

政策議題研析（壹）

檢視 97 年度上半年度施政計畫/措施與預期 效益之比較暨初擬 98 年度策略方向之研析

(本項議題內容提供 6 月 30 日第 1 次策略規劃會議
背景資料參考之用，其研析內容並不代表委託單位看法)

委託單位： 經濟部中小企業處

執行單位： 台灣綜合研究院

中華民國 97 年 6 月

目 次

第一節	研究動機與目的-----	1
第二節	中小企業發展動向概述-----	2
第三節	中小企業經營環境現況與SWOT分析 -----	7
第四節	97 年度中小企業輔導施政計畫/措施檢視 -----	17
第五節	98 年度中小企業輔導策略方向建議 -----	32

檢視 97 年度上半年度施政計畫/措施與 預期效益之比較暨初擬 98 年度策略方向之研析

第一節 研究動機與目的

眾所週知，中小企業一直是各國經濟結構的支柱，台灣亦不例外，更被稱譽為創造經濟奇蹟之動力。回顧過去六〇餘年以來，中小企業在台灣經濟成長與產業發展過程中，無論對於拓展對外貿易、增加國民所得，或是對於創造就業機會、促進社會安定，可以說是扮演極重要的角色，因而常被許多後進國家作為學習典範。

儘管如此，但是中小企業廠商受到廠商規模較小、先天條件較為不足限制，通常必須透過外部成長模式，亦即利用政府相關單位輔導政策，結合民間輔導資源，藉以解決其在經營上所存在之不利因素。另一方面，近些年來由於經營環境變化快速，尤其加入 WTO 之後國內市場開放，以及中國大陸及新興國家崛起，使得中小企業輔導策略必須定期檢視與調整，才能滿足中小企業需求。

爰此，本項議題研究目的在於，延續去年經由策略規劃會議初步所規劃的中小企業輔導政策新願景及新目標，同時盱衡經營環境變化與掌握中小企業對政府之輔導需求，除了檢視 97 年度上半年度中小企業處施政計畫/措施與預期效益之比較，以作為調整下半年度施政計畫措施之依據，同時配合新執政團隊所提出的台灣經濟新藍圖內容，包括愛台 12 建設、產業再造、全球連結等政策方向，初擬 98 年度輔導工作規劃方向，俾使中小企業輔導資源能夠有效配置與充分發揮預期效益。

第二節 中小企業發展動向概述

溯及上述，雖近些年來內、外在經營環境急劇變化，將對台灣中小企業帶來許多困境與挑戰，但其長期以來憑藉彈性、靈活特性所表現出來的活力，一直在促進經濟成長或協助產業發展上佔有一定地位。茲依據歷年經濟部中小企業白皮書統計資料，將台灣中小企業發展動向概述如下：

一、家數發展動向

(一) 家數變化

先以家數變化來看，依據 2007 年底統計資料（如表 1 顯示），中小企業家數共計 123.66 萬家，是近些年來首次出現減少之現象，其比重佔全部企業 126.67 萬家的 97.63%，亦是逐年微幅下降趨勢。若就歷年其增長情形加以觀察發現，近五年來台灣中小企業家數增長幅度相對不如大企業，此乃受到內、外在經營環境變化影響，尤其諸多政策法規不利中小企業，使得中小企業新創企業活力略有趨緩。

表 1 近五年來中小企業家數統計

區分	全體企業		中小企業			大企業		
	家數	增長率	家數	比率	增長率	家數	比率	增長率
2007 年	1,266,664	0.46	1,236,586	97.63	-0.60	30,078	2.37	5.87
2006 年	1,272,508	1.50	1,244,099	97.77	1.47	28,409	2.23	2.93
2005 年	1,253,694	5.37	1,226,095	97.80	4.17	27,599	2.20	5.47
2004 年	1,190,176	1.57	1,164,009	97.80	2.60	26,167	2.20	2.91
2003 年	1,171,780	—	1,146,352	97.83	—	25,428	2.17	—

資料來源：歷年經濟部中小企業白皮書

至於中小企業行業結構方面，仍以批發零售業 65.41 萬家最多（佔全體中小企業家數之 52.90%），其次依序製造業 13.33 萬家（10.80%），住宿及餐飲業 10.88 萬家（8.80%），營造業 9.03 萬家（7.30%），個人及其他服務業 6.74 萬家（5.95%），專業、科學及技術服務業 3.52 萬家（2.85%），運輸倉儲及通信業 3.08 萬家（2.50%）等，其各年變化不大。

（二）組織型態

再以組織型態來看，同一統計資料顯示，台灣中小企業家數之中，以獨資的 71.69 萬家為最多，佔全體中小企業家數的 57.97%；此外，尚有合夥 1.91 萬家、有限公司 34.14 萬家、股份有限公司 11.53 萬家等。若以企業規模來說，以微、小型規模型態所設置的企業超過九成以上。

（三）地區分佈

若就地區分佈而言，同一統計資料顯示，其中以台北市的 20.20 萬家（16.34%）為最多，其次依序台北縣 19.33 萬家（15.63%）、高雄市 9.20 萬家（7.44%）、桃園縣 9.06 萬家（7.33%）、台中縣 8.62 萬家（6.97%）、台中市 7.11 萬家（5.75%）、彰化縣 6.66 萬家（5.39%）、高雄縣 5.52 萬家（4.47%）等。從上述中小企業地區分佈比重中可以發現，其地區分佈與工、商業活動有密切之關聯，亦即約有七成集中北、中、南部三大都會及鄰近縣市，而且約有四成群聚北部三大縣市。

(四) 經營年數

另就經營年數而言，同一統計資料顯示，超過 20 年以上者佔 19.59%，11~20 年者佔 23.95%，6~10 年者佔 20.10%，5 年以下者佔 36.36%。不過，值得注意的是，近些年來中小企業經營年數 5 年以下者，有逐年下降之趨勢，相對經營年數超過 20 年以上者，則是有逐年增加之情形。此乃除了中小企業自我升級轉型之外，亦與歷年政府不斷增加投入中小企業輔導資源，協助中小企業提升競爭能力有所關聯。

二、新創企業發展動向

再以新設企業來看，同一統計資料顯示，2007 年全部新設企業共有 93,146 家；其中，新設中小企業高達 92,957 家，全體新設企業之佔 99.80%。不過，更進一步分析發現，儘管新設企業家數之中，仍以中小企業為主，但是其佔全體中小企業家數之比重，則是略有下滑情形，是否與近年台灣經濟景氣之變化有關，導致其創業活力趨緩，值得加以觀察。

表 2 近五年來新創中小企業家數統計

區分	全體新創企業		新創中小企業			新創大企業		
	家數	增長率	家數	比率	增長率	家數	比率	增長率
2007 年	93,236	-14.18	92,957	99.70	-14.25	266	0.29	-24.65
2006 年	108,673	-13.52	108,320	99.68	-13.56	353	0.32	-0.28
2005 年	125,667	15.70	125,313	99.72	15.78	354	0.28	-5.60
2004 年	108,610	-3.16	108,235	99.65	-2.93	375	0.35	-42.04
2003 年	112,154	—	111,507	99.42	—	647	0.58	—

