

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 103 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.....	5
貳、 電子商務產業人才需求分析.....	6
一、 人才需求調查方法與架構.....	6
二、 未來人才需求分析.....	6
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、 跨國經營人才需求.....	18
肆、 結論與建議.....	19
一、 結論.....	19
二、 建議.....	20
附件一：問卷.....	23

圖目錄

圖 1 電子商務產業價值鏈.....	2
圖 2 2014 年網路商店調查員工人數.....	3
圖 3 2014 年網路商店調查成立年資.....	4
圖 4 台灣電子商務產值分析.....	7
圖 5 網路商店跨境銷售情形.....	14
圖 6 網路商店發展之海外市場.....	15
圖 7 網路商店銷售到海外的管道.....	16
圖 8 境外營收占網路商店營收比.....	17
圖 9 網路商店的境外銷售平台.....	17
圖 10 網路商店之跨國經營障礙.....	18

表目錄

表 1 電子商務人才需求推估數量.....	9
表 2 關鍵職缺人才需求條件分析.....	9
表 3 關鍵職缺人才培訓方法.....	12

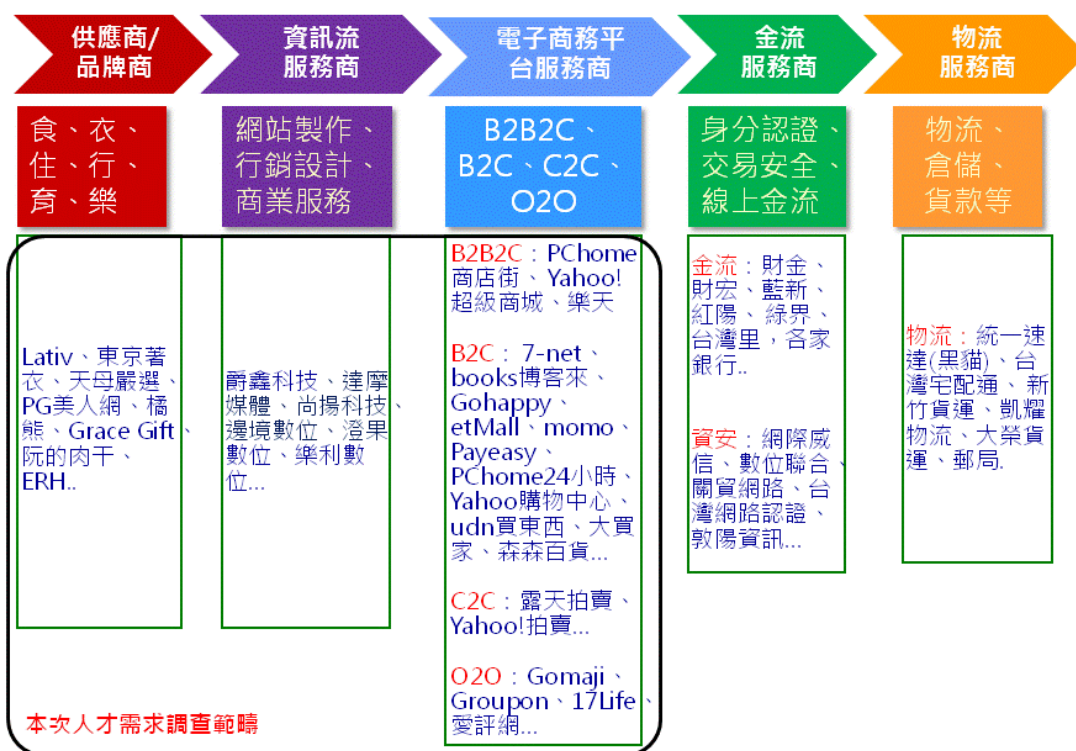
壹、電子商務產業現況與趨勢

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 FIND 調查，2013 年台灣經常上網人口來到 1,109 萬人，而整體商用網際網路帳號總數為 2,492 萬。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。

