

台灣社會企業的內涵與範圍圖像建構

邢瑜

台北大學公共行政暨政策學系博士

摘要

社會企業的發展因著各國不同的歷史及環境系絡，使其缺乏一個普遍且精確的定義與認知，這種現象也從社會企業的概念被引進台灣後出現。然而，對於社會企業的模糊認知與不明確的圖像，將會牽涉社會企業與營利部門及政府組織間的互動，並對本身權益造成影響。因此，社會企業應該要如何定義、社會企業中的不同目的應如何衡量，以及歐美的衡量標準是否適用於台灣的社會企業，就成為本文的關注重點。本文透過文獻分析法、問卷調查法，以及深度訪談法，企圖從中瞭解台灣社會企業的範圍、分析台灣不同組織型態的社會企業對社會企業內涵，並給予台灣目前已從事或欲從事社會企業的組織，在未來發展與定位上有一更明確的選擇與參考方向。

根據實證研究與統計分析後，得到以下發現：台灣的社會企業較傾向排除企業社會責任；台灣的社會企業認為社會企業的內涵應包含社會目的、經濟目的與創新能力等三個層面。最後，針對非營利組織類型社會企業及公司型社會企業在從事社會企業前與實作時應考量的事項提供建議。

關鍵字：社會企業、非營利組織、社會企業行動方案、企業社會責任

壹、前言

社會企業的發展因著各國不同的歷史及環境系絡，使其缺乏一個普遍且精確的定義與認知，這種現象也從社會企業的概念被引進台灣後出現。大部份的學者卻不認為這會妨礙對社會企業全面性瞭解與測量，或是合法架構的建立(Giulia & Borzaga, 2009: 210)，Defourny (2001) 及 Shaw & Carter (2007) 甚至認為給予包含許多不同規模、種類、結構和所有權人、利潤導向程度、與社區文化關係的社會企業一個精確的定義，不只會妨礙對社會企業全面性的瞭解與測量，在某種程度上也是無意義的，與其清楚定義社會企業，不如談論理想類型(ideal type) 更有價值。於是社會企業就一直以介於私部門與第三部門之間的混合組織，並採取企業的方案及商業活動，用以從事對社會目的或公共財有所貢獻的理想類型呈現(Dees, 1998: 60; Young, 2001a; Kerlin, 2006: 249; 鄭勝分, 2008; 呂朝賢, 2008)。雖然各國的確逐漸給予社會企業合法組織地位及規範，但亦有許多位處第三部門或私部門的組織是被廣義認定在社會企業之範圍內，那麼對於社會企業一詞，究竟應從法制面給予合法形式認定為一專有名詞，或是僅將其看作達成經濟和社會雙重目的的一種手段，而擴大解釋社會企業應包含的範圍，這將會涉及社會企業與營利部門之間的互動，以及政府補助政策的制定，更重要的是對社會企業本身權益的影響。

實際上，社會企業在策略、結構、規範和價值上都與第三部門相當不同(Dart, 2004: 411)，更不用說與公部門和私部門間所存在的差異。如何在實際存有差異的組織間，就理想面產出可兼顧社會價值及經濟目的的組織¹，使得社會企業在理想與現實上出現了矛盾。這些由組織本身特質所造成的衝突和模糊，並非僅靠社會企業的理想類型就足以說明及解決，更重要的應該是從組織本身所追求的原則與價值探討。因此，若從社會企業的興起主要是為了藉助商業手段完成社會目的達成之觀點出發，就必須先瞭解不同組織型態在經濟及社會層面上追求的原則及價值為何，這些價值及原則是否可透過混合組織的型態加以調和，以及社會目的與經濟目的兩者間是否可被分割探討，亦或是同時存在的。

歐洲研究網絡(EMES)及經濟合作發展組織(OECD)在觀察社會企業發展十餘年後，提出了比採用經濟與社會目的來理解社會企業更明確的標準與內涵。自從社會企業於一九九一年首次正式在義大利以A、B兩類型的社會合作社(A and B type social cooperatives)出現後，比利時、法國、英國及美國也分別從一九九五至二〇一〇年間，陸續給予社會企業合法地位(OECD, 1999: 16-27; Defourny & Nyssens, 2006: 4; 2010: 36-37)，英國更透過社會企業標準(Social Enterprise Mark, SEM)的方式將社會企業與無法自主和透過商業交易來達到社會目的的組織，以及僅透過公共關係和社區支援活動就宣稱其為社會企業的私人營利組織作一區隔(Ridley-Duff & Southcombe, 2012: 179)。這似乎說明目前社會企業的發展趨勢，若不從法制化著手，就必須在社會目的和經濟目的這種模糊的概念中，建立起更明確或細緻的標準。

反觀台灣目前社會企業的發展，作者雖然對於社會企業在台灣呈現如此多元及在不同組織型態的發展抱持樂觀態度，然而，善盡企業社會責任的企業是否能

¹ 為配合文中敘述說明，在本文中對於「社會目的及經濟目的」以及「社會面及經濟面」兩詞的使用，將會依照文句通順或引用文獻內容之緣故，交替使用，但兩詞在本文中所代表之意義與內涵相同。

充分展現社會企業的社會目的？擁有市場化行為的非營利組織是否能體現社會企業的經濟目的？如何透過社會企業兼具社會目的及經濟目的的特性，來予以與傳統企業和非營利組織做一區分？以及進一步的將正確的觀念推廣至社會大眾，卻都可能同時成為社會企業發展的隱憂。因此，如何認定台灣社會企業的範圍以及衡量社會企業的內涵就成為本文最重要的研究動機。

然而，相較於國外對於社會企業研究的論文，國內一方面因為對於社會企業的研究較為遲緩，另一方面，則是因為社會企業對於台灣社會是一個相當陌生的名詞。這種陌生除了來自台灣長期使用的第三部門概念都來自美國學界，自然會在第三部門的本質與社會企業的內涵兩者間產生質疑；再者，台灣社會中並沒有如同歐洲社會中強烈的社會經濟概念，因此對於社會與經濟目的如何並存其中，以及衡量標準並無定論。這也是為何多數研究會採用從非營利組織商業化或是將公益創投、企業社會責任及經營績效評估等以營利為出發的觀點套用在社會企業研究之主因，然卻僅有少數論文針對社會企業的範圍或內涵綜合探討說明（鄭勝分，2004；李素素，2010；蔡志強，2010）。有鑑於此，本文之研究目的試圖從國外文獻中探討社會企業在社會目的與經濟目的所扮演的角色，並從中歸納整理出社會企業應包含的內涵要素；並以歐美社會企業的內涵為參考標準，分析其對台灣社會企業的適用性，期望給予台灣目前已從事或欲從事社會企業的組織，在未來發展與定位上有一更明確的選擇與參考方向。

貳、社會企業相關文獻：定義、範圍、內涵

一、社會企業的定義

社會企業一詞可被應用的範圍極為廣泛，它可以用來描述在非營利組織中採用賺取收益的行為、志願組織傳遞公共服務的途徑、結合社會和經濟目標的民主且自立的組織，或是處理社會問題的社區企業等。在這些不同的定義下，卻仍然存在有共同且最重要的特徵：社會目的和商業手段（Teasdale, 2011:101），然而，社會目的和商業手段存在社會企業中的重要性，就會隨著不同起源和思想學派而在其中出現差異。Dees & Anderson(2004)將社會企業的定義分成社會創業精神思想學派，又稱「賺取所得」思想學派，以及「社會創新」思想學派兩大類，其後 Defourny 與 Nyssens (2010)，再加入歐洲研究網絡（EMES）對於社會企業的定義，成為「歐洲研究網絡」學派。

「賺取所得」思想學派對於社會企業的定義乃基於賺取所得的策略，強調非營利組織運用商業活動或手段來支持、實踐其組織宗旨，以下幾種定義是屬於此類思想學派下之代表。如；社會企業聯盟(The Social Enterprise Alliance, SEA)²認為社會企業就是非營利組織利用商業手段或策略產生收益後，進而支持組織原本的慈善使命；Young (2001b)認為，社會企業是指採取企業的方案及商業活動，用以促進社會善因或對公共財提供有所貢獻的組織，若再從結構決策的角度分析，社會企業包含兩種的界定方式，其一為營利的商業組織對於公共財的貢獻，其二為非營利組織透過商業化手段賺取盈收，並可區分成三種組織型態，包含：企業慈善 (corporate philanthropist)、社會目的組織 (social purpose organization)、及兩者之間的混合組織 (hybrids)。Alter (2002)則認為社會

² 資料來源：社會企業聯盟網頁：<https://se-alliance.org/why#whatsasocialenterprise>；檢閱日期：2013/08/22。

企業是泛指非營利組織從事企業或產生收益的行動，而透過這種有財務底線觀念的行動來創造對社會正面的影響（轉引自 Kerlin, 2006: 251）。「社會創新」思想學派強調「社會企業家」³的創新精神，但這種創新精神並不限於社會企業或第三部門中，公部門及私部門中亦存在著社會企業家精神。Neamtan (2002) 認為正因為社會企業必須處理在本質上矛盾的社會和經濟兩概念，所以必須使用大量的創新方式（轉引自 Nicolaescu et al., 2012: 521），這種創新的方式包含 Schumpeter 所區分的五種：引進新產品或某項產品新品質、引進新的生產方法、開發新市場、獲得新原料供給來源、以及形成新產業組織等（呂朝賢, 2008: 92）。

不同於前兩個學派對於社會企業的定義，「歐洲研究網絡」（EMES）學派則是針對如何界定社會企業建構了一套準則，並期望普遍適用於歐盟會員國中，這套準則將社會企業的內涵分別從經濟、社會與參與式治理⁴三個層面解釋（Defourny & Nyssens, 2012: 77-78, 83）：

（一）經濟面向：

1. 是一種持續生產財貨與銷售服務的活動：社會企業不同於傳統的非營利組織，通常不會將倡議或重分配財物做為是組織的主要目標，而是直接涉入產品生產以及提供民眾服務的活動；
2. 承擔一定的經濟風險：成立社會企業者必須承擔全部或部分的風險，不像其他大多數的公共機構，社會企業組織的財務能力取決於組織成員以及員工的付出與努力，確保維繫組織發展的適當資源，而資源包含來自商業交易活動、公部門補助以及捐贈。
3. 具有一定比例的給薪員工：社會企業就如同傳統非營利組織，也可能包含了金錢與非金錢的多元資源，組織內部也同樣有著志工與給薪員工。然而，社會企業需要給薪員工來承擔其業務活動。

