

臺灣中小企業女性創業分析報告

中小企業處

壹、臺灣企業性別統計現況

一、經營規模性別統計

依據《2020 年中小企業白皮書》統計，2019 年可以區分企業代表人性別的企業家數共 150 萬 9,071 家，其中女性企業主家數有 55 萬 933 家(36.5%)，相較於 2018 年，增加 10,069 家(年增 1.9%)；再依企業規模分類，我國主要以中小企業為主，2019 年占 97.8%，其中女性企業主家數占 36.8%，男性占 63.2%；大企業家數占 2.2%，其中女性企業主占 22.2%，男性占 77.8%，性別差距明顯高於中小企業，2019 年男性占比較女性占比於大企業較中小企業高 29.2 個百分點，但較 2018 年下降 0.6 個百分點。

表1、2018年至2019年企業家數之規模別概況 - 按企業主性別

指標 規模別	合計 (家)	女性		男性	
		家數 (家)	占比 (%)	家數 (家)	占比 (%)
2018 年總計	1,484,548	540,864	36.4	943,684	63.6
中小企業	1,451,597	533,659	36.8	917,938	63.2
大企業	32,951	7,205	21.9	25,746	78.1
2019 年總計	1,509,071	550,933	36.5	958,138	63.5
中小企業	1,475,708	543,535	36.8	932,173	63.2
大企業	33,363	7,398	22.2	25,965	77.8

附註：

1.表中女/男性企業主係指企業負責人登記為女/男性者。

2.資料來源：整理自經濟部《2019年中小企業白皮書》、《2020年中小企業白皮書》

二、組織結構型態性別統計

就組織型態結構觀察，男女企業主都以獨資經營之占比最高，女性為 59.9%，男性為 49.8%。其次是有限公司，分別為 28.8%及 32.3%；股份有限公司居第 3，分別為 6.1%及 9.7%。前 3 大組織型態占女性與男性中小企業主比率，分別高達 94.8%與 91.8%，顯示女性

與男性中小企業主在組織型態的結構上大致相似，不過女性中小企業主更集中在獨資的型態上。

表2、2019年中小企業家數 - 按組織型態及企業主性別

組織型態	企業主性別	合計 (家)	女性企業主		男性企業主	
			家數 (家)	結構比 (%)	家數 (家)	結構比 (%)
總計		1,475,708	543,535	100.0	932,173	100.0
股份有限公司		123,759	33,141	6.1	90,618	9.7
有限公司		457,815	156,734	28.8	301,081	32.3
無限公司		66	30	0.0	36	0.0
兩合公司		19	7	0.0	12	0.0
合夥		33,314	12,128	2.2	21,186	2.3
獨資		789,163	325,307	59.9	463,856	49.8
本國公司之分公司		32,990	6,198	1.1	26,792	2.9
外國公司在臺之分公司		2,750	988	0.2	1,762	0.2
其他		35,832	9,002	1.7	26,830	2.9

資料來源：整理自經濟部《2020年中小企業白皮書》

三、國內外市場銷售性別統計

2019年企業銷售額 378,987 億元(年增 1.1%)，其中由女性經營之銷售額為 66,930 億元，占比 17.7%，年增 6.5%；若從規模別觀察，中小企業銷售額 122,454 億元(年增 0.4%)，其中女性銷售額為 31,753 億元，占比 25.9%，較 2018 年上升 0.4 個百分點，年增 2.2%；大企業銷售額 256,533 億元(年增 1.5%)，其中女性銷售額為 35,177 億元，占比 13.7%，較 2018 年上升 1.1 個百分點，年增 10.8%，無論在中小企業或大企業女性企業主銷售額年增幅度皆高於平均，顯示女性企業主經營績效較佳。

就銷售市場觀察，女性企業主要以國內市場為主，2019 年女性企業內銷比率 85.9%，高於男性之 76.0%，若從規模別觀察，女性在中小企業及大企業的內銷比率分別為 91.6% 及 80.8%，皆高於男性。