資料來源：同表 1

表 3 近五年來新創中小企業家數比率增長變化統計

區分	2003 年	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年
中小企業家數	1,146,352	1,164,009	1,226,095	1,244,099	1,236,586
新創中小企業家數	111,507	108,235	125,313	108,320	92,957
新創中小企業占 全體中小企業之比率	9.73	9.30	10.22	8.71	7.52

資料來源：同表 1

三、就業及受雇人數發展動向

若就中小企業所提供的就業人數來看，同一統計資料顯示，2007 年民間企業全部就業人數 936.3 萬人，中小企業就業人數 793.9 萬人，佔民間企業就業人數的 84.79%；其中，製造業 210.5 萬人，批發零售業 164.8 萬人、營造業 80.8 萬人、個人及其他服務業 66.2 萬人、住宿及餐飲業 63.1 萬人等。

表 4 近五年來中小企業就業人數統計

單位：千人；%

區分	全體企業		中小企業			大企業		
	人數	增長率	人數	比率	增長率	人數	比率	增長率
2007 年	9,363	2.03	7,939	84.79	2.43	1,424	15.21	-0.14
2006 年	9,177	2.18	7,751	84.46	1.35	1,426	15.54	6.98
2005 年	8,981	2.16	7,648	85.16	1.26	1,333	14.84	7.67
2004 年	8,791	2.41	7,553	85.91	1.72	1,238	14.09	6.82
2003 年	8,584	—	7,425	86.50	—	1,159	13.50	—

資料來源：同表 1

說明：本表不含政府部門就業人數

至於受雇人數方面，同一統計資料顯示，2007 年全部受雇人數 754.2 萬人，中小企業受雇人數 518.6 萬人，則佔 68.76%；其中，製造業 182.6 萬人、批發零售業 85.9 萬人、營造業 67.1 萬人等。如將其更進一步分析可以發現，雖批發零售業家數最多，但每家就業人數僅

有 2.52 人，若扣除經營者，則每家受雇者不及 2 人；相對製造業，每家就業人數 15.79 人、受雇人員則有 13.70 人，亦即製造業成長發展與否，對就業人數之增長影響頗大。

四、銷售發展動向

另就銷售情形來看，同一統計資料顯示，2007 年全部企業銷售值共計 35.89 兆元；其中，中小企業銷售值 10.17 兆元（佔 28.34%），包括內銷值 8.54 兆元（佔中小企業銷售值的 83.97%），出口值 1.63 兆元（佔 16.03%）。如果更進一步分析可以發現，近五年來台灣中小企業銷售值除 2007 年外，雖大致呈現增長趨勢，但其佔全體企業銷售值之比率卻是逐年微幅下降現象，而且銷售值增長率亦是不如全體企業或大企業。

表 5 近五年來中小企業銷售統計

單位：新台幣百萬元；%

區分	全體企業		中小企業			大企業		
	金額	增長率	金額	比率	增長率	金額	比率	增長率
2007 年	35,886,186	4.54	10,171,750	28.34	-0.69	25,714,436	71.66	6.77
2006 年	34,326,070	1.03	10,241,215	29.84	2.41	24,084,855	70.16	0.60
2005 年	33,941,857	11.06	10,000,220	29.46	6.93	23,941,637	70.54	12.89
2004 年	30,561,185	10.45	9,352,477	30.60	7.41	21,208,708	69.40	11.84
2003 年	27,670,606	—	8,707,060	31.47	—	18,963,546	68.53	—

資料來源：同表 1

此外，若以外銷值來看，同一期間其外銷值同樣雖呈現逐年增長，但其佔全體企業外銷值之比率亦是逐年微幅下降，其外銷值增長率亦是大多不如全體企業或大企業。由此說明，隨著經濟自由化、產業全球化發展，企業大型化、集團化日益明顯，使得以往以單打獨鬥作法勇闖海外市場的台灣中小企業，逐漸朝向以內銷市場為主

或成為國內大型企業產銷體系之下的一環，亦即由單打式的獨鬥轉型為供應鏈之競爭。

表 6 近五年來中小企業外銷統計

單位：新台幣百萬元；%

區分	全體企業		中小企業			大企業		
	金額	增長率	金額	比率	增長率	金額	比率	增長率
2007 年	9,595,785	9.90	1,633,443	17.02	4.54	7,962,342	82.98	11.06
2006 年	8,731,753	1.19	1,562,224	17.89	2.84	7,169,529	82.11	0.84
2005 年	8,629,131	1.62	1,519,063	17.60	4.85	7,110,068	82.40	0.95
2004 年	8,491,702	15.81	1,448,794	17.06	9.11	7,042,909	82.94	17.29
2003 年	7,332,745	—	1,327,839	18.11	—	6,004,906	81.89	—

資料來源：同表 1

第三節 中小企業經營環境現況與 SWOT 分析

一、經營環境現況分析

2007 年夏末入秋之際，美國次級房貸 (Sub-prime mortgage) 所引發的風暴持續擴大，全球金融市場陷入惡化，導致各國經濟陷入困境，加上年初以來，全球糧食短缺、能源價格飆漲，直接影響主要國家內需消費，在通縮催化下，使得全球經濟有如雪上加霜，這些內、外在不利因素，使得中小企業經營環境正面臨著更大壓力。茲將中小企業經營環境現況彙整歸納如下：

(一) 經濟環境現況方面

1. 國際經濟

(1) 區域經濟逐漸整合

2010 年東協十國加三（日本、南韓、中國）正式啟動，屆時台灣將被孤立於東亞多邊自由貿易區之外，眾多出口商品將無法享受東亞各國關稅優惠待遇，在國際商品競爭條件趨於惡化的情況下，台灣中小企業為了避免貿易移轉效果產生，可能採取赴當地直接投資或其他可行的方式來避免課徵關稅。

(2) 新興國家經濟成長仍是一枝獨秀

去年以來，全球主要國家受到美國次級房貸風暴影響，其經濟成長略顯疲軟，相對中國、印度等新興國家，則是挾藉低廉工資與充沛資源，對外出口持續擴張，成為拉抬其經濟成長最重要的動力，整理經濟表現仍是一枝獨秀。

(3) 美國經濟面臨衰退危機

美國一向是全球最重要的終端最大之消費市場，去年以來受到次級房貸、通貨膨脹等因素影響，年初之後，其經濟表現仍未有好轉之跡象，恐將使得未來幾年美國經濟景氣面臨衰退危機，此一情勢對以美國作為終端消費市場各類產品供應體系之廠商營運風險大幅提升。