（二）社會面向：

1. 服務社區及從事有益於社區活動的組織目標：社會企業最重要的目的之一就是服務社區或特殊團體的民眾。所以，社會企業的特徵就是渴望從地方層級提供社會回應感；
2. 由一群社區民眾發起創設的組織：社會企業是社區集體動力下的產物，或者是一個團體共享一個特定的目標，或需要藉由某種方式或方法來維持。
3. 有限度的利益分配：社會企業不只包含完全不可分配利潤的組織，也包含了合作社等組織，這些組織可以在某些限度條件底下做適度的利益分配，進而避免利益極大化行為。

（三）參與式治理面向：

1. 具有高度自主性：社會企業是由民眾自主設立且自治。因此，社會企業雖然可能會依賴公家補助，但卻不受公權力或其他組織管理，並且擁有「發聲與退出」（voice and exit）的權利。因此，社會企業可以自主決定組織發展與活動。

³ 社會企業家是指具有願景並有能力可將願景實現，以及協助人們成功並確保過去的錯誤不會在未來出現，並建構一個不論個人的地理位置、背景和經濟狀況為何，都可依照本身的才能來安居就業(Nicholls, 2006: Vi)。

⁴ Defourny(2001: 17-18)僅從經濟及社會兩個面向來分析社會企業的內涵，其後雖然沒有更動對於社會企業內涵的九項標準，但已將其分析面向從原本的兩項，擴展為經濟、社會與參與式治理。

2. 決策制定權並非取決於出資者的多寡：正是一般所謂的「一人一票」，換言之，決策制定權是被所有利害關係人所擁有，而不僅是屬於出資者個人所擁有的股份多寡做分配。

3. 與組織活動有關的人皆具有參與權：所有利害關係人對於決策制定都有重要的影響力，並且希望透過經濟活動提高地方層級的民主。

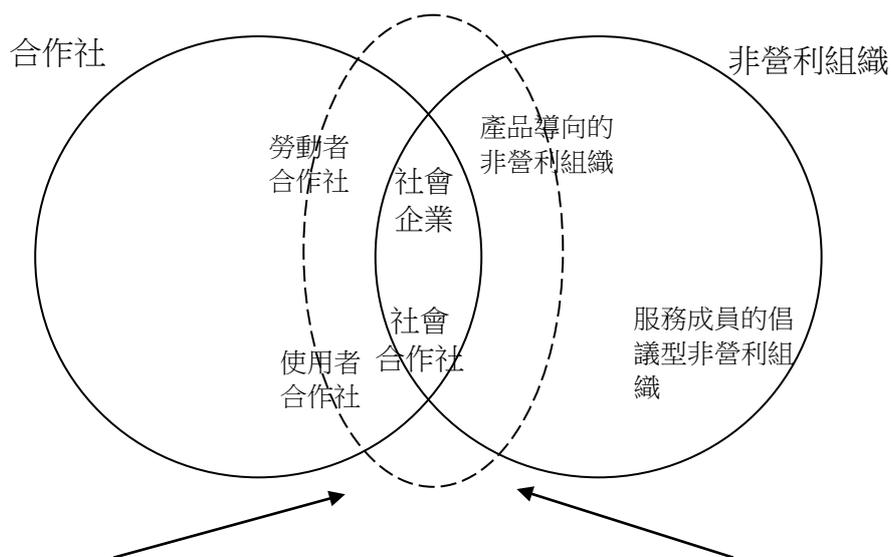
若將歐洲研究網絡學派定義視作歐洲國家社會企業的代表，賺取所得學派的定義則可代表美國社會企業的發展。與「歐洲研究網絡」學派相較，「賺取所得」思想學派僅強調商業手段的介入，相當程度地反應美國的社會企業起源於市場經濟，以及隱含企業家文化，對於個人和企業的強調高於對集體和社區 (Bull, 2008: 270)，較缺乏歐洲定義中針對每一面向詳細的說明，如此，可能會造成「社會公益」及「企業營利」比重上的爭議，進而產生經濟目的凌駕社會目的的疑慮。

二、社會企業的範圍

有關社會企業範圍的界定，大致上是根據如何定義社會企業而來。依據 Giulia & Borzaga (2009: 213-214) 的觀點，途徑一是以歐洲研究網絡學派的定義為核心，利用非營利組織與社會經濟兩概念來定義社會企業，而使之與公部門（國家）及營利企業（市場）有所區隔；途徑二主要以賺取所得學派的定義為核心，認為產生盈餘與商業手段的使用是社會企業的主要重點，並不一定要與社會使命有必要關聯。Teasdale (2011: 101) 指出兩途徑的差異在於對「企業」一詞認定不同所導致，他認為途徑一的社會企業比較偏向將企業當作名詞解釋，而途徑二的社會企業則將企業當作動詞看待，也就是說途徑一試圖找出屬於社會企業的組織型態，而與歐洲的發展較為類似，而途徑二對於企業化手段涉入的強調，則較偏向美國的發展。

途徑一的社會企業主要是對提供社會服務的非營利組織再定位與改善社會經濟的工作整合機構之結合，然而，雖企圖利用非營利組織與社會經濟來建構社會企業，卻並非有取代這兩個既有概念的意思。因為歐洲社會企業擁有強調協力和參與面向的合作社傳統，追求普遍利益 (general-interest)，降低了個人機會主義 (Bacchiega & Borzaga, 2001: 274) 的產生，而與傳統捐贈型非營利組織⁵產生差異。由於歐洲社會企業包含於社會經濟中，但在社會經濟概念下所包含的合作社、互助團體與協會也非全然等同於社會企業，如《圖一》所示，位於圖左側的傳統合作社或互助團體中，強調以社團內成員為主要服務對象，位於圖右側的傳統的非營利組織中，所從事的活動往往沒有強烈的經濟特質，如：倡議型非營利組織，而這些特質都不屬於社會企業所擁有的內涵。所謂的社會企業應該是介於合作社和非營利組織之間的交集，較傳統的合作社更傾向結合社會使命與成員間的利益，且更往社區整體面及公共利益發展；較傳統的非營利組織在持續生產財貨上承擔更多的經濟層面的風險 (Giulia & Borzaga, 2009: 213-216; Defourmy & Nyssens, 2012: 79-81; Defourmy, 2014: 34-35)，因此，只強調提供成員服務的合作社，以及少與服務者接觸、從事之活動沒有強烈經濟特質的非營利組織，都被排除在社會企業的範圍之外。《圖一》中則清楚地標示出社會企業所應包含的範圍。

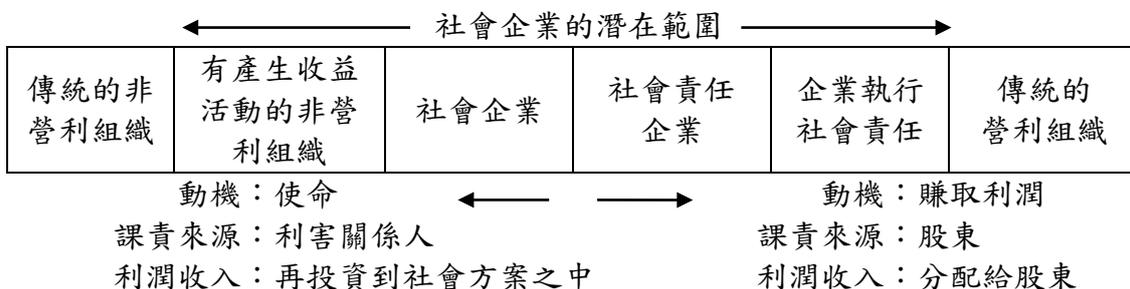
⁵ Clotfelter (1992) 認為傳統捐贈型非營利組織傾向強調消費而與直接服務窮人的目標少有關連，且 Ben-Ner (1994) 也提及僅有少數的非營利醫院、學校、博物館、戲院和其他組織可以宣稱他們與窮人或需求者有直接接觸 (轉引自 Giulia & Borzaga, 2009: 214)。



圖一：歐洲社會企業的概念圖

資料來源：Defourny, 2014: 34。

途徑二則主要以賺取所得學派的定義為核心，認為社會企業是界於營利與非營利組之間的一個連續體。Alter (2007: 14-18) 與 Ridley-Duff & Bull (2011: 67-70) 也運用類似光譜的概念來呈現社會企業所包含的範圍。在《圖二》中，Alter 認為社會企業的潛在範圍包含了：「有產生收益活動的非營利組織」(nonprofit with income generating activities)、「社會企業」(social enterprise)、「社會責任企業」(socially responsible business)、以及「企業執行社會責任」(corporation practicing social responsibility)；Ridley-Duff & Bull 則認為社會企業的潛在範圍包含：「企業執行社會責任」(corporation practicing social responsibility)、「社會責任企業」(socially responsible business)、「主要或全部資金都來自市場貿易的非營利組織」(non-profit funded mainly or wholly by market trading)、「有產生收益活動的非營利組織」(non-profit with income generating activities) 等四種型態。



圖二：社會企業的潛在範圍圖

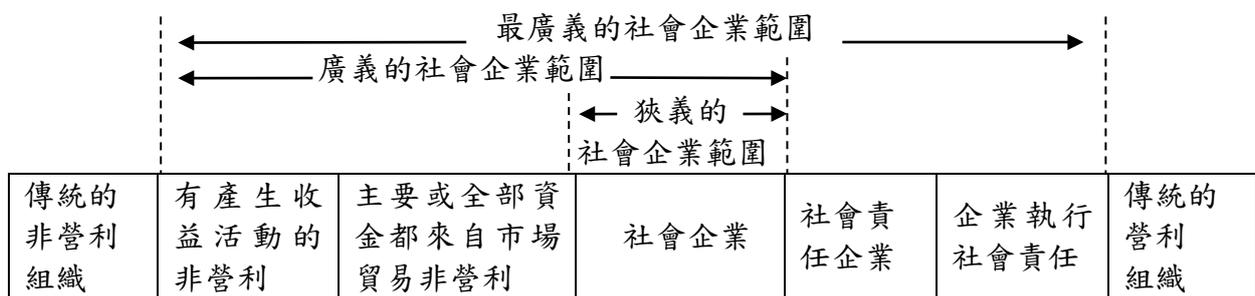
資料來源：Alter, 2007: 15。

雖然兩者在分類上仍有小幅差異，但基本方向不變。在 Ridley-Duff & Bull 的分類中，進一步將 Alter 分類中「有產生收益活動的非營利組織」一項，區分

為「有產生收益活動的非營利組織」與「主要或全部資金都來自市場貿易的非營利組織」兩項，取消原本分類中的「社會企業」。然而，Alter 認為「有產生收益活動的非營利組織」與「社會企業」兩者間仍有差異，其中最大的不同在於，社會企業將原本只是幫助非營利組織帶來營收的活動當作事業來經營。

