

# 影響中國創業家高成長期因素研究

## A Study of High Growth Expectations of Entrepreneurship in China

莊錦賜<sup>1</sup>

嶺東科技大學企業管理系

jjs410327@yahoo.com.tw

魏建華<sup>2</sup>

嶺東科技大學高階主管企管碩士在職專班

weuchuan7@hotmail.com

### 摘要

本文主要探討影響中國創業家的高成長期待主要因素。以 2002~2009 年全球創業觀察(GEM)中國成人創業調查,六年時間蒐集調查樣本共計 14443 份為研究對象。資料分析採二元邏輯迴歸分析,結果顯示中國創業家創業抱負(高度國際化)、創業家特徵(性別、教育程度、家庭收入)、產業別、創業態度(認知機會)、創業動機對創業高成長期待有顯著影響。其中教育對創業驅動工作機會影響最大,其次是產業型態、國際化程度、創業動機、認知機會。

**關鍵詞：**創業家高成長期待，創業動機，全球創業觀察。

**Keywords:** high-growth expectations of entrepreneurship、entrepreneurial motivation、GEM

### 1. 研究動機與目的

創業活動於近代是被認為經濟成長的動力，近代管理大師 Drucker (1993) 則認為，創新與創業是促成經濟發展以及造就新經濟奇蹟的最主要力量。近年來，創業開始成為個人、企業、產業與國家不斷成長、發展與提升競爭力的作法，因此其內涵與效益逐漸成為學術界的一項重要議題。由於創業活動與國家經濟發展之關係密不可分 (Acs & Szerb, 2007)，瞭解創業活動的狀況與如何增進創業，即為相當重要之議題。

#### 1.1 研究動機

目前全球環境正處於產業結構變遷、國際市場環境變遷、全球競爭格局變遷、科技與商業模式變遷的關鍵階段，面對如此多變的全球化經濟環境，區域經濟在國際間更顯重要，中國政府對創業的議題更加重視，創業能提高就業率降低失業率，Birley 與 Muzyka(2000)對 OECD 國家研究中皆指出，創業活動頻繁程度與經濟成長率成正相關，因此鼓勵創業被視為振興經濟的有用方法之一。創業管理大師 Timmons 與 Spinelli (2007) 更強調創業型社會是造就美國富強的最主要因素，而創業活動才是創造新工作機會的主要源頭。那麼哪一種類型創業活動對於中國創造新工作機會的貢獻最為顯著？這將是本研究的動機之一。

雖然已有一些學者探討創業高成長期待的議題研究如美國 Renko & Reynolds(2006)，荷蘭 Verheul I. & Van Mil, L. (2008)，丹麥 Bager & Schott (2004)，土耳其 Karadeniz, E., Özdemir, Ö. (2009)，韓國 Kelley & Lee(2009)，台灣劉常勇、謝如梅(2012)，反觀中國在近年實施改革開放中，新生創業家如雨後春筍般，但在其經濟環境尚受政治環境影響之下，目前乃少有研究學者，探討中國創業家高成長期待因素的議題，故此為本研究動機之二。

本研究擬參考劉常勇、謝如梅(2012)研究成果，並進一步比較影響中國與台灣兩國創業家高成長期待因素之差異，與比較兩國創業家特徵，從此結果發現提出提昇華人社會相關創業政策建言為本研究動機之三。

#### 1.2 研究目的

綜合上述之研究背景與動機，本研究主要目的有下列三項：

- 一、探討中國創業家動機、抱負、態度、環境、創業家特徵與高成長期待的關聯性。
- 二、探討影響中國創業家的高成長期待主要因素。

(一)創業動機是否影響中國創業家的高成長期待。

- (二)創業抱負是否影響中國創業家的高成長期待。
- (三)創業態度是否影響中國創業家的高成長期待。
- (四)創業家特徵是否影響中國創業家的高成長期待。
- (五)創業環境是否影響中國創業家的高成長期待。

三、根據上述研究結果提供華人社會催生高成長新創產業政策參考。

## 2. 文獻探討

### 2.1 創業家高成長期待

雖然創業家成長期待未必等同新創企業的真實成長，但是許多具有代表性的研究均支持創業家成長期待與實質成長之間存在密切關係 (Baum, Locke, & Smith, 2001; Wiklund & Shepherd, 2003)，故本研究將創業家成長期待視為評量新創企業成長性的指標，並採取 Autio (2011) 以創業家預估未來五年增加雇用人數超過 20 人以上做為高成長期待 (high expectation) 創業活動的定義。

GEM 調查中也顯示，早期創業活動 (TEA) 中有很高比例是屬於不具有成長性的微型企業。這類微小企業經常由於經營效率低落，產品服務不具有競爭性，因此失敗率很高。更具體地說，雖然創業活動日趨普及，但高成長新創企業應該才是國家經濟發展之重要支柱 (Gundry & Welsch, 2001)。Stam, Chantal, Andre van 與 Roy (2011) 針對不同所得水準的國家進行比較研究，發現高成長期待創業活動比較一般創業活動，對於高所得國家的經濟成長貢獻更為顯著。Stam 等人 (2011) 研究指出，一個國家的創業活動越旺盛，則該經濟體的高成長新創企業的比例也會越高，同時高成長企業對於經濟成長具有時間滯後的正向相關。不過也有學者則認為高成長期待創業活動只有對於高所得國家的經濟成長具有貢獻，對於低成長國家的經濟成長貢獻不大 (Valliere & Peterson, 2009)。

### 2.2 創業動機與高成長期待

動機意指促使人們去追求或完成某些欲達成的工作或目標的推動感情。動機與今日的行為將會影響未來規模的變動 (Wiklund & Shepherd, 2003)，而且先前實證研究在動機與成長之間已找到正向與直接關係。

將創業動機區分為機會型驅動 (opportunity- motivated) 創業是指創業者是因為看到好機會進而創業及需求型驅動 (necessity- motivated)是指創業者因為沒有更好的工作選擇而去創業 (需求基礎) (Reynolds, Bosma, Autio, Hunt, De Bono, Servais, Lopez-Garcia, & Chin, 2005)。Reynolds, Camp, Bygrave, Autio, 與 Hay (2002) 利用機會型與需求型的創業之概念，得到推式與拉式動機之間的差別。動機差別在於正面情境因子會「拉」人創業；「拉式」動機是對成就的需求、對獨立的渴望、與社會發展的可能性。負面情境因子「推」人創業；「推式」動機則是失業、或是有失業的風險、家庭壓力或對現況不滿意。

