

推動微型及個人事業支援與輔導

報告單位：經濟部

報告人：中小企業處葉處長雲龍

104年7月16日



簡報大綱

壹

• 背景說明

貳

• 推動策略及架構

參

• 推動情形及成果

肆

• 結論與建議

壹、背景說明－微型企業現況

微型企業定義

- 中小企業認定標準第三條
 - 中小企業發展條例第四條第二項所稱小規模企業，指中小企業經常僱用員工數未滿5人之事業。
 - 我國標準與美、日及亞太經合會（APEC）之標準相同，其餘各國認定標準不一。

行業分布

- 微型企業仍以批發零售業為主，且服務業比例遠高於製造業，而中小企業（含微型企業）營收8成以上來自內銷（2013年中小企業(含微型企業)內銷值為9兆8,976億元，佔中小企業銷售值比率87.42%，較2012年提升2.78%）^{註1}。
 - 微型企業以批發及零售業為最多，共424,976家（45.62%），其次為住宿及餐飲業101,334家（10.88%），製造業約81,296家（8.73%）^{註2}。

註1：資料來源為2014中小企業白皮書

註2：資料來源為行政院主計處100年度工商及服務業普查

中小企業營運主體

- 中小企業家數133萬1,182家（100年工商及服務業普查中，微型企業為94萬5,338家）。
 - 中小企業採獨資經營者為74萬1,166家（55.68%）·女性企業佔30萬4,896家（41.13%）。
 - 合夥經營者為2萬4,637家（1.85%）·女性企業佔8,686家（35.26%）。
 - 有限公司為38萬5,770家（28.98%）·女性企業佔13萬335家（33.79%）。
 - 股份有限公司為11萬2,182家（8.43%）·女性企業佔3萬851家（27.5%）。
 - 微型及個人事業支援與輔導計畫諮詢者約38.15%為女性企業，依上述統計概推微型企業女性占比近4成

壹、背景說明－微型企業重要性

• 企業家數占比最高

- 微型企業計94萬5,338家，占全體企業達79.79%^{註1}
 - 工業部門14萬8,807家^{註1}
 - 服務業部門79萬6,531家^{註1}

• 獲利能力最強

- 微型企業利潤率在各規模企業中最高
- 微型企業利潤率為11.84%^{註2}
 - 中小企業為8.28%、大型企業為5.25%^{註2}
 - 與95年相較，大型企業利潤率下降1.73%，中小企業上升0.67%，微型企業則小幅下降0.11%
 - 與95年相較，大型企業資本生產力(生產總額/實際運用資產)下降5%，中小企業下降2.81%，而僅微型企業上升0.28%^{註2}

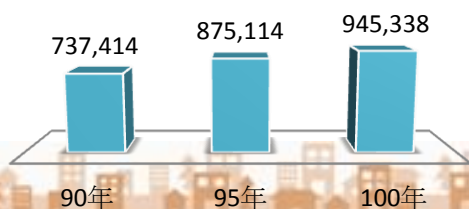
• 生產總額與就業貢獻成長最大

- 微型企業生產總額及員工人數均有大幅成長，且高於其他中小企業及大型企業
- 100年度生產總額2兆5,910億^{註2}
(較10年前成長1兆787億，成長71.33%)
- 100年度員工人數181萬8,986人^{註2}
(較10年前成長39萬3,821人，成長27.63%)
 - 95年到100年之微型企業之服務業部門對就業機會成長貢獻達44.89%^{註2}

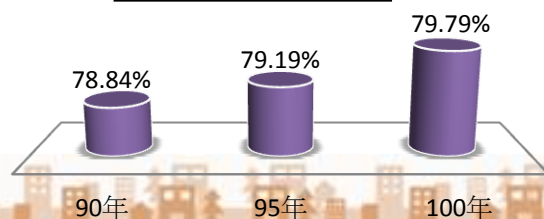
註1：資料來源為「2014中小企業白皮書」

註2：資料來源為「行政院主計處100年度工商及服務業普查」

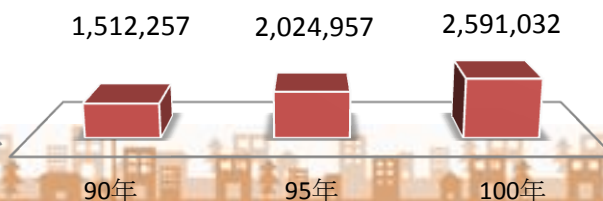
微型企業家數



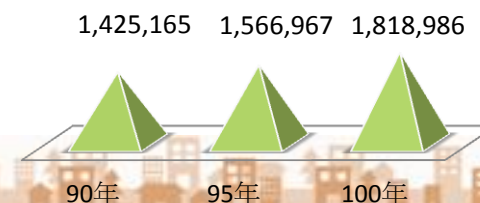
微型企業占比



微型企業生產總額(百萬)



