4.3	8.5	3.9
西班牙	7.8	3.9	11.3	5.5
挪威	10.3	3.9	8.6	4.1
以色列	7.3	4.9	4.2	2.7

(二) 全球女性創業家之人口統計變數、認知與動機

1. 女性創業家的年齡

投入創業活動的女性並沒有明顯的年齡之分，亦即 18-34 歲以及 35-64 歲的兩大年齡階層的創業率幾乎相當。

2. 女性創業家的學歷

台灣的女性創業家有著明顯的高學歷現象，多達 60% 的女性創業家具有大專以上的學歷。女性創業家高學歷的現象同時也出現在新加坡、美國以及歐洲已開發國家。相對地，具有較高女性創業率的開發中亞洲國家則其擁有大專學歷女性創業家相對較少（35%）。

3. 家戶所得

家戶所得的高低影響著創業家是否有相對充裕的創業資金。撒哈拉以南非洲、亞洲已開發國家，以及中亞國家的女性創業家之家戶所得呈現平均分配的狀態，亦即女性創業家平均地分配在高、中、低家戶所得家庭。相對地，在美國、歐洲、拉丁美洲則是顯現出來自高家戶所得的女性創業家多於其中低家戶所得者。值得注意的是，台灣的女性創業家有高達五分之一者是來自於高家戶所得家庭，這些女性創業家相對地有著充裕的創業資金。

4. 創業意圖

撒哈拉以南非洲的女性有著高度的創業意圖，相對地歐洲已開發國家女性的創業意圖則是最低。一般而言，男性的創業意圖高於女性。然而，值得注意的是，從創業意圖到真正投入創業活動，男性實際投入創業活動者顯然高於女性，此結果隱含著女性從創意意圖到付諸行動之間，可能存在著較多的限制或阻礙。

5. 女性自我評估是否有能力開創新事業

自我評估是否有能力開創新事業，不僅可以反映出受訪者自覺是否已經具備創業的先前知識與訓練，同時也可以藉此窺知她們對自己能力的自信程度。受訪者自我評估有較高的能力時，通常也就比較有可能投入創業活動。當在已開發國家裡，美國的女性有較高的比例（47%）認為自己有能力開創新事業，其次是歐洲（35%）；亞洲已開發國家女性則是最低的區域（16%）。

值得注意的是，儘管亞洲發展中國家的女性，其投入創業活動的女性擁有大專以上學歷者並非多數，但是她們自我評估創業的能力卻高於學歷較高的已開發亞洲國家女性。台灣則有更明顯的反差，亦即，在台灣投入創業活動的女性其學歷多數為大專以上，但是認為自己有能力開創新事業者卻僅有 21%。

表 28 各國創業態度性別比率 (2010-2012 年平均) (%)

國家 / 性別	認知創業知能		認知創業機會		認知害怕失敗	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性
台灣	32.7	21.6	37.2	34.2	38.0	45.2
中國大陸	46.7	36.0	41.2	37.0	33.8	35.3
日本	18.1	6.2	6.7	5.7	43.0	43.0
南韓	36.8	17.9	16.1	8.1	36.9	39.2
新加坡	29.5	21.3	21.8	22.1	39.9	42.3
泰國	48.7	40.1	43.2	41.6	54.2	61.2
馬來西亞	31.0	26.4	37.4	37.4	40.3	42.0
美國	65.7	48.5	40.4	35.9	32.9	38.5
英國	56.4	37.9	35.5	28.1	38.8	44.9
德國	46.7	30.4	37.8	28.6	42.3	53.4
芬蘭	43.5	30.4	55.9	55.5	30.8	40.7
荷蘭	54.9	31.5	45.9	38.4	30.9	36.8
瑞士	48.7	33.6	40.2	37.3	25.9	39.5
法國	45.3	29.4	39.3	31.8	40.4	48.3
希臘	58.6	42.2	14.8	11.6	63.0	70.6
瑞典	49.3	30.3	72.6	62.7	34.3	39.8
西班牙	56.5	44.3	17.7	13.7	46.6	52.3
挪威	46.3	25.3	65.7	54.6	32.9	36.3
以色列	42.9	28.0	33.4	32.4	40.4	44.6

6. 機會型或需求型創業

機會型創業乃是創業家因看到創業機會，而投入創業活動；需求型創業則是基於各種必要性的需求而投入創業活動。整體而言，女性創業家有較高的比例是機會型創業（男性亦然），台灣女性創業屬於機會型創業者高達 85%，略低於日本與新加坡，但高於許多已開發國家，例如韓國、美國等。

表 29 各國創業動機性別比率（2010-2012 年平均）（%）

國家 / 性別	機會型創業		需求型創業	
	男性	女性	男性	女性
台灣	7.4	4.3	2.1	1.5
中國大陸	11.0	8.8	7.4	6.3
日本	4.4	1.6	1.6	0.6
南韓	6.6	1.8	4.4	0.9
新加坡	7.7	7.3	1.6	1.2
泰國	14.7	15.7	2.4	4.4
馬來西亞	5.5	4.3	0.7	0.6
美國	9.3	6.7	2.9	2.1
英國	8.2	3.9	1.3	1.1
德國	4.8	2.6	1.3	0.9
芬蘭	5.7	3.0	1.3	0.8
荷蘭	9.8	4.7	1.1	0.3
瑞士	5.0	4.3	1.0	0.7
法國	5.8	3.1	1.4	0.8
希臘	6.4	3.2	2.1	1.6
瑞典	6.0	3.8	0.6	0.4
西班牙	5.0	2.6	1.5	1.2
挪威	9.1	3.0	0.8	0.6
以色列	4.8	3.4	1.8	1.1