表3、2018年至2019年銷售額之規模別概況 - 按企業主性別

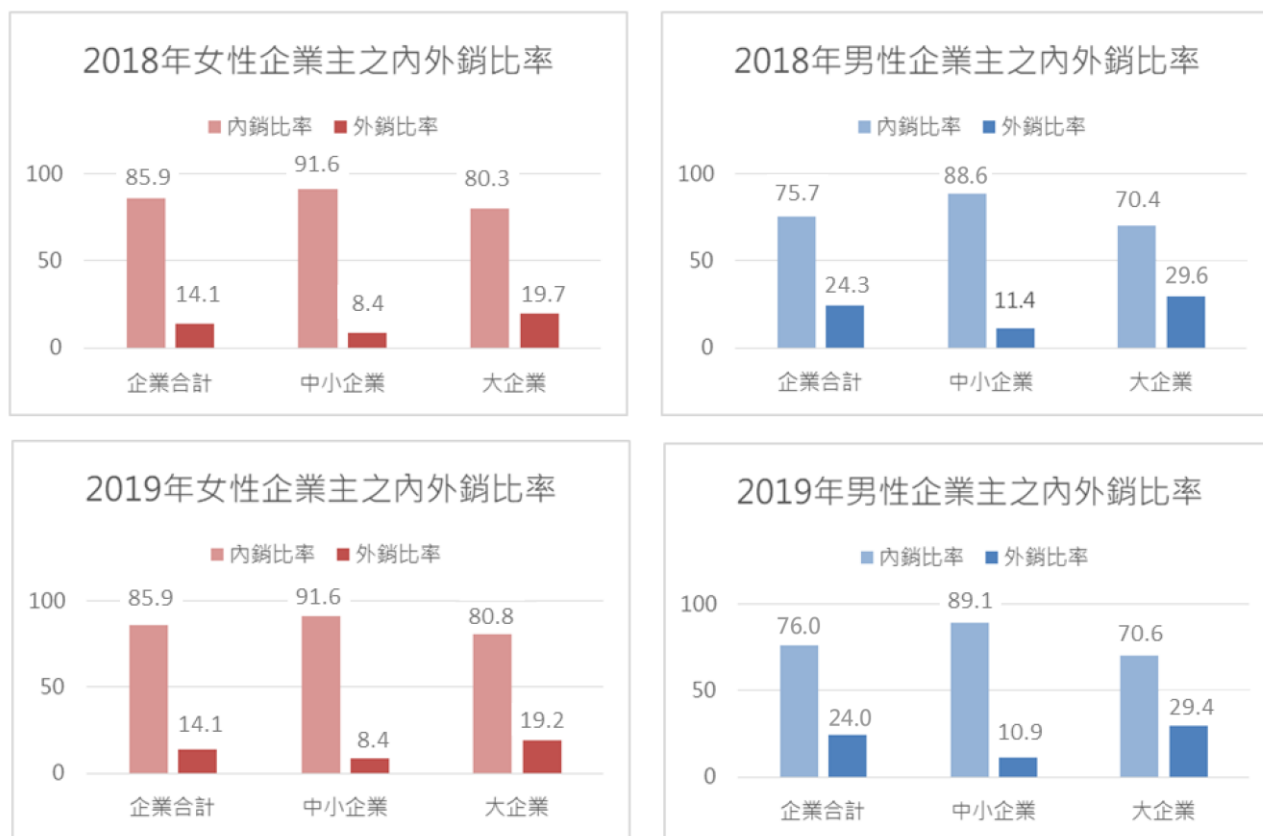
規模別 \ 指標	合計 (億元)	女性		男性	
		銷售額 (億元)	占比 (%)	銷售額 (億元)	占比 (%)
2018年總計	374,737	62,825	16.8	311,912	83.2
中小企業	122,003	31,072	25.5	90,931	74.5
大企業	252,734	31,753	12.6	220,981	87.4
2019年總計	378,987	66,930	17.7	312,057	82.3
中小企業	122,454	31,753	25.9	90,701	74.1
大企業	256,533	35,177	13.7	221,356	86.3

附註：

1.表中女/男性企業主係指企業負責人登記為女/男性者。

2.資料來源：整理自經濟部《2019年中小企業白皮書》、《2020年中小企業白皮書》

圖1、2018年至2019年銷售額之內外銷比率 - 按企業主性別

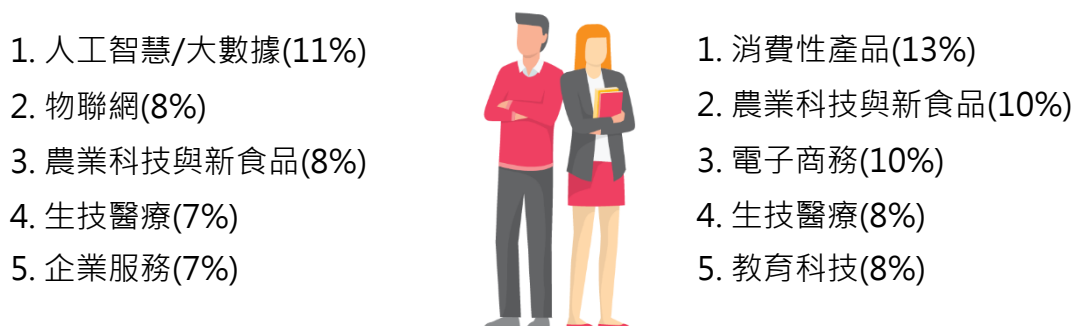


資料來源：整理自經濟部《2019年中小企業白皮書》、《2020年中小企業白皮書》

四、創業領域性別統計

參考《2020 臺灣新創生態圈大調查》調查數據顯示，不同性別在創業主題關鍵字有明顯差異，男性多以工程、科技類為主，女性則以消費性產品、電子商務類為主，顯示性別對創業領域類別差異甚大，而農業科技與新食品、生技醫療則均各列兩者前五名內(如下圖)。