Block 與 Wagner (2007)研究指出需求型創業者與機會型創業兩者有下列四點差異

- (一)在社經方面顯然不同，例如教育水準、相關經驗與年齡。
- (二)相較於機會型創業者，需求型創業者似乎比較不滿意現況。

在總體層級中，需求型創業者對經濟成長與工作創造所造成的影響，與機會型創業者不同；而在個體層級中，相較於機會型創業者，需求型創業者的績效較差。

- (三)機會型與需求型創業者的決定因素有所差異。

相較於需求型創業者，機會型創業者所利用的機會產生的利潤更多。就創造工作方面而言，Reynolds 等人 (2002) 發現，機會型創業者在五年內創造超過 20 個工作機會的可能性大於需求型創業者。

Shane 等人(2003)研究指出如果事業無法穩定成長與存續，自然無法將心力放在事業其他方面上，更遑論對事業的未來抱持成長期待與願景。創業者想要事業成長，創業者動機的角色對新生創業者的瞭解日益重要。

(四)需求型創業者通常是高度依賴其所建立的公司，但可能降低他們對創新、創造工作機會、與貨物出口的成長期待，因為他們了解並預期這對他們來說是難以實現的，因為需求型創業者的環境與條件而被迫採用較不具未來與成長性的機會。當創業者決定是否要利用機會創業時，此時機會成本取捨就會發揮影響效果，因為需求型創業者對其職業不滿意，故其機會成本較機會型創業者低，此應為導致需求型創業者採用獲利率較低機會之可能性較高的原因。

創業最大的目的是為使事業成長。機會型創業者相信自己能力，投入資金、時間與精神進行創業，相信用心血投注之事業能帶來豐厚收入，並因此進而勾勒出未來發展藍圖與美好願景，而對國家經濟發展有所貢獻 (Hessels, Gelderen, & Thurik, 2008)。相對地，需求型創業者為非自願離開現有工作，是為求生活能維持一定水準才投入創業，其心思主要放在如何讓事業持續正常營運，至少先滿足基本需求條件；若無法維持生計，則遑論期許所創事業蓬勃發展，因此對事業未來的期待相對傾向較低。

綜上所述，本研究提出以下假設：

H1：創業動機對高成長期待有顯著影響，其中機會型創業者成長期待較需求型創業者為高。

### 2.3 創業抱負與高成長期待

本研究創業成長抱負主要包含創新程度與國際化程度兩個構面，一些研究如劉常勇、謝如梅(2012)指出創業抱負對創業成長期待有顯著關聯，尤其創新與國際化兩構面會產生交互作用同時影響創業成長期待，因此本研究提出以下假設：

H2：創業抱負對高成長期待有顯著影響。

創新是成長的引擎，由過去的理论及研究結果可知，創新與經濟成長具有高度的正向關係 (Wong, Ho, & Autio, 2005)，而新創事業若能採用較新的核心技術、提供新穎的產品或服務給顧客，在市場上將能取得較佳之競爭優勢。

創新驅動經濟體的發展經驗顯示，高成長新創企業為社會提供大部分的新工作機會。Kirchhoff (1994) 對 1978 年在美國成立的新創公司進行了 8 年的追蹤調查，結果發現 10% 的新創企業貢獻了 75% 的新工作機會。Storey (1994) 的研究，追蹤某一年度成立的所有新創企業，經過十年發展尚存活企業中，有 4% 的公司創造了 50% 的新工作機會，而這些高成長公司就是俗稱的瞪羚型企業 (gazelles)。Birch, Haggerty 與 Parsons (1997) 以瞪羚型企業 (gazelles) 為研究對象，發現美國 1992-1996 年間的就業市場，70% 的新工作機會是由這群被稱為瞪羚的高成长性新創企業所提供的。運用 GEM 資料庫的研究，也大致認為約有 10% 的早期創業活動 (TEA) 將在未來提供就業市場 70% 的新工作機會。

創新與創業之間存在密切的關係，創新導向的創業活動較能對於經濟增長提供協助，同時新事業也會有較高的成長機會。其產品或服務具有創新性、新穎性，投入市場應會獲得高報酬與利潤，值得投資並投入創業。創新程度與國際化程度之交互作用亦呈現顯著，顯示在國際化程度較高的情況下，創新程度才會對於成長期待產生較顯著的影響 (劉常勇、謝如梅, 2012)。綜合以上論述指出下列假設：

H2a：創業家產品/服務創新程度對高成長期待有顯著影響

在全球經濟流動迅速的現在，全球化競爭已勢不可擋，越來越多天生國際化 (Born Global) 的新創事業，在草創初期即鎖定全球市場，將產品邁向全世界的顧客。新創事業若能朝向國際化發展，將能有助於企業規模成長。

國外市場龐大，若能吸引或爭取國外市場龐大商機，將有助提高營業額成長；而且 Terjesen 與 Hessels(2009) 研究發現，在創業者出口導向與每人平均所得水準間有正向關係。一個國家的創業活動國際化程度越高，則代表該經濟體的國際競爭力越強，比較能夠透過出口為國家創造更多的財富，當然也有利於經濟增長。國際化程度非常明顯的影響成長期待，故做下列假設：

H2b：創業國際化程度對高成長期待有顯著影響。

### 2.4 創業態度與高成長期待

創業態度為衡量創業者對於機會的認知狀況、風險承受意願、以及對於創業所需技能與經驗的認知。由於創業過程中面臨高度的不確定性與風險，若遇風險則裹足不前，缺乏冒險精神，則容易失去擴展企業成長的機會，故創業家的風險承受意願將會影響對於新事業的成長期待 (Arenius & Minniti, 2005)。

許多人不敢投入創業，主要是因為創業成功機率不高，因此害怕失敗就成為阻礙他們投入創業的另一個原因。不同產業的失敗率也有所不同，例如在軟體與資訊服務等產業創業的失敗率為 55.2%，相對比較在一般製造產業創業失敗率 41.3% 要高出一截 (BizMiner, 2002)。

在心理層面，一般人仍然認為創業不容易成功，不但失敗機率很高，如果因追求事業成長而投入大量資金，則失敗後果必然更嚴重。因此，人們普遍將創業視為一種高風險性行為，除非擁有較高的風險承受意願，否則縱然投

入創業活動，對於新事業通常也不會有很高的成長期待。因此提出下列假設：

H3：創業家創業態度對高成長期待有顯著影響。

恐懼失敗會影響創業家成長期待，Verheul 與 Von Mil(2008)指出公司成長是充滿高風險，相對會規避風險創業家則較少能有發展公司的雄心，但他的研究發現恐懼失敗對新生創業家創業成長期待只有弱的影響，相反結果出現在 Cassar(2006)的研究，較大公司愈有可能有成長雄心，按照 Autio(2005)

