

臺灣社會企業的現況與困境： 以公益創投型社會企業為例

林淑馨

壹、前言

社會企業（Social Enterprise）指涉的概念相當廣泛，未有一致的定義。有研究認為，社會企業是一種新興的、不同於非營利組織的企業型態，然也有將非營利組織的事業化視為就是社會企業。在臺灣，社會企業的概念算是處於模糊的低度建構階段。相較於歐美早在一九九〇年代成立社會企業研究中心，國內對於社會企業的相關研究起步較晚，幾乎都在二〇〇〇年以後。雖然近幾年有關該主題的論述有增多的趨勢，但嚴格來說，大多仍以非營利組織的產業化或事業化為研究焦點（註1），討論非營利組織事業化所可能產生的影響或面臨之課題，至於企業或非營利組織基於公益而創立的社會企業，則鮮少被觸及，初期的少數研究也多停留在概念的整理或經營型態的介紹，相關個案之討論與本土調查並不多，顯示臺灣在社會企業相關議題的投入仍有相當的發展空間。

基於上述，為彌補先行研究的不足，在本文中，首先欲藉由相關文獻的整理來釐清

社會企業的概念，瞭解社會企業的成立目的與特質，以及經營類型；其次，以目前國內較少探討的公益創投型社會企業之先驅個案——光原社會企業和臺灣大誌文創為例，介紹這兩家社會企業的設立緣起與運作模式，用以描繪我國此類型社會企業的發展現況與運作模式；最後，以這兩個案為例，探討目前臺灣社會企業所面臨的課題，並嘗試思考因應之道。

貳、社會企業的基本概念

一、社會企業的意義

社會企業的概念在歐美雖然發展已久，但尚未有統一的定義，一般泛指企業或非營利組織透過商業手段，以達特定社會服務的目的。根據經濟合作暨發展組織（Organization for Economic Co-operation and Development, OECD）的定義：「社會企業係指任何可以產生公共利益的私人活動，具有企業精神策略，以達成特定經濟或社會目標，而非以利

潤極大化爲主要追求，且有助於解決社會排斥及失業問題的組織」。換言之，社會企業雖具有企業外貌，然因具有公益本質，故就組織型態而言，社會企業乃被視爲是企業與社會部門間的混合體組織（鄭勝分，2008a：402）。對此，國內學者有類似的看法。呂朝賢（2008：89）指出，相較於傳統營利組織與非營利組織的二分法方式，社會企業具有跨部門的雙重特質，既有非營利組織公益使命的屬性，又有營利組織以本身的財貨和服務，來賺取組織運作所需的資源之特性。尤其是後者的商業性行動，被視爲是判別該組織是否爲社會企業的重要指標。

詳言之，社會企業是指一個致力於「社會財」（social goods），並以獲取利潤追求永續經營的組織，其經費來源除了有非營利組織的傳統經費來源外，還包括商業的營利收入（從政府部門撥款者與私人營利部門的消費者獲得經費）以及商業的活動（Kingma，1997；Borzaga and Solari，2004，轉引自楊君琦、郭欣怡，2011：54；官有垣，2012：63）。在歐洲，社會企業強調社會創新（social innovation）精神，兼容社會、經濟與政策三大目的，以解決身心障礙者與弱勢族群的失業問題，如英國的 The Big Issue，即爲街友創造工作機會，協助他們重回社會。但在美國，社會企業強調社會與經濟目標的融合，除偏重以商業收益補貼非營利組織的財政缺口外，也是一種新型態的社會投資（social investment）模式（鄭勝分，2008b：204；吳明珠、鄭勝分，2012：149）。

然而，也有研究以是否具有社會責任，作爲判別該企業是否爲社會企業的標準，如

Young（2001）認爲，社會企業的界定方式包括對於社會公益有所貢獻的企業，以及非營利組織利用商業化手段賺取營收。而 Sagawa & Segal（2001）與 Waddock（1988）也指出，企業本身具有社會責任，視爲社會企業的特質。故任何企業，包含營利與非營利組織，能完成應負社會責任，即可稱爲社會企業（轉引自楊君琦、郭欣怡，2011：55）。但個人認爲，如是定義太過籠統，尤其是現今企業大多強調本身負有社會責任，如此一來，民間企業是否即等同社會企業？其中間的差異爲何？若無法釐清，則容易產生爭議。

