

臺灣社會企業認證之初探

鄭勝分 國立臺灣師範大學社會教育學系副教授

中文摘要

社會企業之概念濫觴於歐美國家，後逐漸擴散至世界各國，近年來在臺灣也儼然蔚為一股風潮。社會企業組織型態的多樣性，也引發定位不明之疑慮，為解決社會企業定位不明的困境，故各國開始推動社會企業認證系統，故本文之目的在於探討臺灣未來推動社會企業認證之方式與指標。觀察社會企業認證指標之研究與各國趨勢，三重底線為主流架構，其一以「治理」為導向，以 EMES 學派及韓國社會企業認證為代表，其二以「環境」為導向，美國 B Corp，英國 SEM、及香港 SEE Mark 都可以看到類似精神。本文透過 14 位專家學者之深度訪談，及舉辦兩場焦點座談，以瞭解社會企業利害關係人對於臺灣未來推動社會企業認證之看法。研究發現，社會企業認證是否受到支持與認可，其關鍵在於認證是否有利於社會企業的發展，而在趨吉避險的理性考量下，社會企業更傾向透過認證排除搭便車者，透過正名強化其公信力，本文並據此提出相關政策建議。

關鍵字：社會企業、認證、治理、環境

壹、前言

社會企業之概念濶觴於歐美國家，後逐漸擴散至世界各國，近年來在臺灣也儼然蔚為一股風潮。然而，社會企業組織型態的多樣性，也引發定位不明之疑慮 (Gidron and Hasenfeld, 2012)，為解決社會企業定位不明的困境，故各國開始推動社會企業認證系統 (European Commission, 2014)。

觀察各國社會企業認證的方式，大部分聚焦組織認證，普遍採取志願性認證方式。以歐洲為例，英國是由「社會企業標章/社區利益公司」(SEM CIC) 負責授予「社會企業標章」(Social Enterprise Mark, 簡稱 SEM)，德國則由非營利性質的 PHINEO 股份有限公司負責授予「社會企業有效標章」(Wirkt Stamp)，芬蘭則由「芬蘭工人協會」(Association for Finnish Work) 負責授予「芬蘭社會企業標章」(The Finnish Social Enterprise Mark, 簡稱 F-SEM)，波蘭則由「社會與經濟創新基金會」(The Foundation for Social and Economic Initiatives, 簡稱 FISE) 負責授予「社會經濟企業認證」(Social Economy Enterprise Certificate)，通過認證的組織，則授予標章(Mark)或標誌(Labels)等識別系統(European Commission, 2014)。

美國社會企業發展則以有限責任公司(limited liability company, 簡稱 LLC) 為主要型態，而各州賦予社會企業不同的法律地位與型態。美國 LLC 中，以公益公司最受到矚目，但因其強調兼重人、經濟與環境三面向的主張認定過於寬鬆，致使社會企業之正當性更易遭受質疑，遂在此背景下推動「B 型企業認證」(certified B corporations, 簡稱 B Corp) 制度(Stecker, 2016:373-379)。

至於亞洲部分，「香港社會企業總會」於 2014 年啟用「社會企業認可標章」(Social Enterprise Endorsement Mark, 簡稱 SEE MARK) (香港社會企業有限公司網站, 2017)；「中國公益慈善交流展示會，簡稱慈展會」於 2015 年開始進行 CCF(China Charity Fair) 社企認證 (中國慈善項目交流展示會網站, 2017)。韓國

則採取強制性認證，依 2007 年通過《社會企業振興法》(Social Enterprise Promotion Act)規定，該法由「就業與勞工部」(Ministry of Employment and Labor) 主導，委由官方組織「韓國社會企業振興院」(Korea Social Enterprise Promotion Agency, 簡稱 KoSEA) 進行認證，其強調非經認證者不得使用社會企業或近似的名稱(金戴久、趙顯株，2013:141;Lee,2015:1091-1092)。

臺灣於 2014 年頒佈「社會企業行動方案」，主責單位經濟部於 2015 年委託「臺灣公益團體自律聯盟」推動社會企業登錄平臺(黃德舜、鄭勝分、陳淑娟、吳佳霖，2014)。登錄不同於認證，其目的在於提供一個社會企業的共同身份。以丹麥為例，丹麥議會在 2014 年通過一份關於建立「志願性社會企業登錄機制」(Voluntary Register of Social Enterprises) 的法律提案，被登錄的社會企業將能夠使用「社會企業」這個名稱在他們的企業名字當中，而登錄被認為有助於社會企業進行行銷(European Commission, 2014)。經查社會企業登錄平臺資料，2015 年有 101 家社企完成登錄，2017 年則達到 140 家登錄，其組織類型包含公司、基金會、協會、合作社及農會。