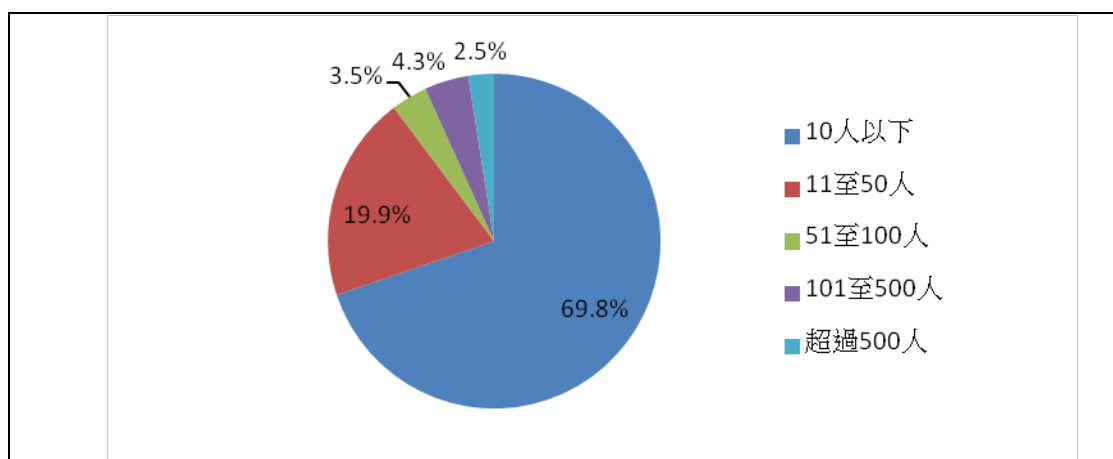


資料來源：經濟部商業司「華文電子商務科技化與國際化計畫」

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以小型賣家占大多數，公司總員工數在 10 人以下的占 69.8%，再加上 50 人以下的賣家，約達到九成以上。

有效樣本結構依照網路商店員工人數，如下所示：

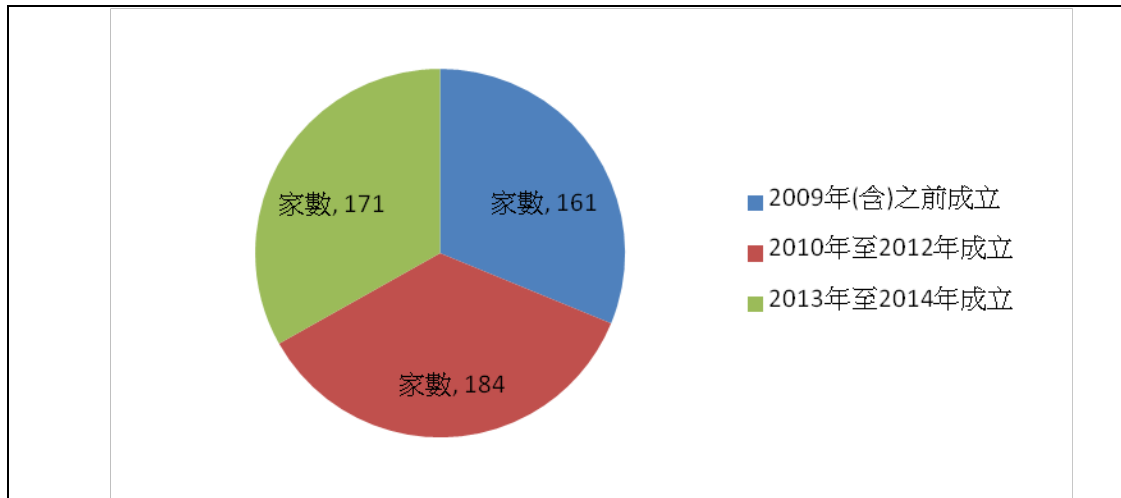


資料來源：經濟部「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」

圖 2 2014 年網路商店調查員工人數

發現約有 1/3 的網店是在 2013 年至 2014 年成立、約有 1/3 的網店是在 2010 年至 2012 年成立，表示參與本次調查之網店有三分之二強是在近五年中成立的。只有 1/3 的網店填答是在 2009 年之前成立，有可能是因為網店競爭激烈、經營不易，能夠支持超過五年以上之網店在本次調查中未占多數。

至 2004 年網路行業經營模式漸趨於穩定，也反映在本次調查中所成立的商店數，其後一直到 2013 年，網路商店成長的趨勢皆未減緩，2014 全年成立商店數可望超越 2013 年的總數量。顯示自 2008 年到 2010 年左右成立之商店數開始有明顯增加，之後一路攀升。



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 2014 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. 供應商/品牌商 2. 資訊流服務商 3. 電子商務平台服務商為主要調查對象，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物流主管人才、行銷企劃人才、產品企劃人才、支付服務工程師、APP 程式開發工程師、網頁程式工程師技術人才等。