也有學者藉由排除非社會企業的組織 (Non-Social Enterprise, NSE) 來界定社會企業 (Lynch & Wall, 2009: 40)。在 Lynch & Wall 的定義中，傳統的非營利或非政府組織、傳統的營利組織、以及「社會責任企業」⁶都是存在社會企業之外的，除非「社會責任企業」是登記在非營利組織 (夥伴組織) 下的附屬組織，並且賺取營收的目的是為了支持非營利組織追求的社會目標，否則「社會責任企業」是不包含在社會企業之內。另外，「企業執行社會責任」類型雖然涉入慈善，但其原始出發點仍是財務導向，所為的慈善也只能算是「策略性慈善」(Strategic Philanthropy)，而被排除在社會企業之外 (Alter, 2007: 20)，可見 Lynch & Wall 利用排除法的這種分類方式較上述用光譜式界定社會企業的潛在範圍來的更加嚴格。畢竟，營利組織的組織架構與最初使命脫離不了最大化股東利潤的導向與對於私人利益的追求。因此，在界定社會企業範圍時，對於追求公益的公司型社會企業必須謹慎規範。

綜合以上分析討論，本文認為社會企業的範圍，可從《圖二》的社會企業潛在範圍圖來做一基本區分，而分為三個層次。這三個層次分別為：最廣義的社會企業範圍、廣義的社會企業範圍，以及狹義的社會企業範圍。首先，最廣義的社會企業範圍包含了以下幾種組織類型：有產生收益活動的非營利組織、主要或全部資金都來自市場貿易的非營利組織、社會企業、社會責任企業，以及企業執行社會責任等五大種類；其次，則將「企業執行社會責任」、「社會責任企業」類型排除在外的社會企業範圍 (Lynch & Wall, 2009)；而狹義的社會企業範圍，則是將「有商業行為的非營利組織」類型也排除在社會企業的範圍認定之外 (Pearces, 2003)。然而，僅透過定義與範圍的介紹，似乎對於何謂社會企業仍沒有明確的標準，因此，以下將從社會企業的內涵進行更詳細的介紹。



圖三：社會企業範圍圖
資料來源：作者繪製

三、社會企業的內涵

⁶社會責任企業是指在追求所有權者利潤最大化的同時考量社會和環境的標準，而將因追求利潤所產生的副作用降到最低，基本上仍包含在企業社會責任之中(Lynch & Wall, 2009: 41; Bridge et al., 2009: 33)。

關於社會企業的內涵應該由哪些指標所組成，會因為不同的發展背景與研究機構有不同認知，而社會企業的內涵其實可從前述對於社會企業如何定義的描述中略之一二。以下將針對目前幾個主要研究機構對於社會企業的內涵加以介紹，由於「歐洲研究網絡」(EMES)對於社會企業在定義描述上較其他完整且詳盡，因此，本研究將先以「歐洲研究網絡」對於社會企業的定義為主，並搭配各國在社會企業領域具有主導性的研究機構之定義，描繪出社會企業的內涵。這些研究機構包含經濟合作暨發展組織(OECD)、英國工業貿易署(Department of Industry and Trade, DTI)⁷、歐洲執行委員會(European Commission)、國際合作社聯盟(International Cooperative Alliance)，以及用來評估社會企業的社會審核工具(Social Audit toolkit)。

「歐洲研究網絡」(EMES)於二〇一二年在原本的社會面與經濟面中，增加參與治理面向成為三個面向，但其內涵仍與先前由社會面與經濟面界定社會企業的指標相同(Ridley-duff & Southcombe, 2012: 180-184)，雖然亦有研究者認為社會企業應由社會、經濟與環境等三面向的混合價值(Blended Value)⁸來衡量，但本研究認為環境面向可包含於廣義的社會面中，因此，本文將先採用社會面、經濟面以及治理等三大類面向進行分類，《表一》為本研究根據各研究機構所列舉出的內涵進行初步分類及建構。

從下頁《表一》中可發現，大多數的研究機構都同意社會企業在社會面向必須具有社會目的，且有利潤分配上的限制；在經濟面向必須具有經濟持續性以及承擔經濟風險；在治理面向必須具有民主特質、高度的自主性與參與權，對於是否聘有給薪員工較無共識，但在經濟合作暨發展組織與歐洲執行委員會兩者中皆提及社會企業必須具有創新的內涵，以及運用彈性與創新能力來解決社會與經濟問題。

⁷英國「工業貿易署」(DTI)已經於2007年6月被「商業、創新暨技能部」(Department for Business, Innovation & Skills, BIS)所取代。

⁸ 有關混合價值的更多資訊可參考：<http://www.blendedvalue.org/>；檢閱日期：2013/11/10。

表一：社會企業的內涵表

構面	要素	EMES	OECD	DTI	European commission	Social Audit Toolkit	International Co-operative Alliance
社會面	社會目的	服務社區及從事有益社區活動的組織目標	富社會精神活動的組織	以社會目的為首要	為了公益需要所成立的組織	保證社會和環境的目標可被達成	
	民眾擁有	由一群社區民眾發起創設的組織				為員工及社區所擁有	由一群社區民眾發起創設的組織
	利潤分配	有限度的利潤分配	以不分配利潤為原則，可重新投資實踐其社會目標	必須再投資到社會目的的使用上			
經濟面	持續銷售財貨	有持續生產財貨與銷售服務的活動	經濟持續性，並堅持經濟目標，且從事勞力密集活動			有清楚的財務獲利	
	經濟風險	承擔一定的經濟風險	市場觀察法則				承擔一定的經濟風險
	給薪員工	具有一定比例的給薪員工					
治理面	決策平均分配	決策制定權並非取決於出資者的多寡	重視民主參與		以一人一票為原則	民主治理的結構，共同管理	民主治理的結構，共同管理。決策制定權並非取決於出資多寡

構面	要素	EMES	OECD	DTI	European commission	Social Audit Toolkit	International Co-operative Alliance
治理面	參與與課責	與組織活動有關的人皆具有參與權			採志願參與並被接受服務者課責		為員工及社區所擁有，與組織活動有關的人皆具有參與權
	自主性	由成員自主設立且自治	具高度自主財源				由成員自主設立，且具有高度自主性
其他	創新		主張經濟與社會創新		必須透過彈性與創新能力來解決社會與經濟問題		

資料來源：作者自行整理並修改自 Bridge et al, 2009：84-85；Ridley-Duff & Southcombe, 2012：191。

參、研究方法、範圍與對象

一、研究方法

本研究主要研究目的在於，藉由分析社會企業在歐、美等國的概念及定義，進而探討對於台灣的適用程度，並從中衡量出屬於台灣社會企業的內涵與範圍。因此，利用質化與量化的混合研究方法，將能最適切地反應本研究的價值。本研究將透過文獻搜集來源說明社會企業的相關理論，從中歸納整理社會企業所包含的特徵及面向，進而建構社會企業的研究問卷及訪談題綱，並透過此領域專家學者及實務經驗豐富之社會企業經營者協助修正內容後，再搭配深度訪談法及問卷調查法進行施測。

二、研究範圍

行政院於二〇一四年提出的「社會企業行動方案」中，對於社會企業的界定兼採廣義與狹義操作型定義。廣義型定義下的社會企業為：泛指透過商業模式解決特定社會或環境問題的組織，其所得盈餘主要用於本身再投資，以持續解決該社會或者環境問題，而非僅為出資人或所有者謀取最大利益，就組織特性上，社會企業同時追求社會與經濟利益，但以創造社會影響力為主要使命，而就組織型態上可以一般營利事業或者非營利組織之型態存在，其關注類型相當多元，包含弱勢關懷、在地發展、生態環保、公平貿易等。狹義型定義下的社會企業則必須包含：1.組織章程應明定以社會關懷或解決社會問題為首要之目的；2.每年會計年度終了，財務報表需經會計師查核簽證，並應申報及公告其社會公益報告；3.組織當年度可分派盈餘應至少有 30% 保留於社會公益目的，不得分配（行政院，2014：9）。由此可知，社會企業在台灣包含營利事業與非營利組織兩種型態，類型多元，且符合台灣大部分學者（鄭勝分，2008；呂朝賢，2008）認為社會企業是一介於企業與社會部門之間的混合體組織，同時強調非營利組織的公益屬性，又具有營利組織著重商業營利之特性。

就台灣現狀而言，狹義型定義的社會企業確有較明確的內涵，但現階段並無法規管制，使得狹義型定義的代表意義明顯高於實質，由於本研究希望以較全面性的角度瞭解各類型社會企業的認知並建構完整圖像，因此，將會先採用廣義型的定義來描述台灣尚未發展成熟的社會企業，然而過度廣義認定社會企業範圍，也可能喪失社會企業的原意，且包含在廣義範圍中的「執行企業社會責任的企業」一類，原始出發點仍是財務導向，社會目的僅限於「策略性慈善」（Strategic Philanthropy），甚至存有犧牲社會目的來達成經濟目的之疑慮，加上近年來在台灣有許多標榜執行「企業社會責任」的公司頻頻出現對社會、環境或經濟的重大

危害⁹，相當不符合社會企業追求經濟與社會雙重使命之目的。因此，本文對於社會企業的界定，將先從廣義型定義認定，但排除從事企業社會責任之企業。其原因有二，第一、從廣義面認定社會企業，是為避免窄化衡量社會企業的範圍的可能性；第二、排除執行企業社會責任之企業，是為了消除企業過度利益導向而侵害社會目的可能性，而導致研究結果產生偏頗之疑慮。

