

華文電子商務產業關鍵人才需求調查報告

執行單位：財團法人資訊工業策進會

中華民國 102 年 12 月

目 錄

壹、 電子商務產業現況與趨勢.....	1
一、 產業範疇.....	1
二、 產業發展現況與趨勢.....	4
三、 關鍵人才範圍與定義.....	5
四、 產業趨勢之人才需求方向.....	6
貳、 電子商務產業人才需求分析.....	7
一、 人才需求調查方法與架構.....	7
二、 未來人才需求分析.....	7
參、 電子商務產業國際化人才需求分析.....	14
一、 網路商店國際化情形.....	14
二、 跨國經營才人需求.....	19
肆、 結論與建議.....	20
一、 結論.....	20
二、 建議.....	21
附件一：問卷.....	23

圖目錄

圖 1 電子商務產業價值鏈.....	2
圖 2 2012 年網路商店調查員工人數.....	3
圖 3 2012 年網路商店調查成立年資.....	4
圖 4 台灣電子商務產值分析.....	8
圖 5 人才新增需求調查.....	10
圖 6 網路商店進行境外銷售現況.....	14
圖 7 網路商店海外銷售對象國家.....	15
圖 8 網路商店境外經營方式.....	16
圖 9 2012 年海外市場營收占總營收比率.....	17
圖 10 海外市場主要選擇平台.....	18
圖 11 跨國經營障礙與問題.....	19

表目錄

表 1 開店平台開店家數統計.....	9
表 2 電子商務人才需求推估數量.....	10
表 3 關鍵職缺人才需求條件分析.....	11
表 4 關鍵職缺人才培訓方法.....	12

壹、 電子商務產業現況與趨勢

一、 產業範疇

網路經濟的活絡，讓發展電子商務市場成為全球各國家的經濟推動重點，尤其是電子商務除了對內需市場有增加流通的效果，對外更有跨國交易的作用。電子商務市場顛覆過去以企業為單位的交易，更有可能是以店家或個人為交易對象，電子商務市場除了代表新的通路，也改變商業的交易環境。

中華民國電子商務年鑑將電子商務定義為運用先進資訊科技，同時藉由組織作業的流程改造，來達到減低組織營運的成本開支，提升作業效率，增加客戶滿意度之商業活動。廣義而言，舉凡交易雙方均以電腦（Computer）以及手機、電子紙、平板電腦等新興的手持式電子產品（Handhold Device），透過網路（有線、無線或行動網路）進行交易活動或相關服務活動都可稱之為「電子商務」。如商業 EDI（Electronic Data Interchange）、金融 EDI、網路銀行、網路下單、電子購物、電子訂貨、行動支付等等都涵蓋在電子商務之範疇。

根據資策會 MIC 調查，2012 年台灣經常上網人口來到 1,107 萬人，上網人口中約有 96% 為網路購物經驗者。由於台灣電子商務產業鏈已經成熟，不管是網路基礎服務商、軟體及應用系統服務商、商業及交易支援服務商、電子商務交易支援服務商及電子商務應用服務商等均有相對應的業者代表，由於不斷增加的上網人口以及便捷的物流服務，提供網路購物絕佳的發展基礎，目前國內網路購物市場產值穩定成長。

- 各種不同廠商的資訊安全及個資保護推動
- 各種不同跨領域及跨境的營運模式建立與推廣



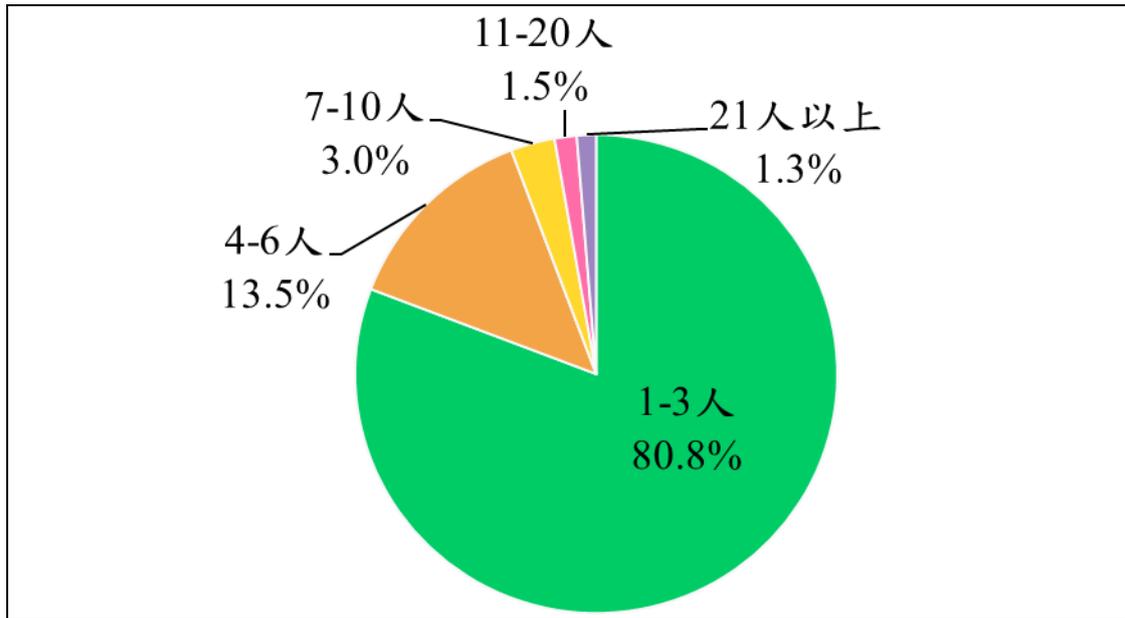
從網路基礎服務商、軟體及應用系統服務商、商業及交易支援服務商、電子商務及交易支援服務商、電子商務應用服務商到供應商，皆有新科技應用、新的營運模式、新創業、新就業機會。

資料來源：經濟部商業司「華文電子商務科技化與國際化計畫」

圖 1 電子商務產業價值鏈

依據「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」調查 B2C 網路商店經營狀況，目前經營店家仍以兼職及少數專職人員負責網路商店經營型態，除了純網路商店經營以外，店家兼有虛實店面、供貨商形式經營，故網路商店可能非主要經營的項目，大多數店家負責網路商店業務的員工僅有 1-3 名為常態。本次調查之網路商店，網路商店的員工數以 1-3 人最多，占 80.8%，其次有 13.5% 的網路商店，員工數為 4-6 人。