(4) 國際金融體系面臨信用緊縮

在次級房貸風暴影響下，世界主要金融集團損失慘重，加上國際金融體系流動不足，主要國家中央銀行罕見的動用鉅額資金援助金融

體系，以避免國際金融體系信用緊縮之效果遞延，進而影響實質經濟景氣，惟其成效有待觀察。

(5) 資源價格快速上漲

去年入冬之後，除了近年中國大陸、印度等新興國家快速崛起，在追求經濟發展成長與生活富裕的同時，其對資源之需求大幅攀升之外，在國際熱錢炒作下，導致石油、原物料、農作物等價格大幅上漲。此外，加上受到美國經濟景氣大幅滑落影響，使得今年上半年度美元匯率相對其他各國主要貨幣大幅貶值，造成以美元計價的資源價格大幅攀升，連帶波及各國消費物價。

(6) 國際環保法規日趨嚴格

近些年來，由於新興國家大量開發，環境保護議題日益受到重視，世界各國環境保護規範日趨嚴格，例如歐洲 WEEE、RoHS 等環保指令早已相繼生效。此外，京都議定書所關注的溫室氣體減排、節能減碳等議題，均是近一、二年來使得各國必須配合訂定相關環保法規，共同遵守。

2. 兩岸關係方面

(1) 兩岸關係動向大幅開放

經貿自由化為世界經貿發展之潮流，今年五月之後，政府積極推動兩岸經貿自由化政策，初期先從兩岸包機作為便捷兩岸人員往來起點，未來則是更進一步放寬人員往來、資金流通、貨物流通等限制，大幅提升兩岸經貿開放程度。

(2) 兩岸經濟整合步伐加快

在前述兩岸經貿限制逐漸開放的未來，兩岸人才、資金、貨物等流通將會更有效率，在比較利益法則下兩岸產業分工較前密切，使得大中華經濟圈經濟整合雛形日益明顯。

(3) 中國大陸經濟結構逐漸轉型

過去，中國大陸藉由大量充沛廉價的勞動人口及優勢之生產資源，因大量出口廉價產品而成為世界工廠。近年，隨著在經濟快速成長，人民生活逐漸富裕，對於各類商品需求大幅提升，經濟成長結構從以往出口產業帶動，逐漸調整為內需消費為主，未來將有可能更進一步成為世界最大消費市場。

(4) 中國大陸勞工保障及環保法令趨於健全

2008 年中國大陸開始實施勞動合同法令，對勞工之保護水準大幅提升，諸如到期員工補償、不適任者培訓、試用期間縮短、固定合同彈性等規定，雖與國際勞工法令之接軌，但卻也使得勞動市場趨於僵化，間接大幅增加廠商營運成本。

(二) 產業環境現況方面

1. 產業國際化兼顧本土化發展

全球化浪潮之下，企業將更加運用全球具有比較利益之資源，以及產品銷售市場亦將放眼全球，不僅為了達到拓展銷售市場，同時亦為降低市場風險，以降低單一市場景氣循環之風險。此一趨勢加速促進企業在全球各地適當之地點建立生產據點及區域運籌中心，俾使企業更進一步朝向國際分工發展。另一方面，則是以國內市場為導向的

企業，在面對國際企業競爭下，亦會找出具有本土特色方向發展，藉由市場差異定位自己生存空間。

2. 企業運用科技創新營運模式

資訊科技已成為企業營運不可或缺的條件之下，近年以來，資訊工具、電子商務平台等媒介被視為提升企業核心能力及拓展企業營運範疇的重要策略，企業更將透過新的科技技術將製造業結合服務業之特色，創新企業營運模式，以達到彰顯企業核心價值之目的。

3. 附加價值導向促進產業升級

知識經濟發展與資訊科技進步雖帶給人類社會更加文明，但其所衍生的則是社會貧富差距擴大逐漸形成 M 型社會，在 M 型社會右端富有人士願意支付相對較高商品價格，以購買具有品味之商品下，帶動企業競相爭奪此一消費區塊，使得企業逐漸由成本取向產業轉換成附加價值產業，此一現象亦間接地促進產業升級轉型發展。

4. 綠色環保成為未來產業發展主流

不論人類在國民所得提升與生活條件改善後對環境保護的自我省思，或是受到外在國內、外環保法規限制逐漸提高影響，未來人類可利用的資源將會逐漸枯竭，迫使生產模式改變。因此，具有減少資源投入、利用再生資源、開發再生能源等綠色生產，已成為近二、三年來產業發展的重點。

5. 文化創意聯結觀光產業蔚為風潮

隨著國民所得提升及國民生活品質改善，在實施週休二日的同

時，逐漸提升民眾對於觀光旅遊需求，無形之中帶動近年地方政府積極將地方觀光旅遊資源，結合富有族群文化與地方特色的文化創意產業，以作為吸引觀光人潮及提振地方經濟與產業的策略。

6. 銀髮消費配合休閒產業商機無限

在高齡銀髮人口逐漸增加的社會結構，以及實施勞保年金、國民年金等政策之後，未來台灣高齡銀髮族群的消費影響能力將逐漸提升，無形之中一將帶動對食品健康、運動養生、觀光旅遊、醫療照護等產業之消費需求。

(三) 社會環境現況方面

1. 社會貧富差距逐漸擴大

儘管經濟全球化、產業科技化潮流促進全球經濟持續成長與產業快速發展，但是誠如知名管理學者大前研一所言，全球化、科技化卻也使得生產資源自由流通，誘發許多跨國企業在此取利益與全球分工考量下，遂將生產基地外移，帶動技術層次較高之專業、管理人員受到相當程度的正面影響，同時技術層次較低之基層勞工受到頗大之負面衝擊，因而出現越來越多所謂「新貧」階級，社會財富分配及貧富差距日漸擴大。

2. 高齡社會提前來臨

近些年來，台灣亦與許多先進國一樣，在國民所得提高、生活水準改善，加上休閒養生重視與醫療技術進步，使得人口結構開始呈現老化（出生率降低、死亡率下降）。其老化速度更是超越歐、美、日等先

進國家，而且預估在不久的將來將有可能從正成長轉變為負成長。此一發展趨勢之下，不僅老人福利需求增加，勞動人口亦會逐漸減少，使得未來台灣經濟成長恐將受到一些限制。

3. 勞動供需差異擴大

隨著經濟知識化與就業多元化潮流，勞動人口就業取向朝向高報酬、低風險發展。此外，大專校院教育體系逐漸調整改變，技職教育體系改制科技大學，在學歷文憑主義下，科技大學與綜合大學在功能之定位逐漸模糊，使得技職教育體系逐漸喪失。雖產業在高、中階人力需求上仍有增加，但教育體系卻又無法提供產業亟需具有較高技術及相當經驗等高階人才，加上基層勞動供給逐漸萎縮，使得近二、三年來國內勞動供需差異有擴大之現象。