7. 女性創業所投入的產業

全球有超過一半以上的女性創業家投入的是第三產業服務業中之消費性產業，例如零售業、消費者服務業。雖然消費性產業是目前極具潛力的產業，值得投入，但是相對地，女性

表 30 2012 年 TEA 女性創業家之創業認知與動機（%）

	大專以上的學歷	自我評估是否具備創業能力	害怕失敗	需求型創業的比例	機會型創業的比例
亞洲（已開發國家）	52	16	47	19	80
台灣	60	22	41	15	85
日本	50	5	50	9	87
南韓	34	16	54	38	62
新加坡	66	21	43	13	86
亞洲（開發中國家）	35	35	43	25	74
美國	50	47	35	21	74
歐洲（已開發國家）	70	35	45	18	76

附註：比率均為女性新生創業家之數據

創業家則較少投入在資本密集的產業或知識密集的商业服務產業。

(三) 女性創業的影響力

1. 產品或服務的創新程度

根據結果顯示，美國女性創業的創新程度最高，次高的則是歐洲已開發國家，創新程度最低者，則是亞洲的開發中國家。

從環境因素來解釋創新程度，可以歸納出三點重要的影響因素，首先是市場的競爭程度，越競爭的市場，則新創事業越必須創新，才有可能突破重圍、爭取到顧客，甚至開拓出新的市場。其次是否有輔助性的基礎設施，再者則是市場的規模是否容許創新的產品出現。以美國與歐洲已開發國家為例，這些國家不僅有受過良好教育的創業家與員工，還有研究型大學與實驗室、保障智慧財產權的法律制度等輔助系統，此外，透過供應商、經銷商、商業夥伴等利害關係人所建立的群聚網絡，可以有效地共同協助創造出創新的產品。

2. 是否聘僱員工

從創業促進經濟發展的觀點來看，創業活動的重要成果之一在於創造工作機會。相較於男性，不論是正在投入創業活動的女性創業，或是已經營運的女性企業，沒有聘僱員工的比例均高於男性。在已開發國家裡，美國與歐洲國家的女性事業未聘僱員工的比例較高（約四成），台灣的女性新創事業未聘僱員工的比例為22%，而女性企業未聘僱員工的比例則較高，約有33%。

表 31 2012 年 TEA 女性新創事業之聘僱員工比率 (%)

	新創事業沒有 聘僱員工的比例	現有企業沒有 聘僱員工的比例
亞洲 (已開發國家)	28	22
台灣	23	33
日本	36	36
南韓	27	14
新加坡	24	6
亞洲 (開發中國家)	37	37
美國	39	40
歐洲 (已開發國家)	38	36

附註：比率均為女性新生創業家之數據

3. 新事業的成長期待

整體而言，女性創業家對於新事業的成長期待（即未來五年內擴增員工數）普遍低於男性創業家，男性創業家期待未來五年員工擴編超過五人以上的比例高出女性創業家約七至八個百分點，唯一的例外則是亞洲的已開發國家，男性比女性高出了十六個百分點。由此來看，女性創業家有較多是自雇型創業，而且對新事業未來的成長期待也較低。

4. 新事業的國際化程度

整體而言，發展中國家的新創事業國際化程度普遍較低（亞洲除外），但是男女新創事業在國際化程度上差異不大。反觀，已開發國家的新創事業國際化程度高，但是存在有較明顯的男女差異，例如已開發的亞洲國家、歐洲以及美國，男性創業的國際化程度明顯高於女性創業，約高於九個百分點。唯有在以色列，女性創業的國際化程度高於男性。

（四）女性創業之成長期待

由前述國際數據可知，平均而言，各國女性創業家之成長期待普遍低於男性創業家。然而，由於 2012 全球女性創業年報中，並未針對台灣女性加以分析，加上我們發現台灣女性之學歷相當高，應該可能有不同之情況，因此我們進一步將學歷、性別、成長期待進行交叉分析。

結果發現，若僅以性別比較來看，預期未來五年增聘員工人數，男性的確明顯高於女性，尤其在增聘超過 20 人之比例，男性為 24.4%，女性卻僅有 10.4%。

表 32 未來五年增聘員工人數比例之性別比較 (%)

性別	≤0人	1-4人	5-19人	≥20人
男性	36.6	15.6	23.4	24.4
女性	44	16	29.6	10.4

附註：2010-2011 年之平均

若進一步將學歷、性別、成長期待進行交叉分析後，發現女性創業家若學歷在大專以下，成長期待之程度明顯低於男性。然而，若學歷為碩士以上，則成長期待之程度卻完全不遜於男性，尤其是在增聘 1-4 人之比例（17.6%）高於男性許多（2.9%）。

換言之，若以台灣情況來看，女性創業之新創事業並非缺乏成長期待，其中高學歷之女性，在創業知能、創業機會等方面均相當優秀，表現在對於新創事業之未來成長之企圖心亦相當強烈，這些女性創業家應是未來台灣推動高成長與高創新之新創事業之潛在種子。

表 33 未來五年增聘員工人數比例之性別及學歷比較 (%)