Bager 與 Schott (2004)研究高成長新生創業家較不可能受到恐懼失敗的約束，因此提出下列假設：

H3a：創業家害怕失敗對高成長待有顯著負向影響。

認知創業機會是許多業者認為創業者最具獨特性與基本的行為(Eckhardt & Shane, 2003; Shane & Venkataraman,2000)。企業機會的認知將影響創業者對公司成長的期待。Autio(2005)發現高成長期待比低成長期待早期創業家較可能察覺到好的企業機會。Terjesen與Szerb(2008)發現察覺到好的機會能力正向顯著影響企業的成長。與此結果相反，Verheul與Van Mil(2008)並沒有發現認知創業機會對創業家公司成長雄心有任何影響，但本研究仍然期待創業家認知有好的創業機會，較可能對公司成長有較高期待，因此提出下列假設：

H3b：創業家認知創業機會對高成長待有顯著正向影響。

創業家相信他們創業技能與知識較可能有成長雄心，其理由是他們對自己的技能與知識有信心，須藉由企業成長加以證實，(Verheul & Van Mil, 2008)，但沒有發現創業家技能有顯著影響成長雄心。一些研究指出高成長期待新生創業家較低成長期待者有較高創業技能信心。Terjesen 與 Szerb (2008)發現上述關聯性亦存在年輕與現有公司擁有者。因此提出下列假設：

H3c：創業家認知能力機會對高成長待有顯著正向影響。

## 2.5 創業家特徵與高成長期待

創業是個人的職涯選擇，因此創業活動與個人屬性特徵息息相關 (Arenius & Minniti, 2005)。Autio (2011) 研究發現年輕創業族群與高齡創業族群對於追求新創企業的成長企圖較為強烈，除此之外，性別、年齡、教育程度、家戶所得等背景的創業家，相對較具有追求高成長的意圖。因此提出下列假設：

H4：創業家特徵對高成長待有顯著影響。

許多學者曾以性別對公司成長與績效作探討，Cooper, Gimeno-Gascon 與 Woo (1994)指出女性經營企業與男性相比，傾向小規模及較小成長的可能性。Autio(2005)研究顯示男性早期創業家與女性相比有較高成長期待。Bager 與 Schott (2004)指出女性創業家較男性有較低成長雄心。同樣 Terjesen 與 Szerb(2008)強調女性對企業成長具有很重要負向效果。Kolvereid(1992)創業成長雄心與性別差異無關，此可能在挪威性別是平權有關。

Autio (2011) 的研究指出男性的創業成長期待較高，因為男性普遍從小受到鼓勵要有遠大的志向，應承擔家庭及社會責任，故對於所創事業會有較高的成長期待。相較而言，女性則多被教導在家相夫教子、不應有太高的野心與事業心，即使去創業，也多傾向於維持家庭經濟與個人興趣之平衡，故對創業成長期待較為偏低。但 Greene (2000)之研究中指出，除受先天社經環境影響之外，性別差異可能被人力資本與社會資本彌平。因此提出下列假設：

H4a：男性創業家較女性創業家有較高成長待。

創業家年齡與創業成長期待間的關聯性，許多學者研究呈現不一致現象。Cressy (1996)指出創業年齡與公司成長間有正向相關，而有一些學者研究指出創業家年齡與新創公司成長雄心成負向影響(Bager & Schott,2004; Autio , 2005; Terjesen & Szerb , 2008)。Wiklund 與 Shepherd (2003)及 Cassar(2006)發現無證據顯示創業家年齡與成長期待的關聯性。而 Burns(2001)研究則指出中等年齡創業家比其他年齡者有較高創業成長期待。

青年創業已逐漸成為主流趨勢，一般認知青年較具有活力及理想，對於創業充滿期待與憧憬，故年齡越輕的創業者，其成長期待也會越高 (Arenius & Minniti, 2005)。然而中高齡者具有經驗、資源以及社會網絡的優勢，再加上付出的機會成本較高，因此也會對於創業具有比職場就業更高的期待。年齡雖然是影響創業成長期待的重要因素，但兩者可能並非線性之關係，還需要更深入的探討。因此提出下列假設：

H4b：創業家年齡與高成長待有顯著關聯。

在知識經濟時代，教育程度往往被視為是人力資本的代理變數 (Wiklund & Shepherd, 2003; De Clercq & Arenius, 2006; Arenius & Minniti, 2005)，過去眾多實證研究指出，教育程度對於成長期待具有顯著的正向影響關係。高學歷創業代表具有較高的專業知識及能力，不僅容易辨識機會，亦有利於規劃與推動事業成長 (Kolvereid, 1992)，再加上高學歷者投入創業的機會成本較高，故對於創業成長期待通常也會抱著較高的期待。高學歷與高度國際化程度兩項變數對於創業成長期待的影響最為顯著(劉常勇、謝如梅, 2012)。

通常教育可提供基礎知識與改善分析解決問題能力(Aidis & Mickiewicz, 2004)。而創業教育可增加一般人創業機會警覺性，創業信心，創業熱忱(Van Gelderen, M. et al., 2008)。創業家的教育程度對公司的生存與成長產生正向影響(Cooper et al., 1994)，Brüderl 與 Preisendöfer(2000)明確指出創業家有好的教育背景，公司更可能出現快速成長。Shane 與 Ventakaraman(2000)指出受到良好教育者期待創建高成長期待公司，另有一些研究指出創業家教育程度會正向影響其成長雄心與高成長期待(Kolvereid,1992; Autio ,2007 ; Terjesen & Szerb, 2008; Karadeniz&Özdemir,2009)。劉常勇、謝如梅(2012)指出高學歷對創業成長期待有顯著影響，高學歷創業者機會成本相對比較高，這是促成他們對創業成長期待較高原因。因此提出以下假設：

H4c：創業家教育程度與高成長待有顯著關聯。

由於資金是創業的關鍵資源，創業者能否取得所需資金，往往與他們的經濟條件相關，因此創業者的家戶所得，就成為影響創業決策的重要因素 (Arenius & Minniti, 2005)。當創業者可使用的資金越多，將較可能創立規模較大的新創事業，並且可源源不絕地灌注於企業成長，故會帶來較高的成長期待 (Wiklund & Shepherd, 2003)。

Arenius 與 Minniti(2005)指出資金是創業者的關鍵資源。創業者能否取得所需資金往往與其經濟條件有關，因此創業者的家庭所得就成為影響創業決策的重要因素，Wiklund 與 Shepherd (2003)認為創業者可使用資金越多較可能創立規模大的新創企業且會帶來較高成長期待，Autio(2005)發現高成長期待創業活動大多在高收入族群。Terjesen 和 Szerb(2008)聲稱來自高收入家庭個人比低收入家庭者更能支助其企業且取得所需資源提供企業成長，因此提出下列假設：

