

以內容分析法探討台灣社會企業教育

Taiwan's Social Entrepreneurship Education : A Web-Based Content Analysis

潘冠妘¹

國立高雄應用科技大學 企業管理系 研究生

1104335109@gm.kuas.edu.tw

余銘忠²

國立高雄應用科技大學 企業管理系 副教授

yminchun@kuas.edu.tw

摘要

本研究運用網路內容分析法剖析社會企業教育執行現況，透過內容分析，根據台灣的大學院校設立社會企業課程、學程、學系、學院、課程綱要、課程核心發展、課程規劃目標等進行探究。以行政院經濟部社會企業行動方案(103-105年)核定大學校院創新創業紮根計畫(EC-SOS)做為研究對象，以12所大學27筆課程資料進行探討，再利用質性研究分析軟體Nvivo 11輔助資料彙整。研究結果顯示以國際商學院促進協會(AACSB)組織定義的七項核心分析社會企業課程資料，其核心發展以「組織的使命」為最多提及的關鍵字詞，則「機會識別」為教學核心概念佔少數。最後為分析探究提出改善之建議，由於台灣社會企業教育發展的相關研究甚少，希冀此篇研究對於社會企業教育能有所貢獻。

關鍵字：社會企業教育、網路內容分析法、創新創業

KEYWORDS: Social entrepreneurship education, Web-based content analysis, Innovative entrepreneurship.

壹、緒論

一、研究背景

Aspen Institute Beyond Gray Pinstripes (BGP) 調查顯示，在過去幾年國際商學院提供商業和社會相關課程的激增變化，從2001年的34%到2007年的63%。不僅業務社區要求將社會企業相關問題納入商業管理課程，但是學術社區也努力促進這種轉變。

本研究探討社會企業教育的發展，主要針對大專院校之課程為探討目的。而根據教育部課程資訊網的統計資料顯示，截至一百零五年度第一學期課程資料，已有三十七門必修課程，十五個系所，共十間學校設立社會企業的相關課程。

社會企業教育在創造經濟效益方面有著顯著的重要作用。Owens (1998) ;Rowe and Wehrmeyer (2010); Bryant et al (2012) 也提出大學課程對學生公民價值的重要性。而透過本研究提供台灣社會企業發展教育和課程分析的概述，這將進一步有助於台灣管理社會企業教育課程的可持續性與跨學科整合的發展。

本研究探討大專院校的教學課程大綱與教學方法。且針對集中於社會企業教育（即商業教育與社會平衡，環境和經濟之間的因果關係）來做探究。另一方面，本研究採用網路的內容分析的方法，相較於基於意見的問卷調查其可以探討到更大規模範圍及使用更低成本與耗費較少時間。

本文旨在探討關於台灣社會企業可持續發展教育課程與分析當前發展條件等綜合研究。期望分析的結果將有助於教育工作者和管理者評估發展社會企業教育，從而提供機會性的互區域整合，進而擴展至政府推動社會企業。

二、研究動機

社會企業將會對未來社會和環境產生積極影響的決定。若能使社會企業的教育發揮其效能，課輔成效佳，其創造出的社會企業環境氛圍十分可觀。目前台灣已有社會企業相關學位學程，若能成立系所發展出屬於社會企業的專業管道，將更有利於社會企業及教育界之發展。而目前針對台灣的社會企業教育文獻資料較稀少，國外針對此議題的文獻相較卻豐富。故本研究希冀以台灣社會企業的教育發展沿革做研究，探討台灣與其社會企業教育發展之近況。

三、研究目的

本研究主要目的為探討社會企業的教育，社會企業的本質以想要實現關懷社會的初衷，如何在經營模式中達到三重盈餘永續經營才是關鍵。初衷最大的目的在「創造」這個環節呈現，而能夠同時擁有優秀創造力、行銷技巧及足夠自信實屬非易，故在教育層面就需先做好人才的培育。

本研究欲達成的目的為：

- 一、調查社會企業教育的相關課程，分析社會企業課程的問題與缺失
- 二、透過內容分析法及軟體分析社會企業的教育發展及現況脈絡
- 三、藉由社會企業教育課程探討大學院校校內資源是否足以發展創業社群體系
- 四、透過課程綱要了解授課核心目的是否傳達社會企業價值及其宗旨
- 五、整合目前大學院校提供社會企業相關課程，並透過課程設計、研究計畫、實習與競賽、以及各種研習活動，提供完整的社會企業知能學習架構。

貳、文獻探討

一、社會企業之教育

隨著網際網路及科技日新月異對社會與產業趨勢需求的變遷快速，歐美創業教育的發展亦逐漸多元化、特色化。臺灣社會企業以及創業教育的發展，早期由管理領域主導，大部份修課學生則以商業管理背景學生為主，較多缺乏實務經驗的累積。但近年來因應社會與產業變遷的趨勢，大學校院推動創新創業之模式與發展面向已經逐漸從專業化走向跨領域系統性的設計規劃。

依據近年來的統計資料顯示，英國非營利組織雇用超過 4% 的勞動人口，占約 3% 的國民生產毛額(GNP)，而在美國有 8% 的勞動人口參與非營利事業，超過 7% 國民生產毛額(GNP) (Wong and Tang, 2006)。由於非營利組織的盛行，促使社會企業蓬勃發展，越來越多經營者進入學校學習更多社會企業相關知識及技術，各學校亦成立專屬的社會企業教育中心、機構及開設相關學程，以提升社會企業人才的競爭力及創造力，而在發展的過程中，社會企業教育扮演著極重要的角色(Tracey and Philips, 2007)。

社會企業教育在創造經濟效益方面有著顯著的重要作用。Owens (1998) ;Roweand Wehrmeyer (2010); Bryantetal (2012)也提出大學課程對學生公民價值的重要性。而透過本研究提供台灣社會企業發展教育和課程分析的概述，這將進一步有助於台灣管理社會企業教育課程的可持續性與跨學科整合的發展。

Wu, Kuo&Shen (2013)而根據社會企業教育的核心，在 BGP 全球排名前 100 所學校中以下列七大主題為核心目標：

1. 解決社會問題需求及問題並為社區做出正面性貢獻
2. 創新
3. 社會企業規模化
4. 資源配置與妥善運用
5. 機會識別
6. 組織的使命
7. 創造可持續的商業模式並衡量成果

其中更以處理社會需求及問題做為社會企業課程授課的核心目的與價值。

因此，透過社會企業教育發展有關的課程進行全球網路內容分析，本研究致力於台灣大學院校的社會企業教育狀況進行調查。而此次的研究為社會企業議題新穎的嘗試，比較來自不同地理區域的大學院校，在國家經濟發展階段中設有社會企業相關的課程。因此，本研究分析了來自不同背景的大學院校在課程中如何解決社會企業如何實施可持續性相關問題，作為全球性問題的反映。

二、社會企業

台灣社會企業的發展近況，日前較廣為人知的主要是以非營利組織轉型發展團體，例如喜憨兒基金會所成立的喜憨兒烘焙坊。近年則有許多新興組織發跡，陸續出現原創的社會企業漸漸嶄露頭角讓大眾所認知，而以此種型態發展之社會企業多以有限公司的方式向政府登記註冊，例如販售公平貿易咖啡豆的生態綠、以及 The Big Issue 大誌雜誌皆屬之。據社企流網站的統計資料指出，台灣目前已有八十家社會企業，各個社會企業所關注的議題亦包羅萬象，例如關於在地環境維護、針對地方經濟發展、多元文化融入與問題、社會弱勢就業問題、農業永續經營等方面。