未來五年增聘員工人數		≤0人	1-4人	5-19人	≥20人
大專以下	男性	39.8	14.8	25.8	19.7
	女性	48.1	17.9	27.2	6.8
未來五年增聘員工人數		≤0人	1-4人	5-19人	≥20人
碩士以上	男性	23.5	2.9	26.5	47.1
	女性	11.8	17.6	29.4	41.2

附註：2010-2012 年之平均

肆 · 創業環境分析（專家觀點）

一 · NES 調查

NES 調查意指透過訪問熟悉與瞭解國家整體創業環境之專家的經驗與觀點，以更深入探索與分析國家總體層次的創業狀況（優勢、劣勢及建議）。NES 專家可分為九大領域（詳列如下），在專家名單的選擇上，需考慮以下幾點原則：1. 代表性：被提名受訪的專家應在前述九大領域中的其中一項領域，具有相當程度之代表性，且能夠回答台灣整體創業之狀況。此處所指的代表性，包括考慮年資、職位、曾具有創業相關經歷等條件。2. 每個領域需有一位以上專家曾經參與或正在創業，亦即對於創業實務經驗有相當瞭解程度者。3. 根據各國專家之特徵狀況，應綜合考量性別與地區之平衡。在選擇出受訪專家後，本研究團隊即開始與專家聯絡與安排填答問卷，經過受訪者同意後進行問卷調查，最後將資料完成建檔與編碼彙整提交總部。

（一）九大領域

1. 財務支持（financial support）
2. 政府政策（government policies）
3. 政府計畫（government programs）
4. 教育與訓練（education and training）
5. 研究發展移轉（research and development transfer）
6. 商業與專業基礎設施取得（access to commercial and professional infrastructure）
7. 內部市場開放性（internal market openness）
8. 實體基礎設施取得（access to physical infrastructure）
9. 文化與社會規範（cultural and social norms）

調查問卷共分為三大部分，第一部份為結構式封閉問卷，第二部分為開放式訪談問題，第三部分為個人資料。第一部份分為 16 個子題：財務、政府政策、政府計畫、教育與訓練、研究發展移轉、商業與專業基礎設施取得、市場開放性、實體基礎設施取得、文化與社會規範、創業機會、創業能力與知識、創業家社會印象、智慧財產權、女性創業支持、高成長企業的重視、對創新的關注。每個子題之下有 5-7 題問項，以李克特五點量表（Likert-type scale）的方式，採五點尺度方式衡量（1 為完全不同意，5 為完全同意）。

第二部分的開放式問題共分為三類：您認為台灣總體而言，目前主要「限制」創業活動的三項主題、「有助於」創業活動的三項主題，請提出三個能夠提昇國內未來的「建議」。若採面對面訪談方式，則請專家以口述方式，訪談後再進行逐字稿繕打、整理資料。若採郵寄填寫方式，則請專家直接在問卷上書寫意見，再分別將專家所回答之意見，進行歸類與編碼。第三部分根據專家的性別、年齡及專長領域進行調查。

二．專家基本資料

2010-2012 年 108 位受訪專家中，共有 28 位 (25.9%) 女性專家接受訪問、男性專家共有 80 位 (74.1%)。在年齡部份，受訪專家平均年齡約為 52 歲，最高年齡為 74 歲，最低年齡為 23 歲 (標準差為 9.3 歲)。由於所選擇之專家均為目前國內重量級具有社會聲望與創業經歷者，因此在平均年齡部分偏高，應屬合理現象。同時，為兼顧與瞭解新興創業家的觀點與經驗，因此也納入較為年輕之專家意見 (40 歲以下的專家共有 12 位)。

此外，受訪專家之教育程度均相當高，其中共有 71 位具有碩博士學位資格 (約為 65.7%)，足見本研究之受訪專具有相當程度之學識素養。此外，其餘的專家則具備有各領域的專業訓練及實務經驗，因此在專長部分應具有代表性。

再者，受訪專家在創業相關領域的工作資歷，平均有 13.7 年 (標準差 8.40)，最高年資為 38 年，最低則為 1 年。此數據顯示本研究之受訪專家在創業相關領域的年資分布相當廣泛，有新進年輕專家、亦有資深的創業專家，他們所代表的觀點將能提供不同階段與經驗所反映出之創業觀點。

最後，由於受訪專家來自各領域之代表性專家，政府官員 (11 位；10.2%)；創業家 (43 位；39.8%)；學者與研究單位 (19 位；17.6%)；產業界人士 (35 位；32.4%)。

三．各領域數據分析

問卷針對 16 個創業環境領域之現況詢問專家意見，表 34 為 16 個主題所得的分數加以平均之統計數據。

由平均數可知，專家評分在創業環境中表現優勢的領域，得分較高的前四個領域分別為：創業家社會形象（4.16 分）、實體基礎設施取得（4.09 分）、女性創業支持（3.81 分）、對創新之關注（3.78 分）。另一方面，得分較低之領域分別為：教育與訓練（2.70 分）、研究發展移轉（2.94 分）、商業與專業基礎設施取得（2.78 分）、政府政策（2.87 分）。

若以創業環境之「制度面」而言，表現最佳之領域為「實體基礎設施取得」，專家普遍認為在創業時，可以以較低廉的成本及快速的時間，獲得創設公司所需的實體基礎設施（如水電、網路等），這些基礎設施將有助於創業活動的活絡。但在「教育與訓練」部分則最為低分，專家普遍認為台灣在基礎教育中的創造力與創業教育相當缺乏，此部分在過去的數據中亦顯示全球各國均有類似的情形，因此是目前最需要被注意與加強領域。