四、 產業趨勢之人才需求方向

依據 2014 年經濟部商業司「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」調查顯示，我國 B2C 電子商務市場產值為新台幣 5,367 億元，較 2013 年的新台幣 4,511 億元成長 16.1%；如包含 C2C 電子商務 3,541 億元營業額，2014 年市場產值更達到新台幣 8,909 億元；且預估 2015 年時，更可超越新台幣 10,000 億元，因電子商務屬於國際化競爭模式，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、公協會的會員及資訊流服務商名單進行調查，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。

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 2013 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

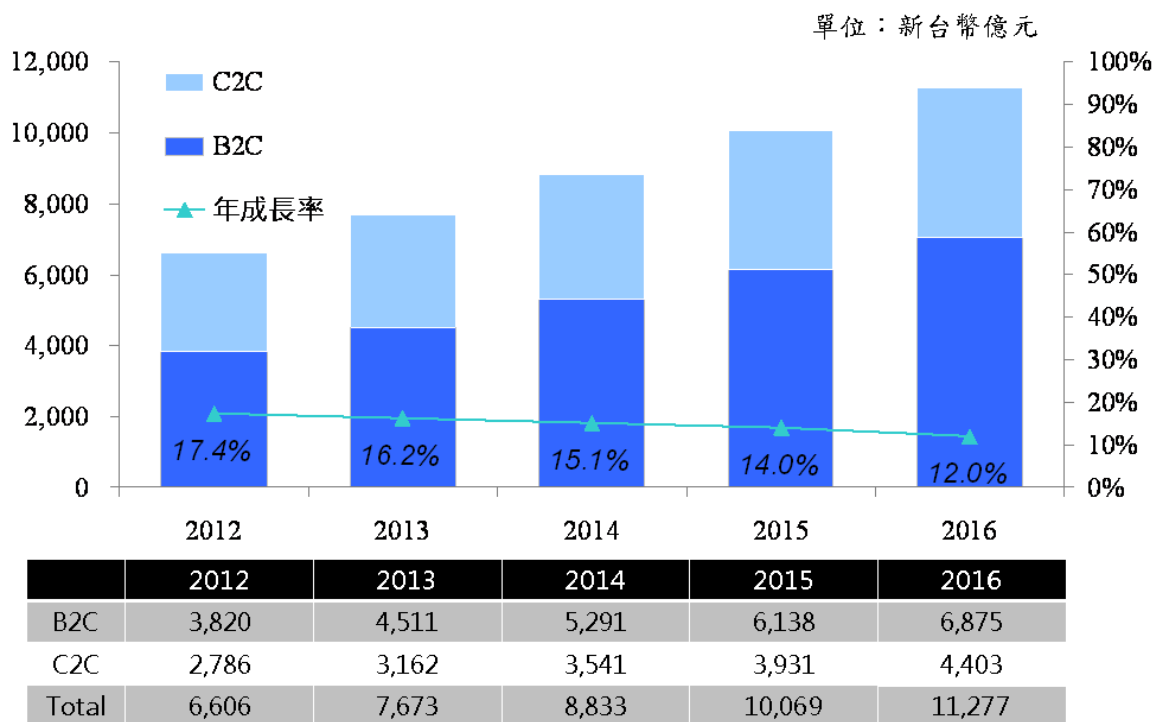
二、未來人才需求分析

(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 2014 年 2 月的統計數據顯示，全球 B2C 電子商務的買家規模達到 1.5 萬億美元，今年新興市場的增長驅動亞太跨越了北美，成為全球最大的區域市場電子商務，電子商務銷售額將增長 20.1%，亞太地區 B2C 電子商務銷售額預計將達到 5252 億。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 2014 年帶動我國 B2C(5,367 億元)及 C2C(3,541 億元)電子商務市場產值達 8,909 億元，年成長率達 16.1%，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 2014 年 11 月底，網路開店家數約為 58,334 家，故可推估網路店家基期從業人數為 17.5 萬。

根據 MIC 調查推估的電子商務產業產值發現，其成長率在 17%~10% 之間，因此，在人才需求推估模式中，以±3.74% 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 13,902 人、15,570 人、17,280 人，在景氣持平的情形下，新增之人才需求數量為 13,401 人、15,009 人、16,657 人，在景氣保守的情形下，新增之人才需求數量為 12,900 人、14,448 人、16,034 人，其推估情形如下表。

表 1 電子商務人才需求推估數量

景氣情境	2015			2016			2017		
	樂觀	持平	保守	樂觀	持平	保守	樂觀	持平	保守
預估產值(萬元)	104,455,806	100,690,000	96,924,194	116,990,503	112,772,800	108,555,097	129,836,060	125,155,253	120,474,447
預估產值成長率(%)	17.74%	14%	10.26%	15.74%	12%	8.26%	14.72%	10.98%	7.24%
新增人才需求(人)	13,902	13,401	12,900	15,570	15,009	14,448	17,280	16,657	16,034

