

# 2015 年台灣社會企業調查報告

黃麗璇\*

黃亦莉

---

\*:黃麗璇:國立中央大學管理學院經濟系教授。

黃亦莉: 國立中央大學管理學院經濟系助理

聯絡地址: 桃園市中壢區中大路300號; E-mail: [huang@mgt.ncu.edu.tw](mailto:huang@mgt.ncu.edu.tw)

電話: 886-3-4226903; 傳真: 886-3-3222876

作者們感謝活水社企陳一強總經理、中大管理學院沈國基院長、尤努斯社企中心沈建文主任與王銘正教授提供的寶貴意見，助理林峰民、周群哲與陳柏憲的優質協助，以及科技部的經費補助(MOST-104-2410-H-008-002)。

## 目錄

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 前言.....                           | 3  |
| 調查結果重點摘要.....                     | 5  |
| 台灣社會企業及其參與人之特徵.....               | 5  |
| 社企公司之經營現況與近期展望.....               | 5  |
| 社企公司創立的宗旨與社會影響力.....              | 6  |
| 對於台灣社會企業發展與政府相關政策的看法.....         | 6  |
| 第一節 社企公司基本特徵介紹.....               | 7  |
| 一、公司基本資料.....                     | 7  |
| 二、主要收入來源.....                     | 8  |
| 三、社企公司之營業狀況.....                  | 8  |
| 小結.....                           | 8  |
| 第二節 公司經營現況與展望.....                | 9  |
| 一、資金需求狀況.....                     | 9  |
| 二、公司營運規劃策略.....                   | 9  |
| 三、經營管理之協助.....                    | 9  |
| 四、市場定位.....                       | 9  |
| 五、公司的營運情形與展望.....                 | 10 |
| 小結.....                           | 10 |
| 第三節 社企公司創立的宗旨與社會影響力.....          | 11 |
| 一、公司創立宗旨在於解決哪些社會問題?.....          | 11 |
| 二、公司創立宗旨之達成率評分.....               | 11 |
| 三、公司的社會影響力評估.....                 | 12 |
| 小結.....                           | 12 |
| 第四節 對於台灣社會企業發展的看法.....            | 13 |
| 一、受雇社會企業者之月平均所得.....              | 13 |
| 二、填答者最需要的職能訓練種類.....              | 13 |
| 三、在台灣成立新社會企業可能面臨的最大挑戰.....        | 14 |
| 四、是否應該對社會企業進行認證?.....             | 15 |
| 五、是否支持政府以法律方式規範社企股東的可分配盈餘上限?..... | 16 |
| 六、對政府的期望.....                     | 16 |
| 七、台灣社會企業的發展對社會具有哪些的正面影響?.....     | 17 |
| 小結.....                           | 18 |
| 第五節 結論.....                       | 19 |

## 圖目錄

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 圖 1 問卷填答人學歷分配.....               | 4  |
| 圖 2 問卷填答人之畢業科系分配.....            | 4  |
| 圖 3 主要營業項目 .....                 | 7  |
| 圖 4 主要收入來源.....                  | 8  |
| 圖 5 社會企業公司之主要創立宗旨 .....          | 11 |
| 圖 6 填答者之月平均所得.....               | 13 |
| 圖 7 填答者最想獲得的職能訓練種類與比重 .....      | 14 |
| 圖 8 在臺灣成立社會企業可能面臨的挑戰.....        | 15 |
| 圖 9 可進行社會企業認證機構之支持比率.....        | 15 |
| 圖 10 支持股東可分配盈餘上限之比例.....         | 16 |
| 圖 11 希望政府對社會企業提供的協助種類與比例 .....   | 17 |
| 圖 12 台灣社會企業的發展對社會的正面影響之涵蓋層面..... | 18 |

# 2015 年台灣社會企業調查報告

## 前言

本次問卷為國立中央大學管理學院第一次寄發的社會企業問卷，期望透過問卷調查對於台灣社會企業發展現況與趨勢有較深入的瞭解，並發掘台灣社會企業在經營與發展上可能面臨的挑戰與需要協助之處，作為政府、社會企業及相關團體政策調整或因應之參考，以提高社會資源的運用效率，協助解決社會問題。作者們感謝社會企業與參與人的協助配合，使得問卷調查工作得以圓滿完成。

本問卷的發放對象包括：以社會企業字樣登記成立在案的企業、社企相關網路或書籍如「社企力」內容中所提及的社會企業、以及以社區產業為名的社區發展協會等。填答人包含社會企業經營者/負責人、社會企業受雇者，以及對(創立)社會企業感興趣者。問卷寄發之前，研究團隊先以電話聯繫各單位，說明問卷發放之背景與原委。問卷於 2015 年 7 月寄出，共 318 份，並於 8 月與 9 月進行兩次催收。最後總共回收 109 份問卷，回收率為 34.3%。近五成五的問卷填寫人為社會企業經營者/負責人(54.8%)，三成多為社會企業受雇者(30.8%)，其餘為對(創立)社會企業感興趣者(14.4%)。

問卷內容共分三部分，分別是(A)與社會企業公司營運有關的問項、(B)對台灣社會企業發展狀況有關的問項、(C)個人特徵資料。吾人請第一類填答人，即社會企業的經營者/負責人，填寫問卷的所有問項，包含 A, B, 與 C 三部分；其他類填答人填答後二部分問項。

本次問卷調查填答人 55.8% 為女性，44.2% 為男性；平均年齡為 44.4 歲，標準差 12.0 歲。其中，67.7% 為有配偶者，32.3% 為其他。多數填答人具大學學歷(42.9%)，其次為專科(21.0%)，另有 17.1% 為碩士、16.2% 為高中(職)，2.9% 具博士學位。由上述學歷分配觀之，在台灣從事與社企相關或對社企感興趣人士，其學歷高於一般的勞動市場參與人。圖 1 為學歷被勾選的詳細百分比比例。

若以填答人畢業科系區分，則約有三成為商管學院畢業生(33.7%)，其次為文學院(17.8%)與其他科系(15.8%，如藝術、設計類等)。14.9% 為工學院，其餘 18% 分別來自於醫學院、理學院、教育學院、農學院、軍警學院，及法學院。圖 2 為社企參與人畢業科系之詳細分配。