微型企業從業員工人數



壹、背景說明－微型企業輔導

推動歷程

• 自民國78年起即致力於推動微型企業輔導工作

- 民國78年推動「地方特色暨社區小企業輔導計畫」
- 民國94年修正中小企業認定標準第三條：「本條例第四條第二項所稱小規模企業，係指中小企業中，經常僱用員工數未滿5人之事業」
- 民國101年經濟部第1081次部務會議指示推動「營造開放的個人事業成長與發展環境」，針對知識密集或專業知能之微型企業及個人事業提供輔導協助

輔導需求

• 行銷與資金來源仍為微型企業主要需求

- 由「微型及個人事業支援與輔導」諮詢問題統計超過4,000案中，微型企業主要需求仍集中於市場行銷（47.1%）、融資貸款（22.05%），而在多次活動辦理之問卷與專家訪談中，資通訊設備與技術缺乏、專長涉獵不足需要人才培育協助亦時被提出，而諮詢對象中主要經營業態有自營商店（42.6%）、無店鋪販售（9.7%）、知識科技創業所衍生之新興服務業或SOHO族（47.7%）^{註1}。
- 100年度工商及服務業利用電腦或網路設備經營電子商務者39萬670家，其中微型企業家數占最多達62.77%^{註2}。

註1：資料來源為微型及個人事業支援與輔導計畫調查

註2：資料來源為2014中小企業白皮書

壹、背景說明－微型企業輔導

輔導重點

• 微型企業仍需強化創業階段後之銜接輔導

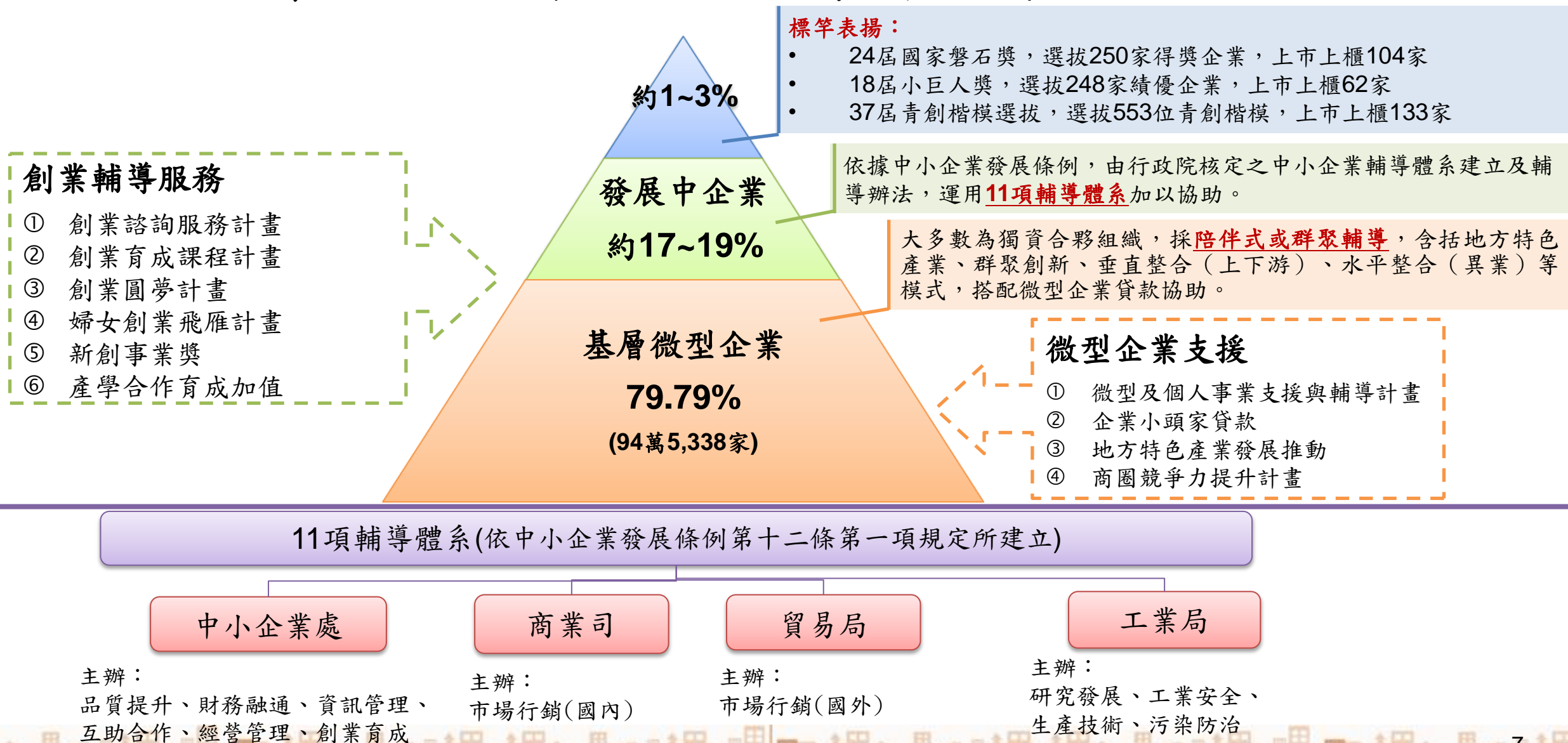
- 以微型企業比例推算，至少仍有6~7成的微型企業經營超過5年，需要政府資源協助以突破現況，加速成長茁壯。
 - 2013年新設中小企業占整體中小企業比例7.42%^註。
 - 經營5年以內之中小企業占30.89%^註。
 - 將近4成8的中小企業穩固經營超過10年。