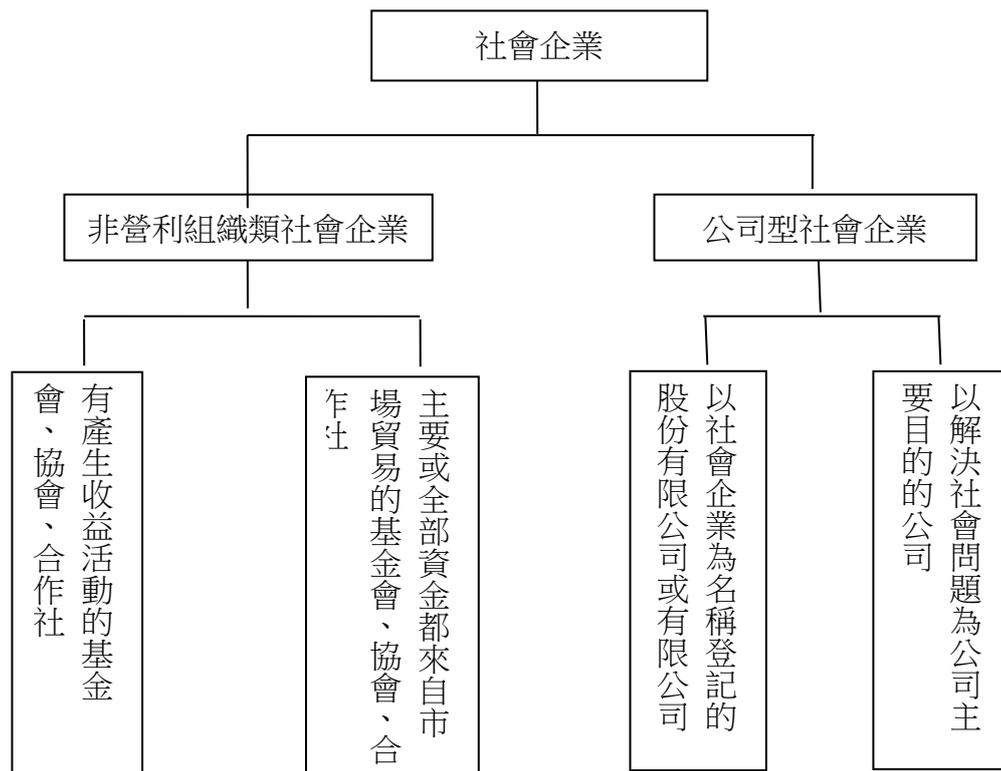
綜上所述，本文對於社會企業的界定將從「社會企業行動方案」中的廣義型定義中作小幅度修正，並將社會企業定義為：「透過商業模式解決特定社會或環境問題的一般營利或非營利組織，其所得盈餘主要用於再投資於組織使命，而非謀取出資人或所有者的最大利益¹⁰。」依照本文對社會企業的定義，其中所包含的組織型態主要有三，分別是：有產生營收活動的非營利組織、主要或全部資金都來自市場貿易的非營利組織，以及公司型社會企業等三類，若進一步結合我國人民團體法、財團法人設立許可及監督要點、公司法等法制層面，則可分為兩大類：第一類是屬於第三部門中的基金會、協會和合作社¹¹，又可稱之為非營利型社會企業；另一類則是屬於公司法規範下成立的股份有限公司及有限責任公司，又可稱之為公司型社會企業，或社企型公司，以上分類亦符合行政院「社會企業行動方案」中對於台灣的社會企業包含營利事業與非營利組織兩類的認定，其中又更將營利事業以三種不同方式認定，分別是：「公司名稱中含有社會企業者」、「以解決社會問題為公司主要目的者」、「以解決社會問題為公司重要目的之一者」。雖然，國外多數法規認為在組織收入中必須有 25% 至 50% 的比例來自於市場才屬於社會企業，但考量台灣社會企業發展現況，多數存在第三部門中的社會企業，是無法採用此收入比例認定，因此，仍將有採取商業模式的非營利組織納入，而不限於商業收入是否有達到 25% 至 50% 的門檻限制。然而，在非營利組織中的捐贈型非營利組織與直接服務需求者的目標少有關聯，不符合社會企業在社會目的的使命，倡議型非營利組織所從事的活動往往沒有強烈的經濟特質，亦排除在本研究範圍之外。另外，由於無法確認「執行企業社會責任的公司」是否仍有其他更重要之公司目的優先於解決社會問題之前，因此將「社會企業行動方案」歸納為「以解決社會問題為公司重要目的之一者」的類別排除在本研究之研究範圍之外。下圖《圖四》則為本研究的研究範圍呈現。

⁹資料來源：滅頂行動面面觀，中時電子報：

<http://www.chinatimes.com/newspapers/20150102000021-260202>，檢閱日期：2015/03/30。

¹⁰由於必須透過研究台灣社會企業對於社會企業一詞的認知後，才能確定廣義或狹義型的社會企業定義對台灣社會企業的發展較有利。因此，在研究之初，本文將先採取廣義型定義，而經實證研究後，再行對社會企業定義的內涵修正。

¹¹查合作社法第一條規定：「本法所稱合作社，謂依平等原則，在互助組織之基礎上，以共同經營方法，謀社員經濟之利益與生活之改善，而其社員人數及股金總額均可變動之團體。」是合作社之設立旨在協助社員運用合作制度，增進社員經濟利益及改善生活。另合作社法第二條明定：「合作社為法人」，其性質屬公益社團法人，與一般以營利為目的之舖戶有別〔內政部社會司 93 年 8 月 6 日內授中社字第 0930002679 號書函〕。因此，合作社亦可被歸類於非營利社團法人之範圍中。



圖四：本研究之研究範圍界定圖

資料來源：作者繪製。

三、研究對象

(一)問卷施測對象的選取

1. 在公司型社會企業方面，本文將以「以社會企業為名稱登記的股份有限公司或有限公司」，以及「以解決社會問題為公司主要目的的公司」兩類為研究對象。在經濟部商業司與輔仁大學社會企業研究中心的統計下，總計約有 250 家左右的社會企業包含其中，然而由於資料取得之限制，因此，僅能透過社企流以及經濟部商業司網站所登錄的資料整理出 75 家社會企業。

2. 在非營利組織類社會企業方面，由於非營利組織的類型與數量眾多，無法從組織名稱判斷該組織是否有利用商業行為而產生收益活動，透過隨機抽樣而產生的樣本可能會因無效樣本過多而耗費時間及精力，進而對分析成效上產生影響。因此，透過立意抽樣的樣本來源主要從以下二處獲得，共計 70 家：

(1) 從行政院勞委會職訓局「多元就業方案」中獲得二〇一〇至二〇一二年等三年的「多元就業金旭獎」¹²民間團體中選取。由於多元就業方案中的民間團體¹³，

¹² 由於多元就業金旭獎自 2013 年起並無續辦，因此，僅可從網路取得 2010 年至 2012 年等三年的相關資料。

相當符合非營利組織類社會企業在法律結構上定位，且多元就業金旭獎的評比標準¹⁴除著重就業促進外，社會公益與組織的經營行銷亦是考量的重要指標，也與社會企業同時著重社會與經濟目的的宗旨類似。因此，將從得獎名單中選取，並期望能儘量包含北基宜花金馬、桃竹苗、中彰投、雲嘉南、高屏澎東等不同區域。

(2)除了多元就業開發方案中金旭獎的得獎團體外，亦有不少非營利組織雖不包含在其中，但已在社會企業耕耘已久。這些組織包含有：「喜憨兒社會福利基金會」、「財團法人台北市私立勝利身心障礙潛能發展中心」，以及「台灣主婦聯盟生活消費合作社」等¹⁵。

(二) 深度訪談對象的選取

由於深度訪談是藉由與問卷題目相似度極高的半結構式訪談進行，希望透過受訪者更細微、主動且清楚地表達在問卷填答時的思考模式，用來賦予問卷統計數字背後更深層的意義，因此，在對象選取上，將先從回收問卷的有效問卷中選取，並搭配組織的型態、地點與成立的年限等原則進行深度訪談對象的選取，並搭配受訪者的意願及時間，而得到的研究對象將詳細呈現在下表《表二》。

表二：深度訪談對象一覽表

社會企業名稱	地點	成立年限*
光原社會企業股份有限公司	新北市	6年
多扶事業有限公司	台北市	5年
綠藤生物科技股份有限公司	台北市	4年
眾社企股份有限公司	新竹市	1年半
蝸牛社會企業有限公司	台北市	1年半
善耕緣社會企業有限公司	台北市	1年半
挺挺網絡社會企業有限公司	台北市	9個月
社團法人新竹市智障福利協進會	新竹市	24年
大港社區發展協會	台南市	17年
財團法人水源地文教基金會	台中市	17年
社團法人龍眼林福利協會	南投縣	14年

資料來源：作者自行整理。

*成立年限計算之起迄時間為組織登記成立時起至二〇一五年六月止。

¹³ 多元就業方案中的民間團體包含：1.依人民團體法立案之社會團體、職業團體，及依民法設立之財團法人，2.依合作社法、儲蓄互助法及工會法設立之合作社、儲蓄互助社及工會。

¹⁴ 多元就業金旭獎的評比標準為：專案管理與支持(20%)、經營與行銷(25%)、就業促進效益(25%)、社會公益發展成效(25%)、特殊績效(5%)，有關更多詳細資料可參考以下網站：
<http://www.sysme.org.tw/download/news/0515--%E8%AA%AA%E6%98%8E%E6%9C%83%E6%89%8B%E5%86%8A--2011%E5%A4%9A%E5%85%83%E5%B0%B1%E6%A5%AD%E9%87%91%E6%97%AD%E7%8D%8E%E9%81%B8%E6%8B%94%E6%B4%BB%E5%8B%95.pdf>；檢閱日期：2013/11/30。

¹⁵ 資料來源：參考社企流以及「我們的小幸福小經濟」一書中所歸納的非營利組織類社會企業。

肆、台灣社會企業的範圍圖像建構

一、台灣社會企業範圍圖像的量化分析

對於社會企業的範圍認定可從《表三》發現，填答者認為以「社會企業」為公司名稱登記的公司（18.8%的認同），以及執行企業社會責任的公司（18.8%的認同）兩類，並不能用來判斷其是否為社會企業，而是要以公司的宗旨與主要目的是否以解決社會問題為主。有 48.8%的填答者認為社會企業可包含有獲取營收的非營利組織，但對於主要或全部資金來自市場交易的非營利組織的認同度卻僅有兩成（22.9%）左右，雖然在台灣目前並沒有主要或全部資金來自市場交易的非營利組織存在，但如此低的認同度，可能是來自傳統對於非營利組織不應該有過多的商業手段介入的印象所致。因此，台灣社會企業的範圍以「以解決社會問題為組織宗旨或主要目的的公司」為主，「有獲取營收活動的非營利組織」為輔，其餘是否包含在社會企業內，就必須從社會企業的內涵來進一步檢視。

表三：社會企業的範圍表

社企範圍	數量	百分比
有獲取營收活動的非營利組織	22	48.8%
主要或全部資金來自市場交易的非營利組織	11	22.9%
以社會企業為公司名稱登記的公司	9	18.8%
以解決社會問題為組織宗旨或主要目的的公司	41	85.4%
執行企業社會責任的公司	9	18.8%

資料來源：作者繪製

二、台灣社會企業範圍圖像的質性分析

從問卷調查中得知台灣社會企業的範圍除了在「以解決社會問題為組織宗旨或主要目的的公司」得到高度共識外，填答者對於其他類型是否也包含在社會企業的範圍內的意見相當不一致。因此，以下針對：是否將社會企業納入公司名稱的考量；社會企業、非營利組織商業化以及企業社會責任的差異等問題更深入的探討社會企業的範圍。

(一)是否將「社會企業」納入公司名稱以及選擇成為社會企業的考量

1. 「社會企業」納入公司名稱的主要考量僅是為了讓創辦人自我提醒對於組織的期許，以及創立該社會企業想要達成的目標，而並無想從中獲取利益。加上，目前政府並無對公司名稱有所規範，因此，加上社會企業的名稱並沒有實際的幫助，反而可能被有心人用來沽名釣譽。

