

106 年度經濟部科技研究發展專案計畫

亞洲矽谷智慧商業服務應用推動計畫(1/4)

我國新創公司創業概況調查

執行單位：



工業技術研究院

Industrial Technology
Research Institute

中華民國 106 年 4 月

摘要

「新創事業扶植」已經成為各國產官學研關注與推動的重要議題。為了有效規劃新創事業扶植之作法，調查我國新創公司創業概況，從中瞭解創業中所遭遇的問題與資源需求，乃是新創事業扶植的重要參考依據。

本調查根據五個企業經營常見分析構面，包括資金面、研發面、行銷面、法規面與人資面等面向，切入探討所遭遇之問題因應之清楚程度，以及期望學習什麼類型的新創經營課程，調查分析結果可供產官學研未來研擬新創事業扶植作法之用途，並協助新創事業成功跨越創業屏障。

整體而言，近五成受訪業者對「其他面（政府資源）」的清楚程度最低，約四成受訪者則對於「資金面」的問題不清楚。此外，有二成以上的受訪者對於「行銷面」與「法規面」的問題不清楚。相較於「人資面」、「研發面」之問題，大致上是清楚的及能夠因應處理的。再者，多數受訪者過去沒有參加過創業相關課程，業者未來對參加創業相關課程的意願高，政府資源為業者最期望參加的課程類型。

關鍵字：新創事業、創新創業、企業經營

一、前言

隨著全球創新創業「Startup」風潮的興起，如何在創業初期就能匯聚資源、準確切入市場、並且能夠隨著情勢調整經營策略，考驗著抱持理念理想的創業者。若能有效於創業過程中，克服相關問題，將有助新創事業的發展。有鑑於此，「新創事業扶植」已經成為各國產官學研關注與推動的重要議題。

為了有效規劃新創事業扶植之作法，調查我國新創公司創業概況，從中瞭解創業中所遭遇的問題與資源需求，乃是新創事業扶植的重要參考依據。本調查根據五個企業經營常見分析構面，包括資金、研發、行銷、法規與人資等面向，切入探討所遭遇之問題因應之清楚程度，以及期望學習什麼類型的新創經營課程，調查分析結果可供產官學研未來研擬新創事業扶植作法之用途，並協助新創事業成功跨越創業屏障。

二、調查方法

(一)調查時間與抽樣條件

本調查採用問卷調查法，於民國 106 年 3 月 8 日進行訪員訓練及電話訪問前測，正式調查執行時間從民國 106 年 3 月 9 日至民國 106 年 3 月 20 日。調查樣本主要使用中華徵信所公司之企業資料庫（為臺灣最大與最新產業數據資料庫），抽樣條件為成立年度在民國 103

年（含）以後之新創企業。再者，考量多數新創事業公司營業登記為資訊服務業，因此依上述條件 400 家抽樣，以確保樣本為本次調查欲接觸之新創業者。

本調查主要訪問對象為負責人、第二負責人（負責人以外的最高主管，如：無職稱、股東、無部門分屬之經理等）、高階主管（如：總經理、副總經理或營運長等）或業務部門主管進行訪問，以期瞭解新創業者在創業與經營時所遭遇的問題本調查係採電腦輔助電話訪問系統 CAMI（Computer Assisted Marketing Interview），並輔以傳真、電子問卷等方式進行。

三、調查結果

(一)有效樣本與基本資料

本次調查的 411 筆樣本中，資訊服務業者以從事電子零組件批售最多，且多進行軟體研發；2014 年成立的最多；員工人數多為 5 人以下（含）；資本額在 100 至未滿 500 萬元的最多；2016 年營業額多介於 100 至未滿 500 萬元；多數新創企業創辦人無創業經驗；多數創辦人的相關領域年資在 10 年以上到未滿 20 年；大部分受訪業者沒有研發或提供智慧零售、智慧物流服務；有研發或提供智慧零售、智慧物流服務的項目主要為商情分析和行動行銷。

(二) 新創事業常見問題

整體而言，近五成受訪業者對「其他面（政府資源）」的清楚程度最低，約四成受訪者則對於「資金面」的問題不清楚。此外，有二成以上的受訪者對於「行銷面」與「法規面」的問題不清楚。相較於「人資面」、「研發面」之問題，大致上是清楚的及能夠因應處理的。