有效樣本結構依照網路商店員工人數，如下所示：

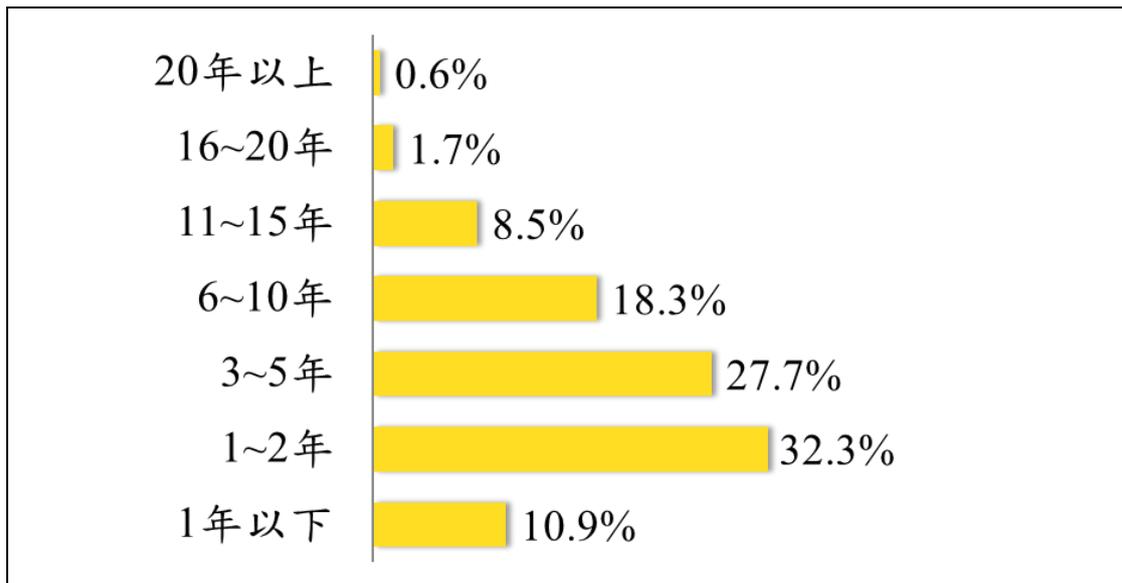


資料來源：經濟部「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」

圖 2 2012 年網路商店調查員工人數

每年皆有不少網店加入網路開店的經營，在近年有不少原為實體通路的商家加入網路通路，目前在網路上經營的店家已經有近一成的公司經營已超過 10 年。

顯示在網路交易仍有相當多的機會可以累積年資，在經營有成後從實體店面跨入網路通路則一方面可以拓展銷售、一方面亦可以是與網路消費者對話的管道。



資料來源：經濟部「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」

圖 3 2012 年網路商店調查成立年資

二、 產業發展現況與趨勢

以電子商務發展的歷程來看，初期由於網路及技術發展還不算成熟，能提供的服務也有限，將線下的商業買賣活動簡化搬至線上做交易就可稱為電子商務，例如圖書、電子周邊商品...等，直接把線下的所有商品列表做成型錄，一模一樣搬至網路上做成一個網站，這時可稱為 EC1.0 時代，消費者已確認自己需要什麼才上網去選購。也因此這時候的電子商務型態較偏重網站為中心，而非用戶導向。

隨著 Web2.0 的興起與繁盛，電子商務也轉換至 EC2.0。而 EC2.0 簡要來說，則是將 EC1.0 以「以網站為中心」轉變成「以使用者為中心」。此時網路技術及相關服務開始發展迅速，業者提供的資訊並不是唯一，反而轉為網友或部落客以討論方式提供，也因此社群網路（如部落格）在 EC2.0 中扮演很重要的一環。此時期強調的是資源有效整合、更加注重用戶體驗、提供用戶更專業及更精細的服務。因此，此時的電子商務是使用有線網路科技，從事商務交易，提供消費者更多價值服務。

時至今日科技進步，網際網路基礎建設也愈發成熟，除了有線網路以外，無線網路及行動網路的建設，也讓使用者得以使用行動設備做線上交易，不僅僅只有交易，還有服務提供，讓電子商務的範圍越擴越大，邁入而 EC3.0。

EC3.0 除了延續 EC2.0 以使用者為中心的理念外，更加強調的是行動「線上到線下」(O2O, Online to Offline) 的連結性，甚至反向的 O2O (Offline to Online) 也受到重視。也由於行動裝置(如智慧型手機和平板電腦)的普及，無線技術迅速發展，適地性服務(LBS, Location-Based Service)也愈發重要，再有效整合 Social 及 Mobile，實現線下與線上(Offline to Online) 的即時互通，達成社會化、本地化、移動化，也就是所謂的 SoLoMo 模式。因此虛實整合及跨界應用在此時為重要的發展方向。

三、 關鍵人才範圍與定義

為確認整體電商人才的範圍，將業者分為 1. 電子商務應用服務商 2. 電子商務及交易支援服務商 3. 供應商為主要調查對象，透過與電子商務業者訪談或問卷調查後，業者皆表示電子商務產業之關鍵人才為技術人才、管理人才、商品採購人才、行銷企劃人才等為核心人才，技術人才負責軟體程式撰寫與程式開發維護等，管理人才負責整體經營網站管理方向和主軸，為經營網站最核心的人才，商品採購和行銷企劃人才影響了商品銷售的好壞。

四、 產業趨勢之人才需求方向

依據 2012 年經濟部商業司「新網路時代電子商務發展計畫」調查顯示，我國 B2C 電子商務市場產值為新台幣 3,825 億元，較 2011 年的新台幣 3,225 億元成長 18.6%；如包含 C2C 電子商務 2,780 億元營業額，2012 年市場產值更達到新台幣 6,605 億元；且預估 2013 年時，更可超越新台幣 7,650 億元，因電子商務屬於國際化競爭模式，故將此次調查關鍵人才在技術人才、管理人才、商品採購人才、行銷企劃人才，如此才能夠成功拓展電子商務產業至國際市場。

貳、 電子商務產業人才需求分析

一、 人才需求調查方法與架構

調查以電子商務年鑑針對網路商店、公協會的會員及電子商務支援服務名單進行調查，因「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」調查對象針對各大購物平台（合作對象為：PChome 網路購物、商店街平台及 Yahoo!網路購物中心等）及自行架站（合作對象為中華無店面商務發展協會等）之網路商店，將此調查作為參考，本調查則篩選重要企業進行調查（電子商務應用服務商 10 家、電子商務及交易支援服務商 4 家、供應商 16 家）。

在人才需求人數推估方面，將採用重點調查方法進行人才需求推估，將以 2012 總員工人數做基期資料，並以總產業產值成長率及人年均生產力提升率作為參數，其推算公式為如下：

- N 年產業人才總需求 = (基期員工人數) × (N 年產值成長率+1) ÷ (N 年人年均生產力提升率+1)
- N 年產業人才新增需求 = N 年人才總需求 - (N-1) 年產業人才總需求

