

明新科技大學

企業管理系

畢業專題研究報告

大學生對社會企業認知之探討—以明新科大
管理學院為例

學生：張家齊 周昀慧

孫宜湘 臧珈樂

彭子薇

指導老師：楊政學 副教授

中華民國一百零九年十二月三十日

明新科技大學
企業管理系
專題製作委員會審定書

張家齊 周昀慧

孫宜湘 臧珈樂

彭子薇

之畢業專題研究報告

題目：大學生對社會企業認知之探討－以明
新科大管理學院為例

經本系委員會審議認為符合本系標準

指導老師：楊政學
口試委員：張哲明 黃英鈞

中華民國一百零九年十二月三十日

授權書

茲授權明新科技大學企業管理系將本組畢業專題研究報告：

大學生對社會企業認知之探討－以明新科大管理學院為例

以電子出版品方式發行，例如將著作儲存於光碟，以光碟形式發行，或與電腦網路連結，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱讀、列印等，得不限時間與地域，為學術研究目的之利用。

立授權書人聲明並保證對上述授權之著作擁有著作權，得為此授權。唯本授權書為非專屬性之授權，立授權書人對上述授權之著作仍擁有著作權。

立授權書人：

授權人 (簽名、蓋章)	e-mail
張家齊	mickey861120@gmail.com
周昀慧	1999yunhui@gmail.com
孫宜湘	sunny852639@gmail.com
臧珈樂	lelelele412@gmail.com
彭子薇	emily432632@gmail.com

中華民國一百零九年十二月三十日

摘要

近年來社會企業慢慢的受到重視，形成了一場新的公民自覺與自發的運動，不但模糊了社會與企業的界限、轉化了非營利組織的思維，甚至改變了政府的公共政策。社會企業在國際間（尤其是英、美、南亞等國家）已被證明為一個可擴張與永續經營的商業模式，更提升了社會公益組織的財務自主性，在台灣也開始有更進一步的發展。

本組先擬定研究企劃書、通過了解對於社會企業的相關資料、大量的參考文獻、了解相關論文、發放問卷及收回問卷、統整並分析問卷，了解明新科技大學日間部管理學院學生對社會企業的認知。

本研究目的在於探討目前台灣社會企業發展現況及分析明新科技大學日間部管理學院學生對於社會企業的認知進而了解社會企業在社會中的重要性，並以問卷調查法針對明新科技大學日間部管理學院的學生作為研究範圍，依性別、年級、系所分別以百分比統計分析、信度分析、交叉分析、卡方檢定進行問卷分析，利用分析判定假設是否有顯著關係。

最後我們在將內容加以整理，發現社會企業在台灣逐漸增加、學生對社會企業的認知度偏低以及台灣社會企業有更大的使命，並且建議在學校課程規劃中增加社會企業相關課程以及讓社會企業增加曝光度。

【關鍵詞】 社會企業、認知度、社會公益組織

誌 謝

光陰荏苒，不知不覺一年的專題研究生生活已接近尾聲，當初成立專題時的情景至今仍歷歷在目。在學校學習和生活期間，我們不僅對專業的知識有了一定的掌握，還在做人做事的態度上受到了老師的熏陶。

首先，要感謝的是楊政學老師。在專題的選題、文章的發表以及我們在專題的撰寫與修改等諸多方面都得到了老師精心的指導。同時楊政學老師勤奮的工作態度，嚴謹的治學風格，堅實的專業知識以及親民的待人方式，都是我們學習的榜樣和進步的動力。

最後，也非常感謝其他幫助過我們的同學，幫助我們填寫問卷，有各位的幫忙才讓我們順利的完成問卷分析，有你們的幫忙，專題製作才能有辦法完成。

目 錄

審定書	I
授權書	II
摘要	III
誌謝	IV
目錄	V
表目錄	VII
圖目錄	VIII
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	2
第三節 研究流程	3
第二章 文獻探討	4
第一節 社會企業之定義	4
第二節 社會企業之組織型態	5
第三章 社會企業之類型	6
第四章 社會企業在臺灣發展現況	7
第三章 研究方法	14
第一節 研究架構	14
第二節 問卷調查法	15
第四章 問卷分析	18
第一節 問卷回收情形	18
第二節 信度分析	18
第三節 效度分析	19
第四節 百分比統計分析	20
第五節 敘述統計	21
第六節 交叉分析與卡方檢定	22
第五章 結論與建議	32
第一節 結論	32
第二節 建議	33

參考文獻	34
附錄一	30
附錄二	37
附錄三(問卷)	47

表目錄

表 2.1 Dees 社會企業光譜	5
表 3.1 問卷調查之內容結構	16
表 3.2 問卷設計: 社會企業屬性	16
表 3.3 問卷設計: 社會企業營運模	17
表 3.4 問卷設計: 社會企業經營目標	17
表 4.1 信度分析表	18
表 4.2 受訪者資料分析	20
表 4.3 各變數之平均值與標準差	21
表 4.4 性別與社會企業屬性之卡方檢定	22
表 4.5 性別與社會企業營運模式之卡方檢定	23
表 4.6 性別與社會企業經營目標之卡方檢定	24
表 4.7 年級與社會企業屬性之卡方檢定	25
表 4.8 年級與社會企業營運模式之卡方檢定	26
表 4.9 年級與社會企業經營目標之卡方檢定	27
表 4.10 系所與社會企業屬性之卡方檢定	28
表 4.11 系所與社會企業營運模式之卡方檢定	29
表 4.12 系所與社會企業經營目標之卡方檢定	30
表 4.13 各構面之間的卡方分析彙整	31

圖目錄

圖1.1 研究流程	3
圖2.1 企業社會責任 (CSR)	13
圖3.1 研究架構圖	14

第一章 緒論

社會企業，以營利公司或非營利組織之型態存在，透過永續經營的商業模式來投資社會企業本身、解決社會或環境問題的組織，將企業的社會責任，發展成為能夠永續經營的商業行為公司。本研究將探討社會企業對現今社會的發展現況，本章節將以本研究之研究背景與動機、研究目的與研究流程進行介紹。

第一節 研究背景與動機

今年初突如其來的 COVID-19 新冠肺炎疫情，在全球奪走許多人寶貴的生命和健康，而相關防疫措施也改變了我們的生活習慣和經濟型態。疫情會過去，但是其所帶來的影響已為既定的世界秩序帶來了改變的契機。例如，公眾重新思考商業的本質與企業的角色，也期待透過社會創新企業的社會使命和其善良治理商業模式，更有效利用資金和資源。由此可知，藉由與其他社群及政府的協作、結合影響力投資的倡議，來解決全球性災難所帶來的社會或環境問題將是重要的新發展趨勢。

在世界各地已開發、開發中或未開發國家仍就面臨著貧富落差、環境污染、人權保障、弱勢生計等不同問題，這些全球性議題，既不是技術層面的問題，也不是經濟層面的問題，而是普遍的社會問題。社會問題並未因資本主義的盛行，而獲得正面的改善，反而愈加惡化。自20世紀末後開始的全球化、知識經濟，以及新經濟等浪潮，加速了各國普遍的所得分配不均或貧富懸殊加重。

近年來，社會企業在全球引領風潮，進而模糊了社會與企業的界限、轉化了非營利組織的思維，甚至改變了政府的公共政策。但因社會企業為社會近期新型態之發展，探討大學生對社會企業認知及社會企業的重要性與在臺灣現況便是這次的議題。

第二節 研究目的

本研究探討目前台灣社會企業發展現況及分析明新科技大學日間部管理學院學生對於社會企業認知，對於社會企業的營運及過程進而了解社會企業在社會中的重要性。

- (一) 探討大學生對社會企業的認知
- (二) 探討目前台灣社會企業發展現況
- (三) 將本研究結論與建議提供給相關單位參考

第三節 研究流程

我們先將研究主題確定，接下來開始收集資料及相關文獻，開始研究架構及方法之設計出問卷，其將問卷發放後收回，將問卷統計分析，最後提出結論以及建議。

如下圖 1.1

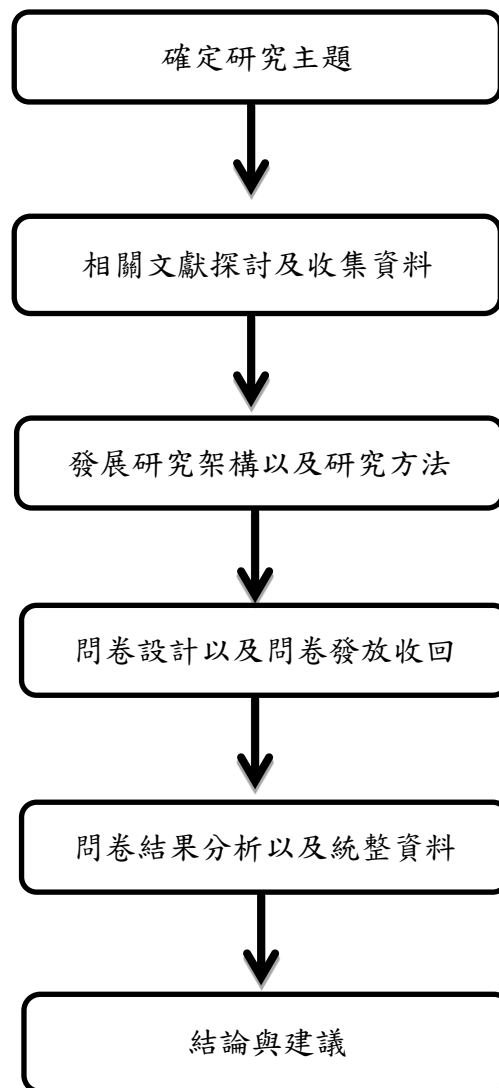


圖1.1 研究流程
資料來源:本研究

第二章 文獻探討

第一節 社會企業之定義

社會企業 (social enterprise) 指的是一個用商業模式來解決某一個社會或環境問題的組織，其組織可以以營利公司或非營利組織之型態存在，並且有營收與盈餘。其盈餘主要用來投資社會企業本身、繼續解決該社會或環境問題，而非為出資人或所有者謀取最大的利益。