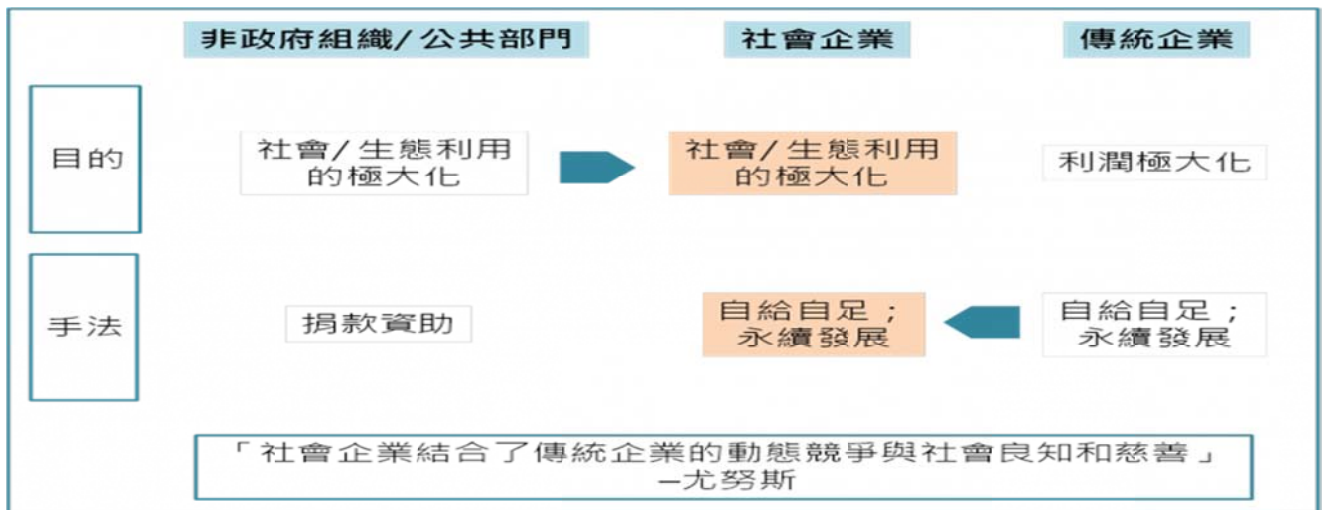


圖 2 Grameen 創意實驗室定義社會企業

隨著經濟效用與社會責任的雙重盈餘(double bottom line)逐漸發展(蔡志強, 2010)。現代更延續將其發展為 1977 年英國學者 John Elkington (1977)提出的三重盈餘的原則(Triple Bottom Line)，他認為一個企業要邁向永續性的發展，最關鍵的並非想著如何實現營收最大化，其必須堅持三重盈餘的原則，經濟效益、環境保護、社會關懷三者的統一。社會企業本質架構雖仍屬於企業，但並不以利潤最大化為首要考量，而是在獲利的同時亦展現三重盈餘原則(蔡志強, 2010)。

近期台灣的失業率頻頻上升，因此，本研究認為這類的社會企業在運作的軌道上能夠幫助更多的弱勢族群能夠有專業的工作能力，且為社會應該重視的議題，台灣的社會企業也應朝著此種型態前進，不僅能夠促使社會經濟能力提高，更得以影響就業率的上升。至於「地方社區合作型」是台灣非常特殊的組織型態，近年來這類組織型態在地方社區層次上彰顯了豐沛的社區經濟與發展社會經濟成果(官有垣, 2007)，且這類的社會企業主要的功能是在地方的風俗民情、文化藝術與地方產業作融合，並藉此凝聚地方社區的力量，塑造出地方公民的統一精神，創造屬於地方社區的產業特色，提升社區的經濟未來發展。

近年來台灣各界紛紛興起轉型為社會企業的三大主因(官有垣, 2007):

1. 針對弱勢族群與特殊障礙者的特定需求
2. 政府提供補助金的誘發與政策的實施
3. 企業本身期盼財務狀況達成穩定性、多樣化與可持續性

表 2-1 本研究界定社會企業

社會面	社會企業以關懷社會為核心價值，他們的使命為減少社會問題，由一個特定群體的人，藉由彼此共同分享價值觀與需求，並且擁有共同的社會目標以造福社會(藍文佑，2010)，比如創造就業、提供服務等。
環境面	社會企業在經營的同時，給予什麼樣的環境提供給客戶、消費者、企業參與者以及任何企業相關的重要角色，與他們溝通對話，並減少了社會環境的問題。
商業面	社會企業透過獨特能力、創新策略或整合性功能去創造企業價值，使企業的自主性提高，能夠持續的提供商品及服務(藍文佑，2010)，並且承擔企業在創立或營運時必要的風險程度，以企業永續經營作為目標。

期望透過社會企業的營運模式，關懷弱勢族群的需求與貢獻予社會之型態，在獲取經濟利潤的同時，將其收入貢獻及回饋於社會，形成一個順時針的正向循環，社會企業將會是永續發展的一項新機制(陳巧馨，2013)。

表 2-2 社會企業光譜

類別	純慈善性質 ←————→ 純商業性質			
動機(Motives)	訴諸善意		混合動機	訴諸自利
方法(Method)	使命驅使		使命與市場導向並重	市場導向
目標(Goals)	社會價值		社會經濟價值並重	經濟價值
	創造社會價值		社會與經濟價值並重	創造經濟價值
主要利害關係人	受益人	免付費/無報酬	針對服務對象類別，補助價格、混合全額支付及無報酬的人	依市場價格收費
	資本	捐款與補助金	資金成本低於市價、或混合捐款與成本比照市場行情的資本兼具	依市場價格的資本
	勞動力	志願工作者(義工、志工)	低於市場行情的工資，或混合志工與全薪的員工	依市場行情支付報酬
	供應商	非現金捐贈之物品	特殊折扣、物品捐贈或全額捐贈的混合方式皆具	依市場價格收費

社會企業為改善社會問題最有效的經營策略 (Dees, 1998)，NPO 商業化已是現下社會必然的發展趨勢，本研究根據 (陳巧馨，2013) 所整理的社會企業區分定義為基礎，發展出「商業經營模式型」及「企業商品服務型」為台灣最顯著的社會企業類別，台灣中小型企業逐漸轉型變成為社會企業，譬如喜憨兒、陽光、伊甸、心路皆可歸類為此類別的融合 (官有垣，2007)。而在「積極創業模型」的部分，在就業輔導以及就業安置方面上得到非常亮眼的成績，對社會的貢獻亦極高。

參、研究方法

一、研究架構

本研究採用研究觀點為主體的觀察，透過網頁為調查資料基礎的資料收集，以內容分析法對研究對象進行分析，而內容分析法牽涉到建立類別與屬性，運用 Nvivo 11 並特別計算特定文本採取的類別與屬性中出現多少例子，如紙本報章雜誌新聞報導的內容分析等。