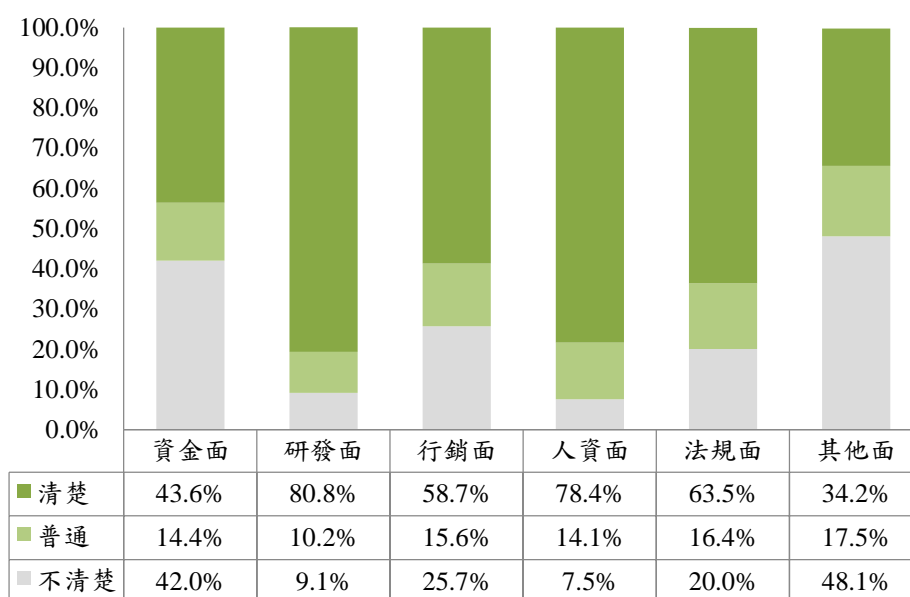


圖 1：整體面向常見問題之清楚程度

本調查進一步分析各面向常見問題之清楚程度如下：

1. 資金面：募資和創投媒合的管道和技巧清楚程度低

本次調查結果發現受訪業者對於資金面的清楚程度較低，可能會直接或間接對草創經營的過程造成影響。其中，資本額少於 1,000 萬元的受訪業者，對募資和創投媒合的管道和技巧上清楚程度較低。另外，沒有研發或提供智慧零售及物流等服務之受訪業者，對於募資和

創投媒合的管道和技巧上清楚程度也較低。

2. 研發面：多數業者的清楚程度高

本次調查結果以研發面的清楚程度最高。然就沒有研發或提供零售智慧及物流等服務之受訪業者來看，這些新創公司在草創經營過程會遇到的問題與產品研發技術策略較相關。另外，雖然大部分受訪業者對於市場／產業分析能力相對清楚，但比起其餘項目，受訪業者的市場／產業分析能力清楚程度也較低。

3. 行銷面：線上／線下行銷的管道和策略清楚程度低

從行銷面整體來看，雖然多數業者的清楚程度高。然而，在線上及線下行銷與廣告投放的管道和策略清楚程度較低。針對沒有進行研發或提供智慧零售及物流等服務之受訪業者，線下行銷與廣告投放的管道和策略上是其在創業經營時可能會遇到的問題，其顯示對行銷的管道和策略若不清楚，在創業經營時則會遭遇到困難。

4. 法規面—專利、商標智財權內容和申請清楚程度低

在法規面的部分，多數受訪業者整體的清楚程度也相當高。然而，細看法規面向，大部分對於專利、商標智財權的內容和申請較不清楚。又以沒有進行研發或提供智慧零售和物流等服務之受訪業者的清楚程度更低。此表示相關受訪業者提供的產品／服務不太需要牽涉到專利、商標智財權。

5. 人資面：員工考勤與績效的訂定清楚程度

從人資面整體來看，大部分受訪業者的清楚程度也較高。由此可見，業者在創業過程中較無此方面的問題。然而，人資面細項目，受訪業者在草創經營時對員工的考勤與績效的訂定上較易遇到問題。此外，相較其餘項目，新創業者在創業經營過程，對找到合適員工上也較可能會遇到困難。

6. 其他面：新創事業輔導與補助申請的清楚程度低

本次調查的結果，受訪業者在其他面向的清楚程度最低。由此可知，若缺少新創事業輔導與補助申請的資訊，對創業經營的影響程度較大。其中，又以沒有進行研發或提供智慧零售和物流等服務之受訪業者更不清楚政府資源的資訊。

本調查進一步透過「清楚程度高／低、課程需求高／低」之分析矩陣，得知相關議題之開課優先順序：

表 2：新創事業扶植學習需求分析

項目	清楚程度高	清楚程度低
課程需求高	產業適用的稅務稅制 (法規面／稅務法規)	創投媒合技巧 (資金面／資金籌措)
	線上行銷與廣告投放管道 (行銷面／行銷策略)	創投媒合管道 (資金面／資金籌措)
	財務規劃與管理方法 (資金面／企業帳務)	募資技巧 (資金面／資金籌措)
	檢核營收模式與績效 (資金面／企業帳務)	新創事業輔導與補助申請 (其他面／政府資源)