社會企業的定義莫衷一是，但有許多的研究仍嘗試做出相關的說明，例如提供具社會責任或促進環境保護的產品／服務、為弱勢社群創造就業機會、採購弱勢或邊緣族群提供的產品／服務等。而社會企業是應用一般競爭市場策略去賺取所需的資源，以達成其社會使命的組織；也有研究認為只要本身負起社會責任，一般企業即可被視為具有社會企業的特性；總而言之，企業或具有企業型態的組織，其目的是以解決社會問題為其企業宗旨的，亦可被歸類為社會企業。(黃春長、高明瑞，2016)

最重要的特質在於，其具有結合商業和公益元素的能力，然而這也同時表示，對社會企業做出明確的定義是件困難的事；由於社會企業的組織型態介於企業部門與非營利部門之間，故在各國係以廣泛的樣貌呈現，而非有清楚精確的組織型態。

社會企業的概念最早可以從企業家(entrepreneur)與企業家精神(entrepreneurship)說起，十七、十八世紀的法國經濟學家認為 entrepreneur 是指發現新的、更好的做事方法用來促進經濟發展的人。目前社會企業沒有統一的定義，一般而言，社會企業泛指透過商業手段，以達致特定社會服務目的。

社會企業的社會使命優先於財務利潤，當有剩餘的盈餘，主要是用來進一步滿足服務對象或社區的需求。社會企業是把提升社會的效率或創造有價值的社會商品當作其使命的組織，該組織同時也運用自身的獲利，或最少的政府直接補助來使自己存活。（黃春長、高明瑞，2016）。

第二節 社會企業之組織型態

在臺灣的社會企業也沒有一定的組織型態，根據 Dees 提出「社會企業光譜」(social enterprise spectrum)，光譜兩端為純慈善型與純商業型，社會企業界於兩者之間。三者之主要訴求不同，與利害關係人之間的關係亦不同，純慈善型以社會價值與使命為導向、純商業型以經濟價值與市場為導向，而社會企業介於兩者之間，同時以使命與市場為導向，並兼顧社會價值經濟價值。

表2.1 Dees 社會企業光譜

純慈善性質 ←-----→ 純商業性質

動機、方法、目標		訴諸善心使命 導向社會價值	兩者兼具使命與市場並 重社會與經濟價值並重	訴諸個人利益市場導 向經濟價值
主要 利益 關係 人	受益人	免付費	補助費用或混合有全額 付費和完全免費	依市價格收費
	資金提供者	捐款與贊助	資金成本低於市價，或 兼具有捐款與比照市場 行情的資金	依市場價格資金
	員工	志工	付低於市場行情的工 資，或同時有志工與付 薪的員工	依市場行情給薪
	供應商	實物捐贈	特殊折扣，或實物捐贈 與全額捐贈皆有	依市價格收費

資料來源：Google 圖庫

第三節 社會企業之類型

在台灣的社會企業組織類型頗為多樣，大致可區分為以下五種類型及個案：

一、 積極性就業促進型

目前台灣最普及的社會企業之一，主要提供就業訓練與工作機會給長期失業者與弱勢者，嘗試將他們重新整合入勞動力市場，結合商業模式發展永續經營目標。例如：喜憨兒社會福利基金會雇用心智障礙者在麵包坊與餐廳工作、陽光社會福利基金會經營的洗車中心。(林怡君，2008)

二、 地方社區發展型

強調社區整體發展與營造，是以社區發展運動所帶動出來的，主要以是要協助當地居民發展地方產業、產品與服務(如手工藝品、文化或觀光旅遊產業等)，進而開發市場行銷管道、提供居民與地方特色結合的工作訓練等。例如：921地震後南投縣埔里鎮桃米社區-紙教堂、生態村、雲林縣古坑鄉華山社區-古坑咖啡、台南市白河區大竹社區-白河蓮花季、南投縣中寮鄉龍眼林福利協會-提供老人送餐服務。(林怡君，2008)

三、 服務提供與產品銷售型

為台灣最普及的社會企業之一，透過社會企業提供的付費產品與服務，讓消費者/使用者付費的同時，也能將營收利潤作為組織永續經營的主要收入來源。例如：社企流、多扶事業股份有限公司。(林怡君，2008)

四、 公益創投獨立企業型

此目的在於出資協助新的社會企業，出資者與企業組織以雙方約定的回饋金、利潤分配、公積金等貨幣或非貨幣方式，回饋出資者指定公益組織。提供完善的資金管理機制、績效監督與評價機制，透過創投公司的輔助，社會企業得以在最初缺乏資金時期獲

得協助。例如：活水社企投資開發。(林淑馨，2013)

五、 社會合作社

此為社會企業發展最久遠的組織，其發展可源自於 19 世紀歐洲。主要強調組織內部的利益關係人透過組織共同追求集體利益，利益關係人被鼓勵積極參與組織事務，因而從中可以獲得利益。例如：消費合作社、農民合作社、主婦聯盟生活消費合作社。(林怡君，2008)

第四節 社會企業在臺灣發展現況

一、 興起原因

臺灣社會企業的發展較歐美略晚，主要是因為民間組織申請立案的法令到1980年代才鬆綁，隨著社會力蓬勃，非營利部門不僅在數量方面成長迅速，在品質方面也呈現多樣化，只是普遍規模甚小、經費來源普遍依賴捐款，造成機構間彼此競爭資源的情形相當明顯。(林怡君，2008)

在此時空背景下，社會企業的大量興起概可歸納為下列因素：

(一) 組織內在需要：

1. 為了快速回應社會變遷導致的各種社會問題或需求，非營利組織紛紛針對遭受社會排除 (social exclusion) 的人口群或是較為弱勢地區的需要，提供各種服務、資源與機會。
2. 由於資源競爭激烈加上經濟景氣變化，非營利組織面臨財源不穩定，或受制於政府補助影響自主性，使得機構必須另闢財源，因而設立具有營收的事業單位，或推動使用者付費方案。

3. 社會企業兼具社會與經濟目標，恰好符合非營利組織發展需要。

(二) 外部資源供給：

1. 政府近 30 年來對福利、文化、就業等政策的引導及挹注資源，皆直接或間接促成了非營利組織投入事業經營。例如，1980 年代起的社會福利民營化政策、1994 年所推展的社區總體營造、2000 年以降先後推出的永續就業希望工程、多元就業開發方案等。非營利組織藉此資源拓展福利服務、促進就業、帶動地方產業經濟等，促成社會企業的發展。
2. 企業開始關注社會責任，且樂於與政府和非營利組織建立夥伴關係，不再只是短期捐款或捐贈企業產品，而是更進一步透過提供非營利組織各種資訊與技術，或是鼓勵公司員工投身公益志工行列。企業若與非營利組織形成策略聯盟，建立穩固且長期的夥伴關係，將有助於非營利組織開創社會企業時，獲得企業資助與管理技術支持，較有經營成功的可能。

二、 機會與挑戰

亞洲公益創投協會 (Asian Venture Philanthropy Network, 簡稱 AVPN)，是亞洲目前最大的影響力投資網絡平台，於 2011 年在新加坡成立。其成員包含世界各地的基金會、影響力基金、企業、學院與政府組織。

目前，台灣現階段持續成長的社會經濟有賴於私人投資者和政府的支持。而相較之下，台灣的社會企業部門發展較不成熟，但政府已透過立法來推動社會企業、企業社會責任 (CSR) 和綠色經濟。自 2018 年 8 月起，台灣 12 個政府部門即推出《社會創新行動方案》，以 5 年為期、預算高達 88 億台幣。

除此之外，影響力投資與群眾集資則是社會企業額外的資金來源。據群眾觀點報導指出，台灣人參與群眾集資的比例相當高，亦是亞洲區集資專案項目最多元、集資金額最高的國家。而在台灣發起的募資案中，有不少是與社會議題相關的專案。

以下是 AVPN 分析台灣社會企業發展所提出的三大機會、六項挑戰與三大建議：

(一) 機會

1. 社會創業培養皿的潛能：

台灣的數位高度普及化、基礎設施先進、人力資本成熟，使台灣成為良好的社會創業培養皿。

2. 社會企業市場擴張：

大眾對社會企業和社會企業使命的認知提升，根據 2019 年發佈的《社創大調查》顯示，台灣每 3 人就有一人聽過社會企業，且有超過 3/4 的民眾表示支持社會企業的理念，意味著社企市場越來越有擴張的潛能。

3. 因宗教驅動而生的慈善捐款：

據 AVPN 調查，台灣有 35% 的人願意捐款，且常因宗教因素而捐。因此，社會企業可活用此文化並發展相關策略，促進更多私人資源支持具社會目的的社會組織。

(二) 挑戰

1. 人才流失

由於台灣的出生率持續下降，國內每位女性的總生育率約為一個孩子。世界衛生組織（WHO）宣布台灣將於 2026 年前轉變為「超高齡化社會」。此外，國內年輕人才也受活躍的西方與中國市場吸引，造成潛在社會創業者與人才的流失。

2. 社會企業較缺乏市場認可

儘管台灣社會企業發展已有逾十年的歷程，但大多數社會企業仍較年輕、規模較小，約有 7 成是非營利組織，較缺乏市場及公眾認可。根據 2017 年的調查顯示，60% 的社會企業成立不到 5 年，且有 40% 的社會企業持續虧損中。

3. 社會企業相關補助金繁多

台灣政府提供社會企業許多相關補助和獎助金，2014 年至 2016 年期間，台灣政府於《社會創新行動方案》中補助社會企業約 1.6 億台幣；2018 年 8 月台灣 12 個政府部門更是以 5 年為期，補助社會企業高達 88 億台幣。雖然經費對尚未發展成熟的社會企業至關緊要，但這可能導致社會企業過於依賴，使永續性降低。