二、 未來人才需求分析

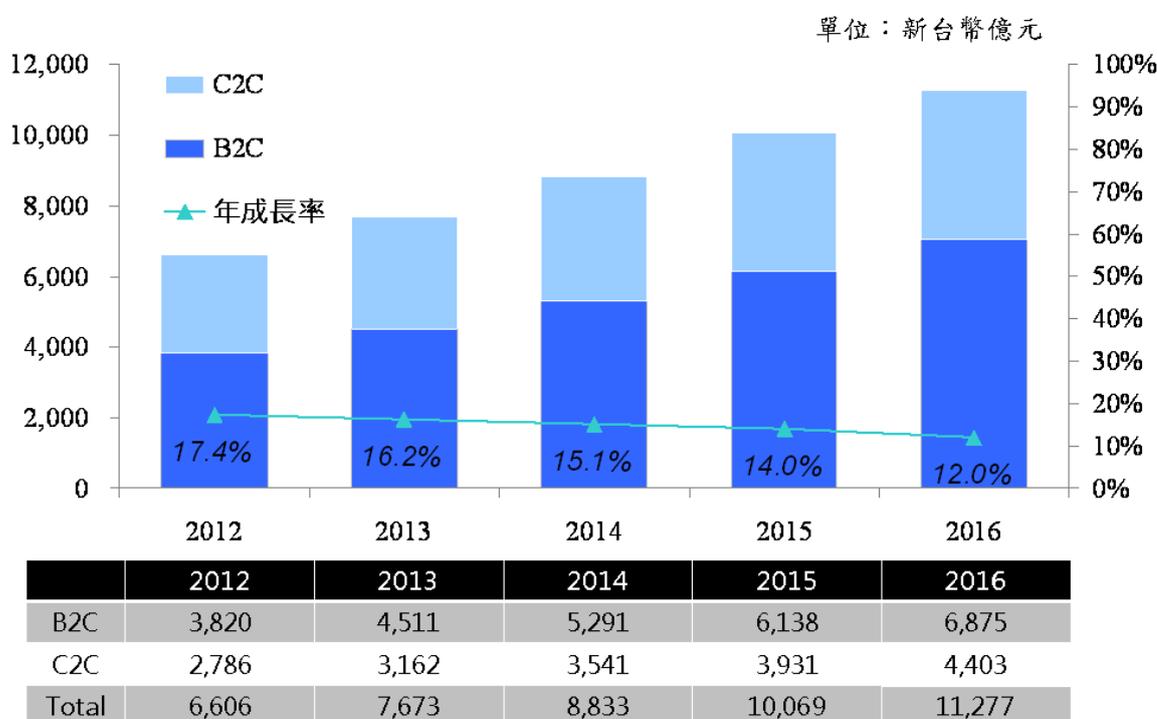
(一) 產值趨勢

全球數位時代來臨，「網路將改變馬路」，資訊流將引導金流和物流走向，進而匯集全世界的人流和商務交易。根據 emarketer 在 2012 年六月的統計數據顯示，全球 B2C 電子商務的買家規模達到 10.3 億人，其中有高達 44.4% 的買家，來自亞太地區。其中，中國的網路買家就達到 2.3 億人，幾乎可以說每二個網路買家之中，就有一位來自亞洲。

全球產業數位化，從電子商務轉型到行動商務，更是不可逆的是趨勢。資訊流帶來的人流和金流，進而改變物流和交易模式的方向，在台灣，不論是實體業者或是虛擬網路業者，已經全

面搶進已經鳴槍起跑的競賽。包括從實體跨入虛擬市場，例如大賣場和超商經營線上網購商店，或是從虛擬通路跨入實體通路，像是從網路發跡的服飾美妝品牌，開設實體店面等，各大業者全都卯足全力衝刺這場無國界的新商機。

根據 MIC 調查台灣電子商務產業產值 2013 年帶動我國 B2C(4,511 億元)及 C2C(3,162 億元)電子商務市場產值達 7,673 億元，年成長率達 16%，電子商務也因為這股新商機，預計到 2015 年即可到達 1 兆產值，



資料來源：經濟部「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」

圖 4 台灣電子商務產值分析

(二) 人才需求數量推估

根據 MIC 統計 2011 年公司員工數(有網路商店的公司) 及網路商店員工數(負責網路商店的員工) 就調查數據顯示公司員工數平均是 26.59 人，網路商店員工數平均是 2.65 人(以 3 人計算)，另統計開店平台的開店家數至 2013 年 12 月底，網路開店家數約為 27,393 家，故可推估網路店家基期從業人數為 82,179 人。

表 1 開店平台開店家數統計

	PChome 商店街	Yahoo!奇摩 超級商城	飛翔駱駝	樂天市場	小計
2013 開店數	約 12,089 家	約 2,678 家	約 10,671 家	約 1,955 家	27,393

資料來源：經濟部「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」

根據 MIC 調查推估的電子商務產業產值發現，其成長率在 15%~12%之間，因此，在人才需求推估模式中，以±6%為樂觀與保守數，整體推估以 2013 之產值及員工數作為基期資料，人均產值則為基本參數。

故新增需求人數推估得出後，則依據四捨五入至個位數，因此於 2014 年至 2016 年景氣樂觀的情形下，新增的人才需求分別為 13,066 人、14,025 人、13,704 人，在景氣持平的情形下，新增之人才需求數量為 12,327 人、13,231 人、12,928 人，在景氣保守的情形下，新增之人才需求數量為 11,587 人、12,437 人、12,153 人，其推估情形如下表。

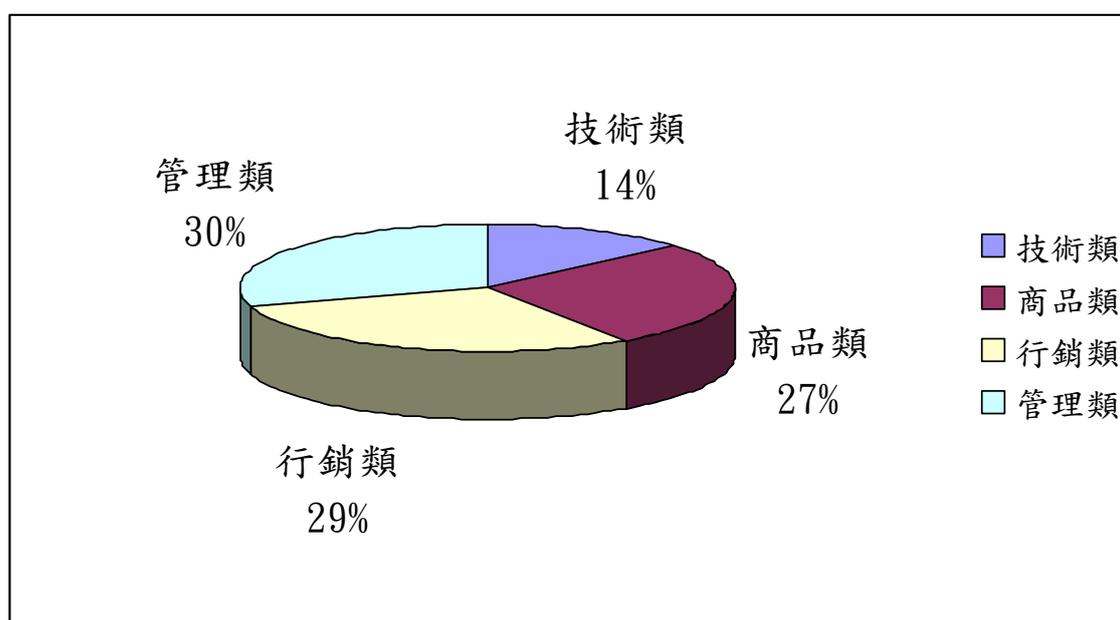
表 2 電子商務人才需求推估數量

項目	年度	2013	2014(預估)	2015(預估)	2016(預估)
	總產值推算(萬元)		76,730,000	88,330,000	100,690,000
總就業人數(人)		82,179	94,506	107,737	120,665
年人均產值(萬元)		732.42	732.42	732.42	732.42
新增人才需求	樂觀(+6%)		13,066	14,025	13,704
	持平		12,327	13,231	12,928
	保守(-6%)		11,587	12,437	12,153