商業與專業基礎設施取得亦是有待加強的領域，專家表示雖然台灣的商業與專業基礎設施建構完善，但是對於新創企業而言，取得的成本過高，由於創業初期的規模通常很小，在資源有限的情況下，很難負擔聘請專業的法律及會計顧問服務的成本，因此較不利於創業活動的發展。第四，專家普遍認同政府對於創新創業活動，提出許多立意良善與輔導政策，對於整體創業風氣及環境幫助甚多，但是在稅賦與行政程序部分，對於創業者而言仍是一個負擔與障礙，因此建議朝此方向加強與改善。

若以「社會文化面」而言，創業家的社會形象之領域為分數最高，顯示台灣具有鼓勵與支持創業的文化，這與台灣人長期所具備的高度創業精神相當符合；在女性創業支持部分，專家認為女性創業的社會接受度及機會均逐漸提高，社會對於性別的價值觀及政策的鼓勵，均對於女性創業有所助益。

在「創業資源面」部分，專家評分中顯示台灣的企業及消費者對於創新的關注很高，不僅是企業樂於採取新的技術和商業模式，消費者對於創新也擁有開放的態度，並普遍能認同創新的價值。在研發移轉的部分，多位專家提及台灣在科學及技術開發部分其實表現相當好，但是許多新技術均停留在前端開發研究的大專院校或研究單位中，並未有效及適當地被移轉至業界與新創事業，呈現技術與資源浪費的情形，因此專家建議應有更多更好的研發移轉制度與機制，協助新技術及新產品商業化。

表 34 子領域之平均數與標準差

	子領域	題數	平均數	標準差	排序(由高至低)
制度面	實體基礎設施取得	5	4.09	0.69	2
	政府計畫	6	3.06	0.88	11
	政府政策	7	2.87	0.82	13
	商業與專業基礎設施取得	5	2.78	0.81	15
	教育與訓練	6	2.70	0.75	16
社會文化面	創業家社會形象	5	4.16	0.65	1
	女性創業支持	5	3.81	0.72	3
	文化與社會規範	5	3.61	0.83	6
	市場開放性	6	3.31	0.65	9
資源面	對創新的關注	6	3.78	0.59	4
	智慧財產權	5	3.66	0.69	5
	高成長企業的重視	5	3.47	0.79	7
	創業機會	5	3.37	0.83	8
	財務	6	3.16	0.85	10
	研究發展移轉	6	2.94	0.75	12
	創業能力與知識	5	2.80	0.83	14

四．各題項數據分析

為更清楚理解不同構面下的分數，以下我們將最高與最低分的個別題項整理出來，並分別討論與說明之。

制度面部分，最高分之題項均屬於「實體基礎設施取得」，而個別題項部分中，以「新創及成長中的廠商能夠負擔基本公用事業費用（瓦斯、水、電力、下水道）」、「新創及成長中的廠商約可在一星期內取得通訊設備（電話、網際網路等）」、「新創及成長中的廠商約可在一個月內取得公用事業設備（瓦斯、水、電力、廢棄物處理）」均高於四分，顯示台灣長期建設實體基礎設施，對於新創企業之設立相當便利。

另一方面，制度面中落在低分的題項亦佔有相當高之比例，包括「教育與訓練」、「政府政策」與「商業與專業基礎設施取得」，題項如：基礎教育的教學對創業精神及新創事業提供充足的關注、政府政策有持續優惠新廠商、新創和成長中的廠商，可以負擔外包商、供應商和顧問的雇用成本等題項。此外，專家普遍認為政府政策不論是在中央層級或地方層級方面，對於新創企業的支持仍相對不足，而基礎教育對於創新與創業之教導亟待加強（高等與職業教育在此方面則相對表現較佳）。

社會文化面部分，最高分題項為「成功的企業家擁有高度的地位並獲得尊重」、「您將常在公眾媒體中看到有關成功創業家的故事」等題項，顯示台灣人對於創業家白手起家之成就具有良好印象。專家也認為女性與男性在創業領域均有一樣平等的權力與能力，顯示台灣社會對於女性創業的接受度相當高。

創業資源面部分，最高分題項屬於「對創新的關注」，題項包括對於公司及消費者而言，創新具有高度價值。此外，專家亦認為對智慧財產權之尊重也逐漸強化。另一方面，在「研究發展移轉」部分，專家認為新創企業很難取得足夠的資金或政府補助來負擔最新技術。此外，創業者對於如何創立與管理高成長的企業這方面之知識與能力亦相對不足。

表 35 評分前十高題項

	題 目	分數
制度面	新創及成長中的廠商能夠負擔基本公用事業費用 (瓦斯、水、電力、下水道)。(實體基礎設施取得)	4.31
	新創及成長中的廠商約可在一星期內取得通訊設備 (電話、網際網路等)。(實體基礎設施取得)	4.24
	新創及成長中的廠商約可在一個月內取得公用事業設備 (瓦斯、水、電力、廢棄物處理)。(實體基礎設施取得)	4.18
社會文化面	成功的企業家擁有高度的地位並獲得尊重。 (創業家社會形象)	4.43
	女性和男性一樣，都能開創新企業。(女性創業支持)	4.39
	大部分人視創業家是有能力及具備豐富資源的個人。 (創業家社會形象)	4.38
	您將常在公眾媒體中看到有關成功創業家的故事。 (創業家社會形象)	4.36
資源面	對於公司，創新具有高度價值。(對創新的關注)	4.16
	普遍認為發明家的權利應受到尊重。(智慧財產權)	4.16
	對於消費者，創新具有高度價值。(對創新的關注)	4.08