4. 影響力投資仍屬發展初期

對草創的社會企業至關緊要的影響力投資在台灣仍不夠成熟。但 2018 年 2 月，台灣代表參加全球影響力投資策導委員會組織（Global Steering Group for Impact Investment）的研討會，並共同提出對設立國家諮詢委員會（NAB）的共識，將加速台灣與國際間影響力投資的連結。這也將使台灣成為繼印度、日本和南韓後，第 4 個成立國家諮詢委員會的亞洲經濟體。

5. 社會企業的商業模式不夠成熟

缺少孵化器與加速器代表社會企業的商業模式尚不足以達到穩定營利與成長的要求。大約有 7 成社會企業是登記為非營利組織，亦表示其在發展上缺乏有力的商業模式。

6. 永續發展目標（SDGs）較少被看見

許多公司皆有發佈企業社會責任（CSR）報告，但報告中很少整合聯合國永續發展目標（SDGs）。根據全球企業領袖調查報告（PricewaterhouseCoopers survey）

顯示，全台只有 9% 的企業在他們的 CSR 報告書中納入 SDGs。而全球則有 71% 的企業有整合 SDGs。台灣的企業需要有更多 SDGs 教育與企業使命，才能更協力企業實踐 CSR。整體而言，希望提高 SDGs 倡議，使得 CSR 與 SDGs 互相協力。

三、建議

(一) 支持社企降低發展差距

為改善台灣人口高齡化所產生的社會問題，主力耕耘銀髮與偏鄉就業的社會企業應該多受到支持與鼓勵。

(二) 重視社會投資

基金會應更積極考慮從傳統慈善捐贈模式轉換成社會投資，例如提供耐心資本以支持社會企業。

此外，社會創新實驗中心可以更進一步成為匯聚影響力的投資者平台，促進更多共同投資、有結構的輔導資源。

B 型企業運動 (B corp movement) 能成為企業轉型發展的立基點。國內組織型投資者可與國際影響力投資者進行共同投資，更有效地整合在地市場的知識與影響力投資專業，並進一步開拓更大的網絡來支持社會企業的金融資本。

(三) 發展社企生態圈的支持

在政府端，公部門應提供更友善的環境，支持推廣社會創新創業精神的育成單位與中介組織。而作為社會創新領域的串連者，政府可和生態圈中主要利害關係人合作，提供更強而有力的支持。

四、 相關議題

企業社會責任（Corporate Social Responsibility），泛指企業營運應負其於環境（Environment）、社會（Social）及治理（Governance）之責任，亦即企業在創造利潤、對股東利益負責的同時，還要承擔對員工、對社會和環境的社會責任，包括遵守商業道德、生產安全、職業健康、保護勞動者的合法權益、節約資源等。依據世界企業永續發展協會（World Business Council For Sustainable Development，簡稱 WBCSD）的看法，企業社會責任是企業承諾持續遵守道德規範，為經濟發展做出貢獻，並且改善員工及其家庭、當地整體社區、社會的生活品質。世界銀行則對企業社會責任定義為：企業與關鍵利益相關者的關係、價值觀、遵紀守法以及尊重人、社區和環境有關的政策和實踐的集合，係企業為改善利益相關者的生活質量而貢獻於可持續發展的一種承諾。

在全球化的影響下，許多企業漸漸地開始重視起企業社會責任（Corporate Social Responsibility），意旨企業在追求公司最大利益外，同時能夠兼顧到其員工、消費者、供應商、社區與環境等相關利害關係人的權益，能夠為他們負起責任，而不是只有單一的對公司股東負責。

CSR 的著重面可以簡單的分為三個面向：

- 1.環境面：關注自然資源的可持續性，例如遵守相關環保法及標準、設立環保管理系統、能源及水資源的使用、循環再使用、廢物的處理以及使用綠色科技等。
- 2.社會面： 關注社會資本及人文資本的開發，例如保障人權、廢除童工、保護勞工及婦女的權益、社區的建設發展、孩童的教育及醫療衛生的重視。
- 3.經濟面： 關注在企業的治理能力，代表著財務，例如完善的公司治理，股東的價值等。



圖2.1: 企業社會責任 (CSR)

資料來源:Google 圖庫

企業社會責任並無公認定義，概念是基於商業運作必須符合可持續發展的想法，企業除了考慮自身的財政和經營狀況外，也要加入其對社會和自然環境所造成的影響的考量。

第三章 研究方法

本研究是要瞭解社會企業，及明白現在大學生對社會企業的認知。根據上述之研究目的，本研究先蒐集相關資料並加以彙整，深入瞭解社會企業所具備的資訊，我們以『問卷調查法』來進行研究和分析，藉此設計出相關之題目。

第一節 研究架構

本研究架構是以第二章文獻探討為基礎，探討學生對社會企業的認知，本研究的研究架構如圖 3.1：

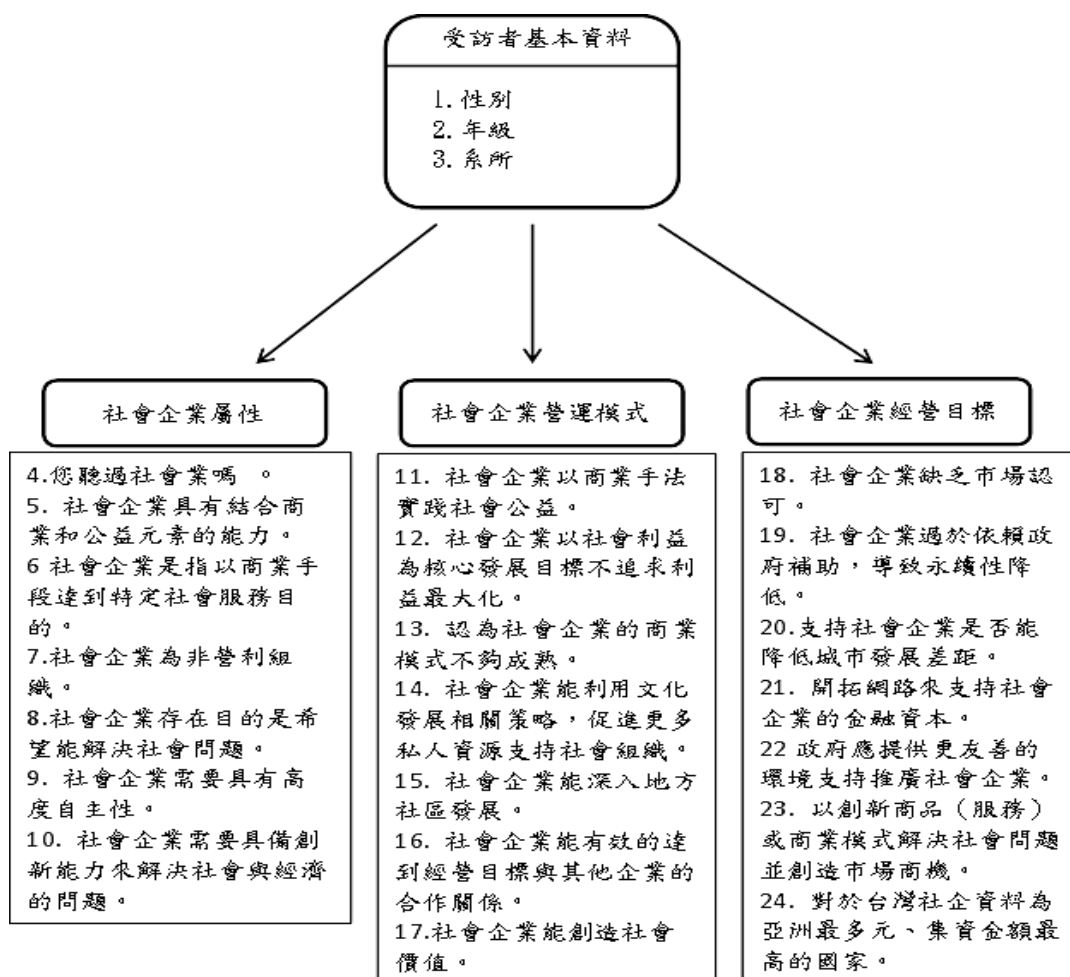


圖3.1:研究架構圖

資料來源：本研究

第二節 問卷調查法

問卷調查法，也稱問卷法，是調查者運用統一設計的問卷向被選取的調查對象瞭解情況或徵詢意見的調查方法。

問卷調查，是以書面提出問題的方式搜集資料的一種研究方法。研究者將所要研究的問題編製成問題表格，以郵寄方式、當面作答或者追蹤訪問方式填答，從而瞭解被試對某一現象或問題的看法和意見，所以又稱問題表格法。問卷法的運用，關鍵在於編製問卷，選擇被試和結果分析。

一、調查內容

本研究問卷發放目的是為了探討明新科技大學日間部管理學院學生對社會企業認知，且去了解社會企業對現今的社會上的形式走向之調查。

二、資料收集

本研究利用問卷調查作為此研究的收集方法。事先想好所要研究、想問的問題，再以問卷方式去調查台灣人對社會企業看法來分析，訪問中皆有問過受訪者並同意我們的調查訪問。並以抽樣的方法來立易抽樣選擇我們的大學生，也能了解每位受調查問卷的人最真實的狀況及想法。

三、問卷設計

本研究之問卷內容是針對這次研究的項目與動機，進行討論後對於本研究之相關問題設計而成，主要針對明新科技大學日間部管理學院學生對社會企業的認知來進行問卷調查，本研究問卷內容包含性別、年齡以及系所等。

將本專題研究之問卷內容架構，整理如表 3.1 所示：

表 3.1 問卷調查之內容結構

類別	衡量變數	提項與題數	衡量尺度
第一部分	基本資料	題項1內含3題	名目尺度
第二部分	社會企業屬性	題項4內含10題	等距尺度
第三部分	社會企業營運模式	題項11內含17題	等距尺度
第四部分	社會企業經營目標	題項18內含24題	等距尺度