二、研究方法

本研究引用內容分析法，依據台灣的大學院校設立社會企業課程、學程、學系、學院、課程綱要、課程核心發展、課程規劃目標等進行探究。首先進行資料文件蒐集彙整，藉以具體呈現大學院校社會企業的相關教育課程；其次為進行內容的資料剖析，加以歸納、分辨、歸類，藉以瞭解大學院校實際的社會企業教育狀況，以及各項校內外的非教學活動附加到社會企業教育的程度；最後為分析探測提出改善之建議。

三、研究流程

本研究考慮基於網路的內容分析是成為一種可替代的方法，以減輕一方面調查問卷研究的不足，另一方面減少訪談的資源限制，因為選擇過程是非歧視性的，而且這些資訊是公開的。因此，本研究決定基於網路的內容分析將是這種大規模研究的最合適的方法。如一個較小規模網路的內容分析由 Navarro (2008)商業學校課程進行。Wu (2007)也應用這種方法進行更大規模的課程評估。

網站上公佈的資訊向公眾開放，並定期更新。作為一種正式的資訊來源，學校網站已經成為商學院及其相關利益相關者之間通用的交互和交流工具。此外，類似的評估標準及其準則可在資料收集過程期間應用於所有樣本，這提高了相關性。然而，作為每個網路之研究的核心，其必須先認定統計結果為資料可用性，包含更新頻率和使用語言影響的事實 Wu (2007)。

考慮上述各種選擇之後，基於其餘方法需花費大規模的時間及成本進行調查，故本研究決定使用網路的內容分析，此法乃是大規模資料的最佳選擇研究方法，以探討台灣社會企業教育的相關課程發展及可持續性。

網路內容分析法的設計即針對研究問題探討方法與步驟進行分析與具體規劃，Krippendorff (2004)總結內容分析法的三個階段，如圖 3-1 所示。

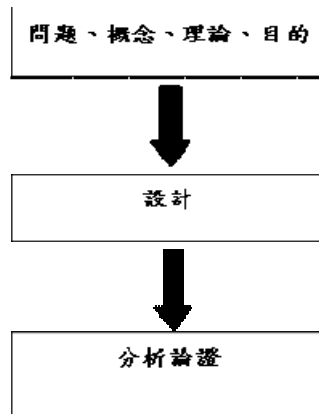


圖 3.1 內容分析三階段 (Krippendorff, 2004)

第一階段為設立題目為其目的。其一，關注的問題為何？其二，為什麼要關注此項議題？然確定研究問題、理論與相關議題文獻的探討、提出研究的具體問題與假設，將有興趣的問題從印象提升至理論層面，需要經過概念化的過程，此也為抽象化的概念，乃需從理論上對問題的意涵向外衍生做出界定。

第二階段為確定文本、研究模型設計、編碼、抽樣目標與計畫、信度檢測。而第三階段分析論證為信度與編碼、統計分析、探討分析與報告結論。

網路內容分析流程圖，如圖 3-2：

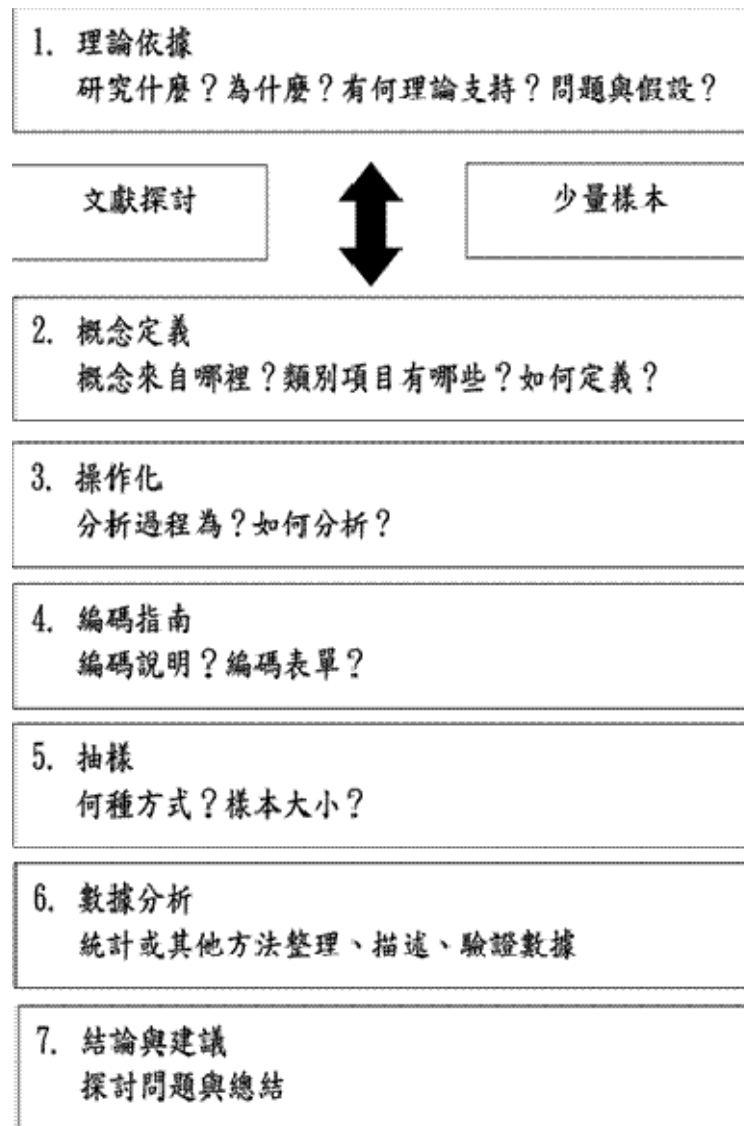


圖 3.2 為網路內容分析法流程圖

四、執行步驟

網路內容分析的設計即針對研究問題進行方法與步驟規劃分析，本研究利用網路內容分析法三個階段 (Krippendorff, 2004) 及內容分析流程圖做為研究的執行步驟。

表 3.1 內容分析三個階段說明

階段分類	研究執行步驟
研究目的	<p>核心目標：台灣大學院校對於社會企業教育實施探討與分析</p> <p>研究理由：社會企業議題以「創造力價值鏈」為基礎，以「創新創業學程」為核心，發展創業育成各階段輔導模式。而此議題在歐美地區的發展多有學者討論與研究，但台灣社會企業教育發展的相關研究甚少，對此深為學生於此議題具有高度動機，若能探究其發展，相信對於社會企業教育能有所貢獻。</p>

表 3.1 內容分析三個階段說明(續)

階段分類	研究執行步驟
研究設計	<ol style="list-style-type: none"> 1. 以行政院經濟部社會企業行動方案(103-105 年) 核定大學校院創新創業紮根計畫(EC-SOS)做為研究對象進行探討 2. 根據計畫中設有社會企業相關課程的大學院校進行分析 3. 由挑選的各大學院校調查課程綱要、課程、學院、學程等 4. 透過編碼表設計，透過編碼表執行結果與分析
分析論證	對於調查結果進行分析探討，解釋與報告結論及建議。

如表 3.1 三階段的內容分析進行步驟與圖 3.2 網路內容分析法流程，第一階段對於關注問題與探究其關注的目的本研究已於第一章緒論部分表達本研究欲透過台灣大學院校設有社會企業課程分析社會企業於大學院校實施近況進行調查，而第二章之文獻探討部分針對社會企業發展走向與社會企業教育目前發展趨勢亦完整呈現說明。第二階段研究設計已於第三章部分說明本研究架構、使用之研究方法、研究流程及分析對象與範圍。第三階段的抽樣、編碼說明、編碼表將於以下說明：