在臺灣，社會企業的相關概念尙在建構中，一般常與非營利組織的企業化或事業化混合使用。如參考上述相關定義得知，非營利組織的企業化或事業化僅能視爲社會企業的一種類型，社會企業的經營主體不一定是非營利組織，也可以是企業，重要的是，無論何者皆須以企業或商業手法來完成其公益或社會性目的。

二、社會企業的成立目的與特質

研究指出，社會企業成立的目的是解決或改善社會問題，類似非營利組織，方法是販賣產品或服務，手段類似企業。社會企業與一般企業最大的不同在於，其存在是爲了解決社會問題或以公益發展爲目的，而非爲投資人或股東賺錢。所以社會企業最簡單的判別基準在於，它必定承載了社會發展或公益目的，爲了改善社會、解決人類問題而運作。以商業模式爲手段，利用企業組織運作來經營，所得盈餘部分分配給組織成員外，保留盈餘再投資於尋求永續的解決方案或擴

大公益事業（創造就業），不以追求投資人的利潤為唯一目的，而是以解決社會問題或公益發展為最終目的（孫智麗、劉依蓁，2013：59）。

由以上所述可知，社會企業的成立是為了改善社會、解決社會問題或發展公益目的，故具有高度的社會性；又因企業本身是以販賣服務或產品等自給自足方式來維持組織的營運，而有經濟性特質；再加上組織強調需持續尋求創新，故創新精神也可視為是社會企業的特徵要素之一。因此，社會企業至少具有社會性、經濟性與創新精神等三項特質。

三、社會企業的經營類型

如前所述，社會企業一詞尚未有一致性的定義，因而有關社會企業的經營類型也相當多樣。有研究根據企業提供服務的方式與商業活動的整合程度，將其分為嵌入式社會企業、整合性社會企業與外部式社會企業三種（呂朝賢，2008）；也有研究以英國的社會企業為例，依組織的運作模式和服務對象將其分為為員工所有的企業、儲蓄互助會、消費合作社、聯合發展組織、社區事業、社會工廠、勞工市場仲介組織與公益組織的附屬企業等八種類型（楊君琦、郭欣怡，2011）。然個人認為，國內學者官有垣（2012：75-83）根據我國社會企業的運作現況，將其區分為五種類型，有助於瞭解現階段臺灣社會企業的發展，茲簡單說明如下：

（一）積極性就業促進型（work integration or affirmative business）

此類型的社會企業積極關切被社會排除

的弱勢團體，特別是身心障礙者，希望藉由提供工作機會將這些長期失業與弱勢者整合入勞動力市場。在臺灣這類型的社會企業相當普遍，多由身心障礙者領域的非營利組織所經營，透過設立工作坊或庇護工場以提供職業訓練與就業機會，如喜憨兒的烘焙屋與餐廳、陽光的洗車中心等（註2）。雖然這類組織在社會事業的經營上已具備商業取向，但仍相當程度的依賴政府的直接或間接支援。

（二）地方社區發展型（local community development organization）

此類型的社會企業多由社區草根性非營利組織經營。目的是希望改變過去政府回應社區發展問題，是採由上到下的經費注入模式，卻未能發揮很好的效果，所以試圖由底層社區著手，鼓勵社區居民參與各項事務。這類型的組織有些是自行設立社會企業單位，有些則是扮演觸媒、催化與資源整合角色，藉由與地方居民或外來的專業人力共同努力，來協助居民發展當地的產業與服務。換言之，這類由社區草根性非營利組織成立的社會企業由於瞭解當地社區狀況，因而有能力動員居民一起規劃與執行產業計畫。

（三）服務提供與產品銷售型（social enterprises providing social services and products）

這類型的社會企業是指非營利組織提供付費服務，或是販售組織所生產或代售的產品。但不論何者，這些服務或產品均與組織本身的使命有密切關連。以販售產品而言，

非營利組織所販售的主要產品通常會與組織的使命或提供服務有關，如陽光基金會販售壓力衣、荒野保護協會販售自然生態卡等。一方面除可以增加組織的營收外，另一方面還可以藉由這些產品來推廣組織形象。

(四) 公益創投的獨立企業型 (venture capital business created for the benefits of NPOs)

這類型的社會企業是指由一家或數家企業組織，甚至是非營利組織，投資設立具有發展潛力的公司。創投公司除了出資協助成立新公司外，也提供必要的管理支援，並監督新公司的發展。此種社會企業如有營運獲利，出資者與企業以雙方約定的回饋金、利潤分配、公積金等貨幣或非貨幣方式回饋出資者指定的公益社團。因此，嚴格來說，此種社會企業是一種營利公司，其營運目標就是要產生利潤，使之能夠重新分配給一家或數家非營利組織。值得注意的是，此類型的社會企業與前述一般非營利組織附設的底護工廠不同，企業本身並不屬於非營利組織的一部份，對社會使命的影響是間接的。