表 36 評分前十低題項

	題 目	分數
制度面	基礎教育的教學對創業精神及新創事業提供充足的關注。 (教育與訓練)	1.97
	基礎教育的教學對於市場經濟主義提供充足的介紹。 (教育與訓練)	2.19
	政府政策持續優惠新廠商。 (政府政策)	2.19
	新廠商可以在大約一週內取得大部分的必備許可執照。 (政府政策)	2.37
	對新創和成長中廠商的支持，是地方政府層級的優先政策。 (政府政策)	2.46
	新創和成長中的廠商，可以負擔外包商、供應商和顧問的雇用成本。 (商業與專業基礎設施取得)	2.56
	新創和成長中的廠商，容易取得外包商、供應商和顧問的雇用成本。 (商業與專業基礎設施取得)	2.63
資源面	許多人瞭解如何創立與管理高成長的企業。 (高成長企業的重視)	2.40
	新創和成長中的廠商可負擔得起最新技術。 (研究發展移轉)	2.58
	新創和成長中的廠商有足夠的政府補助經費可取得新技術。 (研究發展移轉)	2.57

伍 · 結論與建議

創新與創業被視為是國家經濟成長的引擎，世界各國均投注資源與關注於此之上。然而，創業內涵廣泛、種類眾多，並非單一指標或意見可以窺得全貌。2010年在經濟部中小企業處的支持下，台灣重返 GEM 後，我們正式進入世界平台，用全球統一的方法與問卷，針對創業中最難被找到、最艱辛階段的早期階段 (TEA) 創業者進行訪問與調查，由數據中監控與觀察台灣創業的活力與品質，並進一步與全球現況做對照、知己知彼。

一 · 調查發現

(一) 克服害怕失敗

經過數年的觀察，我們發現台灣創業的精神與實際投入創業的比例相當穩定，平均每年均有 8% 的人口比例處於早期階段創業活動中，而且一直有著高度比例的創業意圖，因此我們思考一個問題：「該如何鼓勵或協助有創業意圖的潛力創業者實際付諸實現想法？」，在 GEM 台灣調查與數次專家論壇中，我們認為「害怕失敗」可能是個關鍵因素。

雖然台灣民眾對於害怕失敗的程度平均而言算是居中，但由於創業本質上具有較高的風險與不確定，將導致較高的失敗率，故「害怕失敗」即成為阻礙創業行動的主要影響因素之一。我們建議：

1. 接受「失敗」是創業學習的一部分

害怕失敗是人之常情，但台灣民眾或是創業者對於失敗的看法往往過於負面，認為創業失敗不好，因此常阻礙了挑戰與創新的機會。論壇中，專家們建議未來應該多教育創業者面對失敗、理解失敗是很正常的事情，並從失敗中找出原因，才能提升成功的可能性。

2. 政策面：提供創業者實際試誤 (Field trial) 的機會

在追求降低失敗率之前，應該試圖面對失敗，找出失敗的原因，而非單純害怕失敗所可能導致的結果，因此專家們建議政府可建立一個友善環境，提供創業者實際試誤 (Trial and error) 的機會。在試誤的過程中，創業者可發掘到自己的產品的問題、消費者的反應，甚至設立一個停損點，若嘗試不成功則可快速退出市場。

(二) 提升高創新之創業知能

長期以來，「知識與能力」被認為是創業成功之關鍵要素，因此近年來政府與民間大力

推動創業教育與訓練，但由 GEM 台灣調查顯示，台灣民眾對於創業知識與能力的認知卻明顯偏低，三年平均僅為 27%，遠低於創新驅動經濟體的 40%，顯示台灣成年人對創業知能自我的整體評價並不具信心。

這個數據雖然是自我認知評估而來，可能受到台灣人習慣謙虛之態度影響，但若不具備有創業知能的自信，則很難實際投入創業，也可能因此無法開創出較為創新之新創事業。在創業知能的培育上，我們彙整建議如下：

1. 教育面：從小開始培育「創業精神」

由 NES 專家訪問可知，台灣在創業教育方面之推廣仍有所不足，尤其是在基礎教育方面的推廣較為欠缺。此部分並非是指要教導國中小學生學習創業或做生意賺錢，而是一種創業精神，培養小孩子敢想、敢講、敢做、敢錯的能力，進一步學習表達自己的想法、與人溝通。

專家指出由於舊有的觀念以及社會風氣使然，國中小的教育仍多以升學為主要導向，加上教育體制的僵化，導致學生失去創造力與創業精神，此部分狀況普遍存在世界各國，顯示從小教導的環境亟需強化。

2. 高創新之創業知能：

創辦與經營一家微型企業與高創新成長企業所需要的知能差異相當大，共通需要的是創辦企業會面臨的法規、基礎設施、稅務等知識，雖然從零開始每一步都不易，但這些資訊在台灣相當流通，也很容易可以找到各式創業輔導與協助，因此瞭解如何開設一家公司是創業所需要的基礎知能。