1. 抽樣

本研究採用步驟性的抽樣方式，此方式可提高樣本的象徵性、代表性與抽樣效率。而這樣的抽樣方式，通過在每階段確定不同的抽樣單元，最終抽驗出需要研究與分析的資料。於此抽樣方式，已兼顧學術、經濟發展要素，來篩選欲調查的大學院校設有社會企業課程資料。

並透過調查課程資料，探討其課程綱要及其課程核心發展。

依據步驟抽樣結果與參考已有的相關課程文獻，得出之類目與抽樣結果。

2. 編碼表

表 3.2 編碼表

學校	學院	社會企業教育中心	社會企業教育學程	開課對象	課程	課綱
名稱	類別	有/無	有/無	類別	有/無	有/無

五、分析對象與範圍

本研究依據行政院經濟部社會企業行動方案(103-105 年)為協助社會企業創業育成，經濟部透過創新創業育成中心培育新創社會企業，並協助其參與「亞太經濟合作」(Asia-Pacific Economic Cooperation, APEC) 等國際活動，除運用產學合作強化社會企業核心競爭力，更透過國際連結增加我國社會企業能見度與影響力，並與教育部核定大學校院創新創業紮根計畫(Ecumenical Social Services, EC-SOS)，本研究以其推動之「社會企業」課程相關內容及其課程綱要作為研究探討。

本研究主要依據研究問題進行探討分析，透過大學校院創新創業紮根計畫(EC-SOS)設有社會企業課程之大學院校，從中調查並收集 101 至 105 學年度上、下兩學期的課程摘要及課程大綱等相關資料，再利用質性研究分析軟體 Nvivo 11 輔助資料彙整，探討社會企業課程實施發展現況分析。

依據大學校院創新創業紮根計畫(EC-SOS)將設立有社會企業課程的學校整理成表格彙整，分析 101 至 105 學年度上、下兩學期開設社會企業課程的中心學校共有 7 間，課程學校共有 5 間。學校部分共有 12 間學校，以私立

大學佔多數共有 7 間學校為中原大學、中華大學、南華大學、東海大學、中華大學、靜宜大學及銘傳大學，而國立大學共有 5 間為國立交通大學、國立台北藝術大學、國立清華大學、國立中央大學及國立中山大學。

表 4-1 設立社會企業相關課程之學校學期資料

學期	學校	(中心/課程)計畫學校
10102	國立交通大學	中心學校
10202	中原大學	中心學校
	國立台北藝術大學	課程學校
10301	國立台北藝術大學	課程學校
10401	中華大學	中心學校
	國立台北藝術大學	課程學校
	國立清華大學	中心學校
10402	南華大學	課程學校
	國立中央大學	中心學校
10501	東海大學	中心學校
	輔仁大學	課程學校
	中華大學	中心學校
	靜宜大學	課程學校
	國立中山大學	中心學校
	國立中央大學	中心學校
	銘傳大學	課程學校
10502	靜宜大學	課程學校

由於大學校院創新創業紮根計畫(EC-SOS)課程調查年份最初學年度為 101 學年度，故可發現資料顯示 101 學年度開設社會企業只有一間國立交通大學，截至 102 學年度則逐漸有兩間學校設立社會企業相關課程，資料顯示出社會企業於初期並不盛行，也較不被大學院校廣設為課程發展之用。

肆、結果與分析

一、執行結果與分析

本研究調查樣本是以學術發展結合社會實務與經濟發展指標計畫所篩選出的大學院校所組成，目前對於社會企業教育的發展，由本研究調查的 12 所大學、27 筆課程資料顯示，從這些調查資料得知以下資訊：

- 一、社會企業課程學分編排
- 二、課程編排必/選修比重
- 三、教學之授課語言百分比
- 四、課程開設學位
- 五、社會企業教育實施現況發展
- 六、教育學程調查
- 七、課程教材的使用

(1) 社會企業課程學分編排

課程名稱	0學分	1學分	2學分	3學分
「服務創新·社會企業」系列課程				○
文創產業創新與創業研究				○
文創產業創新與創業研究				○
服務領導學				○
社會企業創意創業學生團隊專題				○
社會企業創新服務				○
社會創業				○
社會創業				○
非營利組織的經營與管理(創業銜接課程)				○
創新創業研究				○
創業與創新行銷				○
藝術經濟研究				○
服務領導學			○	
社會企業商業模式發展與實作			○	
社會企業商業模式發展與實作-社會企業分享會11/11			○	
社會企業概論			○	
社會企業與社會創新(創業銜接課程)			○	
社會創新需求探勘			○	
社會創業實務			○	
社會企業商業模式發展與實作-社會企業分享會11/14		○		
創業講座-社會企業與社會創業家		○		
文創產業創業模式	○			
有志之士阿 一起為社會企業奮鬥吧	○			
社會企業商業模式創新工作坊	○			
社會企業創業實務	○			
從社會創新到社會企業	○			
智慧友善x科技生活x社會企業提案	○			

圖 4.1 為社會企業課程學分資料

從圖表中可得知共有 12 個課程將社會企業課程設為三學分課程，而有 7 個課程設為二學分課程，其餘為以講座、演講、參訪及比賽為主的課程零學分數。透過課程學分本研究探究社會企業課程以三學分課程編排為主，顯示出社會企業課程佔學生學分數相當高的比重。

(2) 課程編排必/選修比重

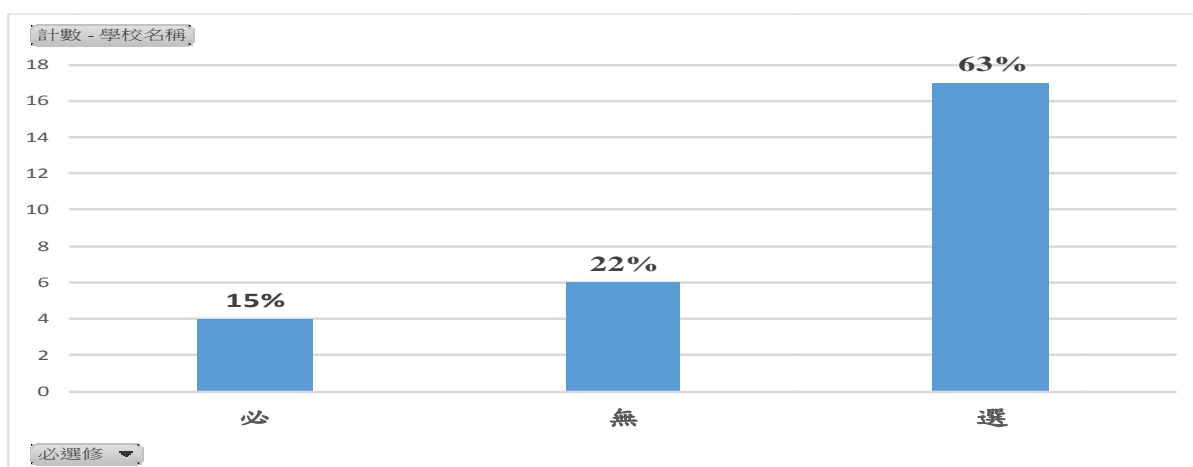


圖 4.2 為課程必/選修比重

從上述資料得知，社會企業課程以選修課程為主。其社會企業課程共有 17 門課設為選修課程，而必修課程為 4 門，則另外 6 門課程為無編排必選修；如國立中山大學設置創新創業議題等相關課程，融合社會企業外更舉辦演講、講座、競賽等作為學生與企業界交流互動之橋樑。