資料來源:本研究

以下為本研究之問卷，發放給明新科技大學日間部管理學院學生填寫。

1. 基本資料 問卷內容是人口統計變數包含性別、系別、年級，分別為第 1 至 3 題。
2. 社會企業屬性分別為第 4 至 10 題。

表 3.2 問卷設計: 社會企業屬性

變數名稱	題號／內容	尺度評分
認知程度	4.您聽過社會業嗎。	非常同意 5 同意 4 普通 3 不同意 2 非常不同意 1
	5. 社會企業具有結合商業和公益元素的能力。	
	6.社會企業是指以商業手段達到特定社會服務目的。	
	7.社會企業為非營利組織。	
	8.社會企業存在目的是希望能解決社會問題。	
	9. 社會企業需要具有高度自主性。	
	10. 社會企業需要具備創新能力來解決社會與經濟的問題。	

資料來源:本研究

3. 社會企業營運模式分別為第 11 至 17 題

表 3.3 問卷設計: 社會企業營運模式

變數名稱	題號／內容	尺度評分
認知程度	11. 社會企業以商業手法實踐社會公益。	非常同意 5 同意 4 普通 3 不同意 2 非常不同意 1
	12. 社會企業以社會利益為核心發展目標不追求利益最大化。	
	13. 認為社會企業的商業模式不夠成熟。	
	14. 社會企業能利用文化發展相關策略，促進更多私人資源支持社會組織。	
	15. 社會企業能深入地方社區發展。	
	16. 社會企業能有效的達到經營目標與其他企業的合作關係。	
	17. 社會企業能創造社會價值。	

資料來源:本研究

4. 社會企業經營目標分別為第 18 至 24 題

表3.4問卷設計: 社會企業經營目標

變數名稱	題號／內容	尺度評分
認知程度	18. 社會企業缺乏市場認可。	非常同意 5 同意 4 普通 3 不同意 2 非常不同意 1
	19. 社會企業過於依賴政府補助，導致永續性降低。	
	20. 支持社會企業是否能降低城市發展差距。	
	21. 開拓網路來支持社會企業的金融資本。	
	22. 政府應提供更友善的環境支持推廣社會企業。	
	23. 以創新商品（服務）或商業模式解決社會問題並創造市場商機。	
	24. 對於台灣社企資料為亞洲最多元、集資金額最高的國家。	

資料來源:本研究

第四章 問卷分析

本章將依序介紹問卷回收情況、信度分析以及問卷資料分析結果。

第一節 問卷回收情形

本研究共發出 200 份問卷，回收 200 份問卷，扣除填寫不完全之問卷，有效問卷 179 份，無效問卷 21 份，回收率 100%，有效回收率 90%。

資料分析方法包含信度分析、效度分析、百分比分析、交叉分析、卡方檢定、敘述統計均採用 SPSS19.0 版統計套裝軟體分析。

第二節 信度分析

為了瞭解本研究問卷資料之可信度，本研究首先進行信度分析。由表 4.1 可得知，各信度均達 0.5 - 0.6，表示本研究問卷題目有一致性與穩定性，故此問卷具有信度，因此本研究可以利用此資料繼續進行分析。

表 4.1 信度分析表

變數	問卷題目	α 值
社會企業屬性	您聽過社會企業嗎	0.629
	社會企業具有結合商業和公益元素的能力	
	社會企業是指以商業手段達到特定社會服務目的	
	社會企業為非營利組織	
	社會企業存在目的是希望能解決社會問題	
	社會企業需要具有高度自主性	
	社會企業需要具備創新能力來解決社會與經濟的問題	
社會企業營運模式	社會企業以商業手法實踐社會公益	0.545
	社會企業以社會利益為核心發展目標不追求利益最大化	
	認為社會企業的商業模式不夠成熟	
	社會企業能利用文化發展相關策略促進更多私人資源支持社會組織	
	社會企業能深入地方社區發展	
	社會企業能有效的達到經營目標與其他企業的合作關係	

	社會企業能創造社會價值	
社會企業經營目標	社會企業缺乏市場認可	0.582
	社會企業過於依賴政府補助導致永續性降低	
	支持社會企業是否能降低城市發展差距	
	開拓網路來支持社會企業的金融資本	
	政府應提供更友善的環境支持推廣社會企業	
	以創新商品服務或商業模式解決社會問題並創造市場商機	
	對於台灣社企資料為亞洲最多元集資金額最高的國家	

資料來源：本研究

第三節 效度分析

本研究在問卷設計過程中參考相關文獻以及經老師的修改，使問卷題目與本研究的目的是更加契合，以提高內容效度。

第四節 百分比統計分析

一、受訪者基本資料

從表4.2得知，依性別來看，男生比例占53.1%，女生比例占46.9%，由此可知男生占的比例高於女生。依年級來看，大一占22.9%，大二占25.7%，大三占26.3%，大四占25.1%，由此可得知大三所占比例較高。依系所來看，工管系占18.4%，資管系占20.7%，行銷系占20.1%，企管系20.1%，財經系20.7%，由此可知資管系、財經系占比例較高。

表 4.2 受訪者資料分析

變數	變項	次數	百分比
性別	男	95	53.1
	女	84	46.9
	總計	179	100
年級	大一	41	22.9
	大二	46	25.7
	大三	47	26.3
	大四	45	25.1
	總計	179	100
系所	工業工程與管理系	33	18.4
	資訊管理系	37	20.7
	行銷與流通管理系	36	20.1
	企業管理系	36	20.1
	財務金融系	37	20.7
總計		179	179

資料來源：本研究

第五節 敘述統計

從表 4.3 數據顯示，平均數為 3.593 的變數「社會企業屬性」同意度是最高的，平均數為 3.444 的變數「社會企業經營目標」同意度是最低的。標準差為 0.667 的變數「社會企業營運模式」最高，代表大家答案不一致，分散程度大，標準差為 0.606 的變數「社會企業屬性」最低，代表大家答案一致，分散程度相較來的低。

表4.3 各變數之平均值與標準差

變項		平均數	標準差
社會企業屬性	您聽過社會企業嗎	3.593	0.606
	社會企業具有結合商業和公益元素的能力		
	社會企業是指以商業手段達到特定社會服務目的		
	社會企業為非營利組織		
	社會企業存在目的是希望能解決社會問題		
	社會企業需要具有高度自主性		
	社會企業需要具備創新能力來解決社會與經濟的問題		
社會企業營運模式	社會企業以商業手法實踐社會公益	3.487	0.667
	社會企業以社會利益為核心發展目標不追求利益最大化		
	認為社會企業的商業模式不夠成熟		
	社會企業能利用文化發展相關策略促進更多私人資源支持社會組織		
	社會企業能深入地方社區發展		
	社會企業能有效的達到經營目標與其他企業的合作關係		
	社會企業能創造社會價值		
社會企業經營目標	社會企業缺乏市場認可	3.444	0.614
	社會企業過於依賴政府補助導致永續性降低		
	支持社會企業是否能降低城市發展差距		
	開拓網路來支持社會企業的金融資本		
	政府應提供更友善的環境支持推廣社會企業		
	以創新商品服務或商業模式解決社會問題並創造市場商機		
	對於台灣社企資料為亞洲最多元集資金額最高的國家		

資料來源：本研究

第六節 交叉分析與卡方檢定

(在此我們將非常同意與同意合併為同意，非常不同意與不同意合併為不同意)

一、性別

由性別去分析大學生對社會企業屬性認知，由表4.4顯示，得知女生的同意度大於男生，可以知道女生對社會企業屬性的認知是偏高的；大部分 P 值大於0.05，達顯著無差異，表示不同性別對社會企業屬性的認知會有所相同，但第10題的 P 值是小於0.05，達顯著差異，表示這題在不同性別對社會企業屬性的認知會有所不同。

表4.4 性別與社會企業屬性之卡方檢定

變數	性別		卡方值	P 值	
	變項	男			女
4. 您聽過社會企業嗎	同意	75%	80%	0.637	0.425
	普通	25%	20%		
	不同意	0%	0%		
5. 社會企業具有結合商業和公益元素的能力	同意	68%	79%	2.355	0.308
	普通	28%	19%		
	不同意	2%	2%		
6. 社會企業是指以商業手段達到特定社會服務目的	同意	58%	58%	2.68	0.262
	普通	32%	24%		
	不同意	10%	18%		
7. 社會企業為非營利組織	同意	62%	55%	1.886	0.39
	普通	22%	21%		
	不同意	16%	24%		
8. 社會企業存在目的是希望能解決社會問題	同意	67%	69%	3.492	0.174
	普通	22%	27%		
	不同意	11%	4%		
9. 社會企業需要具有高度自主性	同意	62%	67%	0.99	0.61
	普通	34%	27%		
	不同意	4%	6%		
10. 社會企業需要具備創新能力來解決社會與經濟的問題	同意	60%	82%	11.774	0.003
	普通	32%	17%		
	不同意	8%	1%		

資料來源：本研究

由性別去分析大學生對社會企業營運模式認知，由表4.5顯示，得知女生同意度大於男生，可以知道女生對社會企業營運模式的認知是偏高的；大部分 P 值大於0.05，達顯著無差異，表示不同性別對社會企業營運模式的認知會有所相同，但第14題的 P 值是小於0.05，達顯著差異，表示這題在不同性別對社會企業營運模式的認知會有所不同。