然而，由前述報告可知，台灣創業家所較為欠缺的是創辦與管理一家「高創新、高成長企業」所需要的知識與能力，高創新來自於技術創新、產品創新、服務創新、市場創新，甚至是商業模式創新，這些創新均立基產業知識與專業背景，而高成長來自於找到有潛力的創新市場機會，或是能夠放眼國際市場的新創事業，才能快速擴充事業規模與績效。這類型知能本來就不太容易獲取，也需要更專業的輔導與協助，建議後續在培育新創事業知能時，應更加重視與關注於能提升高創新所需的專業知識。

(三) 國際化之強化

台灣是出口導向的經濟體，市場國際化一向都受到高度重視。市場國際化是以國外客戶（外銷）佔新創企業營業比重，做為評量創業活動國際化的依據，本報告發現近年來台灣之新創事業的國際化程度相對偏低，平均而言，低度國際化的新創事業約為 40%，而高度國際化之比率僅有 13%，相較落後於同樣是以外銷市場為主之新加坡許多（39%）；此外，南韓之高度國際化比率為 18% 與我們接近，但近年來有快速攀升之趨勢，也不得不忽視此一力量。

1. 服務業如何走出國際？

因此我們思考一個問題：「台灣創業者是否有打算創立一間國際企業？」，如果答案是「否」，那顯然可能是我們不願意進入國際市場，也不想接受國際競爭，但在全球化程度如此高、台灣內需市場又不夠大的情況下，過度封閉於台灣市場對經濟發展是不樂觀的。另一方面，如果答案是「是」，則我們需要進入國際市場的各種準備，包括對國際市場的瞭解（語言、技術、產業、文化、法規等），當跨出第一步後，會發現台灣的創意、技術與製造其實很具有國際競爭力水準，因此建議未來有志於創業者、或是各種創業輔導、培育資源，應更重視國際市場之推廣。

台灣產業早期以製造、代工、外銷為主，因此出口與國際化程度相對較高，近年來產業結構已轉型為服務業，此類新創事業相對較不容易國際化，因此我們可以思考如何透過高度文化根基與創新軟實力，結合服務或商業模式之創新推廣至國際。GEM 調查之實務創業者表示，他們在真正將產品推廣到國際上時，往往會面臨資訊不足的問題，一方面不知道要從何尋找政府資源協助，另一方面也欠缺有相關經驗之前輩或業師協助。專家建議政府協助建置完整的國際資訊知識庫，並協助媒合有需求之創業者與業師或顧問，建議經驗傳承平台。

2. 如何吸引國際人士來台創業？

此外，除了外銷，我們的創業環境能否吸引國際人士到台灣來創業？讓更多國際人才願意為台灣創造價值？甚至藉由他們的連結串連至國際？現階段而言，台灣的法規、創業環境、政策、薪資條件對吸引外國人來台仍不夠完善。

近年來政府重視創業，也有許多政府部會提供創業輔導及國際接軌，例如：經濟部中小企業處舉辦 Startup Taiwan 的全球創業週 (Global Entrepreneurship Week)，每年 11 月中旬把台灣所有創業活動放到國際網站，讓全世界了解台灣的創業精神與能量。然而，由於台灣內需市場較小，若能更積極推廣新創事業邁向國際化，應對創業者開拓市場更有助益。

二．實務意涵

(一) 不同創業對象及其需求應明確劃分

創業是個極為複雜與動態的活動，牽涉到創業團隊之素質、能力，以及不同類型的創業動機，因此建議可將政策規劃、輔導與協助的對象作分群，根據不同類型創業者給予不同、適當及其所需的協助。例如：不同能力、背景的創業者所需要及所能帶來的效益差異極大，應更精準針對目標群體給予不同的協助措施或政策引導，而非一體適用。

(二) 資源分配調整到最有效益之狀態

目前政府各部會均涉入創新創業 (例如：經濟部、國科會、勞委會、教育部等)，但欠缺一個可以整合所有平台的主政機關，由於提振創業所需要改善的層面甚廣，不論是法規鬆綁、輔導窗口、以及跨部會整合均非常重要。建議可將推動之政策層次與角色位置拉高，提出創業政策方向與整合相關單位，將資源放在真正的支點，創造最大的效益。

政府資源有限，要照顧的對象與產業眾多，民間擁有極高創新活力，許多新創事業受限於產業創新條例與財稅法規、採購法等政策，難以快速成長或與國外市場競爭。例如：對於較具市場競爭力之新創事業而言，國際化 (Born Global) 為必然趨勢，台灣現有創業環境與投資對創業者不夠友善，與他國創新創業法規比較也欠缺彈性。

三．結語

由本年報調查可知，台灣創業意圖與創業精神蓬勃，投入創業的能量相當強烈，但在面臨產業轉型與國際情勢變化迅速的現在，如何提昇創業之品質，讓新創事業能朝向高創新、高成長發展，應為更值得重視的議題。

當進一步分析新創事業的品質後，發現了幾個較為明顯的問題：首先，現有多數的創業機會欠缺國際市場（或並未思考往國際化發展），由於台灣屬於較小的經濟體，需放眼全球與國際企業競爭，才能提升創業在創新與成長方面的潛力。現有學校與產業界中均較欠缺具有國際經驗的業師，帶領創業者往國際市場發展，應是未來需重視之處。