資料來源：本計畫整理

(三) 未來人才需求職務類別

在未來人員新增最需要的職務類別為「管理類」，佔了 30%，其次為「行銷類」(29%)，顯示未來國內電子商務業者，最需要的人才為管理類人才。



資料來源：本計畫整理

圖 5 人才新增需求調查

表 3 關鍵職缺人才需求條件分析

關鍵職缺	人才需求條件				
	工作內容簡述	基本學歷/科系	能力需求	基本工作年資	人才招募難易度
技術人才	軟體程式撰寫與程式開發維護	學士/資訊管理學系、資訊及電子商務學系	<ul style="list-style-type: none"> 系統開發 熟析語言程式 系統工程管理 網路行銷 	3~5 年	難
管理人才	經營管理	碩士/管理學系	<ul style="list-style-type: none"> 瞭解系統 網路行銷 經營管理 市場分析 擬定品牌策略 	5~10 年	難
商品採購人才	商品採購與規劃	學士/不限、管理等	<ul style="list-style-type: none"> 採購規劃 專案管理 商品企劃與管理 市場行銷概念 	1~5 年	中
行銷企劃人才	商品行銷、官網、社群網站營運	學士/不限、管理等	<ul style="list-style-type: none"> 美編企劃 專案管理 市場分析 網路行銷 	1~5 年	難

資料來源：本計畫整理

(四) 人才培訓需求

1. 人員培訓現況

根據調查結果可知，目前國內電子商務產業業者對於公司新進人員平均需要在職培訓約 3.5 個月，才能進入工作狀況，業者對人員平均投入費用為 4 萬元(含薪資、培訓等)。

2. 培訓課程需求

國際化與行動化是電子商務未來的趨勢，因此發現業者大部分都是以前輩制或教練制的方式進行員工的訓練，佔了 28%，其次為知識分享，如讀書會的方式及工作中學習的方式各佔了 22%，根據調查業者建議管理類人才以國際商貿營運及人資管理為建議培訓內容，行銷類的人才需要不斷提供新的行銷觀念為培訓內容，技術類人才以資訊系統開發為主要培訓內容，商品類人才，需要以商品類不同，而提供專業訓練，例如：鞋類，需熟析鞋子種類及皮革種類等。

表 4 關鍵職缺人才培訓方法

項目	百分比
(1) 委託外部訓練機構，在公司內舉辦訓練	0%
(2) 內部講師舉辦公司內訓練	6%
(3) 師徒制或教練制	28%
(4) 知識分享，如：線上專家、讀書會	22%
(5) 線上學習(E-Learning)	0%
(6) 工作中學習(On Job Training)	22%
(7) 派員參加市場上的公開課程	11%

項目	百分比
(8) 參加企業合作夥伴；關係企業以及母公司的培訓	11%
(9)其他	0%

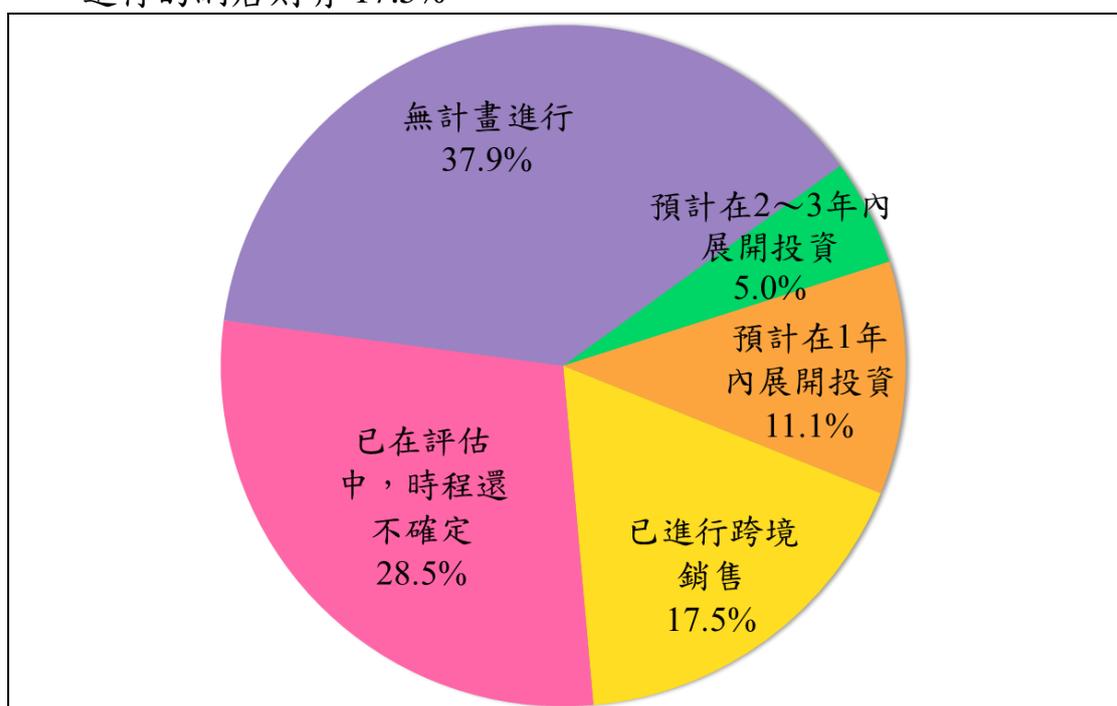
資料來源：本計畫整理

參、 電子商務產業國際化人才需求分析

根據電子商務 B2C 調查中，網路商店對於周邊地區較有興趣前進拓展市場，主要因素在於華文市場之語言及文化隔閡較其他國家低，地理位置也接近，消費者對台灣商品接受度高等因素，使大陸與港澳為國內網路商店最想跨足的海外市場