多數受訪者表示，當初想要把「社會企業」四個字納入公司名稱時的考量非常單純，只是表達出本身對組織的期許，隨時提醒自己組織成立時想要達成的社

會目的，並且希望形成一股對社會企業發展的正向文化。而一般大眾對於社會企業的理解度仍低，因此，並非想要從名稱上獲得大眾的認同。

「只是想要告訴自己做這件事情是為了想要達成的目標，是要提醒自己，不是告訴別人，因為以前大家對於社會企業根本就沒有什麼概念，基本上我們不管取什麼名字，對別人來講其實都是一樣。」(1-A1)

「說明了我對它的期許，也是一個文化形成。」(4-A4)

「把名詞放進去，某時候也是提醒自己或者是給自己一個壓力吧。」(6-A2)

再者，目前政府在法規上並沒有針對公司名稱或公司章程有任何規範，對有無冠上社會企業名稱的公司，在規範及協助上並無差異。因此，有受訪者表示，若沒有額外誘因，其實會比較傾向維持現狀。

「難到不能用現在的名稱或現在的執行方式，我認為一定要有誘因，比方說變成社會企業後，政府在租稅上給我們那一些的優惠，亦或是去參加標案要壓標金...我為什麼要被貼上社會企業標籤，對我們中小企業有什麼幫助，我覺得一定要有誘因、利多，讓更多朋友在創業的時候就會更希望朝這一塊來走。」(5-A1)

另有受訪者表示，正因為沒有規範，所以也無法避免有公司想要利用「社會企業」沽名釣譽，而危害到社會企業的本質。

「以臺灣的法規來講，因為社會企業任何人都可以取，只是本身有沒有這個意願去做，即使你在章程裡面定義社會企業，可是負責人如果沒有照著走，也無法可管，所以我覺得大部分的企業在臺灣還是在吃他豆腐。」(8-A2)

2.未將「社會企業」納入公司名稱的主要考量是希望外界將焦點置於社會企業真正所從事的事情是否對社會有益，而不希望藉由名稱獲得不必要的關注，或不對等的關係。

對於未將社會企業納入公司名稱的受訪者表示，由於社會企業近幾年才逐漸開始發展，而公司的營運方式及理念並不會因為社會企業的有無而有所變更，且目前對社會企業的概念發展並不完全，也尚未成熟，難以避免一般大眾將目前公司的營運方式及理念，與傳統非營利組織需要補助，或爭取同情的想法混為一談，而得到不必要的關注，或因同情而產生的消費行為。

「我們不喜歡有特定標籤或特定訴求，我們真的在做我們覺得對的事情，可是在這幾年變成這是社會企業，所以我們不會把社企放在名稱中。我覺得把社會企業放在名稱裡面，好像會有一種不對等的關係，好像你應該幫助我，因為我是社會企業。」(2-A12)

「是說我因為是社會企業，所以我爭取到更多關注嗎？消費者到底是因為

你是社會企業，我優先選你，這個是絕對必要的嗎？當然不一定，當然還是可以就行為本身。」(6-A5)

3.選擇成為社會企業的考量除了想要擺脫非營利組織在財務上的限制外，也想要嘗試在商業獲利模式與解決社會問題兩者間，建立起互補而非互斥的關係。

不論是否有將「社會企業」名稱正式納入公司名稱，幾位選擇成為社會企業的公司受訪者表示，當初只是認為若以非營利組織來從事社會企業，雖然在財務上可受到政府的支助，但相對的也會帶來許多限制。加上公益資源有限，不如把爭奪有限公益資源的時間與人力，花費在如何利用商業思考的方式，在解決社會問題這件事情上發揮更多的效益。

「當初只是很單純的想要解決商業上流程的問題，比如說要開發票、繳稅之類，那我不想有非營利組織在財務上的牽扯。」(1-A2)

「我只是覺得用 business 的思考去想這件事情，它會跟傳統協會做的方向不一樣…發揮的協助力量應該會比較多，加上又覺得要想辦法有營收，也覺得終究非營利的公益資源有限，因為當我募到更多的款項，就表示相對侵蝕到別的單位的款項，就決定成立社會企業看看。」(6-A1)

另外，也受訪者表示，會想要成為社會企業的考量是因為相信透過商業的獲利模式與解決社會問題兩者間不必然是互相對立的，而適當的商業獲利模式，反而是持續解決社會問題的最佳動力。因此，相信可在商業獲利模式與解決社會問題之間建立互補而非互斥的關係，是其所以成為社會企業的最大因素。

「我們用股份有限公司成立是因為我們相信商業模式、獲利是可以跟解決社會問題一起存在的。而且我們相信要真正解決一些問題是需要透過商業模式，那個獲利才能成為你再去解決社會問題的動力。」(2-A1)

(二)社會企業與非營利組織商業化及企業社會責任的差異

1.社會企業與企業社會責任最顯著的差異在於，社會目的是否為公司營運的首要目的，以及社會目的的實踐是否與公司營運過程相互結合，而非獲利後，行有餘力之時才選擇性的開始著手進行。

多數的受訪者表示，社會企業對於社會目的的使命是完全融入在組織發展與營運過程之中，而企業社會責任則是以獲利為首要考量，在有獲利之後，且行有餘力之時才會選擇採用來回饋社會的一種手段。

「企業社會責任是在有餘力之下才去作的事情，而不是它本身發展業務中所必帶的事情。」(3-A3)

「如果每一家公司做了企業社會責任就叫社會企業，就不用社會企業這個新的 term 了…所以我自己會用很高的標準去看，否則你就不要用這個 term，

你就推企業社會責任就好。」(6-A3)

「社會企業應該就是以解決社會問題或是關懷社會為出發點來所從事的一種商業的模式，那企業社會責任是以企業為主要的考量，然後行有餘力再來做對社會盡責任或是做慈善的工作。」(9-A1)

由於社會目的並非執行企業社會責任公司的首要考量，其首要的考量為是否獲取最大利潤。因此，在獲利過程中所採用的手段，以及產品來源對社會、環境及員工造成的危害，常常無法與在獲利後才從事對社會、環境或員工產生助益的行為，相提並論。

「企業社會責任的社會責任在企業營運的層次來講是第二、第三位，甚至更少，他一定要獲利，但不一定會去提到獲利的來源或手段。第二是他一定要有獲利之後才會回過頭來從事對弱勢或是環保或是勞工的部分。但社會企業應該是在營運的過程，在一開始成長、獲利時，就同時要兼顧到環境跟員工，跟你的產品本身是不是對社會有益，而不是獲利之後才回頭做這些事情。」(2-A3)

但是，按照目前公司法第一條規定的公司，必須是以營利為首要目的，這不僅造成公司型社會企業存在的正當性，也是帶給民眾在社會企業與執行企業社會責任的公司兩者間之所以產生混淆的主要因素。

「卡在公司章程的第一條，公司要以營利為目的，但這樣社會企業要以公司存在的話就會很麻煩。」(1-A2)

2.社會企業與非營利組織商業化最顯著的差異在於，社會企業在追求社會價值的同時，也一樣重視商業經營，並隨時檢視本身的市場競爭力，而非營利組織商業化的商業行為常只是被使用來解決機構財務問題的方式，若僅只於此，則非營利組織商業化並不能算是社會企業。

根據受訪者表示，社會企業希望是透過具有市場競爭力的商業行為，而使民眾對於其所提供的服務與商品產生青睞，進而完成社會價值，但非營利組織商業化卻被大多數對於市場運作或公司經營毫無概念的非營利組織視為解決本身財務問題的一種方式，但忽略是否有從商業化手段的採用，使得更多的社會問題得到解決，亦或是在非營利組織商業化的過程中，反而將組織本身變成另一種需要社會關注的”社會問題”。

「社會企業追求的還是一種商業經營，成功的社會企業不應該把裡面的社會價值丟得這麼前面，然後人家只因為你的社會價值而跟你購買，而不是因為競爭力。」(6-A2)

「現在有很多在鼓勵非營利組織要做社會企業，可是本質上他做社會企業是要解決什麼？非營利組織本身的財務問題？還是真的在解決他想要關注

的社會議題，如果他的目標只是為了解決機構本身的財務問題，通常都做得不是很好…他必須很清楚是要用一個創新的方式或途徑來解決我想要關注的社會問題。」(1-A6)

「今天要走社會企業，一定要跟商業產品能夠競爭…沒有市場競爭一定會被淘汰…而且如果社會企業它只有非營利組織來做營利，但沒有解決社會問題，那就不算社會企業。」(10-A8)

因此，就有受訪者指出，非營利組織商業化確實是一種朝向社會企業發展的轉型，但在轉型的過程中，如何突破傳統的思考及方式，透過創新的途徑找出組織不同的價值，才有辦法跳脫以往想要利用商業化擺脫財務困境，確可能替組織帶來更多經營上的考驗，以及使命挑戰的問題。

「非營利組織商業化是一個轉型的過程，那個思維不太一樣，過去可能非營利的對象是弱勢，對於弱勢團體的思維就會傾向它們需要捐贈，但是弱勢團體一樣是可以找出它們的價值…所以如果非營利是重新去挖掘本身所關注的團體中不一樣的價值，也是社會企業的一個方式，畢竟那些弱勢所從事的工作在勞資環境中是有價值的工作，那就是去突破傳統。」(2-A3)

另外，因「多元就業開發方案」政策而被「社會企業行動方案」歸類到社會企業的非營利組織受訪者表示，雖然在非營利組織轉型社會企業的過程中，政府資源的協助的確帶來很大助益，但仍然有大多數採行商業手段的非營利組織沒有改變對於政府補助資源在組織中應佔有的角色，因此，商業手段的採用只會變成暫時緩解經濟壓力的方式，而非增加組織自主性的良藥。

「一定要這麼做！否則如何能夠自給自足，然後又能夠永續經營，如果不走出這一條路，怎麼有辦法在這個社會持續下去呢？雖然說目前靠政府的補助出了大部份，可是我們會一直想要努力走出自己的一條路，不要再受到政府的牽制，免得其他想要辦理的事情都會多少受到左右。」(9-A14)

「他要這些補助才做這些，沒有補助他就做不下去，這種模式以前行得通，但將來絕對沒辦法，目前我看最少大概有 50 到 60%的想法還是這樣，還沒有完全改過來，但也有比較有心想要改變…你的資源不能只靠公部門，那很危險，其他的我們都有申請方案，只要有那個可能我們都會去，把資源引進來做縱向橫向的連結。」(10-A12)

雖然非營利組織類社會企業會因接受政府補助的比例過高，遭受到無法經濟自主的質疑，但也並不是代表真正的社會企業不能接受政府的補助，因此，是否接受政府補助無法作為判斷是否為社會企業的標準，而是在比例上應有所規範。