「社會企業行動方案」於 2016 年底結束，目前聚焦討論類似美國《公益公司法》精神之《兼益公司法》草案，及類似韓國《社會企業振興法》精神之《社會企業發展條例》草案，顯示臺灣社會企業已經邁入立法討論之時期。惟觀察各國社會企業發展及立法經驗，關鍵仍在於給予社會企業明確之定義，社會企業登錄平臺採取寬鬆機制，顯然無法因應社會企業法制化之需求，而有進一步討論認證之必要。基此，本文之目的在於探討臺灣未來推動社會企業認證之方式與指標，以資政策參考。

貳、文獻探討

觀察社會企業認證指標之研究與各國趨勢，三重底線為主流架構，其一以「治理」為導向，以 EMES 學派及韓國社會企業認證為代表，其二以「環境」為導向美國 B Corp，英國 SEM、及香港 SEE Mark 都可以看到類似精神。以下從治理與環境兩個維度加以分析。

一、以治理為導向的社會企業認證

1996 年「EMES 歐洲研究網絡」(EMES European Research Network)提出社會企業的「企業（後修正為經濟）」與「社會」兩個目標後，研究主軸以發展社會經濟為核心思考，關注社會企業如何解決身心障礙者就業及社會邊緣人之社會融合問題。經濟目標包含四項指標：1.持續性的生產財貨或販售服務，2.具有高度自主性，3.有經濟風險，4.最少的支薪員工；而社會目標包含五項指標：1.明確的社區利益，2.公民的共同目標，3.決策權非基於資本的所有權，4.著重參與的本質，5.有限的利潤分配。無論是 1999 年經濟合作暨發展組織（OECD）所提出的《社會企業》（*Social Enterprises*, 1999）報告書，或歐盟委員會（European Commission）所支持的專案計畫出版的《社會企業的浮現》（*The Emergence of Social Enterprise*, 2001）專書（Borzaga and Defourny, 2001），皆依循採用 EMES 歐洲研究網絡所提的兩項指標進行分析。

當更多非歐陸學者加入 EMES 研究網絡後，除組織名稱轉換成「EMES 國際研究網絡」(EMES International Research Network)外，透過累積跨國比較研究資料，EMES 國際研究網絡將原先九項指標進行重新歸類，除原有經濟與社會目標外，增列「治理」(governance)為第三種目標(Gidron and Hasenfeld, 2012:77-79)，朝向「所有權-治理」(ownership-governance)的三重底線發展(Borzaga, 2013: 319-320)，試圖調和社會與企業指標間的衝突問題(Defourny and Nyssens, 2012:

77-79)。

對於三重底線目標的內涵，學者間則出現不同的界定方式：其一為將原屬企業目標之「高度自治」及原屬社會目標的「一人一票決策權」及「著重參與的本質」，重新歸屬為治理目標，故經濟、社會及治理目標各有三項指標(Gidron and Hasenfeld, 2012: 77-78)。其二則將前述分類進一步調整，除經濟目標三項指標不變外，將原屬社會目標之「利潤分配」歸納為治理目標，社會目標僅剩二項指標，而治理目標則包含四項指標 (Borzaga, 2013)。

前述二種分類的差異點在於「盈餘分配」之歸類，Gidron 與 Hasenfeld(2012)採取「盈餘有限分配」原則，故認為應該屬於社會目標，此種分類方式成為歐洲委員會報告書《歐洲社會企業的圖像及其生態系統》(A Map of Social Enterprise and their Eco-systems in Europe, 2014)描繪歐洲社會企業圖像的依據，並據以分析歐洲各國社會企業認證的生態環境(European Commission, 2014)；而 Borzaga(2013)則採取「全部盈餘不得分配，或部分盈餘不得分配的限制」，而認為應屬於治理目標，此種分類方式以孟加拉穆罕默德·尤努斯(Muhammad Yunus)所推動之鄉村銀行為代表，其強調「全部盈餘不得分配」。