資料來源：本計畫整理

(三) 未來人才需求職務類別

在未來人員需要的職務類別為物流主管人才、行銷企劃人才、產品企劃人才、支付服務工程師、APP 程式開發工程師、網頁程式工程師技術人才如下說明。

表 2 關鍵職缺人才需求條件分析

關鍵職缺	工作內容簡述	基本學歷/ 科系背景	能力需求	基本工作年資	人才招募 難易度
物流主管 人才	1. 物流中心 營運管理 2. 協助公司之組 織規劃、制度 流程設計	學士/運輸管理相 關、統計學相 關、商業及管理 學科類等	<ul style="list-style-type: none"> 瞭解儲配運輸物 流、倉儲的基本作 業及電子商務物 流 異常營運分析、檢 討與改善 物流中心事項協 調 	5 年以上	普通
行銷企劃 人才	協助執行推動 行銷案	學士/不限、管理 學科類等	<ul style="list-style-type: none"> 行銷製作物規劃 與執行 品牌行銷管理及 	2 年以上	易

關鍵職缺	工作內容簡述	基本學歷/ 科系背景	能力需求	基本工作年資	人才招募 難易度
			策略擬定 • 異業合作規劃與執行 • 網站企劃能力及網路活動規劃與執行		
產品企劃人才	協助產品資料建檔、更換版面與廠商溝通日常事宜	學士/不限、管理學科類等	• 了解市場脈動調整競爭策略之能力 • 具供應商及商品開發之能力 • 商品上市價格訂定與執行 • 商品銷售行銷活動規劃及洽談	2 年以上	普通
支付服務工程師	網站與 API 開發及維護	學士/不限、資訊工程類等	• 擅長 PHP 、MySQL Oracle 、PL/SQL 及 jQuery / HTML / CSS • 熟悉 MVC Framework • 有使用或開發 Restful API 經驗	2 年以上	普通
APP 程式開發工程師	app 開發 Android 及 iOS	學士/不限、資訊工程類等	• 擅長 Java 、MS SQL 、	2 年以上	普通

關鍵職缺	工作內容簡述	基本學歷/ 科系背景	能力需求	基本工 作年資	人才招募 難易度
	平台		MySQL 、Oracle <ul style="list-style-type: none"> 熟悉 android/iOS 系統架構，可獨立完成 app 開發 具 JavaEE 程式開發經驗 		
網頁程式工程師	各種網站版型架構及設計互動動態效果與後端程式開發配合完成電商平台	學士/不限、資訊工程類等	<ul style="list-style-type: none"> 具有 APP layout 或 mobile web 設計 具有前端網頁程式開發(HTML5 +CSS3 +JavaScript) 需具視覺構成與版面編排美感設計與管理能力 	3 年以上	普通

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 3 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%