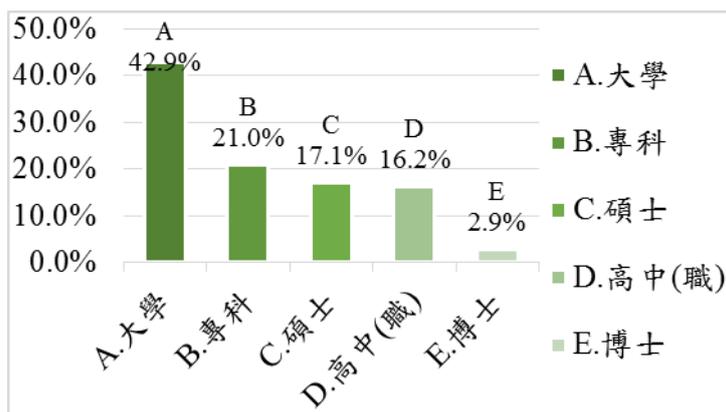


圖 1 問卷填答人學歷分配

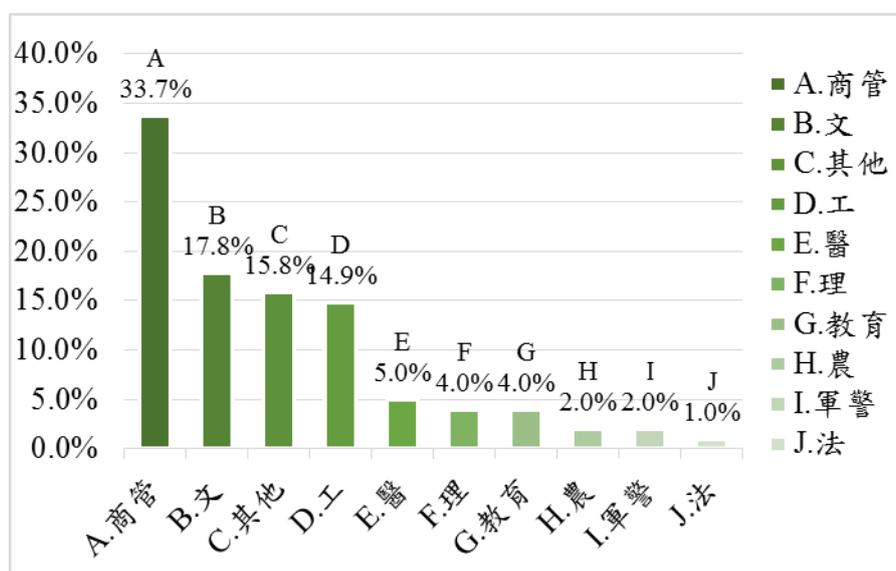


圖 2 問卷填答人之畢業科系分配

身分為「社會企業經營者」或「社會企業受雇勞工」的填答者總共有 87 位，在目前就職的社會企業平均工作 6 年 2 個月。其任職社會企業的總共期間約達 8 年(95.8 個月)，雖然其平均差異頗大(標準差為 106 個月)。另根據填答人之資料，有相當大比例的社企參與人長期擔任志工。亦即，高達 50.5%的填答者在任職於目前的社會企業之前便擔任過志工，平均擔任志工的時間長達 12.6 年(標準差 21.9)。這些數據顯示，大部分社會企業參與者對志工活動具有一定程度的熱情。另外，對(創立)社會企業感興趣者當中，多數目前為在職狀態(86.3%)。

除了第一部分的調查結果重點摘要之外，報告內容共分五節。第一節為台灣社企公司基本特徵與統計分析，第二節彙整社會企業的公司經營現況與展望，第三節為社會企業公司創立宗旨與社會影響力的結果分析，第四節為填答人對於台灣社會企業發展之看法，結論列於第五節。

## 調查結果重點摘要

### 台灣社會企業及其參與人之特徵

- ✓ 台灣社企公司平均成立 13 年，成立時間最長的公司為 68 年。
- ✓ 每家公司平均雇用專職人員 16 人、兼職人員 5 人，以及志工 14 人。  
故台灣的社會企業多屬中小型，且頗為仰仗志工的投入。
- ✓ 大部分的社會企業由社福團體或非營利組織轉型成立，占了約八成比例。
- ✓ 主要營業項目多與產品之製作與生產(20%)以及商品的零售有關(19%)。
- ✓ 社企公司的主要收入來源為一般民眾與政府補助，各佔 28%與 20%。
- ✓ 2014 年 45%的社企公司營業額在 200 萬元以下。
- ✓ 社企公司的營業活動多屬國內與公司附近區域範圍，僅少數從事國際交易。
- ✓ 每年公布公益報告的公司高達 64%，46.6%有辦理會計簽證。
- ✓ 2014 年收支盈餘、平衡或虧損的比例相當。
- ✓ 與 2013 年相較，有高達 60%的公司營收呈現增加的現象。
- ✓ 與 2013 年相較，幾乎一半的社企公司雇用的員工人數(含全職與兼職)有所增加(49%)。因此，就這兩年相較，台灣社會企業的績效有逐漸好轉之趨勢。
- ✓ 社企參與人中女性的比例明顯高於男性，分別為 56%與 44%。  
社企參與人的平均年齡為 44 歲，多數具有大專及以上的學歷(84%)。  
社企參與人三成為商管學院畢業生(34%)，其次為文學院(18%)。
- ✓ 社企參與人有 51%具有長期參與志工活動的經驗。
- ✓ 社會企業經營者或社會企業受雇勞工的填答人平均任職於社會企業 8 年。
- ✓ 有將近五成的企業經營/負責人以女性為主(48%)，明顯高於同年度中小企業之女性業主比例(37%)；此特質與國外社會企業類似，如英國。

### 社企公司之經營現況與近期展望

- ✓ 2014 年有 67%曾經尋求資金之協助。
- ✓ 接近九成當年度(2014 年)曾經尋求資金協助的社會企業是向外界募集資金。
- ✓ 外界募資的管道多與政府之補助有關(46%，平均金額為\$2,118,143)。
- ✓ 當年度尋求資金協助的社企公司是為了讓企業能更進一步成長(占 40.3%)。
- ✓ 有 94%的公司認為需要經營管理技能的協助。
- ✓ 需要經營協助的面向主要是行銷技術的提升與網站架設技術之協助。
- ✓ 約有 56%的社企公司會在產品包裝上清楚標示為社會企業產品。
- ✓ 會在產品包裝上清楚標示社會企業產品的公司，有接近五成左右認為產品標示代表著較高的社會責任，其次是可作為市場區隔之用(占 35%)。
- ✓ 多數填答者認為其公司未來 2~3 年會有成長(55%)，故其對於未來偏向樂觀。

### 社企公司創立的宗旨與社會影響力

- ✓ 多數社會企業成立的宗旨在於幫助弱勢與創造就業機會，各占 23%與 22%。
- ✓ 以幫助弱勢團體為主要宗旨的社企公司，其主要幫助的對象是身心障礙族群(24%)與老年族群(20%)。
- ✓ 社企公司對於成立宗旨的達成率(1分至 10分)，平均達 6.66分，顯示多數台灣社會企業經營者認為達成率頗高。但是，宗旨達成率的差異性不小(標準差 1.84)。有 8.77%的填答人對其公司達成創立宗旨的評分高於 9分。
- ✓ 關於社企公司 2014年創造的社會效益(包括有形與無形)與公司總支出(總成本)的比較方面，填答成本大於或等於回收效益的公司約有 56%。沒有盈餘的公司當中，超過一成五處於較為嚴重的虧損狀態，其成本約為效益的兩倍或以上。不過，效益大於成本的公司仍有 44%之多。
- ✓ 填答者以 1至 10分表達其是否曾經積極評估過公司對社會的影響力，平均給分為 6.51分，顯示多數台灣社會企業經營者很在乎自身社會企業對於社會的影響，故也積極進行相關的評估。
- ✓ 填答人認為台灣社會企業發展對於社會的正面影響，最主要是提高了民眾對社會問題的關注以及對社會的關懷(21.3%)，促使更多人投入社會服務與社會參與的行列(20.4%)。