H4d：創業家家庭所得與高成長待有顯著關聯。

## 2.6 創業環境與高成長期待

在環境層次的變數上，新創事業若投入不同類型的產業，在成長表現將可能有極大之差距 (Kolvereid, 1992)，例如有些產業正值於新興起步階段，有許多的創業機會及開發潛力，未來前景看好，故創業者的成長期待也會較高。然而，有些產業則可能已介於成熟，競爭激烈，也使得創業者較為保守 (Wiklund & Shepherd, 2003)。Autio (2011)研究則指出，創業地區的經濟發展速度也會影響創業家的成長期待。當法令對於解僱勞工給予嚴格限制，將會影響企業聘僱人員的意願，尤其對於新創企業增聘人力的負面影響最為顯著。故做出下列假設：

H5：創業產業別不同對高成長待有顯著影響。

由於本研究使用 GEM2002~2009 年中國創業調查資料庫，因此參考 GEM 研究模型，將本研究所關切的變數與早期創業活動高成長期待之間的關係，建立成為圖 1 的研究架構。

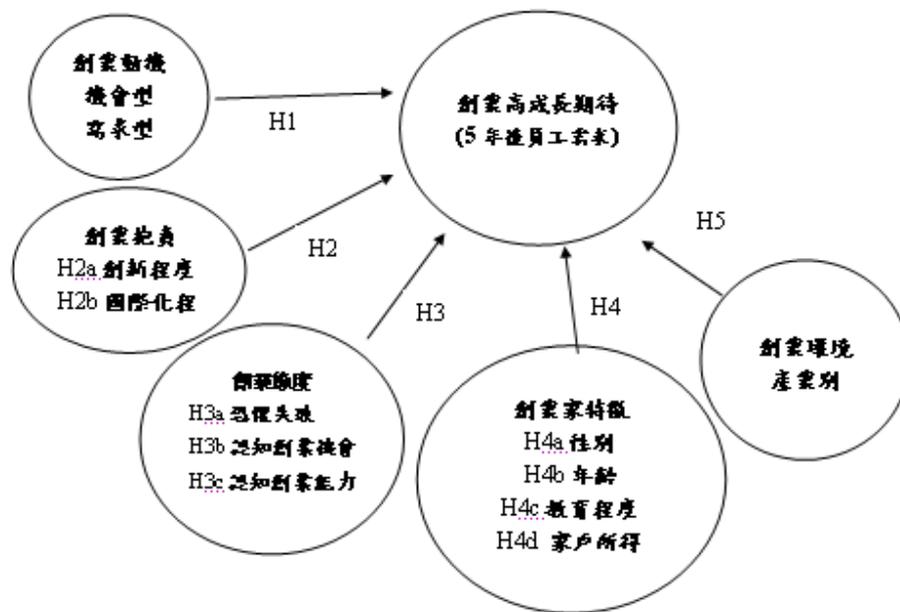


圖1研究架構

### 3. 研究方法

#### 3.1 樣本資料來源

GEM 中國創業情況的成人人口調查(adult population survey APS)，是以隨機遊走方式採樣進行，本研究以 2002～2009 年為研究範圍，調查居住在中國各省主要都市 18-64 歲的民眾(包含非營利機構)、企業家、創業家、金融機構、教育機構等為調查對象。六年時間蒐集調查樣本共計 14443 份，在 95%信心水準抽樣誤差分別為 2002 年  $\pm 2.2\%$ ，2003 年  $\pm 2.5\%$ ，2005 年  $\pm 2.2\%$ ，2006 年  $\pm 2.0\%$ ，2007 年  $\pm 1.9\%$ 及 2009 年  $\pm 1.7\%$ 。

#### 3.2 變數衡量

##### 3.2.1 創業家高成長期待

早期創業家高成長期待為本研究之依變數。根據 GEM 的定義，並參考 Hessels, Gelderen 與 Thurik (2008)的研究，由創造工作機會的多寡判斷新事業的成長潛力。若能在未來 5 年內創造 20 個(含)以上新工作機會若視為具有高度成長性事業。因此 GEM 詢問這些參與早期創業活動的創業家，預期此新事業在未來 5 年內將可增加雇用多少位新員工。在 GEM 問卷編碼變數名稱為 TEAYYJ5Y 把期望增加人數分為四類：(1) 不增加、(2) 1-5 個工作、(3) 6-19 工作、(4) 20 個以上工作。本研究把此變項更改為二分變數「0」表示新工作機會為 0-19 個，「1」表示新工作機會含在 20 個以上，此二分變項亦即 GEM 問卷編碼 TEAYYHJG。

##### 3.2.2 創業動機

Terjesen 與 Szerb (2008)把創業動機區分為機會型創業動機與需求型創業動機，前者創業為發現創業機會上追求個人獨立自主而創業，後者創業是因找不到更好工作機會而創業且創業是為了維持生活。在 GEM 問卷編碼變數名稱 TEAYYIDO：「1」表示機會型創業動機者，「0」表示需求型創業者，此變項是經由 GEM 問卷問題：創業是因看到有利商機或是為了工作別無選擇？分五個選項：1. 看到有利商機，2. 為了工作別無選擇，3. 以上而兩者皆是，4. 有找更好的工作機會，5. 其他原因，加以改變而成。

##### 3.2.3 創新程度

創新導向的創業活動較能對國家經濟成長提供助益，同時新事業有比較高的成長機會，GEM 調查主要詢問潛在顧客是否認為所提供產品或服務是新穎且具差異化？以及是否只有少數或沒有競爭廠商能夠提供類似的產品或服務。如果創業家在此兩個問題皆答「是」，則視為具有高創新程度，如果只有其中一項答「是」則視為中等創新程度，如果兩項皆答「否」則視為低創新程度，本研究把 GEM 問卷編碼 TEACOMP 與 TEAYYNWP 依上述原則把創新程度重新編碼成 TEAINO，並以「0」表示低度創新，「1」表示中度創新，「2」，表示高度創新。

### 3.2.4 國際化程度

市場國際化是指國外客戶佔新事業之營業比重，一般引用作為創業活動國際化程度的評比，國際化程度在 GEM 調查架構中被稱為一項與成長期待之間具有緊密關聯的主要變數，在 GEM 調查問卷變數編碼名稱為 TEAYYINT，並把國外顧客佔總顧客達 25%以上視為高度國際化並以「1」表示，如果國外顧客佔總顧客 0~25%間視為低度國際化並以「0」表示。