(3) 教學之授課語言百分比

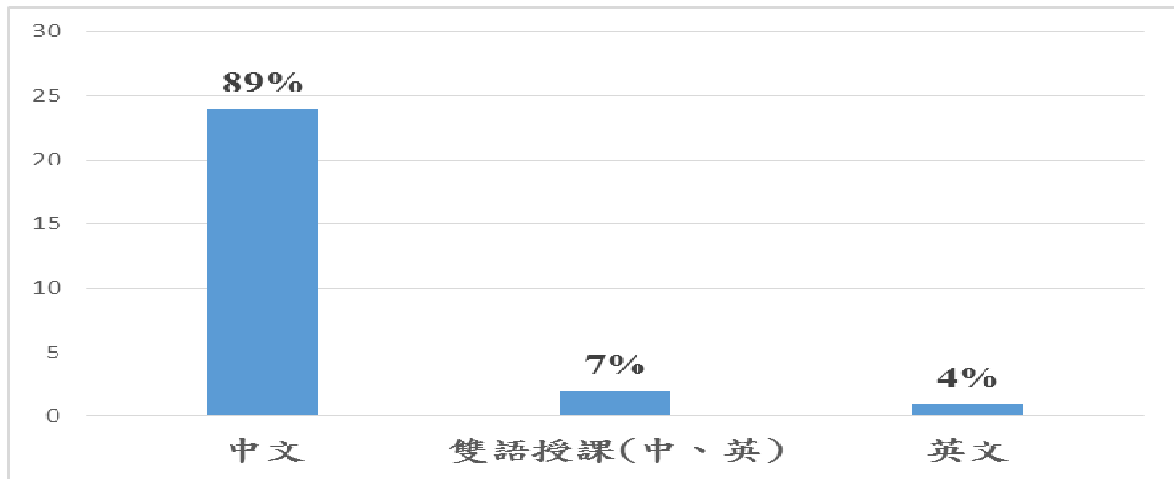


圖 4.3 教學之授課語言百分比圖

從分析資料可得知台灣社會企業課程以中文授課為主，其英文授課為輔。若將台灣社會企業推行至全世界，使學生能更有宏觀的視野，則未來授課老師於編排上英文授課比例是否應調整成高比例教學為其授課方針。

(4) 課程開設學位

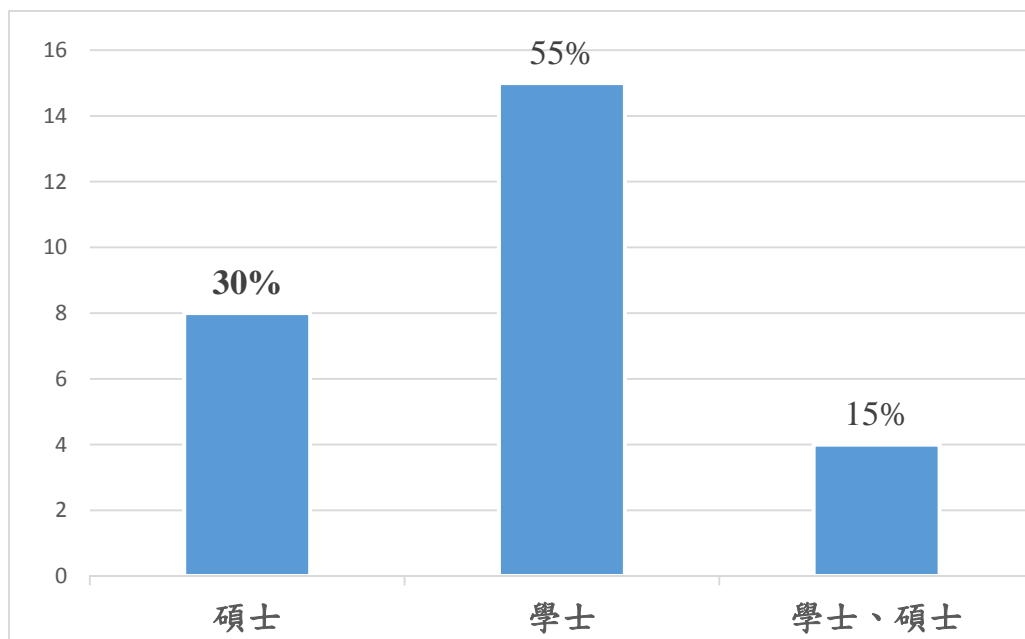


圖 4.4 課程開設學位

本研究分析社會企業課程以學士學位為主要開課單位，共有 15 筆課程資料為學士學位課程，其為以碩士學位單位授課共有 8 筆課程資料，餘為 4 筆為學士、碩士生可共同參與的演講及社會企業分享會課程，授課單位學校為國立中山大學及國立中央大學。

(5) 社會企業學院及系所、學程的調查

學校	學院	學系
國立交通大學	管理學院	資訊管理研究所
國立台北藝術大學	文化資源學院	藝術行政暨管理研究所
國立清華大學	科技管理學院	服務科學研究所
國立中山大學	管理學院	財務管理學系
國立中山大學	管理學院	社會企業發展研究中心
國立中央大學	管理學院	企業管理學系
國立中央大學	總教學中心	通識教育中心
東海大學	共同學科暨通識教育中心	共同學科暨通識教育中心
中原大學	人文與教育學院	通識教育中心
靜宜大學	產業學院	產業學院
銘傳大學	設計學院	都市規劃與防災學系
南華大學	通識教育中心	通識教育中心
中華大學	管理學院	科技管理學系
銘傳大學	管理學院	企業管理學系
中華大學	管理學院	科技管理學系
輔仁大學	管理學院	企業管理學系
輔仁大學	管理學院	社會企業碩士學位學程

圖 4.5 社會企業學院及系所、學程的調查

台灣目前社會企業的教育發展，由調查的 27 筆課程資料所示，大學院校均無設立社會企業學院做為承辦單位或授課辦理。而現況發展台灣大學院校均以管理學院所開設的社會企業課程為主，共有 13 筆課程資料，可顯示出社會企業並不為學校所特別設立的熱門議題，故其發展性有限。

(6) 教材的使用

研究調查顯示有三堂課程授課老師以自編講義為主要教學教材，社會企業課程教材十分多元化，以重複性頻率最高的為二本選用書籍為《社企力》、《獲利世代》。

《社企力》作者群「社企流」是一群有活力、有理想也有行動力的年輕人。敘述社會企業引發的社會變化模式，就是提供一些自己動手解決問題的操作模式，不僅是依靠政府的資源，也可以不必因為受補助而失去自主性，而是由公眾組成公民團體從市場上取得永續性運作的資源，所以這個公民團體不是一般的非營利組織，而是為了達到公共利益而存在的社會企業。