### 對於台灣社會企業發展與政府相關政策的看法

- ✓ 多數公司認為應該對社會企業進行認證，占 66.3%。
- ✓ 在認為需要進行認證的公司中，最多人認為公益法人機構最適合進行認證(46.1%)，其次為政府相關單位(39.5%)，兩者合計 85.6%。
- ✓ 超過半數社企參與人支持以法律規範股東可分配的盈餘上限(57%)。
- ✓ 認同股東盈餘應該設限者有 41.4%認為分配上限應為 30%。  
24.1%認為分配上限應設定為 10%以下；15.5%認為分配上限為零，即認同諾貝爾和平獎得主尤努斯博士倡議的股東零分配；5.2%認為可分配上限應與南韓相同，為 1/3；5.2%認為可分配上限應該為 1/2；1.7%認為可分配上限應為 2/3(即與英國的公益公司相同)；7%認為可分配上限為其他比例。
- ✓ 社企參與人認為社會企業要達到永續經營最主要的難處在於，大眾對於社會企業產品或服務的辨識度不高，其次為較難尋覓到合適的管理與領導人才。
- ✓ 22%的社企參與人希望政府應設法增加社會企業之間的連繫平台與管道。
- ✓ 21%的社企參與人希望政府能夠提供技能訓練。
- ✓ 逾九成填答者認為自己需要職能訓練。其中，最多的填答者想要獲得的職能訓練是行銷能力的提升與創意的開發。

## 第一節 社企公司基本特徵介紹

### 一、公司基本資料

在本次調查中，社會公司平均成立 13.1 年，標準差為 12.3 年，成立時間最長的公司為 68 年。每家公司平均雇用 16.1 位專職人員(標準差 33.9)、兼職人員 5.5 位，以及志工 14.2 位。社企公司大部分是由社福團體或非營利組織轉型而成，占 78.8%；10.6%是由一般營利事業單位另外設立；另有 10.6%是純粹新設的企業。

社企公司主要營業項目為產品之製作及生產(19.9%)以及商品之零售(18.8%)，兩者合計為 38.7%。其餘尚有 13.8%為文化創意與推廣、10.5%為社會關懷、9.9%為教育、8.3%為環境保護(例如:資源回收)、6.6%為職業教育及訓練、6.1%為其他(如農業、漁業等)、2.2%為健康與醫療照護服務、2.2%為顧問諮詢，及 1.7%為場地租借。詳請參見圖 3 主要營業項目之百分比分配狀況。

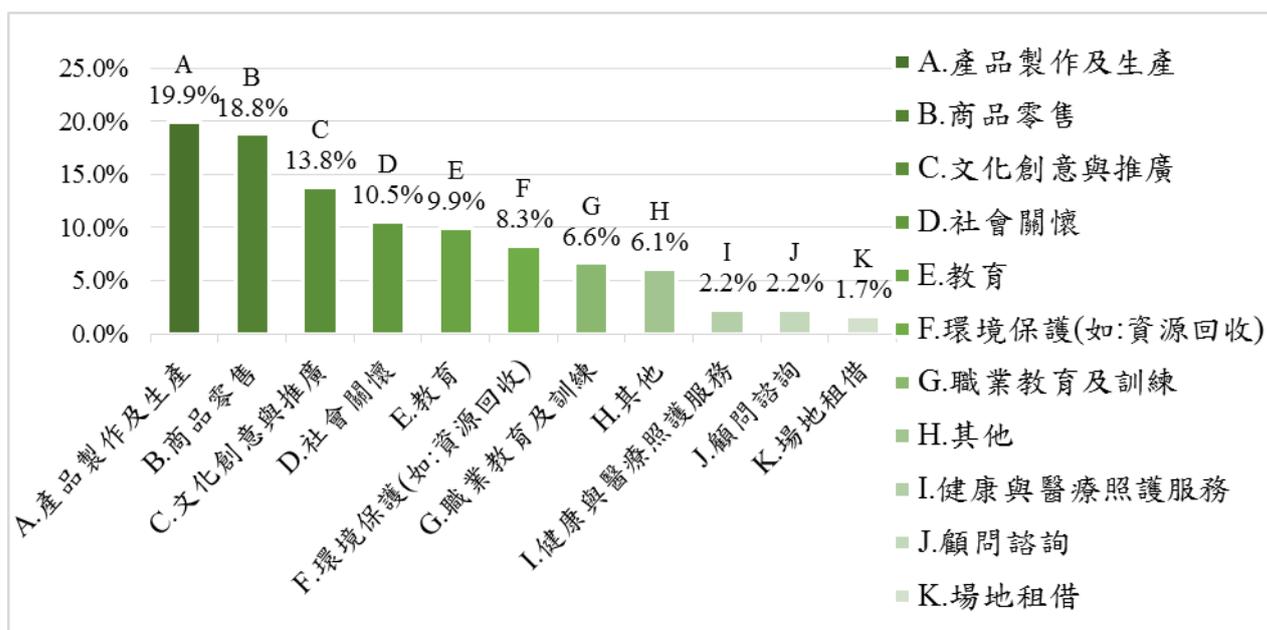


圖 3 主要營業項目

根據此調查，47.7%公司之經營團隊以女性為主，44.6%為兩性相當，僅 7.7%是以男性為主。與經濟部 2015 年中小企業白皮書中顯示中小企業業主僅 36.6%為女性相較，台灣社企相對更偏向女性業主。這樣的結果也與國外社會企業相同，如英國。

## 二、主要收入來源

社企公司的主要收入來源大部分是來自一般民眾，以及政府補助，分別是 27.8%與 19.9%；其次是來自政府部門或國營事業、公益捐贈，分別為 13.2%與 12.6%。其餘有 26.5%來自一般公司行號、慈善組織或公益團體、其他社會企業與其他來源。圖 4 為詳細的主要收入來源。

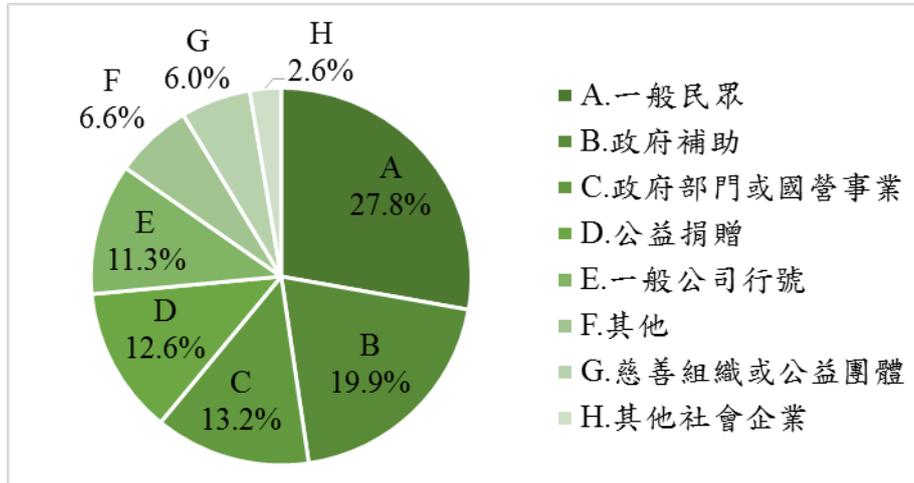


圖 4 主要收入來源

## 三、社企公司之營業狀況

台灣社企公司商業活動的區域多半在台灣地區，且高達 35.1%的營業活動範圍為公司附近的區域、30.9%為公司所在地的縣市與鄰近的縣市，29.8%為台灣地區(包含離島地區)，僅 2.1%為亞洲地區，2.1%有擴及全球。因此，台灣的社會企業多屬國內區域性質之廠商，鮮少有國際貿易之行為。