治理導向社會企業認證以韓國《社會企業振興法》為代表。為解決亞洲金融風暴所產生的大量非典型失業問題 (Lee, 2015:1087-1089；金戴久、趙顯株，2013:143-146)，韓國於 2012 年修正《社會企業振興法》(韓國法務部網站內之社會企業振興法，2017)，大致明確劃出社會企業樣貌與範圍。首先，依社會企業振興法第 2 條第 1 項第 1 款定義社會企業為：「依本法第 7 條認證之實體，其目的在於透過製造或販售財貨及服務之商業活動，以提供弱勢社會族群社會服務及工作機會，據以達成提高社區居民生活品質之社會目標」。而該法第 8 條之規定，則將韓國社會企業認證指標分為 8 大範疇：1.獨立自主的組織；2.必須是雇用支

薪員工的商業活動；3.組織主要目標在於實踐社會目的；4.決策結構應包含利益團體參與；5.盈收來自商業活動，且至少 50%用於支付服務及生產之總勞動力成本；6.應有組織章程及規定；7.依商業法設立之公司或有限合夥公司，會計年度的可分配利潤，至少有 2/3 以上，必須用於社會目標；8.其他依總統令頒佈之運作準則。

從前述認證指標範疇及評核標準可以發現，韓國社會企業相當契合 EMES 所提之三重底線認證架構。

二、以環境為導向的社會企業認證

環境導向社會企業源自於「企業社會責任」(CSR)的改革(Liao, 2003)，主張「生態企業精神」(ecopreneurship)，從環境角度透視社會企業精神(Dixon and Clifford, 2007)。傳統 CSR 本來就主張三重底線，但陸續發生重大的企業弊案及金融風暴，因為這些龍頭企業缺乏自我覺醒能力，致使部分企業家、管理者、政府以及投資者，紛紛開始對傳統企業重新思考，引發社會改革運動(Murray, 2012:1)。復以，對於綠色商品所可能產生「漂綠」(green-washing)之疑慮(Stecker, 2016:373-379)，促使非營利組織「B 實驗室」(B LAB)提出 B Corp 認證標準，成為社會企業認證的重要衡量指標。在 CSR 改革基礎下，社會企業對於環境目標予以重新的定義，其改革內容主要有二，其一為以「土地」(planet)為核心，強調有機或無毒的土地友善概念(Mohd Tobi, 2012: 68)，另一為以「人員」(people)為中心，例如強調反剝削的公平貿易主張(鄭勝分, 2016: 137)，或者 B LAB 所推廣對員工友善之「B 型企業認證」(Sulewski, Dzombak, Bell and Mehta, 2012:14)。

(一) 美國 B Corp 認證

為避免私人企業透過公益公司法產生「漂綠」偏差行為，B LAB 所推動 B

Corp 認證，其重點在於建構友善環境指標，以避免假綠色企業之名牟利 (Honeyman,2015, Stecker,2016:378-379)，為使 B Crop 認證更具公信力及取得政府政策上支持，B LAB 遊說美國各州政府陸續通過「公益公司法」，鼓勵更多企業申請為公益公司，並取得 B Crop 認證，在滿分 200 分內至少達到 80 分，且需符合透明度、合法性及簽署分享共同目標的承諾(Stecker, 2016:373-379)。B Crop 完成認證尚須簽署正式的同意書，內容摘要包含：認證有效期為 2 年，之後需重新認證；必須符合 B Crop 的績效要求；必須是合法登記的組織；每年隨機抽檢 10%B Crop 組織驗證；年度認證費用依營業額規模收費，最低 500 美金，最高可達 50000 美金以上 (B LAB 網站，2017A)。B Corp 認證指標依照公司規模及企業類別，有 130-180 個評估細項，但可歸納為五大面向，包含 (B LAB 網站，2017B)：一、對員工有利：考慮所有利害關係人，而非僅限於股東，二、對社區有利：社會目的效益需符合透明度標準，三、對環境有利：環境目的效益需符合透明度標準，四、對長期有利：組織發展需建立與政府永續性政策一致的方針，五、對核心有利：符合更高的法律責任標準(Wilburn and Wilburn, 2014:17)。

(二) 英國 SEM 認證

SEM 提出六個測量指標，包含：1.具備社會或環境目標：應將社會或環境目標詳實登載於組織正式目標；2.為獨立的企業：社會企業必須具有自己的組織章程和理事會，而非其他法人組織之分支機構；3.超過 50%收入來自商業交易：藉由查看經會計師簽證及政府審核後的年度會計賬目，以確定該社會企業至少有超過 50%的收入來自於市場銷售，此乃是社會企業與完全依賴捐贈的非營利組織之重要區別；5.解散時剩餘資產分配用於社會或環境目標：社會企業解散時其剩餘資產應被用於社會或環境目的，且須在章程中明訂「資產鎖定」(asset locks)原則，部分資產需捐助予其他具有相似目標之社會企業，以確保其對社會或環境目的的