• 應鼓勵微型企業成為具有法人資格之企業組織

- 現有微型企業仍以獨資合夥為大宗（整體中小企業之有限公司、股份有限公司尚不足4成，概推微型企業屬獨資合夥者應佔大多數）
 - 有限合夥法草案(104年6月5日經立法院三讀通過)
 - 考量人合性商業組織重視個人特性，尊重契約自由及私法自治精神，較為符合產業發展需求，突破現行公司組織限制，以利激發企業之創新能力，發展知識經濟產業
 - 提供單純投資者與積極經營者共同從事商業活動之新選擇樣態，賦予投資者與經營者不同之權責，以促進我國產業發展，並提升國際競爭力
 - 公司法對於閉鎖性股份有限公司之專節草案(104年6月15日經立法院三讀通過)
 - 建構我國成為適合全球投資之環境，促使我國商業環境更有利於新創產業
 - 因應科技新創事業之需求，賦予企業有較大自治空間與多元化籌資工具及更具彈性之股權安排

註：資料來源為2014中小企業白皮書

貳、推動策略及架構 - 分級輔導對應需求



貳、推動策略及架構－願景與目標

願景 發展微型企業成為高值化知識經濟創新動能

目標 促進微型企業之創新創業以啟動就業引擎

策略架構

- 強資金：提供**信保**支援，協助**融資**並促進國內外**投資**
- 穩根本：整合政府資源，健全微型企業**創業育成環境**
- 建標竿：樹立**拔尖楷模**，鼓勵**創新研發**
- 拓商機：促進**網實整合**，連結**關鍵供應鏈**

貳、推動策略及架構－策略與實施方法

推動策略	推動方向	重點措施（含跨部會推動）
投融信保 強資金	取得資金	設立 早期階段投資專戶 與 連結創投 、 天使投資 、 加強投資中小企業投資方案 等，改善具成長潛力之 知識型 微型企業籌資問題。
	信用保證	由 信保基金 提供信用保證，協助改善微型企業取得資金問題。
	微型貸款	開辦優惠貸款如 青年創業及啟動金貸款 、 企業小頭家貸款 、 微型創業鳳凰貸款 等，協助微型企業解決經營週轉與設備購置問題。
創業育成 穩根本	法規鬆綁	推動相關營運法規調適，增加 創新創業 彈性與利基。
	人才培育	辦理 創意群聚學習 、 創業育成課程 、 中小企業網路大學校 等學習機制，提供微型企業所需之 經營管理專業 提升。
	健全體質	推動 青年創業專案 ，激發 創新創業 風潮，並結合 台灣新創競技場（TSS） 及 青創基地(Start-up hub) ，協助微型企業早期階段經營。
拔尖創新 建標竿	樹立楷模	推動獎項選拔 ，鼓勵優質微型企業並提升其知名度與經營視野，發揮帶動引領效益。
	鼓勵創新	提供 創新研發補助 資源，協助輔導微型企業發展 創新創意 。
網實整合 拓商機	市場商機	國內結合 展銷 、 群聚交流 、 地方產業及商圈發展 ，促進 商機媒合 與 帶動後續商機 。 國外結合 貿易局線上出口診斷 等措施，推展對外貿易，協助微型企業 拓銷海外市場 。
	電商加值	導入 新興ICT技術 與 電子商務解決方案 ，強化 掌握消費趨勢 與 跨國行銷管理 ，並協助打入 關鍵供應鏈 。
	O2O導流	以 全通路（Omni Channel） ^註 之概念，協助微型企業運用網實整合能量， 同時管理所有與潛在客戶互動的接觸點 （社群媒體、電子商務平台等），導引消費者消費。