關於 2014 年公司之營業額方面，大部分公司營業額為 200 萬元以下(44.8%)，其次為 200 至 500 萬元(25.9%)。其餘有 10.3%為 1,000 至 3,000 萬元、8.6%為 500 至 1,000 萬元、8.6%為 5,000 萬元以上，及 1.7%為 3,000 至 5,000 萬元。故與國外觀察類似地，台灣的社企多為中小型企業。另外，53.4%的公司並無辦理會計簽證。不過，每年皆公布公益報告的公司占多數(63.5%)。

### 小結

台灣大部分的社企公司是由台灣的社福團體或非營利組織轉型而來，多數營業額為 200 萬元以下的中小型企業，且許多營運團隊以女性為主。主要營業項目多為產品之製造、生產與零售，以及文創商品，提供勞務服務者相對較少。同時，營業範圍多屬區域性質，較少涉及國際貿易。

## 第二節 公司經營現況與展望

### 一、資金需求狀況

沒有尋求資金協助的公司相對較少(32.8%)，而在 67.2% 曾尋求資金協助的公司中，有 10.2% 的尋求對象為內部股東增資(平均金額為\$866,667)、89.8% 向外界尋求資金協助。外界資金來源包括 46.3% 政府補助(平均金額為\$2,118,143)、26.9% 捐款(平均金額為\$588,333)、14.9% 其他管道，以及 11.9% 為借款(平均金額為\$1,110,000)。

關於尋求資金的原因當中，曾經尋求資金協助的公司中，大多是為了企業更進一步的成長所需，占 40.3% (例如開發新產品)，其次有 24.2% 為其他原因(如人事成本、教育訓練、舉辦活動等)，及 22.6% 是為日常經營所需(例如因現金流量不足等)，另有 11.3% 是為了購買機器或設備，及 1.6% 是為了支付契約到期的款項。因此，根據這些統計數據，台灣社企普遍存在資金不足的現象。其中，有超過二成是為了因應日常營運所需，顯示其具有現金流量不足的問題。

### 二、公司營運規劃策略

關於提升公司營運績效的策略，調查結果顯示最有效策略的前三名分別是：提升行銷能力(18.2%)、提升員工專業技能(15.2%)，以及開發或提供新的產品或服務(13.3%)。而增加營運據點與募集足夠資金這兩點相對來說是較不被注重的。由此可知，大多公司嘗試以促進產品銷售與員工的專業技能的方式來提升公司績效。

### 三、經營管理之協助

幾乎所有社企公司都認為他們需要經營管理上的協助，占了高達 93.8% 的比例。需要協助的面向主要為行銷技術(26.0%)，其次為網站架設技術(14.1%)、財務規劃(13.6%)與創意開發(13.6%)。因此，政府部門或許可以由此四面向協助台灣社企之發展。其餘社企公司需要的協助為人力資源管理(11.3%)、組織能力(10.2%)、專業生產技術(10.2%)，以及其他(1.1%，如資源分享平台等)。

### 四、市場定位

#### 1. 公司是否會在產品包裝上清楚標示為社會企業之產品？

56.3% 的公司會在產品包裝上標示為社會企業產品，其中，大多是為了代表較高社會責任之產品，占 49.7%。其次是作為市場區隔之用，占 34.5% (用以區分類似但非社企的產品)。另有 12.7% 認為可以代表較高的品質，以及 3.6% 為其他原因(如附上產品本身的認證等)。

在 43.8% 未在產品包裝上標示為社會企業產品的公司，其原因各有不同。有 39.5% 的公司認為，多數民眾並不清楚社會企業與一般企業的差別，故無需標示。

37.2%則認為目前台灣並無社企認證，因此，包裝的標示並無太大意義。另有16.3%認為其自身產品與其他類似產品並無明顯差異，因此標示無用，及7.0%為其他。

## 2. 在消費市場上找到認同社會企業產品的消費者之困難度

關於在消費市場上找到認同社會企業產品的消費者之困難度，填答者給予1分至10分表示困難的程度，分數越高代表越困難。此題之填答人數有53人，平均給分為6.32分。顯示，多數填答者認為要在消費市場上找到認同社會企業產品的消費者之困難度頗高，雖然由其標準差1.73分看來，大家所認為的困難度差異性不小。不過，值得一提的是，填答超過5分的百分比高達86.79%，顯示，此應為台灣社會企業共同之問題。

## 五、公司的營運情形與展望

關於2014年收支狀況方面，34.4%的公司處於盈餘狀態、32.8%收支平衡、32.8%呈現虧損狀態，三者之比例相當。與前一年相較(2013年)，營收增加的公司占了大多數，達60.3%，其餘23.8%無明顯增減，另有15.9%的公司呈現營收減少的現象。

另外，大多公司2014年的員工人數(含全職與兼職)與前一年相較有增加的趨勢(49.2%)，其餘27.0%無明顯增減，另外23.8%的公司之員工人數減少。因此整體看來，不論是以收支狀態或員工規模觀之，多數台灣社企公司在過去二年的表現呈現正向的趨勢。

關於公司未來2~3年的營運展望，多數填答者認為其公司將會有所成長(55.2%)，其次有28.4%認為會持平，及10.4%認為會大幅成長。僅4.5%與1.5%認為會衰退或大幅衰退。由此可知，大多填答者對於台灣社會企業的未來抱持樂觀正面的看法。

## 小結

台灣社企普遍存在資金不足的現象，並多向外界尋求資金協助，有超過二成是為了因應日常營運所需，顯示其具有現金流量不足的問題。大多公司以促進產品銷售與員工的專業技能的方式提高公司績效，其中，32.8%呈現虧損狀態。幾乎所有台灣社企廠商都認為需要某種面向的協助，需要的協助主要在於行銷技術、網站架設技術、財務規劃與創意開發。另外，對於社會企業而言，如何在消費市場上找到認同社會企業產品的消費者具有相當的困難度。但是，不論是以收支狀態或員工規模觀之，多數台灣社企公司在過去二年的表現呈現正向的趨勢，而且，大多填答者對於台灣社會企業的未來抱持著樂觀與正面的看法。

### 第三節 社企公司創立的宗旨與社會影響力

#### 一、公司創立宗旨在於解決哪些社會問題？

社會企業公司的創立宗旨各有不同。以勾選票數占該問項總勾選票數之比例觀之，多數社會企業成立的宗旨在於幫助弱勢與創造就業機會，各占百分之 23.1 與 22.1 的比例。另有 17.6% 為改善社區居民的生活環境、13.6% 為保護環境、9.0% 為提供教育資源。僅 5.5% 為幫助其他社會企業或第三部門組織，5.0% 為了解決其他社會問題，4.0% 為促進公平交易/貿易。圖 5 為創立宗旨詳細的百分比例。