4. 綠色逐漸形成生活概念

近年溫室效應及節能減碳等環保議題逐漸發酵，加上人類國民所得與生活條件改善後開始省思，高度使用與浪費自然資源將嚴重破壞地球環境生態。使得再生能源、低排碳運輸工具、綠色建築、節能消費等綠色環保概念逐漸融入生活。另一方面，則是隨著國民所得提升，生活品質改善，同時對生活素質之要求同步提升，生活結合文化創意，科技融入地方特色產業，使得生活的層次及生命的意義獲得提升。

二、經營環境 SWOT 分析

知彼知己，百戰百勝。雖台灣中小企業在經營環境上正面對前所未有之困境與挑戰，但從前揭中小企業發展動向中看出，其就是憑藉

長期以來所累積的創業精神與經驗，配合彈性、靈活特性，所以可以在每一階段不同經營環境下不斷追求成長發展與表現自我能力。茲就現今台灣中小企業經營環境作一 SWOT 分析如下：

(一) 內部環境方面

1. 優勢

- (1) 產業內部分工、協力網路頗為健全，有利中小企業發揮彈性、靈活經營特性，參與各項價值鏈或供應鏈產銷活動。
- (2) 長期擔任代工、加工所累積的技術頗為成熟，有利中小企業配合跨國企業需求，彈性調整生產模式，持續在其供應體系中扮演分工合作角色。
- (3) 國民教育普及、職訓體系完整，人力素質較高、學習能力頗快，有利中小企業即時因應經營環境與市場需求，投入新興產業創業或產品創新。
- (4) 長期所累積的製造經驗與冒險精神，有利中小企業配合產業結構調整從事升級轉型，或是利用既有資源，投入新興產業發展開拓市場。

2. 劣勢

- (1) 產品設計能力不足及市場行銷人才欠缺，不利中小企業透過創新研發提升附加價值，或是藉由自創品牌開拓市場。
- (2) 經營思維較為保守，加上資訊科技導入不足，不利中小企業利用電子商務創新經營模式，或是找尋新的生存利基。
- (3) 企業規模偏小與自有資源不足，不利中小企業吸收優秀專

業人才從事產品技術創新研發，或是進行經營升級轉型發展。

- (4) 自有資金籌措能力有限，加上會計資訊透明不足，不利中小企業健全財務結構，或是利用資本市場取得經營資金。

(二) 外部環境方面

1. 機會

- (1) 區域經濟板塊形成與新興國家市場快速成長，有利中小企業利用長期擔任加工、代工所累積的生產技術與國際經驗，透過分工合作或策略聯盟模式，進入跨國企業支援或供應體系。
- (2) 中國大陸加入 WTO 之後，市場更加開放，在同文同種、語言共通及地理接近、習慣相似等優勢條件下，有利中小企業結合跨國企業前往投資發展，共同參與競逐廣大內需消費市場。
- (3) 國民所得提高與生活水準改善，消費型態多元與服務需求多樣，有利中小企業透過彈性、靈活經營特性，發展新興產業與創造利基市場。
- (4) 高齡化、少子化時代來臨，社會結構型態改變衍生許多新的市場機會，有利中小企業利用以往所累積的製造經驗結合服務需求，投入新興產業發展。
- (5) 生產技術快速革新、產品生命週期大幅縮短，有利中小企業利用所擅長的學習力與仿效力，結合知識與創新，投入高值產業與創意產品發展。
- (6) 數位時代來臨，電子商務蓬勃發展，有利中小企業結合資訊科技建立行銷網絡，不斷創新產品價值與開拓市場空間。

2. 威脅

- (1) 原料與能源價格波動過大、利率與匯率變化不定，加上勞動條件提高與社會福利成本增加，影響中小企業日常經營與長期投資規劃。
- (2) 國際環保法規日益嚴格，低碳減量成為發展趨勢，擴大產品認證範圍，提高台灣中小企業進入跨國企業供應體系門檻。
- (3) 國際企業朝向大型化、集團化發展，加速全球資源整合與市場佈局，壓縮以單打獨鬥為主的台灣中小企業生存空間。
- (4) 中國大陸及新興國家中小企業快速崛起，狹藉成本優勢發展比較利益產業，並且以低廉之價格大量輸出，爭奪台灣中小企業海外市場。
- (5) 產業聚落效應不斷擴大，專業分工層次更加細緻，不利創新研發能力較不足的台灣中小企業參與跨國企業供應體系。
- (6) 政府現行法規保障欠缺完整，相關單位輔導資源配置略顯不均，加上橫向整合有待加強，降低台灣中小企業經營活力。

第四節 97 年度中小企業輔導施政計畫/措施檢視

一、營造優質發展環境

(一) 重要施政計畫/措施檢視

1. 政策形成、資訊提供

為了深入瞭解中小企業在經營環境上所面臨的問題，作為後續中小企業輔導政策形成，以及即時完成瞭解中小企業發展資訊，97 年政府對於中小企業輔導政策形成與資訊提供方面共計有執行「中小企業輔導政策策略規劃暨會議計畫」、「中小企業發展政策及諮詢服務計畫」、「2008 全國中小企業發展會議」、「2007 年中小企業白皮書編纂計畫」及「運用科技提升中小企業競爭優勢政策研究計畫」等。提供即時完整的議題研究，檢視各項中小企業相關輔導政策，作為未來中小企業輔導政策調整之參考。

2. 中小企業法規調適

中小企業由於先天條件上受到限制，難以與大企業進行公平競爭，為了提供適合中小企業經營發展之法規環境，針對中小企業法規調適部分，共計執行「中小企業法規諮詢服務計畫」、「推動中小企業法規調適機制」、「中小企業發展條例研修及租稅環境議題研析」、「協助中小企業因應消費者保護計畫」等。

3. 蒐集問題、協調解決

除了前述中小企業政策形成、中小企業資訊提供及中小企業法規調適之外，政府為了落實行政院所推動的「三中政策」之積極照顧中

小企業政策，尚有辦理「掌握中小企業需求並有效解決問題機制計畫」及「積極落實照顧中小企業聯合說明會」等，期望能夠有效掌握中小企業輔導需求以及宣導中小企業輔導政策，提供及時提供需要輔導資源之中小企業。

(二) 輔導工作與輔導需求之落差分析

1. 政策研究資源投入仍有成長空間

目前政府關於中小企業政策研究方面僅有一項四年期科技專案計畫及 1 項諮詢服務計畫，所投入的資源難以規劃中小企業中長程的政策發展藍圖。

2. 政策智庫網絡仍有待整合

目前政府透過各項委辦計畫分別運用各智庫單位及專家學者進行研擬中小企業發展政策，然而以分散的年度計畫形式對智庫網絡的整合及建置效益有限。

3. 各項計畫實施成效有待後續評估

目前政府所提出的各項施政計畫未能依據性質進行分類檢討及評估，同時未能對於實際的成本效益進行分析，以反映計畫實施成效，作為未來後續計畫的擴大投入或調整進行評估。

4. 法規調適空間有待擴大

各機關於制訂或修訂法規時經常未能針對中小企業之規模與特性進行考量，導致法規環境對中小企業經營造成困擾，實有必要因應中小企業發展環境之變遷，調整中小企業發展條例及其他與中小企業