### 3.2.5 創業家特徵

性別在 GEM 問卷編碼為 GENDER 受試者被要求回答其性別為何？回答「男性」以「1」表示，回答「女性」以「2」表示。年齡在 GEM 問卷編碼為 AGE6C 受試者被要求回答年齡大小在區分為 6 個階段如下：「1」表示 15-17 歲，「2」表示 18-24 歲，「3」表示 25-34 歲，「4」表示 35-44 歲，「5」表示 45-54 歲，「6」表示 55-64 歲。教育在 GEM 問卷編碼以 GEMEDUC 表示，受試者被要求提供最高學歷，其中「1」表示未受教育「2」表示國(中)小以下，「3」表示高中，「4」表示大專，「5」表示研究所以上。4. 家庭所得在 GEM 問卷編碼以 GEMHHINC 表示，受試者被要求提供家庭所得相關資訊，「1」表示所得在低端 33%，「2」表示所得在中段 33%，「3」表示所得在高端 33%。

### 3.2.6 創業環境(產業別)

在 GEM 問卷編碼以 TEASI4C 表示，受試者被要求回答創業所屬產業別，「1」表示從事農業與傳統勞力服務產業，「2」表示從事製造與建築產業，「3」表示從事商務與知識密集產業「4」表示從事個人服務產業。

### 3.2.7 創業態度

恐懼失敗在 GEM 問卷編碼以 FEARFAIL 表示，受試者被要求回答，在創業時恐懼失敗是否會阻止其創業？回答「不會」以「0」表示，回答「是」以「1」表示。認知創業機會在 GEM 問卷編碼以 OPPORT 時長示受試者被要求回答在未來 6 個月，在你居住地區，是否有好的創業機會？回答「沒有」以「0」表示，回答「有」以「1」表示。認知創業能力在 GEM 問卷編碼以 SUSKILL 表示受試者被要求回答，你是否有任何創業所需要知識技能與經驗？回答「沒有」以「0」表示，回答「有」以「1」表示。

## 3.3 資料分析方法

本研究採用 SPSS 統計軟體作為資料分析工具，分析對象、為中國早期創業階段創業家的特徵(性別、年齡、教育、家庭收入)，創業動機(機會型、需求型)、創業抱負(創新程度、國際化程度)，創業態度(恐懼失敗、認知創業機會、認知創業能力)、創業環境(產業別)等變數對創業高成長期待的影響，採用統計方法有描述性統計分析、交叉表分析，以及二元邏輯迴歸分析，目的找出影響中國創業成長期待的關鍵因素，並為如何開創更多具有高成長特徵企業，提供政策上建議。

## 4. 研究結果與分析

### 4.1 創業活動狀況比較

中國在 2002~2009 年投入於早期創業活動(TEA)的樣本數共有 2225 人，佔到全體成年人樣本總數的 15.4%(樣本數 2225 人/總樣本數 14443 人)。GEM 調查將早期創業活動(TEA)區分為新生創業(Naascent Entrepreneurship；簡稱 NE)及新創企業(Baby Entrepreneurship；簡稱 BE)兩個階段，NE 樣本數 905 人，佔全體成年人樣本總數的 6%(905 人/總樣本數 14443)。新創企業(BE)佔全體成人的樣本總數 9.7%，另外設立超過 3.5 年以上的現有企業(Established Business，簡稱 EB)的樣本數 1583 人，佔全體成年人樣本總數的 11%。

### 4.2 創業因素與創業高成長期待關聯性

在各項交叉表分析顯示創業動機與創業高成長期待呈現顯著關聯 ( $X^2=76.253$ ； $P<.001$ )。中國六年間總高成長期待為 19.5%，機會型高成長期待為 30%，需求型高成長期待為 13%，機會型創業動機較需求型有較高的創業高成長期待。換言之，機會型創業後五年帶動就業機會約需求型創業的 2.3 倍。

性別與創業高成長期待有顯著關聯( $X^2=62.370$ ； $P<.001$ )。男性創業高成長期待為 25.5%，女性創業高成長期待為 12%，男性創業較女性創業約 2 倍的創業成長期待。此可能中國女性的角色定位仍以家庭為主，導致女性創業家

追求成長企圖較為不足，所以男性創業家追求事業上成長的企圖心較女性創業家高。

年齡與創業的高成長期待有顯著關聯性( $X^2=21.264$ ;  $P<.001$ )，18-24 歲族群高成長期待為 24.4%，25-34 歲族群高成長期待為 21.5%，35-44 歲族群高成長期待為 20.3%，45-54 歲族群高成長期待為 12.3%，55-64 歲族群高成長期待為 12.6%，其中中國 18-24 歲族群相較於其它年齡有較高的創業成長期待，此分析結果與劉常勇、謝如梅(2012)台灣創業家成長期待之研究，25-34 歲高成長期待 24.7%最高且 55-64 歲高成長期待 23.7%居次，顯然有些差異。

教育程度與創業高成長期待有顯著關聯( $X^2=216.98$ ;  $P<.001$ )。未受教育程度高成長期待為 1.3%，國(中)小以上教育程度高成長期待為 9.6%，高中教育程度高成長期待為 18.7%，大學教育程度高成長期待為 35.9%，研究所以上教育程度高成長期待為 43.5%，這也說明了大學以上教育程度的創業者的成長期待較高。此研究結果與劉常勇、謝如梅(2012)台灣創業家成長期待研究，研究所以上高成長期待 51%相似。

創業高成長期待與家庭所得高低達顯著關聯( $X^2=11.74$ ;  $P<.001$ )，低收入族群高成長期待為 7%，中收入族群高成長期待為 15.3%，高收入族群高成長期待為 29.8%，由此可看出創業成長期待與家庭所得成正相關聯，且與劉常勇、謝如梅(2012)研究結果相符。

在 GEM 研究架構下，創業抱負涵蓋創新程度、國際化程度及企業成長期待三項其關聯性分析如下：

創新程度與高成長期待達顯著正向關聯 ( $X^2=54.2$ ;  $P<0.001$ )，低度創新高成長期待為 13.1%，高度創新高成長期待為 25.7%，高度創新高成長率為低成長率的 2 倍，此與劉常勇謝如梅(2012)研究結果相符。國際化程度與成長期待之間具有顯著關聯性( $X^2=57.86$ ;  $P<0.001$ )的，有國際化高成長期待為 53.5%，沒有國際化高成長期待為 17.6%，顯示在中國有國際化的企業創業成長較高。且高於劉常勇、謝如梅(2012)研究台灣高國際化企業高成長期待 44.7%。

在 GEM 研究架構下，創業態度涵蓋害怕失敗認知機會與認知技術能力三項，期與企業成長期待關聯性分析如下：在中國創業高成長期待似乎不受害怕失敗因素影響( $X^2=0.623$ ;  $P>0.05$ )，害怕失敗高成長期待為 19.1%，不害怕失敗高成長期待為 20.7%，兩者約略相同。此結果與劉常勇、謝如梅(2012)台灣研究結果不一致，此差異性可能源自於兩國來自不同規模經濟體。創業者認知創業機會與高成長期待達顯著正向關聯( $X^2=42.55$ ;  $P<0.001$ )，有認知機會高成長期待為 26.9%，沒有認知機會高成長期待為 14.7%，前者為後者的兩倍。中國創業家的認知能力與其高成長期待間達顯著關聯( $X^2=18.39$ ;  $P<.0001$ )。有認知能力高成長期待為 22.8%，沒有認知能力高成長期待為 14.6%。