其次，台灣具有高學歷、高素質的人才，目前國內也大力推行創業教育與訓練，然而本年報卻發現，民眾對於自己的創業知能之信心程度不高。由於創業牽涉動態長期經營企業過程，並且需要大量全面的各式管理、技術、產業知識，因此團隊合作或互補性可能更為重要。此外，過去對於創業知能的學習較為制式，缺乏實戰經驗、同儕學習與業師輔導，因此未來若能持續改善創業教育與訓練方式，應有助於創業知能之提升。

第三，目前台灣產業結構已轉向集中於服務業，但卻仍集中於產品創新，而非市場創新。台灣產業之優勢在於能快速開發產品，不斷推陳出新，但卻較少思考開發新市場或是商業模式創新，因此較難開拓出新的藍海市場，建議未來新創事業可多強化市場創新能力，而前述創業教育及訓練也需多培育具備市場創新人才，來提升創新之附加價值。

最後，台灣從十多年前即開始推動女性創業，在性別平等主流化與女性教育及經濟自主意識抬頭下，女性創業之比例與品質均大幅提升。由 GEM 調查發現可知，台灣女性在高學歷族群中具有高度的創業成長期待，因此若能持續激發女性的創業意願與培育創業知能，應能成為未來經濟活動與創業發展的生力軍。

附錄 1 · GEM 主要測量的名詞釋義

名詞	釋義
Entrepreneurial attitudes and perceptions	
1. Perceived Opportunities	18-64 歲的人口中，認為其居住地有開立新公司的好機會的百分比。
2. Perceived Capabilities	18-64 歲的人口中，認為自己具有創業所需技能及知識者的百分比。
3. Entrepreneurial Intention	18-64 歲的人口中，想要在三年內創業的百分比（已參與創業活動者不計算在內）。
4. Fear of Failure Rate	18-64 歲的人口中，表示有發現好的機會，但是會因為害怕失敗而不去建立新公司的百分比。
5. Entrepreneurship as Desirable Career Choice	18-64 歲的人口中，同意在他們的國家中，大部分的人會把創業當成是一個可考慮的職業選擇。
6. High-Status Successful Entrepreneurship	18-64 歲的人口中，同意在他們國家中，成功的創業者會受到較高的地位及尊重。
7. Media Attention for Entrepreneurship	18-64 歲的人口中，同意在他們的國家中，時常會在公眾媒體中看到成功新企業的故事。
Entrepreneurial Activity	
1. Nascent Entrepreneurs (NE)	18-64 歲的人口中，現在為新生創業家的百分比（他們正在參與建立自己將會全資或合資擁有的新企業，但該新企業發放薪水、工資或任何其他報酬給所有人，不足 3 個月）。
2. New Business Ownership or Baby Enterprise (BE)	18-64 歲的人口中，現在為新創企業所有人的百分比（他們正擁有與管理該企業，該企業發放薪水、工資或任何其他報酬給所有人，超過 3 個月但不足 42 個月）。
3. Total Early-Stage Entrepreneurial Activity (TEA)	18-64 歲的人口中，現在為新生創業者或是新企業所有人的百分比（包含前述新生創業與新企業所有率，定義同上）。
4. Established Business Ownership or Established Enterprise (EB)	18-64 歲的人口中，現在為已經創立企業的百分比（此企業發放薪水、工資或任何其他報酬給所有人，超過 42 個月）。

5. Business Discontinuation Rate	18-64 歲的人口中，在過去 12 個月內曾退出新企業的人的百分比（退出包括出售、結業、或結束企業所有人身份）（註：退出企業率並不同於失敗企業率）。
6. Necessity-Driven Entrepreneurial Activity	正參與早期階段創業活動（定義同上），並表示他們去創業是因為沒有其他更好的工作選擇。
7. Improvement & Opportunity-Driven Entrepreneurial Activity	正參與早期階段創業活動（定義同上），並屬於機會主導創業者的百分比，他們表示（1）創業是為了把握商機，而非因為沒有其他工作選擇；（2）他們把握此機會的原因是為了自立門戶或是增加所得，而不是僅為維持原有所得。這類創業活動大都是創新導向，而且將極力追求新事業的成長，因此也被稱為高成長創新導向（high growth & innovation-driven）的創業活動。

Entrepreneurial aspirations

1. Growth Expectation Early-Stage Entrepreneurial Activity	<p>早期階段創業者對於新事業的成長期待</p> <p>高成長期待：預計在未來五年內增聘至少 20 人中 成長期待：預計在未來五年內增聘 5-19 人 低成長期待：預計在未來五年內增聘 1-4 人</p>
2. New Product-Market Oriented Early-Stage Entrepreneurial Activity	<p>早期階段創業者其產品與服務的創新程度</p> <p>高創新程度：產品或服務至少對部分客戶而言是全新的，" 且 " 提供相同產品或服務的其他公司不多。</p> <p>低創新程度：產品或服務至少對部分客戶而言是全新的，" 或 " 提供相同產品或服務的其他公司不多。</p>
3. International Orientation Early-Stage Entrepreneurial Activity	<p>早期階段創業者其新事業的市場國際化程度</p> <p>市場國際化程度高：超過 25% 的顧客來自於其他國家。</p> <p>市場國際化程度低：超過 1% 的顧客來自於其他國家。</p>

