

# 摘 要

2009 年《中小企業之經營動向》是 2009 年「中小企業白皮書編撰計畫」的子研究計畫之一，旨在提供 2008 年《中小企業白皮書》第一篇所需的基本現況資料；另外，也針對與中小企業相關的經貿、政策等議題作應用分析。本研究摘要如下：

中小企業家數、銷售值：由財政部營業稅徵收資料統計結果，2008 年台灣中小企業，在家數方面：約有 123 萬 5 千家，占全體企業家數的 97.70%，但較 2007 年衰退 0.20%；中小企業以服務業居多（占 80.28%），且多採獨資經營（57.72%）；經營行業主要為批發及零售業（占 52.51%）；有 46.40%分布在北部地區。在銷售方面：銷售值及內銷值較 2007 年微幅減少（分別為-0.18%及-0.28%），而出口值則微幅增加（0.34%）；內銷比率占 84.28%；製造業出口值占中小企業總銷售值超過七成。

2008 年企業主為女性的企業，家數占合計總家數 35.43%；有 98.83%為中小企業，服務業占 85.88%；採獨資方式經營占 64.63%，比率超過男性企業的 52.40%；營收有 83.26%來自內銷。54.92%經營批發及零售業。

中小企業財務、融資：2007 年中小企業之基金及長期投資比率較 2006 年微幅減少，流動資產比率則劇降 13.2 個百分點，而固定資產比率則大幅增加 12.01 個百分點，主要係來自土地及房屋。流動比率大幅降低 102.6 個百分點，速動比率亦大幅降低 103.04 個百分點，長期負債比率較 2006 年減少 0.08 個百分點，短期負債比率則略為增加。中小企業流動負債占全體負債比率為 87.61%，約近九成，較大型企業該比率的 73.38%明顯偏高，反映中小企業面臨更大的短期資金融通壓力。另外，受到國際油價的持續飆漲的影響，中小企業的營業成本較 2006 年大幅提升，導致了大幅的虧損，營業毛利率為-55.10%。

關於銀行放款，一般銀行（含外國銀行在台分行）迄 2008 年 12 月底，對中小企業放款（含催收款）總餘額為 3 兆 1,678 億元，較 2007 年底 3 兆 938 億元，增加 740 億元。顯示我國銀行在過去一年多來對中小企業的放款總額增加。

中小企業勞動力及人才培訓：2008 年歷經全球金融風暴，台灣經濟亦受到波及，但中小企業就業人數、受雇人數仍然成長，不過，非自願從中小企業失業人數也同時增加，轉業人數也大幅縮減，工作時數變化不大，但薪資水準則因產業別不同，互有增減，顯見中小企業受金融風暴影響程度差異性頗大，不應遽下結論。

雖然景氣下滑，但中小企業卻更重視人才培訓，特別是有數家企業共同參與的聯合型人才培訓計畫，參加的家數增加，而一般參加職業訓練的人次也大幅增加。不過，整體企業職業訓練經費比例卻大多下滑，可能的原因是，參與職業訓練很多屬於勞工個人行為。

比較兩岸三通後貿易、投資與產業結構之變化：兩岸的三通直航可以為台灣的經濟帶來諸多好處，一般而言較顯而易見的有三點：(一)大幅降低時間成本及運輸成本，(二)兩岸和諧氣氛，有助於吸引外資投資，(三)促使臺商根留台灣，提升經濟格。但是這些好處亦有可能反過來對台灣造成傷害。雖然，三通直航有助企業降低經營成本、提升效率，但是相對地，中國的企業一樣享有這些優勢，三通直航亦可能造成產業空洞化，資金、技術、人才加速流向中國、國內失業率提高的負面衝擊。另外，目前中國的經濟力量正積極擴張，吸引世界各國前往投資，面對這樣的局勢，台灣將有被「邊陲化」的隱憂。台灣的核心競爭力在於精良的製造生產能力、研發創新及管理人才優勢，未來必須避免對中國市場的過度依賴，確保經濟發展的主體性，利用本身的優勢，加強研發創新促進產業升級，才能在「後三通」時代，確保經濟優勢。

兩岸的開放三通，只能說是為台灣的經濟脈路開通了一條便捷大道，使台灣的实际競爭力具備了全球競爭的條件與能量，三通直航究竟是否能夠為台灣對來成長動能，還是取決台灣是否能創造有利且穩定的投資環境與產業政策。

失業結構變化與促進就業政策探討：台灣在 2008 年在美國信貸風暴蔓延下，貿易依存度高的台灣，在這波風暴中深受影響，經濟成長趨緩，失業率飆高，2009 年 8 月份失業人數增至 67.2 萬人，估計受波及人口有 141 萬人。

觀察近年及金融風暴前後失業結構，發現台灣失業與經濟景氣、產業結構、教育程度，及生活環境改善壽命延長等密切相關。

面對 2008 年由金融海嘯，就業市場嚴峻，在 2008 年、2009 年推動許多的促進就業政策計畫與措施，如「短期促進就業措施」、「2009-1012 年促進就業方案」、「振興經濟擴大公共建設投資計畫」、「培育優質人力促進就業計畫」、「推動六大新興產業」等，根據官方資料，主要解決當時衝高的失業率是救急政策，有些計畫則屬中長期計畫，尚未有效果出現。就業促進策略包括：穩住就業需求、創造就業需求，以及增加創業及就業，要由根本解決就業問題，不可美化失業數字的救急救助。

**中小企業網頁品牌(on-line branding) 之建立**：本章以聯合分析法為基礎，分析消費者對品牌屬性需求之不同，進而影響其對網路品牌的選擇。並以糕餅店之網路品牌進行實證研究，以了解不同區隔的消費者對網路品牌之重視需求屬性為何，以驗證此法在市場區隔及定位上之適用性。