經營有關之法規。

二、建構創業育成平台

(一) 重要施政計畫/措施檢視

1. 創業協助

政府為了鼓勵創業，在創業協助方面，97 年度共計實施「創業諮詢服務計畫」、「創業創新養成學苑計畫」、「創業家園夢計畫」、「新創事業獎選拔」等。提供中小企業創業所需資訊、輔導資源，以鼓勵有意創業之民眾投入創業行列。

2. 創新育成

(1) 精進育成發展環境

為加強輔導產業創新研發，並協助新創事業的設立與發展，經濟部中小企業處自 1996 年起結合政府、研究機構、大學校院與民間企業共同推動育成政策。本年度精進育成發展環境計畫期望透過整合相關產學合作增值計畫之管理與績效彙整，以及建立專業育成網絡，以提高我國育成中心之育成績效。

截至 2007 年底，全台灣總計有 100 所創新育成中心，由中小企業發展基金補助設立的計有 81 所（含南港軟體、南港生技、南科育成），其中屬於學校型育成中心計有 80 所（70 所由中小企業發展基金補助設立）、財團法人型育成中心 8 所（5 所由中小企業發展基金補助設立）、政府經營型育成中心 10 所（6 所由中小企業發展基金補助設立）、兩所民間經營型育成中心。

(2) 建構專業育成網絡

為了建構專業育成網絡，以提升特定事業的育成效果，預計於本年度建構數位生活產業、健康照護產業、無線寬頻產業、綠色產業以及平台型專業育成網絡。

(3) 培育育成專業人才

在培育育成專業人員方面，將針對育成經理人、育成管理人才及從事育成服務相關人員等，建構至少兩種類型職能基準，並培育專業經理人才 240 人次。同時依據職能認證類別，設計系統化專業教材及考試參考用書，並開發命題題庫。其次，完成至少 10 門共通性中小企業育成相關數位教材。最後，完成至少 10 個以國內育成廠商為主的創業輔導個案。

(4) 推動整合型產學合作

在推動整合型產學合作方面，主要作法為強化跨部會資源連結，有效推動大專校院進行研發、技轉、育成組織整合等。至於實施方式首先有協助整合「整合型產學合作推動計畫」，各項子計畫包括人才培育、資料庫建置、聯展廣宣與產學合作研發規劃輔導等。其次，推動「產學合作跨部會工作小組」，辦理各項行政幕僚作業。

3. 人才培育

在人才培育方面，共計實施「中小企業經營領袖培育計畫」、「中小企業研訓中心計畫」、「中小企業科技研究人才培育計畫」等。期

望透過辦理各項培訓課程，促進中小企業人力資源發展。

4. 國際事務

台灣中小企業發展成功經驗備受世界各國肯定，常為其學習模仿對象，為將成功發展經驗分享其他國家，加強推動國際交流，期能擴大中小企業商機媒合，促進中小企業持續成長發展，97 年度在施政上，積極推動參與中小企業國際活動，例如「APEC 等中小企業國際會議議題研析」及參與「第 26 屆 APEC 中小企業工作小組暨相關會議」等。

(二) 輔導工作與輔導需求之落差分析

1. 創業圓夢計畫科技含量有待提升

政府運用各縣市中小企業服務中心設置 24 個創業家圓夢坊，投入創業顧問師駐點服務及現場指導，然而創業的科技含量相對較低，創業附加價值不易提升。

2. 產學合作平台有待強化

創新創業已成為我國促進產業發展及經濟成長的主軸，現有大學校院與研究機構之創新創業育成能量相當充足，但是每年轉化為企業運用之數量有限，未來如何持續強化產學合作，建構產學合作平台，以提高學術界之研發能量，同時成為企業界運用技術產業化之平台。

3. 有創新創業育成資源有待整合

我國現有公、民營創新育成中心已達 100 所，其中有 80 所為學校型育成中心、8 所為財團法人型育成中心、10 所為政府經營型育成

中心、2 所為民間經營型育成中心。近年創新育成中心輔導成效雖有不錯表現，然而中小企業創新育成資源分散於其中，且育成中心彼此間欠缺橫向網絡整合，若能有效整合現有創新育成資源將可提高創新育成效益。

4. 國際合作活動有待擴大

台灣中小企業的發展備受世界各國肯定，然而世界各國中小企業發展及創新營運模式亦可作為台灣中小企業學習之對象，應持續擴大中小企業國際合作活動交流，推動台灣中小企業國際合作交流與商機媒合。以促進台灣中小企業永續發展。

三、強化經營管理輔導能力

(一) 重要施政計畫/措施檢視

1. 落實經營管理輔導

(1) 整合輔導體系

為能協助中小企業升級轉型，特別依據「中小企業輔導體系建立及輔導辦法」設置 11 項輔導體系，目前配合輔導分工，分別提供多項輔導計畫，未來除了積極協調整合工業局、國貿局、技術處、商業司等中小企業輔導資源之外，另將透過輔導工作會報，俾使極有限的政府的輔導資源能夠最有效之運用。

(2) 強化經營體質

政府除了積極投入資源進行整合中小企業經營管理個案輔導計畫之外，尚有協助中小企業運用及管理智慧財產權輔導計畫、協助中小企業參與政府採購服務中心工作計畫、技術密集型群聚輔導計畫

等，期望強化中小企業經營體質，掌握中小企業經營方向、提升創新能力、降低營運成本、強化市場競爭力。

(3) 促進商機媒合

中小企業經營成功關鍵因素在於技術創新、資金取得以及市場通路的開拓等。中小企業處為了協助中小企業促進商機媒合，積極整合政府資源，協助中小企業佈建行銷管道，本年度實施計畫計有「協助中小企業提升技術應用能力暨整合商機媒合活動計畫」、「新產品發表展示活動計畫」、「整廠輸出輔導計畫」及「輔導中小企業建立品牌行銷管理計畫」等。

2. 提升服務品質

(1) 提升管顧能量

為了提高中小企業輔導能量，培訓中小企業經營管理顧問師以培育具有現代化管理技術及國際視野之管理顧問人才，以提升中小企業輔導能力及服務品質。

(2) 持續辦理企業獎項表揚

政府持續辦理各項廣宣表揚活動，如中小企業創新研究獎選拔表揚計畫、國家磐石獎、績優中小企業輔導及服務人員選拔表揚活動計畫、小巨人選拔表揚計畫、金書獎、中小企業研究碩博士論文獎選拔表揚計畫等，作為鼓勵中小企業持續積極發展之獎勵。

(二) 輔導工作與輔導需求之落差分析

1. 輔導體系資源有待整合

各輔導體系內部各計畫自行辦理輔導，造成輔導資源配置過於分散，同時各輔導體系廣宣效果有限，使得中小企業運用政府輔導資源意願不易提升。如何透過整合輔導體系資源，以強化中小企業經營輔導能量。