另外，根據調查結果，以幫助弱勢團體為宗旨的社會企業公司，主要幫助對象為身心障礙族群與老年族群，兩者合計約占 44%。10.6% 主要在於幫助兒童或青少年，8.7% 為幫助失婚，另 8.7% 為幫助原住民，2.9% 為受虐人士，25.0% 主要在於幫助其他弱勢族群。

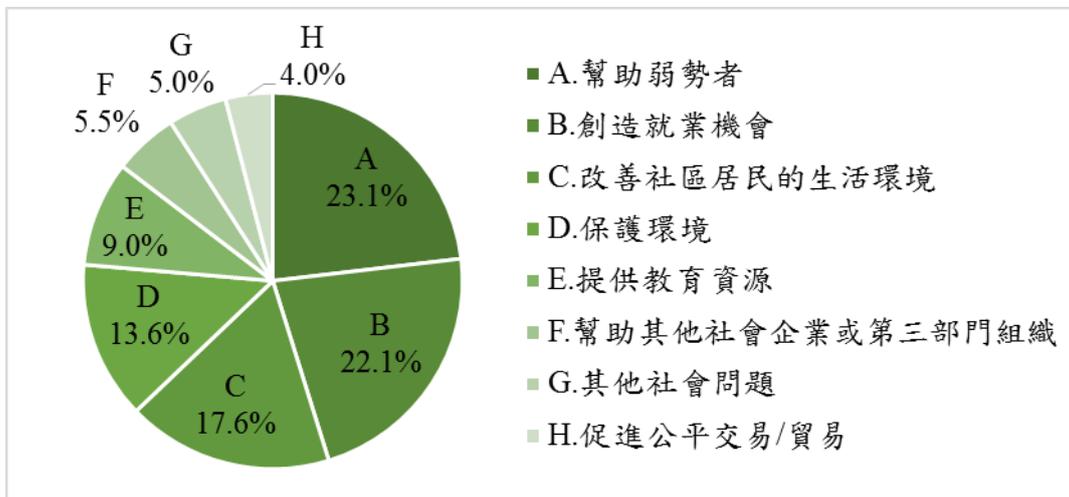


圖 5 社會企業公司之主要創立宗旨

#### 二、公司創立宗旨之達成率評分

關於社會公司創立後是否已經達成其成立宗旨之問題，於本問卷中吾人請社會企業經營者/負責人針對其公司成立宗旨的達成率給予 1 分至 10 分的評分，分數越高代表達成率越高。此題共有 57 位的填答人，平均給予 6.66 分的評分。這些數據顯示，多數台灣社會企業經營者認為，社會企業成立宗旨的達成率頗高，雖然由標準差 1.84 分看來，宗旨達成率的差異性不小。另外，值得一提的是，填答高於 6 分的百分比也不少，為 77.19%，此一比例已接近八成左右。其中，甚至有接近 9% 的填答人對於其公司的達成率評分給予高於 9 分的評價(8.8%)。

### 三、公司的社會影響力評估

#### 1. 是否曾積極評估公司的社會影響力

填答者給予 1 分至 10 分表達其是否曾經積極評估過公司對社會的影響力，越高的分數代表積極度越高。此題之填答人數為 59 人，平均給分為 6.51 分，標準差為 2.00，而大於 6 分的百分比為 74.6%。顯示，多數台灣社會企業經營者十分在乎自身社會企業對社會的影響程度，故曾經積極進行相關的評估。不過，因為填答結果的標準差高達 2.00 分，表示，社會企業之間對於評估的態度差異性也不少。

#### 2. 公司在過去一年所創造的社會效益(包括有形與無形)相對公司總支出/總成本的比率

值得注意的是，此題未填答或填寫不知道的人數較多，高達 60 人。其中，填答成本大於或等於回收效益，即社會淨效益較低的公司佔填答人的 56.3%。此數據顯示，若以社會盈餘的觀點衡量社會企業之貢獻，有超過五成的社會企業目前尚處於不具盈餘的狀態。在這些無社會盈餘的公司中，有超過一成五處於較為嚴重的社會虧損狀態，其所付出的成本約為社會效益的兩倍或以上。不過，值得慶幸的是，社會效益大於成本的公司仍高達 43.8% 之多；其中，甚至高達三分之一社企公司認為，其所創造的社會效益為成本的兩倍或以上。

#### 小結

台灣社企公司的創立宗旨主要在於幫助弱勢與創造就業機會，其次為改善社區居民生活環境與環境之保護；其中，被幫助的弱勢團體主要為身心障礙與老年族群。再者，多數社企經營者認為其成立宗旨的達成率頗高，雖然之間的差異性不小。而且，多數經營者相當在乎其對社會的影響程度，因此，曾經積極進行相關的評估。若以社會盈餘的觀點衡量社會企業之貢獻，有超過五成的社會企業尚處於不具社會盈餘的狀態。但是，有許多社會企業對於其企業所創造的社會效益之掌控較不清楚。故如何協助社會企業進行自身企業社會效益的評估，以及協助社企提高其社會盈餘、創造其社會影響力，應是台灣社會企業很重要的課題。

## 第四節 對於台灣社會企業發展的看法

### 一、受雇社會企業者之月平均所得

根據調查結果，受雇於社會企業者與社企經營者的平均月所得為 31,465 元，低於同期台灣勞工的平均薪資 36,500 元(參考:行政院主計處)。大多數填答人之月薪在 20,000 元以下，占了 60.5%。其次為 20,000 - 39,000 元(20.9%)、7.0% 為 40,000 - 59,000 元、4.7% 為 80,000 - 100,000 元，及 4.7% 為 60,000 - 79,000 元。另有 2.3% 為 100,001 元以上，不過，較低的月薪可能是因為兼職或工作時數較低所致，但此次問卷並未詢問工作時數或專/兼職。圖 6 為月所得的詳細分配狀況。