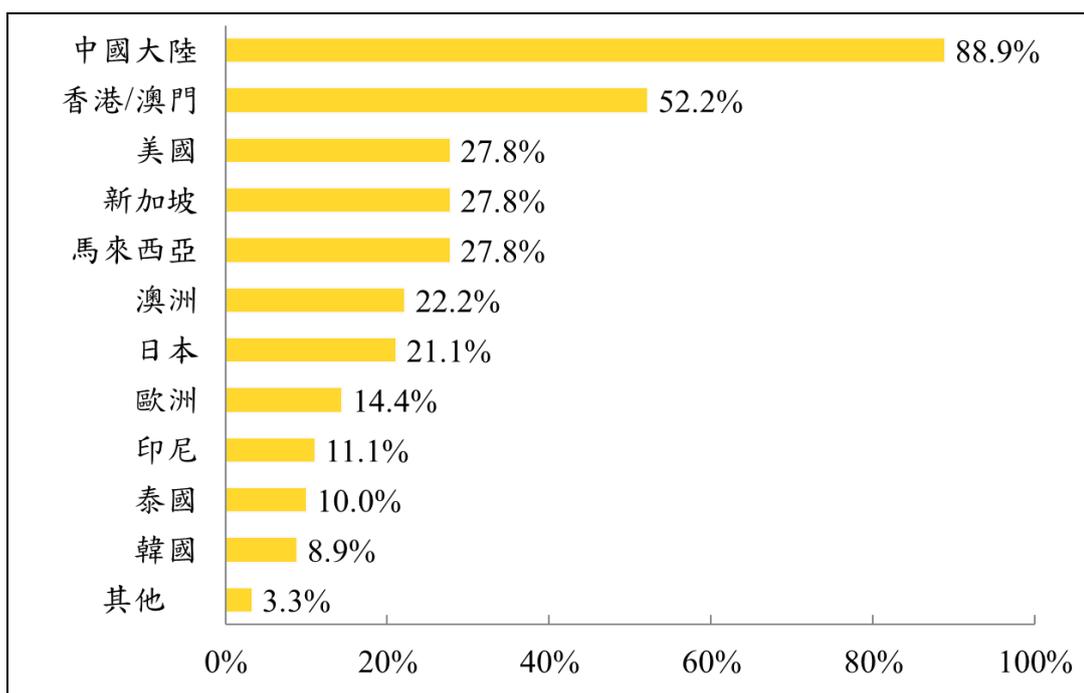
一、 網路商店國際化情形

目前在網路通路經營的網店，有 37.9% 無計畫進行境外銷售，已進行的網店則有 17.5%。



資料來源：「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」，2013 年 11 月

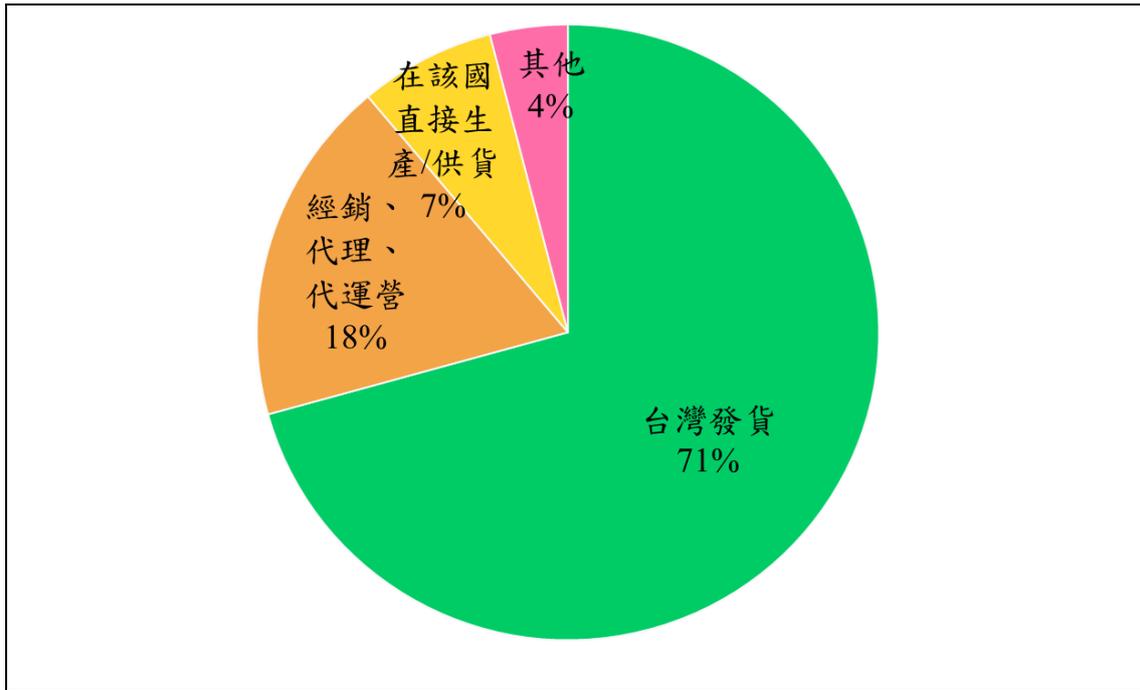
圖 6 網路商店進行境外銷售現況



資料來源：「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」，2013 年 11 月

圖 7 網路商店海外銷售對象國家

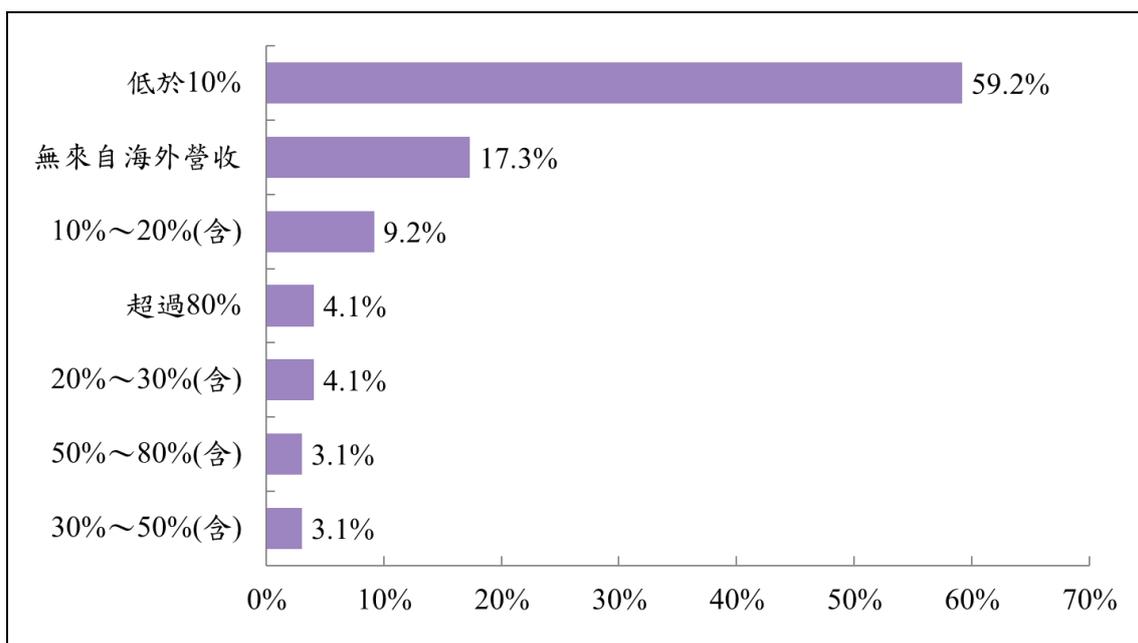
2012 年已經營的海外市場，主要以中國大陸市場為主（88.9%），香港及澳門（52.2%）次之，另外則來自美國、新加坡、馬來西亞都各占有 27.8% 的比例。可見除了中國大陸之外，東南亞國家亦有許多喜愛台灣商品的消費者，除了拓展中國大陸市場外，新興國家的市場發展可能亦不容小覷。