表4.5 性別與社會企業營運模式之卡方檢定

變數	性別		卡方值	P 值	
	變項	男			女
11. 社會企業以商業手法實踐社會公益	同意	47%	57%	1.198	0.383
	普通	35%	26%		
	不同意	18%	17%		
12. 社會企業以社會利益為核心發展目標不追求利益最大化	同意	45%	56%	3.647	0.161
	普通	43%	39%		
	不同意	12%	5%		
13. 認為社會企業的商業模式不夠成熟	同意	52%	58%	0.822	0.663
	普通	36%	31%		
	不同意	13%	11%		
14. 社會企業能利用文化發展相關策略，促進更多私人資源支持社會組織	同意	62%	82%	6.858	0.032
	普通	32%	16%		
	不同意	6%	2%		
15. 社會企業能深入地方社區發展	同意	63%	62%	0.126	0.939
	普通	29%	31%		
	不同意	8%	7%		
16. 社會企業能有效的達到經營目標與其他企業的合作關係	同意	63%	55%	5.45	0.066
	普通	22%	37%		
	不同意	15%	8%		
17. 社會企業能創造社會價值	同意	66%	62%	0.223	0.894
	普通	25%	27%		
	不同意	9%	11%		

資料來源：本研究

由性別去分析大學生對社會企業經營目標認知，由表4.6顯示，得知女生同意度大於男生，可以知道女生對社會企業經營目標的認知是偏高的；P 值皆大於0.05，達顯著無差異，表示不同性別對社會企業經營目標的認知會有所相同。

表4.6 性別與社會企業經營目標之卡方檢定

變數	性別		卡方值	P 值	
	變項	男			女
18. 社會企業缺乏市場認可	同意	52%	47%	1.117	0.572
	普通	39%	46%		
	不同意	9%	7%		
19. 社會企業過於依賴政府補助，導致永續性降低	同意	45%	37%	2.258	0.323
	普通	40%	40%		
	不同意	15%	23%		
20. 支持社會企業是否能降低城市發展差距	同意	63%	61%	3.439	0.179
	普通	24%	33%		
	不同意	13%	6%		
21. 開拓網路來支持社會企業的金融資本	同意	54%	54%	2.418	0.299
	普通	43%	38%		
	不同意	3%	8%		
22. 政府應提供更友善的環境支持推廣社會企業	同意	65%	65%	0.383	0.826
	普通	33%	31%		
	不同意	2%	4%		
23. 以創新商品(服務)或商業模式解決社會問題並創造市場商機	同意	55%	56%	4.607	0.1
	普通	40%	44%		
	不同意	5%	0%		
24. 對於社會企業台灣為亞洲最多元集資金額最高的國家	同意	31%	39%	1.514	0.469
	普通	64%	56%		
	不同意	5%	5%		

資料來源：本研究

二、年級

(此低年級代表大一大二學生、高年級代表大三大四學生)

由年級去分析大學生對社會企業屬性認知，由表4.7顯示，得知高年級學生同意度大於低年級學生，可以知道高年級學生對社會企業屬性的認知是偏高的；P 值皆大於 0.05，達顯著無差異，表示不同年級對社會企業屬性的認知會有所相同。

表4.7 年級與社會企業屬性之卡方檢定

變數	變項 \ 年級	年級		卡方值	P 值
		低年級	高年級		
4. 您聽過社會企業嗎	同意	74%	80%	1.196	0.274
	普通	26%	20%		
	不同意	0%	0%		
5. 社會企業具有結合商業和公益元素的能力	同意	72%	74%	0.275	0.872
	普通	25%	23%		
	不同意	2%	3%		
6. 社會企業是指以商業手段達到特定社會服務目的	同意	56%	60%	0.887	0.642
	普通	31%	25%		
	不同意	13%	15%		
7. 社會企業為非營利組織	同意	62%	55%	3.308	0.191
	普通	16%	27%		
	不同意	22%	17%		
8. 社會企業存在目的是希望能解決社會問題	同意	71%	65%	0.789	0.674
	普通	22%	27%		
	不同意	7%	8%		
9. 社會企業需要具有高度自主性	同意	64%	64%	1.394	0.498
	普通	29%	33%		
	不同意	7%	3%		
10. 社會企業需要具備創新能力來解決社會與經濟的問題	同意	71%	70%	1.172	0.425
	普通	22%	27%		
	不同意	7%	3%		

資料來源：本研究

由年級去分析大學生對社會企業營運模式認知，由表4.8顯示，得知高年級學生同意度大於低年級學生，可以知道高年級學生對社會企業營運模式的認知是偏高的；P值皆大於0.05，達顯著無差異，表示不同年級對社會企業營運模式的認知會有所相同。

表4.8 年級與社會企業營運模式之卡方檢定

變數	變項	年級		卡方值	P 值
		低年級	高年級		
11. 社會企業以商業手法實踐社會公益	同意	49%	54%	0.438	0.803
	普通	32%	30%		
	不同意	19%	16%		
12. 社會企業以社會利益為核心發展目標不追求利益最大化	同意	49%	51%	0.855	0.652
	普通	40%	42%		
	不同意	11%	7%		
13. 認為社會企業的商業模式不夠成熟	同意	61%	49%	2.611	0.271
	普通	29%	38%		
	不同意	10%	13%		
14. 社會企業能利用文化發展相關策略，促進更多私人資源支持社會組織	同意	69%	72%	2.704	0.259
	普通	29%	22%		
	不同意	2%	7%		
15. 社會企業能深入地方社區發展	同意	62%	62%	0.227	0.893
	普通	31%	29%		
	不同意	7%	9%		
16. 社會企業能有效的達到經營目標與其他企業的合作關係	同意	59%	60%	0.136	0.934
	普通	29%	29%		
	不同意	12%	11%		
17. 社會企業能創造社會價值	同意	63%	64%	0.415	0.813
	普通	25%	27%		
	不同意	11%	9%		

資料來源：本研究

由年級去分析大學生對社會企業經營目標認知，由表4.9顯示，得知高年級學生同意度大於低年級學生，可以知道高年級學生對社會企業經營目標的認知是偏高的；大部分P值大於0.05，達顯著無差異，表示不同年級對社會企業經營目標的認知會有所相同，但第24題的P值是小於0.05，達顯著差異，表示這題在不同年級對社會企業經營目標的認知會有所不同。

表4.9 年級與社會企業經營目標之卡方檢定

變數	年級		卡方值	P 值	
	變項	低年級			高年級
18. 社會企業缺乏市場認可	同意	51%	48%	0.401	0.818
	普通	40%	45%		
	不同意	9%	7%		
19. 社會企業過於依賴政府補助，導致永續性降低	同意	40%	42%	1.057	0.589
	普通	44%	37%		
	不同意	16%	21%		
20. 支持社會企業是否能降低城市發展差距	同意	63%	61%	0.419	0.811
	普通	26%	30%		
	不同意	11%	9%		
21. 開拓網路來支持社會企業的金融資本	同意	49%	58%	1.426	0.49
	普通	44%	38%		
	不同意	7%	4%		
22. 政府應提供更友善的環境支持推廣社會企業	同意	66%	64%	2.531	0.282
	普通	29%	35%		
	不同意	5%	1%		
23. 以創新商品(服務)或商業模式解決社會問題並創造市場商機	同意	61%	50%	2.17	0.338
	普通	37%	47%		
	不同意	2%	3%		
24. 對於社會企業台灣為亞洲最多元集資金額最高的國家	同意	44%	26%	8.51	0.014
	普通	49%	71%		
	不同意	7%	3%		

資料來源：本研究

三、系所

由系所去分析大學生對社會企業屬性認知，由表4.10顯示，得知財金系學生同意度大於其他系學生，可以知道財金系學生對社會企業屬性的認知是偏高的；大部分 P 值大於0.05，達顯著無差異，表示在不同系所對社會企業屬性的認知會有所相同。但第4題、第6題及第7題的 P 值是小於0.05，達顯著差異，表示這三題在不同系所對社會企業屬性的認知會有所不同。

表4.10 系所與社會企業屬性之卡方檢定

變數	系所 變項	工管系	資管系	行銷系	企管系	財金系	卡方值	P 值
4. 您聽過社會企業嗎	同意	76%	57%	83%	78%	92%	14.091	0.007
	普通	24%	43%	17%	22%	8%		
	不同意	0%	0%	0%	0%	0%		
5. 社會企業具有結合商業和公益元素的能力	同意	67%	65%	72%	83%	78%	9.224	0.324
	普通	27%	35%	22%	14%	22%		
	不同意	6%	0%	6%	3%	0%		
6. 社會企業是指以商業手段達到特定社會服務目的	同意	58%	33%	67%	80%	78%	85.495	0
	普通	33%	62%	31%	12%	22%		
	不同意	9%	5%	3%	8%	0%		
7. 社會企業為非營利組織	同意	70%	31%	64%	81%	78%	98.771	0
	普通	18%	52%	33%	14%	19%		
	不同意	12%	17%	3%	5%	3%		
8. 社會企業存在目的是希望能解決社會問題	同意	58%	76%	70%	61%	76%	13.293	0.102
	普通	24%	22%	19%	36%	22%		
	不同意	18%	2%	11%	3%	2%		
9. 社會企業需要具有高度自主性	同意	61%	43%	69%	72%	76%	12.984	0.114
	普通	33%	46%	28%	22%	24%		
	不同意	6%	11%	3%	6%	0%		
10. 社會企業需要具備創新能力來解決社會與經濟的問題	同意	55%	62%	81%	86%	68%	13.501	0.096
	普通	33%	32%	17%	14%	27%		
	不同意	12%	5%	3%	0%	5%		

資料來源：本研究

由系所去分析大學生對社會企業營運模式認知，由表4.11顯示，得知企管系、行銷系、財經系學生同意度大於其他系學生，可以知道這三系之學生對社會企業營運模式的認知是偏高的；大部分 P 值大於0.05，達顯著無差異，表示不同系所對社會企業營運模式的認知會有所相同，但第11題、第13題及第16題的 P 值是小於0.05，達顯著差異，表示這三題在不同系所對社會企業營運模式的認知會有所不同