創業環境與高成長期待間有顯著關聯( $X^2=73.479$ ;  $P<0.001$ )。第一產業高成長期待為 4.5%，第二產業高成長期待為 26.4%，第三產業高成長期待為 35.8%，第四產業高成長期待為 16.9%。其中第三產業(商業服務與知識密集業)的創業成長期待最高，而農業與傳統勞力服務業創業成長期待最低，此結果與劉常勇、謝如梅(2012)台灣研究有所不同，在台灣第一~第三產業高成長期待約在 23~25%之間約略相同，而第四產業為 15.9%與中國相近，此差異可能源自兩國經濟體存在差異有關。

#### 4.3 影響創業高成長期待主要因素

為了進一步檢測這些創業因素對於成長期待影響程度高低，再以二元邏輯式迴歸分析確認影響創業高成長期待主要因素。

首先用 Omnibus 檢定和 Hosmer 和 Lemeshow 檢定來測試整體模型適配性，Omnibus test 檢定達顯著( $X^2=272.514$ ;  $P<0.001$ )，而 Hosmer 和 Lemeshow 檢定未達顯著，此證明中國抽樣調查資料與本研究提出模型具適配性，因此可進一步對各因素與創業高成長期待間是否有顯著作檢定。以 Cox & Snell  $R^2$  和 Nagelkerke  $R^2$  兩個指標來預測自變數與依變數之間關聯程度，Cox & Snell  $R^2=.210$ ，Nagelkerke  $R^2=.327$ ，代表此研究模型解釋力約 21%~32.7%。

從二元邏輯式迴歸分析結果如表 1，顯示創業抱負(高度國際化)、創業家特徵(性別、教育程度、家庭收入)、產業別、創業態度(認知機會)、創業動機對創業高成長期待有顯著影響。在創業抱負方面，高度國際化為低度國際化的勝算比(EXP B) 2.793 倍，顯示高度國際化愈高未來驅動工作機會較高。在創業特徵方面，性別的部份，女性為男性的勝算比(EXP B) .479 倍；教育程度的部份，大學以上為未受教育的勝算比(EXP B) 10.270 倍；家庭收入的部份，高收入為低收入的勝算比(EXP B) 2.559 倍，此結果顯示教育對創業驅動工作機會影響最大，其次是產業型態、國際化程度、創業動機、認知機會。最後本研究觀念架構圖中各假設經分析與檢定其結果如表 2。

表 1 影響創業高成長期待主要因素分析

變數	係數	標準差	自由度		勝算比	
	(B)	(S.E)	Wals	(df)	顯著性	
高度創新 VS 低度創新	.417	.224	3.477	1	.062	1.517
高度國際化 VS 低度國際化	1.027	.303	11.519	1	.001	2.793
女性 VS 男性	-.735	.188	15.231	1	.000	.479
年齡			6.345	4	.175	
25~34 歲 VS 18~24 歲	-.102	.229	.198	1	.657	.903
35~44 歲 VS 18~24 歲	.091	.241	.143	1	.706	1.095
45~54 歲 VS 18~24 歲	-.743	.351	4.481	1	.034	.476
55~64 歲 VS 18~24 歲	-.117	.487	.058	1	.810	.889
教育程度			46.073	4	.000	
國(中)小 VS 未受教育	1.054	1.045	1.017	1	.313	2.868
高中 VS 未受教育	1.481	1.046	2.003	1	.157	4.397
大學 VS 未受教育	2.329	1.051	4.912	1	.027	10.270
研究所 VS 未受教育	2.452	1.055	5.402	1	.020	11.613
家庭收入			17.354	2	.000	
中收入 VS 低收入	.348	.290	1.439	1	.230	1.417
高收入 VS 低收入	.939	.261	12.953	1	.000	2.559
產業別			11.399	3	.010	
製造營建業 VS 農礦業	1.325	.480	7.631	1	.006	3.761
商業服務業 VS 農礦業	1.054	.551	3.653	1	.056	2.868
個人服務業 VS 農礦業	.871	.475	3.365	1	.067	2.390
害怕失敗 VS 不害怕失敗	.270	.197	1.878	1	.171	1.310
認知機會 VS 無認知機會	.571	.172	11.054	1	.001	1.770
認知能力 VS 無認知能力	.092	.200	.212	1	.646	1.096
機會型創業 VS 需求型創業	.697	.174	15.981	1	.000	2.007
常數	-5.158	1.136	20.625	1	.000	.006

表 2 假設檢定結果

假設	內容	結果
H1	創業動機對高成長期待有顯著影響， 其中機會型創業者成長期待較需求型創業者為高。	成立
H2	創業抱負對高成長期待有顯著影響	部分成立
H2a	創業家產品/服務創新程度對高成長期待有顯著影響	不成立
H2b	創業國際化程度對高成長期待有顯著影響	成立

H3	創業家創業態度對高成長期待有顯著影響	部分成立
H3a	創業家害怕失敗對高成長期待有顯著負向影響	不成立
H3b	創業家認知創業機會對高成長期待有顯著正向影響	成立
H3c	創業家認知能力機會對高成長期待有顯著正向影響	不成立
H4	創業家特徵對高成長期待有顯著影響	部分成立
H4a	男性創業家較女性創業家有較高成長期待	成立
H4b	創業家年齡與高成長期待有顯著關聯	不成立
H4c	創業家教育程度與高成長期待有顯著關聯	成立
H4d	創業家家庭所得與高成長期待有顯著關聯	成立
H5	創業產業別不同對高成長期待有顯著影響	成立

## 5. 結論與建議

本文主要探討影響中國創業家的高成長期待主要因素。以 2002~2009 年全球創業觀察(GEM)中國成人創業調查，六年時間蒐集到次集資料為分析依據。經由文獻探討整理出研究創業家的高成長期待模型並加以驗證，最後提出結論與建議如下。

### 5.1 結論

一、中國機會型創業動機者較需求型創業動機者有較高高成長期待

機會型創業家將會評估該創業機會時間點與創業環境與商品價格規劃，讓機會型創業所利用的機會產生的利潤更多。需求型創業者因高度依賴所建立的公司或機構，嚴重降低創造開發新的工作機會與高度獲利，又因考慮成本因素較大失去高度成長的機會，機會型創業動機較需求型有較高的創業成長期待。換言之，機會型創業後五年帶動就業機會約需求型創業的 2.3 倍。