2. 商機媒合管道有待深化

商機媒合管道係提供中小企業作為開拓行銷管道之平台，然而對於後續媒合結果未能持續追蹤，使得商機媒合活動效果打折，未來應持續深化商機媒合管道，以提升商機媒合效果。

四、活絡地方經濟特色發展

(一) 重要施政計畫/措施檢視

1. 地方特色產業

地方特色輔導方面，除了延續 19 案地方特色產業輔導之外，尚有 OTOP 亮點型塑，計有「地方特色產品創新整合推動計畫」、「地方特色產業主題產業國際化輔導計畫」、「地方特色產業 OTOP 行銷推廣計畫」、「地方特色產業暨社區小企業協調與推廣計畫」等，以建構永續經營、活絡地方經濟活動的地方特色產業。

2. 地方服務網絡

強化中小企業地方服務網絡方面，透過提升各縣市中小企業基層服務補助計畫、補助強化中小工商業服務網絡計畫，以達到擴大政府

服務中小企業之廣度與深度。

3. 互助合作輔導

互助合作輔導係藉由推動企業間資源互補及合作，以達到一定之規模經濟、降低經營成本、提高企業競爭力。因此政府持續投入資源推動合作交流會及實質合作計畫，期望達到中小企業間合作宣導、引進新技術、共同生產、共同行銷等共同合作行為。

(二) 輔導工作與輔導需求之落差分析

雖目前政府大力推動地方特色產業、觀光產業發展，同時加強與現有中小企業地方服務網絡之結合，但中小企業互助合作觀念仍有不足，加上既有地方服務網絡所提供的服務能量略顯薄弱，以致未能達到應有成效。

五、提升科技資訊應用能力

(一) 重要施政計畫/措施檢視

1. 數位加值應用

(1) 中小企業電子化人力養成計畫

建構中小企業主要 e 化領域教學資源，提供多元化 e 化人才養成服務模式，同時有效的整合運用實體與網路之混程式學習，推展企業電子化認知及應用概念，以提升企業電子化、科技應用能力及核心競爭力，促進企業之發展。

(2) 中小企業數位學習計畫

在執行中小企業數位學習計畫時，以建構多元學習及互動環境，

提供單一入口，建立社群討論、知識分享機制及學習指引服務。提供豐富多元學習資源內容，確實執行教材品管機制。

(3) 遠距視訊教學計畫

透過規劃舉辦舉辦資訊管理、企業管理等專題演講與座談會，教導中小企業善用遠距教學設備，及協助推廣各項 e 化輔導計畫，指導中小企業運用即時數位學習工具，快速建立中小企業 e 化觀念。

(4) 中小企業經營服務 e 網通計畫

企業經營服務 e 網通是提供中小企業專門服務之單一資訊服務入口網站，提供中小企業有關創新創業、市場行銷、財務融通、商情資訊、企業經營管理、國際貿易及加值服務等資訊，同時整合中小企業處相關服務計畫資訊等。

(5) 提升中小企業電子化輔導效能計畫

協調整合各分項計畫之輔導效能，彰顯中小企業處各項電子化計畫之整體綜效，擔任電子化計畫幕僚工作，規劃電子化前瞻計畫方向。

(6) 縮減產業數位落差計畫

成立 11 個「中小企業數位化開運團」，以小企業為輔導對象，提供在地的輔導和貼心的服務。協助企業改善基礎數位能力，發展數位產業聚落。促進城鄉地區中小企業寬頻應用與電子商務。

(7) 產業別電子商務營運計畫

輔導各產業公協會，建置及營運產業別電子商務系統，加強產業數位行銷，深化既有的產業電子商務網，輔導外銷產業，拓展國際市

場。

(8) 中小企業產業電子化服務計畫

建立各產業電子化示範群聚營運模式，以提出受輔導產業或異業結盟創新營運模式。同時透過輔導計畫提升受輔導產業增值升級（生產流程、產品增值、服務增值），結合專業機構及公協會的投入加速擴散。最後藉由研究計畫與高峰論壇掌握中小企業電子化趨勢與方針。

(9) 推動中小企業聯結產業供應鏈計畫

協助工具機及機械零組件產業進行企業間作業流程改善及供應鏈平台建構，由體系一階中心廠帶動協力廠商進行供應鏈聯結，提升體系電子化作業效率提升，強化整體產業競爭力。同時透過精實供應鏈輔導及 KPI 輔導，提升體系管理能力及營運效率。

(10) 中小企業知識管理推動計畫

在執行中小企業知識管理推動計畫的主要工作重點為協助企業應用知識管理、擴散知識管理應用效益以及營造中小企業知識運用共享環境。

2. 品質管理提升

(1) 中小企業品質管理提升計畫

透過建置品質知識平台，提升中小企業品質知識創新意識，同時作為培育中小企業品質管理人才，以協助輔導群聚之中小企業進行共同品質提升之計畫。

(2) 提升體系供應鏈創新價值及品質輔導效能計畫

配合「中小企業品質管理提升計畫」擬定策略方向及資源整合。掌握中小企業廠商需求及訪視品質計畫執行，研擬提升中小企業品質輔導效能之實施方式與機制。同時結合中小企業與大企業體系供應鏈實質合作及價值提升示範體系實質輔導，研析群聚 / 體系合作模式，建立創新性運作機制。

(3) 中小企業因應國際綠色供應鏈輔導計畫

提供綠色供應鏈之限用物質、製程、管理制度、法規或綠色環保議題相關之品質、環保及安全等問題診斷及諮詢。同時提供歐盟綠色產品指令個廠輔導、綠色產品標準驗證輔導、綠色供應鏈體系示範輔導，以及建置新環保指令輔導模式案例。作為國內產業因應整備分析及綠色產品新指令先期規劃，並且進行綠色材料及綠色供應鏈人才培訓。