註：全通路是指零售商可以運用實體店、目錄、客服中心、網站、社群媒體、手機及App等各種通路，無縫接軌消費者在各管道的互動體驗，與客戶良性互動(哈佛商業評論，2011年)

參、推動情形及成果－推動重點成果 I

投融信保強資金

開辦青年創業及啟動金貸款，協助新創事業取得籌設階段與新創階段之創業資金，累計辦理10,003件（保證金額達72.88億元），協助青年創業者取得融資約81.05億元。

開辦企業小頭家貸款，信保基金擴大協助微型企業取得資金，累計已辦理6,443件（保證金額69.25億元），協助取得融資金額88.18億元。

櫃買中心建置創櫃板，提供「公設聯合輔導機制」及「股權籌資」功能，累計已有139家公司申請送件、62家公司(其中41家資本額在5,000萬以下)登錄創櫃板，透過創櫃板籌資金額達新臺幣1.99億元。

開辦「早期階段投資專戶」，持續改善微型企業籌資問題，累計投資金額超過8.95億元；另外由投管公司搭配投資超過11.15億元，總計投資金額超過20.1億元。

成果

1. 提供信用保證金額達142.13億元
2. 協助取得融資金額169.23億元
3. 累計投資與籌資金額達22.09億元

參、推動情形及成果－推動重點成果 II

創業育成穩根本

提供創業、微型企業經營之諮詢服務，依需要安排顧問輔導，並轉介適合之後續資源服務，**累計提供4.4萬人次相關創業諮詢服務**。

透過推動公民營機構設置育成中心，104年**已培育1,553家企業，其中微型企業達1,014家以上**，並以三個加速元素協助中小微型企業取得營運資本、媒合國內外商機、加速國際化發展，建構差異性與專屬加速器。

提供創業育成、創意群聚學習等實體課程（包含：育成課程、主題課程、專業深化等），以提升創業與經管能力，**累計培訓超過1萬名專業知能人才**。

於中小企業網路大學校提供上仟門的免費網路學習課程，**累計會員突破50萬人以上、超過56萬瀏覽人次、1,908萬選課人次，節省事業體教育訓練成本每年約2億元**。

成果

1. 育成1,014家微型企業
2. 提供4萬人次以上諮詢
3. 網實課程培育超過1,909萬人次

拔尖創新建標竿

辦理新創事業獎，迄今已辦理14屆，共**184家優秀新創事業**獲獎(101年至103年表揚36家)，有效提升新創事業能見度，並辦理「APEC創業挑戰賽」(APEC Challenge)，吸引來自**APEC 21個經濟體、30個亞太頂尖創業團隊、200位企業領袖與創投代表**來台共襄盛舉。

協助微型企業申請政府補助資源（如：中央及地方之小型企業創新研發計畫(SBIR)、服務業創新研發計畫(SIIR)等），**取得政府補助金額2.45億元**。

成果

取得政府補助**2.45億元**

參、推動情形及成果－推動重點成果 III

網實整合拓商機

辦理陪伴式輔導與群聚輔導工作，並辦理工機合作，**培育微型企業超過2,176家，提升營業金額超過1.96億元。**

推動偏鄉地區微型企業，或新興的地方特色微型企業發展數位群聚，**累計已協助超過2,454家企業提升電子化應用能力，並形成103個以上e化群聚。**

建置網實整合的「飛雁小舖」，提供實體通路上架展售、網路通路（網路市集）上架展售及促銷，**累計協助323家女性創業者提升產品知名度。**

提供430家創業者商品展銷活動，後續商機媒合1.76億元。另透過地方特色產業推動展售活動辦理，累計展售廠商4,929家、展售項目3萬3,562項、增加廠商營收**1.34億元**、帶動後續商機2.95億元，OTOP商業展售平台媒合超過6,580項OTOP產品上架，創造超過**10.1億元**營收。