附錄 2 · GEM 台灣團隊成員

溫肇東

現任國立政治大學科技管理與智慧財產研究所教授，美國以色列理工學院都市與環境管理博士，曾任政治大學科技管理研究所所長、EMBA 執行長、2008 年獲頒中華民國科技管理學會院士獎勵。現為 GEM 台灣研究計畫主持人，著有「栽一棵創業種籽」、「前瞻性的創業家－廣告先驅溫春雄一生的思與行」、「企業的環境管理」，編有「新創事業在台灣」。教學研究興趣為創業管理、育成中心、科技園區聚落科技與人文社會等，著作發表於 International Journal of Technology Management、Journal of Business Ethics、管理評論、中山管理評論、科技管理學刊等國內外期刊。

劉常勇

現任義守大學企管系講座教授，美國奧本大學工業工程與管理博士，曾任中山大學管理學院院長、實踐大學副校長、義守大學副校長，浙江大學國家哲學與社會科學創新基地特聘教授，主要教學及研究領域為科技管理、創業管理、作業管理、品質管理。曾在中英文學術刊物發表數百篇以上論文，出版 10 本以上專書。

蔡淑梨

輔仁大學織品服裝學系教授。美國以色列理工大學企業管理暨科技管理博士。專長領域為創新與創業管理、行銷管理、策略管理。曾任輔大織品服裝系主任、EMBA 執行長及台灣產業增值協會理事長等職。

鄭宇庭

政治大學統計學系副教授。美國明尼蘇達大學統計博士。中華資料採礦協會常務理事。曾任政治大學商學院民意與市場調查中心主任、尼爾森電視收視率調查監督委員，曾主持創新動態調查。

陳意文

現為淡江大學資訊傳播學系助理教授，國立政治大學科技管理博士，主要研究領域為創業管理、科技政策、產業分析。學術論文曾發表於 International Journal of Technology Management、Entrepreneurship Theory & Practice、產業與管理論壇、科技管理學刊等國內外期刊。

謝如梅

現為屏東科技大學科技管理研究所助理教授。國立中山大學企管系博士，曾為 Babson College 訪問學人，主要研究領域為創業管理、科技管理、知識管理。學術論文曾發表於組織與管理、中山管理評論、科技管理學刊、創業管理研究以及多個國際學術研討會。

陳麗華

目前任職於中華民國青年創業協會總會擔任副秘書長一職，2006 年畢業於淡江大學企管研究所碩士班，論文主題「以創業精神及創業機會辨識探討創業結果」；工作實務為非營利組織經營管理、創業教育及輔導規劃。

周世豐

中華民國青年創業協會總會創業發展部主任。

誌謝

誠摯地感謝以下專家協助填答國家專家問卷及參與論壇：

Volker Heistermann、王貝瑜、王柏勝、王素鸞、王欽堂、王鉞波、曲立全、何俊輝、何飛鵬、何偉光、吳仁麟、宋美蒔、李正、李培芬、李逸萍、李鎮樟、沈秀珠、林之晨、林辰璋、林坤裕、林孟熹、林宜儒、林建山、林博文、林萬發、林麗珍、邱明慧、侯勝宗、施立成、洪淑宜、洪鉛財、唐震寰、徐小波、徐紹中、張大為、張玉山、張同亨、張培仁、張清俊、張寶誠、張峯源、曹壽民、許旭輝、連佩瑩、郭大經、郭瑞祥、陳文旭、陳世銘、陳良基、陳延祚、陳承廷、陳信宏、陳厚銘、陳昭義、陳素蘭、陳進明、陳意千、陳毓棻、陳儀雪、陳麗如、游素冠、游啟聰、程一麟、黃志鴻、黃謙銘、惲軼群、楊正秋、楊益成、楊濟成、葉匡時、葉雲龍、董希玲、詹文男、廖燦昌、趙如媛、趙義隆、劉惠珍、劉維琪、劉慶聰、劉學愚、樓永堅、潘兆娟、蔚中傑、蔡玉玲、蔡明輝、蔡政安、蔡政雄、蔡敦浩、蔡渭水、蔡適陽、盧文祥、蕭美麗、賴杉桂、賴鈺晶、錢偉、戴友煉、謝嘉澍、藍福良、顏孝偉、魏籤懿、蘇拾忠、饒允武、龔明新（以上依照姓氏筆劃排序）



全球創業觀察 台灣年報 (2010-2012)

Global Entrepreneurship Monitor Taiwan Executive Report (2010-2012)

出版機關：經濟部中小企業處

發行人：葉雲龍

地址：台北市羅斯福路二段 95 號 3 樓

電話：(02)2368-0816

網站：<http://www.moeasmea.gov.tw>

執行單位：社團法人中華民國青年創業協會總會

國立政治大學科技管理與智慧財產研究所

地址：台北市和平西路一段 150 號 12 樓

電話：(02)2332-8558

編審委員：甘薇璣、張淑媚、陳忠智、黃秀玲、張淑茹、黃志鴻、陳麗華

編輯群：劉常勇、鄭宇庭、蔡淑梨

撰稿者：溫肇東、謝如梅、陳意文

校對：周世豐、洪珮晴

美術設計：廖友仲

出版日期：2013 年 12 月

版次：第一版第一刷

國家圖書館出版品預行編目資料

GEM 全球創業觀察 台灣年報 (2010-2012) / 溫肇東，
謝如梅，陳意文撰稿。-- 第一版。-- 臺北市：
中小企業處，2013.12
面；公分
ISBN 978-986-03-9845-8(平裝)

1. 創業 2. 台灣

494.1

102026660

ISBN：978-986-03-9845-8 (平裝)

定價：350 元

本書保留所有權利，欲利用本書全部或部份內容者，須徵求經濟部中小企業處同意