承諾；6.能夠達成社會或環境目的：必須描述如何達成社會目標，並說明如何極大化社會影響力，及極小化因交易所產生之負面環境影響。

SEM 進階版於 2014 年由英國下議院所提出之「社會企業黃金標章」(The Social Enterprise Gold Mark)，強調在治理、商業倫理、財務透明度三個面向表現優異的社會企業，並由一個由 24 小時整合照護公司(Integrated Care 24 Ltd)、英格蘭約克聖約翰大學(York St John University)及索爾福德大學(University of Salford)等所組成的網絡組織，來負責此一黃金標章的認證。

(三) 香港 SEE MARK 認證

SEE MARK 為香港社會企業總會，於 2013 年委託香港城市大學進行為期 18 個月的研究計畫後，正式於 2014 年所啟用之「社企認證」系統，由其附屬之獨立組織「社企認證獨立委員會」負責社企認證之評審工作，委員會由跨界別專業人士所組成，以確保其中立及公正。SEE MARK 社會企業認證最大特色之處在於，係按社會企業成立營運時間與員工人數區分社會企業規模，並依照社會企業發展階段細分認證內容，而將社會企業認證區分為四個類別等級：創啟級(Incubating Member)、創建級(Start-up)、創進級(Intermediate)與創越級(Advanced)，採取不同評核標準，且不同級別之認證有效期不同，收費標準亦依據社會企業之認證級別及規模而定。

SEE MARK 認證系統可分為 8 大評估指標，並將前述 8 大指標範疇區分為「社會使命、創新與價值」及「營運模式」2 大面向，並細分出各細項指標，由欲申請認證之社會企業依各認證級別規範之要求，檢附相關證明資料，以供委員會審查評核，如表 1。

表 1 SEE MARK 社會企業認證社會使命、創新與價值面向之細項指標

面向		認證級別		創啟級	創建級	創進級	創越級
		細項指標					
社會 會 效 益	社會參與	至少滿足 2 項			至少滿足 3 項	至少滿足 4 項	
	創造就業機會						
	慈善參與						
	公平貿易政策和實施						
	文化及文化遺產貢獻						
	其他						
或							
環 境 效 益	保育和保護	至少滿足 1 項			至少滿足 2 項		
	污染控制						
	回收和廢棄物管理						
	其他						

資料來源：整理自香港 SEE MARK 網站

比較三重底線的指標設計，EMES 透過治理目標調和經濟目標與社會目標的內在衝突，因為著重解決弱勢群體的社會融合問題，社會企業協助政府解決重大社會問題，故為政策工具的介入奠定正當性，其指標設計偏向規範且明確，且易偏向如韓國強制性認證方式；而以環境導向的三重底線設計，則將經濟目標視為達成社會目標與環境目標之手段，偏重以民間及志願性方式進行認證，例如美國 B Crop，英國 SEM、及香港 SEE Mark 認證系統，其指標設計較具彈性，且依據組織規模及發展階段予以差異化的認證標誌，政府工具介入較不明顯。

參、研究方法

本文透過深度訪談法及焦點座談法，瞭解社會企業利害關係人對於臺灣未來推動社會企業認證之看法，每一場次皆經受訪者同意錄音，整理逐字稿後經受訪者確認，以下茲加以說明。

一、深度訪談法

本文研究對象包含社企行動方案之政府委託單位、立法推動者、專家學者、倡議組織及社企登錄平台之社企作為研究對象，以立意抽樣方式，先從臺灣公益團體自律聯盟的社會企業登錄平台所提供之社會企業名冊選取樣本，依據社會企業的成立時間、規模、社會知名度、政策參與度作為挑選標準。另外，本研究尚選取社會企業行動方案的委託單位及社會企業相關專家學者作為樣本，以提供政策面與實務面等角度之看法。爰此，本研究將訪談對象分為三大類，共計 14 位，其中已登錄於社會企業平台之社會企業計 8 位，社會企業行動方案之委託單位計 2 位，社會企業專家學者計 4 位。訪談對象類別與代表性請參見附錄 1。