(五) 社會合作社 (social cooperatives)

以合作社形式成立的社會企業由來已久。合作社的主要特性在於強調組織內部的利益關係人透過組織共同追求集體利益，利益關係人被鼓勵積極參與組織事務，進而從中可以獲得利益。因此，此類型的社會企業之發展，對於利益關係人的權益有頗大的影響。在臺灣較顯著的案例是「主婦聯盟生活消費合作社」。

參、臺灣社會企業的發展現況：以光原社會企業和臺灣大誌文創為例

在臺灣，社會企業屬於新興的概念，尚未有明確之定義。若以上述官有垣對社會企業經營型態的五項分類來檢視臺灣目前的社會企業發現：積極性就業促進型、地方社區發展型、服務提供與產品銷售型，以及社會合作社四種類型的社會企業，其運作模式較為國人所熟知，其中又以積極性就業促進型社會企業最為常見。相較之下，國人對於公益創投的獨立企業型社會企業（以下簡稱公益創投型社會企業）則顯得陌生，由於認識不足，部分甚至對其營運模式抱持著懷疑的態度。因這類型的案例不多，成立時間短，資料有限，相關研究與討論也相對缺乏，少數研究多集中在二〇〇七年以後，顯示這類型社會企業的研究仍有相當的發展空間。因此在本文中，乃聚焦於公益創投型社會企業，並以國內第一家以社會企業－光原社會企業股份有限公司（以下簡稱光原社會企業），以及臺灣大誌文創為例，透過文獻分析來介紹這兩家社會企業的發展背景與運作模式。

一、光原社會企業

(一) 設立緣起 (註3)

在介紹光原社會企業之前，須先對其母機構，也就是「瑪納有機文化生活促進會」（以下簡稱瑪納）有基本的了解。瑪納成立於民國九十五年五月，於九十六年完成社團法人的登記。其成立的目的是希望秉持「合作與分享」的核心價值與精神，關懷原住民，

尊重自然土地生態，落實有機生活，推行發展有機產業，亦即幫助全國原住民部落有更好發展。因此，瑪納所提供的服務主要可分為原住民有機農作教育訓練、原住民組織培育與輔導、有機農田驗證與輔導管理、阿里山生態環境保育計畫以及保護曾文水庫計畫五大項。民國九十七年一月，瑪納的執行長帶領團隊參加社會企業創業大賽，獲選為優勝，並於同年十月成為夢想資助計畫得主，進而得以成立光原社會企業。

光原社會企業是我國第一家以「社會企業」為名進行登記的公司，其成立的目的是希望建立部落小農計畫生產價值網絡，透過有機部落、公平交易的概念，支持部落農業的具體實踐，從肥料製作到生產完全有機操作，不但可以創造原住民部落在地就業機會，協助其脫離貧窮，並且從中撥出部分盈餘繼續投入原住民部落教育及產業發展。該企業認為，一旦部落有好的生產基礎，將能夠吸引更多人回到部落工作，如此一來，不但能促進部落的永續發展，還能夠讓部落的文化能繼續傳承，同時提供消費大眾平價且健康的有機蔬菜。基於此，該企業負責相關的運作與銷售業務，並固定撥出 10% 的盈餘投入原住民就業議題。

(二) 運作模式

1. 推廣「自我雇用」概念

不同於其他社會企業直接給予弱勢團體工作，光原社會企業強調是給「機會」，因此，光原社會企業在創造原住民就業機會上，並不是採用一般的雇用思維，而是自我雇用的概念。所謂自我雇用強調的是維護文

化以及在地經濟化的概念。該企業認為，原住民的工作應被視為是一種人權，有被尊重的生存權，而不是只要能吃飽就好。所以，光原社會企業希望能協助原住民恢復文化與維護自身的文化。

2. 設立微型貸款的信德基金

由於光原社會企業所負責的業務主要在銷售瑪納所生產的產品，因此在改善原住民就業情形上，只有瑪納合作的原住民農友，才可以接受瑪納和光原社會企業的服務。目前運作較成熟的地區，主要是以嘉義阿里山及南投兩個部分，總計約為 38 個家庭。因瑪納設有微型貸款的信德基金機制，只要是瑪納的農友都可以提出申請，所以光原社會企業所提供之服務，也是以該基金為主，透過微型貸款的提供，來提高原住民農戶改善經濟的可能性。貸款的上限金額為二十萬元，申請的農友須提出還款計畫及排程，一方面除了提供農友發展有機農業的資金，另一方面則是讓原住民勞工進行財務管理練習。光原社會企業期望藉由此種方式，提升原住民農戶在自我雇用概念上的成功機率。