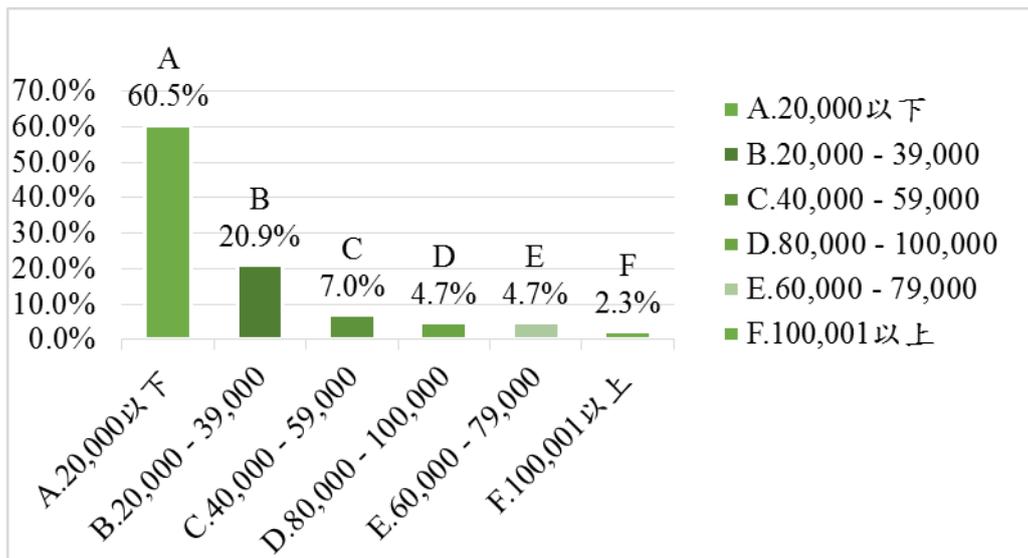


圖 6 填答者之月平均所得

### 二、填答者最需要的職能訓練種類

首先，幾乎所有填答者都認為自己需要職能訓練，此一比例高達 93.0%，僅 7.0% 認為不需要，是所有問項中答覆結果最為一致的部分。其中，最多人想獲得的職能訓練是行銷能力(20.8%)與創意開發(17.5%)，兩者合計為 38.3%。其次為組織能力(13.2%)、人力資源管理能力(13.2%)；再來則是財務規劃能力(12.9%)、網站架設技術(12.2%)與專業生產技術(9.2%)。這些結果顯示，台灣社企公司對於專業訓練具有相當高的需求，因此，如何獲得這些訓練頗值得相關單位之正視。圖 7 為職能訓練項目被勾選的詳細百分比例。

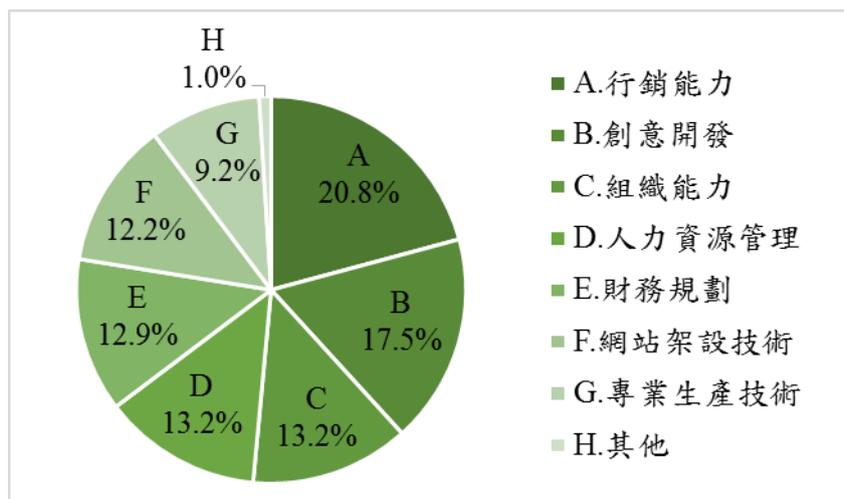


圖 7 填答者最想獲得的職能訓練種類與比重

### 三、在台灣成立新社會企業可能面臨的最大挑戰

新設社會企業可能面臨諸多挑戰，其中，多數人認為最大的困難在於大眾對社會企業的瞭解不足(14.3%)與資金取得的困難(13.4%)。其次，為人力方面的問題；填答人認為既有之人才專業能力不足(10.5%)、專/兼職人力不足 (10.3%)，兩者合計占了 20.8%。再其次則為欠缺行銷或推廣之管道(10.3%)，而難覓得合適的管理人才也是需要面對的挑戰(10.0%)。另外，政府未能設計出完善的誘因機制(8.7%)以及法令規章限制過多(6.7%)亦是問題。市場規模不夠大(6.0%)、銀行或可能支援的組織對於社會企業不夠了解(5.6%)、缺乏財務人才(3.3%)等也都具有一定程度的挑戰，詳請參見圖 8。

因此，由調查數據看來，社會企業成立與經營所面臨的困難是多面向的，且亟需政府與社會的幫助。如何增加社會大眾對社會企業的了解，以及提供社企資金取得的便利性是台灣社企發展最大的難題，社會企業的人力與專業能力的提升也是亟需獲得改善的面向。

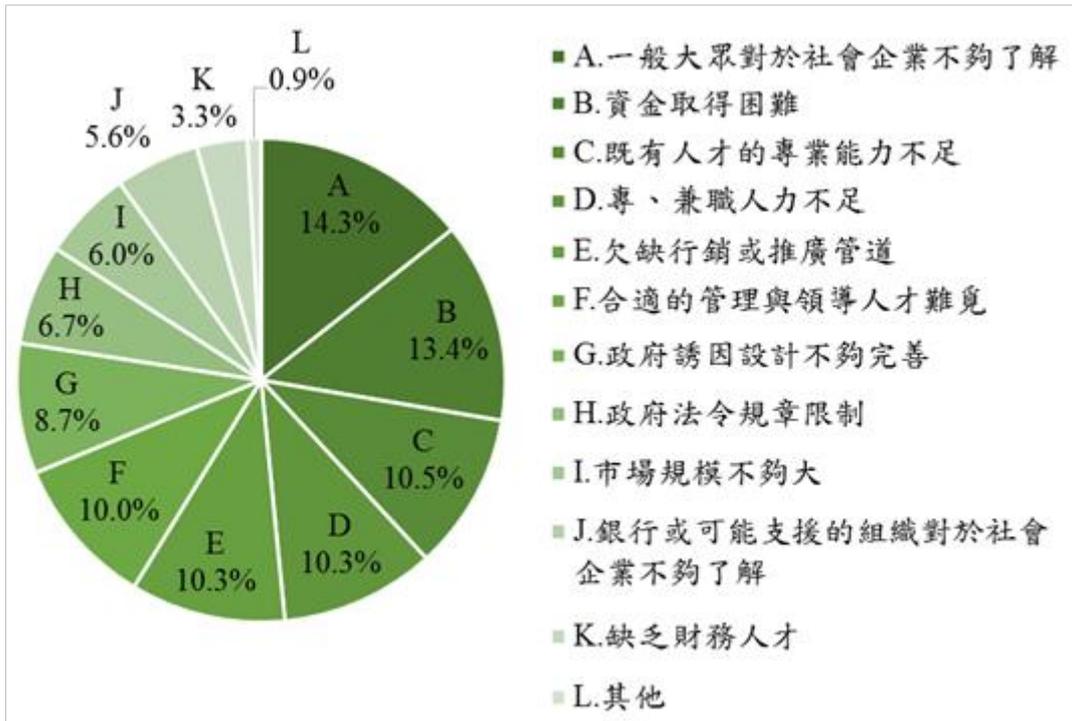


圖 8 在台灣成立社會企業可能面臨的挑戰

#### 四、是否應該對社會企業進行認證？

是否應該對社會企業進行認證是各國社會企業長期以來較具爭議的問題。根據此次問卷調查結果，超過六成的填答人認為台灣應該對社會企業進行認證(66.3%)；其次，有 23.1%填答者回答不知道或無意見，僅 10.6%認為不需進行認證。而在認為需要進行認證的回覆中，最多的填答人認為公益法人機構是最適合負責認證的單位(46.1%)，其次為政府相關單位(39.5%)，兩者合計共 85.6%。其原因或許是公益法人與政府的專業性與公正性較能受到大眾的信任，二者的支持度頗為接近。另有 5.3%的受訪者認為應該由大學院校學術機構進行認證；9.2%的受訪者認為應由其他機構進行認證。圖 9 為認證機構被勾選的分配狀況。