透過中央政策引導地方政府整合各部門資源，配合地方建設導入商圈發展及民間參與機制，持續提升商圈競爭力。自101年起推動迄今，累計帶動商圈民間自主投資額增加**15.8億元**，提升商圈觀光或購物**5,217萬人次**。

成果

- 1. 提升營業額與帶動商機18.1億元**
- 2. 增加民間自主投資額15.8億元**
- 3. 導入新興ICT與電子商務解決方案近2,800家**

參、推動情形及成果－輔導案例



陳奇彥



張佑任

公司名稱：富麗農業科技有限公司（台中市）

負責人：陳奇彥

創立時間：101年

產品與服務：液態肥料及農業栽培技術

創新表現：結合農產知識雲導入科技化元素

政府加值：協助委託開發環境感測ICT系統並與雲端系統整合（含手機App運用）、已著手申請「創業天使計畫」、營業額由100萬元提升至1,000萬元以上。



使用後 使用前

微型創新讚：

負責人陳奇彥為科技業轉行，緣起於陳總與中興大學農業經營系的教授在一次座談會結緣，於是陳總找來好友張佑任（現為公司副總）共同創新，投入“液態肥料”的發展，希望藉由平價而有效的肥料，讓小農也可輕鬆使用，以此造福農友，亦保護土地資源。

兩位創辦人過去完全不懂農業市場，除在過程中積極學習外，亦收集農產品的生產標準歷程記錄及管理模式的驗證，可供初入農產品生產的小農做參考使用，張副總藉本身專業IT背景，建立「農產知識雲」的概念，以「種植管理表格」協助農友施肥，除此傳遞正確種植與施肥的知識外，亦可專人到場協助。

公司規劃的經營藍圖有三大塊—「液態肥料」、「農產知識雲」、「精緻農產一條龍產銷平台」等佈建，每一個環節都可獨立經營也可產生互補支援效應，現正與大陸市場接觸，並開發有機薑產品。



運用液態肥料、定期施肥管理、離土栽培等技術，原一年一收之嫩薑最多可達一年三收，創造更高值的經濟效益，且液態肥料可進行雲端操作噴灑，使用更便利

肆、結論與建議 I

• 強化創新能量，推動知識型微型企業創業

— 活絡創業能量

- 加強經營環境法規調適，鼓勵具法人資格營運主體之創新型創業
- 加強專業人才培育與媒合，解決微型企業人才難覓問題，並促使青年走向創新，激發創新創意思維
- 強化育成中心服務與活化創客基地，鼓勵自造者空間(maker space)、共同工作空間(co-working space)與公共交誼空間(social space)，提供青年運用創意並進行跨領域學習與合作之場域
- 持續推動獎項與創業競賽，鼓勵優質新創團隊與創意，推動創業走向創新
- 持續運用小型企業創新研發補助(SBIR)培育高值化之創新型企業

— 強化資金協助

- 持續運用信保基金提供微型企業信用保證，以協助微型企業健全發展，增進我國經濟成長與社會安定
- 導入國際資金，推動「創業育成信託投資專戶國際合作投資專案」
- 運用早期階段投資專戶、加強投資中小企業實施方案等加強投資
- 連結創投、天使資金、創櫃板等管道，投資知識型微型企業以挹注創新發展能量

肆、結論與建議 II

- **加強串聯公私部門資源，提供整合性一站式服務與業師陪伴**
 - 以PPP(公私部門夥伴)方式與私部門之創業網絡連結，形成創業社群，促進人員交流與互相學習，強化「孕育創意創新與創業家精神」
 - 聚焦知識密集型微型企業，加強提供陪伴式支援與輔導服務，導向具高附加價值之微型及個人事業發展
 - 運用輔導體系工作會報，由次長召集，連結各局處司之資源，共同協助微型企業，導入最適發展能量，發揮整合綜效
- **善用網路資通訊科技，活用「網實整合」模式**
 - 持續應用O2O導流與全通路(Omni Channel)服務協助，提供持續的在地「群聚自主營運」環境
 - 運用政府大數據與開放資料之推動，整合人才、資金、資訊、網絡，強化微型企業的「經營彈性」與「專業能量」，發揮「知識型」核心企業的帶動效應
 - 推動微型及新創國際化，協助微型企業進入如香港裕華百貨、新加坡大葉高島屋等國際通路，並與85度C合作於美國加州Hacienda Heights門市之店中店販售地方特色商品

簡報結束