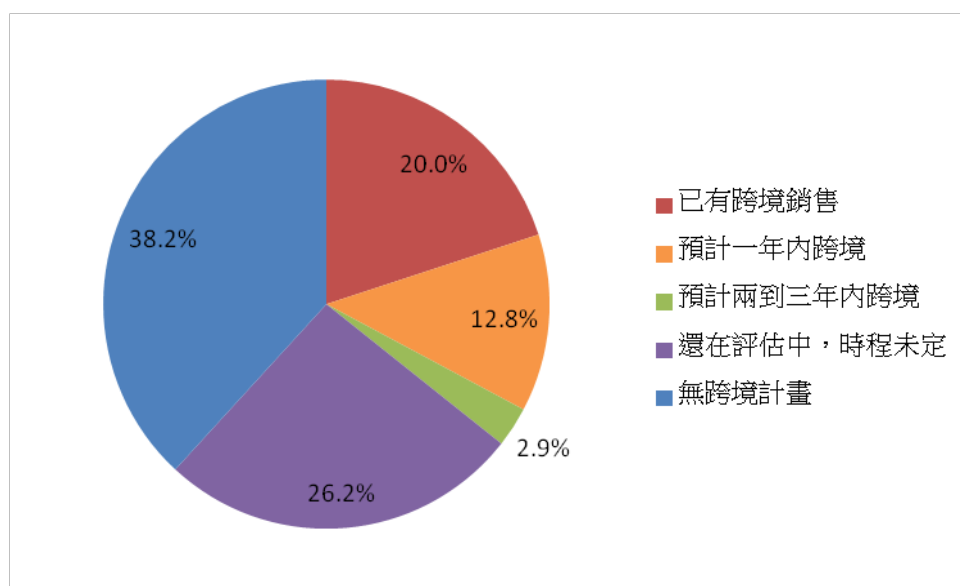
資料來源：本計畫整理

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

雖然台灣目前網路商店經營現況對於跨境銷售大致上仍抱持著觀望態度，但在本次調查中，已有跨境銷售的網路商店較 2012 年的 17.5% 成長到 20.0%，預計在一年內展開跨境計畫的網路商店也從 2012 年的 11.1% 成長到 12.8%。整體而言，有跨境銷售或開始展開評估跨境計畫的網路商店已經達到 61.8%，跨境經營之布局已逐漸形成中。網路商店跨境銷售情形請見下圖。

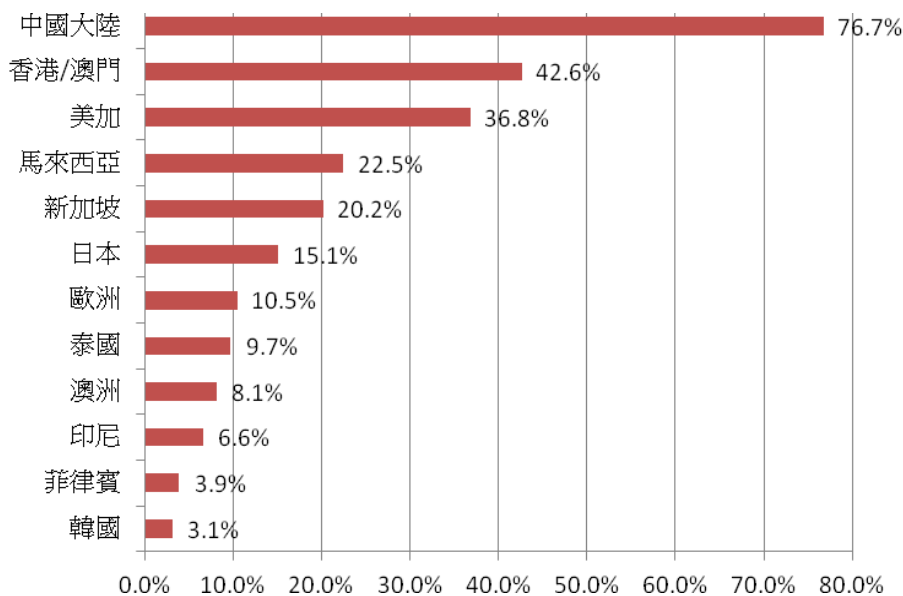


資料來源：「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」，2014 年 11 月

圖 5 網路商店跨境銷售情形

積極布局跨境網銷的樂天市場就表示服務已經遍及全球 28 個市場，台灣樂天也於 2014 年 9 月攜手 27 個樂天市場購物網上品牌店家，集結超過 5,000 件商品，正式啟動跨境銷售全新電商服務模式，帶領平台賣家進軍東南亞市場，首站為新加坡。樂天透過獨有的「樂天超級物流」(Rakuten Super Logistics) 系統以及金流系統服務，輔助網路零售商處理跨境物流及金流的問題。因此，想要突破網路購物市場進行海外跨境銷售，或許由 B2C 平台商以及 B2B2C 平台商帶領其上的店家，會比小型零售商單打獨鬥面對海外市場，更加有發展起來的可能。

在網路商店所經營的海外市場中，仍以文字語言相通的中國大陸為大宗，占 76.7%，其次為香港、澳門地區，有 42.6%。之後除了美加市場外，同樣以高比例使用華文的馬來西亞、新加坡分屬四、五名。而韓國可能是因為國家保護政策、亦或是本身網購市場已達飽和，缺乏台灣網購商店加入的空間，故在台灣網購商店發展之海外市場中敬陪末座。



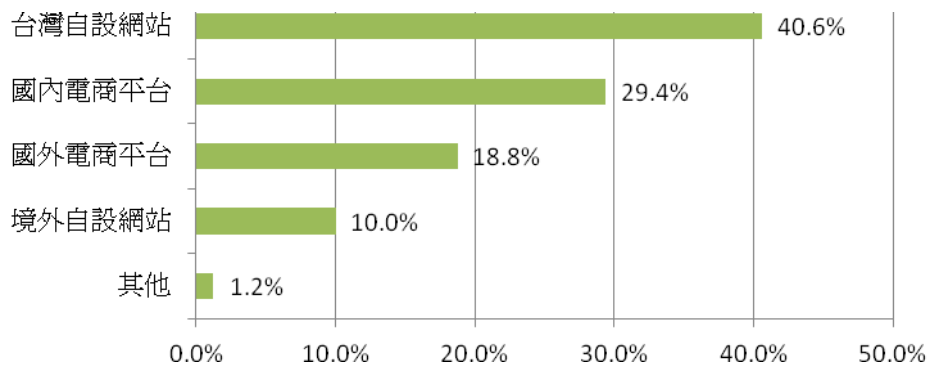
資料來源：「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」，2014 年 11 月