(4) 提升高值化產業品質能力計畫—工具機、機械零組件及紡織產業

針對產業輔導需求提供建議方案、產業診斷諮詢輔導，以及供應體系協同運籌及品質能力提升輔導、價值創新輔導及產品鏈結品質驗證及品質國際化輔導，以及品質管理人才養成。

(5) 推動知識密集型群聚創新科技化計畫

發展中山科技化旅遊群聚、健康休閒養生群聚、智慧管家服務群聚、數位化個人商品群聚。

(6) 推動知識密集型群聚創新服務化計畫

發展汽車動力系統扣件代客庫存服務群聚、綠色住宅緊固產品企劃服務群聚、手持式數位產品加工中心工程技術服務群聚、網路通訊機構產品整合服務群聚。

(二) 輔導工作與輔導需求之落差分析

1. 發展群聚價值及創新營運模式有待發展

政府在推行中小企業輔導時較缺乏提供群聚輔導及創新營運模式輔導等輔導工具，降低中小企業群聚價值。

2. 供應體系創新價值輔導有待深化

中小企業可透過大企業供應體系穩定其行銷管道，然而中小企業在大企業所主導的供應體系中創新能力不足，不易彰顯中小企業創新價值。

3. 服務品質提升有待強化

近些年來，服務業快速成長取代製造業，已成為促進產業發展的重要角色，然而服務業品質提升推動步伐較製造業落後，輔導服務業提升自我服務品質將成未來重點。

六、整合財務融通機制

(一) 重要施政計畫/措施檢視

1. 診斷輔導

在中小企業融資診斷輔導方面，實施中小企業融資診斷輔導、中

小企業智慧財產權融資輔導及中小企業債權債務協處機制，提供各類中小企業財務融通、債權債務診斷、財務會計制度診斷輔導，及透過智慧財產權融資，協助中小企業健全財務會計制度及提升財務管理能力，提高銀行融資意願，以利中小企業取得營運發展資金。

2. 融資保證

中小企業在取得銀行融資方面時常受到企業規模較小、償債能力不足、會計制度透明度較低、財務結構不健全及缺乏擔保品的強況下，使得不易取得所需營運資金。因此政府除了持續透過信保基金辦理保證業務，降低銀行對中小企業融資之風險，提高融資意願，尚有提供特定使用目的、利息優惠之政策性專案貸款，及推動「本國銀行加強辦理中小企業放款專案」，協助中小企業取得所需之營運資金。

3. 財務人員培訓

至於在中小企業財務人員培訓方面，持續透過健全中小企業財務會計輔導及中小企業財務教育訓練、宣導等，培訓中小企業財務主管、會計人員、財務管理顧問師能力，達到強化中小企業財務體質。

4. 促進投資

促進投資中小企業方面，目前在措施上包括設置中小企業開發公司、成立中小企業創業育成信託投資專戶、運用國發基金加強投資中小企業等，茲將其分述如下：

(1) 設置中小企業開發公司

中小企業開發公司係依據中小企業發展基金所設置的單位，其主

要目的在於，參與投資中小企業，以協助具有潛力的中小企業取得資金之外，另又提供國內外技術合作、市場開發、產品開發、經營管理輔導及諮詢等服務。目前已獲得中小企業開發基金挹注之中小企業開發公司包括：台灣育成、華陽、廣陽、資鼎等公司，其中廣陽開發公司定於今年八月解散、清算完結。

(2) 成立中小企業創業育成信託投資專戶

為能協助經育成中心完成輔導創業之廠商取得創業資金，2003年自中小企業發展基金中提撥 20 億元成立「中小企業創新育成信託投資專戶」，委由兆豐國際商業銀行、中華開發工業銀行、台灣育成中小企業開發公司、華陽中小企業開發公司、創新工業技術移轉公司等，投資國內具創新能力或升級轉型之中小企業。

(3) 運用國發基金加強投資中小企業

為了帶動民間資金與創投資金共同投資具有發展潛力之中小企業，國發基金於 2007 年提撥 100 億元於投資中小企業，以搭配資金共同投資模式，投資比例不超過中小企業資本額 49%。截至 2007 年底，共計投資 10 家中小企業，國發基金投資 3 億餘元，帶動國內總投資金額達 7 億餘元。

(二) 輔導工作與輔導需求之落差分析

1. 財務會計體質有待健全

中小企業的財務控管與帳目處理健全度，關係融資取得容易度，以及企業本身存續與發展，因此必須特別重視。目前政府透過中小企業財務融通輔導體系，協助中小企業建立更合宜的財務會計制度，改

善其財務結構；此外，透過輔導服務、資金媒合等活動，強化金融體系對中小企業的融資意願。然而，受到輔導資源相對不足限制，迄今仍是無法充分滿足多數中小企業需求，以及調整中小企業財務會計觀念。

2. 信保基金功能有待強化

儘管長期以來，信保基金始終為中小企業取得銀行融資的重要管道，然而或因受到近年經濟景氣不佳影響，信保基金虧損狀況持續擴大，連帶影響未來信保基金提供中小企業保證業務，未來如何擴大信保基金規模及提高信保基金功能，達到基金損益平衡，俾以嘉惠更多有需要協助之中小企業取得保證融資。

3. 銀行融資功能有待提升

銀行基於風險與利潤等因素考量，加上受到外在環境不佳影響，以致近年對中小企業的融資放款餘額呈現萎縮趨勢，未來政府在政策上必須朝向如何降低銀行對中小企業之放款風險及提高利潤等誘因，以提升銀行融資之功能。

第五節 98 年度中小企業輔導策略方向建議

依據前揭現行中小企業輔導工作所存在的供需落差，配合新執政團隊所提出之新經濟藍圖構想，茲將 98 年度中小企業輔導策略方

向分成「營造優質發展環境」與「協助改善經營體質」兩大層面，分別建議如下：

一、營造優質發展環境方面

(一) 加強政策規劃與落實法規調適，提高預應環境能力

1. 增加政策研究投入資源，提升政策策略規劃能力

中小企業中、長期輔導政策研究攸關未來中小企業輔導工作品質優劣，所以在推動上除了提高目前極有限的政策研究資源投入所衍生的成效之外，建議未來積極爭取大型科專計畫作為支持中小企業輔導政策創新研究資源，以規劃更符合具有前瞻性、持續性之中小企業輔導政策，協助中小企業預應環境能力。

2. 整合中小企業發展政策智庫網絡，改善政策規劃品質

目前中小企業輔導政策之研析規劃及輔導工作分屬各智庫執行，可能導致中小企業輔導政策規劃與實際執行輔導工作產生相當落差，未來應整合中小企業智庫，定期召開中小企業輔導政策工作會報，邀集中小企業政策研擬規劃及輔導工作之智庫單位進行工作報告，以及未來政策研擬規劃方向、輔導工作需求進行討論，將各行其是之中小企業智庫網絡進行整合，以便規劃更有品質、符合中小企業需求之輔導政策。

3. 加強法規調適分析能力，排除不利經營環境因素

企業經營環境瞬息萬變，因此法律規範亦應即時調整，以免對企業經營造成制肘，同時政府為了制訂鼓勵企業投資或保護勞工等相關

政策，往往忽略對中小企業所造成的影響，因此宜定時針對現行與正在草擬之相關法令規章進行研析，俾以探討其對中小企業經營所造成之影響並適時調整，避免影響中小企業競爭力。

4. 落實各項計畫實施成效評估，精進輔導工作成效

中小企業輔導計畫多未能列管進行定期成本效益分析，以致政府實際投入之輔導資源未必能夠達到效率最大化，未來宜將各項輔導計畫進行管考，確實瞭解實際的投入（成本）、產出（效益）變化，以及分析資源投入的妥適程度，適時將不具效益之輔導計畫調整，並可將對中小企業輔導效益較大之輔導計畫適時擴大，以便更多中小企業受益。