「非營利組織要商業化，他可能有一些的事業部門，他這個組織裡面的收入可能沒有辦法那麼高的比例都是來自於商業活動，可能很大的比例還是

來自於政府的補助款或者是委託案…做一些比較有創意或者可以創造盈餘的一些活動，讓你的組織可以自己自足。」(5-A2)

「我認為的社會企業應該是以為了解決社會問題為前提所發展出來的企業，當然希望他能夠自立自強，但是他某種程度應該是經由社會救助系統給他們一些資源，讓他們可以真正去解決一些社會問題。」(11-A8)

伍、台灣社會企業的內涵圖像建構

一、台灣社會企業的內涵圖像的量化分析

(一)社會面向

透過《表四》的統計資料得知，有 91.7%的填答者非常同意（45.8%）及同意（45.8%）社會企業應具備「具有一個服務社會或從事有益社會或環境活動的明確目標」，有 87.5%的填答者非常同意（25.0%）及同意（62.5%）社會企業應具備「可從事有限度的利潤分配，並將盈餘再投資到社會目的的使用」的社會面向內涵，而有 77.1%的填答者非常同意（27.1%）及同意（50.0%）社會企業應該「由組織或民眾倡議發起」，但也有近兩成表示沒有意見。除了極少數的填答者表示不同意的意見外，基本上，台灣的社會企業在社會面向的三個內涵上的認同度是非常高的。

表四：社會企業的內涵之社會面向認知統計表

內涵	意見	次數	百分比
公益目標	非常同意	22	45.8
	同意	22	45.8
	沒意見	4	8.3
	不同意	0	0
	非常不同意	0	0
民眾發起	非常同意	13	27.1
	同意	24	50.0
	沒意見	9	18.8
	不同意	2	4.2
	非常不同意	0	0
有限度的利潤分配	非常同意	12	25.0
	同意	30	62.5
	沒意見	3	6.3
	不同意	3	6.3
	非常不同意	0	0
	總計	48	

資料來源：作者繪製

(二) 經濟面向

透過《表五》的統計資料得知，91.7%的填答者表達非常同意（37.5%）及同意（54.2%）社會企業應該具備「在生產財貨和銷售服務上是一種持續性的活動」，也有 87.5%的填答者表示非常同意（29.2%）及同意（58.3%）社會企業應具備「需承擔顯著的經濟風險」的能力，以及有 85.4%的填答者非常同意（39.6%）及同意（45.8%）社會企業「需聘有一定比例且符合法定薪資的員工」。

表五：社會企業的內涵之經濟面向認知統計表

內涵	意見	次數	百分比
生產財貨與銷售服務持續性	非常同意	18	37.5
	同意	26	54.2
	沒意見	3	6.3
	不同意	0	0
	非常不同意	1	2.1
承擔經濟風險	非常同意	14	29.2
	同意	28	58.3
	沒意見	2	4.2
	不同意	3	6.3
	非常不同意	1	2.1
給薪員工	非常同意	19	39.6
	同意	22	45.8
	沒意見	4	8.3
	不同意	1	2.1
	非常不同意	2	4.2
	總計	48	

資料來源：作者繪製

(三) 治理面向

透過《表六》的統計資料得知，幾乎所有的填答者對於社會企業應該是一個具有高度自主性的組織都表達高度的同意，也有 72.9%的填答者非常同意（25.0%）及同意（47.9%）社會企業應該具備「民主參與的本質，亦即受活動影響的各類不同行動者都有參與的權力」的特質，但是與經濟面向中也得到七成認同的「組織收入中必須有 30%或以上的營收是來自商業活動」內涵比較，組成反對意見的強度，是以不認同治理面向的民主參與本質，明顯高過於不認同經濟面向的組織 30%以上營收來自商業活動，也就是說在剩餘三成的比例中，多數在經濟面向中的組織營收是由未表態意見所組成，而在治理面向民主參與則是由不同意或非常不同意的意見所組成。更值得注意的是，只有 56.3%的填答者非常同意（27.1%）及同意（29.2%）社會企業應具備「決策權的分配非基於持股多寡，

而是一人一票、票票等值」的內涵，相反的，也有 30% 不認同的比例。因此，台灣的社會企業對於決策權如何持有及分配是否應該包含在社會企業內的意見相當分歧。

表六：社會企業的內涵之治理面向認知統計表

內涵	意見	次數	百分比
自主性	非常同意	20	41.7
	同意	25	52.1
	沒意見	2	4.2
	不同意	0	0
	非常不同意	1	2.1
決策權平均	非常同意	13	27.1
	同意	14	29.2
	沒意見	7	14.6
	不同意	11	22.9
	非常不同意	3	6.3
民主參與	非常同意	12	25.0
	同意	23	47.9
	沒意見	5	10.4
	不同意	6	12.5
	非常不同意	2	4.2
	總計	48	

資料來源：作者繪製

(四) 其他面向

在其他的面向中只有由社會企業是否應該具備「創新能力來解決社會與經濟問題」所構成，而透過《表七》的統計顯示，高達 95.8% 的填答者表示非常同意（60.4%）及同意（35.4%）社會企業相當需要具備創新解決能力。

表七：社會企業的內涵之創新面向認知統計表

內涵	意見	次數	百分比
創新解決能力	非常同意	29	60.4
	同意	17	35.4
	沒意見	1	2.1
	不同意	1	2.1
	非常不同意	0	0
	總計	48	

資料來源：作者繪製

二、台灣社會企業的內涵圖像的質性分析

(一) 社會面向的內涵探討

在社會面向中，雖然大部分的受訪者也同意社會企業必須具備「由一群社區民眾發起創設的組織」以及「可從事有限度的利潤分配，並將盈餘在投資到社會目的的使用」，但也有受訪者對於利潤分配的比例上持不同看法，並賦予由民眾發起創設背後更深層的意義

1. 社會企業不只是由具有共同目標的民眾創設，更重要的是有無協助民眾在從事社會企業的過程中，提升其在社會結構中的相對位置，並促進社會流動。

受訪者表示社會企業不僅僅只是具有共同目標的創辦者、參與者以及利害關係人三者之間的產物，更重要的是，有無透過社會企業使彼此之間的關係更緊密且友好，以及提升其在社會結構中的相對位置。透過經濟條件的改善能夠最快速的帶來生活水準的提升，進而也協助其在社會結構中產生向上提升的可能。

「我們不只介入教育，也介入他的家庭、財務管理。我們比較關注弱勢生產者向上的流動，所以要創造的是怎樣讓這些弱勢族群有向上流動的機會，拉長之間合作的關係…因為 marketing 的人他不懂農民的想法，農民要的不是東西賣很多錢，農民要的是穩定的收入，這個收入其實不多。」(1-A23)

「社會企業有一個超級無敵重要的核心概念，就是當你在做這個事業時，這個過程中有沒有改變參與者或利益關係人他的生命相對位置跟在社會結構裡相對的位置，然後最後就是在這個過程裡面達成了他參與社會的目的地，也達成了他轉換社會角色的目的。」(4-A1)

2. 社會企業可從事有限度的利潤分配，以確保社會企業的持續營運，但盈餘再投資到社會目的上的比例，不應只從財務面的營收考量，而應一併加入非財務面的組織營運方式與活動。

大多數的受訪者表示，社會企業可以從事有限度的利潤分配，以確保企業可以順利營運，但可分配的比例必須維持在最低限度。因為，若有過多的利潤產生，就表示社會企業在產品和服務的提供過程中，從消費者或服務對象身上收取過多的費用。然而，關於盈餘是否要再投資到社會目的上以及投入比例的多寡，有受訪者表示，若已經將社會目的明確的與組織營運活動或方式融合，就不應只從投入社會目的的盈餘比例來做為判定標準。

「理論上來講社會企業他不應該要有盈餘，如果資金來源是從被我服務的對象來，會有利潤代表說對它們收了過多的費用。因為我要解決社會問題，所以理論上我應該要去計算到更精確，讓我的企業有一個類似暫存的那種流動資金，但是我不應該是會有一個年度很大的利潤產生...我覺得應該要拿賺錢的去平衡不賺錢的部分，如果一開始就要做社會企業，就不要去想說

股東分配這件事情。」(11-A12)

「我們每個月都有免費的校園推廣活動，但他是我雇用的員工，可是他一個月有十個小時是去進行我不期待他賺錢的事情，其實我們已經把社會目的結合到日常營運的活動裡，所以我沒有覺得一定要把利潤再度分配到在回饋到社會上。」(2-A5)

3.社會企業除應具備明確的社會目的外，更應考量此社會目的的重要性、特殊性以及對社會問題觀察的深入程度。

具有社會目的是社會企業最基本的內涵之一，但是否具有社會目的的企業就可以成為社會企業？有一個受訪者就表示，應該要從社會企業解決社會問題的深度和性質考量，因為市場上存有太多從商業手段來達成社會目的的企業，但真正的社會企業應該是要去發掘出產生社會問題的根源，而非只是利用對表象問題的關注，去取得較大的市場競爭力。

「我認為很多社會問題必須要了解到他的深度，他跟商業行為有一個很大不一樣的地方，很多商業行為可以透過一般的商業活動去獲得比較大的市場佔有率，社會問題應該是要做比較深度的內涵的解決，而不是只有做表面性的解決。以社會企業來講，我認為要試著去思考怎麼樣解決深層的問題，而不是只有最上面一層的商業活動。」(11-A11)

(二) 經濟面向的內涵探討

在經濟面向中，受訪者都認為社會企業必須具有在生產財貨和銷售服務上的持續性活動，以及聘有一定比例的給薪員工。雖然多數受訪者也表示對社會企業應該承擔經濟風險贊同，但卻會受到組織收入來自商業活動比例的多寡影響

1.組織收入來自於商業活動的比例應按照社會企業的型態衡量

受訪者表示每一家社會企業都有其對於達成社會目的的方式和型態，並無法採用同一標準認定組織收入組成成分的比例。而且，社會企業的組織收入本來就可以包含政府契約或補助。

「每一家社會企業型態是不一樣的，像我們可能是百分之百都是從事商業活動來的，可是其他人不一定，他可能是從政府的標案、補助，重點是他做了什麼事情，這件事情到底對於他完成他的社會目標、社會利益有沒有價值在裡面。」(1-A1)

「因為每一個公司營運的情況不太一樣，那拿來做社會公益的部份，也要比較有彈性一點，按照各公司的經營狀態，我覺得在做社會企業都已經是發自內心的。」(9-A7)