圖 6 網路商店發展之海外市場

以各個主要境外銷售市場與網店銷售商品類型做交叉分析，各境外銷售市場前幾名銷售商品如圖 5-3 至圖 5-7。中港澳市場可能是因

為距離台灣較近，故面向此市場之網店以販售實體商品為主，商品類型排名也與台灣市場接近。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%。

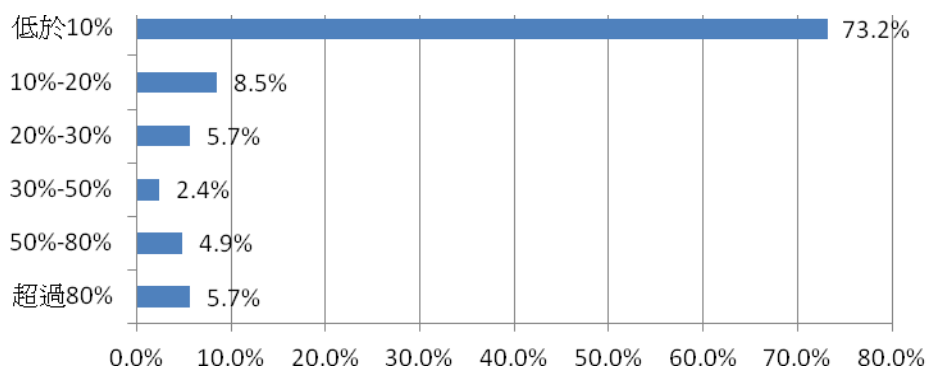
有 40.6% 的網路商店是利用自設在台灣網站銷售到境外，其次有 29.4% 是利用國內電商平台銷售出境，可觀察到要架設外國語系的網站或是利用國外電商平台，對網路商店賣家而言可能需要更多的資源方能達成。



資料來源：「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」，2014 年 11 月

圖 7 網路商店銷售到海外的管道

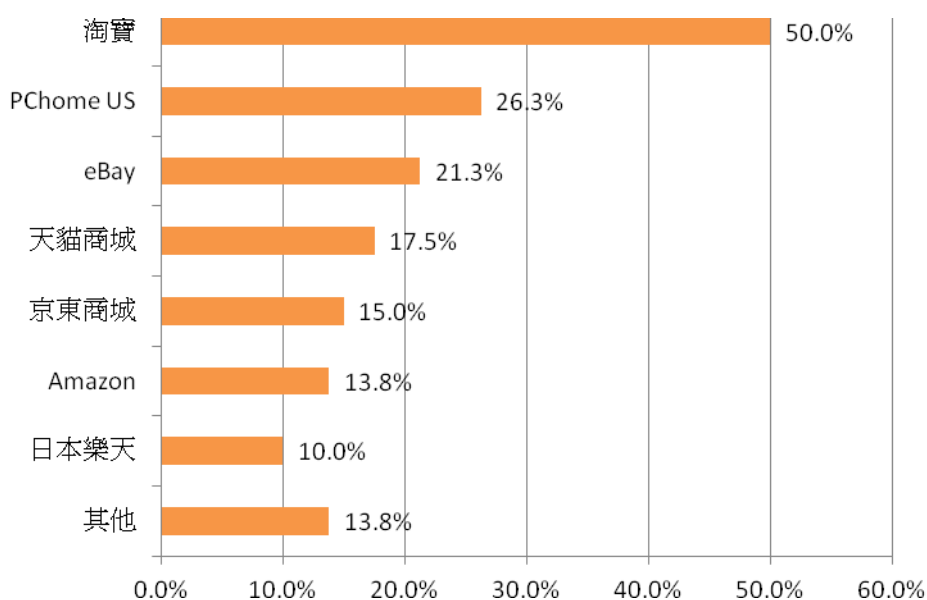
以營收面來看，超過七成有境外銷售的店家表示海外營收僅占總收入的 10% 以下，僅有一成左右的店家有超過 50% 的營收來自跨境銷售，故台灣網路商店跨足海外市場仍有相當的發展空間，或許仰賴平台及政府的協助推波助瀾，在未來幾年會有較顯著的成長。