資料來源：「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」，2013 年 11 月

圖 8 網路商店境外經營方式

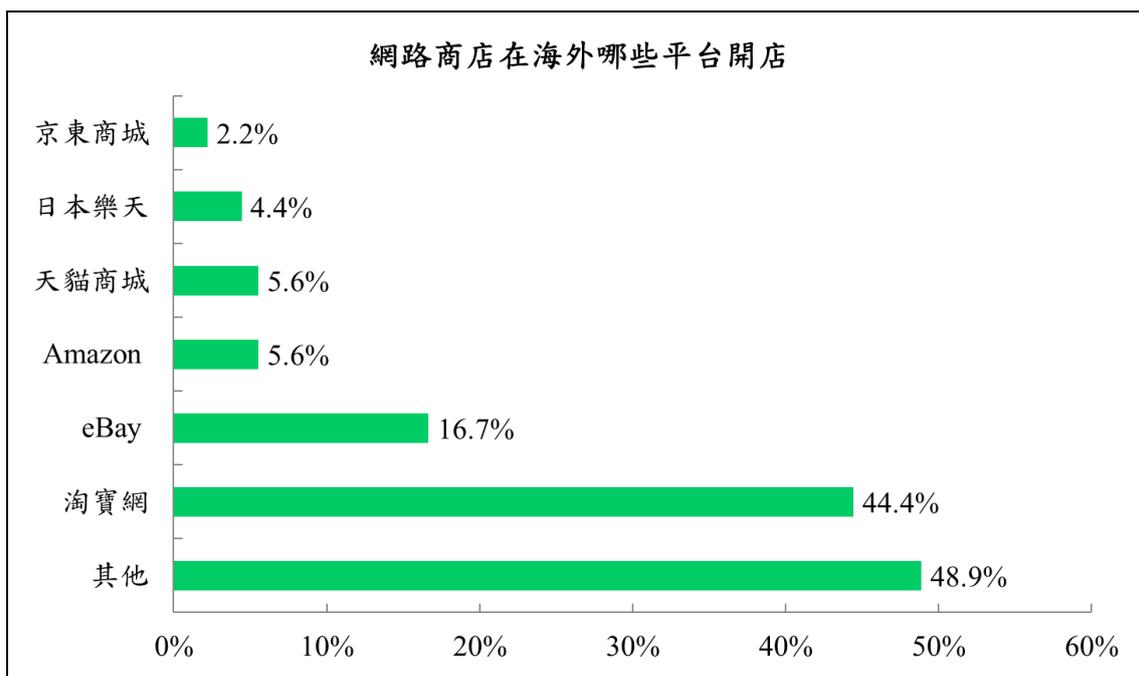
而已從事海外銷售的商家，則主要都還是以台灣為據點發貨（71%），其他則有商家以代運營的中間商協助經銷和商品代理（18%），少部分店家則已可在市場當地直接生產並供貨。



資料來源：「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」，2013年11月

圖 9 2012 年海外市場營收占總營收比率

經營海外市場的網店，大多將海外通路視為業績的輔助，目前約有 59.2% 的網路商店經營者從海外的獲利為該年度業績 10% 以下，但亦有 9.2% 的商店來自海外業績已達到 10~20% 的規模，更有 4.1% 的商店海外市場業績占比超過 80%，利用網路銷售商品，可將產品帶到更多不同的國家，即使不直接在海外市場營業，亦有機會展現好的商品。



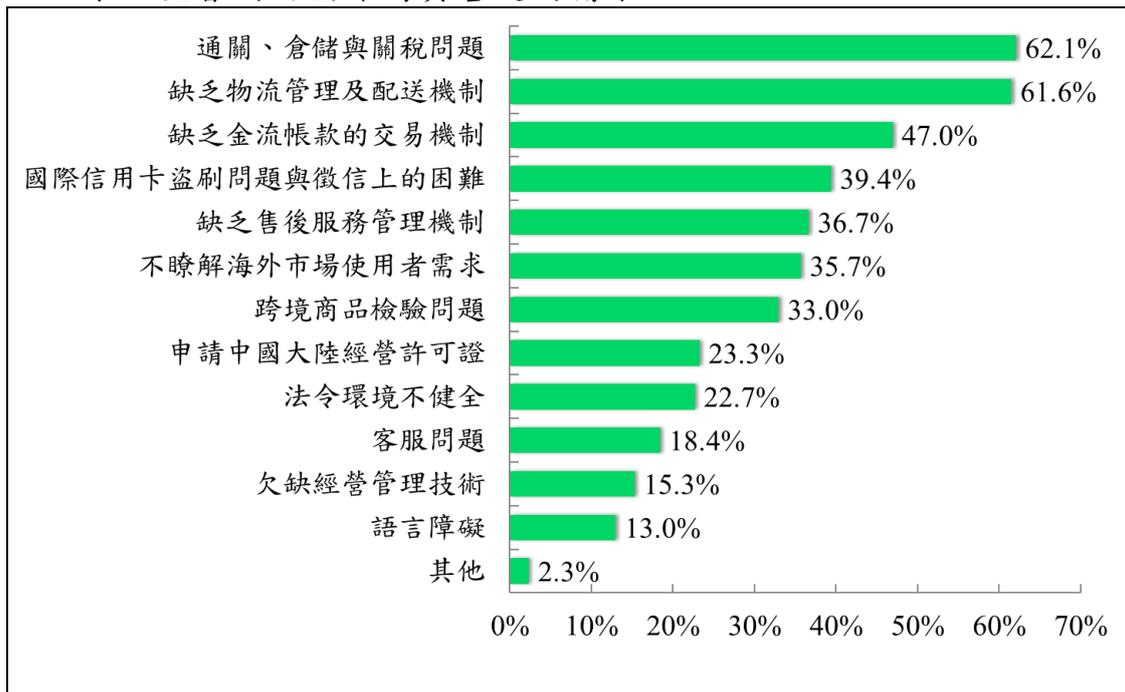
資料來源：「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」，2013 年 11 月

圖 10 海外市場主要選擇平台

海外平台中，有 44.4% 的店家選擇淘寶網作為開店平台，其次為 eBay，但僅占 16.7%，Amazon、天貓商城、日本樂天和京東商城皆有 2% 以上的賣家選擇為進入海外上場的媒介。而對外顧客行銷方式，其實與國內市場行銷的方式並無太大差異，以社群網站 Facebook 的 37.8%，為最主要的宣傳方式。

二、 跨國經營才人需求

目前仍有許多網路商家對於海外市場開拓仍抱持保留的態度，有62.1%的商家認為通關、倉儲和關稅問題也同樣造成跨境市場營運困難，61.6%認為因為缺乏物流管理及配送機制，導致跨境銷售的障礙，另外，因為跨境而難以控管金流，國際信用卡盜刷與徵信及金流帳款交易機制所引起的問題，為了減少問題產生，故企業對於跨國經營人才，就會偏向國際商貿營運的需求。



資料來源：「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」，2013年11月

圖 11 跨國經營障礙與問題

肆、 結論與建議

一、 結論

對於台灣的電子商務業者來說，台灣的電子商務市場雖然近年仍保持成長，但由於內需市場較小，且過多業者在這塊狹窄的市場中競爭，未來勢必得向境外拓展通路商機。2013年透過兩岸服務貿易協議下，促成兩岸電子商務出現重大突破，中國大陸同意台灣業者持股比重可突破五成，申請 ICP 經營許可證，得以試點方式經營全中國大陸網路事業，而台資持股達 55% 之合資企業，代表人可由台灣人擔任。目前許多人看好網路創業機會，積極想要投入，且原有實體店面的經營者紛紛看到電子商務虛擬店面的優勢，皆想投入虛實通路的經營。

整體而言，根據本次調查及訪談結果彙整，電子商務業者在未來一年(2014年)拓展時，最主要的人才需求為經營管理的人才，新增人才為了開拓國際市場並整合國內市場的管理，其次為行銷人才，因台灣國內電子商務市場行銷變化速度快，為了與購物中心的低價商品競爭，需要有對商品的策略及選擇適合的行銷組合的人才。

在關鍵人才取得時，感到困難的地方是「不易辨識招募對象的能力水準」及「年輕人就業力不足(就業力包括工作態度、穩定及抗壓性、團隊合作、溝通、問題解決、外語、國際觀等項目)」，由此可以推論，電子商務需要能同時多工且虛實複合經營人才，除了電子商務的經驗外，還需要各行各業的 KNOW-HOW，才有辦法打入這高速運轉的產業。