二、焦點座談法

為進一步聚焦 14 位深度訪談之結果，本文先歸納深度訪談意見，並提供主要國家認證經驗，探討臺灣未來推動社會企業認證之方式、指標與政策配套。2017 年 7 月 18 日上午及下午，共舉辦兩場焦點座談，邀請對象及代表性請參見附錄 2。

肆、資料分析

社會企業認證涉及兩個核心問題，包含認證方式及指標為何？對於仍處於萌芽階段的臺灣社會企業而言，社會企業認證雖曾列入勞動部所提《社會企業推動條例》草案中討論，但至今仍尚無定論，本文透過深度訪談及焦點座談，據以分析未來臺灣社會企業認證系統及指標之發展藍圖。

一、社會企業認證方式分析

從受訪資料發現，社會企業認證的主要理由有二，一為正名，二為增加公信力。基本論述是正名有助於提升社會企業的公信力，創造社會企業的品牌價值，進而擴大社會企業的產業規模，故可以視為一種創價模式。正名肇因於社會企業的混合(hybrid)特質，此種特質讓社會企業得以跨越傳統組織之限界，以創新的方式解決社會或環境問題，而其限制在於社會企業不易找到自己的定位，1999年 OECD 研究報告《社會企業》(Social Enterprises, 1999)即指出此一待答問題，但經過十多年的研究與政策介入，多數人或許知道社會企業不同於福利企業及企業社會責任，但其實無法分辨三者間之真實差異，許多社會企業研究者試圖利用提出架構加以分析，例如 Dees 所提的「社會企業光譜」(social enterprise spectrum)(Dees, 1998)，或者 EMES 學派所建構的架構圖，然而這些研究由於變項過於簡化，故社會企業定位至今依然未解，對於社會企業本身而言，正名目的在於「自證為真」，因為宣稱為社會企業者，不必然如其所言，甚至不自覺產生「漂綠」風險，而認證就是一種真偽之辨，而對政府而言，社會企業正名則涉及政策配套介入的正當性。

若基於創價模式，社會企業恐將面臨強大的市場競爭挑戰，原因在於大部分社會企業提供無異於主流市場之產品或服務，社會企業之所以受到支持或關注，乃在於其產品或服務強調有助於達成特定社會或環境目標，社會企業之所以得以

生存，甚至得到部分大企業的奧援，其重要原因在於社會企業對其不具威脅性，企業基於策略性慈善觀點支持社會企業發展，一旦企業感受到來自社會企業的威脅時，此種合作模式勢必難以維持，甚至引發企業的反擊。

另一種合理解釋為認證之目的在於如何維持既有利益不被「搭便車者」所瓜分，正名以增加公信力，其背後思維在於排除「搭便車者」。搭便車其源自社會企業定義過於模糊，依據 OECD(1999)對於社會企業的廣義界定，任何組織只要用創新的商業手段解決社會問題，就可以宣稱為社會企業，此種廣義定義讓社會企業難以與福利企業或 CSR 區隔，甚至看到許多宣稱所有企業組織只要產品或服務對社會或環境有利，都可以是被定義為社會企業，在此廣義解釋下，稀釋了社會企業的獨特性，故許多受訪者希望透過認證達到正名之效，此以現象除顯示社會企業在臺灣已經受到許多關注，這些組織或許不清楚自稱為社會企業可以得到何種政策益處，但從「社會企業動方案」的大力鋪陳中，則感受到自稱社會企業，或許可以得到一些外部效益，例如可以獲得正面的組織形象，而 Erchart 與 Comolli 研究發現，雖然大部分社會企業規模不大，無法成為風險投資人眼中好的投資標的，但許多具備天使投資人特質的社會投資人，則願意以較低的利率及耐心資本的理念，支持社會企業發展 (Erchart and Comolli, 2013: 161-184)。此種經濟學所稱之「搭便車者」，使得好不容易熬過創業初期「死亡幽谷」(loss zone) 的社會企業深感壓力(OECD, 2015: 19-20)，故希望透過認證方式排除搭便車效應。

社會企業透過認證取得正名及公信力，與其追求組織規模化而創造敵人，不如排除搭便車者以達風險控管。此種思維也反映在對於政策的態度，大部分社會企業並不要求政府給予租稅優惠或優先採購，雖然此兩種政策有助於減輕社會企業的經營成本，但同時也為社會企業引來競爭壓力，部分研究即指出，以非營