資料來源：「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」，2014年11月

圖 8 境外營收佔網路商店營收比

有進軍境外市場的網路商店，有 50.0% 是在淘寶網上開店，由於語言文字相通，進入門檻不高。其次有 26.3% 的網路商店經由 PChome 設立的 PChome US 平台開店，其介面為中文且提供賣家金流及物流服務。其餘除了 eBay 與 Amazon 是屬於美國知名網購平台，選擇天貓商城與京東商城的理由大約也是因為語言的因素。圖 5-10 為本次調查中，網路商店所選擇境外銷售平台的比率。

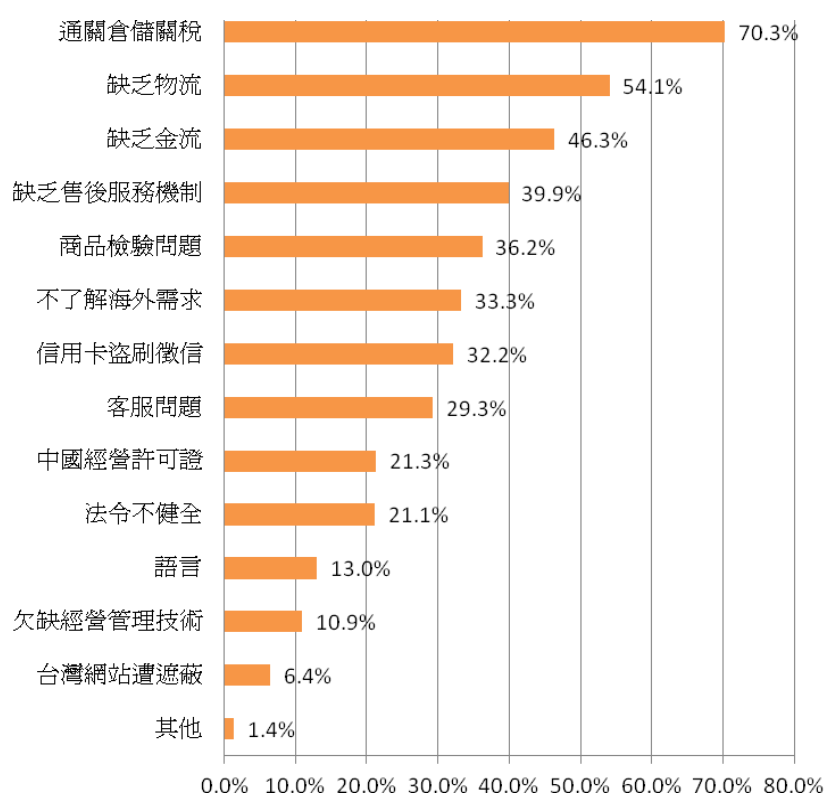


資料來源：「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」，2014年11月

圖 9 網路商店的境外銷售平台

二、 跨國經營人才需求

通關倉儲關稅一直是網路商店在跨國經營障礙上居高不下的原因，本次調查當中有 70.3% 的網路商店表示困擾，2012 年同樣也是排名第一的障礙。故從本次調查中發現，網路開店業者最重視的問題依然是圍繞著成本做考量，所有會增加營運成本的因素，都會成為網店業者經營上的阻礙。另外要跨足海外市場，物流（54.1%）、金流（46.3%）、及售後服務（39.9%）等也是業者擔心的問題。為了減少問題產生，故企業對於物流人才、行銷企劃人才、產品企劃人才、支付服務工程師、APP 程式開發工程師、網頁程式工程師的需求相對應提高。



資料來源：「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」，2014 年 11 月

圖 10 網路商店之跨國經營障礙

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。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。

網路商店雖對景氣抱持樂觀，在擴展通路上的態度仍呈現保守。本次調查的樣本中，有 51.6% 的網路商店表示只單純經營網路通路，比 2012 年的 45.3% 更加上升。然而在調查中呈現，有虛實整合通路的商店獲利表現優於僅單純經營網路通路者，一方面可能是已有穩定獲利之廠商才有能力增設實體通路，另一方面也有可能是對於消費者來講，實體與虛擬通路有互補作用。因此若已在網購市場有穩定獲利之店家，可權衡成本與獲利能力，考量是否有能力負擔實體店面，以加強品牌形象。對於小型網店，增設實體通路或有其資源運用上的困難，因此可從強化產品資訊品質著手，或採取與實體業者結盟方式，以達虛實整合之效。