從消費者調查及各大平台對於行動商務投入的近況可看出，利用行動裝置瀏覽購物網頁並下訂的比例漸漸可追上利用電腦網頁下單，行動裝置對於消費者而言，是可以隨時查找物品價格的方便載具，消費者不只在有空閒時間會觀看購物網站，利用行動裝置更可以協助消費者在購物中進行購物決策，目前擁有智慧型手持裝置的消費者，已經開始將瀏覽網站的行為從原來的桌上型電腦移到手機上，許多購物平台也開始嘗試手機版網頁或是 App 的開發，利用設計過的簡化介面和購物流程，讓消費者可以在行動端購物無礙。

由此可知，APP 行動商務未來發展成為電子商務的核心，因此擁有 APP 開發技術經驗、或擁有 APP 跨裝置、跨媒體、O2O 等行銷經驗，將是未來市場的搶手人才。

二、建議

將與電子商務業者訪談結果，針對人才需求問題整理出以下 3 個建議。

1. 平台業者與學校合作：

協助平台大型業者與學校進行合作，培訓電子商務新生代，透過這樣的模式，提供學生創業及企業培育關鍵人才的管道。

2. 電子商務產業人才國際化培育：

近年談到境外市場經營，大多以中國大陸為目標，而在中國大陸本地電子商務市場版圖已成形的狀況下，本地的平台業者要跨入經營相對有難度。另外，以華文為主或是華文可溝通的東南亞地區，對台灣產品頗有好感，尤其是部分國家尚未有良好的電子商務模式形成的現況下，台灣廠商在這些國家尚有許多可以發揮的空間。

亞洲地區有不少國家正在發展或已經有不錯的網路基礎建設，但尚未構築起電子商務通路。如印尼的電子商務市場目前正在起步階段，國際業者也藉由收購或與通路合作等手段搶攻印尼內需市場，像是 eBay 也預計在近期加入戰局。

而馬來西亞的金流服務相對成熟，基礎建設也在東南亞國家名列前茅，因此電子商務的優勢較其它東南亞國家更為明顯，且馬來西亞消費者對台灣商品情有獨鍾，不少台灣網購品牌商以經銷方式將貨品銷至馬來西亞。近年來無論是自行成立、合作或是直接收購，大量的本土與國際業者開始湧入馬來西亞這個人口不到 3,000 萬的市場。

而泰國目前電子商務無論在網站設計、管理、行銷與物流，以及對於小型業者的認證等方面的品質，都有再提升的空間。由於整體環境不成熟，國際大型業者主要僅日本樂天直接參與當地市場，我國電子商務業者目前發展已趨成熟，有好的機會可參與到泰國電子商務的開發。

開設跨境知識人才培訓課程，安排如目標市場環境與現況、政策影響、通路現況與合作模式、法規、稅務、證照、通關檢驗、商標、金流、物流、推廣方式、行銷工具運用等主題，可快速具體瞭解跨境流程，並具備擬訂策略、營運網店、處理跨境業務等所需之基本知識。

3. 培養 APP 行動商務人才：

為了因應行動商務趨勢，建議可以先行透過法人單位或政府相關計畫，開設行動電子商務行銷、經營管理建議輔導和市場資訊講座和研討會。

附件一：問卷

經濟部商業司

『102 年度華文電子商務科技化與國際化計畫』

電子商務產業關鍵人才需求調查問卷

敬啟者：

您好！我們是來自財團法人資訊工業策進會的調查研究團隊，接受經濟部商業司之委託執行「102 年度華文電子商務科技化與國際化計畫」電子商務產業關鍵人才需求調查。本調查目的希望瞭解電子商務產業國際化關鍵人才之需求，以建立適切的人才培訓計畫，縮短國內電子商務廠商對於國際化關鍵人才的需求落差。由於貴公司為業界的代表性廠商，故期盼貴公司能提供寶貴的意見，做為政府未來擘畫電子商務業前景的基礎。

依據「2012 中華民國電子商務年鑑」中，電子商務業者分為 1. 電子商務應用服務商、2. 電子商務及交易支援服務商、3. 供應商。本調查將以問卷調查之方式進行，以了解國內電子商務業者經營現況，以及業者對於電子商務國際化專業人才與技能之需求，以作為政府施政及培訓專業人才之參考。

您在本問卷所提供之資料將完全作為本計畫整體統計分析之用，絕不作為個別發表或移作他用，請您放心填寫。問卷填寫完畢後可由傳真方式或直接回覆，如您對於本次調查有任何意見或指正，我們竭誠歡迎您給予我們最多的指導與建議，最後再次感謝您對本研究的支持！

敬祝 鴻圖大展！

財團法人資訊工業策進會 產業推動與服務處
計畫聯絡人：辜稜雯
電話：(02)6607-6151
傳真：(02)2655-8336
E-mail：aliceku@iii.org.tw

壹、 企業基本資料

一、公司名稱：_____；

二、貴公司所屬領域別：

1. 電子商務應用服務商 2. 電子商務及交易支援服務商 3. 供應商

三、填表人：_____；部門/職稱：_____

聯絡電話：_____；電子郵件信箱：_____

四、公司所在地理位置：

1. 北部(含：新北市、台北市、基隆市、桃園縣、新竹縣、新竹市、宜蘭縣)

2. 中部(含：台中市、苗栗縣、彰化縣、雲林縣、南投縣)

3. 南部(含：嘉義縣市、台南市、高雄市、屏東縣、澎湖縣、金門縣)

4. 東部(含：花蓮縣、台東縣(含綠島,蘭嶼))

貳、貴公司營運狀況(此為本研究之重要推估數據，敬請務必協助填答)

一、請問貴公司去年度(2012年)之營運狀況

(1)貴公司 101 年總營業額約為多少：_____萬元

(2)其中來自境外(海外地區)及外銷營收約占：_____%

二、貴公司預估至今(2013)年底營業收入，較去年度(2012年) 成長 衰退 持平

成長或衰退，幅度為：1. 未滿 10% 2. 10% 以上~未滿 20% 3. 20% 以上~未滿 50%

4. 50% 以上~未滿 80% 5. 80% 以上~未滿 90% 6. 100%

以上

三、展望未來 3 年(2014-2016)，請問貴公司預期營業收入是 成長 衰退 持平

成長或衰退，幅度為：1. 未滿 10% 2. 10% 以上~未滿 20% 3. 20% 以上~未滿 50%

4. 50% 以上~未滿 80% 5. 80% 以上~未滿 90% 6. 100%

以上

四、預估未來 3 年(2014-2016)新增總從業人數(含使用派遣人力)的成長率：_____%

(約平均每年新增_____人)