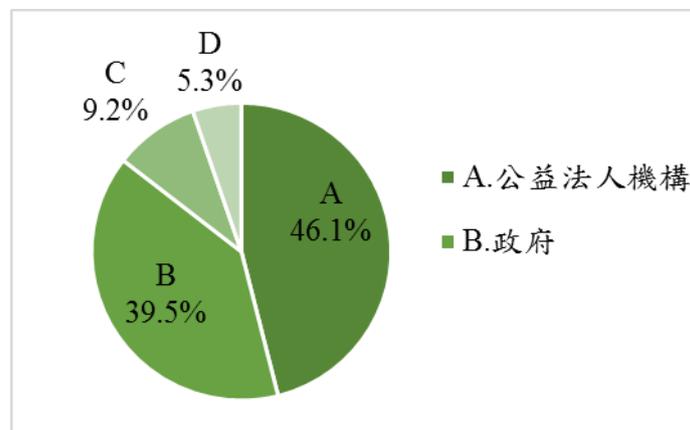


圖 9 可進行社會企業認證機構之支持比率

## 五、是否支持政府以法律方式規範社企股東的可分配盈餘上限?

約半數的受訪者支持台灣應該以法律的方式規範社企股東的可分配盈餘上限(56.7%)，26.9%表示不知道或無意見，16.3%的公司則不支持這樣的方案。在支持此方案的回覆中，有41.4%認為可分配上限應該為30%。其次，有24.1%認為可分配上限應該為10%以下、15.5%的填答人認為不應將任何盈餘分配給股東，亦即，支持諾貝爾和平獎得主尤努斯博士所倡議的股東零分配制度。此外，僅有少數的受訪者認同南韓1/3的盈餘分配上限(5.2%)。另有一些受訪者認為可分配上限應該更高，如5.2%填答人認為應該設定為50%，另外的1.7%認為應與英國公益公司的規定相同，即2/3，詳請參考圖10的勾選分配。

總之，根據本次調查，較多數的受訪者認為台灣應該設法制定社企股東分配盈餘的比例，且多數認為的比例上限為30%。

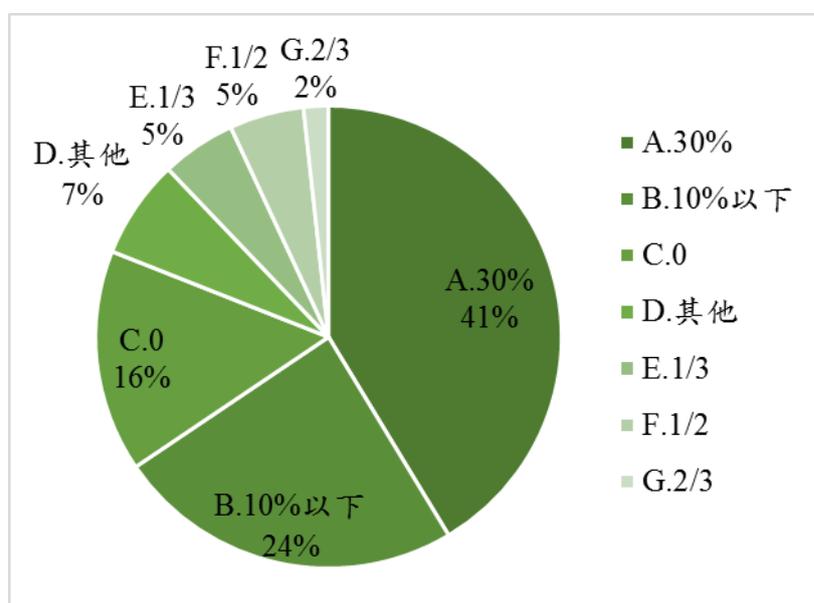


圖 10 支持股東可分配盈餘上限之比例

## 六、對政府的期望

政府相關單位積極推動社會企業的發展，也將2014年訂為社企元年。那麼，填答人對於政府「2014社企元年」相關措施之瞭解究竟如何呢?填答者給予1分至10分表示瞭解程度，分數越高代表瞭解度越高。此題填答人數共60人，平均分數僅4.68分。或許，由於此方案推動時間不長，因此，社會大眾對於政府在這方面的努力不太清楚。同時，所獲分數的標準差高達2.32分，也顯示著民眾對此計畫了解程度相差。因此，這些部分調查之結果頗值得政府相關方面參考與加強。

再者，政府相關單位實施了鼓勵社企產品採購制度。那麼，社企參與人對相關政策的滿意度又如何呢?在1分至10分的滿意度分數中，51位填答人給予的

平均分數為 4.49 分，平均分數不高，標準差 2.04 也頗大，原因值得進一步的探討。

關於社企參與人希望政府對於社會企業可以提供的協助方面，最多填答人希望政府能夠設法提升社企間的連繫平台與管道(22.1%)，以及提供社會企業所需的技能訓練(20.7%)，兩者合計達 42.8%。其次，另有 18.0% 希望獲得政府採購的機會與金額、17.0% 希望政府直接提供資金的協助或利息的補貼。15.0% 填答人希望政府提供租稅優惠，6.8% 希望政府鬆綁法令規章，詳請參考圖 11 的詳細勾選比例。由勾選比例看來，除了增加社會企業之間的聯繫以及提供教育訓練之外，填答人普遍希望政府提供金錢方面的協助與優惠。

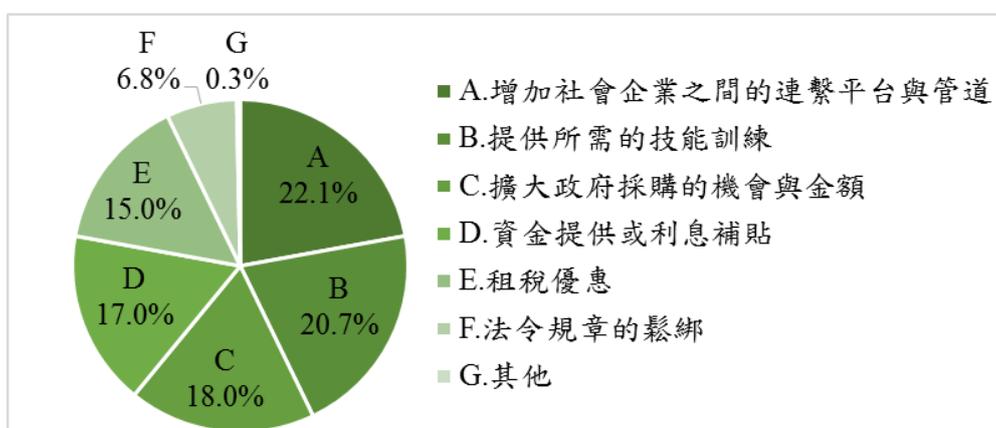


圖 11 希望政府對社會企業提供的協助種類與比例

## 七、台灣社會企業的發展對社會具有哪些的正面影響？

關於台灣社會企業發展對社會的正面影響，前四名被勾選的百分比率頗為相當，分別為：(1)提高民眾對社會問題的關注以及對社會的關懷(21.3%)、(2)促使更多人投入社會服務與社會參與的行列(20.4%)、(3)認為社會企業提倡了新觀念與新價值(20.4%)、以及(4)提供服務給有需要的個人或團體(19.8%)，其餘有 8.8% 認為可促進同性質團體資源之整合、7.6% 認為可提升社會大眾的公民權意識。顯示社會企業主要可讓社會大眾注意到需要幫助的人，並了解他們的需求，進而提供適當的幫助，以協助解決社會問題。圖 12 為正面影響層面被勾選的詳細百分比比例。