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(2015 年)拓展時，供應商/品牌商為突破跨境業務成長之瓶頸，業者對於行銷及產品企劃人才需求迫切，學校相關科系人才不缺，唯缺素質好及有經驗之專業人才，另外因有能力增設實業者也出現虛增聘門市銷售人才的需求。資訊流服務商 隨著 4G 行動寬頻釋出，以及行動載具科技化發展迅速，105 年以後行動應用市場需求逐步提高，業者積極創新行動應用，需要大量程式應用人才投入，但缺素質好及有經驗之專業人才。電子商務平台服務商者：美國 Amazon 及日本樂天透過大規模建設或併購物流中心來強化物流掌控，且隨著第三方支付需求升高，為打進國際電子商務應用市場，需要物流及支付服務工程師投入，但缺素質好及有經驗之專業人才。

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。

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 2 個建議。

1. 電子商務產業人才國際化拓展：

網際網路最令人稱許的即為其不受時空限制的特色，台灣電子商務業者想要拓展市場，勢必會受到來自國際的許多挑戰。

當台灣網購業者不再把競爭對手侷限於台灣境內時，最重要的就是如何打出台灣製造的品牌價值。台灣製造的商品相較於陸製低價品，一向被視為品質的保證，與其陷入削價競爭的價格戰泥淖，或是拚命在降低成本（cost down）上絞盡腦汁，不如思考如何維持品質做好台灣品牌價值，或是利用創意開發出獨一無二的商品，朝提升品質、精品化邁進。

根據 2013 年電子商務年鑑顯示東南亞市場後續看漲，調研機構 eMarketer 預估 2013 年印尼 B2C 電子商務約 17.9 億美元，成長率為 71.3%，成長幅度居亞太地區之首，其中中產階級人口快速增加是主要成長動力。主要電子商務通路：有 50% 消費者透過 Facebook 販售或消費商品，由於網路信任度低，故消費者喜好透過社交網路觀察賣家行為，一般電子商務最大業者為 C2C 通路的 KasKus，有 49.2% 消費者使用，2013 年註冊用戶已達 650 萬，月訪問數達 3,500 萬，並推出行動網購與測試版金流服務 Kaspay。

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。

建議平台大型業者與學校進行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。

2. 培養 APP 行動商務人才：

目前台灣網路購物已成為消費者習以為常的購物管道，值得觀察的便是由電腦跨足手機的行動商務市場。過去手機受限於螢幕尺寸，消費者利用手機在瀏覽購物網站時有時無法獲取完整的資訊，因此購物網站必須推出行動版網頁或行動商務 App，來迎合廣大的手機上網族群。而當 2014 年 9 月連一向堅持 4 吋螢幕的 Apple 公司都推出了大尺寸 iPhone 6，顯示大尺寸螢幕已成為智慧型手機不可逆的趨勢，使用手機瀏覽網頁的用戶將只增不減。故行動商務勢必成為兵家必爭之地，能夠提供給消費者便利使用手機即可訂購網購商品的店家或平台，將在行動商務藍海搶得先機。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

- | |
|--|
| <p>1. 本調查依據統計法第二十條規定「政府辦理統計時，被調查者無論為機關、團體或個人，均有據實詳盡報告之義務。」</p> <p>2. 本表所填資料係供研訂整體產業發展計畫與施政決策等應用，個別資料絕對保密不做其他用途，請惠予合作，詳實填報。</p> |
|--|

經濟部商業司

『103 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「103 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。

電子商務業者分為 1. 供應商/品牌商 2. 資訊流服務商 3. 電子商務平台服務商。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：辜綾雯
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. 供應商/品牌商 2. 資訊流服務商 3. 電子商務平台服務商

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(2013年)之營運狀況

(1)貴公司 102 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(2014)年底營業收入，較去年度(2013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(2015-2017)，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(2015-2017)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(2014年5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(2011~2013)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					
		物流人才	行銷企劃人才	產品企劃人才	支付服務工程師	APP 程式開發工程師	網頁程式工程師
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						

問項	選/填項說明	關鍵職缺					
		物流人才	行銷企劃人才	產品企劃人才	支付服務工程師	APP 程式開發工程師	網頁程式工程師
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					
		物流人才	行銷企劃人才	產品企劃人才	支付服務工程師	APP 程式開發工程師	網頁程式工程師
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		針對新進員工縮短上手時間
物流主管人才				
行銷企劃人才				
產品企劃人才				
支付服務工程師				
APP 程式開發工程師				
網頁程式工程師				

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！