利組織為基礎之社會企業可能面臨「使命飄移」質疑 (Dees, 1998)，而 CSR 改革派則遭遇「營利的偽裝」的有色眼光(Low, 2006)，原因在於租稅優惠或優先採購將引起既得利益者的側目，故從受訪者可以發現，社會企業並不期待租稅優惠或優先採購，而是希望政府能夠建立支持系統，而認證系統將有助於排除搭便車者。

受訪者幾乎一面倒支持志願性認證，其理由在於自律。但有趣的是，以自律為基礎的志願性認證，若得不到公權力委託背書，該如何排除搭便車者？以韓國《社會企業振興法》為例，該法透過強制性認證方式，非通過「社會企業振興院」認證者，不得使用社會企業一詞，事實上韓國作法並非特例，例如 2017 年臺灣所通過之《長期照顧服務法》第 27 條規定：「非長照機構，不得使用長照機構之名稱」。若違反前述規定，其相關罰則見該法第 50 條第三款，處新臺幣一萬元以上五萬元以下罰鍰。現狀是，多數受訪者認為應該採取志願性認證方式，而志願性認證在欠缺具公信力第三方認證機構下，其認證結果易受到質疑，即使臺灣已經有許多社會企業加入美國 B Corp 認證系統，此種國際認證系統因為未得到官方認可，故無法排除其他組織自稱為社會企業。

若採取韓國方式推動強制性認證，社會企業或可獲得政府政策配套（如補助、優先採購、投資、租稅優惠等），一方面擔心引起競爭者的側面，又恐過早法制化會限制社會企業的發展範疇，在兩害相權取其輕下，受訪者也不認為有立法之急迫性。故一方面希望可以採取自律的志願性認證系統，一方面又希望有助於提升公信力，此種矛盾情節，或許是社會企業認證尚難取得共識的重要原因。

二、社會企業認證指標分析

社會企業正名與公信力乃是社會企業認證系統之核心議題，而從前述分析可以發現，受訪者認為現階段應採取志願性的認證系統設計。若對照歐美發展經驗，

此理念契合英國 SEM 及美國 B Crop 運作模式，由第三方機構進行非強制性的認證，經過認證的組織，其誘因不在於得到政府的政策支持，而在於 SEM 或 B Crop 乃是類似會員俱樂部(club)之型態，參與此類組織有助於強化組織本身的社會資本，如正面形象、人脈及投資人的關注，此種有別於被批評陷入財務核銷漩渦的政府資源，志願性認證提供社會企業取得耐心資本(patient capital)的機會，並且有助於剔除搭便車者，進一步提升認證組織的公信力。

在社會企業認證指標設計上，則考量社會企業組織及目標的差異性，故不可能採取韓國《社會企業振興法》所定之固定性指標，從受訪者資料可以發現，大致區分成兩個視角。一為類似英國 SEM 指標設計的作法，採取分層次的方式，2016 年中國大陸《慈展會》也採取類似的分層作法，而香港則採取四個層級的分類方式，可以算是 SEM 指標設計的變形。另一為採取美國 B Crop 認證指標的作法，採取合格認定方式，社會企業可以依照本身屬性，只要在符合達標分數，即可加以認證，IRIS 也提出類似的指標設計。無論採取分層次或合格認定方式，其指標設計皆相當繁瑣，也不易簡化成 EMES 所提之九項指標，而兩場焦點座談會受訪者回應也可以發現，很難提出類似 EMES 的認證架構，且在生態性的考量下，受訪者也認為應該提供類似「開放政府」(open government)的理念，除透明度外，也應鼓勵更多人的參與，故指標應提供開放題之題項，以利建構更適合臺灣本土發展的社會企業認證指標。

社會企業認證指標無法脫離認證系統的思維，在正名與公信力的驅動下，如何排除搭便車者，強化社會企業的公信力，進而提高社會企業風險承擔的能力，應該列為臺灣社會企業認證的領先指標，此種以風險控管為基礎的領先指標設計思維，既可以避免社會企業指標過度繁瑣，增加認證系統的可行性，也可以符合社會企業自律的思維，降低對於政府資源的依賴。

伍、結論

社會企業認證是否受到支持與認可，其關鍵在於認證是否有利於社會企業的發展，而在趨吉避險的理性考量下，對比創價模式可能樹立強大的競爭對手，社會企業更傾向透過認證排除搭便車者，以正名增強公信力，就是此種權衡下的理性選擇。然而，如何強化志願性認證的公信力？如何設計適合多元型態社會企業的認證指標？如何區別不同規模社會企業的認證需求？前述問題為政策介入找到支持點。基此，本文提出三項建議：