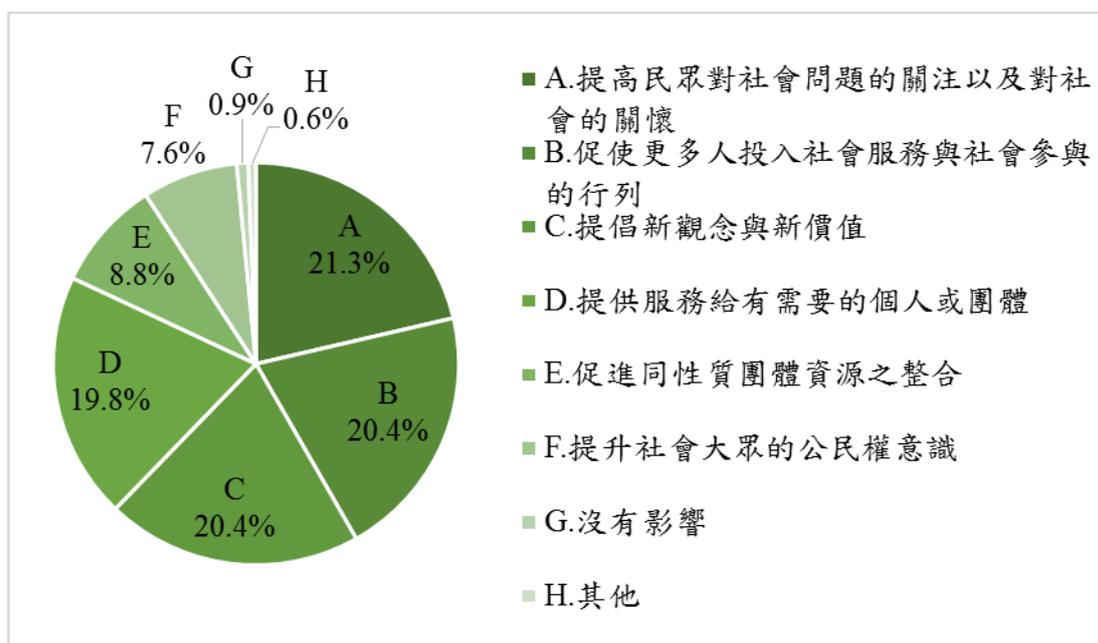


圖 12 台灣社會企業的發展對社會的正面影響之涵蓋層面

### 小結

根據調查，社企公司社企參與人認為，台灣社會企業之存在主要可讓社會大眾注意到需要幫助的人，並了解他們的需求，進而提供適當的幫助，以協助解決社會問題。新設社會企業可能面臨多元挑戰，最大的困難為大眾對社會企業的瞭解不足夠與資金取得有困難。他們對於專業訓練具有高度的需求，其中，最多人想獲得的職能訓練是行銷能力與創意開發。且多數填答者十分希望政府可以提供相關的協助，包含：提升社企間的連繫平台與管道、提供社會企業所需的技能訓練、獲得政府採購的機會、以及提供資金的協助或利息的補貼。此外，根據調查結果，政府若可以著墨於讓社會大眾了解相關的新政策，將可提高社會企業的成功機率。再者，超過六成的填答人認為台灣應該對社會企業進行認證，且公益法人機構是公認最適合負責認證的單位。而且，多數受訪者認為台灣應該設法制定社企股東分配盈餘的比例，且多數認為的比例上限為 30%，即經濟部行動方案建議的廣義社會企業之盈餘分配上限。

## 第五節 結論

本次問卷調查結果顯示，台灣社企公司許多是由社福團體或非營利組織轉型而來，多為營業額在 200 萬元以下的中小型企業，且許多營運團隊以女性為主。主要營業項目以之製造、生產商品與商品零售以及提供文創商品為主，營業範圍多屬在地性質，鮮少涉及國際貿易。

關於台灣社企經營現況方面，與前一年營運結果相較，雖然多數填答人認為該公司的財務狀況已獲得改善，但是有高達 32.8% 仍然呈現虧損的狀態。而且，社會企業普遍存在資金不足之現象，多數曾於 2015 年向外界尋求資金協助；其中，超過二乃為因應日常營運所需，反應了社企現金流量不足之現象。再者，幾乎所有社企廠商都需要經營層面之協助，主要項目包括行銷技術、網站架設技術、財務規劃與創意開發等。對於台灣的社會企業而言，如何在消費市場上找到認同社會企業產品的消費者是困難度很高的任務。但可喜的是，多數填答人對於台灣社會企業的未來抱持著樂觀且正面的看法。

關於台灣社企創立的原因及其自評對社會的影響方面，台灣社企公司創立之宗旨最主要的是幫助弱勢與創造就業機會，其次為改善社區居民生活環境與環境保護。其中，社企幫助的弱勢團體主要為身心障礙與老年等二族群。社企參與人普遍認為，台灣社會企業存在之價值主要在於，可讓社會大眾注意到社會上需要幫助的人、了解他們的需求、進而提供適當的幫助，協助解決社會問題。同時，多數社企經營者認為其公司成立宗旨的達成率頗高，雖然社企公司宗旨達成率的差異不小。另外，吾人發現超過一半的社企經營者相當在乎其社會影響力之高低，因此，曾積極進行過該公司的社會影響力評估。若以社會企業投入的成本與其所創造的社會效益，衡量社會企業之貢獻的話，超過五成的社會企業目前尚處於不具社會盈餘的狀態。不過，值得注意的是，仍有超過半數的社企經營者對其所創造的社會效益並不清楚。因此，如何協助社會企業進行自身企業存在價值之評估，以及如何協助社會企業創造社會盈餘等議題，應是值得思考的課題。

關於社企參與人認為台灣應如何促進台灣社企發展方面，調查結果顯示，新設社會企業面臨了多元的挑戰，最大的挑戰在於社會大眾對於社會企業的瞭解不夠的問題，以及社會企業資金取得困難之問題。另外，社會企業對於專業訓練具有相當高度的需求，行銷能力與創意開發是最多社企參與人想要獲得的職能訓練種類。多數填答者希望政府可以提供協助包含：提升社會企業之間的連繫平台與管道、提供社企經營所需的技能訓練、獲得政府採購之機會、以及提供資金的協助或利息的補貼等。此外，根據調查結果，社企公司對政府推動社會企業的政策內容瞭解程度並不高，關於這方面值得政府相關單位多加著墨。

另外，超過六成的填答人認為，台灣應該對社會企業進行認證，且公益法人機構是最適合進行認證的單位。同時，多數受訪者認為台灣應該訂定社企股東分配盈餘的法定比例，且多數人支持的比例為 30%，與經濟部行動方案建議的廣義社會企業之分配比例一致。

最後，再次感謝社會企業與參與人的協助配合，圓滿了這次的調查。