

經濟部中小企業處

100 年度全球創業觀察調查計畫
(Global Entrepreneurship Monitor)
執行摘要報告

主辦單位：經濟部中小企業處

執行單位：中華民國青年創業協會總會

國立政治大學創新與創造力研究中心

一、成人人口調查 (APS)

(一) 創業活動

1. 2011 年之研究結果

- 2011 年台灣之早期階段創業活動 (Total early-stage entrepreneurship Activity; 簡稱 TEA) 為 **7.9%**，顯示每百位成人人口中，約有 7.9 位正在從事及投入早期創業活動行為。目前台灣現有 18-64 歲成人人口約有 1,600 萬人，可估算得知約有 126.4 萬人正在從事早期階段創業活動。
- 進一步細分創業階段，TEA 中有 **3.6%**處於正在籌備階段 (NE)、**4.4%**屬於已經創立新事業未滿三年半者 (BE)。
- 現有企業 (創立超過三年半者) 之比例為 **6.3%**。
- 台灣男性成年人投入在 TEA 活動的比例為 10.2%，女性則為 5.6%。

2. 2010 年與 2011 年之數據比較

- 在 TEA 數據方面，台灣 2011 年 (7.9%) 雖較 2010 年 (8.4%) 略低，仍高於新加坡 (6.6%)、馬來西亞 (4.9%)、日本 (5.2%)、韓國 (7.8%)，但低於新加入調查之泰國 (19.5%) 與澳洲 (10.5%)，中國大陸則遽增至歷年新高 (24%)。
- 在 TEA 之創業階段方面，新生創業者 (NE) 與新創事業者 (BE) 之差距有明顯的變化，BE 之比例高於 NE (與 2010 年相反)，顯示 2011 年台灣之早期階段創業者中，從籌備階段邁入新創階段的數量增多。
- 在 TEA 創業動機方面，2011 年機會導向動機者之比例為 49.8%，比 2010 年 (48%) 增加 1.8%，顯示台灣早期階段創業動機偏向機會發現 (而非沒有更好的工作)，此數據顯示台灣創業體質之提升。

(二) 創業態度

1. 2011 年之研究結果

- 台灣民眾認知到具有創業機會與創業能力之比例為 38.9% 及 28.6%，但害怕創業失敗的比例卻高達 39.6%。
- 整體社會對於創業的認可中，以媒體對於創業的關注最高（85.8%），但將創業視為很好的職涯選項（69.0%）及成功創業家有高度之社會地位（62.7%）兩項，則有待提升。
- 在未來三年中想要創業的民眾比例達 28.2%，此數據顯示有超過四分之一的台灣民眾均期待能夠投入於創業活動。

2. 2010 年與 2011 年之數據比較

- 2011 年之數據顯示，民眾認知到創業機會的比例提高 9.3%，認知自己具有創業的知識與技能，亦同樣略微提升 2.2%，害怕失敗的比例依舊偏高（39.6%），但呈現些微下降的情況（-4.2%）。
- 民眾認為媒體對於創業的報導與關注更高（85.8%），顯示不論是政府或民間的創業活動均有相當高之媒體曝光率（2010 年為 78.2%）。
- 民眾對於創業做為職涯選項（69.0%）與社會地位（62.7%），也都呈現正向提升的狀況（分別增加 0.6% 及 5.2%）。
- 綜合而言，民眾對於創業態度之認知，均朝向正向提升之趨勢。

（三）創業成就期待

1. 2011 年之研究結果

- 13% 之 TEA 新創企業自我預期未來五年將可創造 1-4 個新工作機會，28.8% 預期未來將可創造 5-19 個新工作機會，20% 的創業家指出他們的新創企業未來將可創造超過 20 個以上的新工作機會。
- TEA 中，高度國際化導向（超過 25% 顧客在國外）之比例為 12.6%，而低度國際化導向（1% 以上顧客在國外）為 53.4%。

2. 2010 年與 2011 年之數據比較

- 相較於 2010 年，今年之調查數據顯示，台灣早期階段創業者的成長期待呈現增加的趨勢，雇用 5-19 人之比例增加 4.4%，雇用 20 人以上則增加 2.8%。顯示創業者普遍對於他們的新創事業之成長抱有相當大的期待，也較為樂觀。
- 2011 年台灣早期階段創業者在創新程度部分略微提升 6%，但其中低強度創新增加 9.1%，而高強度創新則略減 2.9%。整體而言，創新程度呈現增加之趨勢。
- 2011 年台灣早期階段創業者之國際化導向大幅提昇，雖然高度國際化導向之比例並未有大大變化（增加 0.7%），然而在低度國際化導向的部分，則大幅增加 21.94%，顯示台灣創業者邁向國際市場的情況越來越普遍。

二、國家專家調查（NES）

（一）專家問卷結果（2011 年）

1. 最高分的四個領域為：創業家社會印象（4.14 分）、實體基礎設施取得（4.11 分）、對創新之關注（3.86 分）、女性創業支持（3.76 分）。
- 創業家社會印象：專家均認同台灣對於創業家的社會認同度相當高，媒體報導影響力亦相當大，此部分與 APS 調查結果相當吻合。
 - 實體基礎設施取得：專家認同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）、在一星期內取得通訊設備（電話、網際網路等），顯示台灣在此部分對於新創企業相當便利。
 - 對創新的關注：專家認為不論對於公司或消費者而言，創新均具有高度價值，因此台灣企業對創新的關注相當高。
 - 女性創業支持：專家認同台灣社會對於女性創業的接受度相當

高。

2. 最低分的四個領域為（低於 3 分）：教育與訓練（2.79 分）、研究發展移轉（2.88 分）、商業與專業基礎設施取得（2.89 分）、政府政策（2.97 分）。
 - 教育與訓練：專家認為在國中小學的教學部分，例如創業精神、創造力等議題接觸太少。
 - 研究發展移轉：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，故在研究發展部分將可能受限。
 - 商業與專業基礎設施取得：專家認為台灣雖有相當充足與良好之商業與專業基礎服務提供給企業，但這些費用與成本對於新創企業而言，相對過高。
 - 政府政策：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，尤其是在公共採購方面對新創企業之優惠不足。

（二）專家訪談結果（2011 年）

1. 促進創業活動的主要優勢領域則為「文化與社會規範」、「實體基礎建設取得」及「政府計畫」。
2. 限制台灣創業活動的主要領域為「財務支持」、「教育與訓練」、「政府政策」。
3. 建議未來應積極朝向「政府政策」、「政府計畫」、「教育與訓練」等領域加強。

(三) NES 結果比較

1. 國家專家在填答問卷之分數與領域部分，與 2010 年之專家問卷結果相符，排名與分數雖略有些微差異，但是領域均相同，顯示專家的觀點具有相當程度的一致性，也顯示一些重大議題（如政府政策、教育與訓練等）仍需要時間規劃，而執行成效也需要長期才能展現結果。
2. 亞洲各國（新加坡、韓國、泰國、澳洲、馬來西亞）在專家訪談部分均得到很類似的結果，高分領域多落在實體基礎設施取得。
3. 台灣在創業家社會形象部分得到最高分、實體基礎設施取得其次。由創業家社會形象部分之國際排名可知，台灣創業家相對獲得較高的社會認可。

在低分領域部分，亞洲各國在專家評分多指出國中小之創業教育最為不足，其次為政府政策，結果相當一致。