2.組織收入中來自商業收益比例較低的組織，通常也會認為從事社會企業不需要

承擔顯著的經濟風險。

有一位從非營利組織商業化手段來從事社會企業的受訪者表示，目前組織社會企業化部分的資金多是來自政府，因此，降低了組織在社會企業化時需要承擔的經濟風險。

「需要承擔顯著的經濟風險，其實這倒不一定！如果我們大部份資金都是來自於政府，至少在人力的人事費用是我們不用擔心的。那生產有達到多少、銷售多少，多的都算是基金會的盈餘...因此如果當基金會想要走社會企業的時候，他應該也要去思考一下，他所提供的產品或者是服務有沒有競爭力，或是說他投資的比例應該一開始的時候就要先做好，這樣商品才有辦法有利潤。」(9-A9)

(三) 治理面向的內涵探討

相較於社會企業在社會面向和經濟面向的內涵擁有較高的共識，社會企業在治理面向內涵的適用性，引起較多受訪者的討論。關於是否可以達到所有利害關係人都擁有民主參與的權力，以及決策權的分配非基於持股多寡，大多數的受訪者都表示，民主參與和決策權分配的內涵，無法針對不同型態的社會企業一體適用，且實際上也不適合，並會影響社會企業對市場狀況的回應力。

「在公司的架構中一定會有股東、管理幹部、董事，那都是票票等值，我覺得不可能。這個比較像是合作社，他沒有辦法一體適用，所以我覺得在治理面向上，他沒有辦法適用在不同體制的社會企業上。」(2-A6)

「在治理的層面，追求公平在某種程度是有必要的，只是民主參與這部分，取決於他本身組織的特質或先天上的障礙...還是必須要按照不同的組織來去處理。」(3-A8)

「一個公司裡面有股東，有經營者，老闆他有持有百分之九十的股份，照理說以公司來講他有最大的決定權，可是如果一人一票，就變成老闆的這一票實際上跟其他人的那一票是一樣的意思，這不大適合。」(5-A5)

(四)其他（創新）面向的內涵探討

創新是社會企業在社會、經濟與治理面向之外的另一個重要內涵。從受訪者對於創新在社會企業中的角色認定，認為創新可以在三方面發揮作用，分別是：思考的創新、服務的創新以及類型的創新。

1. 思考的創新

受訪者表示，創新的思考模式是社會企業之所以能找到不同的方式，來解決以往無法解決的社會問題的核心價值。

「我覺得在社會企業上的創新是可以重新發現一些不一樣的價值...所以那

個創新能力是在現在社會問題或亂像中，重新思考這些問題可以被怎麼解決，有哪些價值遺失了，所以這些問題才發生。」(2-A7)

「創新就是將很多不同的東西可以有系統的把它連在一起，用在別人還沒有用過的東西上，而且是能達到你解決社會問題的可能性。」(3-A9)

2.服務的創新

創新不僅從思考替社會企業帶來助益，也可協助社會企業達成服務內容上的創新。但創新絕非無中生有，而是從現有的服務中尋求突破，並用更有效益的方式來解決現有的問題。

「所謂的創新能力不是無中生有。我們以服務內容來創新可能比較容易，所以去年開始做健康促進的服務，讓社區居民還沒到六十五歲就開始知道一些健康觀念，從醫療、心靈、治療方面，開始慢慢輔導他們，讓他們到六十五歲還是非常健康，我們要做的這個就是創新。」(10-A9)

3.類型的創新

結合社會目的和經濟目的的「社會企業」，本身就是一種類型的創新。而受訪者也表示，透過這種創新的類型使得很多事情的改變變得可能也容易許多。

「你想改變很多事情就是要做這個，這樣的類型是比較容易去改變的。」(1-A5)

陸、結論與建議

一、研究發現

(一) 台灣社會企業較傾向廣義的社會企業範圍，其中包含有產生收益活動的非營利組織、主要或全部資金來自市場貿易的非營利組織，以及社會企業等三類

本研究透過文獻分析得到社會企業的三種不同層次的範圍，分別如前圖《圖三》所示，包含：僅排除傳統非營利組織與營利組織的最廣義的社會企業範圍；除傳統非營利組織與營利組織外，亦將企業執行社會責任與社會責任企業排除的廣義的社會企業範圍；以及僅包含「社會企業」的狹義的社會企業範圍三者，而台灣的社會企業範圍較傾向上述的廣義社會企業範圍一類。

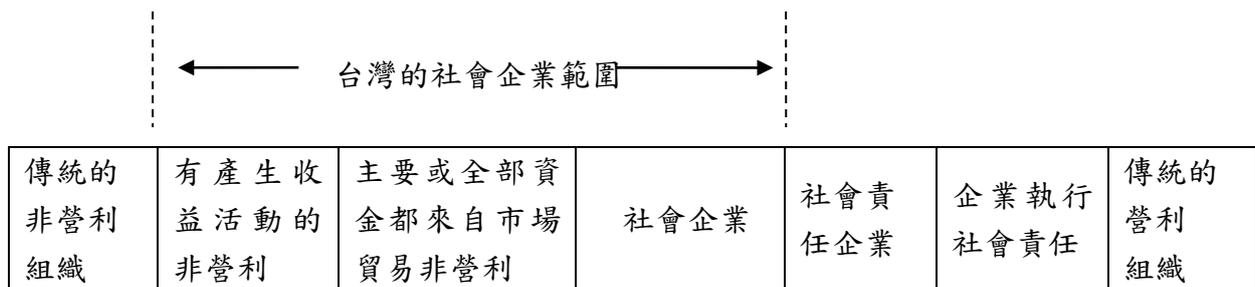
由於台灣的社會企業並無具有特殊的法律地位，而是由屬於非營利組織形式的協會、基金會與合作社，以及屬於公司形式的股份有限公司與有限責任公司兩大類所構成，加上公司法規定公司必須要以營利為首要目的，使得台灣社會企業的範圍認定困難重重。經過本研究發現，台灣的社會企業經營者普遍不認同將「執行企業社會責任」之公司納入社會企業的範圍。雖然少數社會企業的經營者亦在「非營利組織商業化」類型上出現因組織類型不同，而表示贊成或反對將該類型

歸納到社會企業範圍內之爭議，但多數仍認同將非營利組織商業化的方式納入社會企業的範圍，並視其為朝向社會企業發展的前哨站。因此，本文認為可從廣義的社會企業範圍來理解台灣社會企業的現狀，亦即台灣的社會企業包含：有產生收益活動的非營利組織、主要或全部資金來自市場貿易的非營利組織，以及社會企業¹⁶等三類。

(二) 以社會企業為名稱登記的公司無法作為評斷是否為社會企業的標準

雖然行政院「社會企業行動方案」將以社會企業為名稱登記的公司納入社會企業的範圍內，但國內其他的相關部會並沒有針對以社會企業為公司名稱登記的公司進行成立使命與營運方式的實質規範與後續審查，使得以社會企業為名稱登記的公司是否可被視為於社會企業產生疑問。另外，從本研究以及作者透過相關網站觀察的結果也發現，並無法認為「社會企業」與在公司名稱中有包含社會企業四個字的公司有絕對相關性。且在實證調查中也顯示，多數將社會企業納入公司名稱的公司，僅是希望達到提醒社會企業經營者在成立公司之初時的宗旨之功能，並非想要藉由將社會企業四字納入公司使民眾將公司與社會企業有所連結，而投入更多的關注或吸引消費行為的產生。畢竟台灣目前並無類似韓國採取限制未經過認證的組織不可將社會企業出現在組織名稱內之規定，因此，台灣的社會企業無法利用名稱作為判斷的依據，而必須透過組織實際對社會公益目的的產出，以及組織與社會企業的定義與內涵符合程度作為評斷準則。基於上述原因，本文認為以社會企業為名稱登記的公司並無法做為評斷是否為社會企業的標準。

從上述兩點研究發現，並根據《圖三》的分析，本研究將台灣社會企業的範圍呈現如下圖，然而，《圖四》中所指稱的「社會企業」一類，將進一步透過本文對於台灣社會企業的內涵與定義的發現詮釋之。



圖四：台灣社會企業範圍圖

資料來源：作者繪製

(三) 台灣社會企業應具備的內涵，建議可從著重社會、經濟與治理層面，轉向社會、經濟與創新等三層面

¹⁶ 由於台灣沒有社會企業的法定地位，而是由非營利組織與營利組織的形式所共同組成。因此，關於社會企業的範圍必須藉由定義與內涵確認。本文將在本節中對於社會企業的內涵與定義中，說明何謂台灣社會企業範圍內所包含的「社會企業」一類。

雖然根據《表一》的社會企業內涵中顯示，普遍國外的研究機構認為從社會、經濟與治理等三面向來描述社會企業較為完善，但經由本文實證調查後發現，國外研究機構用來描述社會企業的內涵，並不一定適合全部套用在台灣社會企業上。因此，本文將各內涵的適用度透過研究調查後修正如下：

1. 社會面向

- (1) 社會企業不僅需要具備有益社會或環境的明確目標，更應該考量此社會目標的重要性、特殊性與對社會問題觀察的深度與廣度。
- (2) 社會企業不僅需要由具有共同目標的民眾創設，更應該在從事社會企業的過程中，協助該社會企業所關注的特定利害關係人提升其在社會結構中的相對位置，並促進社會流動。
- (3) 社會企業可從事有限度的利潤分配，但組織盈餘再投資到社會目的使用上的比例應同時考量財務面的營收，以及非財務面的組織營運方式與活動。

2. 經濟面向

- (1) 社會企業不僅需要具備持續生產財貨與銷售服務的活動，並且必須讓組織中來自商業收益的比例占總收入的 25% 以上，以確保組織對於社會企業化經營的重視。
- (2) 社會企業需要承擔一定的經濟風險。
- (3) 社會企業需要具備一定比例的給薪員工。

3. 治理面向

- (1) 社會企業需要具有高度自主性。
- (2) 社會企業並不一定需將決策制定權平均分配給所有利害關係人。
- (3) 社會企業在決策制定時會考量利害關係人的意見與權利，但不一定都需要全盤採納。

4. 其他面向：創新

社會企業需要具備創新能力來解決社會與經濟的問題，這些創新的能力包含思考的創新、服務的創新以及類型的創新。

二、研究建議

台灣社會企業的實務經營者主要分為非營利組織類社會企業與公司型社會企業兩類，由於兩者於組織型態、法律地位上相當不同，因此在經營社會企業時所面臨的問題也有所差異。然而，社會企業僅是眾多解決問題的方式之一，並非所有非營利組織與營利組織必須採行的管道，因此，以下分別針對非營利組織與營利組織在從事社會企業前與實作時應考量的事項提供建議。