二、臺灣大誌文創

(一) 設立緣起（註 4）

臺灣大誌文創始於 The Big Issue England，是英國所創辦的社會企業。該企業成立於一九九一年，成立至今已達二十多年，其創辦靈感來自於美國遊民販賣報紙的過程。雜誌涵蓋時事、社會議題和藝文資訊等多元內容，目前在英國、日本、澳洲、韓國等十個國家以不同版本形式發行。特別的是，這

份刊物的通路是透過遊民來販售。因為該雜誌的創辦理念是「把手舉起來，而不是把手伸出來」(a hand up, not a hand out)，希望以社會企業來解決社會問題，同時以經濟和社會為關注目標，提供遊民和弱勢族群獲得合法的收入來源。該組織是由兩部分所組成，一部分是有限公司，負責生產和銷售雜誌給販售者，另一部分為註冊的慈善機構基金會，主要協助遊民解決生活上的問題，因此社會大眾可以捐款給基金會。而基金會即藉此協助街友，並且連結另外一部分公司的生產和銷售給遊民販售者。

(二) 運作模式：公司行銷，街友販售雜誌

臺灣大誌文創於二〇〇九年底取得 The Big Issue Taiwan 授權發行，於二〇一〇年四月一日正式創刊，希望給遊民一個機會，讓遊民藉由販售的過程，體會勞動的付出，激發其工作意願和態度，以至於獲得相關的收入與支持。透過人助自助的方式，找回遊民的價值和目標，並協助重返社區。目前在臺北市和新北市捷運站出口，可以看到穿著橘色背心、背著灰色背包，戴著黑色帽子，配領識別証的遊民，手拿雜誌販售，賺取自己的生活費。

臺灣大誌文創的運作模式是由雜誌社進行行銷，99%由遊民來販售。其作法是先甄選出遊民銷售者，除給予遊民職前訓練，使其學習販售的相關內容，如服裝儀容、態度、語氣，還發給遊民包包、背心、帽子等販售配備，透過遊民與工作人員所進行的角色扮演，來增加其對工作內容的熟悉度外，並提供遊民十本免費雜誌，使其有基本費用。遊

民所販售的雜誌每本定價為一百元，遊民若將十本雜誌全數賣完，就有一千元的收入可以進行補貨。補貨的雜誌一本為五十元，所以，遊民每販售一本雜誌即可獲利五十元，之後便以此模式反覆的銷貨和補貨。目前遊民販售的對象多以 20-35 歲的上班族和大學生為主，由於雜誌社無其他股東或基金會支持，財務收入全靠雜誌販售所獲得之盈餘。

肆、臺灣社會企業面臨的困境：以公益創投型社會企業為例

由上述光原和臺灣大誌文創兩個社會企業案例的介紹得知，在臺灣，這類社會企業的發展正處於起步的萌芽階段。無論是組織的運作或概念的推廣，也都尚在摸索中。關鍵的組織營收情形，目前也未有確切的資料。因此在本小節中，作者無法評判這類型社會企業的經營運作成效，僅能就此類型社會企業的環境建構來探討其所可能面臨之困境，並討論其因應之道。

一、概念推廣不足，民衆認知不清

社會企業的概念在我國雖仍處於剛起步的階段，但因非營利組織所設立的底護工場，或地方社區發展型、社會合作型社會企業與民眾的互動較多，各界對這些類型的社會企業之經營理念和運作方式較為熟悉，認識也較深，普遍認同其以商業性手段來獲取營收。然而，不同於非營利組織強調「非營利」與「不從事盈餘分配」的特質，公益創投型社會企業因屬公司型態，經營的目標即在追求利潤，本身也從事盈餘分配，因此，

如何讓社會大眾瞭解此類型社會企業的經營理念與使命，亦即社會公益是目的，但商業手段是工具，並爭取民眾的認同，進而願意支持企業，在概念的說明與推廣上就更顯得重要。

以臺灣大誌文創為例，其設立用意是協助遊民透過販售雜誌獲得收入，藉以改善其被動的生活模式，同時也解決社會問題。然因知名度不高，社會大眾對該公司的認識不足，很可能誤以為組織利用遊民斂財，而對其產生質疑。故如何將其營運理念與運作方式傳達給社會大眾，促使對公司有更深的認識，乃是公益創投型社會企業未來面臨的重要挑戰。