《獲利世代》雖然透過社會企業改變社會，然而社會企業在國際間廣泛受到重視並不是偶然；除了傳統解決社會問題的模式失衡，更重要的是，社會企業跨界、跨領域、跨議題的突出特性。面對新時代，則需要新工具輔助加強，而《獲利世代》所提倡的「商業模式圖」(Business Model Canvas) 正是一本符合時代運用的策略管理工具。在擬訂策略計畫時，商業模式圖以九個構成要素分別切入，以視覺化輔助思考。而運用商業模式圖時，也可以結合已知的商業概念，以商業模式圖的標準化格式重新整理。

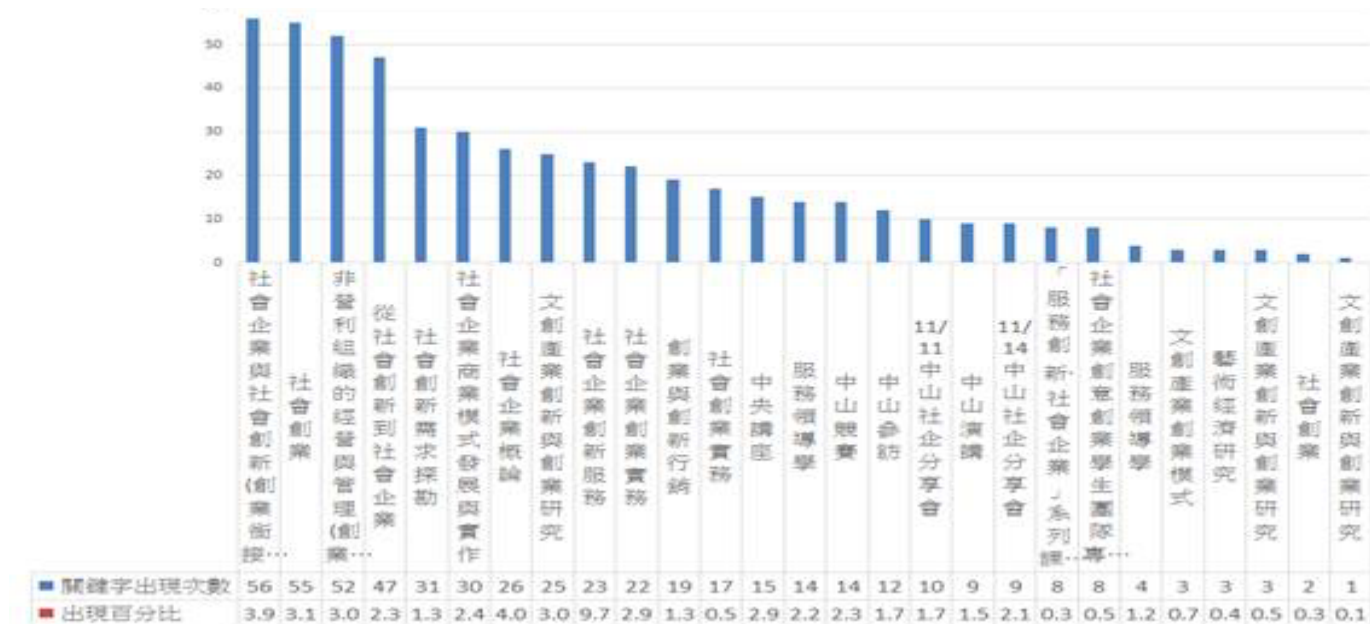
本研究以大學校院創新創業紮根計畫(EC-SOS)收集共 12 間學校及其 27 筆社會企業相關課程資料，利用 NVivo 11 軟體中「查詢」功能的「關鍵字搜尋」輔助搜索，分析有關社會企業課程綱要的相關內容紀錄。

因國內針對社會企業課程的文獻較無深入研究，本研究以國際商學院促進協會 (AACSB International) 組織定義的七項核心為其相關關鍵字詞。

該組織根據社會企業課程定義出七個主要核心概念，分別為

- (1) 解決社會問題需求及問題並為社區做出正面性貢獻
- (2) 創新
- (3) 社會企業規模化
- (4) 資源配置與妥善運用
- (5) 機會識別
- (6) 組織的使命
- (7) 創造可持續的商業模式並衡量成果

將 12 學校共 27 筆課程綱要進入深入分析探討，調查屬於社會企業的相關字詞為「搜索對象」，分別為「社會問題 OR 社區 OR 貢獻 OR 創新 OR 社會企業 OR 規模 OR 資源 OR 配置 OR 規劃 OR 運用 OR 機會 OR 知識 OR 組織 OR 經營 OR 使命 OR 可持續 OR 商業模式 OR 永續」關鍵字詞。



從上圖 4.6 數據資料中可得之調查資料 12 所學校中 27 筆社會企業課程綱要紀錄出現關鍵字之出現次數及頻率，27 筆社會企業課程均提及相關關鍵字詞，顯示出大學院校課程以社會企業價值核心要素及授課程度。依據課程名稱與國際商學院促進協會 (AACSB International) 組織定義社會企業的七項核心來探討大學院校開設課程的分類，是否符合社會企業永續發展三構面，其經濟、環境與社會構面的平衡發展。

本研究根據調查資料顯示分析，大學院校的社會企業課程以組織的使命為課程設計與課程綱要核心，總計共有 22 筆課程資料，統計資料顯示以其做為社會企業核心發展最多的課程。而以創新及資源配置與妥善運用做為社會企業課程核心走向，總計皆為 19 筆課程資料。以社會企業規模化做為社會企業課程核心概要，總計為 17 筆課程資料。以解決社會問題需求及問題並為社區做出正面性貢獻為其課程核心，總計為 14 筆課程資料。以創造可持續的商業模式並衡量成果為課程核心規劃，總計為 13 筆資料。最後以機會識別做為課程核心發展，總計為 11 筆資料，分析資料得知台灣大學院校以機會識別為社會企業課程做教學核心為最少數。

二、研究限制

本研究所調查的範圍為台灣大學院校資料，由於行政院經濟部社會企業行動方案(103-105 年)透過創新創業育成中心培育新創社會企業與教育部核定之大學院校創新創業紮根計畫(EC-SOS)，目前該計畫僅供大學院校參與，並無設立於技職體系相關學校。故本研究以其推動之「社會企業」課程相關內容及其課程綱要作為研究探討，其課程以大學院校課程為樣本主體。

本研究分析的課程大綱因紀錄內容不同，且教學方式與其撰寫紀錄均不同。故利用 Nvivo 11 軟體中「查詢」功能的「關鍵字搜尋」輔助分析文獻，恐導致少數資料會有查詢上的疏漏，造成分析研究未盡完善的缺失。

本研究調查網際網路媒體資料蒐集上發現較不易取得社會企業課程綱要及其資訊。而大學院校創新創業紮根計畫(EC-SOS)的社會企業課程資料最初學年度為 101 學年度，且其課程調查收集到之課程大綱資料僅供 27 筆。因課

程大綱取得不易，本研究已將 27 筆課程綱要全數收集齊全並加以分析，未來若教學資源充沛且足夠，乃可執行更為全面性的研究發展。

伍、結論與建議

一、研究結論

根據調查的行政院經濟部社會企業行動方案(103-105 年)為協助社會企業創業育成與教育部核定大學校院創新創業紮根計畫(EC-SOS)，本研究以其推動之「社會企業」課程相關內容及其課程綱要作為研究探討。研究調查資料顯示目前大學院校設立社會企業相關課程，學校部分共有 12 間學校，中心學校共有 7 間，課程學校共有 5 間。