表4.11 系所與社會企業營運模式之卡方檢定

變數	變項 \ 系所	系所					卡方值	P 值
		工管系	資管系	行銷系	企管系	財金系		
11. 社會企業以商業手法實踐社會公益	同意	39%	3%	75%	78%	65%	70.159	0
	普通	48%	46%	19%	17%	24%		
	不同意	13%	51%	6%	5%	11%		
12. 社會企業以社會利益為核心發展目標不追求利益最大化	同意	39%	51%	61%	50%	49%	6.815	0.557
	普通	52%	46%	33%	36%	41%		
	不同意	9%	3%	6%	14%	11%		
13. 認為社會企業的商業模式不夠成熟	同意	64%	35%	47%	67%	62%	20.583	0.008
	普通	24%	38%	50%	28%	27%		
	不同意	12%	27%	3%	6%	11%		
14. 社會企業能利用文化發展相關策略，促進更多私人資源支持社會組織	同意	52%	76%	69%	75%	78%	12.335	0.137
	普通	39%	24%	25%	17%	22%		
	不同意	9%	0%	6%	8%	0%		
15. 社會企業能深入地方社區發展	同意	67%	73%	64%	47%	59%	12.417	0.134
	普通	30%	24%	19%	42%	35%		
	不同意	3%	3%	17%	11%	5%		
16. 社會企業能有效的達到經營目標與其他企業的合作關係	同意	64%	32%	58%	72%	70%	17.998	0.021
	普通	27%	51%	25%	17%	24%		
	不同意	9%	16%	17%	11%	5%		
17. 社會企業能創造社會價值	同意	61%	59%	61%	72%	65%	7.91	0.442
	普通	33%	27%	25%	14%	32%		
	不同意	6%	14%	14%	14%	3%		

資料來源：本研究

由系所去分析大學生對社會企業經營目標認知，由表4.12顯示，得知企管系學生同意度大於其他系學生，可以知道企管系學生對社會企業經營目標的認知是偏高的；大部分 P 值小於0.05，達顯著差異，表示不同系所對社會企業經營目標的認知會有所不同。但第21題、第22題及第24題的 P 值是大於0.05，達顯著無差異，表示這三題在不同系所對社會企業經營目標的認知會有所相同。

表4.12 系所與社會企業經營目標之卡方檢定

變數	系所 變項	系所					卡方值	P 值
		工管系	資管系	行銷系	企管系	財金系		
18. 社會企業缺乏市場認可	同意	52%	24%	50%	64%	57%	22.607	0.004
	普通	39%	54%	39%	36%	43%		
	不同意	9%	22%	11%	0%	0%		
19. 社會企業過於依賴政府補助，導致永續性降低	同意	49%	5%	61%	45%	49%	40.718	0
	普通	39%	49%	28%	36%	49%		
	不同意	12%	46%	11%	19%	2%		
20. 支持社會企業是否能降低城市發展差距	同意	52%	70%	7%	53%	65%	14.355	0.73
	普通	30%	30%	22%	28%	32%		
	不同意	18%	0%	8%	19%	3%		
21. 開拓網路來支持社會企業的金融資本	同意	45%	40%	59%	64%	59%	10.957	0.204
	普通	55%	49%	33%	31%	38%		
	不同意	0%	11%	8%	5%	3%		
22. 政府應提供更友善的環境支持推廣社會企業	同意	48%	78%	58%	78%	62%	11.763	0.162
	普通	48%	19%	36%	22%	35%		
	不同意	2%	3%	6%	0%	3%		
23. 以創新商品(服務)或商業模式解決社會問題並創造市場商機	同意	48%	68%	39%	78%	43%	19.869	0.011
	普通	44%	30%	56%	22%	57%		
	不同意	6%	2%	5%	0%	0%		
24. 對於社會企業台灣為亞洲最多元集資金額最高的國家	同意	24%	35%	20%	50%	44%	13.132	0.107
	普通	73%	57%	72%	50%	51%		
	不同意	3%	8%	8%	0%	5%		

資料來源：本研究

四、 小結

本研究綜合前面各個構面之間顯著關係，依性別來看社會企業屬性及社會企業營運模式在顯著關係上是部分成立部分不成立；社會企業經營目標在顯著關係上則是不成立，表示不同性別對社會企業經營目標的認知會有所相同。

依年級看社會企業屬性及社會企業營運模式在顯著關係上是不成立，表示不同年級對社會企業屬性及社會企業營運模式的認知會有所相同；社會企業經營目標在顯著關係上則是部分成立部分不成立。

依系所社會企業屬性、社會企業營運模式及社會企業經營目標在顯著關係上是部分成立部分不成立。

表 4.13 各構面之間的卡方分析彙整

假設	顯著關係		
	依性別	依年級	依系所
社會企業屬性	部分成立 部分不成立	不成立	部分成立 部分不成立
社會企業營運模式	部分成立 部分不成立	不成立	部分成立 部分不成立
社會企業經營目標	不成立	部分成立 部分不成立	部分成立 部分不成立

第五章 結論與建議

本章藉由問卷調查方法蒐集資料與整理，得出以下結論，並提出相關建議，以做為未來研究、教育輔助之相關研究之參考。

第一節 結論

本研究的調查發現以下結論：

（一）社會企業在台灣逐漸增加

本研究的過程中，我們透過文獻發現到社會企業在台灣已經發展成一定的程度，有越來越多的店家或企業以社會企業的模式出現。也有越來越多非營利組織貫徹社會企業精神，讓服務效益最大化邁向永續發展。不論是個人、非營利單位或是企業，為了相同的理念而各自付出、彼此加乘，如次多元的樣態構成台灣獨特而能量豐沛的社會創新生態圈。

（二）學生對社會企業的認知度偏低

根據本研究問卷分析，發現大部分的學生是聽過社會企業，但對於社會企業的認知度是偏低的。問卷分析也顯示明新科技大學管理學院的企業管理系、財務金融系對於社會企業的認知是相對較高的，但資訊管理系對於社會企業的認知是相對較低的。

（三）台灣社會企業有更大的使命

根據本研究，發現到有許多社會企業會利用其本身資源來解決社會上需改善的各種問題，利用剩餘盈餘，進一步滿足服務對象或社區需求，並且關懷更多的台灣弱勢團體，完成社會使命。

第二節 建議

(一) 在學校課程規劃中增加社會企業相關課程

依本研究分析結果得知，許多學生對社會企業的認知較低，所以，我們建議學校要在學生的課程規劃裡開創一門社會企業相關課程，或是邀請社會企業專家來校演講，以及多宣導社會企業相關事蹟，讓學生的未來可以多一個方向發展。

(二) 讓社會企業增加曝光度

可以在各大媒體平台上增加相關廣告內容，也可在 YouTube 上請人幫忙說明相關資訊，讓大眾更了解社會企業是什麼樣的組織以及其行為，讓更多人了解社會企業，

參考文獻

一、中文文獻

1. 林怡君 (2008), 社會企業在臺灣的發展與限制-以多元就業開發方案經濟型計畫為例, 就業安全半年刊第 7 卷第 1 期, 第 63-67 頁。
2. 林淑馨 (2013), 臺灣社會企業的現況與困境-以公益創投型社會企業為例, 社區發展季刊 143 期, 第 68-71 頁。
3. 孫智麗、周孟嫻 (2016), 全球社會企業之發展現況與各國相關政策分析, 台灣經濟研究月刊第 39 卷第 3 期, 第 16-28 頁
4. 黃春長、高明瑞 (2016), 我國社會企業的行動性研究
5. 陳隆輝、薛昭義、黃子明, (2018), 「社會企業商業模式關鍵成功因素之研究」, 第 383-389 頁。

二、網路文獻

1. CSR@天下
網址：<https://csr.cw.com.tw/article/4122>
2. Dees 社會企業光譜
網址：<https://www.slideshare.net/twnpos/0828-14161405>
3. 用心快樂社會企業
網址：<http://www.seeheart.com.tw/social-enterprise>
4. 台灣綜合研究院勞動福利
網址：<https://www.tri.org.tw/welfare/page/04-3.html>
5. 社企流 | 社會企業生態圈—美加篇
網址：<https://www.seinsights.asia/article/3291/3268/3621>
6. 社企流 | 亞洲最大影響力投資網絡全解析—台灣社企發展 3 大機會與 6 項挑戰
網址：<https://www.seinsights.asia/article/3289/3268/7111>
7. 社團法人台灣社會企業發展聯盟
網址：http://www.sedatw.org/qa/se_def
8. 社團法人台灣社會企業創新創業學會
網址：<http://www.seietw.org/1285623103820225qa.html#>
9. 楊君琦、郭欣怡 (2010), 社會企業組織型態與經營類型之初探
網址：file:///C:/Users/USE/Downloads/tw_books_caty01331005048.pdf

附錄一

「B 型企業」(B Corporation, 簡稱 B Corp) 係由美國非營利組織 B Corp 實驗室 (B Lab) 發起的企業認證, 針對公司治理、員工照顧、環境友善、社區照顧和客戶影響力等面向, 依產業類別、員工人數規模進行客製化的量化評估後, 頒發 B Corp 認證。此一認證強調企業重視所有利害關係人的利益 (Stakeholders' Benefit) 平衡, 而不只是股東利潤 (Shareholders' Profit) 極最大化。目前全球有 1,882 家 B Corp, 遍及 50 個國家, 分佈於 130 種產業。而臺灣已有 16 家企業獲得認證, 成長速度居亞洲各國之冠, 在不同領域發揮其社會影響力。

藉由檢視 B Corp 和社會企業、企業社會責任的差異, 可以進一步掌握 B Corp 的發展特質, 俾利了解何以本計畫擇定 B Corp 作為產學合作的切入點。根據亞太 B Corp 協會的說明, B Corp 和社會企業的差異在於企業的出發點不同, 雖然兩者均以回饋社會與促進公益為導向, 但是社會企業為了解決問題而成立, B Corp 則是希望營利, 並以「共利、共好」為企業永續經營目標, 在經營決策上納入全體利害關係人為考量, 由自身帶動友善員工、環境與社區, 甚至供應鏈, 讓整體社會環境獲得改善。