一、以公權力委託提升志願性認證的公信力

委由民間進行志願性認證的限制在於公信力不足，政府可以頒佈社會企業認證準則，委由民間公正第三方進行多元型態社會企業的專業認證，而政府扮演監督者角度，確保認證之公信力。對於通過認證之社會企業，政府可以透過補助、育成、媒合及投資等政策工具予以支持，協助社會企業進入市場之準備，且基於公平競爭原則，不授予租稅優惠及優先採購，避免社會企業樹立敵手。

二、以「開放政府」方式設計認證指標

社會企業組織型態相當多元，不宜設計統一標準，且考量臺灣社會企業的特殊性，以透明及參與為核心的開放政府方式，讓社會企業指標更契合本土性需求，以提升社會企業認證的公信力。

三、以分層方式提升認證標章的鑑別度

參考英國 SEM 及美國 B Crop 指標運作經驗，以基本門檻方式設立社會企業認證合格標準，並且考量社會企業發展階段與規模的差異，設計類似 SEM「社會企業黃金標章」，或香港 SEE MARK 四個等級的認證標章。對於通過公權力委託之志願性認證，授予認證標章，以利消費者區別，透過市場機制剔除搭便車者，提升社會企業的鑑別度，進而降低社會企業的經濟風險。

參考文獻

一、中文部分

Honeyman, R(2015)。《**B 型企業：現在最需要的好公司**》(陳俐雯 譯)。臺北市：城邦商業週刊。

金戴久、趙顯株 (2013)。當前韓國社會企業的重要議題與相關政策。社區發展季刊，143，140-150。

黃德舜、鄭勝分、陳淑娟、吳佳霖 (2014)。社會企業管理。新北市：指南書局。

鄭勝分 (2016)。補助或投資？政策工具對社會企業發展之影響。行政暨政策學報，62，127-157。

二、英文部分

Borzaga, C.(2013). Social Enterprise, In L. Bruni and S. Zamagni(eds). *Handbook on the Economics of Reciprocity and Social Enterprise*, pp.318-326. Cheltenham and Northampton: Edward Elgar.

Borzaga, C. and J. Defourny (eds). (2001). *The Emergence of Social Enterprise*. London and New York: Routledge.

Dees, J. G. (1998). Enterprising nonprofits. *Harvard Business Review*, 76(1), 54-66.

Defourny, J. and M. Nyssens (2012). Conception of Social Enterprise in Europe: A Comparative Perspective with the United States. In B. Gidron and Y. Hasenfeld (eds), *Social Enterprise: An Organizational Perspective*, pp.71-90. Hampshire: Palgrave Macmillan.

Dixon, S., and A. Cliffors. (2007). Ecopreneurship: A New Approach to Managing the Triple Bottom Line. *Journal of Organizational Change Management*, 20(3): 326-345.

- Etchart, N. and L. Comolli(2013). *Social Enterprise in Emerging Market Countries: No Free Ride*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- European Commission (2014). *A Map of Social Enterprise and their Eco-systems in Europe*. London: European Commission.
- Gidron, B. and Y. Hasenfeld(2012)(eds.). *Social Enterprises: An Organization Perspective*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Lee, E. S.(2015). Social Enterprise, Policy Entrepreneurs, and the Third Sector: The Case of South Korea. *Voluntas*, 26: 1084-1099.
- Liao, C.(2003). The Next Stage of CSR for Canada: Transformational Corporate Governance, Hybrid Legal Structures, and the Growth of Social Enterprise. *JSDLP-RDPDD*, 9(1), 53-85.
- Low, C. (2006). A Framework for the Governance of Social Enterprise. *International Journal of Social Economics*, 33(5/6): 376-385.
- Murray, J. H.(2012).Choose Your Own Mater: Social Enterprise, Certifications, and Benefit Corporation Statutes. *American University Business Law Review* Vol. 2:1. 取自網路：
<http://digitalcommons.wcl.american.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1015&context=aublr>，查詢日期：2017年5月4日。
- OECD (1999). *Social Enterprise*. Paris: OECD.
- OECD (2015). *Social Impact Invest: Building the Evidence Base*. Paris: OECD.
- Stecker, M. J. (2016). Awash in a Sea of Confusion: Benefit Corporations, Social Enterprise, and the Fear of Greenwashing. *Journal of Economics Issues*, 2: 373-38.