	尋找企業外部合作夥伴管道與技巧(行銷面/經銷夥伴)	募資管道 (資金面/資金籌措)
	稅務申報 (法規面/稅務法規)	貸款融資方法 (資金面/資金籌措)
	產品研發技術策略 (研發面/商品服務研發)	線下行銷與廣告投放策略 (行銷面/行銷策略)
	市場產業分析能力 (研發面/市場產業資訊)	線下行銷與廣告投放管道 (行銷面/行銷策略)
	市場產業資訊取得管道 (研發面/市場產業資訊)	貸款融資管道 (資金面/資金籌措)
	顧客關係管理與經營 (行銷面/顧客經營)	線上行銷與廣告投放策略 (行銷面/行銷策略)
	商品成本與訂價策略 (研發面/商品服務研發)	專利、商標智財權申請流程及方法(法規面/智慧財產權法規)
	發票申請及開立 (法規面/稅務法規)	專利、商標智財權法規內容 (法規面/智慧財產權法規)
	產品/服務的目標市場 (研發面/產品服務的市場定位)	
課程需求低	股權分配規劃 (研發面/股權分配)	無
	訂定考勤與績效 (人資面/員工管理)	
	找到合適的員工 (人資面/員工徵選)	
	員工培訓做法 (人資面/員工管理)	
	專案控管能力 (研發面/專案管理)	
	留住合適的員工 (人資面/員工徵選)	
	激勵員工 (人資面/員工管理)	

對於「清楚程度高、課程需求高」的議題，如屬於市場/產業資訊、產品/服務的市場定位等題目，由於新創業者對於這些題目清楚程度

較高，且課程需求也高，建議在開設課程的內容必須著重於在課程之深度，進階課程應能較為滿足新創業者的需求。根據其題目內容，課程要素可以針對產品/服務的目標市場、市場產業資訊取得管道、發票申請開立、稅務申報及產業適用的稅務稅則等內容進行更為深入之教學。

對於「清楚程度高、課程需求低」的議題，如屬於專案管理、員工管理、股權分配、員工徵選等題目，由於新創業者對於這些題項普遍清楚，認為較沒有上課的需求，在開設課程方面建議主打補充這些題項之訊息，讓新創業者能從中獲取新知。根據題目內容，課程要素可針對專案控管能力、留住人才、找到人才、培訓人才、激勵員工、訂定考核標準等，進行資料蒐集，並以最新資訊之補充為課程內容的主軸。

對於「清楚程度低、課程需求高」的議題，如包含智慧財產權法規、行銷策略、資金籌措、政府資源等題目，由於新創業者對於這些題項較不清楚，但有較高程度的課程需求，建議開設課程的內容以廣度為主，以廣泛且不深的課程內容讓新創業者快速瞭解這些題目的內容。根據題目內容，在線上與線下行銷與廣告頭管道與策略、新創事業輔導與補助申請、專利、商標智財權申請與法規內容，以及創投媒合、貸款融資、募資之管道與技巧等部分，進行基礎課程的設計，使

新創企業能通盤瞭解相關內涵。

(三) 相關課程參加經驗

1. 多數受訪者過去沒有參加過創業相關課程

本次接受訪問的新創公司，多數的受訪者或公司創辦人以前沒有參加過政府或私人單位開設的創業相關課程。顯示有些新創業者即使在創業經營時遇到困難不會尋求協助，或不知從哪裡獲得相關資訊及協助。

2. 業者未來對參加創業相關課程的意願高

針對後續若有創業相關課程的開設，多數受訪業者皆表示有參加的意願。進一步來看，又以有研發或提供智慧零售及物流等服務之受訪業者的意願較高。顯示多數新創業者希望克服創業經營相關面向問題，並協助公司持續且穩定地成長。

四、結論建議

建議未來新創事業扶植之學習活動，應先朝向「課程需求高，但清楚程度低」的議題進行開課，即資金面資金籌措相關議題，如創投媒合技巧、創投媒合管道、募資管道等；行銷面行銷策略相關議題，如線上線下行銷與廣告投放策略與管道等；法規面智慧財產權法規相關議題，如專利、商標智財權法規內容、申請流程及方法等，進而提升新創事業最為缺乏的專業知識與技能，得以成功跨越創業屏障。