(一) 非營利組織類社會企業

1. 釐清採用商業行為的真正目的

正如同研究中發現，非營利組織採用商業行為的真正目的是為了解決組織本

身的財務問題，亦或是更積極的朝向社會企業化的方向邁進，會替非營利組織帶來兩種截然不同的思考與發展。若採用商業行為的出發點單純是為了解決組織的財務問題，則非營利組織往往會因為財務困窘所帶來的壓力，而在不熟悉商業經營手段及市場運作方式的情況下，貿然從事社會企業，使得組織所提供的服務或產品不具市場競爭力與差異性，因此，使得商業行為的採用並無法有效給予組織在資金上的協助，反倒常常會出現需仰賴組織原本收入去補貼。例如：「陽光社會福利基金會」雖然採用工作整合型社會企業成立汽車美容中心與加油站，但從二〇〇八年至今皆呈現虧損狀態¹⁷，與一般對於社會企業的認知差異甚大。雖然在前文已有提及是否將庇護工場納入工作整合型社會企業內尚存有爭議，但非營利組織類的社會企業在市場競爭力上的欠缺，確是不爭的事實。若非營利組織採用商業行為的出發點是為了更積極的朝向社會企業的方向邁進，則必然會思考市場的區隔性，以及提供服務與產品的創新方式，而避免自身因為社會企業的經營使組織成為另一個需要大眾幫助的問題根源。因此，作者建議所有欲從事社會企業的非營利組織必須釐清組織採用商業行為的真正目的為何，才可能使得社會企業在非營利組織中以較為健全的方式發展。

2. 思考採用社會企業的必要性

按照目前將有向政府申請「多元就業開發方案」的非營利組織被視為發展成為社會企業的潛力單位之觀點來看，仍是從政府補助非營利組織經費從事相關社會事業活動為主。雖然非營利組織在達成社會目的上的使命及宗旨非常強烈，相當符合社會企業其中的一個要件，但也因為其可公開募款、接受捐贈及補助，使得經濟目的的達成受到質疑。由於目前並無相關研究顯示「多元就業開發方案」對於非營利組織在社會企業經營面的助益，因此如何建構非營利組織類社會企業的評估模式就變得格外重要。

亦即，若非營利組織的商業收益比例已超過組織總收入的25%以上，則該非營利組織可重新思考組織的營運方式，將社會企業納入轉型的可行方案之一；反之，若非營利組織的商業收益比例尚未達到組織總收入的25%以上，則建議該非營利組織仍可保持將重點置於組織本身的使命與宗旨，勿在組織發展模式上作出大幅度的更動。目前亦有許多非營利組織在原本的組織架構外成立另一社會企業，使該家社會企業在公司法的相關規範下營運，脫離“非營利”的框架下，並將社會企業經營的更有聲有色。例如：「蝸牛社會企業有限公司」就是「崔媽媽基金會」在目前非營利組織的架構之外成立的社會企業公司，而「沙連墩社會企業有限公司」也是「張秀菊社會福利慈善事業基金會」設立之社會企業，以上兩者都將原本在非營利組織所關注的議題運用更彈性及創新的經營方式。

(二) 公司型社會企業

¹⁷ 資料來源：陽光社會福利基金會財務報表

http://www.sunshine.org.tw/donation/financial_report.asp，檢閱日期：2015/1/22。

1. 檢視公司與社會企業的內涵相符程度

公司型社會企業與非營利組織類的社會企業所面臨的問題正好相反，對於公司型社企而言，確認組織在社會目的的達成會比組織對於經濟目的的追求來的困難。因此，作者建議欲採公司形式來從事社會企業的經營者，可在經營之初，先透過本研究對社會企業的內涵稍加檢視，特別是社會企業在社會面向的內涵描述，若發現公司成立的宗旨及使命與描述的內容相去不遠，則可將社會企業作為公司營運的目標，若與公司成立的宗旨與使命相去甚遠，則建議採先以企業執行企業社會責任的方式著手進行，待公司可在社會目的上作出更大的貢獻之時，再朝向社會企業轉型。

2. 留意組織財源及管理問題

除了來自定義與內涵的挑戰外，對於許多公司型社企而言，仍然會面臨發展時的資金不足、不良管理及創業等問題。目前在「社會企業行動方案」中也針對這些問題，透過經濟部提供育成、輔導等協助，在金融監督管理委員會方面，更為了協助社會企業進入資本市場，解決資金不足的問題，積極輔導社會企業登錄創櫃板，例如：「多扶事業股份有限公司」以及「生態綠股份有限公司」等兩間社會企業都已完成登錄，雖然是否可透過創櫃板及育成、輔導等方式降低資金不足、管理與創業困難等問題，仍有待時間證明。因此，公司型社會企業雖與非營利組織類社會企業比較起來，在資金獲得管道較為多元，且在資金運用上的限制較少，但從前述文獻及國內外相關經驗觀察，以公司形式從事社會企業所面臨到的資金與管理問題並不會比非營利組織類社會企業來的容易處理，所以，作者建議公司型社企仍必須時刻留意組織財務的穩定度與組織管理等問題。

參考書目

壹、中文部分

行政院，2014，〈社會企業行動方案〉，取

自：<http://www.ey.gov.tw/Upload/RelFile/27/716149/8d8b6be7-0e21-4a37-9c72-871e28b325d2.pdf>，檢索日期於2014年10月7日。

呂朝賢，2008，〈社會企業與創業精神：意義與評論〉，《國立政治大學社會學報》，39：81-117。

李素素，2010，《台灣社會企業發展之政治經濟分析：1987-2008》，國立暨南大學公共行政與政策學系在職專班碩士論文。

社企流，2014，《社企力！社會企業=翻轉世界的變革力量。用愛創業，做好事又能獲利》，台北：大雁出版基地。

胡哲生、梁瓊丹、卓秀足、吳宗昇，2013，《我們的小幸福小經濟》，台北：新自然主義。

蔡志強，2010，《弱勢資本家：以利益的觀點分析台灣社會企業》，輔仁大學社會學系碩士論文。

- 鄭勝分，2004，《歐美社會企業運用至台灣》，國立政治大學公共行政研究所博士論文。
- 鄭勝分，2008，〈社會企業：市場、公共政策與公民社會的交叉點〉，《公共行政學報》，27：199-206。
- 貳、英文部分
- Alter, K. 2007. *Social Enterprise Typology*. Retrieved April 10, 2014, from www.virtueventures.com/typology.
- Bacchiega A. & Borzaga C. 2004. "Social Enterprise as Incentive Structures: An Economic Analysis, in Borzaga C. & Defourny J. eds., *The Emergence of Social Enterprise*. London: Routledge, pp. 273-295.
- Bridge, S., Brendan M., & Ken, O'Neill. 2009. *Understanding the Social Economy and The Third Sector*. New York : Palgrave Macmillan.
- Bull, Michael. 2008. "Challenging Tensions : Critical, Theoretical and Empirical perspectives on Social Enterprise." *International Journal of Entrepreneurship Behaviour & Research*, 14 (5) : 268-275.
- Dart, Raymond. 2004. "The legitimacy of Social Enterprise." *Nonprofit management and leadership*, 14 (4) : 411-424.
- Dees, J. Gregory. 1998. "Enterprising Nonprofits." in *Harvard Business Review on Nonprofits*. Boston : Harvard Business School Publishing, 55-67.
- Dees, J. Gregory & Beth B. Anderson. 2004. Sector-Bending : Blurring the Lines Between Nonprofit and For-profit. In Frumkin, Peter & Jonathan B. Imber. eds., *In Search of the Nonprofit Sector*. New Jersey: Transaction Publishers, pp51-72.
- Defourny, Jacques. 2001. "Introduction : From Third Sector to Social Enterprise." In Borzaga, Carlo & Jacques Defourny. eds., *The Emergence of Social Enterprise*. London, England: Routledge, pp.1-28
- Defourny, Jacques & Marthe Nyssens. 2006. "Defining Social Enterprise." in M. Nyssens ed., *Social Enterprise at the Crossroads of Market, Public and Civil Social*. London: Routledge, pp3-26.
- Defourny, Jacques & Marthe Nyssens. 2010. "Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States : Convergences and Divergences." *Journal of Social Entrepreneurship*, 1 (1) : 32-53.
- Defourny, Jacques & Marthe Nyssens. 2012. "Conceptions of Social Enterprise in Europe : A Comparative Perspective with the United States." in Benjamin, Gidron & Yeheskel, Hasenfeld (Ed.) , *Social Enterprises: An organizational Perspective*. UK: Palgrave Macmillan, pp.71-90.
- Defourny, Jacques & Marthe Nyssens. 2014. "The EMES approach of Social Enterprise in a comparative perspective." in Jacques, Defourny, Lars Hulgard & Victor Pesroff. eds., *Social Enterprise and the Third Sector*. Abingdon : Routledge,

- pp. 42-65.
- Giulia, G. & Borzaga, Carlo. 2009. "Social Enterprise: An International Overview of its Conceptual Evolution and Legal Implementation." *Social Enterprise Journal*, 5 (3) : 210-228.
- Kerlin, A. Janelle. 2006. "Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences." *Voluntas*, 17:247-263.
- Lynch, Kevin & Julius Walls, Jr. 2009. *Mission, Inc.: The Practitioner's Guide to Social Enterprise*. San Francisco : Berrett-Koehler Publishers.
- Nicholls, A. 2006. *Social Entrepreneurship: New Paradigms of Sustainable Social Change*. Oxford : Oxford University Press.
- Nicolaescu, Victor, Case C., & Case, S. 2012. "Importance of Financing The Social Economy Project." *Journal of Community Positive Practices*, 520-536.
- OECD. 1999. *Social Enterprise*. Paris : OECD.
- Pearce, J. 2003. *Social Enterprise in Anytown*. London : Calouste Gulbenkian Foundation.
- Ridley-Duff, Pory & Mike Bull. 2011. *Understanding Social Enterprise: Theory & Practice*. California: Sage Publications.
- Ridley-Duff, R. & Southcombe, C. 2012. "The Social Enterprise Mark : A Critical Review of its Conceptual Dimensions." *Social Enterprise Journal*, 8 (3) : 178-200.
- Shaw, E. & Carter, S. 2007. "Marketing in the Social Enterprise Context: Is it Entrepreneurial?," *Qualitative Market Research: A International Journal*, 7 (3) : 94-205.
- Social Enterprise Alliance. 2009. *Social Enterprise: A Portrait of the Field*, Retrieved Mar. 22, 2014, from [https://se-alliance.org/upload/Membership%20Pages/Field%20Study%20FINAL%207.14.2010%20\(1\).pdf](https://se-alliance.org/upload/Membership%20Pages/Field%20Study%20FINAL%207.14.2010%20(1).pdf)
- Teasdale, Simon. 2011. "What's in a Name? Making Sense of Social Enterprise Discourses." *Public Policy and Administration*, 27 (2) : 99-119.
- Young, D. R. 2001a. "Social Enterprise in the United States: Alternate Identities and Form." Paper Presented at International Conference on Social Enterprise, Trento.
- Young, D. R. 2001b. "Organizational Identity in Nonprofit Organization: Strategic and Structural Implications." *Nonprofit Management & Leadership*, 12 (2) : 139-157.