探討課程資訊得知開課單位僅有中原大學設有產學營運總中心、創新創業紮根中心承辦課程，以及國立中央大學設有創新育成中心辦理相關課程，而國立中山大學更設立社會企業發展研究中心專門辦理社會企業課程。此調查結果顯示，台灣社會企業教育的普及率並不高，顯示大學院校對於社會企業課程推廣與發展規劃未來需要加強與改進。

研究分析與結果顯示出以國際商學院促進協會(AACSB)組織定義的七項核心為其相關關鍵字詞分析 27 筆社會企業課程資料，其中資料以「組織的使命」這項要素為最多提及的關鍵字詞，而以「機會識別」為教學核心概念佔少數，近年來由於創新創業的競賽與相關平台與日俱增，故課程編排及其核心理念與現下趨勢可能有其極大的關聯。藉由分析課程綱要可反映出教師授課的方針，若教師授課特別偏重於某一項要素或特別倚重現下流行趨勢指標來做課程教學，如此便會失去社會企業課程真正應有的價值。

組織的使命其核心為培育學生對於社會問題及社會需求的敏感度，學習社會企業家的創業精神。而機會識別則是幫助學生瞭解社會企業的社會創新意涵與價值。創新為引導學生充分發揮創意，以利於解決社會問題的社會企業企劃。社會企業規模化是鼓勵學生透過團隊將創意計畫付諸社會企業行動，透過資源配置與妥善運用做為學習評估其社會影響力。而解決社會問題需求及問題並為社區做出正面性貢獻，藉由提供學生參與政策，規劃執行社會企業目的與創造可持續的商業模式並衡量成果過程評估。

二、研究建議

由於調查課程大綱資料取得不易，若大學院校有設立社會企業發展研究中心、創新創業紮根中心及創新育成中心等可直接深入調查舉辦課程的發展，其資料完整性較高且較不費時乃易於取得其課程資訊。

因調查資料皆為大學院校所提供的課程資訊，期課程綱要相關資訊均以教學單位提供，未來研究若有授課方面能更具說服力。而依據行政院經濟部社會企業行動方案與教育部核定大學校院創新創業紮根計畫(EC-SOS)若實施成功可持續發展至大專院校，未來研究可將大學院校與技職院校等相關課程資料做兩者交叉比對分析，其研究價值也較具全面性意義與探究價值。

陸、參考文獻

一、中文部份

1. 大學院校創新創業扎根計畫(2017 年 5 月 1 日)。社會企業。課程資訊。2017 年 5 月 1 日，取自：<http://ecsos.moe.edu.tw/course?page=3&key=%E7%A4%BE%E6%9C%83%E4%BC%81%E6%A5%AD&sem=&stype=>
2. 王石番(1990)。傳播內容分析法--理論與實證。台北：幼獅出版社。
3. 王文科(1998)。教育研究法。台北：五南出版社。
4. 王娟嬋、夏侯欣鵬、胡哲生、蔡淑梨(2011)。營利事業經營社會企業之初探。創業管理研究。6(1)，29-54。
5. 江姿滿(1998)。台灣、日本小學社會科教科書內容之比較研究。國立嘉義大學國民教育研究所碩士論文。
6. 江文頤(2013)。商業模式對社會企業經營績效之影響(碩士論文)，元智大學管理學院經營管理碩士班，桃園縣。
7. 林家瑋(2011)。台灣社區型社會企業的緣起與發展:兼論社會資本對社區型社會企業的影響(碩士論文)，國立中正大學社會福利研究所，嘉義縣。
8. 吳明清(1991)。教育研究—基本觀念與方法分析。台北：五南出版社。
9. 官有垣(2007)。社會企業組織在台灣的發展(上)，《中國非營利評論》之期刊論文，臺北市。

10. 高慈蕙 (2009)。社會企業經營模式之建構 (創業管理研究 2009 年 12 月第四卷第四期)，輔仁大學商學研究所，新北市。
11. 為台灣而教 Teach For Taiwan (2016 年 11 月 9 日)。台灣教育不平等的現況。為台灣而教 Teach For Taiwan。2016 年 11 月 9 日，取自：<http://www.teach4taiwan.org/why-tft/tft/edu-now.html>
12. 彭增軍 (2012)。媒介內容分析法。中國人民大學出版社。
13. 施俊吉 (2013)。台灣自主型社會企業之創業歷程與商業模式 (碩士論文)，中正大學企業管理學系暨行銷管理碩士班，嘉義縣。
14. 酒井亨 (抹茶團子譯) (2013)。蛤！台灣人來了 日本人眼中你一會愛上台灣的 N 個理由。台北：大是文化。
15. 黃信傑 (2013)。社會企業經營模式之驗證與分析 (碩士論文)，國立政治大學企業管理研究所，臺北市。
16. 黃昭勇、許俊偉、陳怡臻、劉俐珊、陳景淵、舒懷緯、許瑋琳 (2015 年 11 月 05 日)。民調數據看社會企業。聯合新聞網。2016 年 01 月 30 日，取自 <http://udn.com/news/index>
17. 陳佩棻 (1999)。國民中學 (認識台灣) 課程實施之研究——所學校之個案分析。國立中正大學教育學研究所碩士論文。
18. 陳巧馨 (2013)。從顧客關係管理的觀點探討社會型企業之永續經營模式 (碩士論文) 國立東華大學企業管理學系，花蓮縣。
19. 經濟部 (2014) 社會企業行動方案 (103-105 年)。2014 年 11 月 25 日，取自 <http://www.ey.gov.tw/Upload/RelFile/27/716149/8d8b6be7-0e21-4a37-9c72-871e28b325d2.pdf>
20. 劉如芬 (2013)。社教機構教育訓練與員工績效關係之研究 (碩士論文)，國立臺灣師範大學社會教育學系在職進修碩士班，臺北市。
21. 歐冠良 (2010)。社會企業經營模式之個案研究 (碩士論文)，大葉大學企業管理學系碩士班，彰化縣。
22. 蔡志強 (2010)。弱勢資本家—以利益的觀點分析台灣社會企業 (碩士論文)，輔仁大學社會學系碩士班，新北市。
23. 藍文佑 (2010)。「善因動機」對「對社會企業的認同」之影響——兼論「對社會企業之知識與理解」之中介 (碩士論文)，國立台北大學企業管理學系，臺北市。
24. 聯合報願景工程 (2013 年 10 月 17 日)。台灣社會企業願景高峰論壇 10/31 舉辦。聯合新聞網。線上檢索日期：2013 年 11 月 29 日。網址：http://vision.udn.com/storypage.jsp?f_ART_ID=1354&pno=0。

二、英文部份

1. Alcaraz, J.M., Thiruvattal, E. and Escudero, M. (2010). "An interview with manuel escudero the United Nations' principles for responsible management education: a global call for sustainability", *Academy of Management Learning & Education*, Vol. 9 No. 3, pp. 542-550.
2. Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1-22.
3. Berelson, B. (1952). *Content analysis in communications research*.
4. Beyond grey pinstripes: Preparing MBAs for social and environmental stewardship. (2001). World Resources Institute and the Aspen Institute Initiative for Social Innovation Through Business.
5. Bonnett, M. (2002). Education for sustainability as a frame of mind. *Environmental Education Research*, 8: 9 – 20.
6. Brock, D. D., & Steiner, S. (2009). Social entrepreneurship education: Is it achieving the desired aims?.
7. Bryant, A.N., Gayles, J.G. and Davis, H.A. (2012). "The relationship between civic behavior and civic values: a conceptual model", *Research in Higher Education*, Vol. 53 No. 1, pp. 76-93.