Sulewski, T. , R. Dzombak, C. Bell and K. Mehta(2012). A Systemic and Systematic Assessment Methodology for Technology-based Social Enterprise. *International Journal for Service Learning in Engineering*, 7(2),13-34.

Wilburn, K. and R. Wilburn(2014). The Double Bottom Line: Profit and Social Benefit. *Business Horizons*, 57, 11-20.

三、網站資料

中國慈善項目交流展示會網站(2017)，網址：<http://www.cncf.org.cn/>，查詢日期：2017/5/15。

香港社會企業有限公司網站(2017)，網址：<http://www.seemark.hk/>，查詢日期：2017/5/15。

韓國法務部網站(2017)，網址：

<http://www.law.go.kr/eng/engLsSc.do?menuId=1&query=social+enterprise&x=0&y=0#liBgcolor0>，查詢日期：2017/5/18。

臺灣公益團體自律聯盟網站(2017)，網址：

<http://www.twnpos.org.tw/home/home.php>，查詢日期：2017/5/22。

B LAB 網站(2017A)，網址：

<https://www.bcorporation.net/become-a-b-corp/how-to-become-a-b-corp/make-it-official>，查詢日期：2017/5/23。

B LAB 網站(2017B)，網址：

https://www.bcorporation.net/sites/default/files/documents/The-B-Corp_Handbook_Sample.pdf，查詢日期：2017/5/23。

附錄

附錄 1 深度訪談對象與類別

訪談對象類別	訪談對象	受訪者	代表性	日期與地點	受訪時間
已登錄於社會企業平台之社會企業	大愛感恩科技股份有限公司	科技研發部博士	環境保護	2017年5月23日 大愛感恩科技股份有限公司	約 50 分鐘
	光原社會企業股份有限公司	創辦人	食農創新	2017年5月5日 光原社會企業股份有限公司	約 40 分鐘
	甘樂文創志業有限公司	創辦人	社區發展、文化保存	2017年5月29日 甘樂文創志業有限公司	約 30 分鐘
	生態綠股份有限公司	創辦人	公平貿易	2017年5月17日 生態綠股份有限公司	約 30 分鐘
	黑暗對話社會企業股份有限公司	創辦人	教育學習	2017年4月28日 黑暗對話社會企業股份有限公司	約 90 分鐘
	眾社企股份有限公司	創辦人	就業促進、社企聚落進駐團隊	2017年5月3日 社會企業聚落	約 60 分鐘
	多扶事業股份有限公司	創辦人	醫療照護	2017年5月3日 多扶事業股份有限公司	約 60 分鐘

	以立股份有限公司	創辦人	國際服務	2017年5月5日 以立股份有限公司	約50分鐘
社會企業行動方案之委託單位	經濟部中小企業處	創業育成組科長	社會企業行動方案之主管單位	2017年5月4日 經濟部中小企業處	約80分鐘
	KPMG安侯建業聯合會計師事務所	執業會計師	社會企業行動方案之執行單位	2017年5月22日 電話訪談	約60分鐘
社會企業專家學者	國立臺灣大學社會工作學系	教授	具學術界與實務經驗	2017年6月9日 國立臺灣大學	約60分鐘
	民主進步黨籍不分區立委	立法委員	社會企業立法推動者	2017年6月1日 國會研究室	約40分鐘
	活水社企投資開發股份有限公司	創辦人	中介組織、創投	2017年5月18日 Dears Cafe	約50分鐘
	社團法人臺灣社會企業發展聯盟	常務理事	促進社企生態發展	2017年6月8日 社團法人中華組織發展協會	約90分鐘

附錄 2 焦點團體法對象與代表性

場次	編號	單位	姓名/職稱	代表性
上午場	1	中國文化大學法律系	方元沂教授	「兼益公司法」草案共同起草人
	2	勞動部勞動力發展署勞動力發展創新中心	施淑惠主任	「社會企業發展條例」推動單位
	3	喜憨兒社會福利基金會	楊琇雁副執行長	身心障礙者社會企業代表組織
	4	台灣尤努斯基金會	蔡慧玲董事長	社會企業微型貸款代表性組織
下午場	5	行政院	唐鳳政務委員	社會企業中央政策負責人
	6	守護天使管理顧問股份有限公司	林銘遠總經理	社企聚落進駐團隊及社會企業輔導專家
	7	法鼓文理學院社會企業與創新碩士學位學程	陳定銘教授	社會企業研究學者
	8	社企流	林以涵創辦人	社會企業代表性平台組織