另外, B Corp 在概念上也有別於企業社會責任 (Corporate Social Responsibility, CSR)。企業社會責任是指企業在經營之外加入對環境和社會的關懷, 往往在企業「行有餘力」後才會施行。上市公司因應主管機關要求編制「企業責任報告書」, 但廣大的中小企業難以負擔複雜、高額的編制成本。相較之下, B Corp 以線上量化量表 (即效益影響評估, Business Impact Assessment, BIA) 測量企業過去的經營狀況, 檢視在決策過程中是否考慮全體利害關係人, 「人為本、自然為先」成為企業成其經營主軸, 不因經營狀況而變化。不論企業的規模、產業, 皆能轉換為明確量化數據, 且認證費用合理, 中小企業均能負擔得起。

附錄二

一、 主要國家社會企業之推動現況與相關政策

儘管社會企業在國際間蔚為風潮，但目前各國對社會企業仍尚未有統一的定義，而各自依據該國社會需求與發展特性，賦予類似社會企業組織不同之定位與功能，相關的管理與輔導制度亦不盡相同。以下介紹美國、英國、德國、義大利、新加坡、韓國、日本、香港等各主要國家社會企業之相關政策與發展現況。

(一) 美國

美國社會企業強調由下而上的發展模式，政府干預甚少而未成立專門負責單位，美國社會企業的主要推動單位是由民間部門（非營利組織和營利企業合作）來推動社會企業發展。

從法律層面來看，美國公益公司相對於一般企業，主要有以下三點的不同：

1. 目的

美國的社會企業需設有明確公益目的，此公益目的須對社會或環境有正面影響。例如：50% 的利潤捐贈慈善機構。

2. 責任

社會企業的經營者在進行決策時應將下述納入考量：(1) 公益目的 (2) 股東利益 (3) 其他利益關係人（stakeholders）的權益（包含消費者、員工、上下游廠商、甚至社區或環境等）。而非只以追求股東利潤極大化為目的。

3. 透明化

核准通過的社會企業需每年遞交公益報告給所有股東，該公益報告需由公正的第三方單位進行審核與制定。公益報告需公開透明化，使消費者和主管機關有權判斷是否同意該公益公司達到公益目的的方法。

（二）英國

英國社會企業發展歷史悠久，是世界各國社會企業發展最蓬勃的國家之一。然而，因社會環境的變遷和社會問題的複雜，英國社會企業的概念也一直呈現流動狀態，但範圍多偏重於第三部門和社區為主的商業經濟活動（DETI, 2010; ScottishGovernment Website 9）。

英國第三部門組織可以區分成以下幾種類型：員工持有的企業、社會廠商（social firm）、附屬於非營利組織的產業、社區企業、聯合發展組織、調整勞力市場公司／方案、合作社與社區利益公司（林怡君，2007）。英國政府並沒有制定明確社會企業定義，任何以社會目的為驅動力的事業，都可以自稱其為社會企業，並視其運作的需要，選擇適合自己的組織型態，如有限公司、股份有限公司、社區利益公司、慈善團體、合作社等，向其主管機關申請登記。英國社會企業多採取社區利益公司（Community Interest Company, CICs）型態成立，公司成立宗旨是以造福社會為首要目標，而非為追求股東最大獲利。

英國社區利益公司之特點包括（蔡嘉昇，2014）：

1. 設立目的需符合社會公共利益。
2. 受「社會利益公司管理局」（Regulator of Community Interest Companies）監督。
3. 盈餘分派有一定限額。
4. 解散後資產不得分配與員工或股東，僅能移轉與其他社區利益公司等類似之公益目的用途。

（三）德國

目前德國超過半數的社會企業成立超過十年以上，在強調社會企業責任（Corporate Social Responsibility, CSR）的風潮之下，大眾有一個對社會企業的共識是，社會企業對於解決社會和環境問題作為公司營運的首要目標。思想學派支持者認為，社會企業經營經濟活動，以支持他們的社會和生態的使命（Anderson, Dees 2006）。創新學派支持者

認為，會企業的核心定義應該是要提供新的服務、新的生產方法、新的生產要素、新的組織形式=和新的市場（Mulgan 2007），這種看法為 Ashoka 與 Schwab 這種支持社會企業的基金會所大力提倡。社會企業是帶有社會使命（mission-driven）的公司，但也同時是營利機構。

在德國社會企業多半致力於教育、社會服務與環境服務。近十年來因為糧食與農業問題受到更多關注，農業社會企業在區域和鄉村發展中扮演了一個重要的角色。但至目前為止，德國並沒有提供特別的法律形式給社會企業家。Zimmer & Stephanie Bräuer（2014）的研究發現，德國社會企業在法律上多數使用基金會（Stiftungen），協會（Vereine），有限責任公司（GmbH），或合作社（Genossenschaften）這四個類別，而農業社會企業則較多使用「合作社」與「有限公司」這兩類。以下就四種法律形式做介紹（Zimmer & Stephanie Bräuer, 2014）：

1. 基金會

基金會是常常用來支持社會目標的一個組織形式，但是它較常用來募款、累積資產，而非用來從事經濟活動。德國不同的聯邦對基金會的活動有不同的限制，有些聯邦則禁止基金會從事創業活動。基金會原本是作為支持社會目標的財務資源，由於九〇年代的福利節約，許多之後出現的社會企業都與基金會的支持有關。例如：Ashoka 和 Schwab 這兩個知名的基金會，支持德國社會企業的發展。

2. 合作社

合作社在 19 世紀的時候就已經出現，它是一個有社會目標的來從事商業經濟活動的主體。Zimmer & Stephanie Bräuer（2014）的研究報告指出，儘管社會企業家可以合作社作為法律形式的營運主體，但由於很難衡量合作本身追求的是經濟目標或是社會目標，為了簡化小型社會企業的管理工作，德國法律部於 2013 年針對合作社制定了草案，如此也使許多新成立的社會企業更常使用合作社作為法律形式。

3. 協會

從事非商業活動，必須符合追求大眾利益的要求。從稅法角度來看，從事經濟活動可分為享受稅務優惠的「目的事業」（Zweckbetrieb）以及必須正常納稅的經營活動。

兩者差別在於以所得 45,000 歐元作為基準。基本上協會有三種方式來支援他們的活動：種子基金、會費、捐款所得。

4. 有限責任公司

此法律形式由商業法管轄，組織商業活動，對國家有稅務責任。目前德國有多少社會企業是以有限責任公司的形式存在，並沒有詳細的數據。

(四) 義大利

義大利 1980 年代開始便使用「社會企業」一詞，指稱提供社會服務或於勞動市場協助弱勢族群的志工團體。1991 年義大利「社會合作社法」通過後，社會企業開始取得其特有之獨立法律地位，為提升具社會效益商品、服務與活動之多元性，2005 年義大利 58 農業生技產業季刊 SOCIAL ENTERPRISE 義大利進一步制定《社會企業法》，提倡社會公共服務、商品及其相關活動。

義大利根據《社會合作社法》將社會合作社 (Social cooperatives) 分為 A、B 兩個類型，A 型合作社負責管理社會、醫療及教育服務，提供不同服務使用者的團體服務；B 型合作社則是透過教育訓練，讓弱勢的族群可以重回勞動市場。因此社會企業可藉由提供社會福祉、教育服務，甚或其他手段幫助弱勢族群就業，以追求社會大眾整體利益。

《社會企業法》則提出依法成立之社會企業 (Social enterprises ex lege) 認定標準包括：

1. 為私人且合法的實體單位，包括傳統合作社、社會合作社、股份公司或傳統非營利組織（協會與基金會）等。
2. 規律從事與社會效益相關之產品生產、貿易及服務，並且追求公眾利益勝過營利（例如：其七成營收來自與社會效益相關之產品生產、貿易或服務，即可被認定為社會企業）。
3. 企業可營利，但不能將利潤分配給其成員或所有人，利潤需再投資至其主要社福目的，或增加企業資產。

（五）新加坡

新加坡面對貧富差距與各項社會發展問題，希望透過社會企業等手段擴大民間社會力量，使新加坡所得與社會更加平衡、穩定。新加坡政府積極正視社會企業長期以來所面臨障礙，儘管新加坡目前未對社會企業進行正式定義，亦尚無訂定社會企業相關法令，但注重社會企業相關補助計畫的成效及其獲利模式。

新加坡對於社會企業的分類，可包含四種型態，包含（Social Enterprise Association, 2011）：

1. 工作整合模式：著重於弱勢者就業。
2. 盈餘再投資模式：係指一般企業投入非營利目的。
3. 服務補貼模式：採取補貼方式，供弱勢者獲得生活必需品
4. 需求模式：強調開發弱勢者需求與社區融合。目前，新加坡已有超過 170 間社會企業，型態橫跨有限責任公司、合夥、獨資企業與合作社等（王秉鈞等，2013）。

（六）韓國

韓國為改善社會就業問題，於 2006 年頒布《社會企業促進法》（Social Enterprise Promotion Act），賦予提供弱勢就業服務之社會企業相關獎勵與補助措施，並定義社會企業為「從事生產與商業活動的組織，以追求社會目標、提供社會服務與創造弱勢者就業為目的」。韓國透過認證方式確立社會企業法律地位與保障，社會企業均必須通過政府認證，而不得自稱為社會企業。