二、中國女性創業家較男性創業家，創業高成長企圖較低此可能與中國女性角色定位為以家庭為主有關。

傳統中國母系社會觀念讓女性創業家在創業因素與條件往往都不及男性創業家，女性創業家皆都以需求型創業與家庭環境週遭範圍為主，從事小規模而創業能力所及的事業項目來進行，故較無高成長期待創業。

三、中國 18~24 歲年輕族群相較其他年齡者有較高高成長期待，此與台灣高成長期待族群為 25~34 歲與 55~64 歲有所差別。

中國由未開發國家轉為開發中國國家，這過程中增加許多創業機會來滿足中國內需市場與國際市場需求，18~24 歲年輕族群恰為該產業人口中產值最大並具有高度創業企圖，此與台灣族群為 25~34 歲與 55~64 歲不同，是因台灣 18~24 歲族群受限在徵兵役制與大學(專)教育普及化，而 25~34 歲族群創業家有創新與高度創業態度和國際觀，另外 55~64 歲的族群則是待退休人口擁有一定的工作經驗與財務背景，在有效的判斷創業成功因素之下較容易獲得創業高成長期待。

四、中國大學以上學歷創業者有較高高成長期待，此現象與台灣研究結果相似。

高學歷在工作機會與就業競爭上都有較高的優勢，相對於在創業機會與創業態度及創業環境都有一定的認知和能力，所以具有較高的成長期待，此與台灣創業家成長期待研究，高學歷研究所以高成長率 51% 相似。

五、中國創業家家庭收入與高成長期待有正向關聯，此結果與台灣研究相符。

創業影響因素中資金是重要的，創業者所需的資金往往與該創業者經濟條件相關，因此高家庭收入比低家庭收入者更有能力幫助其企業獲得所需的資源提供企業成長。

六、高度國際化顯示在中國有對企業較高的成長期待，相較於台灣研究高於許多。

國際化程度是影響高成長期待的重要因素，創業家在早期創業活動階段時能將眼光放於國際市場，先行立足在國際行銷提高國際知名度，相對可預期創業家再未來事業具有一定的國際化與高成長期待。

七、創業態度中的認知機會對中國的創業家有正向的關聯性。

創業家知道他們必須擁有較好的創業機會、獨特性的行為能力，才能使所經營的企業得到高度成長，因此研究結果得知創業家認知有好的創業機會較有可能對公司成長有較高的期待。

八、創業環境的結果不同於台灣研究，說明可能緣自於兩國經濟體存在的差異有關。

中國地大物博且人口眾多，地形環境有寒帶與亞熱帶相當特殊，由 2012 年前的世界工場積極轉型為 2012 年後的世界市場，產業由第一產業(農業與傳統勞動服務)及第二產業(製造與建築產業)轉換至第三產業(商業服務與知識密集業)，中國國家經濟策略轉變經濟體制的提升是與台灣產業與經濟穩定且均衡發展的型態有所差異。

九、中國創業家，創業抱負(高度國際化)、創業家特徵(性別、教育程度、家庭收入)、產業別、創業態度(認知機會)、創業動機對創業高成長期待有顯著影響。其中教育對創業驅動工作機會影響最大，其次是產業型態、國際化程度、創業動機、認知機會。

## 5.2 建議

### 一、促成高教育程度人才發展創業，提升創業育成的能量

近年來中國高等教育持續發展，高學歷求職者數量增多，並逐漸演變成高學歷高失業的非常態現象。建議中國政府利用目前就業市場結構失衡的機會，引導高學歷者投入創業的行列，不但因此解決高學歷失業可能引發的嚴重社會問題，同時也可藉機促成具有高成長期待的微型企業。高學歷並不同有較高的創業能力，也不代表創業機會比較高，因此需要規劃協助高學歷者投入開創高成長企業的輔導機構。中國政府可利用國內大學創業育成機構作為輔導高學歷創業的園地，並提升大學創業育成的能量，進而將大學人才培育、科技創新與創業育成結合起來，成為中國下一階段經濟發展改革做出貢獻。

### 二、強化機會型創業動機期待創業高成長

中國在早期創業活動的數量雖然快速上升，但創業家表現並不理想，如果只是將創業定位於微型與個人工作室型態，恐怕將侷限創業的能量。創業機會與創業動機是影響創業成長的關鍵因素，應該改變社會對於創業定位的認知，提升企業家的創業高成長期待，並且在創業機會認知、創業能力提升、創業資源提供方面，給予創業家更多的協助。建議應成立提升創業能量及輔導創業專責機構，針對有機會創業的企業者獨特需求研擬輔導政策，並廣泛利用專業教育與育成機構來提升創業者的自我價值認知，尤其要鼓勵高教育人才投入創業行列，為創業卓越表現建立更多的典範。

### 三、轉變產業型態提升高度創業機會

早期的中國人口在傳統勞力服務及農業占大多數，在 2002 年後中國政府積極改革開放下，從產業型態來看由傳統及農業逐漸轉變為商業服務與知識密集業，人民生活過程由農民轉變為居民，整體國家結構由世界工廠改變成世界市場，這過程中會激勵創業者創業動機，也藉由產業形態的轉型提升創業者成長。建議中國政府對於創業者資金的支持、研究開發能力的輔導、人員教育與培訓、基礎設施的建構、創作者智慧財產的保護等政策的提供，以上各項條件在創業過程中都會相互產生影響，也決定新創企業未來的轉型成功機率。

### 四、國際化推動與國際市場創業合作

中國早期創業家主要活動所關注的商機大都以國內總體市場為主，縱使海外市場也有龐大的需求，創業家們也不積極的拓展國外市場。新創企業往往因為海外市場文化差異、他國產業資訊不夠完備，不具備海外市場所需要的企業形象、品牌通路、顧客關係等條件，甚至大多數新創企業無法承擔國際行銷所需要的龐大經費。因此我們認為中國政府主管機關應將創業市場國際化視為創業輔導的核心工作，採取主動的態度，建置一套適合促進創業市場國際化的輔導機制，包括：積極推廣海外市場，設置新創企業海外行銷的共同平台與聯合通路，為新創企業建置能整

合物品、經濟、資訊的國際交易平台等。中國環境資源豐富，適合進軍全球的商業平台。因此我們也建議中國政府可在國際經貿談判中，提出推動國際創業合作的議題，建議設立開發高科技創新園區，鼓勵中國創業家與國際機構合作交流。

我們建議中國政府應推動農業精緻化、製造業服務化、服務業科技化、市場國際化、資訊平台網路化以及地方產業特色化的產業創新策略與創業輔導政策，做出更緊密的結合，並利用現有的國際市場通路基礎，以及上述有關促進創業市場國際化的推動機制，並成為帶動下一階段經濟成長的主要力量。