前述產出（效益）分析應以資源投入後所創造之創業數量、創造工作機會數量、中小企業經營績效、創造政府稅收等數值作為比較，而非各式活動舉辦場次、參與人數等表面數據。

（二） 促進產學合作，提高創新創業活力

1. 鼓勵科技新創事業，創造新創事業附加價值

加強公、民營創新創業育成機構、工研院、財團法人等研究機構加強聯繫，共同推動中小型科技創新創業輔導工作。積極延攬具科技領域專業能力之創業顧問，同時規劃科專預算補助中小企業進行科技創新、創意研發，提升新創事業科技含量及附加價值。

2. 暢通產學合作平台，擴大技術應用管道

我國大專院校資源豐富，每年之研發、創意產出在國際上頗負盛

名，然而多數企業對此一塊寶瞭解不多，導致各式研發專利產出雖多，但技術貿易輸入赤字逐年擴大。政府應建立產學合作平台，配合產業界需求與學術界的研究資源，以及國家重點產業之發展需求，促使學術界的研究產出得以順暢導入產業界，引導研發產出的供需媒合，以提高技術應用層面。

3. 精進中小企業創新育成發展，提高創新育成成效

整合現有分散各地之創新創業育成中心，依據北、中、南、東的產業特色，建置區域型創新創業服務中心。盤點各區域之創新創業育成中心核心特色，成立區域內相關領域之育成網絡，連結產學合作加值，以利中小企業就近取得所需之創新、創業、升級、轉型輔導資源，提高創新創業育成成效。

4. 加強中小企業協同合作，拓展國際經營空間

積極舉辦或參與國際中小企業會議或活動，邀集相關領域之中小企業共同參與，以提高中小企業國際合作交流經驗，並且帶動國內中小企業國際化能力。

(三) 加強財務支援機制，暢通資金取得管道

1. 健全中小企業財務會計體質，提高企業財務融通能力

(1) 輔導建立財務會計制度

中小企業財務會計透明度低、體質相對較不健全，因此首要協助中小企業建立財務會計制度，以簡單明確的方式進行財務會計輔導，以便強化其財務會計體質、提高財務會計透明度，作為未來取得投（融）資之基礎。

(2) 提升財務會計人員素質

除了協助中小企業建立財務會計制度之外，提升財務會計人員素質亦是輔導工作重點，透過優秀的財務會計人員將可協助中小企業進行財務會計預警，及早進行風險控管及必要措施，降低不必要的損失。

(3) 持續協助債權債務協商

雖中小企業建立良好的財務會計制度及擁有高素質的財務會計人員，但有時仍會因外環境因素而發生資金調度困難。在此一情形下，實有必要對一些營運狀況良好的中小企業，持續協助其辦理債權債務協商，帶領度過困境。

2. 強化信保基金功能，促進中小企業獲得融資保證

長期以來，信保基金始終扮演著中小企業取得銀行融資的重要角色，但是信保基金的保證收入一直無法滿足賠付之損失，因此未來除了持續擴大辦理直接保證制度、加強推動相對保證制度之外，建議儘速建立保證評等制度，針對不同行業、企業營運狀況，建立中小企業信用評等資料，提供不同風險類型中小企業保證成數、保證費率。亦即此一做法目的，除了建立中小企業風險等級之外，針對保證債權部分，亦可嘗試透過「再保制度」，將提供融資保證時所承受的風險分散，降低承受風險。

二、 協助改善經營體質方面

(一) 精進管理能力與拓展行銷空間，加速升級轉型

1. 整合輔導體系資源，提高中小企業輔導工作效率

現行中小企業輔導體系雖提供相當多中小企業輔導資源，然而對

於數量規模極大之中小企業而言，所能提供的輔導資源相對有限。目前各輔導體系多依據主辦單位的自身的輔導政策自行規劃中小企業輔導計畫，輔導計畫自規劃、宣導、執行等環節均未能有較多的橫向溝通，造成中小企業輔導資源配置重複，或是輔導部分亟需輔導資源之中小企業可能遭到忽略。未來各中小企業輔導體系在研擬輔導計畫前，應與其他輔導體系密切聯繫，從規劃、宣導到計畫執行各階段應共同參與，以更宏觀之輔導計畫進行中小企業輔導，才能提高整體中小企業輔導效率。

2. 深化商機媒合管道，強化中小企業行銷能力

現行中小企業有關輔導中小企業商機媒合之計畫多數採取提供媒合管道，促使買賣雙方能夠獲得交易對方之產品、服務及技術等資訊，然而在落實最後交易搓合環節時，中小企業可能因為資金不足、國際交易流程不熟悉或其他交易條件無法配合等因素，導致無法完成最終交易。未來針對一定金額以上之交易媒合，政府應提供相關輔導資源，例如國際語言翻譯、符合國際商業規範之合約、周轉資金等協助，以強化中小企業開拓行銷管道能力。

(二) 加強運用資訊科技，提升數位競爭能力

1. 落實中小企業綠色營運，提升中小企業附加價值

中小企業為因應溫室效應、節能減碳等綠色環保議題，近年政府大力推行綠色生產等生產技術輔導，以降低衝擊中小企業營運並提升競爭力。然而不僅僅在製造業綠色生產方面，服務業透過數位科技等技術，提供具環保概念的設計、創意等綠色服務，更能提高中小企業

附加價值。

2. 深化供應體系創新價值，創造中小企業核心能力

中小企業電子商務能力有限且受限於大企業供應鏈內部電子商務系統差異，政府宜依產業別特性，整合大企業供應體系電子商務平台，並協助中小企業建置電子化能力，以便融入大企業供應體系，進行全球運籌管理，創造中小企業核心能力。

(三) 促進特色產業發展，活絡地方經濟

1. 推動地方特色產業增值創新，促進社會安定

近些年來，隨著全球化腳步加快，促進資源自由流動與產業國際分工，加上資訊科技進步改變許多國家企業產銷模式，使得國內企業在比較利益考量下，將其部分產銷流程移轉至國外，導致近年失業人口有增加之趨勢。在此同時，若能有效輔導以內需為主的本土性特色產業融入科技元素進行增值創新發展，不但可以促進這些與地方經濟活力息息相關的地方特色產業再度生機，找出其發展定位，而且更可藉此創造就業機會，協助社會更加安定。

2. 擴大互助合作及地方服務能量，協助微、小型企業生存

台灣中小企業數量龐大，經營型態多元多樣，其在經營上所面對的問題層面廣泛，政府難以完全掌握中小企業在經營上所面對的各種問題。然而，由於縣市中小企業服務網絡，包括互助合作體系所培育之合作交流會、產業公協會等民間團體，與地方上的中小企業往來較為緊密，所以若能透過地方中小企業服務網絡資源，不但

可以即時有效進行蒐集中小企業經營問題，而且更可作為未來中小企業輔導政策方向調整參考。