韓國社會企業認證之要求如下（金戴久、鄭顯株，2013）：

1. 設立實體組織為依法設立的獨立自主組織。
2. 聘用支薪員工必須僱用一至多位支薪員工從事商業活動，包括生產及銷售商品與服務。

3. 具備社會目的必須旨在實踐創造就業機會型、提供社會服務型、協助在地社區型、混合型、其他型等社會目的。
4. 開放決策參與重要公司決策會議的決策必須開放利害相關人參與。
5. 經營所得收入過去六個月從事商業活動之總收入，必須超過總勞務支出的 30%。
6. 設立規章制度必須具備公司治理的組織章程或規定，如成立宗旨、營運項目、名稱、總公司地址、組織治理、營運及決策方式、盈餘分配及再投資之處理、投資及貸款之處理、人資管理制度、債務清償及財產授予之處理、其他等。
7. 利潤分配回饋若為根據《商業法》(Commercial Law) 所設立的公司，必須將盈餘的 2/3 以上再投資於實踐社會目的之業務。

(七) 日本

1990 年代之後，日本面臨經濟衰退且在諸多社福領域上面臨巨大挑戰。因此，推動企業社會責任、非營利部門以及跨部門的合作夥伴關係，成為因應社會問題的主要手段，然而這些手段仍存在部分侷限，而無法有效回應日益多元化和復雜化的社會需求。2000 年後，社會企業的概念開始在日本逐漸普及，各民間機構紛紛成立社會企業相關組織，以推動社會企業發展。2007 年 9 月，經濟產業省成立「社會企業研究會」，成員包括各部會相關負責 60 農業生技產業季刊 SOCIAL ENTERPRISE 人、專家學者、非營利部門領導者以及企業界代表，並開始進行海內外社會企業相關研究，據以擬定政策建議。

根據 2008 年日本經濟產業省發布的「社會企業研究會報告書」，以經濟產業省為核心的日本中央政府相繼頒布 43 項社會企業政策，在中央政府的帶動下，日本地方政府也相繼頒布多達 116 項社會企業政策。這些政策主要涉及以下六大面向（俞祖成，2015）：

1. 創造並改善社會企業的籌資環境。
2. 培養社會企業所需的人才。

3. 支援社會企業開展相關項目。
4. 普及並提高社會企業的社會認知度。
5. 推動社會企業與一般企業之間的交流和合作。
6. 推動社會企業市場的形成和發展。

(八) 香港

香港回歸後受到亞洲金融風暴影響，經濟下滑而失業率持續上升，為了解決失業問題，香港政府開始利用資助計畫以鼓勵社會企業成立。2005 年扶貧委員會成立，以統籌全港的扶貧工作，扶貧委員會認為社會企業能為地區創造持久就業機會，進而解決社區貧窮與失業問題，而鼓勵社會企業發展。此外，香港民政事務局於 2007 年成立「社會企業支援小組」以統籌社企發展，並在 2010 年進一步成立「社會企業諮詢委員會」，以提供社會企業發展相關政策建議。

香港尚無針對社會企業訂定相關法令，根據扶貧委員會，香港社會企業沒有統一的定義，其主要特點包括：

1. 同時追求商業與社會目標。
2. 從事商業或貿易活動，而這些活動是企業的主要收入來源。
3. 非營利性質，從商業或貿易活動所得的利潤或盈餘主要會再投放於其社會目標。

二、 美加社會企業生態圈

（一）美加地區社會企業的發展

美加地區的企業，普遍而言具有濃厚的資本主義色彩，然而社會企業的概念其實早在 1970 年代就已經萌芽，並在 2000 年後加速發展。美加地區早期的社會企業大多是非營利組織在財務壓力下，設法轉型而成。美加地區盛行新自由主義，面對政府預算持續削減，非營利組織只好轉向市場，改以商業收入作為組織的主要資金來源，到後期，私人企業也大量投入社會福利領域，社會企業因而蓬勃發展。

（二）美加地區社企生態圈的形成

美國政府很少干預社會企業發展，僅透過稅賦優惠政策來鼓勵社會企業。政府寬鬆的管控措施，雖提供社會企業蓬勃發展的機會，但並未針對社會企業提出積極誘因，而社會企業也始終缺乏明確法律地位，型態侷限於一般企業或非營利組織的範疇。對此，美國部分州政府開始探索社企法律定位，進而創造出新的法定型態，其中以低利潤責任有限公司（Low Profit Limited Liability Company）以及公益公司（Benefit Corporation）最具代表性。除此之外，美國聯邦政府創設之社會創新基金，有助中央帶動國家、地方、商業與公益資源解決社會問題的力量，為美國社會企業注入發展動力。

（三）概念推廣

青年在社會企業概念推廣上是重要的推手，在各大專院校中，學生主動要求開設社會企業創業相關的課程，以培育社會創業人才及從業人員，許多學校也成立研究中心向大眾推廣社會創新的趨勢，如哈佛商學院、史丹佛大學商學院、杜克大學等。成立於加拿大的 CSMO-ESAC，則是透過校園演講宣傳，促使大眾，特別是年輕人能認識社會經濟與社區行動的相關工作訊息，同時也與社會企業的夥伴發展各項訓練計畫，以提升工作成效。除此之外，網路媒體如 SocialEarth、Triple Pundit 皆致力於分享社會創業、永

續性公司的案例與趨勢。商業競賽如霍特國際商學院獎（Hult Prize）、Global Social Venture Competition 則提供豐厚獎金邀請青年針對社會議題提案。

（四）社群建立

美加地區最具特色的是由民間發起的認證機構，藉由給予認證來串聯社會企業的網絡，如位於美國的 B 型實驗室(B Lab)透過對「B 型公司(B Corporation, 簡稱 B Corp)」認證，建立起社會企業的社群。B 型企業認證包含了員工福利、社區發展、友善環境、社會影響等不同面向，檢視組織是否不僅照顧股東 (shareholders)，也關心其他利害關係人 (stakeholders)，在滿分兩百分的評量中獲得八十分者即可獲得 B 型公司的認證。另外，總部設於舊金山的 Net Impact 是一個國際性的非營利組織，在全球一共有兩百八十個分會與超過兩萬名會員，其使命是推廣並鼓勵人們用商業力量創建一個社會和環境都具永續性的世界。

（五）財務支持

在美加地區投資環境健全的情況下，透過建立社會影響力的投資標準，能吸引投資人或組織針對高潛力發展的社會企業進行投資扶持。如 Global Impact Investing Network (GIIN) 致力於增加社會影響力投資的規模和效益，解決貧窮與環境問題，著重於基礎設施建設、活動開發、教育推廣和研究。SVX (Social Venture Connexion) 社會證券交易所，是由加拿大多倫多的 MaRS Centre for Impact Investing 所主導啟動，連結具有社會影響力的企業、基金及投資人的私人投資平台，吸引債券與股票投資資金，不同於其他國家組織著重在社會影響力評估，SVX 直接參與資本市場的活動。另外，美國生氣蓬勃的創業環境也發展出許多群眾募資平台，提供社會創業家一個新的管道籌措資金。由於社會企業大多富有故事性，更適合直接面對社會大眾募資，如 KICKSTARTER、Launcht 都提供平台讓新創企業展示自己的點子或專案。

（六）能力建置

受惠於美加地區興盛的創業文化，針對社會企業也有從初創階段到成熟期的各種資源協助。育成方面，Social Impact 提供創新管理諮詢、技術支援、訓練、策略規劃等全面性的服務，協助社企提高組織運作的效率，進而達到最終的社會影響力。Unreasonable Institute 致力於協助社企創業者度過艱難的挑戰，於每年舉辦創業家與業界導師的交流活動及工作坊，提供創業團隊指導與建議。加拿大魁北克省的 CDECs 則提供創業技術援助、培訓、諮詢服務，主要任務包括集體創業、發展在地就業與勞動力，並提供免費的創業財務計畫諮詢。顧問方面，Social Enterprise Associates 是一家社會企業的顧問諮詢組織，提供必要的管理經驗、財務支持與實用的研究等，來協助創業家及其組織找尋對社會有益的營運模式。SVT Group 則是協助企業評估在社會與環境這兩方面的價值，並透過提供顧問諮詢、工作坊、種子基金等服務，協助企業設計擴大社會影響力的方法與策略。

附錄三（問卷）

您好：

首先感謝您撥冗填寫此份問卷，本問卷主要在於了解「大學生對社會企業的認知」，問卷採匿名方式填寫，您在問卷中所提供的資訊，僅作為學術研究之用，請您安心作答，感謝您的熱心協助。

祝您事事順心，萬事如意！明新科技大學企業管理系

指導老師：楊政學 老師

學生：張家齊、周昀慧、孫宜湘、臧珈樂、彭子薇

第一部分、基本資料

1. 性別：男 女
2. 所屬科系：工業工程與管理系 資訊管理系 行銷與流通管理系
企業管理系 財務金融系
3. 年級：大一 大二 大三 大四

第二部分、社會企業屬性

題目	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
4. 您聽過社會企業嗎					
5. 社會企業具有結合商業和公益元素的能力					
6. 社會企業是指以商業手段達到特定社會服務目的					
7. 社會企業為非營利組織					
8. 社會企業存在目的是希望能解決社會問題					

9. 社會企業需要具有高度自主性					
10. 社會企業需要具備創新能力來解決社會與經濟的問題					

第三部分、社會企業商業模式

11. 社會企業以商業手法實踐社會公益					
12. 社會企業以社會利益為核心發展目標不追求利益最大化					
13. 認為社會企業的商業模式不夠成熟					
14. 社會企業能利用文化發展相關策略,促進更多私人資源支持社會組織					
15. 社會企業能深入地方社區發展					
16. 社會企業能有效的達到經營目標與其他企業的合作關係					
17. 社會企業能創造社會價值					

第四部分、社會企業經營目標

18. 社會企業缺乏市場認可					
19. 社會企業過於依賴政府補助,導致永續性降低					
20. 支持社會企業能降低城市發展差距					
21. 開拓網路來支持社會企業的金融資本					
22. 政府應提供更友善的環境支持推廣社會企業					
23. 以創新商品(服務)或商業模式解決社會問題並創造市場商機					
24. 對於社會企業台灣為亞洲最多元集資金額最高的國家					