8. Christensen, L.J., Peirce, E., Hartman, L.P., Hoffman, W.M. and Carrier, J. (2007). "Ethics, CSR, and sustainability education in the financial times top 50 global business schools: baseline data and future research directions", *Journal of Business Ethics*, Vol. 73 No. 4, pp. 347-368.
9. Chatzidakis A., S. Hibbert and AP. Smith, (2007). "Why people don't take their concerns about fair trade to the supermarket: The role of neutralisation." *Journal of Business Ethics*, 74(1), 89-100.
10. Cobanoglu, C., & Cobanoglu, N. (2003). The effect of incentives in web surveys: application and ethical considerations. *International Journal of Market Research*, 45(4), 475-488.
11. Dees, J. G. (1998). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Stanford: Stanford University.
12. Dempsey, N., Bramley, G., Power, S., & Brown, C. (2009). The social dimension of sustainable development: Defining urban social sustainability. *Sustainable Development*, Retrieved 20 February, 2010, from <http://www3.interscience.wiley.com/journal/122406493/abstract>. doi: 10.1002/sd.417.
13. Dumont, K., & Frindte, W. (2005). Content analysis of the homepages of academic psychologists. *Computers in Human Behavior*, 21(1), 73-83.
14. Enderle, G. (1997). A worldwide survey of business ethics in the 1990s. *Journal of Business Ethics*, 16:1475-1483.
15. Evans, F., & Marcal, L. (2005). Educating for ethics: Business dean's perspectives. *Business and Society Review*, 110: 233-248.
16. Flick, U. (2008). *Designing qualitative research*. Sage.
17. Giacalone, R. A., and Thompson, K. R. (2006). Business ethics and social responsibility education: Shifting the worldview. *Academy of Management Learning & Education*, 5: 266 - 277.
18. Helen Burstyn (簡佩吟編譯) (2013年6月23日)。政府如何幫助社會企業：以加拿大為例。社企流。檢索日期：2013年9月15日。網址：<http://www.seinsights.asia/news/131/1189>
19. Hitzler, R., & Eberle, T. S. (2004). 3.1 Phenomenological Life-world Analysis. *A Companion to*, 67.
20. Kerlin, J.A. (2010). *Social enterprise: A global comparison massachusetts*. Tufts University Press.
21. Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage.
22. Luzung, M. R., Markham, J. P., & Toste, F. D. (2004). Catalytic isomerization of 1, 5-enynes to bicyclo [3.1. 0] hexenes. *Journal of the American Chemical Society*, 126(35), 10858-10859.
23. Matten, D., & Moon, J. (2004). Corporate social responsibility education in Europe. *Journal of Business Ethics*, 54: 323-337.
24. Mair, J. and O. Schoen, (2005). "Social entrepreneurial business model: An exploratory study." Working Paper, 610, IESE Business School.
25. Mair, J. and I. Marti, (2006). "Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight." *Journal of World Business*, 41, 36-44.
26. Malovics, G., Csignene, N. N., & Kraus, S. (2008). The role of corporate social responsibility in strong sustainability. *The Journal of Socio-Economics*, 37: 907-918.
27. Nicholls, C.E., H.W. Lane and M.B. Brechu, (1999). "Taking self-managed teams to Mexico." *Academy of Management Journal*, 13(3), 15-25.
28. NCSE. (2003). *Recommendations for education for a sustainable and secure future*. National Council for Science and the Environment.
29. Navarro, P. (2008). The MBA core curricula of top-ranked U.S. business schools: A study in failure? *Academy of Management Learning & Education*, 7: 108 -123.
30. NEEF. (2009). *The engaged organization: Corporate employee environmental education survey and case study findings*. National Environmental Education Foundation.

31. Neubaum, D. O., Pagell, M., Drexler, J. A., McKee-Ryan, F. M., & Larson, E. (2009). Business education and its relationship to student personal moral philosophies and attitudes toward profits: An empirical response to critics. *Academy of Management Learning & Education*, 8:9–24.
32. Owens, D. (1998). "From the business ethics course to the sustainable curriculum", *Journal of Business Ethics*, Vol. 17 No. 15, pp. 1765-1777.
33. Prof. Yunus, Grameen, (2016). " Social Business — Grameen Creative Lab " , available at: <http://www.grameencreativelab.com/> (accessed 13 Nov 2016).
34. Schoenfeldt, L. F., McDonald, D. M., & Youngblood, S. A. (1991). The teaching of business ethics: A survey of AACSB member schools. *Journal of Business Ethics*, 10:237–241.
35. Seelos, C. and J. Mair, (2004). "Profitable business models and market creation in the context of deep poverty: A strategic view." *Academy of management perspectives*, 21, 49-63.
36. Sener, A., & Hazer, O. (2008). Values and sustainable consumption behavior of women: A Turkish sample. *Sustainable Development*, 16: 291–300.
37. Sheehan, K. B., & McMillan, S. J. (1999). Response variation in e-mail surveys: An exploration. *Journal of advertising research*, 39(4), 45-54.
38. Silverman, D. (2006). *Interpreting qualitative data: Methods for analyzing talk, text and interaction*. Sage.
39. Stubbs, W., and Cocklin, C. (2008). Teaching sustainability to business students: Shifting mindsets. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 9: 206–221.
40. Tracey, P., & Phillips, N. (2007). The distinctive challenge of educating social entrepreneurs: A postscript and rejoinder to the special issue on entrepreneurship education. *Academy of Management Learning & Education*, 6(2), 264-271.
41. UNESCO. (2008). *Media as partners in education for sustainable development: A training and resource kit*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
42. VanKleef, J.A.G., & Roome, N.J. (2007). Development capabilities and competence for sustainable business management as innovation: A research agenda. *Journal of Cleaner Production*, 15:38–51.
43. Wong, L., & Tang, J. (2006). Dilemmas confronting social entrepreneurs: care homes for elderly people in Chinese cities. *Pacific Affairs*, 623-640.
44. Wu, Y. C. (2007). Contemporary logistics education: An international perspective. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 37:504–528.
45. Wu, Y.C.J., Huang, S., Kuo, L. and Wu, W.H. (2010). "Management education for sustainability: a web-based content analysis", *The Academy of Management Learning and Education*, Vol. 9 No. 3, pp. 520-531.
46. Wu, Y.C.J., Kou, T. and Shen, J.P. (2013). "Exploring social entrepreneurship education from a web-based pedagogical perspective", *Computers in Human Behavior*, Vol. 29 No. 2, pp. 329-334.
47. Wu, Y.C.J., Lu, C.C.J., Lirn, T.C. and Yuan, C.H. (2014). "An overview of university level sustainable transportation curricula in North America and Europe", *Transportation Research Part D-Transport and Environment*, Vol. 26, pp. 27-31.
48. Young, D.R. (2001). "Organizational identity in nonprofit organizations: Strategic and structural implications." *Nonprofit Management and Leadership*, 12(2), 139.