二、欠缺相關法律的支持

不同於由非營利組織來經營，採商業手段以賺取營收而產生的積極性就業促進型社會企業以及服務提供與產品銷售型社會企業，因有內政部頒布的「優先採購身心障礙福利機構或團體生產物品及服務辦法」的保護，各級機關及公私立學校等全年採購身心障礙團體所生產之物品及服務，其金額應達到年度預算的 5%，否則將會受罰。公益創投型社會企業因多數由企業或非營利組織出資設立，自成公司，雖其雇用對象多為弱勢團體，但因非為身心障礙者（如遊民），組織本身也不是非營利組織或庇護工場性質，故不適用該法。此外，「身心障礙保護法」對於以庇護工場為主的社會企業，在組織功能、雇用關係、營運業務及財務等均有明確的規範（周宜君、賴金蓮，2009，轉引自涂瑞德，2012：108），相形之下，公益創投型社會企業則缺乏類似的相關法源依據。

另一方面，公益創投型社會企業雖強調社會公益目的，標榜回饋與利潤分配概念，亦即以貨幣或非貨幣方式回饋給特定公益社團，然因組織仍屬公司型態，經營的目標也追求利潤，故此類型的社會企業在稅法上能否享有部分優惠，因我國社會企業的基礎知識尚在建構中，相關法規也都付之闕如，未來如何協助這類型社會企業的發展，是否應比照其他類型的社會企業予以支援，則是值得深思的課題。對此個人認為，我國如欲推展公益創投型社會企業，首要之道乃是需先賦予社會企業明確之定義，整理出各類型之特質，同時針對其差異討論並著手建構適合社會企業發展之相關法制環境。

三、企業提供的資訊有限，影響社會對其認知

公益創投型社會企業雖說是由企業投資成立的營利公司，具有企業的外貌，但或許因組織設立的目的是為了解決或改善社會問題，不同於一般民間企業強調積極獲利，加上此類型社會企業在人力與財力上都不若民間企業充裕，在組織宣傳和經營資訊的呈現上出現明顯不足的情形。以本文中所介紹的兩家公益創投型社會企業－光原社會企業與臺灣大誌文創為例，這兩家社會企業成立的時間都很短，均屬於草創的萌芽階段，公司規模不大，經費有限，知名度不高，且所能服務的對象實屬有限，因而急需提高公司的知名度，以爭取社會大眾的認同，進而購買該公司產品。

然因這類型社會企業的資源究竟不如一

般民間企業充裕，因此，如能透過網際網路提高民眾對組織的認知，則是重要的方法。但檢視光原社會企業發現，該企業網頁的建置相當簡單，相關資訊提供不足，雖說成立的目的是建立部落小農生產網絡，但目前照顧的原住民農戶僅限於瑪納有合作關係者，約有 40 戶。至於臺灣大誌文創的設立時間更短，僅有三年，究竟幫助多少遊民，有哪些成效，目前尚未有確切的統計數據。個人認為，或許這類型的社會企業認為，組織本身與一般非營利組織不同，無須倚靠社會大眾的捐款，故不用積極建置或維護網站。但臺灣社會原本對於公益創投型社會企業的經營概念與運作模式之認知就相當不清，若此兩個先驅個案能將組織網頁建構完整，除了能使社會大眾瞭解該組織的運作模式與成果，增強對產品的購買意願外，還能發揮教育社會大眾的正面功能，加深民眾對於公益創投型社會企業的整體瞭解。

伍、結語

社會企業的組織型態是非營利組織或企業公司型態，目前尚未有定論。有研究指出，對非營利組織與企業而言，社會企業乃是雙贏（win-win）理念的產物，非營利組織若能永續發展，將有助於社會的穩定，而社會穩定有利於企業的成長，社會企業除有助於提升企業的社會形象外，同時還能挹注非營利