圖 2、兩性創業主題關鍵字排序



由前述各項統計數據，可歸納出臺灣女性企業主高達 98.7% 為中小企業，且女性中小企業主更集中在獨資的型態。另以營業狀況觀察，女性多以內銷及民生消費型為主要創業類型。

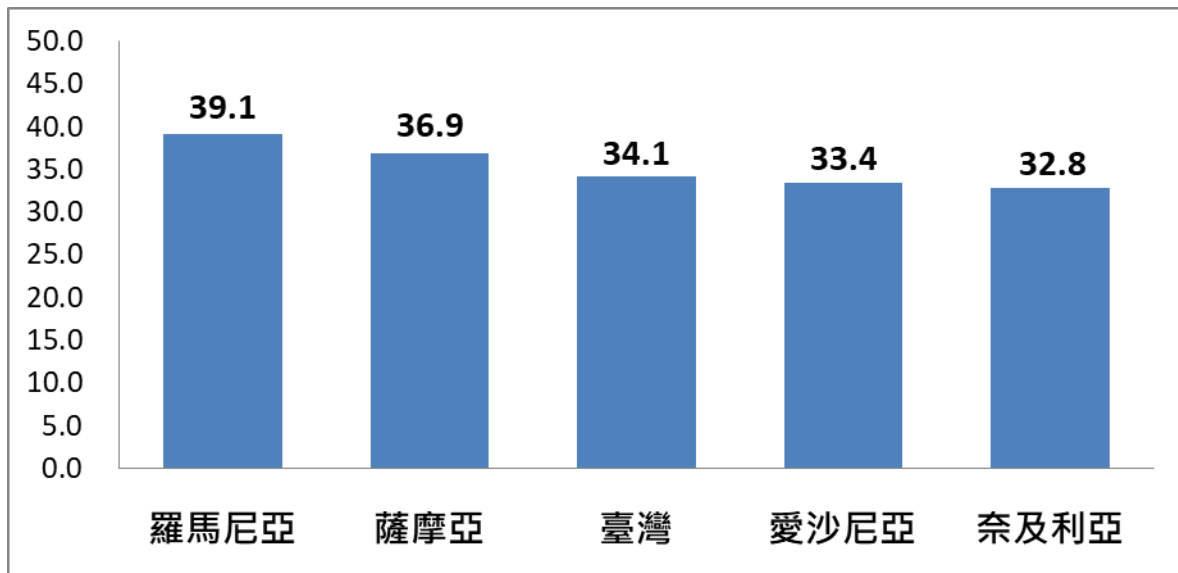
貳、女性企業所面臨的創業議題

根據 2017 年《世界銀行》調查報告¹，訪查 35 國統計顯示多數國家的女性在創業時選擇以設立有限責任公司企業(Limited Liability Company; LLC)之比率較男性低，其中臺灣女性以 LLC 型態設立排名第三，約占 34.1%，而首位為羅馬尼亞占 39.1%，其次為薩摩亞占 36.9%。對於許多國家之女性創業者而言，在法規跟規模上要進行 LLC 的設立並不容易，多數會改以獨資(sole Proprietorship)方式設立。但臺灣已發展出對女性創業友善的創業環境與政策法規支持，加上女性創業普遍也有相對應之能力與規模可進入市場，因此不論以何種企業結構進行創業，在法規與市場上都有高度開放性與自主性。

¹ Meunier, F., Krylova, Y., & Ramalho, R. (2017). Women's entrepreneurship: how to measure the gap between new female and male entrepreneurs?. The World Bank.

<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/28902/WPS8242.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

圖 2、2016 年創業者設立「有限責任公司」之女性比率-前五大



資料來源：整理摘錄自2017年《世界銀行》調查報告·Meunier, F., Krylova, Y., & Ramalho, R. (2017). Women's entrepreneurship: how to measure the gap between new female and male entrepreneurs?. The World Bank.