五、公司人力狀況

(1)請問貴公司目前(2013年9月底)有多少從業人員(含正式及使用派遣人員)? _____

人，其中男性有：_____人，女性有：_____人，其中境外(海外地區，指海外子公司或分公司)的從業人員有：_____人

(2)貴公司過去三(2010~2012)年來，平均每年的新增人員比例約_____%，有_____

人，其中有_____%來自同業，_____%來自異業，_____%來自

應屆畢業生。離退率約為_____%【註：離退率=一年內離退人員的累加/當年年底人員總數】

肆、關鍵職缺問項

關鍵職缺指於貴公司具有專業技術或能力之人才職類（不包括行政、會計、總務及工讀生），或影響事業發展之關鍵人才。

一、人才結構情形（請依據選/填項說明於空白欄位填答）

問項	選/填項說明	關鍵職缺			
		管理類人才	技術類人才	商品類人才	行銷類人才
現有人才情形(2013年4月底)	人數約_____人				
今年人才預計新增(2013年12月底)	需_____人				
基本學歷需求(單選)	A.博士 B.碩士 C.學士(含二/四技) D.專科 E.高職/中 F.不限				
基本科系需求	(可參考核心科系) (請依重要性排列順序)				
基本能力需求	(可列選項或開放填答) (請依重要性排列順序)				
基本工作年資需求(單選)	A.未滿1年(含無經驗) B.1年以上~未滿3年 C.3年以上~未滿5年 D.5年以上 E.不限				
平均起薪約為(新台幣元)(單選)	A.2萬以下 B.2萬以上未滿4萬 C.4萬以上未滿6萬 D.6萬以上未滿8萬 E.8萬以上未滿10萬 F.10萬以上				

核心科系名稱：企業管理學系、資訊管理學系、科技管理研究所電子商務、資訊及電子商務學系、電子商務管理學系、電子商務學系等。

二、人才招募情形(請依據選/填項說明於空白欄位填答)

問項	選/填項說明	關鍵職缺			
		管理類人才	技術類人才	商品類人才	行銷類人才
人才招募 主要供給來源 (請填選2項)	A.應屆畢業生 B.內部升遷 C.外部培訓機構培訓 D.國內同業攬才 E.國內異業徵才 F.其他				
人才招募 難易程度 (單選)	A.容易招募(1個月以內) B.普通(1個月以上~未滿 2個月) C.具有困難(2個月以上)				
海外攬才需求 (請於具需求之欄 位，填寫內容)	需求國家別 ¹				
	需求人數				
	工作內容				
海外攬才是否 遭遇困難	A.無困難，可自行招募 B.有困難(請於右方欄位 說明困難原因)				

2.是否同意經濟部運用本調查第壹項企業基本資料，與貴公司聯繫，溝通招募海外人才事宜？

同意 不同意

¹ 如有填寫多個國家，請填寫對應的各國需求人數，例如美國5人、日本3人。

三、培訓需求情形

1.請問 貴公司現有的人員中，有那些人員的技術有落差，需要再培訓？以及需要再培訓的情形為何？

關鍵職缺	需要再培訓的情形(請勾選)		建議培訓的內容
	不需要培訓	需要培訓	
		針對在職員工提升技能	
管理類人才			
技術類人才			
商品類人才			
行銷類人才			

2.請問貴公司培訓員工的主要方法有哪些?(請您選出主要的三項方式)

- (1) 委託外部訓練機構，在公司內舉辦訓練
- (2) 內部講師舉辦公司內訓練
- (3) 師徒制或教練制
- (4) 知識分享，如：線上專家、讀書會
- (5) 線上學習(E-Learning)
- (6) 工作中學習(On Job Training)
- (7) 派員參加市場上的公開課程
- (8) 參加企業合作夥伴；關係企業以及母公司的培訓
- (9) 其他，_____

3.無工作經驗之新進專業人才(如應屆畢業生)平均需在職多久後，才能發揮產能(對公司產生貢獻)? 約_____個月。

4.承上題，無工作經驗之新進專業人才(如應屆畢業生)在發揮產能之前，貴公司平均對每位投入的費用(含薪資、培訓等)? 約_____萬元。

5.請問貴公司去(101)年的在台員工教育訓練共_____人次，海外員工來台訓練共_____人次/年。

6.請問貴公司於主管類人員每年每人之培訓預算約為多少?(單選)

- (1) 未滿 4000 元；
- (2) 4000 以上~未滿 8000 元；
- (3) 8000 以上~未滿 12000 元；
- (4) 12000 以上~未滿 16000 元；
- (5) 16000 以上~未滿 20000 元；
- (6) 20000 元以上

肆、政策問項

政府積極推動「產業轉型」、「產學合作」，本問項希望可以瞭解企業相關的人才發展策略與需求，作為政府研擬未來對策之參考。

■ 有關企業營運轉型與知識需求的議題

1.請問貴公司未來3年是否針對下列發展方向推動企業轉型?(可複選)

- (1)強化現有服務(售後、租賃等)、建立自主品牌、透過專利獲取利潤或以顧客角度設計新產品與服務模式等
- (2)透過資訊科技強化現有顧客服務，或是衍生的新服務
- (3)發展國際化，包括海外展店、行銷國內外籍顧客等等。
- (4)發展商業模式特色，於商品、通路、品牌等中，加入美學設計、文創和環保等元素。
- (5)沒有發展上述方向(跳答第3題)

2.承上題，請問貴公司在推動上述營運方向時所遇到的困難為何?(可複選)

- (1) 不甚瞭解服務創新的整體內涵與作法。
- (2) 難以掌握未來服務需求之趨勢。
- (3) 缺乏設計服務模式建立的方法。
- (2) 不熟悉如何進行服務模式的效能分析。
- (4) 難以透過組織管理推動服務創新模式。
- (5) 其他，_____

■ 有關產學合作的議題

3.請問目前是否有推動下列產學合作?

- (1) 提供實習機會..... 有 無 計畫中
- (2) 研發專案合作..... 有 無 計畫中
- (3) 與學校共同開辦課程/學程..... 有 無 計畫中
- (4) 於學校設立研發中心..... 有 無 計畫中
- (5) 其他方式，_____

4.請問推動產學合作所面臨的主要困難是什麼?(選答2項)

- (1)難以找到合作學校科系
- (2)無法掌握產學合作的模式與方法
- (3)缺乏實務性師資或教材
- (4)缺乏實作軟體或設備
- (5)現行體制學生實習時間不足
- (6)企業投入很多成本培訓實習生，但畢業後學生往往無法留任
- (7)無困難

(8)其他， _____

5. 貴公司現行人才發展工作中，所遇到之困難為何？(至多請勾選 2 項)

- (1)無困難
- (2)優秀人才易被其他產業或國家挖角
- (3)不易辨識招募對象的能力水準
- (4)專業人才數量不足
- (5)年輕人就業力不足(就業力包括工作態度、穩定及抗壓性、團隊合作、溝通、問題解決、外語、國際觀等項目。)
- (6)薪資與福利競爭力相對不足
- (7)工作場所條件較差
- (8)專業能力不足
- (9)其他(1) _____;(2) _____

6. 政府下列何種措施最能幫助貴公司的人才發展工作？(至多請勾選 3 項)

- (1)推動在職培訓，加強所需專業知識水準
- (2)養成待業者轉入新興產業所需技能 (如綠能產業、數位內容產業)
- (3)建置產業職業能力規格，引導就業者產業專業能力
- (4)推動專業認證，鑑別能力水準
- (5)協助企業與學校推動產學合作
- (6)多辦海外攬才工作
- (7)辦理就業媒合的工作博覽會
- (8)在大專學校的大學部多設立相關課程，那一類課程_____
- (9)在大專學校的研究所多設立相關課程，那一類課程_____
- (10)其他： _____

§ 本問卷至此全部結束，由衷感謝 貴公司的協助，也謝謝您在百忙之中能夠撥空填寫！