組織永續發展所需財源，而形成正向循環關係（Pepin, 2005，轉引自鄭勝分，2008b:118）。另一方面，社會企業的運作在國外也已經發展出相當的成效，英國政府甚至宏觀地將社會企業視為是有助於解決失業、歧視、低收入等社會孤立問題的政策工具，美國政府也採取寬鬆的管理架構，希望能有利於社會企業的發展。上述種種皆顯示，各國政府對社會企業的期待與重視。但需注意的是，社會企業卻絕非解決社會問題的萬靈丹，其發展仍面臨許多限制與問題。尤其在臺灣，若從本文所介紹的兩個個案－光原社會企業與臺灣大誌文創來看，社會企業的運作與發展對於解決貧窮、低收入、失業等社會問題的確有其助益，但目前臺灣普遍對社會企業的概念是模糊的，社會大眾對於社會企業的基本認知明顯不足（特別是公益創投型社會企業），相關支援的法制環境也尚未建立完備。因此，面對多樣定義的社會企業，政府應化被動為主動，藉由舉辦研討會、座談會來釐清和加強宣導社會企業的概念，甚至可以考慮透過公共政策管道，鼓勵社會企業的設立，而為了提高其設立誘因，應建構適合社會企業發展的有利環境。

（本文作者為國立臺北大學公共行政暨政策學系教授）

關鍵詞：社會企業、公益創投、非營利組織、光原社會企業、臺灣大誌文創

註釋

註 1：如蕭瑩潔（2002）、許竣傑（2003）、洪久雅（2004）、黃毓婷（2006）、官有垣（2012）

等。

註 2：關於非營利組織所經營的底護工場是否能視為是社會企業，國內學者有不同的看法。有研究認為，「底護工場並不同於社會企業，雖然臺灣許多底護工場自稱社會企業，但兩者間仍有許多差異。從本質而言，底護工場係屬底護性就業，依據產能核薪，提供有就業意願，但欠缺就業能力的身心障礙者就業機會；而社會企業係屬一般性就業，提供有就業意願，也有就業能力的高功能身心障礙者或弱勢族群就業機會，其薪資受到勞基法保障」（吳明珠、鄭勝分，2012：150）。此外，社會企業強調自負盈虧，而底護工場多接受政府補助，也是兩者間不同之處。

註 3：資料來源主要參考張健鋒（2011）論文，以及光原社會企業網頁 <http://www.o-power.com.tw/index.php>；檢閱日期 2013/5/12。

註 4：資料來源主要參考陳良輔（2011）的論文，以及臺灣大誌文創的網頁 <http://www.bigissue.tw/>；檢閱日期：2013/5/20。

📖 參考文獻

- 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。
- 吳明珠、鄭勝分，2012，〈底護工場轉型社會企業之研究〉，《身心障礙研究》，10(2)：148-162。
- 官有垣，2012，〈社會企業在臺灣的發展－概念、特質與類型〉，收錄於官有垣、陳錦堂、陸宛蘋、王仕圖編著，《社會企業》，頁 61-94。
- 邱靖娟，2006，〈從社會企業觀點探討地方博物館合作關係－「以臺北縣鶯歌陶瓷博物館為例」〉，南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。
- 洪久雅，2004，〈產業化對非營利組織之影響：以我國社福類基金會為例〉，《研考雙月刊》，2：88-99。
- 孫智麗、劉依蓁，2013，〈社會企業之組織型態與發展模式：從我國農企業案例看農業產業化發展策略〉，《臺灣經濟研究月刊》，36(3)：58-67。
- 涂瑞德，2012，〈社會企業在臺灣的法律規範與管理矛盾〉，收錄於官有垣、陳錦堂、陸宛蘋、王仕圖編著，《社會企業》，頁 95-122。
- 陳良輔，2011，〈當遊民遇上社會企業－大誌雜誌對遊民的服務歷程及其影響之探討〉，國立臺灣師範大學社會工作學研究所碩士論文。
- 許竣傑，2003，《非營利組織產業化--社會企業機制綜合架構規劃之研究》，嘉義：南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。
- 張健鋒，2011，〈我國社會企業對於原住民就業問題之因應－以布農文教基金會與光原社會企業為例〉，東海大學行政管理暨政策學系研究所碩士論文。

- 黃毓婷，2006，《非營利組織社會事業化之探討：以社福類非營利組織為例》，臺中：東海大學公共行政學系碩士論文。
- 楊君琦、郭欣怡，2011，〈社會企業組織型態與經營類型之初探〉，《輔仁管理評論》，18(1)：53-78。
- 鄭勝分，2008a，〈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。
- 鄭勝分，收錄於江明修編著，2008b，〈社會企業之責信〉，《第三部門與政府：跨部門治理》，頁 101-119。
- 蕭瑩潔，2002，《非營利組織事業化之探討—以社會福利機構為例》，臺北：臺北大學社會工作研究所碩士論文。