根據 2019 年滙豐銀行研究報告指出，全球有 35% 的女性企業在為其企業募集資金時，仍會遇到性別偏見的挑戰，特別是常被問及家庭狀況，除了所募集到的資金較男性少外，也必須花費更長的時間方能達成目標。美國的創投中，只有 11% 的創業投資人是女性，另高達 71% 的創投公司沒有女性合夥人，2018 年僅有 12% 的創投資金流向創辦團隊中有女性的公司。此外，萬事達卡全球女性中小企業主洞察報告也指出，男女性在創業時期面對的挑戰有許多差異性，44% 女性認為創業資金取得不易，除了創業資本問題外，財務不夠穩固與缺乏足夠的時間也是創業最大的挑戰。

參考《2020 臺灣新創生態圈大調查》報告，顯示臺灣的女性中小企業主普遍在產業類型、創業型態都偏向微型企業營運模式，透過積極參與政府所提供之創業輔導課程，於企業草創階段應是相當重要的資源管道。女性企業主多數需事業發展穩定獲利後，才可能高成長擴展其事業。

因此，由前述各項調查報告結果，歸納出臺灣中小企業女性企業主多為獨資經營，且以內銷為主。並由國際研究發現，女性企業主較不易取得創業資金，故協助女性企業主拓展事業規模，或協助其拓展市場，進一步針對不同創業階段之企業主，應由其必要性提供不同之資源。

參、「女性創業飛雁計畫」協助女性創業

經濟部(中小企業處)長期推動「女性創業飛雁計畫」，累積多年計畫能量扶植企業，針對女性創業家在不同創業階段可能面臨到的各種困難與挑戰，規劃客製化及整合性服務措施，並透過四大面向，深入協助不同階段之女性創業家：

一、厚植女性企業競爭力 - 創業知能課程及交流活動

創業知能課程主要串連在地創業資源，透過創育機構協助課後輔導，協助女性瞭解在地創業資源，另為提升女性企業數位化能量，自 107 年起陸續與 Facebook、Google、Amazon 等國際品牌合作辦理數位行銷課程，促成女性企業創新商業數位轉型契機；女性創業沙龍自 108 年起辦理，強調交流性質、協助女性企業解惑。設定不同主題，邀請產業具影響力講者及女性創業菁英獎得獎代表分享，發揮女性影響力。

二、加速器形式輔導機制 - 女性創業加速器

自 108 年起，建構專屬女性的創業加速器培訓機制，以達成「資金獲取」及「市場拓展」兩大目標，辦理迄今邁入第 3 屆，累計遴選出 83 家女性企業，協助企業獲取資金近 2 億元，並至少協助 20 家以上企業獲得合作機會。近兩年協助女性企業參與 She Loves Tech 競賽及法國卡地亞靈思湧動女性創業家獎，分別取得港澳臺區冠軍及東亞區冠軍。

三、拔擢菁英典範 - 女性創業菁英獎

「女性創業菁英獎」遴選我國具創新性商品、服務或營運模式的女性企業，對其創業歷程、創新模式及社會影響力進行表彰。110 年邁入第 10 屆，歷年來遴選出超過 140 位女性創業菁英，協助歷屆獲獎者參與國際活動，並獲取超過 15 億元創業資金，此外亦辦理菁英群聚交流活動，促進商業合作機會，形成優質女創交流網絡。

四、促進女性企業國際鏈結，國際交流或合作

鼓勵及推薦女性創業菁英獎歷屆優勝者積極參與國際活動，截至 2020 年已推薦 51 位女性企業代表參與 APEC 會議，協助參與國際競賽取得 31 座國際獎項。2019 年起陸續辦理「臺美合作暨 GCTF 女力經濟賦權高峰會」、「APEC 女性微中小企業籌資商機論壇倡議」、「APEC 女性新創企業加速器倡議」。2021 年透過美國在台協會(AIT)推薦，首度引進女性創業學院計畫(Academy for Women Entrepreneurs, AWE)，以培訓女性新創企業家瞭解產業並連結人脈或創業資源，增進商機拓展或提高創業成功機率，建立印太區女創生態系典範。

肆、結論：

政府協助女性創業已有十九年，經濟部(中小企業處)推動女性創業計畫亦有九年，累積女性創業典範與成功案例，近年更透過大雁帶小雁模式，聯結產業鏈上下游資源，持續針對不同需求之女性創業者提供育成課程、諮詢陪伴、商機拓展、資金媒合、網絡建置等服務。

由 108 年至 109 年的創業調查發現，女性創業者正面臨的公司挑戰主要為「市場開發/業務拓展」與「募資」，為此，自 108 年起開辦「女性創業加速器」，目標為協助創業者拓展市場或媒合資金，並透過深度輔導培植有潛力的企業，協助女性創業者取得資金或開拓市場。透過徵選女性創業典範，以推廣女性創業、激勵潛在女性創業者，並推薦至各界，提升女性創業實踐力，達成促進及提升女性創(就)業之機會與能力之政策目標。

未來因應 COVID-19 疫情後的經濟發展，數位科技應用與國際鏈結已然係企業持續成長的動能。經濟部(中小企業處)將持續協助女創企業提升數位科技力，以數位轉型驅動女創企業加速成長，並積極鏈結國際女性創業網絡，引導更多臺灣女創企業邁向國際市場，發揮臺灣女性企業家的國際影響力。