## 6. 參考文獻

### 中文期刊

溫肇東、劉常勇、謝如梅。(2011)。台灣創業現況調查與政策意涵：全球創業觀察觀點。2011 第十四屆科際整合管理研討會。台北：東吳大學。

劉常勇、謝如梅。(2012)。台灣創業家成長期待之研究。創業管理研究，2，1-34。

### 英文期刊

- Acs, A. J., & Szerb, L. (2007). Entrepreneurship, economic growth and public policy. *Small Business Economics*, 28 (2), 109-122.
- Aidis, R. & Mickiewicz, T. (2004). Which entrepreneurs expect to expand their businesses? Evidence from survey data in Lithuania. William Davidson Institute Working Paper, 723.
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics Journal*, 24 (3), 233-247.
- Audretsch, D. B., Keilbach, M. C., & Lehmann, E. E. (2006). *Entrepreneurship and economic growth*. Oxford: Oxford University Press.
- Autio, E. (2005). *Global entrepreneurship monitor, 2005 report on high-expectation entrepreneurship*. London: Business School/Mazars/Babson.
- Autio, E. (2011). High-aspiration entrepreneurship, ambitious entrepreneurship and macro-economic growth : The dynamics of entrepreneurship, evidence from the global entrepreneurship monitor data. Minniti, M. (ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Bager, T. & Schott, T. (2004). Growth expectations by entrepreneurs in nascent firms, baby businesses and mature firms: Analysis of the Global entrepreneurship monitor surveys in Denmark 2000-2003. Berlin: GEM Research Conference.
- Baum, R., Locke, E., & Smith, K. (2001). Multidimensional model of venture growth. *The Academy of Management Journal*. 44(2), 292-303.
- Birley, S., & Muzyka, D. (2000). *Mastering entrepreneurship*. Canada: Financial Times Prentice Hall.
- Block, J., & Wagner, M. (2007). Opportunity recognition and exploitation by necessity and opportunity entrepreneurs: Empirical evidence from earnings equations. In T. George (Ed.). *Solomon: Proceedings of the Sixty- Sixth Annual Meeting of the Academy of Management*.
- Brüderl, J. & Preisendörfer, P. (2000). Fast growing businesses. empirical evidence from a German study. *International Journal of Sociology*, 30 (1), 45-70.
- Burns, P.(2001). *Entrepreneurship and small business*. London: Palgrave Macmillan.
- Carland, J. W., Hoy, F., & Carland, J. A. (1988). Who is an entrepreneur? Is a question worth asking. *The American Journal of Sociology*, 94 (4), 33-39.
- Cassar, G. (2006). Entrepreneur opportunity costs and intended venture growth. *Journal of Business Venturing*. 21 (5): 610-632.
- Cooper, A., Gimeno-Gascon J.& Woo, C. (1994). Initial human and financial capital as predictors of new venture

- performance. *Journal of Business Venturing*, 9 (5), 371- 395.
- Cressy, R. (1996). Pre-entrepreneurial Income, cash-flow growth and survival of start-up businesses: Model & tests on UK data. *Small Business Economics*, 8 (1), 49–58.
- De Clercq, D., & Arenius, P. (2006). The role of knowledge in business start-up activity. *International Small Business Journal*. 24(4). 339-358.
- Drucker, P.F. (1993). *Innovation and entrepreneurship*. US, Collins.
- Eckhardt, J. & Shane, S. (2003). The Individual-opportunity nexus. In: Acs, Z.J. & Audretsch, D.B. (Eds.), *Handbook of entrepreneurship research*. Dordrecht: Kluwer.
- Greene, P. (2000). Self-Employment as an economic behavior: An analysis of self-employed women's human and social capital. *National Journal of Sociology*. 12, 1-55.
- Hessels, J., Gelderen, M. V., & Thurik, R. (2008). Drivers of entrepreneurial aspirations at the country level: the role of start-up motivations and social security. *International Entrepreneurship and Management Journal* , 4 (4), 401-417.
- Hessels, J., Gelderen, M. V., & Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics* , 31 (3), 323-339.
- Karadeniz, E., Özdemir, Ö. (2009). Entrepreneurship in Turkey and developing countries: a comparison of activities, characteristics, motivation and environment for Entrepreneurship. *Management of International Business and Economic Systems*, 3 (1), 35-51.
- Kelley. & H. Lee.,(2009) Growth aspirations as a function of entrepreneurial perceptions and motivation. Retrieved May 10,2014, from <http://saber.uca.edu/research/iscb/2009/paper21.pdf>
- Kirchhoff, B. (1994). *Entrepreneurship and dynamic capitalism*, Westport, CT: Praeger.
- Kolvereid, L. (1992). Growth aspirations among Norwegian entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 7(3), 209-222.
- Landes, D.S. (1998). *The wealth and poverty of nations: Why some are so rich and some are so poor*. N.Y. : W.W. Norton.
- Reynolds, P. D., Bosma, N. S., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., et al. (2005). *Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation 1998-2003*. *Small Business Economics* , 24 (3), 205-231.
- Reynolds, P. D., Camp, S. M., Bygrave, W. D., Autio, E., & Hay, M. (2002). *Global entrepreneurship monitor 2001 executive report*. London: Babson Park: Babson College, London Business School.
- Schumpeter, J.A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, MA, USA, Harvard University Press.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*. 25(1),217-226.
- Stam E., Chantal H., Andre van S., Roy T. (2011). Ambitious entrepreneurship, high-growth firms, and macroeconomic growth, the dynamics of entrepreneurship: evidence from the GEM data. In M. Maria (Ed). N.Y., Oxford University Press.
- Terjesen, S., & Hessels, J. (2009). Varieties of export-oriented entrepreneurship in Asia. *Asia Pacific Journal of Management* , 26 (3), 537-561.
- Terjesen, S., & Szerb, L. (2008). Dice thrown from the beginning? An empirical investigation of determinants of firm level growth expectations. *Estudios de economía* , 35 (2), 153-178.
- Timmons, A. J., & Spinelli, S. (2007). *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century* (7th ed). NY: McGraw-Hill.
- Valliere, D., & Peterson, R. (2009). Entrepreneurship and economic growth: evidence from emerging and developed countries. *Entrepreneurship and Regional Development*. 21(5), 459-480.
- Van Gelderen, M. et al. ( 2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13 (6), 538 – 559.
- Verheul I. & Van Mil, L. (2008). What determines the growth ambition of Dutch early-stage entrepreneurs? *Scientific*

analysis of entrepreneurship and SMEs, H200811.

Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Aspiring for and achieving growth: the moderating role of resources and opportunities. *Journal of Management Studies*. 40(8), 1919-1941.

Wong, P. K., Ho, Y. P., & Autio, E. (2005). Entrepreneurship, innovation, and economic growth: evidence from GEM data. *Small Business Economics*. 24(3), 335-350.